

Koncept održivog razvoja u tekstilnoj industriji

Mikuš, Danijel

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:453553>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-14**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
EKONOMSKI FAKULTET U ZAGREBU
DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ POSLOVNE EKONOMIJE
SMJER ANALIZA I POSLOVNO PLANIRANJE

**KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA U
TEKSTILNOJ INDUSTRIJI**

DIPLOMSKI RAD

Danijel Mikuš

Zagreb, 24. rujan, 2019.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
EKONOMSKI FAKULTET U ZAGREBU
DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ POSLOVNE EKONOMIJE
SMJER ANALIZA I POSLOVNO PLANIRANJE

**KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA U
TEKSTILNOJ INDUSTRIJI**

**THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN
TEXTILE INDUSTRY**

DIPLOMSKI RAD

Student: Danijel Mikuš

JMBAG: 0067437836

Mentor: Dr. sc. Andrija Sabol

Zagreb, 24. rujan, 2019.

Danijel Mikuš

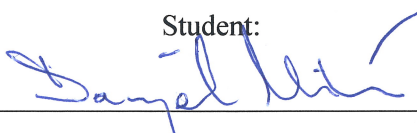
Ime i prezime studenta:

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je Diplomski rad
(vrsta rada)

isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student:



(potpis)

U Zagrebu, 24. rujna 2019.

Zato vam kažem:

Ne budite tjeskobno zabrinuti za život svoj,

što ćete jesti i što ćete piti, ni za tijelo svoje, u što ćete se obući.

Nije li život više od hrane i tijelo nije li više od odijela?

(Mt 6, 25)

SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI

Čovjek je oduvijek svijet oko sebe promatrao kao mjesto jedinstvene stvarnosti, gdje je sve oko njega bilo međusobno povezano, imalo svoj smisao, mjesto i ulogu. Iako individualno biće, smatrao se djelom veće zajednice gdje je svaki pojedinac jednak drugima. Bez obzira da li kao pojedinac ili kao dio nekog većeg kolektiva, živio je iskren i zdrav suživot s prirodom. Doživljavao je prirodu kao svog velikog prijatelja i suradnikom kojeg ne smije podčiniti vlastitim potrebama. Svakodnevni život podrazumijevao je sveobuhvatnu brigu o prirodi i zajednici, pri čemu se osobito pazilo da se Zemlja, cjelovita i nedirnuta, ostavi u nasljeđe budućim generacijama.

Problemi današnjeg modernog čovjeka nastali su kada se čovjek odmaknuo od takvog integriranog pristupa promišljanja i življenja. Teško je vremenski odrediti kada se čovjek počeo udaljavati od životne filozofije svojih predaka, ali je danas potpuno jasno kako je Industrijska revolucija u 18. stoljeću ubrzala procese općeg razvitka koji su u konačnici doveli do svijeta kakvog danas poznajemo - svijet velikih socijalnih nejednakosti, bijede, nepravdi, ratova, besmisla, uništenog i zagađenog okoliša itd. Danas, rijetko koja industrija duboko u svojoj srži uključuje sve ono loše što se događa u svijetu oko nas, kao što je to slučaj s tekstilnom industrijom. Uništavanje i zagađivanje okoliša pri uzgoju ključnih sirovina (pamuk), negativne posljedice za ljude i okoliš u cijelom životnom vijeku industrijskog outputa (tekstil, odjeća, obuća), potplaćenost radnika, nehumani radni uvjeti i izrabljivanje zaposlenih samo su neka od sramotnih obilježja ove svjetski značajne industrije.

Problemi današnje moderne civilizacije imaju svoje uzroke koje je potrebno dijagnosticirati kako bi se pronašla adekvatna rješenja. Koncept održivog razvoja javlja se kao značajno globalno rješenje kroz definiranje i provođenje ukupnosti razvojnih politika i strategija prirodnog, društvenog i gospodarskog razvoja.

Ključne riječi: tekstilna industrija, odjevna industrija, održivi razvoj, održivost

SUMMARY AND KEY WORDS

Man has always seen the world as the place of unique reality, where everything around him has been connected, had its purpose, place and role. Although an individual, man considered himself as part of the larger community where each individual is equal to others. Whether as individual, or as part of a larger collective, man coexisted with nature in an honest and a healthy way. He perceived nature as being his friend and companion that must not be subdued to his own needs. Everyday life assumed comprehensive care for nature and community, taking special care that the Earth, whole and untouched, is left as legacy to future generations.

The problems of modern-day man began when man distanced himself from that integral approach to thinking and living. It is hard to determine at which point in time the man began to distance himself from life philosophy of his predecessors, however it is clear today that the Industrial revolution in 18th century has accelerated the processes of general development which have, in the end, led to the world that we know today – world of high social inequalities, poverty, injustice, wars, nonsense, destroyed and contaminated environment, etc. Today, there is hardly an industry that comprised all that is wrong with the world around us, as does the textile industry. Destroying and contaminating environment when cultivating key raw materials (cotton), negative consequences for humans and environment in the entire life cycle of the industrial output (textile, clothes, shoes), underpayment of workers, unhuman working conditions, and employee exploitation are just a few characteristics of this globally significant industry.

The problems of today's modern civilisation have their root causes that need to be diagnosed in order to find adequate solutions. The sustainable development concept emerges as globally significant solution, by defining and implementing the totality of development policies and strategies of natural, social and economic development.

Key words: textile industry, clothing industry, sustainable development, sustainability

SADRŽAJ

SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI	i
SUMMARY AND KEY WORDS.....	ii
1. UVOD.....	1
1.1. Predmet i cilj rada	2
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	2
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	2
2. KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA.....	3
2.1. Općenito o konceptu održivog razvoja.....	3
2.2. Povijest i razvoj koncepta održivog razvoja	9
2.3. Načela i ciljevi održivog razvoja te izazovi njegovog mjerenja	15
2.4. Koncept održivog razvoja kao dio poslovne strategije	21
3. OBILJEŽJA TEKSTILNE INDUSTRIJE.....	25
3.1. Ključni pojmovi tekstilne industrije.....	25
3.2. Povijesni razvoj tekstilne industrije i ljudskog odijevanja.....	28
3.3. Analiza europske i svjetske tekstilne i odjevne industrije.....	33
4. TEKSTILNA INDUSTRIJA I NAČELA ODRŽIVOG RAZVOJA	45
4.1. Utjecaj tekstilne industrije na ekološku dimenziju razvoja.....	45
4.2. Utjecaj tekstilne industrije na socijalnu dimenziju razvoja.....	53
4.3. Utjecaj tekstilne industrije na ekonomsku dimenziju razvoja.....	65
5. ALTERNATIVE BUDUĆEG RAZVOJA TEKSTILNE INDUSTRIJE.....	74
5.1. Primjena načela održivog razvoja u tekstilnoj industriji.....	74
5.2. Ciljevi održivog razvoja u tekstilnoj industriji i preporuke za njihovo ostvarivanje	86

5.3. Problem ekomanipulacije i neki primjeri održivog razvoja u tekstilnoj industriji.....	91
6. ZAKLJUČAK.....	101
LITERATURA	103
POPIS SLIKA.....	120
POPIS TABLICA	121
POPIS GRAFIKONA	122
ŽIVOTOPIS.....	123

1. UVOD

Tekstilna industrija, prema stručnoj literaturi, sastoji se od industrije proizvodnje tekstila, industrije obuće i odjevne industrije, i jedna je od najstarijih i najvećih industrija na svijetu. Industrijska revolucija uz kasnije inovacije tkalačkog i šivaćeg stroja ubrzala je proizvodne procese i snizila troškove proizvodnje, što je uz nametnuto potrošačko ponašanje u 20. stoljeću dovelo do ekspanzije – kako na ponudbenoj, tako i na potražnoj strani. Danas ova industrija predstavlja savršeni primjer globalizirane industrije – nakon proizvodnje tkanine i samog odjavnog predmeta na jednoj strani Zemlje, gotov proizvod putuje i nekoliko tisuća kilometara na drugu stranu Zemlje do krajnjeg korisnika. S vremenom je postalo jasno kako se u cijelom životnom vijeku odjeće industrijskog outputa (od uzgoja pamuka kao glavne sirovine tekstilne industrije, preko proizvodnje, pa sve do konzumacije proizvoda) odvijaju negativne posljedice za ljude i okoliš, što je suprotno principima održivog razvoja – izranjajuće paradigme razvoja i očuvanja današnjeg i budućeg svijeta. Održivi razvoj predstavlja koncept razvoja koji integrira tri dimenzije: brigu o ekonomiji, društvu i okolišu, i kao takav postao je dio svake ozbiljnije agende razvoja čovjekove budućnosti.

Održivi razvoj javlja se kao opći odgovor na aktualni svjetski razvoj (gospodarski i društveni), gdje se pod uspješnim razvitkom gleda isključivo kroz kriterij maksimizacije profita poduzeća, ili gospodarskog rasta ako je u pitanju uspješnost neke države. Pristup tumačenja i prihvaćanja općeg svjetskog razvitka isključivo kroz financijske i ekonomske pokazatelje očituje se kao vrlo štetan i dugoročno neodrživ jer se pokazuje da se takvim pristupom Zemlja tretira kao tvornica, zabavni park, smetlište ili ratna zona, a gdje smo svi mi sudionici uništavanja ne samo vlastite sadašnjosti već i budućnosti naših potomaka kojima smo dužni u nasljeđe ostaviti zdravo i cjelovito životno okruženje. Kako bismo prirodni i ljudski svijet shvaćali ne više kao međusobno povezane nego kao iste svjetove, pri čemu bismo vlastite živote promatrali kao dijelove puno veće cjeline, potrebno je holističko gledanje na ljudski život i svijet oko nas. To podrazumijeva da najprije krenemo od nas samih, sagledavajući i promišljajući naš vlastiti doprinos (iako malen) trenutnom stanju svijeta koji nas okružuje.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet diplomskog rada je održivi razvoj u tekstilnoj industriji (pogotovo u industriji odjeće kao njenoj najznačajnijoj sastavnici), što podrazumijeva usmjerenje misije, vizije, strategije i ciljeva svih poduzeća u industriji ne samo na ostvarivanje ekonomskog profita, nego i na blagostanje cjelokupnog društva i očuvanje zdravog okoliša. Rad ima dva (2) cilja:

- * C1: donijeti zaključak o dugoročnoj održivosti cjelokupne tekstilne industrije i njenih sastavnica.
- * C2: kroz upoznavanje sa samim načelom održivog razvoja (njegovim instrumentima i ciljevima), analizom svjetske tekstilne industrije i analizom različitih utjecaja industrije odjeće na ekonomiju, društvo i okoliš donijeti zaključak koliko je zapravo sam koncept prisutan i prakticiran u ovoj svjetski važnoj i sveprisutnoj industriji.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Prilikom izrade diplomskog rada koristit će se sekundarni izvori podataka i informacija, kao što su knjige, znanstveni i stručni članci, izvješća i publikacije različitih vladinih i nevladinih međunarodnih organizacija. Od znanstveno-istraživačkih metoda u izradi rada najviše će se koristiti metode deskripcije, generalizacije, analize i sinteze.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad je sadržajno podijeljen na šest poglavlja, od kojih četiri predstavljaju središnji dio rada. Nakon prvog i uvodnog dijela u kojem se ukratko opisuje tema, cilj i predmet rada te izvori podataka, u drugom se dijelu detaljno obrađuje koncept održivog razvoja - sa svojim ciljevima, kriterijima, izazovima i dimenzijama.

U trećem se poglavlju obrađuje tekstilna industrija kroz svoju povijest i sastojnice (pogotovo odjevna industrija), uz neizostavnu analizu same industrije. Četvrti dio nastoji približiti utjecaj same industrije na sve tri dimenzije razvitka koncepta održivog razvoja. Peti dio obrađuje postavljene ciljeve samog koncepta u tekstilnoj industriji, primjenu koncepta i postojanje problema ekomanipulacije u industriji. Šesti i zadnji dio daje prikaz završnih zaključaka ne temelju ranije obrađenih dijelova rada.

2. KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA

Koliko god se naš svijet ubrzano mijenja, često se zaključuje kako se ipak ne mijenja sve nabolje. Nemoguće je ne osvrnuti se oko sebe i ne primijetiti mnoge negativne posljedice modernog razvitka. Možemo li reći kako su posvudašnje društvene nejednakosti, financijska i socijalna isključenost mnogobrojnih, potplaćenost radnika, siromaštvo, ratni sukobi, uništenost i opterećenost ekosustava i čovjekovo otuđenje od prirode posljedica ovakvog razvoja?

Kako bi budući smisleniji razvitak trebao imati drugačije pretpostavke od dosadašnjeg, kao jedan od odgovora nudi se sveobuhvatna primjena koncepta održivog razvoja, koji počiva na specifičnom setu vrijednosti. Iako kao sama ideja ne predstavlja novitet, tek se zadnjih nekoliko desetljeća počelo ozbiljnije govoriti o konceptu kao globalnom rješenju definiranja i provođenja strategija budućeg gospodarskog i društvenog razvitka svijeta.

2.1. Općenito o konceptu održivog razvoja

Što je uopće koncept održivog razvoja? Možda je najjednostavnije reći kako je riječ o ideji da bi budućnost trebala biti bolja, kvalitetnija, zdravija, smislenija, cjelovitija, integriranija, humanija i pravednija od prošlosti i sadašnjosti. Ideja o takvoj željenoj budućnosti nije nova, no način na koji se ona doživljava, promišlja i provodi najvjerojatnije i jest.

Održivi razvoj, koji nije niti moderan niti postmoderan pojam, zahtijeva da prirodni svijet i onaj ljudski, društveni svijet ne doživljavamo samo kao međusobno povezane, nego i kao iste svjetove. To je proces koji traži da svoje živote promatramo kao sastavne i neizostavne dijelove neke veće cjeline te zahtijeva holistički način promišljanja i gledanja na Zemlju i ljudski život. Traži spremnost na priznanje da pojedinci oko nas možda ne dijele naša uvjerenja te da će možda imati drugačije percepcije, vrednote i ambicije. Zahtjeva spoznaju kako je naš svijet višeslojan, fragmentiran i cjelovit. Postoji i drugačije gledište na održivi razvoj koji kaže da je to proizvod raznih svjetonazora, vrijednosti, djelovanja i perspektiva koje, da bi ih se u potpunosti razumjelo, zahtijevaju spremnost na slušanje drugih, poštivanje različitosti, odbacivanje uvriježenih stajališta,

promatranje tuđim očima te dopuštanje drugima da dođu do glasa i da ih se čuje, iz čega se zaključuje kako održivi razvoj zahtijeva nužan dijalog svih uključenih. (Blewitt, 2017: 14).

Održivi razvoj određuje etične principe u odnosu prema prirodnim dobrima, njihovu pravednu raspodjelu između bogatih i siromašnih zemalja te današnjih i budućih naraštaja. Obilježje mu je unutarnja proturječnost jer sjedinjuje statičnost (održivost) i dinamičnost (razvoj). On postavlja konkretne smjernice za smanjenje određenih djelatnosti koje opterećuju globalni okoliš. Da bi se primjenjivao, mora postati ne samo dio nacionalnih politika nego i tijesne međunarodne suradnje. Ovaj svjetonazor ujedinjava gospodarske, socijalne i ekološke potrebe, kapital, rad i prirodna dobra u skladnu cjelinu, uvjerljiv je, realan i osmišljen. Taj pristup neizbježno donosi trajan sukob interesa između gospodarstva, društvene pravičnosti i zaštite okoliša u nacionalnim i globalnim razmjerima. Traženje kompromisa u tim neizbježnim unutarnjim i vanjskim sukobima zadaća je politike, ostvarivanje solidarnosti i čovječnosti zadaće su religije, etike i odgoja, a traženje novih puteva za usklađivanje tih ciljeva zadatak je znanosti (Bačun, Matešić i Omazić, 2012: 196).

Bez obzira kroz koje gledište tumačili koncept održivog razvoja, na nama je da nastojimo shvaćati svijet u svoj njegovoj složenosti. Isto tako, trebamo si priznati kako, koliko god se trudili, ne razumijemo, a možda i ne možemo razumjeti sve. Vlastita nesigurnost i nepotpunost našeg znanja ne znači da moramo pribjegavati primjeni jednostavnih ili simplističkih rješenja. Složeni problemi zahtijevaju složena rješenja. Održivi razvoj zahtijeva stanje svijesti koje podrazumijeva promjenu, različitost, kreativnost, nesigurnost, rizik, neizvjesnost, čuđenje i želju te sposobnost za učenje. Riječ je o heuristici¹ - načinu učenja o životu i putem života. Važnost učenja nipošto se ne smije zaboraviti. Samo ako učimo možemo rasti, prosperirati i biti održivi (Blewitt, 2017: 15).

Održivim razvojem bave se različite struke i znanstvene discipline, i baš zbog toga do značajnijeg pomaka u razumijevanju i primjenjivosti njegove ideje ne može doći bez njihove bliske suradnje i uvažavanja međusobnih gledišta. Pritom treba naglasiti kako svaka disciplina ima svoj specifičan pogled na održivi razvoj. Tako ga ekonomisti sužavaju i ograničavaju svodeći ekonomske ciljeve na ekonomski rast i učinkovitost, društvene znanosti na pravednu distribuciju i smanjenje siromaštva, a ekološka se održivost nastoji postići samo upravljanjem prirodnim

¹ prema grčki *εὕρισκειν*: nalaziti, otkrivati - postupak koji vodi prema otkriću ili ga potiče. U filozofiji znanosti pod heurističkim se postupkom razumije dolaženje do znanstvenog rješenja ili otkrića putem pokušaja i pogrešaka, nagađanjima i opovrgavanjima. Također, riječ opisuje proces koji može riješiti određenu vrstu problema, ali ne jamči uspješno rješenje.

resursima. Sa stajališta ekologa u središtu je, naravno, zaštita okoliša koja teži prihvaćanju okoliša kao ekonomske eksternalije. Uz zaštitu okoliša veže se i pojam „upravljanje resursima“ kojim se naglašava uloga ekonomije i tržišta. Upravljanje resursima je proces u kojem se ekologija uključuje u ekonomiju (Bilas, Franc i Ostojić, 2017: 3).

Mnogim je ekonomistima prihvatljiva definicija održivog razvoja ona prema kojoj održivost pretpostavlja neopadajuće blagostanje ili neopadajuće potencijalno blagostanje tijekom vremena, no za neke i ovakva definicija otvara niz pitanja: što sve čini blagostanje i što bi sve trebalo sačuvati za buduće generacije? Pritom se često pretpostavlja da se smanjivanje prirodnih resursa može nadoknaditi povećanjem investicija u druge vrste kapitala kao što su ljudi, tehnologija i sl. Neki ekonomisti idu toliko daleko da kritiziraju koncepte kao što je *slaba održivost* (engl. *weak sustainability*) koji stavlja naglasak na ukupnu razinu štednje kapitala za budućnost pri čemu se ne razlikuju pojedine vrste kapitala (prirodni kapital nasuprot proizvedenom) i ističu kako se naglašavanjem značenja budućih generacija umanjuje značenje distribucije blagostanja unutar jedne generacije. Ekonomske definicije održivog razvoja kombiniraju zapažanja o neučinkovitosti sadašnje politike s teoremima o učinkovitom upravljanju i zaštiti okoliša, a iz niza njih se zaključuje kako je internalizacija tržišnih i političkih neučinkovitosti ključna za postizanje održivosti (Kordej-De Villa, Stubbs i Sumpor, 2009: 19 - 20).

Predstavnici klasične ekonomske misli većinom su imali negativna predviđanja budućnosti. Mnogi među njima, od kojih se u predviđanjima posebno isticao Malthus², smatrali su kako su dugoročne perspektive za poboljšanje životnih uvjeta slabe i malo vjerojatne. Ovakav stav se temeljio na pretpostavljenoj fiksnoj ponudi poljoprivrednog zemljišta zajedno s rastom broja stanovnika, pri čemu je okoliš, uz pretpostavku dugoročnog pada radničkih nadnica, predstavljao ograničenje ekonomskom rastu. Međutim, povijest je pokazala kako su predviđanja klasičara bila pogrešna - neki od razloga su zapostavljanje tehnološkog razvoja i zanemarivanje okoliša kao determinanti ekonomskog rasta i razvoja. Zbog toga došlo je do napuštanja klasične misli i razvoja neoklasične ekonomske misli koja je u svojim pretpostavkama i tumačenjima pak zanemarila

² Thomas Robert Malthus (1766. – 1834.) engleski ekonomist i demograf. Bio je pripadnik engleske klasične škole političke ekonomije. Po njemu, stanovništvo se množi geometrijskom progresijom, a proizvodnja hrane povećava se aritmetičkom progresijom, no budući da je geometrijski rast brži od aritmetičkoga, postoji trajan prirodni nesklad između rasta stanovništva i rasta proizvodnje hrane. Iako ga je povijest opovrgnula u predviđanjima (niti je došlo do usporavanja rasta poljoprivredne proizvodnje, niti se stanovništvo nastavilo razmnožavati po istoj stopi) njegov je doprinos u području ekonomske teorije i ekonomske politike od velikog značaja.

međuodnose prirode i čovjeka. Tijekom 1950-ih i 1960-ih neoklasičari su razvijali ekonomske teorije o rastu bez uključivanja okoliša kao čimbenika, istovremenim zagovaranjem mogućnosti ostvarivanja neograničenog rasta uz pretpostavku adekvatnog upravljanja gospodarstvom. 1970-ih ipak dolazi do interesa za proučavanje okoliša, pri čemu su razvijene nove discipline: ekonomika okoliša³ i ekonomika prirodnih resursa⁴ (Bilas, Franc i Ostojić, 2017: 3).

Neoklasični ekonomisti i oni koji se bave ekonomikom okoliša razilaze se u odgovoru na pitanje u kojoj su mjeri prirodni i proizvedeni kapital supstituti. Neoklasičari („tehnološki optimisti“) prirodni i proizvedeni kapital smatraju supstitutima u proizvodnji, i smatraju kako će tehnološki napredak otkriti odgovarajuće supstitute kada prirodni kapital postane oskudan. S druge strane, zagovornici ekonomike okoliša („tehnološki pesimisti“) te dvije vrste kapitala smatraju komplementarnima u proizvodnom procesu, a svako povećanje stanovništva i potrošnje stvara neodrživi pritisak na prirodne resurse (Kordej-De Villa, Stubbs i Sumpor, 2009: 19).

Ekolozi, pak, naglasak stavljaju na ekološke koncepte funkcioniranja sustava i otpornosti (engl. *resilience*) ekosustava koji se ne pojavljuju u standardnim zapisima funkcija proizvodnje i potrošnje, što dovodi u pitanje pretpostavke o mogućnostima supstitucije pojedinih vrsta kapitala. U ovoj grupi definicija održivog razvoja polazi se od pretpostavke kako ljudi ne mogu živjeti u okruženju koje trpi ekološke posljedice, gdje se argument kako supstitucija između pojedinih vrsta kapitala nije jednostavna, tj. nije moguća, koristi za pravdanje stroge pretpostavke u korist ekološkog očuvanja - riječ je o strogoj održivosti (Kordej-De Villa, Stubbs i Sumpor, 2009: 21).

Sociolozi kroz svoje gledanje na održivi razvoj ukazuju kako različiti svjetonazori utječu i na odnos prema okolišu i u izboru mjera. Svjetonazor, pak, može biti „hijerarhijski“ (djelovanje u cilju viših interesa je poželjno), „egalitaristički“ (dužnost je biti pravedan prema svima) ili „konkurentan“ (tražiti ishode povoljne za sebe) (Kordej-De Villa, Stubbs i Sumpor, 2009: 21).

Vratimo se opet na koncept održivog razvoja i na pokušaj njegovog definiranja. Koncept se može tumačiti na mnogo različitih načina, ali u svojoj srži predstavlja pristup razvoju koji ima za

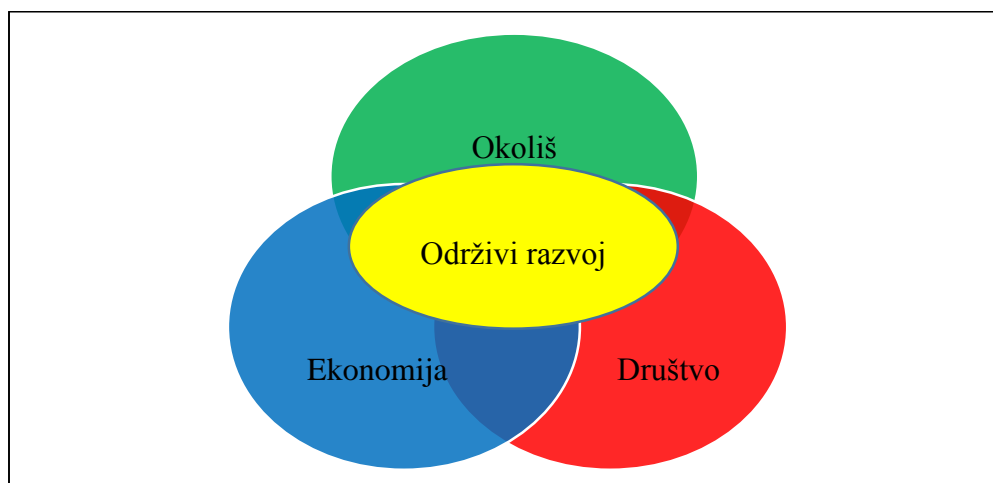
³ Podrazumijeva proučavanje odnosa između održivosti prirode i ljudi, i predstavlja interakciju između ekonomskih i ekoloških sustava. Također, obuhvaća pitanja kontrole onečišćenja i zaštite okoliša, u kojem je teško ili nemoguće procijeniti troškove i koristi, a velik se dio ove problematike nalazi izvan konkurentnog tržišnog sustava.

⁴ Disciplina koja proučava alternativne mogućnosti korištenja i odabira najproduktivnije kombinacije uporabe resursa koji su u prirodi rijetki, a u odnosu na ljudske potrebe nedovoljni i ograničeni.

cilj uravnotežiti različite, i često suprotstavljene potrebe, nasuprot svijesti o ekološkim, društvenim i ekonomskim ograničenjima s kojima se suočavamo kao društvo.

Bilas, Franc i Ostojić (2017: 2) navode da je vjerojatno jedan od najraširenijih i najutjecajnijih načina kojim se objašnjava koncept održivog razvoj prikaz istoga kao integracije triju područja koja zajedno predstavljaju brigu o društvu, ekonomiji/gospodarstvu i okolišu (vidi *Sliku 1.*)

Slika 1. Koncept održivog razvoja



Izvor: izrada autora prema Bilas, Franc i Ostojić (2017: 2)

Različiti autori i organizacije koje se bave održivim razvojem imaju različite definicije istog. Možda i najpoznatija, danas najraširenija i najčešće citirana definicija svakako je ona iz poznatog *Brundtlandovog izvješća*⁵ koje održivi razvoj opisuje kao *razvoj koji omogućava zadovoljavanje*

⁵ Godine 1983. započeo je rad na velikom istraživanju UN-ove Svjetske komisije za okoliš i razvoj (WCED) koje je čvrsto afirmiralo održivi razvoj kao najznačajniju ideju i praksu našeg doba. 1987. godine rezultati tog rada objavljeni su pod naslovom *Naša zajednička budućnost* (engl. *Our Common Future*). Rad je još poznat i kao Brundtlandovo izvješće. Premda se rad u svom originalu odnosio samo na ekološku dimenziju održivog razvoja, ideja koncepta se kasnije proširila i na društvena pitanja. Iako ponuđeno objašnjenje ne daje jasno tumačenje održivog razvoja, ipak je početak širokog prihvaćanja održivog razvoja kao temelja budućeg razvoja. Izvještaj je dobio ime prema Gro Harlem Brundtland, norveškoj liječnici i političarki (tadašnjoj premijerki), koja je predsjedala Komisijom.

Fučkan i Sabol (2013: 85) objašnjavaju kako je ovaj dokument postavio smjernice održivog razvoja, definirajući održivo društvo pomoću dvije bitne etičke dimenzije: *intrageneracijske i intergeneracijske pravednosti*. Pod intrageneracijskom pravednošću podrazumijeva se pravednost među ljudima, lokalitetima i regijama u postojećoj generaciji, a pod intergeneracijskom pravednošću među sadašnjom i budućom generacijom. Također, navode kako je WCED-ova definicija održivog razvoja proizašla iz potreba najugroženijih siromašnih u svijetu, zadovoljavanje kojih postavlja kao cilj razvoja, pri čemu su ograničenja u zadovoljavanju potreba kriteriji razvijene i primjenjivane savjesti i dostignuti stupanj razvoja društva kao sistema.

potreba sadašnjih generacija bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje vlastite potrebe (UN, 1987). Izvješće daje još jednu zanimljivu definiciju održivog razvoja: *to je proces promjene u kojem se iskorištavanje resursa, smjer ulaganja, orijentacija tehnološkog razvoja i institucionalne promjene usklađuju s budućim i sadašnjim potrebama* (UN, 1987).

Međunarodna unija za očuvanje prirode⁶ (IUCN) definira razvoj kao *modifikaciju biosfere i korištenja ljudskih, financijskih, živih i neživih resursa za zadovoljavanje ljudskih potreba i poboljšanje kvalitete ljudskog života. Da bi razvoj bio održiv, on mora voditi računa o društvenim i ekološkim, kao i o ekonomskim čimbenicima, o bazi živih i neživih resursa, te o dugoročnim i kratkoročnim prednostima i manama alternativnih djelovanja* (IUCN, 1980: 1)

1997. godine Martens, Slooff i Jackson u svom radu *Climate change, human health and sustainable development* opisuju održivi razvoj kao *poboljšanje kvalitete ljudskog života, živjeti unutar kapaciteta podupirućih ekosustava* (Bilas, Franc i Ostojić, 2017: 7).

Robert Allen je 1980. godine održivi razvoj definirao kao *razvoj koji će vjerojatno postići trajno zadovoljenje ljudskih potreba i poboljšanje kvalitete ljudskog života* (Du Pisani, 2006: 92).

Koncept održivog razvoja, kako ga je definirao Brundlandtov izvještaj, zahtjeva integraciju ekonomskih, društvenih, okolišnih i - nešto što se često ignorira - institucionalnih aspekata koji se vežu za „dobru vlast“. Ovi aspekti se nazivaju „stupovima“ ili „dimenzijama“. Operacionalizacija koncepta zahtjeva da pojedinačni „stupovi“ budu međusobno povezani i da se veze među njima konkretiziraju. Za razliku od *jednostupnog* modela čiji su prioriteti usmjereni na zaštitu okoliša, kod *trostupnog* modela sve tri dimenzije imaju podjednaki tretman, tj. ljudske se potrebe ne mogu uspješno zadovoljiti jedino uz zdrav okoliš, već se mora raditi i na dostizanju ekonomskih i društvenih ciljeva (Milutinović, 2012: 204, 205)

Povijesno gledajući, definicije održivog razvoja sadrže elemente odnosa (Pravdić, 1998: 136):

- stupnja održivosti gospodarstva prema ekološkoj osnovi održavanja života
- djelotvorne raspodjele resursa u odnosu na raspoloživost prirodnog kapitala

⁶ Organizacija osnovana 1948. godine, sa sjedištem u Glandu (Švicarska). Ima oko 1.300 članica (države i vladine agencije, velike i male nevladine organizacije, organizacije autohtonih naroda, znanstvene i akademske institucije i poslovna udruženja) i koristi znanje oko 14.500 stručnjaka iz različitih znanstvenih disciplina, a svoje usluge pruža javnim, privatnim i nevladinim organizacijama.

- načela ravnopravne podjele resursa te prilika za razvoj sadašnjim i budućim generacijama

Od uvođenja pojma održivog razvoja u svakodnevnu upotrebu i prepoznavanja njegove mnogoznačnosti pojavile su se dvije kategorije: *slaba* i *jaka održivost*. Slaba održivost zahtijeva da ukupna vrijednost kapitala nekog društva (kapital stvoren po čovjeku + prirodni kapital + kapital u ljudima i njihovom znanju + moralni i kulturni kapital) mora ostajati konstanta, a pretpostavlja se načelna sposobnost supstitucije svake vrste kapitala. Kritičari slabe održivosti tvrde da to može uzrokovati smanjivanje raspoloživosti prirodnog kapitala i posljedično smanjivanje kvalitete okoliša ako se ostale vrste kapitala povećavaju, dok njihovi zastupnici tvrde da se potrošnja prirodnih dobara po stanovniku i resursna osnovica ne mogu istodobno održavati konstantnima. Ovdje se nameću i neka pitanja: „crpljenjem inputa iz prirode, možemo li govoriti o ikakvoj održivosti?“; „trebaju li društva prihvatiti održivost kao osnovicu svojih politika?“. Često su odgovori na ova pitanja pod utjecajem učenja koja najčešće zanemaruju prirodno-znanstveno tumačenje raspoloživosti prirodnog kapitala i podržavaju supstituciju ljudski stvorenog kapitala za iskorištenje prirodnog kapitala. S druge strane, jaka održivost zahtijeva da su prirodni i stvoreni kapital komplementi, i tako nezamjenjivi. Svaku od dviju kategorija treba održavati neokrnjenom, zasebno ili zajedno u nepromjenjivim odnosima (Pravdić, 1998: 133 - 135).

Neki autori spominju i *umjerenu održivost* kao treću kategoriju održivosti, tj. ona koja pretpostavlja djelomičnu zamjenjivost prirodnog kapitala i priznaje fizička ograničenja ekonomskom rastu gdje su kritični oblici prirodnog kapitala (poput svjetske klime) ozbiljno pogođeni (Steurer et al., 2005: 269).

2.2. Povijest i razvoj koncepta održivog razvoja

Razmišljanje o napretku započelo je stoljećima prije modernog doba. Iako su prve ideje o napretku formulirane još u grčko-rimsko doba, tek su hebrejska i kršćanska teologija promijenile način promišljanja o povijesti i napretku, izražavajući linearni koncept vremena kao usmjereni slijed događaja. Sveti Augustin⁷ je u svom najznačajnijem djelu *O državi božjoj* (lat. *de civitate dei*) koristio shemu ljudske povijesti (kao šest razdoblja svijeta) i tako prikazao napredak

⁷ Kršćanski svetac, pisac i teolog (354. - 430.). Jedan je od najutjecajnijih učitelja i mislilaca kršćanske povijesti.

čovječanstva u smislu uzastopnih, hitnih faza. Kršćanska filozofija pridonijela je ideji napretka kroz pojam postepenog odvijanja dizajnirane sadašnjosti od početka ljudske povijesti. U srednjovjekovnom razdoblju kršćanski koncept napretka obuhvaćao je milenijalizam, utopijske ideje i osjećaj važnosti poboljšanja ovoga svijeta u pripremi za život u sljedećem. Za vrijeme renesanse propagiraju se ideje cikličkog ponavljanja, ali reformistički mislioci su povratili svoje vjerovanje u linearni napredak čovječanstva. 1683. godine francuski znanstvenik Fontenelle prvi je artikulirao *Veliku ideju o napretku*, tj. da je čovječanstvo s novom znanošću i poboljšanom tehnologijom ušlo na put potrebnog i neograničenog napretka (Du Pisani, 2006: 84).

Tijekom prosvjetiteljstva i nakon njega (1750. - 1900.) zahvaljujući radovima Turgota, Condorceta, Comtea, Hegela, Marxa i drugih, ideja o napretku ne samo da je doživjela svoj vrhunac nego je bila i dominantna ideja razdoblja. Tijekom Industrijske revolucije nepovratno se mijenjalo i samo društvo, a ljudski je napredak povezivan s ekonomskim rastom i materijalnim napretkom. Također, postojao je optimizam da znanstveni i tehnološki napredak može dovesti do moralnog savršenstva čovječanstva, a ideja napretka kreće se u smjeru boljeg života na Zemlji, za što je zaslužan znanstveni i tehnološki napredak. U razdoblju od sredine 18. do 20. stoljeća vjera u napredak čovječanstva bila je u intelektualnim krugovima gotovo univerzalna, a napredak se smatrao ne kao slučajnost već kao nužnost. Međutim, postojala je i ona manje optimistična strana. Kapitalizam je svoje prednosti i nagrade odnosio u bogate industrijske zemlje, dok se jaz između bogatijih i siromašnijih društava sve više povećavao, a neravnomjerna raspodjela bogatstva postala je glavni motiv rasprava o razvoju i održivosti. Industrijskim razvojem pojavio se veliki problem degradacije okoliša uzrokovanog iskorištavanjem prirodnih resursa (tada se vjerovalo u neiscrpne zalihe). Sve to dovelo je do velike zabrinutosti za samu održivost (Du Pisani, 2006: 84, 85).

Iako se pojam održivost (sustainability/sustainable) u engleskom rječniku prvi put pojavio tek u drugoj polovici 20. stoljeća, istoznačnice u njemačkom, francuskom i danskom jeziku su se koristile stoljećima prije (Du Pisani, 2006: 85).

Potražnja za sirovinama i njihov utjecaj na okoliš stalan su problem tijekom ljudske povijesti - u egipatskoj, mezopotamskoj, grčkoj i rimskoj civilizaciji pojavili su se problemi s okolišem kao što su krčenje šuma, salinizacija i gubitak plodnosti tla, što bismo danas nazvali problemima održivosti. Davno u 5. stoljeću prije Krista Platon, Strabon i Columella u 1. stoljeću prije Krista i Plinije Stariji u 1. stoljeću su raspravljali o različitom narušavanju okoliša koje proizlaze iz

ljudskih aktivnosti kao što su poljoprivreda, sječa drva i rudarstvo. Ovi autori ne samo da su bili svjesni narušavanja kvalitete okoliša već su i preporučivali ono što danas zovemo praksama održivosti kako bi se osigurala očuvanost zemlje (Du Pisani, 2006: 85).

Drvo je predstavljalo neophodnu sirovinu i za gorivo i građevinski materijal sve do 18. stoljeća, te se koristilo u gotovo svim proizvodnim procesima. Njemački rudarski inženjer Georg Agricola opisao je negativne učinke sječe stabala još u 16. stoljeću. Do 18. stoljeća zbog masovne uporabe drva u brodogradnji i rudarstvu, nedostatak drva postao je ozbiljan problem u Europi. Strah od toga da bi nedostatak drva mogao ugroziti ljudsku egzistenciju potaknuo je razmišljanja u prilog odgovornoj upotrebi prirodnih resursa u interesu sadašnjih i budućih generacija, vrlo slično onom današnjem o održivom razvoju (Du Pisani, 2006: 85). Premda je drvo obnovljivi resurs, europske države su u to vrijeme sjekle više stabala nego što su ih sadile i održavale do zrelosti za sječu. Vlade u Ujedinjenom Kraljevstvu, Francuskoj i (posebno) Njemačkoj polagano su uviđale da je takva stopa potrošnje drva neodrživa, a niz stručnjaka za šume i onih prosvijećenih, poput Johana Wolfganga von Goethea⁸, vjerovali su da bi osnova za upotrebu i iskorištavanje šuma trebala biti „njihovi istinski kapaciteti“ (Blewitt, 2017: 21).

Pojam održivosti prvi put je koristio Hans Carl von Carlowitz u djelu *Sylvicultura Oeconomica* iz 1713. Predložio je održivu upotrebu (engl. *sustainable use*; njem. *nachhaltende Nutzung*) šumskih resursa, što je zahtijevalo ravnotežu između sječe starijih stabala i osiguravanja novih u zamjenu. I drugi šumarski stručnjaci su se zalagali za održivo šumarstvo i preporučili određene mjere za očuvanje šuma. U 19. stoljeću pažnja se prebacila na ugljen koji je s vremenom postao ključan energent i krenule su rasprave (npr. publikacija iz 1865. *Pitanje ugljena* (engl. *The Coal Question*) autora W. S. Jevonsa) o opasnostima njegovog iscrpljivanja (Du Pisani, 2006: 85, 86).

Više od jednog stoljeća prije nego što je pojam održivog razvoja ušao u upotrebu pojavile su se neke publikacije koje su se bavile tematikom koju bismo danas mogli nazvati održivim razvojem. 1848. godine objavljena je knjiga *Principi političke ekonomije* (engl. *Principles of*

⁸ Bio je njemački pisac i državnik (1749. - 1832.). Smatra ga se za jednog od najvećih i najsvestranijih književnika i mislioca u njemačkoj povijesti. Njegova književna dijela *Patnje mladog Werthera* i *Faust* među najpoznatijim su djelima njemačke i svjetske književnosti.

political economy) Johna Stuarta Milla⁹ koja uključuje kratko poglavlje o pitanjima kojima se bavi suvremeni održivi razvoj. 1864. godine objavljena je knjiga *Čovjek i priroda* (engl. *Man and nature*) G. P. Marsha u kojoj je opisao kako su poremećeni različiti aspekti okoliša zbog ljudskog interveniranja, a 1898. godine knjiga *Naše predivno stoljeće* (engl. *Our wonderful century*) A. R. Wallacea koja predstavlja retrospektivnu procjenu uspjeha i neuspjeha 19. stoljeća, a neograničeno iscrpljivanje prirodnih resursa nazvao je „potomstvu učinjena ozljeda“ (Du Pisani, 2006: 86).

Kako je tijekom 20. stoljeća nafta preuzela primat najvažnijeg izvora energije, tako se javio i strah o mogućem iscrpljivanju njenih prirodnih zaliha. U prvoj polovici 20. stoljeća neki su znanstvenici, poput G. Pinchota, G. A. Brender a` Brandisa i F. M. Jaegera raspravljali o ograničenjima u opskrbi sirovinama i energentima i upozoravali na njihovu rasipnu potrošnju, dok su T. Veblen (1917.) i A.C. Pigou (1929.) pozivali na ono što danas smatramo održivim razvojem. Sredinom stoljeća E. de Vries (1948.), W. Vogt (1948.) i H. F. Osborn (1948. i 1953.) u svojim su se radovima bavili posljedicama prekomjernog iskorištavanja prirodnih resursa i pozvali ljude da te resurse koriste na odgovoran način. U radu *Društveni troškovi privatnog poduzetništva* (engl. *The social costs of private enterprise*) iz 1950. godine K. W. Kapp je analizirao većinu ekoloških pitanja koja danas čine dio diskursa održivog razvoja (Du Pisani, 2006: 86, 87).

Nakon pesimizma prve polovice 20. stoljeća (veliki svjetski sukobi i Velika depresija) od 1950-ih zahvaljujući snažnom ekonomskom procvatu bez presedana obnovio se optimizam oko perspektive rasta životnog standarda u svijetu. No, ekonomski procvat nošen znanstvenim i tehnološkim razvojem, uzrokovao je veliku štetu prirodnom okolišu, zbog čega su mainstream ekonomisti neoklasične škole bili svjesni problema održivosti u vezi s masovnim iskorištavanjem prirodnih resursa, zagađenja okoliša i rasta stanovništva. Do 1970-ih postojeći pojmovi 'napredak', 'rast' i 'razvoj' bili su osporavani. Optimizam 1960-ih pretpostavljao je da će se problemi razvoja nerazvijenog svijeta brzo riješiti kao posljedica svjetskog gospodarskog rasta, ali 1970-ih optimizam je izbljedio. Ekonomski rast nije se pokazao kao nada za rješenje globalnih nejednakosti, što je zahtijevalo pomak paradigme u novi pojam razvoja (Du Pisani, 2006: 87, 91).

⁹ Bio je britanski filozof, ekonomist i državni službenik (1806. - 1873.). Jedan je od najutjecajnijih mislilaca u povijesti klasičnog liberalizma, s velikim doprinosom društvenoj i političkoj teoriji i političkoj ekonomiji. Zagovarao je utilitarističke (utilitarizam je smjer u etici koji svrhu ljudskog djelovanja vidi u koristi i dobrobiti, bilo pojedinca bilo zajednice) teorije u filozofiji i ekonomiji. Njegov koncept slobode opravdavao je slobodu pojedinca u suprotnosti s neograničenom državnom i društvenom kontrolom.

1960-ih i 1970-ih se u Europi i Americi javlja sve veća bojazan da gospodarski rast, razvojni konzumerizam i s njim povezani zahtjevi životnog stila narušavaju ekološku ravnotežu, ekonomsku stabilnost i sigurnost planeta. 1966. K. E. Boulding napisao je članak *Ekonomija dolazećeg svemirskog broda Zemlja* (engl. *The economics of the coming Spaceship Earth*) u kojem je ustvrdio da ništa ne postoji u neograničenim zalihama, te da će ljudski rod morati pronaći svoje mjesto u cikličkom ekološkom sustavu koji jest sposoban za trajnu reprodukciju, ali kojemu su stalno potrebna energetska ulaganja da bi se održao (Blewitt, 2017, 22, 23). Smatra se da je 1969. godine Barbara Ward na jednoj konferenciji o gospodarskom razvoju u Washingtonu prva upotrijebila pojam održivi razvoj (Kordej-De Villa, Stubbs i Sumpor, 2009: 17). Tih godina osnovane su svjetski slavne mreže/organizacije za vršenje javnog pritiska, kao što su *Friends of the Earth* 1969. u San Franciscu i *Greenpeace* 1971. godine. 1970. godine u SAD-u je održana je prva velika manifestacija od istinskog društvenog i kulturnog utjecaja, a uslijedila je nakon rasprave u UN-u (1969.) i prijedloga za osnivanje svjetskog praznika. Tako je nastao *Dan planeta Zemlja* (engl. *Earth Day*), kojeg obilježavamo 22. travnja svake godine. 1972. urednici časopisa *The Ecologist* uputili su poziv na akciju napisavši u tekstu pod naslovom *Nacrt za preživljavanje* (engl. *A Blueprint for Survival*): *Glavni je nedostatak industrijskog načina života s njegovim etosom ekspanzije taj da je on neodrživ. Njegov prestanak u okviru životnog vijeka nekoga tko je rođen danas neizbježan je - izuzev ako ga još neko vrijeme nastavi održavati čvrsto etablirana manjina po cijenu velikih nedaća ostatka čovječanstva* (Blewitt, 2017: 22, 23).

Godine 1972. objavljena je, tako se danas smatra, prijelomna studija *Granice rasta* (engl. *The Limits to Growth*) ekspertne organizacije Rimski klub¹⁰. Studija Kluba pokušala je spojiti optimizam u pogledu ljudskih potencijala za inovacije i nadilaženje ekoloških i demografskih problema s dobro potkrijepljenim upozorenjem da će u slučaju nastavka suvremenih trendova gospodarske i ekološke posljedice biti kobne. Izrađen je globalni model posebno namijenjen istraživanju pet najvažnijih trendova - ubrzane industrijalizacije, brzog rasta stanovništva, raširene pothranjenosti, iscrpljivanje neobnovljivih resursa i pogoršavanje stanja okoliša. Autori su „otišli“

¹⁰ Neovisna međunarodna organizacija osnovana 1968. godine radi identifikacije, analize te pronalaženja rješenja za najvažnije probleme razvoja čovječanstva. Od 2008. sjedište organizacije je u švicarskom Winterthuru. Prvo izvješće Kluba bila je studija D. Meadowsa i suradnika *Granice rasta*. Djelatnost kluba simbolizira krilatica: „misli globalno, djeluj lokalno“. 1993. godine Klub je osnovao Vijeće za budućnost Europe.

i u budućnost postavljajući ključna pitanja kao što je npr. „možemo li nastaviti s trajnim širenjem proizvodnje i potrošnje?“ Njihov odgovor je bio „ne“ (Blewitt, 2017: 23).

1972. godine došlo je do održavanja prve ozbiljne međunarodne rasprave o globalnim problemima okoliša na *Konferenciji UN-a o ljudskom okolišu* održanoj u švedskom Stockholmu. Ova konferencija bila je prva u seriji konferencija o potencijalnoj ekološkoj krizi, i poznata je po usvojenoj *Deklaraciji o čovjekovom okolišu* (dvadeset i šest načela za zaštitu, očuvanje i poboljšanje okoliša) i *Akcijskom programu* (sto i devet preporuka za konkretne poteze država). Godine 1983. započeo je rad na velikom istraživanju UN-ove Svjetske komisije za okoliš i razvoj (WCED), a 1987. godine rezultati tog rada objavljeni su izvješću pod naslovom *Nаша zajednička budućnost* (engl. *Our Common Future*). Ovo izvješće iznjedrilo je danas najpoznatiju i najcitiraniju definiciju održivog razvoja (Blewitt, 2017: 25).

1992. godine u Rio de Janeiru održana je *Konferencija UN-a o okolišu i razvoju* (sastanak poznat i kao Zemaljska konferencija), koja je modernom svijetu dala niz ključnih dokumenata, među kojima su najpoznatiji *Agenda 21*¹¹ (ciljevi, potrebne mjere, preporuke i osnove djelovanja tematski su svrstane u 40 poglavlja) i *Deklaracija o okolišu i razvoju* (27 načela). Iako je konferencija istaknula nužnost inkorporiranja koncepta održivog razvoja svih država, njeni dokumenti ne daju konačan odgovor na pitanje kako izbalansirati interese okoliša i razvoja. U svibnju iste godine u New Yorku je usvojena *Okvirna konvencija UN-a o promjeni klime*¹² (engl. *The United Nations Framework Convention on Climate Change*) kojom se globalno rješava pitanje klimatskih promjena (potpisana je u lipnju na Konferenciji u Rio de Janeiru, a stupila je na snagu u ožujku 1994. godine). Danas broji 192 države potpisnice od čega je samo SAD nije ratificirala (Kosor, 2012: 84, 86).

Spomenimo još i Konferenciju UN-a u Johannesburgu iz 2002. koja je poznata po donesenoj *Deklaraciji o održivom razvoju*. Deklaracijom se potvrđuje opredjeljenje mnogih država za održivi razvoj i ističe kako je multilateralnost jedini put prema k održivom razvoju. S aspekta političkog opredjeljenja sudionika Konferencije, ova je Deklaracija u usporedbi s onom iz Rija općenita.

¹¹ Ne predstavlja međunarodnopravni dokument. Integrira razvojno-političke i okolišno-političke aspekte. Strateška je osnova koncepta održivi razvoj. Tri su najvažnije teme održivi razvoj, klimatske promjene i biološka raznolikost.

¹² Republika Hrvatska postala je stranka Okvirne konvencije UN-a o promjeni klime 1996., donošenjem Zakona o njezinu potvrđivanju u Hrvatskom saboru. RH je potpisala Protokol 11. ožujka 1999. godine kao 78. potpisnica, ali ga nije ratificirala sve do 2007. godine zbog pregovora oko bazne godine.

Posrijedi su globalni problemi poput gladi, oružanih sukoba, trgovine drogom, organiziranog kriminala, korupcije, trgovine oružjem, trgovine ljudima, terorizma, netolerancije itd. Mnogi su kritizirali deklarativno opredjeljenje država za održivi razvoj dok se u praksi nastavljala neodrživa praksa, a neke su kritike Deklaracije bile usmjerene na skretanje pozornosti s pitanja okoliša na ekonomska pitanja i iskorjenjivanje siromaštva. To je privuklo pozornost zemalja Trećeg svijeta, ali je omogućilo nastavak prekomjerne potrošnje resursa (Bačun Matešić i Omazić, 2012: 35).

2.3. Načela i ciljevi održivog razvoja te izazovi njegovog mjerenja

Kako bi se koncept održivog razvoja mogao primjenjivati i ostvarivati neke svoje ciljeve, potrebno je oblikovati određene temeljne postavke, tj. vrijednosti i načela koja bi trebali dijeliti svi sudionici. Kao i kod definicije samog koncepta, tako i kod načela održivog razvoja različiti autori i organizacije daju različita tumačenja načela održivog razvoja, iako je kod svih izvjesno kako prožimaju sve tri dimenzije održivog razvoja.

Za bolje shvaćanje što održivi razvoj zahtjeva kako bi se zaista i osigurao Bilas, Franc i Ostojčić (2017: 2) daju primjer Britanske Komisije za održivi razvoj (engl. *Sustainable Development Commission*) koja je svojevremeno razvila šest načela kojima bi se trebao osigurati održivi razvoj u svim ekonomskim, društvenim i ekološkim pitanjima neke zemlje. Načela su:

1. *Stavljanje održivog razvoja u središte* - održivi razvoj mora biti organizacijsko načelo svih demokratskih društava, podupirući sve ostale ciljeve, politike i procese.
2. *Davanje vrijednosti prirodi* - društvo ovisi o resursima ekosustava te je stoga važno i njegovo očuvanje.
3. *Pravedni udjeli* - održivi razvoj podrazumijeva pravedne udjele za sve, osiguravajući zadovoljavanje osnovnih potreba svih ljudi uz konstantno poboljšanje kvalitete života.
4. *Onaj koji onečišćuje plaća* - održivi razvoj zahtijeva jasno određivanje troškova i neučinkovite primjene resursa i njihovo pribrajanje u cijene koje plaćamo za proizvode ili usluge, reciklirajući prihode od viših cijena kako bi se potaknula održiva revolucija i nadoknadila šteta onima čiji je okoliš onečišćen.

5. *Dobro upravljanje* - iako ne postoji jedinstvena strategija koja se može primjenjivati u svim zemljama, ipak se svaka strategija mora temeljiti na učinkovitim, participativnim institucijama i sustavima upravljanja.
6. *Pristup predostrožnosti* - znanstvenici, inovatori i svi oni koji stvaraju bogatstvo imaju ključnu ulogu u omogućavanju održivog razvoja. Međutim, tehnološki je napredak toliko brz da postoji opasnost od neodrživog razvoja i stvaranja ozbiljnih šteta okolišu uslijed nedostatka brige o širim utjecajima napretka.

Povelja o Zemlji (engl. *The Earth Charter*) je dokument koji je 2000. godine predstavila Komisija Inicijative Povelje o Zemlji. Cilj Inicijative¹³ bio je da se Poveljom istakne potreba za cjelovitim etičnim okvirom, oblikovanjem vrijednosti i načela koja će kao takva biti poticajna na prijelazu na održivi razvoj. Načela su sljedeća (Bačun, Matešić i Omazić, 2012: 226):

1. *Poštovanje i skrb za zajednicu života* - poštovati Zemlju i život u svoj njegovoj raznolikosti; brinuti se za zajednicu života s razumijevanjem i suosjećanjem; graditi demokratska društva koja su pravedna, održiva i mirotvorna itd.
2. *Ekološki integritet* - zaštititi i obnoviti integritet ekoloških sustava posvećujući osobitu pozornost biološkoj raznolikosti i prirodnim procesima koji održavaju život; sprječavanje uništavanja okoliša kao najbolja metoda njegove zaštite; prihvatiti proizvodnju i potrošnju koji štite Zemljine regenerativne sposobnosti, ljudska prava i dobrobit zajednice itd.
3. *Društvena i gospodarska pravda* - iskorijeniti siromaštvo je etički, društveni i okolišni imperativ; osigurati da gospodarske aktivnosti i ustanove na svim razinama promiču ljudski razvoj na pravedan i održiv način; podržati pravo svih na prirodno i društveno okruženje koje potvrđuje ljudsko dostojanstvo, tjelesno zdravlje i duhovno blagostanje itd.
4. *Demokracija, nenasilje i mir* - jačati demokratske ustanove na svim razinama te osigurati transparentnost i odgovornost u upravljanju; integrirati znanja, vrijednosti i vještine potrebne za održivi način života u formalno obrazovanje i cjeloživotno učenje itd.

Međunarodna nevladina organizacija World Wide Fund For Nature (WWF), United Nations Environment Programme (UNEP) i International Union for Conservation of Nature (IUCN) u

¹³ Za sebe kažu da predstavljaju „globalni pokret sastavljen od organizacija i pojedinaca koji su prihvatili viziju održivosti koju Povelja o Zemlji artikulira i koja je koristi na različite načine za usmjeravanje tranzicije prema pravednijem, održivijem i mirnijem svijetu“.

svom su zajedničkom izvješću *Caring for the Earth* naveli svojih devet povezanih načela koja predstavljaju temelj strategije održivog razvoja. Načela su (Črnjar i Črnjar, 2009: 84 - 86):

1. *Poštovanje i briga za životnu zajednicu* - poštovanje i briga za ljude i ostale oblike života
2. *Poboljšanje kakvoće života* - razvoj treba omogućiti ljudima da imaju dostojanstven život
3. *Zaštita vitalnosti i raznolikosti Zemlje* - razvoj se mora temeljiti na zaštiti okoliša
4. *Minimiziranje iscrpljivanja neobnovljivih resursa* - produljenje životnog vijeka resursa
5. *Poštovanje granica prihvatljivog kapaciteta Zemlje* - ravnoteža s kapacitetima Zemlje
6. *Promjene u osobnim stavovima i postupcima* - preispitivanje ljudskih vrednota i ponašanja
7. *Omogućavanje zajednicama da skrbe o vlast. okolišu* - dati moć zajednicama da djeluju
8. *Stvaranje nacionalnog okvira integracije razvoja i zaštite* - postojanje znanja i informacija
9. *Stvaranje globalnog saveza* - globalna održivost ovisi o čvrstom savezu među državama

Ciljevi održivog razvoja su osigurati kvalitetan život za ljude sada, ali i za buduće generacije (Bilas, Franc i Ostojić, 2017: 7). Provedba ciljeva održivog razvoja, kao prvenstveno globalnog i političkog koncepta, velik je institucionalni izazov za države, bez obzira na njihovu razvijenost. Potreba za institucionalizacijom održivog razvoja prepoznata je još 1992. godine i formalizirana u *Agendi 21*.¹⁴ (obuhvaća ciljeve, potrebne mjere i osnove djelovanja u 40 poglavlja). Konferencija UN-a o održivom razvoju iz 2002. godine ističe da je „dobro upravljanje nužno za održivi razvoj“. Postizanje ciljeva održivog razvoja u velikoj mjeri ovisi o upravljačkom sustavu i metodama. Kao najdjelotvorniji pristupi za postizanje održivosti najčešće se navodi odgovarajuća alokacija odgovornosti (supsidijarnost i decentralizacija), priroda koordinacije, integriranje različitih javnih i sektorskih politika, otvorenost procesa za uključivanje različitih dionika (participacija), povezanost s nižim razinama upravljanja (operacionalizacija i lokalna dimenzija) te praćenje i vrednovanje provođenja javnih politika (Kordej-De Villa, Stubbs i Sumpor, 2009: 11).

2000. godine Opća skupština UN-a u svojila je *Milenijsku deklaraciju* (engl. *United Nations Millennium Declaration*), politički dokument UN-a za 21. stoljeće. Dokument utvrđuje ciljeve razvoja na područjima koja su od interesa za cjelokupnu međunarodnu zajednicu te aktivnosti koje

¹⁴ Bačun, Matešić i Omazić (2012: 240) navode kako Agenda 21 ne predstavlja međunarodnopravni dokument, tj. da predstavlja stratešku osnovu koncepta održivog razvoja za njegovo uvođenje u nacionalne strategije. Integrira razvojno-političke i okolišno-političke aspekte. Tri najvažnije teme su održivi razvoj, klimatske promjene i biološka raznolikost. Ne temelji na tradicionalnoj problematici degradacije i očuvanja okoliša. Umjesto toga, osobita se pozornost daje političkim, ekonomskim i financijskim aspektima održivog razvoja.

trebaju pridonijeti njihovu ostvarivanju. Deklaracija u sebi sadrži osam *Milenijskih razvojnih ciljeva* (engl. *Millennium Development Goals*) za koje su se članice UN-a obvezale da će ih ostvariti do 2015. godine. Milenijski razvojni ciljevi bili su (Bilas, Franc i Ostojić, 2017: 58):

1. Iskorjenjivanje ekstremnog siromaštva i gladi
2. Postizanje općeg primarnog obrazovanja
3. Promicanje ravnopravnosti spolova i osnaživanje žena
4. Smanjivanje mortaliteta djece
5. Pобољшanje zdravlja majki
6. Borba protiv HIV-a/AIDS-a, malarije i drugih bolesti
7. Osiguravanje održivosti okoliša
8. Uspostavljanje globalnog partnerstva za razvoj

Milenijski razvojni ciljevi su nakon 2015. godine dobili svoje nasljednike u obliku *Ciljeva održivog razvoja* (engl. *Sustainable Development Goals*) kada ih je Skupština UN-a usvojila u New Yorku. Ovaj program poznat je i pod imenom *Agenda 2030*¹⁵. Ukupno je usvojeno 17 novih ciljeva i 169 povezanih ciljeva (engl. *targets*) u kojima su uravnotežene ekološka, društvena i gospodarska dimenzija održivog razvoja. Sve ciljeve i povezane ciljeve trebalo bi ostvariti do 2030. godine. Ciljevi održivog razvoja su (United Nations, 2015):

1. Iskorijeniti siromaštvo svugdje i u svim oblicima
2. Iskorijeniti glad, poboljšati ishranu i promicati održivu poljoprivredu
3. Osigurati zdrav život i promicati blagostanje svakoga u svakoj dobi
4. Osigurati uključivo i pravedno kvalitetno obrazovanje i promicati mogućnost cjeloživotnog učenja za sve
5. Postići ravnopravnost spolova i osnažiti sve žene i djevojke
6. Osigurati dostupnost i održivo upravljanje vodom i sanitarnim uvjetima za sve
7. Osigurati pristup cjenovno pristupačnoj, pouzdanoj, održivoj i modernoj energiji za sve
8. Promicati održiv gospodarski rast, puno zapošljavanje i dostojanstven rad za sve
9. Izgraditi otpornu infrastrukturu, promicati održivu industrijalizaciju i poticati inovacije

¹⁵ Sveobuhvatni program Agenda 2030 uključuje i Akcijski program UN-a iz Adis Abebe donesen u srpnju 2015., kojim se utvrđuju različita sredstva potrebna za provedbu programa, što uključuje domaće resurse, privatno financiranje i i službenu razvojnu pomoć.

10. Smanjiti nejednakost unutar i među zemljama
11. Učiniti gradove i ljudska naselja uključivima, sigurnima, otpornima i održivima
12. Osigurati održive obrasce potrošnje i proizvodnje
13. Poduzeti hitne mjere za borbu protiv klimatskih promjena i njihovih učinaka
14. Očuvati i održivo koristiti oceane, mora i morske resurse za održivi razvoj
15. Zaštititi i promicati održivo korištenje kopnenih ekosustava, održivo upravljanje šumama, te zaustaviti degradaciju zemljišta i zaustaviti gubitak biološke raznolikosti
16. Promicati mirna i uključiva društva za održivi razvoj, osigurati pristup pravdi za sve i izgraditi učinkovite, odgovorne i uključive institucije na svim razinama
17. Ojačati sredstva provedbe i revitalizirati globalno partnerstvo za održivi razvoj

Mjerenje održivog razvoja složeno je s obzirom na njegovu multidimenzionalnost. Stručna literatura tvrdi kako bi pojedinačan pokazatelj održivog razvoja trebao biti: specifičan (jasno se odnosi na rezultate), mjerljiv (kvantitativan je), upotrebljiv (praktičan je), fleksibilan (prilagodljiv prilikama), dostupan (jednostavno prikupljanje podataka) i rentabilan (pristup podacima nije skup). S. Dresner u svom radu iz 2008. godine predlaže određenu strukturu koja bi se primijenila prigodom odabira pokazatelja održivog razvoja. Najosnovnija takva struktura predstavljala bi okvir za standardne *pokazatelje pritiska - stanja - reakcije*, tj. PSR pokazatelje (engl. *Pressure - State - Response*). Osnovni PSR model ima dva oblika: linearni i kružni. Osim navedenih, mogu obuhvatiti i utjecaje, pa nastaje *model pritiska - stanja - utjecaja - reakcije*, tj. PSIR model (engl. *Pressure - State - Impact - Response*). Neki od ovih pokazatelja su: *pokazatelji stanja* (postotak smanjenja ozonskog sloja), *pokazatelj pritiska* (godišnja proizvodnja i potrošnja kloro-florokarbonskih tvari) i *pokazatelji dogovora* koji se tiču Bečke konvencije i Montrealskog protokola o zaštiti ozonskog sloja (Črnjar i Črnjar, 2009: 105, 106).

Sintetizirani pokazatelji obuhvaćaju pak veći broj iz jedne ili više grupa nesintetiziranih pokazatelja, od kojih su najprimjenjiviji: *eko-pokazatelji* (integralna procjena 10 utjecaja na okolinu kao što su teški metali i pesticidi); *eko-efikasnost* (dobit i dobrobit u odnosu na ukupne troškove i okolinska opterećenja); *ekološki otisak* (ukupna okolinska opterećenja izražena u ekvivalentnim hektarima zemljišta); *okolinski kapacitet* (mjera ukupnih okolinskih opterećenja Zemlje, riječnog sliva itd.); *indeks humanog razvoja* (globalni pokazatelj koji vodi računa o socijalnim i ekonomskim aspektima) i *Dow-Jonesov grupni indeks održivosti* (pokazatelj

održivosti razvoja poduzeća kroz njihov odnos prema društvu i prirodi). Integracija pokazatelja u osnovi predstavlja sredstva koje omogućuje da se pojedinačni i veoma različiti pokazatelji, unutar određenog okvirnog sustava, zajednički promatraju radi dobivanja holističkog pogleda na održivi razvoj (Črnjar i Črnjar, 2009: 106, 107).

Osim uobičajenih mjera ekonomske aktivnosti kao što su bruto i neto domaći proizvod¹⁶, razvijeni su (i dalje se razvijaju) i pokazatelji koji izravniije mjere nacionalno blagostanje. Jedan od takvih pokazatelja je i *Human Development Index* (HDI) kojeg je razvio i objavljuje United Nations Development Programme (UNDP). HDI se temelji na tri seta podataka povezanih sa zdravstvom (indeks očekivanog trajanja života), obrazovanjem (indeks obrazovanja) i dohotkom (indeks životnog standarda), a koje UNDP smatra ključnim sastavnicama blagostanja. Svjetska banka razvila je pokazatelj prilagođene neto štednje koji prikazuje udio prilagođene neto štednje u bruto nacionalnom dohotku (%). S druge strane, *Environmental Sustainability Index* (ESI), kojeg je razvio Center for International Earth Science Information Network (CIESIN) sa sveučilišta Columbia, mjeri dimenziju zaštite okoliša (Bilas, Franc i Ostojić, 2017: 24).

Postoje i drugi složeni agregirani ekonomski, društveni i ekološki pokazatelji kao što su *Environmental Performance Index* (EPI), kojeg je razvilo poznato sveučilište Yale te *Sustainability Index* (SI) kojeg je razvila fondacija Fondazione Enrico Mattei sa sjedištem u Milanu. M. Nourry u svom radu iz 2007. godine analizira i predlaže načine izračuna sljedećih mjera održivosti: zeleni nacionalni neto proizvod, štednja, ekološki trag te mjere blagostanja: indikator održivog ekonomskog blagostanja i zeleni ljudski razvojni indeks. Također ističe kako svaki od navedenih indikatora ima svoje prednosti i nedostatke te niti jedan samostalno ne može dati točan prikaz održivog razvoja (Bilas, Franc i Ostojić, 2017: 24, 25).

Povezivanje pokazatelja u jedinstveni indeks moguće je rješenje problemima, a indekse se posebno smatra vrijednima prilikom predstavljanja podataka stakeholderima. U problematiku utvrđivanja pokazatelja uključuje se i problem „utvrđivanja referentnog stanja“ temeljem kojeg bi se mogli uspoređivati dobiveni pokazatelji (Črnjar i Črnjar, 2009: 108).

¹⁶ Razlika između bruto i neto domaćeg proizvoda je u deprecijaciji kapitala koja se oduzima od bruto domaćeg proizvoda.

2.4. Koncept održivog razvoja kao dio poslovne strategije

Proces oblikovanja strategije obuhvaća pripremu i donošenje odluke o izboru strategije poslovne transformacije slijedom devet upravljačkih razina, i sadrži sljedeće korake: postavljanje poslovnog svjetonazora; postavljanje vizije; postavljanje misije; postavljanje razvojne situacije i mogućeg razvojnog jaza i razvojne napetosti; prijedlog strategija; izbor strategija; izrada strategijskih planova; izbor metoda integracije i koordinacije procesa provođenja i provedbu strategije (Fučkan i Sabol, 2013: 82).

Poslovni svjetonazor pokazuje cjelokupnu prosudbu razvojne stvarnosti poduzeća. Stoga svjetonazor treba biti cjelovit temelj za multidimenzionalnost (ekološka, ekonomska i socijalna dimenzija), multiciljanost (ekološki, ekonomski i socijalni ciljevi) i multikriterijalnost (ekološki, ekonomski i socijalni kriteriji) razvitka, što zahtjeva multidisciplinarno znanje i temeljna etička načela. Poduzeće koje odluči svoj razvoj temeljiti na svjetonazoru održivosti ili cjelovitosti, nužno mora postaviti viziju svog razvoja u multidimenzionalno održivo prostorno okruženje unutar kojeg se poslovna aktivnost razvija u granicama održivog razvoja. Prihvatanje održivosti na normativnoj upravljačkoj razini (poslovno-svjetonazorskoj) zahtjeva osobno i zajedničko prihvatanje pravednosti, utemeljeno na etičkom odnosu prema oblikovanju sadašnjosti kao temelju održive budućnosti. Održivost, prema najprihvaćenijem shvaćanju, proizlazi iz pojedinačnog i zajedničkog stava uzajamne brižnosti svakog pojedinca sadašnje generacije ili određene skupine za svakog suvremenika, ali i za sve pripadnike budućih generacije. Ovakvo shvaćanje održivog razvoja temelji se na njegovoj definiciji iz Brundtlandovog izvješća (Fučkan i Sabol, 2013: 84).

Prednosti inkorporiranja održivog razvoja u poslovnu strategiju poduzeća očituju se u širokom rasponu - od otvaranja novih putova do inovacija u proizvodima, procesima i odnosima sa stakeholderima do ubrzanja organizacijskog učenja u cijelom poduzeću. Primjena održivog razvoja u poslovanju poduzeću omogućuje dvije vrste poslovnih mogućnosti: izbjegavanje prijetnji rastu uzrokovanih ograničenjima poslovanja i put do većeg uspjeha kroz nove tehnologije i proizvode, veće slobode za rad, inovacije i rast. Održivi razvoj omogućuje poduzećima da budu industrijski pokretači, što im daje veću slobodu za inovacije, stratešku fleksibilnosti, veću slobodu u radu u obliku novih društvenih očekivanja, novih propisa ili promjene infrastrukture i resursa. I mogu iskoristiti prilike koje se otvaraju kako se potrebe kupaca mijenjaju, dok ostali konkurenti tek traže adekvatne proizvode i usluge. No, da bi se iskoristio potencijal održivog razvoja, potrebno

je istražiti na koji način bi se koncept, sa svojim prilikama i prijetnjama, mogao povezati sa snagama i ciljevima poduzeća (Hedstrom, Poltorzycki, i Stroh, 1998: 5, 6).

Uvođenje elemenata održivog razvoja u poslovnu kulturu i razmišljanje može dovesti do kratkoročnih atraktivnih prednosti, kao što su (Hedstrom, Poltorzycki i Stroh, 1998: 6):

- Nove mogućnosti za inovacije u proizvodima, procesima i odnosima među stakeholderima
- Korištenje znanja i kreativnosti kroz energiju i entuzijizam zaposlenika
- Ubrzanje sposobnosti organizacijskog učenja putem učenja o samom održivom razvoju
- Jačanje imidža branda i marke

Budući da govorimo o održivom razvoju kao strategiji razvoja poduzeća ne sagledavaju se makroekonomske varijable kao što su gospodarski rast ili uravnoteženost vanjskotrgovinske bilance. Na mikroekonomskoj razini identificirana su tri ključna aspekta ekonomske dimenzije koncepta održivog razvoja: financijski učinak poduzeća, dugoročna konkurentnost i ekonomski utjecaj poslovanja poduzeća na interesne skupine. Kako poduzeća ne mogu dugoročno prevladati bez „zdravih financija“, to se mora smatrati ključnim ekonomskim pitanjem ekonomske dimenzije održivog razvoja. Odgovarajuća financijska uspješnost najbolje je opisana pokazateljima poput novčanog toka, profita, profitabilnosti, omjera duga i kapitala i likvidnosti. Osnovna ekonomska odgovornost poduzeća je osigurati uspješno i dugotrajno poslovanje. Održivo poslovanje mora osiguravati dovoljne zarade. Poduzeće je održivo samo ako poduzima korake za osiguranje ili poboljšanje svoje konkurentnosti (Steurer et al., 2005: 271).

Prva dva aspekta ekonomske dimenzije očita su i logična i bez gledanja „očima“ održivog razvoja, tj. svako će poduzeće, čak i ako ne posluje društveno odgovorno, nastojati ostvariti pozitivan financijski rezultat i biti konkurentno. Treći aspekt je specifičan za održivi razvoj i odnosi se na utjecaj poslovanja poduzeća na položaj interesnih skupina. Ekonomsko mjerenje uspješnosti u kontekstu održivog razvoja usredotočuje se " na način na koji se ekonomski status stakeholdera mijenja kao posljedica aktivnosti organizacije, a ne na promjene u financijskom stanju same organizacije". Iz ovoga se zaključuje kako neko poduzeće posluje prema načelu održivog razvoja ako plaća poreze, pravedno plaća dobavljače, isplaćuje plaće dostatne za dostojanstven život, uredno vraća svoje dugove kreditorima, i isplaćuje dividendu svojim vlasnicima (Steurer et al., 2005: 271).

Prema Brundtlandovom izvješću¹⁷, društvena dimenzija koncepta održivog razvoja podrazumijeva pravednost unutar sadašnje generacije te između sadašnjih i budućih generacija. Socijalna (društvena) dimenzija na razini poduzeća odnosi se na pravednost unutar poduzeća (mikroekonomska razina), pravednost među zemljama (makroekonomska razina - domaće i međunarodno tržište), te interno i eksterno unapređenje društvenih uvjeta. Pravednost unutar pretpostavlja težnju što pravednijoj (podjednako) raspodjeli poslovne dobiti unutar određenog poduzeća, dok pravednost među zemljama podrazumijeva napore za pravednom raspodjelom dobiti poduzeća između različitih zemalja (podružnice poduzeća u različitim zemljama, pogotovo kad je u pitanju raspodjela dobiti između podružnica u razvijenim i nerazvijenim zemljama). Prema ovome, poduzeće koje u svojoj poslovnoj strategiji ima ugrađene postulate održivog razvoja kontinuirano će poboljšavati (prvenstveno) uvjete svojih zaposlenika (interno unapređenje društvenih uvjeta) i ostalih interesnih skupina poput dobavljača, kupaca i lokalne zajednice - eksterno unapređenje društvenih uvjeta (Steurer et al., 2005: 271). Vidi *Tablicu 1*.

Tri tradicionalna područja zaštite okoliša su iskorištavanje resursa, emisija plinova i onečišćenje okoliša, i promatraju ljudski doprinos okolišu. Ovisno o pristupu održivog razvoja (slaba ili jaka održivost) različito će biti tumačenje pristupu iskorištavanja prirodnih resursa, emisiji plinova i zagađenju okoliša tijekom životnog vijeka proizvoda (u nabavi, proizvodnji, distribuciji, potrošnji, odlaganju). Pitanje supstitucije jedno je od najistaknutijih pitanja u kontroverzama između „jakog“ ili „slabog“ održivog razvoja. Poduzeće, koje je u svojoj strategiji „naslonjeno“ na filozofiju održivog razvoja, trebalo bi: kad god je moguće, težiti upotrebi obnovljivih resursa (i odgovornoj upotrebi neobnovljivih izvora); minimizirati sve štetne emisije tijekom cijelog životnog vijeka proizvoda, uključujući i njegovo odlaganje nakon isteka životnog vijeka te voditi računa da ne prouzroči nepopravljivu štetu okolišu (Steurer et al., 2005: 271). Također, vidi *Tablicu 1*.

¹⁷ Prema autorima, koji se referiraju na definicija održivog razvoja prema Brundtlandovom izvješću, održivi razvoj obuhvaća i više od općeprihvaćenih ekonomskih, socijalnih i okolišnih pitanja. Tako koncept, a koji je orijentiran na proces, obuhvaća i pitanja drugog reda kao što su transparentnost i sudjelovanje, reflektivnost, integraciju i međugeneracijsku jednakost. Budući da su ta pitanja relevantna za sva sve tri dimenzije, nastaje i četvrta dimenzija - zahtjevi drugog reda (engl. *second-order requirements*).

Tablica 1. Okvir održivog razvoja u poslovnoj strategiji poduzeća

<i>Ekonomska održivost</i>	<i>Poslovati na način koji omogućuje poduzeću da posluje neograničeno vrijeme</i>
> Financijsko poslovanje	Omogućiti dioničarima dovoljne novčane tokove i konstantan povrat na ulaganje
> Dugoročna kompetitivnost	Zadržati ili poboljšati buduću kompetitivnost i poslovanje poduzeća
> Ekonomski učinak	Nositi se s učinkom koji poduzeće ima na određene grupe stakeholdera
<i>Socijalna održivost</i>	<i>Pridonijeti socijalnom blagostanju društva i pojedinaca</i>
> Pravednost unutar poduzeća	Težiti pravednijoj distribuciji prihoda unutar poduzeća (i njegovih podružnica) u određenoj zemlji
> Međunarodna pravednost	Težiti pravednijoj distribuciji prihoda i bogatstva između zemalja
> Unutarnja društvena poboljšanja	Poboljšati društvene uvjete unutar poduzeća (odnosno u vezi sa zaposlenicima)
> Vanjska društvena poboljšanja	Poboljšati društvene uvjete izvan poduzeća (odnosno u okruženju poduzeća)
<i>Okolišna održivost</i>	<i>Održati prirodni kapital do određene mjere</i>
> Resursi	Odgovorno koristiti neobnovljive i obnovljive (energetske) resurse
> Emisija	Izbjegavati emisije u vodu, zrak, tlo i okolinu (buku) do određene mjere
> Štete i rizici u okolišu	Izbjegavati štete i rizike po okoliš do određene mjere

Izvor: izrada autora prema Steurer et al. (2005: 270)

3. OBILJEŽJA TEKSTILNE INDUSTRIJE

Otkad je čovjeka, postoji potreba da se zaštiti tijelo od vanjskih utjecaja. Protokom vremena ta su pokrivala tijela sve više dobivala jasno naličje odjeće kakvu danas poznajemo. Izrada adekvatne odjeće podrazumijeva postojanje određenog materijala. Stotinama godina tekstil je bio jedan od najvažnijih proizvoda međunarodne trgovine, a sama tekstilna industrija (engl. *textile industry*) jedna je od najstarijih, najvećih i najznačajnijih industrija na svijetu.. Industrija se razvijala povećanim potrebama za tekstilom, a mnogobrojni tehnički izumi razvoj su dodatno ubrzali.

Iako naslov rada sugerira kako će se koncept održivog razvoja nastojati staviti u kontekst tekstilne industrije, potrebno je naglasiti kako će ostatak rada u svojem istraživanju i analizi nastojati, kad god će to biti moguće i u što većoj mjeri, uključiti industriju odjeće (engl. *clothing industry* ili *garment industry*). Razlog tome je taj što je odjevna industrija, a koju se danas smatra najznačajnijom sastavnicom tekstilne industrije, u puno većem fokusu znanstvene zajednice, što pokazuje i silno velik broj znanstvenih istraživanja i dostupnih radova.

3.1. Ključni pojmovi tekstilne industrije

Tekstilna industrija, kao i svaka druga, ima neku svoju stručnu terminologiju i specifičnosti, zbog čega je poželjno raspolagati i s razumijevanjem se koristiti nekim bitnim pojmovima. U sljedećih nekoliko redaka objašnjeni su najvažniji pojmovi radi lakšeg razumijevanja ostatka rada.

Tekstil (engl. *textile*) je proizvod dobiven tkanjem i sastoji se od mreže vlakana (pređe). U svom širem značenju predstavlja opći naziv za vlakna, te materijale i proizvode od njih načinjene pređenjem, tkanjem, pletenjem, šivanjem, uzlanjem, pustanjem, iglanjem, lijepljenjem i sl. (Hrvatska enciklopedija, 2008b).

Pređa ili predivo (engl. *yarn*) je linearna tekstilija, nit velike duljine načinjena od vlakana. Služi za pletenje, tkanje ili koju drugu tehniku izrade plošnih tekstilnih proizvoda. Mekana je na opip i voluminozna, a iz njezine površine strše kraća ili dulja vlakanca, ovisno o sustavu pređenja. Pređa može biti jednonitna ili višenitna (Hrvatska enciklopedija, 2008a).

Tekstilna vlakna (engl. *textile fibres*) su izduljene (nitaste) tvorevine koje služe za izradu složenijih tekstilnih proizvoda. Prema podrijetlu razlikuju se dvije glavne skupine: prirodna i umjetna tekstilna vlakna. Prirodna vlakna proizvod su prirodnih procesa žive (biljni i životinjski svijet) i nežive prirode (minerali). U prirodi se nalaze u obliku u kojem se mogu izravno upotrijebiti kao tekstilna sirovina (npr. pamuk, vuna) ili u takvu stanju da je njihova uporaba moguća nakon fizikalno-mehaničkih zahvata (npr. lan, juta, svila). Biljna vlakna građena od celuloze, životinjska vlakna građena od bjelančevina, te mineralna vlakna silikatnog minerala krizotila tri su glavne skupine prirodnih vlakana. Životinjska su vlakna dlačni pokrivač nekih životinja ili ih proizvode gusjenice svilenih prelaca (dudov svilac) pri začahurivanju i tvorbi kukuljice, u fazi pripreme za preobrazbu u leptira (Hrvatska enciklopedija, 2008b).

Tkanina (engl. *fabric*) je plošni tekstilni proizvod dobiven isprepletanjem dvaju sustava niti pod pravim kutom i po pravilima veza (tkanja). Tkanine su kompaktne tekstilije prikladne za izradu odjeće i drugih tekstilnih proizvoda raznih namjena (Hrvatska enciklopedija, 2008b).

Pamuk (tur. *pamuk* ili *pambuk*, engl. *cotton*), biljka iz porodice sljezova, iz roda *Gossypium*, koji obuhvaća 49 vrsta raširenih u tropskom i suptropskom području. Jedno je od najvažnijih tekstilnih vlakana i osnovna je prirodna sirovina za tekstilnu industriju. Od njega se izrađuje predivo za različite tkanine i konac (Hrvatska enciklopedija, 2008a). Danas su najčešće tri vrste pamuka: konvencionalni (osjetljiv na veliki broj štetočina, velika uporaba agro-kemikalija), genetski modificirani (daje veći prinos, često ne zahtjeva upotrebu gnojiva) i organski, čiji uzgoj ne podrazumijeva korištenje kemijskih gnojiva i pesticida.

Tkanje je tehnološki postupak tvorbe plošnih tekstilija od najmanje dvaju sustava niti, koje se na tkalačkom stroju (tkalački stan ili razboj) pod pravim kutom međusobno isprepleću po pravilima veza tkanine (Hrvatska enciklopedija, 2008b).

Sada je potrebno definirati što je zapravo tekstilna industrija, i koje su sve njene sastavnice, tj. od kojih se sve industrija/sektora sastoji. U mnogim radovima stranih autora često se pri analizi tekstilne (i odjevne) industrije koristi i termin modna industrija (engl. *fashion industry*), pa se nerjetko stječe dojam kako su spomenuti izrazi zapravo istoznačnice. U pitanju su radovi koji kroz različite njegove aspekte koncept održivog razvoja povezuju s modnom industrijom.

Prema Hrvatskoj enciklopediji (2008b) tekstilna se industrija sastoji od svih poduzeća i tvornica koji proizvode tekstilna vlakna, pređu, tkanine, pletiva, čipke, pozamenteriju, netkane tekstilije, vatu, kao i pogone za njihovo oplemenjivanje (tzv. primarna tekstilna proizvodnja), te proizvodnju odjeće i drugih konfekcioniranih tekst. proizvoda, uključujući i doradbu i bojenje krzna (u tekstilnu se industriju obično ne ubraja proizvodnja umjetnih vlakana i njega tekstila). Boturac, Lovrinčević i Mikulić (2014: 113) navode kako tekstilnu industriju čine industrija proizvodnje tekstila i industrija odjeće. Prema Omazić, Grilec i Šabarić (2017: 165) industrija proizvodnje tekstila, industrija proizvodnje odjeće i industrija proizvodnje obuće najvažnije su sastavnice modne industrije. Grilec-Kaurić i Zelenika u svom radu (2011: 544) napominju kako se tekstilna i odjevna industrija EU sastoji od tri sektora: kožarskog/obućarskog, tekstilnog i odjevnog.

Britannica (Encyclopædia Britannica) modnu industriju definira kao onu koja se bavi proizvodnjom i prodajom odjeće (uključuje dizajn, proizvodnju, distribuciju, marketing, maloprodaju, oglašavanje i promociju svih vrsta odjeće muške, ženske i dječje odjeće - od rijetke i skupe dizajnerske mode do obične svakodnevne odjeće). Europska komisija (2017: 6) povezuje istraživanje, razvoj, proizvodnju i distribucije pređe, tekstila i tkanine s tekstilnom industrijom, dok se odjevna industrija (koju se još naziva i modna industrija) usko odnosi na cijeli životni vijek odjeće - od dizajna, preko proizvodnje, sve do maloprodaje kupcima (cijeli sektor pod koji spadaju tekstilna i odjevna industrija uključuje i druge vrste tekstilnih proizvoda, poput tekstila za kućanstvo i tehničkog / industrijskog tekstila. Europska komisija (2012: 2) navodi kako modna industrija predstavlja složene, snažno povezane lance vrijednosti koji obuhvaćaju dizajn, proizvodnju materijala i modnih proizvoda (poput tekstila, odjeće, obuće, kože i proizvoda od krzna, nakit i ostali dodaci) te njihovu distribuciju i maloprodaju krajnjim potrošačima. Prema Eurostatu (2004: 1) u tekstilnoj industriji mogu se razlikovati: industrija proizvodnje tekstila i tekstilnih proizvoda (npr. priprema i pređenje tekstilnih vlakana, tkanje, dorada tekstila) te industrija proizvodnje kože i proizvoda od kože (npr. štavljenje i obrada kože, izrada torbi i obuće). Za Euratex¹⁸ (2012a: 3) modna industrija uključuje modni dizajn, proizvodnju materijala i modnih

¹⁸ Europska konfederacija odjeće i tekstila neprofitna je organizacija sa središtem u Bruxellesu koja zastupa interese europske tekstilne i odjevne industrije na razini EU institucija.

proizvoda (poput tekstila, odjeće, obuće, proizvoda od kože i krzna, dragulja i dodataka), te njihovu distribuciju i maloprodaju krajnjim potrošačima.

Od svih pronađenih definicija možda i najbolju (a zasigurno najobuhvatniju) definiciju tekstilne i odjevne industrije dao je Werner Stengg u svojoj analizi europske tekstilne/odjevne industrije, a po njemu tekstilna industriju uključuje sljedeće aktivnosti (Stengg, 2001: 2):

- Obrada sirovina, tj. priprema ili proizvodnja različitih prirodnih i umjetnih tekstilnih vlakana i / ili proizvodnja prediva (npr. pređenjem)
- Proizvodnja pletenih i tkanih tkanina
- Završne aktivnosti - usmjerene na to da se tkaninama daju vizualna, fizička i estetska svojstva koja potrošači zahtijevaju (npr. izbjeljivanje, tiskanje, bojenje)
- Transformacija tih tkanina u proizvode kao što su: odjeća (tzv. industrija odjeće); tepisi i druge tekstilne podne obloge; kućni tekstil (npr. posteljina, stolnjaci, zavjese) i industrijski tekstil

3.2. Povijesni razvoj tekstilne industrije i ljudskog odijevanja

Čovjek je tisućama godina prije nove ere različitim tehnološkim postupcima (npr. tkanjem) i upotrebom različitih prirodnih vlakana nastojao proizvesti potreban tekstil za odjeću i svakodnevnu upotrebu. Najraniji dokazi tekstilnih struktura su mreže (izrađene od jedne niti i uz jedan ponovljeni pokret) i košare (prepletanjem fleksibilne trstike), iako su dobro sačuvani primjeri prapovijesnog tekstila rijetkost zbog kvarljivosti tkanina. Najraniji dokazi tkanja, iz vremena neolitičkih kultura (oko 5.000 godina prije Krista), usko su povezani s izradom košara. Vlakna pamuka, svile, vune i lana korišteni su kao tekstilni materijali u drevnom Egiptu; pamuk se u Indiji koristio 3.000 prije Krista; a proizvodnja svile spominje se u kineskim kronikama koje datiraju otprilike iz istog razdoblja. Tekstil koji se pronašao u Egiptu također ukazuje na visoko razvijeni zanat tkanja do 4. stoljeća prije Krista (Encyclopædia Britannica, 2006).

Do ranog srednjeg vijeka određena su turska plemena bila vješta u proizvodnji tepiha, filcanih krpa, ručnika i prostirki. Oko 1130. godine, vješti tkalci koji su u Palermo stigli iz Grčke i Turske proizveli su složene tkanine od svile isprepletene zlatom. Početkom 14. stoljeća u Firenci se

proizvodi baršun. U Italiji je razvijen je visoki stupanj umjetničkih i tehničkih vještina, sa 16.000 radnika zaposleno u industriji svile i 30.000 u industriji vune krajem 15. stoljeća. Sredinom 16. stoljeća u Genovi i Veneciji uspostavljena je uspješna industrija baršuna i brokata (svila, isprepletana zlatnim i srebrnim nitima). Engleski tekstil iz 13. i 14. stoljeća uglavnom je bio od lana i vune, a sredinom 15. stoljeća u Londonu i Norwichu počela se tkati svila. Iako zanatski vrlo razvijena, tekstilna industrija je sve do 18. stoljeća uglavnom funkcionirala kao obrtno-kućno proizvodnja (Encyclopædia Britannica, 2006).

Začetci razvoja tekstilne industrije javili su se s povećanim potrebama za tekstilom te izumom pletaćega stroja potkraj 16. stoljeća, dok je niz novih izuma u 18. stoljeću za vrijeme Industrijske revolucije doveo do brzog napretka i snažnog rasta industrije, pogotovo u Europi (Velika Britanija, Češka, Švicarska, Italija) i SAD-u. Sama Industrijska revolucija započela je najprije u engleskoj tekstilnoj industriji kada je 1733. John Kay izumio „leteći čunak“ (engl. *flying shuttle*), primjenom kojega se udvostručio radni učinak radnika tkalaca. Time se pojavilo „usko grlo“ u predionicama i potreba za poboljšanjem tehnika pređenja. Problem su riješili Hargreavesovi strojevi, koji su omogućivali istodobno posluživanje više vretena (stroj *Jenny* iz 1760. godine), odnosno pređenje 12 do 18 niti (stroj *pinning Jenny* iz 1767. godine), te Arkwrightov stroj za pređenje na vodeni pogon (stroj *water frame* iz 1769.). Daljnjim su izumima prošireni kapaciteti tkaonica čime je povećana razina proizvodnje (Hrvatska enciklopedija, 2008b).

Velik i značajan doprinos brzom razvoju tekstilne, a time i odjevne industrije, donio je izum šivaćeg stroja - stroj namijenjen šivanju tekstila, kože, krzna i sl., koji je kasnijim poboljšanjima omogućio masovniju proizvodnju odjeće dostupnije svim društvenim slojevima. 1790. godine engleski izumitelj Thomas Saint prijavio je patent šivaćega stroja s osnovnom karakteristikom današnjih šivaćih strojeva: vodoravnu radnu ploču iznad koje je bila ispružena ruka stroja, a na kraju ruke nalazila se igla kojoj je hod bio okomit na ploču. Oko 1834. godine američki mehaničar Walter Hunt izumio je stroj koji je imao iglu s ušicom na vršku i hvatalo. Do istoga konstrukcijskog rješenja došao je (neovisno o Huntu) i njegov zemljak Elias Howe, koji je 1846. patentirao svoj stroj. Usavršivši njihove izume, američki je izumitelj Isaac Merritt Singer 1850. godine konstruirao stroj koji je omogućio šivanje ravnih, okruglih i uglatih šavova, jednostavno rukovanje i neprekinuti šav. Istodobno je bio izumljen šivaći stroj s rotirajućim hvatalom, a 1851. patentiran je stroj s dvostrukim lančanim ubodom, te 1856. godine i stroj s jednostrukim lančanim ubodom.

Iste je godine bio patentiran uređaj za porubljivanje primjenljiv na različitim šivaćim strojevima, a stroj za izradbu rupica patentiran je 1882. godine (Hrvatska enciklopedija, 2008b).

Kultura i upotreba pamuka, kao najvažnijeg vlakna za izradu tekstila, razvijale su se neovisno u Novom i u Starom svijetu. Arheolozi smatraju kako pamuk potječe iz Indije, što je potkrijepljeno otkrićem fragmenata pamučne tkanine na obalama rijeke Ind, koji su datirani u vrijeme 3200. godine prije Krista (Riello i Parthasarathi, 2009: 2). Uzgoj pamuka i korištenje pamučnoga vlakna za tkanje bili su poznati prvo u Indiji, koja je od 15. st. prije Krista do 15. stoljeća bila glavno središte njegove proizvodnje. Iz Indije je pamuk bio prenesen u Kinu, a preko Irana u Srednju i Malu Aziju. Danas se sa sigurnošću zna da je pamuk uzgajan u Egiptu u 5. stoljeću prije Krista. Grci su u doticaj s pamukom došli tek 333. godine prije Krista, nakon pohoda Aleksandra Velikoga. Došavši u Ameriku, Španjolci su i u Meksiku i u Peruu zatekli već razvijenu kulturu uzgajanja pamuka. U Europu su ga donijeli Arapi (u 9. stoljeću na Siciliju, u 10. stoljeću u Španjolsku), odakle se polako širio prema sjeveru. Veću važnost pamuk je dobio kada je 1793. godine konstruiran stroj za odvajanje vlakna od sjemena, a nagli i veliki uspon industrije pamuka zabilježen je kada je konstruiran stroj za mehaničko pređenje, najprije u Engleskoj, a poslije u Francuskoj, Njemačkoj i SAD-u (Hrvatska enciklopedija, 2008a).

Između 1200. i 1800. godine pamuk je postao pravi komercijalni usjev, tj. došlo je do neprekidnog povećanja potrošnje pamučnog tekstila i proizvodnje širom svijeta te njegovog potiskivanja tekstila od konoplje, lana, vune i drugih vlakna iz Japana i Kine (jedan od razloga njegovog uspjeha bio je i što je pamučni tekstil, za razliku od npr. vunenog, dopuštao da se na njega vrši printanje i slikanje). Istodobno je pamučni tekstil bio kritična roba svjetske trgovine, a prema nekim je procjenama nakon 1500. godine postao najvažnija proizvedena roba u svjetskoj trgovini. U tim je stoljećima najveći dio pamuka koji je putovao diljem svijeta bio porijeklom s indijskog potkontinenta, koji je do 19. stoljeća bio najznačajniji centar za proizvodnju pamuka u svijetu (Riello i Parthasarathi, 2009: 1, 5). Proizvodnja pamuka stalno je rasla sve do novijega doba, kada se udjel pamuka u opskrbi tekstilnih sirovina za odijevanje postupno smanjuje zbog sve veće upotrebe sintetskih vlakana (Hrvatska enciklopedija, 2008a).

Nakon I. svj. rata tekstilna industrija razvila se i u istočnoeuropskim zemljama, a u posljednje doba ponajviše u Kini, Indiji, Turskoj, Srednjoj i Južnoj Americi i drugim zemljama u razvoju. Nasuprot tomu, u Europi i SAD-u industr proizvodnja tekstila i odjeće slabi, što je posljedica

razmjerno velike uloge koju ljudski rad ima u toj grani. Stoga su se visoko razvijene zemlje uglavnom orijentirale na proizvodnju ekskluzivnih i vrijednih tekstilija, kao i onih načinjenih od novih materijala i vlakana vrhunskih svojstava (Hrvatska enciklopedija, 2008b).

Jedan od ključnih trenutaka za svjetsku tekstilnu/odjevnu industriju, koji je zasigurno doprinio današnjem problematičnom stanju industrije, zbio se 2005. godine kad je dovršen proces liberalizacije svjetske tekstilne/odjevne trgovine. Sam proces započeo je još 1995. godine potpisivanjem Sporazuma o tekstilu i odjeći WTO-a (engl. *Agreement on Textiles Clothing* - ATC). Ovaj proces liberalizacije tržišta donio je svojevrsni novi svjetski poredak u trgovini tekstilom/odjećom, jer velike tekstilne nacije poput Kine, Indije ili Indonezije više nisu imale kvantitativna ograničenja prilikom izvoza u EU ili SAD (Stengg, 2001: 1).

Tekstilna industrija, koja se u međuvremenu svrstala među najveće svjetske industrijske zagađivače, povijesno je bila jedna od prvih koja je ušla u manje razvijene zemlje. Zbog svog radno intenzivnog karaktera, radnu snagu, i to onu jako jeftinu, nalazila je upravo u tim slabo razvijenim zemljama. To je rezultiralo danas visoko globaliziranoj industriji, sa složenim lancima opskrbe (engl. *supply chains*) oblikovanih kombinacijom transnacionalnog outsourcinga (izmještanjem poslovnih aktivnosti daleko od sjedišta poduzeća) i mnogih drugih aktera u lancu opskrbe (uglavnom dobavljačima na višoj razini) smještenima u zemljama u razvoju (Garcia-Torres, Rey-Garcia i Albaredo-Vivo, 2017: 1).

Odijevanje je svojstveno samo čovjeku, a sama odjeća je oduvijek imala više funkcija. Prva, i danas najvažnija, je zaštita čovjekovog tijela ili pojedinih dijelova tijela raznovrsnim pokrivalima od prirodnih (ili umjetnih) materijala od štetnih vanjskih, ponajviše klimatskih utjecaja (hladnoća, kiša, vlaga, vrućina). Dokazano je da je *Homo sapiens*, koji se pojavio prije otprilike 200.000 godina, koristio odjeću zbog klimatskih razloga. Neandertalac (*Homo sapiens neandertalensis*) i kromanjonac (*Homo sapiens sapiens*) koji je istisnuo neandertalca, bili su izloženi ledenim dobima, stoga je odjeća bila ključna za njihovo preživljavanje. Kod kromanjonaca je, kako sugeriraju neki nalazi, bila izražena i estetika, što pokazuju i mnogobrojni pronađeni ukrasi - svrha odjeće više nije isključivo zaštita tijela, već je ona i estetske, religijske i društvene naravi. Suvremeni se čovjek krajem posljednjeg ledenog doba širio po čitavom svijetu, a migracijama uzrokovano mijenjanje flore i faune davale su mu mogućnosti pristupa novim materijalima, iako su krzno i koža i dalje bili osnova odjeće (Grau, 2008: 13, 14).

U velikim starim civilizacijama, od Egipta i Bizanta, odjeća se razvijala i kao umjetničko djelo. U staroj Grčkoj se nose raznobojne tunike od prirodnih materijala, dok su Rimljani nosili bogato obojene i resama ukrašene toge, pregače i tunike. U Bizantu se, osim rimske, najviše osjećao utjecaj istočnjačke odjeće. Razvoj odjeće znatno je obilježen geografskim položajem - najviše što se materijala tiče. Tako se u Grčkoj i Rimu koristi vuna, lan i pamuk, dok se bizantska odjeća pravi čak i od kineske svile (Biočina, 2016: 25, 26).

Jedan od razloga pojave čovjekovog odijevanja je i osjećaj stida. Prema starozavjetnoj *Knjizi postanka* ljudsko zastiranje (prekrivanje) započelo je nakon što su Adam i Eva poželjeli biti kao bogovi. Kušanjem zabranjenog voća spoznali su da su goli, i prekrili se. Samo poimanje stida ne dolazi prirodno, već je povezanost stida, golog tijela i seksualnosti začeta tek krajem srednjeg vijeka - kroz cijeli srednji vijek golo tijelo nije bilo izvor srama. To će se zadržati sve do renesanse. Protestantske zemlje su zbog zabrinutosti javnom golotinjom prve uvele zabrane. U kasnom srednjem vijeku počinje se jasnije određivati i naglašavati spolni identitet, a od 14. i 15. stoljeća muška i ženska odjeća počinju se sve više razlikovati (Biočina, 2016: 26 - 28).

S vremenom je odjeća postala znak civiliziranosti (dokaz nadmoći razuma nad osjetilima) i udobnosti. Poslije se javila i potreba da se uljepša izgled i naglasi estetska funkcija, što je utjecalo na česte promjene stilova i mode. Značajan su čimbenik odijevanja materijali, tehnologija, seksualna orijentacija, socijalni status, migracije i tradicija. Stilove u odijevanju uvelike su obilježili ratovi i seobe. Pobjednici su poraženima nametali nov način života, a time i nove stilove odijevanja, te ukrase specifične za određene kulture. Odjeća i kostimi tijekom povijesti služili su da prikažu i nametnu autoritet i poštovanje. U svim su razdobljima povlašteni društveni slojevi svojim odijevanjem nastojali istaknuti razliku između sebe i širih društvenih slojeva. Odjeća može imati i religijsko značenje, predstavljajući simboličku vezu s Bogom. S vremenom su se pojavile i radne odore (odvjetnici, suci, redarstvenici, vatrogasci i dr.), kojima se naznačivao autoritet i razlika u odnosu na druge ljude (Hrvatska enciklopedija, 2008a).

Danas je općeprihvaćeno da je modno odijevanje proizvod kasnog srednjeg vijeka. Začeci su mu u dobu gotike te osobito u 15. stoljeću u vremenu renesanse, u vremenu burnih duhovnih i socijalnih promjena i pojave novih socijalno-povijesnih skupina. Naime, u srednjovjekovnoj Europi je vladao feudalni sustav, a feudalci i kmetovi zasebnom su odjećom odražavali pripadnost jednoj od dviju društvenih skupina - skupina kojima je čovjek bio određen u trenutku rađanja, bez

moćnosti uspinjanja društvenom ljestvicom. Razne socijalno-političke okolnosti tog vremena (ratovi, kuga, razvoj trgovine i zanatstva, širenje gradova, olakšano putovanje i dr.) trajno su promijenili odnos aristokracije i kmetova. Aristokracija je slabila, a kmetovi su se polako uzdizali i započeli natjecanje u iskazivanju osobne moći i bogatstva - novonastalo građanstvo željelo se svojim izgledom odvojiti od aristokracije i odlučili su se, kao odraz novog života, za neprestano mijenjanje odjeće. Možemo reći, odlučili su se za - modu (Biočina, 2016: 33).

Ingrid Loschek je u svom djelu iz 1991. dala jednu od danas najpoznatijih definicija mode: „Moda je vrst i način vanjskog životnog držanja koje počiva na nagonu za imponiranjem, važenjem i oponašanjem, na potrebi za ukrasom, erotskoj privlačnosti, od povijesnog vremena na očitovanju socijalnih, od novijeg vremena financijskih razlika, na ukusu vremena, ćudoređu, religiji i političkim društvenim formama. Moda je samoprikazivanje isto tako kao i izraz načina života i mišljenja najmanje jedne grupe ljudi u nekom vremenu“ (Galović, 2001: 57).

Na kraju, spomenimo Grauvu zanimljivu svezvremensku definiciju odjeće. Po njemu „odjeća predstavlja znak moći, vlasti ili čak suprotstavljanja., odjeća je također element razlikovanja između klasa, zanimanja, naroda i, osobito u našem vremenu, pojedinaca“ (Grau, 2008: 8).

3.3. Analiza europske i svjetske tekstilne i odjevne industrije¹⁹

Krajem 20. stoljeća globalizacija i stalna liberalizacija suočavaju TiO industriju Europe sve većoj konkurenciji velikog broja zemalja s jeftinom radnom snagom. Kao rezultat toga, stupanj penetracije uvoza²⁰ odjeće znatno se povećao s 30 % u 1990. na 46 % u 1999. Zbog velike razlike u troškovima, europska TiO industrija nastoji ostati konkurentna većom produktivnošću i konkurentskim snagama (kao rezultat stalnog procesa restrukturiranja i modernizacije) poput inovacija, kvalitete, kreativnosti i dizajna. Prihvaćajući nove tehnologije europska TiO industrija zauzima vodeću ulogu u razvoju novih proizvoda, poput umjetnih tekstilnih vlakana ili tehničkog tekstila. Liberalizacija svjetske TiO industrije zadala je veliki udarac zaposlenosti u europskoj TiO industriji - u razdoblju od 1980. do 1995. godine zaposlenost u tekstilnoj industriji pala je za čak 47 % i 40 % u odjevnoj. Iako, treba naglasiti kako je važan čimbenik padu industrijske zaposlenosti

¹⁹ U nastavku rada TiO industrija.

²⁰ Predstavlja udio uvoza u ukupnoj potrošnji u Europskoj Uniji.

svako bio već gore spomenuti porast produktivnosti. U 1999. je oko 120.000 poduzeća unutar TiO industrije zapošljavalo više od 2 milijuna ljudi (u to vrijeme u europskoj TiO industriji dominira veliki broj malih i srednjih poduzeća - prosječna tvrtka imala je 19 zaposlenih) i ostvarilo promet od 178 milijardi €. U ukupnoj industrijskoj proizvodnji EU TiO industrija je sudjelovala s otprilike 4% od ukupne proizvodnje i prometa te 7,6% od ukupno zaposlenih (Stengg, 2001: 3 - 7). *Tablica 2.* prikazuje ostale ključne značajke TiO industrije na prijelazu stoljeća.

Restrukturiranje europske TiO industrije uključilo je, između ostalog, i outsourcing velikog broja radno intenzivnih operacija²¹ (koje imaju manju dodanu vrijednost) u zemlje kao što su Rumunjska, Poljska, Tunis i Maroko. Koliki je zapravo bio veliki jaz u plaćama (satnici) pokazuju nam sljedeći primjeri - dok je u Njemačkoj satnica iznosila 18 US\$/h, istovremeno je u Poljskoj satnica bila 2,77 US\$, a u Rumunjskoj 1,04 US\$. Koliko god je satnica u zemljama poput Vijetnama (0,22 US\$) bila puno niža, europski su proizvođači svejedno preferirali gore navedene zemlje, što zbog geografske blizine a što zbog viših standarda kvalitete (Stengg, 2001: 4).

Tablica 2. Usporedba ključnih značajki europske tekstilne i odjevne industrije 1999. godine

	Tekstilna	Odjevna
Značaj unutar TiO industrije ²²	60 %	40 %
Važnost faktora proizvodnje	Kapitalno intenzivna	Radno intenzivna
Produktivnost kao % prosječne produktivnosti proizvodnje u EU	66 %	46%
Promet (mlrd €)	109	69
Investicije (mlrd €)	5	1,2
Uvoz (mlrd €)	17	41
Izvoz (mlrd €)	22	13
Broj zaposlenih ²³	1.160.000	924.000
% poduzeća s manje od 20 zaposlenih	75 %	> 80 %

Izvor: izrada autora prema Stengg (2001: 8)

²¹ Veliki broj takvih operacija provode se kao transakcije vanjske obrade (engl. *outward processing transactions*). OPT u ovom slučaju uključuje izvoz tkanina ili poluproizvoda iz Europe u treće zemlje (s niskim plaćama), gdje ih pretvaraju u konačni proizvod (npr. odjevni predmet) koji se zatim ponovno uvozi u Europu.

²² Predstavlja aktivnost pojedinog sektora unutar TiO industrije i izračunata je na temelju kombinacije prometa, dodane vrijednosti i zaposlenosti.

²³ Eurostat (2004: 1) u svojoj analizi navodi kako je 2001. u tekstilnoj industriji EU bilo zaposleno 3,3 milijuna ljudi.

Europski udio u svjetskoj proizvodnji tekstila iznosio je u 1998. godini 29 % (Azija 39 %) te 26 % u proizvodnji odjeće (Azija 45 %). Na prijelazu stoljeća Europa je bila najveći svjetski uvoznik tekstila s udjelom od 40 % od ukupnog svjetskog uvoza, i s 45 % u uvozu odjeće. Kad je u pitanju izvoz tekstila i odjeće, Europa se pozicionirala na drugom mjestu (u obzir se uzela i trgovinska razmjena unutar EU), odmah iza Kine (Stengg, 2001: 20).

EU-25 je u 2005.²⁴ godini izvezio tekstilne proizvode u vrijednosti 37,7 milijardi € (predstavlja najvišu vrijednost u razdoblju od 2000. do 2005., a najmanja vrijednost izvoza bila je 2000. godine i iznosila je 35,1 milijardi €, nakon čega vrijednost raste iz godine u godinu), od čega je izvoz u SAD vrijedio 18,4 milijarde €. Istodobno, uvoz tekstilnih proizvoda je iznosio skoro dvostruko više - iznosio je 77,1 milijardi € (vrijednost uvozne tekstilne robe u istom razdoblju raste - 2000. iznosio je 68,7 milijarde €). Trgovinski deficit EU za ovu vrstu robe tako je iznosio 39,4 milijardi €. Tekstilni proizvodi činili su 4 % vrijednosti ukupnog izvoza iz EU u 2005. godini i 7 % vrijednosti svih uvoza u EU. Izvoz tekstilnih proizvoda iz EU povećavao se u prosjeku za 1 % godišnje u razdoblju između 2000. i 2005. godine. Uvoz tekstilnih proizvoda u EU povećavao se prosječno 2 % godišnje za isto petogodišnje razdoblje (Eurostat, 2007: 1).

30 % ukupnog uvoza tekstila u EU-25 u 2005. godini dolazilo je iz Kine - slijede Indija sa 7 %, Rumunjska s 5 % i Turska s 4 %. Uvoz kineskih tekstilnih proizvoda najviše se povećavao u promatranom petogodišnjem razdoblju (prosječna godišnja stopa bila je 14 %), dok se uvoz iz SAD-a u istom razdoblju najviše smanjivao (prosječno 10 %). U 2005. godini SAD je bio glavni partner EU za izvoz europskog tekstila (udio od 13 % u ukupnom tekstilnom izvozu, vrijednosti skoro 5 milijardi €), ispred Švicarske s 10 % (vrijednost izvoza bio je 3,8 milijardi €) i Rumunjske s 8 %. U promatranom petogodišnjem razdoblju izvoz tekstila u SAD prosječno je godišnje padao za 4 %. U 2005. godini 43 % europskog izvoza tekstila i 74% uvoza tekstila odnosilo se na odjevne predmete i odjevni pribor. Italija je 2005. bila zaslužna za preko jedne trećine (33,7%) ukupnog izvoza tekstila iz EU i bila je jedina država članica koja je iste godine iskazala pozitivnu trgovinsku bilancu (u razmjeni tekstilnih proizvoda) primjetne veličine u iznosu od 1,4 milijarde €. (Eurostat, 2007: 1, 2).

²⁴ Kako je već spomenuto, ova je godina bila posebno važna za EU zbog Sporazuma o tekstu i odjeći WTO-a (engl. *Agreement on Textiles Clothing* - ATC) kojim je završen proces liberalizacije svjetske trgovine tekstilima i odjećom.

Tablica 3. Usporedba ključnih značajki TiO industrije za razdoblje od 2008. do 2018.

	2008.	2010.	2012.	2014.	2016.	2017.	2018.
Industrijska potrošnja vlakana (1.000 t)	-	-	4.766	3.211	3.302	3.352	3.396
Potrošnja kućanstava na TiO proizvode (u mlrd. €)	482,8	470,1	482,9	483,0	513,7	527,9	519,5
Promet (u mlrd. €)	194,7	163,6	164,1	168,5	173,2	177,6	178,0
Investicije (u mlrd. €)	5,8	4,8	4,0	4,4	4,7	4,9	5,0
Zaposleni (1.000 osoba)	2.331	1.879	1.728	1.680	1.694	1.687	1.659
Broj poduzeća	202.513	191.459	180.200	171.437	177.684	176.354	171.072
Uvoz iz zemalja izvan EU (u mlrd. €)	81,5	86,2	91,3	99,8	110,3	112,5	114,8
Izvoz u zemlje izvan EU (u mlrd. €)	37,0	33,6	40,7	43,0	44,7	47,8	50,0
Promet/zaposlenik	83.526	87.067	94.965	101.184	101.156	107.088	107.277
Investicije/promet	3,0 %	2,9 %	2,4 %	2,6 %	2,8 %	2,7 %	2,8 %
Izvoz/promet	19,0 %	20,5 %	24,8 %	26,0 %	26,1 %	26,4 %	28,1 %
Zaposlenih/poduzeće	11,5	9,8	9,6	9,8	9,5	9,6	9,7

Izvor: izrada autora prema Euratex (2012b; 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018c)

Tablica 3. prikazuje kretanja najvažnijih industrijskih pokazatelja za razdoblje od 2008. do 2018. Nakon gospodarske krize 2008. godine mnoge su se stvari promijenile u europskoj TiO industriji. U cijelom promatranom razdoblju ostvareni promet industrije nikad nije dosegnuo razinu iz 2008. godine (194,7 mlrd €), a najmanji u cijelom razdoblju bio je u 2010. godine kada je iznosio 163,6 mlrd €, što predstavlja pad od 16 %. U istom razdoblju prisutan je trend smanjivanja broja poduzeća u industriji - broj poduzeća je desetogodišnjem razdoblju pao za 15,5 % ako usporedimo njihov najveći (202.513) i najmanji broj (171.172). Cijelo razdoblje popraćeno je i stalnim smanjivanjem broja zaposlenih - od 2012. godine broj zaposlenih u TiO industriji kreće se ispod 1,7 milijuna, što je gubitak više od četvrtine zaposlenih u odnosu na 2008. godinu. Potrošnja kućanstava na TiO robu je u stalnom porastu od 2010. godine - u 2017. godini bila je veća za 12,3 % u odnosu na 2010. godinu. Prisutan je kontinuiran rast uvoza iz zemalja izvan EU - u 2017. godini veći je za 31,4 % u odnosu na 2008. godinu. Istovremeno, kontinuirano raste i izvoz u zemlje izvan EU - u 2017. godini veći je za 29,2 % u usporedbi s 2008. godinom.

Europska TiO industrija ostvarila je u 2018. godini sljedeće rezultate: ukupan promet od 178 milijardi € - u odnosu na godinu prije ostvaren je minimalni rast (pad od 8,6 % u odnosu na 208. godinu); u zadnjem desetogodišnjem razdoblju kućanstva nisu nikada toliko trošila na TiO proizvode kao u 2018. godini - potrošeno je 519,5 milijardi €; iako je broj zaposlenih u promatranoj godini za čak 28,8 % manji nego 2008. godine, postignut je daleko najveći promet po zaposlenom - više od 107 tisuća €, što je za 28 % više nego 2008. godine (promet po zaposlenom u sektoru proizvodnje industrijskog tekstila iznosi čak 215.000 €); uvoz iz zemalja izvan EU iznosio je 114,8 milijardi € (rast od 2 % u odnosu na godinu prije); izvoz u zemlje izvan EU dosegnuo je vrijednost od 50 milijardi €, što je rast od 7 % u odnosu na 2017. godinu. Ostale značajke i rezultate europske TiO industrije u 2018. godini vidjeti u *Tablici 3*.

U 2018. godini EU je, nakon Kine, bila drugi najveći svjetski izvoznik u tekstilu i odjeći, s 23 % u tekstilu i 28 % u odjeći od ukupne svjetske TiO prodaje. Iz Kine dolazi najviše uvoznih TiO proizvoda, ali sve veći značaj, pogotovo kod uvoza odjeće, imaju i zemlje poput Bangladeša, Kambodže i Vijetnama. Prosječna veličina poduzeća bila je relativno mala (9,7 zaposlenika po poduzeću), što objašnjava zašto su uglavnom trgovale unutar unutarnjeg europskog tržišta - izvoz unutar EU predstavlja 73% robne razmjene EU s ostatkom svijeta. Ova mala ili srednje velika poduzeća (u 99 % slučajeva) fokusirana su na određene tržišne niše, oslanjajući se na kvalitetu, inovativnost, kreativnost i izvanrednu uslugu kupcima. Zemlje velike kupovne moći poput SAD-a i Japana najvažnija su odredišta europskog visokokvalitetnog tekstila i premium modnih proizvoda. Italija i Njemačka najveći su proizvođači industrijskog tekstila u EU, svaka s godišnjom proizvodnjom vrijednosti veće od 4,5 milijardi €. (Euratex, 2018a; Euratex, 2019b).

Zapadne zemlje EU i dalje imaju dominantnu ulogu kad je u pitanju izvoz TiO proizvoda izvan EU. 2018. godine udio izvoza EU-15 u ukupnom izvozu EU-28 činio je 92,4 % vrijednosti (u €) i oko 86 % (u tonama) u količinama. Iako je u 2018. godini izvoz odjeće predstavljao svega 10 % (izraženo u tonama) ukupnog izvoza TiO proizvoda izvan EU, odjeća je činila više od 53 % ukupne vrijednosti (izraženo u €) takvog izvoza, zahvaljujući njihovoj vrlo visokoj prosječnoj cijeni. Ova rastuća „ovisnost“ o izvozu odjeće trend je koji je pokrenut neposredno nakon financijske krize 2008. i 2009. godine. Gledajući zasebno tekstil i odjeću rezultati izvoza izvan EU u 2018. godini su sljedeći: vrijednost izvoza tekstila iznosila je 23,4 milijarde € (porast vrijednosti 2,8 % i porast u tonaži 2,4 %); izvoz odjeće vrijedio je 26,6 milijarde €, što je porast od 6,4 % u

samoj vrijednosti, dok je rast u količinama iznosio 4,8 %. Unatoč izvoznjoj dinamici kroz 2018. godinu, trgovinski deficit EU-28 (u pogledu TiO proizvoda) iznosio je - 64,8 milijardi €, što pokazuje stagnaciju (0,1%) u odnosu na 2017. godinu zahvaljujući blagom poboljšanju tekstilnog deficita koji je gotovo nadoknadio pogoršanje odjevnog deficita. U odnosu na 2017. godinu kada je iznosio 42,4 %, porastao je omjer pokrivenosti izvoza i uvoza TiO proizvoda, koji je u 2018. godini iznosio 43,5 % (Euratex, 2019a).

Proizvodnju odjeće u EU možemo podijeliti na dvije kategorije: odjeća srednjeg cjenovnog ranga namijenjena masovnoj potrošnji i koju proizvode prvenstveno zemlje u istočnoj i južnoj Europi (poput Poljske, Mađarske i Rumunjske) s relativno jeftinom radnom snagom te luksuzna odjeća visoke klase koju proizvode razvijene zemlje zapadne Europe, poput Italije, Velike Britanije, Francuske i Njemačke. 2016. godine je u zemljama istočne Europe trošak rada predstavljao 33,4 %, u zemljama južne Europe 21,6 % a u zemljama zapadne Europe 21,1 % ukupnih troškova proizvodnje odjeće. Trošak rada u ukupnim troškovima u zemljama zapadne Europe znatno je manji nego što je bio od 21,1 % znatno je manje nego što je bilo 2006. godine (30,1 %), iz čega se zaključuje kako je proizvodnja odjeće u zapadnim zemljama postala kombinacija i rada i kapitala (Lu, 2019).

Današnju svjetsku TiO industriju najbolje možemo prikazati uz pomoć nekoliko činjenica: industrija vrijedna oko 3 bilijuna US\$; zapošljava oko 57 - 58 milijuna radnika; na svijetu jedna od šest osoba radi u TiO industriji ili je na neki način usko povezana s njom; oko 85 % radne snage u industriji su žene; radnice u industriji među najslabije su plaćenima na svijetu; prosječna mjesečna plaća u bangladeškoj TiO industriji je oko 68 US\$; plaće radnika čine 1,8 % prosječne cijene proizvoda; 35 odjevnih brendova drži oko 60 % industrije; industrija luksuzne robe vrijedi oko 160 milijardi US\$; korporacije više ne proizvode dvije (ili četiri), već 52 kolekcije godišnje; u SAD-u se godišnje u smeće baci oko 300 milijuna pari cipela i oko 37 kilograma odjeće po osobi; trošak oglašavanja čini oko 12 % prodajne cijene odjevnih proizvoda; oko 80 % pamuka uzgojeno je genetskom modifikacijom; za svaki proizvedeni kilogram tekstila u prosjeku se upotrebljava oko 10 kilograma različitih kemikalija; godišnje se u TiO industriji proizvodi oko 80 milijardi stvari, što je oko 400 % više nego prije 20 godina; brendovi, pogotovo oni luksuzne robe, vješto skrivaju (ili ih jednostavno skidaju i zamjenjuju) etikete na koja piše Made in China ili Made in Bangladesh (Biočina, 2016: 22 - 23).

Tablica 4. nam prikazuje najveće svjetske izvoznike/uvoznike odjeće u razdoblju od 2000. do 2018. godine. Najveći udio svjetskog izvoza odjeće pripada Kini, sa skoro trećinom svjetskog izvoza u vrijednosti 158 milijardi US\$. EU je prvih par godina 21. stoljeća bila najveći svjetski izvoznik, dok danas zauzima drugo mjesto s više od 28 % svjetskog izvoza. Prosječna godišnja stopa rasta u promatranom razdoblju za Kinu je iznosila 2 % a za EU 5 %. U 2018. godini prvih 5 zemalja sudjelovalo je sa 75,6 % ukupnog svjetskog izvoza odjeće.

Kad je u pitanju uvoz odjeće, zaključujemo kako su se na prvih pet pozicija, uz EU, smjestile države s visokom kupovnom moći. Tijekom osamnaestogodišnjeg razdoblja najveći uvoznici bili su EU s uvozom vrijednim 208 milijardi US\$ (u promatranom razdoblju prosječna godišnja stopa rasta bila je 2 %) i SAD s uvozom od 92 milijarde US\$ (prosječna stopa rasta bila je 2 %). EU-28 je u 2018. godini u svojoj robnoj razmjeni odjeće ostvarila deficit od 61 milijarde €, a omjer pokrivenosti izvoza i uvoza odjeće iznosio je 41,2 %.

Tablica 4. Top 5 zemalja prema svjetskom udjelu (%) izvoza/uvoza odjeće: 2000. - 2018.

	2000.	2005.	2010.	2015.	2016.	2017.	2018
IZVOZ							
Kina	18,2	26,6	36,7	39,3	36,4	34,9	31,3
EU-28	28,7	31,0	28,4	25,2	26,4	28,6	28,4
Bangladeš ²⁵	2,6	2,5	4,2	5,9	6,4	6,5	6,4
Vijetnam	0,9	1,7	2,9	4,8	5,5	5,9	6,2
Indija	3,0	3,1	3,2	4,1	4,0	4,1	3,3
UVOZ							
EU-28	41,1	47,3	45,2	34,0	37,4	38,5	38,4
SAD	33,1	28,7	22,1	19,4	19,5	18,2	17,4
Japan	9,7	8,1	7,2	5,7	6,1	5,8	5,7
Južna Koreja	0,6	1,0	1,2	1,7	1,8	1,9	2,0
Kanada	1,8	2,1	2,2	2,0	2,0	2,1	2,0

Izvor: izrada autora prema WTO (2016; 2017; 2018; 2019)

²⁵ Bangladeš je posebno zanimljiv zbog činjenice kako u svom ukupnom izvozu (u 2015. godini vrijednim 31,7 mlrd. US\$) u prvih deset kategorija (prema vrijednosti) ima robu koja je povezana s tekstilom ili odjećom (UN, 2017: 60).

Tablica 5. Top 5 zemalja prema svjetskom udjelu (%) izvoza/uvoza tekstila: 2000. - 2018.

	2000.	2005.	2010.	2015.	2016.	2017.	2018
IZVOZ							
Kina	10,3	20,2	30,4	37,4	37,2	37,1	37,6
EU-28	36,4	34,8	26,9	22,1	23,0	23,4	23,5
Indija	3,6	4,1	5,1	5,9	5,7	5,8	5,8
SAD	7,0	6,1	4,8	4,8	4,6	4,6	4,4
Turska	2,4	3,5	3,5	3,8	3,8	3,9	3,8
UVOZ							
EU-28	34,9	33,6	27,8	22,1	22,9	23,3	23,1
SAD	9,7	10,5	8,7	9,6	9,5	8,9	9,1
Kina	7,8	7,2	6,6	6,1	5,5	5,5	5,3
Vijetnam	0,8	1,6	2,6	5,8	4,3	4,3	5,3
Bangladeš	0,8	1,1	1,7	3,2	2,8	3,0	3,3

Izvor: izrada autora prema WTO (2016; 2017; 2018; 2019)

Tablica 5. daje nam prikaz najvećih svjetskih izvoznika/uvoznika tekstila u razdoblju od 2000. do 2018. godine. Primjećujemo, slično kao i kod izvoza odjeće, kako je s vremenom došlo do zamjene pozicije vodećeg svjetskog izvoznika tekstila - Kina je postala svjetski izvoznik čiji se izvezeni tekstil u 2018. godini procjenjuje na vrijednost od 119 milijardi US\$ (još na početku stoljeća Kina je sudjelovala s 10 % svjetskog izvoza, a danas je on veći od 37 %). Kineski izvoz je u osamnaestogodišnjem razdoblju prosječno rastao po stopi od čak 6 %. Iako su u pitanju visoke stope rasta, dvostruko su manje od rasta kojeg je za isto razdoblje ostvarivao Vijetnam - čak 13 %. Vrijednost europskog izvoza tekstila je u 2018. godini iznosio 74 milijarde US\$, s prosječnom godišnjom stopom rasta u osamnaestogodišnjem razdoblju od 1 %. Prva tri svjetska izvoznika tekstila (Kina, EU-28 i Indija) predstavljala su 70 % svjetskog izvoznog tržišta (prvih pet čini skoro 80 % svjetskog tržišta).

Najveći svjetski uvoznici tekstila su tržišta EU i SAD. Iako se europski uvoz tekstila smanjio u odnosu na početak stoljeća kada je uvoz predstavljao četvrtinu svjetskog uvoza, EU je i dalje prvi svjetski uvoznik, s vrijednosti uvezenog tekstila od 77 milijardi US\$. Vrijednost američkog uvoza tekstila u 2018. godini iznosila je 30 milijardi US\$, a prosječna godišnja stopa rasta za cijelo razdoblje iznosila je 2 %. Vijetnam i Bangladeš su u promatranom razdoblju bilježili 12 %-tne

prosječne godišnje stope rasta. Tri najveća uvoznika tekstila (EU-28, SAD i Kina) činila su 37,5 % ukupnog svjetskog uvoza.

Predviđa se kako će vrijednost²⁶ svjetske proizvodnje tekstila, koja je u 2016. godini vrijedila 748,1 milijardi US\$ (azijsko-pacifička regija činila je 59,6 % svjetske tržišne vrijednosti), do 2021. godine dosegnuti iznos od 961 milijardi US\$, što upućuje na petogodišnji porast vrijednosti globalne proizvodnje po godišnjoj stopi od 5,1 % (Lu, 2018).

Procjena je²⁷ da će globalno tržište proizvodnje odjeće u 2021. godini dosegnuti vrijednost od 992 milijarde US\$, što bi predstavljalo porast od 26,2 % u odnosu na 2016. godinu kada je vrijednost proizvodnje bila 785,9 milijardi US\$. Godine 2016. azijsko-pacifička regija predstavljala je 61 % tržišne vrijednosti svjetske odjevne proizvodnje. Procijenjena godišnja stopa rasta tržišta proizvodnje odjeće za razdoblje od 2016. i 2021. godine iznosi 4,8 % (Lu, 2018).

Također, procjenjuje²⁸ se da će svjetsko maloprodajno tržište odjeće 2022. godine dosegnuti vrijednost od 1,834 milijarde US\$, što je porast od 29,7 % u odnosu na 2017. godinu, kada je vrijednost tržišta iznosila 1.414,1 milijarde US\$ (52,6 % ženska odjeća, 31,3% muška odjeća i 16,1% dječja odjeća), što znači kako će svjetsko maloprodajno tržište odjeće do 2022. godine rasti po godišnjoj stopi od 5,3 % (Lu, 2018).

McKinsey u svom godišnjem izvješću²⁹ navodi kako je 20 najboljih poduzeća („super winners“) odjevne/modne industrije doprinijelo s čak 97 % ukupnog industrijskog ekonomskog profita. Također je za 2019. godinu procijenjen daljnji rast odjevne/modne industrije od 3,5 do 4,5 % u 2019., što je nešto manje od njihove procjene (od 4 do 5 %) koju su napravili za 2018. godinu. Dalje, procjene su da će zemlje istočne Azije (azijske zemlje Tihog oceana, pogotovo Kina) i Europe (zemlje centralne i istočne Europe, naročito Rusija) i dalje biti nositelji tog rasta - zemlje azijskog Pacifika vjerojatno će nastaviti sa snažnim rastom, dok će zemlje „Europe u

²⁶ Vrijednost tržišta procjenjuje se na temelju vrijednosti domaće proizvodnje plus uvoz, umanjenih za izvoz, a iskazana je proizvodnim cijenama.

²⁷ Ova procjena pod tržište proizvodnje odjeće obuhvatila je proizvodnju sve vrste odjeće i nije uključila proizvode od kože, obuću, pletene predmete te ostale tehničke i kućanske gotove proizvode.

²⁸ Za potrebe procjene u maloprodajno svjetsko tržište ušla je cjelokupna prodaja muške, ženske i dječje odjeće, a sama tržišna vrijednost izračunata je prema maloprodajnoj cijeni koja uključuje sve poreze i pristojbe.

²⁹ Ova godišnja izvješća (engl. *The State of Fashion*), iako su do sada izdana svega tri izdanja (prvo se odnosilo na 2016. godinu), postala su iznimno značajna te posebno autoritativna za cijelu odjevn/modnu industriju, jer je u pitanju dubinska i izrazito temeljita analiza cjelokupne industrije koja se usredotočuje na mnogobrojne prilike i probleme industrije. Za potrebe zadnjeg izvješća anketirano je više do 275 rukovoditelja (oko 30 % više nego godinu prije) i drugih koji se smatraju vođama i pionirima industrije.

nastajanju“ najvjerojatnije usporiti sa svojim rastom. Zapadna Europa i sjeverna Amerika također će imati nešto sporiji rast. Određeni ekonomski i politički izazovi s kojima će Latinska Amerika (pogotovo Brazil), Bliski Istok i Rusija biti suočeni vjerojatno će umanjiti njihovu razinu potrošnje. Ukupni učinak na cjelokupnu svjetsku industriju bit će nešto manje snažan rast u odnosu na 2018. godinu (McKinsey, 2018: 94, 97).

Tablica 6. prikazuje nam deset tržišno najvrjednijih svjetskih odjevnih/modnih brendova (izraženo u milijardama US\$). Među deset brendova nalaze se i američki Nike i njemački Adidas, što nam samo jasno pokazuje koliko je zadnjih godina porastao tržišni značaj sportskog segmenta unutar odjevnog/modnog industrije (čak je i McKinsey (2018: 98) u svom izvješću za 2019. godinu baš za segment sportske odjeće procijenio daleko najveći tržišni rast u odnosu na ostale segmente, oko 6 - 7 %). Svi ovi odjevni/modni brendovi dugi se niz godina nalaze i na poznatoj Forbesovoj listi 100 najvrjednijih svjetskih brendova (engl. *The World's Most Valuable Brands*), prema kojoj je od svih odjevnih/modnih brendova najvrjedniji Nike - američki proizvođač sportske opreme.

Tablica 6. Top 10 najvrjednijih svjetskih odjevnih/modnih brendova u 2018. (u mlrd. US\$)

	2018.	2017.	2018./2017.	Forbes Top 100 najvrjednijih brandova
Nike	28.030	31.762	-11,7 %	Da (14.)
H&M	18.959	19.177	-1,1 %	Da (58.)
Zara	17.453	14.399	21,2 %	Da (46.)
Adidas	14.295	10.169	40,6 %	Da (61.)
Hermes	11.333	8342	35,8 %	Da (33.)
Louis Vuitton	10.487	8.941	17,3 %	Da (12.)
Cartier	9.805	6.765	45 %	Da (64.)
Gucci	8.594	6.883	24,9 %	Da (30.)
Uniqlo	8.099	9.597	-15,6 %	Da (84.)
Rolex	6.360	6.988	-9 %	Da (78.)

Izvor: izrada autora prema Brand Finance (2018) i Forbes (2019)

Kućni izdaci za odjeću i obuću unutar EU iznose oko 5 % ukupnih izdataka. Procjenjuje se da stanovnici EU godišnje kupe više od 9,5 milijuna tona tekstilnih proizvoda (oko 19 kg po stanovniku), od čega je oko 70 % odjeće. U razdoblju od 1996. do 2012. godine potrošnja u količini po stanovniku za odjeću i cipele porasla je za oko 34 % (GFA, 2017: 3). Europski Parlament (2019: 2) procjenjuje kako su stanovnici EU u 2015. godini kupili oko 6,4 milijuna tona nove odjeće, što je oko 12,7 kg po stanovniku.

U SAD-u je još 1991. godine prosječni Amerikanac godišnje kupovao oko 40 kamada odjeće, u 2015. godini kupovao je oko 66 komada, to je rast od 65 % za promatrano razdoblje (ILRF, 2019: 11). Američki Kongres (2015: 1) navodi kako je u 2014. godini američka potrošnja na odjeću i obuću vrijedila oko 370 milijardi US\$. Samo grad New York, kao najveće američko trgovačko središte, kroz modnu maloprodaju godišnje generira oko 18 milijardi US\$.

Tablica 7. Top 6 modnih/odjevnih brandova u 2018. godini prema ostvarenoj ekonomskoj dobiti (prema izračunu McKinseyja) i pojedinim finacijskim pokazateljima

	Ekonomski profit (u mlrd. \$)	Prihodi u 2018. ³⁰ (u mlrd.)	Tržišna kapitalizacija (u mlrd.)	Profitna marža	Operat. marža	RoA	RoE
INDITEX	4,010	26,15 €	82,51 €	13,3 %	16,9 %	11,7 %	26,6 %
Nike	2,996	81,98 \$	128,45 US\$	10,3 %	12,2 %	12,9 %	42,7 %
LVMH	2,332	46,83 €	183,40 €	13,2 %	21,1 %	8,1 %	21,8 %
TJX Comp.	1,972	38,97 \$	64,22 US\$	7,7 %	10,6 %	14,4 %	58,6 %
Hermes	1,345	5,96 €	64,45 €	23,5 %	35,1 %	18,4 %	26,7 %
H&M	1,281	19,48 €	26,10 €	5,4 %	6,9 %	8,0 %	23,8 %

Izvor: izrada autora prema McKinsey (2018: 96) i Yahoo Finance

Procjenjuje se da globalna modna industrija (odjeća, obuća i modni dodaci) godišnje ostvari promet u vrijednosti oko 2,5 bilijuna US\$ (United Nations, 2018: 1). Najveći odjevni/modni brendovi godišnje uprihode desetke milijardi US\$ ili €. Koliki promet, ekonomski profit i druge finacijske pokazatelje ostvaruju oni najveći i najbolji u svom poslu, pokazuje *Tablica 7*. Vrijedi

³⁰ Treba imati na umu kako ove kompanije imaju različito vrijeme završetka vlastite finacijske godine. Tako npr. za Nike finacijska godina završava svake godine na 31. svibanj, dok za francuski LVMH i Hermes finacijska godina završava sa zadnjim danom kalendarske godine.

spomenuti zanimljivu procjenu koju su u svom zajedničkom radu dali Global Fashion Agenda i Boston Consulting Group (2017: 23), prema kojoj će do 20130. godine modna/odjevna poduzeća ostvarivati i preko 3 % manji EBIT ako nastave s današnjom praksom poslovanja.

U 2015. godini poliester (umjetno vlakno) je sudjelovao s 55 % udjela u ukupnoj svjetskoj industrijskoj potrošnji vlakana. Pamuk kao prirodno vlakno sudjelovalo je sa svega 27 %. Pritom je poliester jedini od svih vlakana (i prirodnih i umjetnih) čiji se udio u svjetskoj potrošnji za industrijske potrebe neprekidno povećavao još od 1990. godine. Udio svih umjetnih³¹ vlakana predstavljao je oko 72 % svjetske industrijske potrošnje, u odnosu na 28 % prirodnih vlakana (Textile Exchange, 2016: 7).

Svjetska industrijska potražnja za umjetnim vlaknima povećala se sa 31,04 milijuna tona (28,4 milijuna tona odnosi se sintetička vlakna) u 2000. godini na 71,6 milijuna tona (64,9 milijuna tona otpada na sintetička vlakna) u 2017. godini - to je rast od nevjerojatnih 130,7 % u promatranom razdoblju (Statista, 2018). Procjenjuje se da je u 2018. godini svjetsko tržište vlakana (umjetna + prirodna) doseglo razinu potrošnje od 103 milijuna tona, što je rast od 4 % u odnosu na godinu prije. Upotreba prirodnih vlakana u istoj je godini povećana za oko 3 %, i predstavlja najveći rast u osmogodišnjem razdoblju (The Fiber Year, 2018).

Procjenjuje se da će u razdoblju od 2015. do 2020. potrošnja umjetnih vlakana rasti po godišnjoj stopi 3 - 4 %. U istom razdoblju potrošnja pamučnih vlakana povećavat će se po stopi 1 - 2 %, dok će upotreba celuloznih vlakana rasti po stopi 5 - 6 %. Zbog trendova odjeće koja se proizvodi upotrebom visoke tehnologije i zahtjeva za udobnošću potrošača dolazi do visokih stopa potrošnje specijaliziranih poliestera i vlakana na bazi celuloze (Textile Exchange; 2016: 19).

Za razdoblje od 2010. do 2020. godine procjena je da je u zemljama u razvoju godišnja potrošnja tekstila po stanovniku iznosila između 7,9 i 12 kg, dok je u razvijenim zemljama takva potrošnja po stanovniku iznosila između 28 i 31 kg (Textile Exchange; 2016: 19).

Predviđa se da će do 20130. godine industrijska potražnja za poliesterom porasti na blizu 70 milijuna tona godišnje, potražnja za pamukom porasti će na razinu iznad 30 milijuna tona, dok će potražnja za celuloznim skočiti na otprilike 10 milijuna tona (Textile World, 2015).

³¹ Odnosi se na vlakna koja su industrijski napravljena od prirodnih (npr. celuloza) i sintetičkih polimera.

4. TEKSTILNA INDUSTRIJA I NAČELA ODRŽIVOG RAZVOJA

Cjelokupna tekstilna industrija, sa svim svojim sastavnicama, zadnjih se nekoliko desetljeća pretvorila ne samo u jednog od najvećeg industrijskog zagađivača okoliša, nego i u industriju koja u nekim dijelovima svijeta ima velikih problema s nedostatkom institucionalne regulacije, neadekvatnim radnim uvjetima, niskim nadnicama zaposlenih u proizvodnji koje su u nesrazmjeru sa silno velikim profitima mnogobrojnih odjevnih/modnih poduzeća, mnogobrojnim teškim oboljenjima zaposlenih itd. Tisuće znanstvenika diljem svijeta svojim analizama i istraživanjima ove industrije nastoje široj javnosti što preciznije i jasnije približiti mnogobrojne probleme koji se javljaju kao negativne posljedice poslovanja industrije. Tragičan događaj iz travnja 2013. godine kada je urušavanjem tvornice odjeće Rana Plaza u Bangladešu poginulo više od tisuću ljudi, uglavnom mlađih žena, posebno je „ogolio“ silne probleme TiO industrije.

4.1. Utjecaj tekstilne industrije na ekološku dimenziju razvoja

Kako tekstilna industrija (i vrijednošću i volumenom proizvodnje) neprestano raste, tako nažalost rastu i ekološka pitanja povezana s njom. Tekstilna industrija danas se smatra jednom od najprljavijih na svijetu i jednom od najvećih zagađivača okoliša (Garcia-Torres, Rey-Garcia i Albaredo-Vivo, 2017: 1; Pavunc, Vujasinović i Matijević, 2014: 196; Vehmas, 2018: 287; Gönlügür, 2019: 1, Omazić, Grilec i Šabarić, 2017: 165) koja svojom djelatnošću i svojim finalnim proizvodima (tekstil, odjeća, obuća) kroz njihov cijeli (ali kratak) životni vijek nepovratno opterećuje i onečišćuje prirodu. Koja je, prema jednom istraživanju, druga najprljavija svjetska industrija (iza industrije prerade nafte i naftnih derivata), odgovorna za oko 10% globalne emisije ugljičnog dioksida (CO₂) u zemljinu atmosferu (Omazić, Grilec i Šabarić, 2017: 170) i emisiju 1,2 milijardi tona stakleničkih plinova godišnje, što je više od zajedničkog doprinosa međunarodnog zračnog i riječnog prometa (Fashion Revolution, 2019: 3). U pitanju je industrija u kojoj se pri proizvodnji odjeće koristi oko 1.900 različitih kemikalija, od kojih njih 165 europsko zakonodavstvo klasificira opasnim po ljudsko zdravlje i okoliš (European Parliament, 2019: 4).

Neodrživi utjecaj cjelokupne tekstilne industrije na kvalitetu i zdravlje okoliša najviše se očituje kroz (Pavunc, Vujasinović i Matijević, 2014: 197):

- *Doprinos klimatskim promjenama* (spaljivanje fosilnih goriva za dobivanje potrebne električne energije)
- *Toksične kemikalije* (gnojiva i pesticidi u agrikulturni, i u fazama proizvodnje kao što su ekstrakcija vlakana, bojadisanje, oplemenjivanje i tisak)
- *Povećanje tekstilnog otpada* (pogotovo otpada koji nije biorazgradljiv, velike količine otpada nastaju zbog brze promjene modnih trendova)
- *Potrošnju vode* (upotreba velikih količina vode kod npr. uzgoja pamuka te kod procesa oplemenjivanja, bojadisanja i njege)
- *Neobnovljive sirovine* (fosilna goriva (ugljen, nafta, plin) koji se koriste kao glavne sirovine u proizvodnji sintetičkih vlakana)
- *Zauzimanje prostora* (uzgoj vlakana zauzima prostor potreban za proizvodnju hrane)

Industrija odjeće ima specifične negativne utjecaje na okoliš kroz sve faze životnog ciklusa odjeće (Hill i Lee, 2012: 478; Luz, 2007: 449), od uzgoja vlakana i proizvodnje same odjeće, njenog bojanja i tiska, transporta do trgovina i prodaje, pa sve do konačnog odlaganja na kraju njenog životnog vijeka (Hill i Lee, 2012: 478).

Materijali s daleko najviše negativnog utjecaja po okoliš su zapravo oni prirodni, kao što su koža i prirodna vlakna (vuna, pamuk i svila); od svih proizvodnih aktivnosti procesuiranje i prerada tekstila doprinosi s 47 % utjecaja na klimu i 6 % utjecaja na vodu (tako npr. bojenje tkanina može zahtijevati i do 150 litara vode po kilogramu); koliko god da sirovine i gotovi proizvodi prelaze tisuće kilometara duge dostavne rute, računa se da transport i distribucija sudjeluju sa svega 2 % industrijskog utjecaja na klimatske promjene - no ovu fazu karakterizira značajan otpad stvoren procesima pakiranja, označavanja i sl.; maloprodaja sa svojim hlađenjem, grijanjem i osvjetljenjem sudjeluje s 5 % stvaranja CO₂ unutar vrijednosnog lanca (Global Fashion Agenda i Boston Consulting Group, 2017: 39 - 53).

Utjecaj odjeće (u svim svojim fazama životnog ciklusa) na kvalitetu okoliša raste s njenim porastom potrošnje zadnjih desetljeća. Jedan od razloga većoj potrošnji je pad cijene odjeće zadnjih desetljeća (u razdoblju od 1996. do 2012. godine u EU je cijena odjeće u odnosu na

potrošačku košaricu pala za 36 %). Drugi razlog velike potrošnje jest rast (fenomena, poslovnog modela, filozofije odijevanja) brze mode (engl. *fast fashion*). Ovaj uspješni poslovni model multinacionalnih trgovačkih lanaca temelji se na masovnoj proizvodnji upotrebom materijala slabije kvalitete, niskim cijenama, velikim količinama prodaje i brzoj isporuci krajnjem kupcu kojem se neprestano nude nove kolekcije odjeće (European Parliament, 2019: 2).

Europski otisak na okoliš uzrokovan potrošnjom tekstila procjenjuje se na 4 do 6 %, i slijedi nakon potrošnje vezane uz kućanstvo, putovanja, hranu i piće (Global Fashion Agenda, 2017: 2). Procjenjuje se da je u 2015. godini globalna TiO potrošnja bila odgovorna za potrošnju oko 79 milijardi m³ vode, emisiju oko 1.7 milijuna tona CO₂ i stvaranja oko 92 milijuna tona otpada. Također, predviđa se da će se do 2030. godine ove brojke povećati za oko 50 %. Nastavi li se ovakav rast potrošnje tekstila i odjeće, do 2030. dosegnut će se iznos od 102 milijuna tona godišnje kupljene odjeće (rast od 63 % u odnosu na 62 milijuna tona u 2015.) što će dovesti do dodatnog negativnog pritiska na okoliš (Global Fashion Agenda i Boston Consulting Group, 2017: 10).

Razvoj tekstilne industrije sve do nedavno je bio usmjeren na razvoj tehnologije, povećanje proizvodne učinkovitosti i stvaranje tržišno konkurentnog proizvoda, stoga je naglasak bio na održavanju niske cijene finalnog proizvoda. Unutar životnog vijeka proizvoda manje su pažnje obraćalo na druge dimenzije poslovanja i negativan utjecaj tekstilnog proizvoda, osobito na okoliš. Točan utjecaj proizvodnje tekstila na okoliš značajno varira ovisno o vrsti vlakana i proizvoda načinjenih od tih vlakana. Kako je tekstilna industrija sastavljena od brojnih podsektora koji čine cijeli krug proizvodnje (počevši od proizvodnje sirovina preko raznih kemijskih i mehaničkih procesa potrebnih za proizvodnju finalnog proizvoda), tako svi procesi potrebni za proizvodnju finalnog proizvoda imaju i različiti utjecaj na okoliš (Pavunc, Vujasinović i Matijević, 2014: 196).

Već prilikom dobivanja prirodnih vlakana kao npr. pamuka, tijekom uzgoja se upotrebljavaju znatne količine pesticida koje uzrokuju degradaciju i onečišćenje tla te gubitak bioraznolikosti, a mogu dovesti i do zdravstvenih problema radnika. Osim upotrebe pesticida i drugih agrokemikalija tu je i upotreba velikih količina vode - za proizvodnju jednog kilograma pamuka može biti potrebno i više od 20.000 litara vode (Pavunc, Vujasinović i Matijević, 2014: 197). Proizvodnja jednog kilograma pamuka u Indiji prosječno zahtijeva upotrebu oko 22.500 litara vode (za usporedbu, pamuk iz SAD zahtijeva „samo“ 8.000 litara vode po kilogramu pamuka). Razlog ovako visoke potrošnje vode indijske proizvodnje pamuka leži u neučinkovitoj upotrebi vode

(Leahy, 2015). Gönlügür (2019: 1) navodi kako je u tekstilnoj industriji za jedan kg tekstilnog proizvoda potrebno vode u rasponu od 10 do 645 litara, dok je za potrebe različitih postupaka kao što su bojenje i završna obrada potrebno između 21 i 645 litara vode. Ovisno o samom vlaknu i korištenoj tehnologiji potrebna količina vode mogla bi dosegnuti razinu od 932 litre vode. Smatra se kako prosječni kilogram tekstila ima vodeni otisak³² (engl. *water footprint*) od 10.000 litara, i uglavnom proizlazi iz proizvodnje pamuka (Global Fashion Agenda; 2017: 2; Leahy, 2015).

Za uzgoj oko 680 grama pamuka koji se koristi za proizvodnju jednih traperica (engl. *jeans*) potrebno je oko 5.600 litara vode. Levi's je izračunao da je za proizvodnju jednih njihovih traperica potrebno oko 3,800 litara vode i 400 megadžula (MJ) energije, pri čemu dolazi do emisije 32 kg CO₂ (Ayatullah Hosne Asif, 2017, 4).

Velike količine vode koriste se i tijekom tekstilnih proizvodnih procesa (npr. za pranje vlakana, bijeljenje, bojadisanje i druge mokre obrade) koje nerijetko sadrže i razne kemikalije ili bojila, te ako se ne tretiraju pravilno prije ispuštanja, mogu uzrokovati veliku štetu u okolišu. Zbog toga su otpadne vode jedan od najvećih problema tekstilne industrije sa stajališta negativnog utjecaja na okoliš (Pavunc, Vujašinović i Matijević, 2014: 197).

Otpadne vode industrijskih postrojenja predstavljaju posebnu opasnost za okoliš jer su u većini slučajeva opterećene visokim sadržajem tvari organskog i/ili anorganskog podrijetla, različitim mineralima i metalima, a vrlo često i toksičnim i/ili kancerogenim tvarima, i kao takve su problematične jer se ispuštaju u sustav javne odvodnje ili u površinske vodotokove s potencijalno negativnim utjecajem za sve primatelje (Višić, Vojnović i Pušić, 2015: 109, 112).

Otpadne vode nastale tijekom proizvodnje i prerade tekstila (Gönlügür (2019: 1) napominje kako je tekstilna, od svih drugih industrija, najznačajnija po pitanju volumena ispuštenih otpadnih voda i njihovog kemijskog sastava) mogu u sebi sadržavati neke od sljedećih izvora onečišćenja: izrada i prerada pređa i prediva; bijeljenje, mercerizacija ili alkalne obrade tekstila; bojadisanje tekstila; tisak tekstila; plastificiranje tekstila; apretiranje tekstila; čišćenje i pranje vlakana u svim oblicima; grafičke i fotografičke procese i obrade kovinskih površina pri proizvodnji valjaka za

³² Rezultat je upotrebe energije, materijala i kemikalija tijekom proizvodnje, kao i upotrebe energije i deterdženata potrošačeve njege proizvoda. Transport i distribucija odjevnih predmeta te njihovo korištenje do kraja životnog vijeka relativno malo pridonose otisku (Global Fashion Agenda, 2017: 2).

tisak tekstila i šablona te kemijsko čišćenje tekstila, ako se za čišćenje koriste halogena organska otapala (Višić, Vojnović i Pušić, 2015: 110).

Problem s otpadnim vodama naročito je prisutan u zemljama u razvoju (gdje se odvija najveći dio proizvodnje) gdje zakonodavstvo vezano uz okoliš nije niti približno tako strogo kao što je slučaj s EU, stoga se otpadne vode često nefiltrirane ispuštaju u površinske vodotokove ili sustave javne odvodnje (European Parliament, 2019: 4).

Većina procesa koji se odvijaju u tekstilnim tvornicama su energetske zahtjevni, i uzrokuju mnogobrojne štetne atmosferske emisije. Za razliku od dobivanja prirodnih vlakana, za dobivanje sintetskih vlakana upotrebljavaju se neobnovljive sirovine - u prvom redu nafta. Osim štetnih emisija u vodu, zrak i tlo te otpada koji nastaju tijekom tekstilnog proizvodnog procesa, sve veći problem predstavlja i otpadni tekstil koji nastaje nakon upotrebe (posljedica je povećanja proizvodnje i sve češće zamjene tekstilija), što se može povezati s čestim promjenama u modnim trendovima. Povećanje tekstilnog otpada uvelike utječe na zagađenje tla, atmosfere, a time i na kvalitetu života ljudi, što dovodi do potrebe njegovog prikladnog zbrinjavanja, i ako je moguće recikliranja i ponovne upotrebe (Pavunc, Vujasinović i Matijević, 2014: 197).

Problematičnim se pokazuje i poliester kao industrijski najzastupljenije vlakno, koji već skoro 20 godina ostvaruje neprekidni rast u industrijskoj potrošnji. U prošlom poglavlju navedeno je kako je godišnja svjetska potražnja (u tonama) za umjetnim vlaknima (i samim poliesterom) od početka stoljeća do danas porasla za nevjerojatnih 130 %. Poliester je po pitanju kvalitete i zdravlja okoliša problematičan iz razloga jer u njegovoj proizvodnji dolazi do oslobađanja mnogobrojnih štetnih emisija. Ove emisije predstavljaju i profesionalnu opasnost, tj. opasnost po zdravlje samih zaposlenika u proizvodnji (Luz, 2007: 450). Koliko umjetna vlakna mogu biti štetna za cijeli živi svijet (i životinje i nas same) pokazuje sljedeće - svaki put kada operemo sintetički komad odjeće kao npr. jaknu, dolazi do ispuštanja oko 1.7 grama pojedinačnih mikrovlakana u vodeni sustav, koji na koncu pronađu svoj put i do oceana. Tim mikrovlaknima hrane se sitni morski organizmi, koji posredstvom morskog hranidbenog lanca na koncu mogu završiti i u nama samima dok se hranimo krupnijom ribom (Messinger, 2016). Poliester ima i neke svoje određene prednosti - za razliku od pamuka ostavlja manji vodeni otisak, može se prati na manjim temperaturama te se svojim recikliranjem može pretvoriti u novo vlakno (European Parliament, 2019: 3).

Problemi oko kvalitete i sigurnosti okoliša posebno su povezani s proizvodnjom prirodnih vlakana. Pamuk, kao najčešće prirodno vlakno, također ima itekako značajan utjecaj na kvalitetu okoliša - njegova proizvodnja uvelike opterećuje zalihe pitke vode, može prouzrokovati degradaciju i onečišćenje tla te gubitak bioraznostivosti. Zbog potreba ovog usjeva koristi se čak četvrtina svih upotrebljenih pesticida na području SAD-a (Luz, 2007: 450). Iako površina zemlje na kojoj se uzgaja pamuk čini samo 3% svjetskog poljoprivrednog zemljišta, njegova proizvodnja troši otprilike 16% svih insekticida i 7% svih herbicida (GFA i BCG, 2017: 10). Omazić, Grilec i Šabarić (2017: 170) navode kako se pamuk uzgaja na 2,5 % svjetskog poljoprivrednog zemljišta, pri čemu se troši 10 % svih svjetskih pesticida i 22,5 % insekticida. U Indiji se oko 50 % svih pesticida upotrebljava za proizvodnju pamuka (Leahy, 2015). Dobra je stvar što se industrija sve više okreće drugim prirodnim vlaknima poput konoplje i lana za čiji su uzgoj potrebne manje količine vode i štetnih kemikalija (European Parliament, 2019: 3).

Global Fashion Agenda i Boston Consulting Group (2018: 20) kroz svoj su *The Puls Score*³³ model procijenili da je u 2018. godini održivost TiO industrije (onih sudionika koji su zahvaćeni modelom) u području brige oko zaštite okoliša došla na razinu od prosječnih 35 bodova godišnje, što je rast od 6 bodova u odnosu na godinu prije. Bodovni porast sugerira kako se je unutar jedne godine povećala industrijska održivost, tj. kako su se povećali napori i određene aktivnosti unutar industrije kako bi se smanjivali njezini negativni utjecaji na okoliš. Većina poboljšanja u ovom području proizašla su iz povećanja djelotvornosti resursa u lancu opskrbe.

Global Fashion Agenda i Boston Consulting Group (2017: 37) unutar TiO industrije prepoznaju četiri područja unutar kojih se mogu napraviti određena poboljšanja zaštite okoliša:

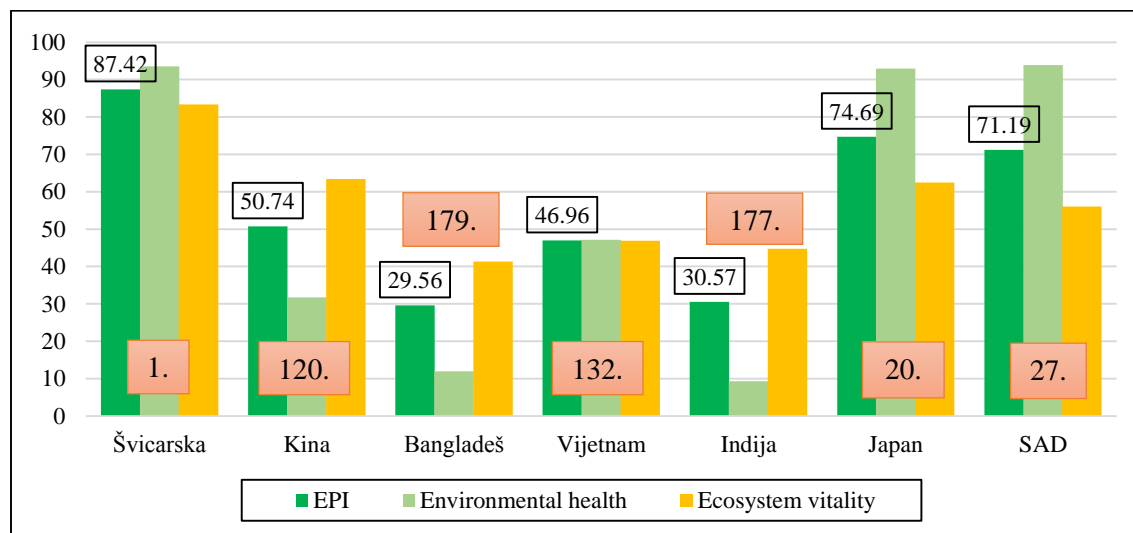
- *Voda* (potrošnja vode i prerada/procesuiranje otpadnih voda)
- *Energija* (korištenje obnovljivih izvora energije i upravljanje emisijama CO₂)
- *Kemikalije* (količina i toksičnost zaposlenih kemikalija, prerada iskorištenih kemikalija)
- *Otpad* (količine i vrste nastalog otpada, obrada otpada)

³³ Globalni i holistički model *The Pulse Score* mjeri uspješnost održivosti tekstilne industrije, gledajući kroz njezin utjecaj na okolišnu i socijalnu dimenziju poslovanja. Rezultati mogu biti u rasponu od 1 do 100 - ako je rezultat manji od 20 u pitanju je slaba održivost industrije, a ako je rezultat veći od 70 radi se o jakoj održivosti. Model se temelji na *Higgsovu Indeksu* kojeg je razvio američki Sustainable Apparel Coalition (SAC) sa sjedištem u San Franciscu (SAD). HI je dobro znan i u velikom dijelu industrije široko prihvaćen alat, koji mjeri i prati održivost globalne modne industrije u ključnim područjima njenog okolišnog i društvenog utjecaja.

Tekstilna industrija nužno se mora prebaciti na čišće metode proizvodnje koje uzimaju u obzir sve mogućnosti koje će umanjiti učinke problema zagađenja u mokroj obradi tekstila i uštedjeti vodu i energiju. Glavne metode su (Körklü, 2018: 1):

- *Optimizacija procesa* (manja uporaba kemikalija, rad na nižim temperaturama)
- *Uporaba ekološki prihvatljivih kemikalija*
- *Ponovna upotreba vode*
- *Nove tehnologije u mokroj obradi* (enzimski procesi, ultrazvuk, ozonske tehnologije i sl.)

Grafikon 1. Environmental Performance Index (EPI) odabranih zemalja u 2018. godini



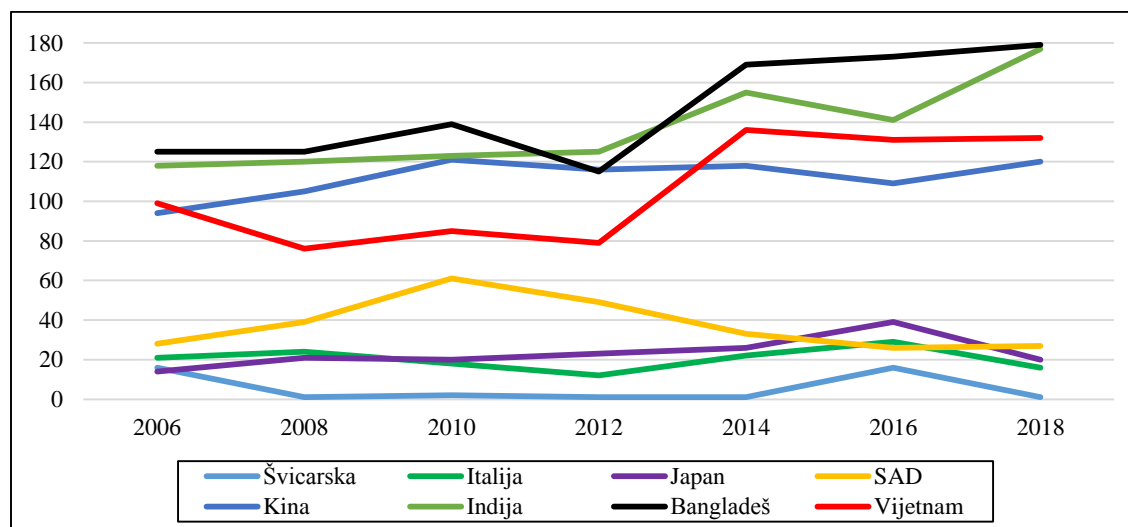
Izvor: izrada autora prema Yale University (2018a)

Grafikon 1. prikazuje ostvarene rezultate *Environmental Performance Indeksa*³⁴ pojedinih zemalja u 2018. godini (u grafikonu je unutar crvenog polja označen postignuti rang), te rezultate obje kategorije koje zajedno daju ocjenu samog indeksa (*Environmental health* i *Ecosystem vitality*). Za grafički prikaz odabrane su Švicarska koja je postigla najbolji rezultat u 2018. godini,

³⁴ Predstavlja metodu kvantificiranja i brojčanog označavanja učinaka politika okoliša neke države (ostvarivanja njenih postavljenih ciljeva u području zaštite okoliša), kojeg su zajednički razvili Yale University i Columbia University. Ukupan rezultat indeksa sadrži ocjene ostvarenja dvije velike grupe ciljeva - „zdravlje okoliša“ (engl. *Environmental health*) i vitalnost ekosustava (engl. *Ecosystem vitality*). Doprinos cilju „zdravlje okoliša“ pridonosi ukupnoj ocjeni EPI-ja s 40 %, a „vitalnost ekosustava“ sa 60 % (prijašnjih godina omjer je bio 50/50). Konačno izvješće za 2018. godinu rangiralo je 180 zemalja kroz ukupno 24 pokazatelja uspješnosti u 10 kategorija problema koje pokrivaju ciljeve postizanja zdravlja okoliša i vitalnosti ekosustava.

te nekoliko zemalja koje imaju ili značajne udjele u svjetskom izvozu odjeće ili u uvozu odjeće poput SAD-a i Japana (prema WTO-om izvješću za 2018.). Teško je ne primijetiti kako su zemlje poput Kine, Vijetnama, Indije i Bangladeša, a koje spadaju u prvih 5 svjetskih izvoznika odjeće, ostvarile dosta loše rezultate. Naročito loš rezultat ostvario je Bangladeš čiji je ukupni izvoz u najvećoj mjeri povezan s izvozom tekstila i odjeće (ostvario je predzadnje 179. mjesto). Iako nam ostvareni EPI rang neke zemlje to izričito ne govori, možda je upravo loše provođenje (ili neadekvatnost) nacionalnih politika u području zaštite okoliša jedan od razloga zbog čega je svjetska proizvodnja odjeće/tekstila koncentrirana u svega nekoliko slabije razvijenih zemalja.

Grafikon 2. EPI rangiranje odabranih zemalja u razdoblju od 2006. do 2018. godine



Izvor: izrada autora prema Yale University (2006; 2008; 2010; 2012; 2014; 2016; 2018a)

Na *Grafikonu 2.* prikazano je kretanje rangiranja zemalja prema ostvarenom EPI u razdoblju od 2006. do 2018. godine za iste zemlje kao i u prethodnom grafikonu, s tim da je ovdje dodana Italija kao jedna od najvećih i izvozno najznačajnijih europskih TiO industrija. Iz priloženog se vidi kako su Kina, Indija, Bangladeš i Vijetnam kroz dvanaestogodišnje razdoblje pogoršale svoje pozicije u rangiranju, a sve su, osim Kine (u 2010. godini), upravo u 2018. godini ostvarili svoje najlošije rezultate. U odnosu na 2006. godinu sve četiri države su ostvarile u 2018. godini puno lošije rezultate: Kina je pala za 26 mjesta, Indija za čak 59, Bangladeš za 54 te Vijetnam za 33 mjesta. Bangladeš je od 2014. neprekidno ostvarivao rezultate koji su ga svrstavali među 10 najlošije pozicioniranih zemalja.

4.2. Utjecaj tekstilne industrije na socijalnu dimenziju razvoja³⁵

Tijekom posljednjih godina došlo je do velike transformacije u interesima i željama potrošača koji su sve više orijentirani na visoko prilagođene proizvode i usluge. Ovaj otežavajući čimbenik dodatno pogoršavaju i drugi aspekti, poput neprestanog očekivanja potrošača za proizvodima (i popratnim uslugama) s niskim cijenama te poduzeća koja se međusobno natječu za tržišni udio, što vrlo često rezultira smanjenjem troškova radne snage, pri čemu se preferira premještanje proizvodnih pogona (npr. iz Europe) u zemlje u kojima radnici zarađuju manje i gdje se radna prava se često zanemaruju. Naime, izrazita složenost TiO idustrije i njenog opskrbnog lanca dovodi do situacije da se vrlo često sirovine uzgajaju i konačni proizvodi (odjeća, obuća i sl.) šivaju u azijskim zemljama gdje radni uvjeti ne moraju nužno biti u skladu s konvencijama Međunarodne organizacije rada (ILO, engl. *International Labour Organization*), pogotovo s njenih osam temeljnih konvencija (Lenzo, et al., 2017: 2).

TiO industrija generira mnogobrojne društvene probleme. Lenzo i suradnici (2017: 2) tvrde kako lanac vrijednosti proizvodnje odjeće i tekstila ima sljedeće značajne socijalne probleme:

- Niske plaće radnika
- Spolna diskriminacija
- Prekomjerno radno vrijeme
- Ugovori o privremenom radu i dječji rad
- Izloženost zdravstvenim rizicima lokalnog stanovništva

Neodrživi utjecaj cjelokupne tekstilne industrije na društvenu dimenziju najviše se očituje kroz (Pavunc, Vujasinović i Matijević, 2014: 197):

- *Niske plaće* (minimalna plaća ponekad niža od realne minimalne plaće potrebne za život, siromaštvo koje može rezultirati nedovoljnim primanjima)

³⁵ Ovaj dio rada u velikoj će se mjeri baviti utjecajem TiO industrije na društvo pojedinih azijskih zemalja. Naime, u azijskim zemljama zaposleno je oko 2/3 radnika svjetske TiO industrije, a rad u većini tih zemalja obavijen je izrazito nepovoljnim okolnostima za same radnike. Mnogobrojne tragedije u tvornicama s ljudskim žrtvama, mala sloboda za radnička udruživanja, gušenje štrajkova, slaba regulacija nadležnih tijela, niske plaće (čak i ispod minimalne propisane zakonom) i mnogobrojne druge negativne karakteristike azijske TiO industrije očito su dovoljno veliki motiv mnogobrojnim znanstvenicima i organizacijama da se svojim radom fokusiraju na ovu veliku industriju, a rezultat čega je postojanje poprilično velikog broja kvalitetne i opširne literature o problemima u azijskim državama izazvanih djelovanjem TiO industrije.

- *Niske standarde rada* (loši uvjeti rada (nesigurni, pretjerano radno vrijeme), dječji rad)
- *Nisko kolektivno pregovaranje* (neke zemlje ne daju pravo na formiranje sindikata)
- *Nedostatak pravedne trgovine* (različite subvencije i propisi u nekim zemljama)

U uvodu 4. poglavlja spomenuta je tragedija iz 2013. godine koja je imala jako veliki medijski odjek diljem svijeta. Naime, 24. travnja 2013.³⁶ godine došlo je do urušavanja Rana Plaze, osmerokatne zgrade na periferiji Dhake (Bangladeš) u kojoj se nalazilo i pet tvornica odjeće. Poginulo je najmanje 1.132 ljudi, a ozlijeđeno je njih više od 2.500 (ILO, 2018b). Do urušavanja je došlo uglavnom zbog nepridržavanja građevinskih standarda - zgrada je izgrađena na neadekvatnom močvarnom tlu, a pri gradnji su korišteni građevinski materijali loše kvalitete. U tvornicama se šivala odjeća za nekoliko velikih međunarodno poznatih brendova kao što su Primark, Matalon, Mango i Benetton (Smithers, 2013).

Tragedija u Rani Plazi, među najgorim zabilježenim industrijskim nesrećama, probudila je širu svjetsku javnost s radnim uvjetima s kojima su suočeni radnici u bangladeškoj TiO industriji - niske plaće, nesigurno radno okruženje, velika učestalost nesreća i smrti na radnom mjestu, svakodnevica su mnogobrojnih bangladeških zaposlenika (od kojih su većina mlađe djevojke i žene), većina tvornica ne zadovoljava građevinske standarde (zbog čega su nerijetki smrtni slučajevi uzrokovani požarom ili urušavanjem zgrada) samo su neke od specifičnosti bangladeške TiO industrije s kojima je ova tragedija, među najgorim zabilježenim industrijskim nesrećama uopće, probudila zanimanje šire svjetske javnosti (ILO, 2018b).

Ova tragedija ipak je pridonijela jednoj velikoj promjeni. Vrlo brzo nakon nesreće potpisan je pravno obvezujući petogodišnji sporazum pod imenom *Accord*³⁷ (punim imenom *The Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh*), kojeg je potpisalo i podržalo preko 220 poduzeća. Sporazum su potpisali svjetski modni brendovi i malotrgovci, IndustriALL Global Union (međunarodna unija koja predstavlja 50 milijuna radnika u različitim industrijama), UNI Global Union (međunarodna unija radnika zaposlenih u uslužnom sektoru) i njihovih osam podružnica sindikata u Bangladešu, s ciljem „da se nijedan radnik ne mora bojati vatre, urušavanja zgrade ili

³⁶ Samo pet mjeseci prije toga 112 ljudi izgubilo je svoje živote u požaru u tvornici Tazreen Fashions, također na periferiji Dhake (ILO, 2018b).

³⁷ Ključna strukturna razlika između Accorda i ranijih inicijativa za društvenu odgovornost poduzeća (engl. corporate social responsibility initiatives) jest u tome što Accord ima oblik primjenjivog i obvezujućeg ugovora koji izravno povezuje kupce iz razvijenih zapadnih zemalja s predstavnicima radnika iz zemalja trećeg svijeta.

drugih nesreća koje se mogu spriječiti razumnim mjerama zdravlja i sigurnosti“. Kako bi se održao i proširio napredak postignut Sporazumom iz 2013. godine, više od 190 globalnih brendova i malotrgovaca potpisalo je novi prijelazni sporazum (*Transition Accord 2018*) koji je stupio na snagu 1. lipnja 2018. godine (Accord).

Potpisnici Sporazuma obvezali su se da će tijekom petogodišnjeg razdoblja: objavljivati svoje dobavljače u Bangladešu i podvrgavati ih sigurnosnim inspekcijama; javno objavljivati izvješća o provedenim inspekcijama; plaćati dobavljače cijenama koje omogućuju plaćanje potrebnih popravaka i siguran rad u tvornicama; omogućiti demokratski izabranim predstavnicima radnika da educiraju radnike o njihovim pravima; prekinuti odnose s dobavljačima koji ne udovoljavaju zahtjevima Sporazuma i sl. (Salminen, 2018: 417).

Zbog visokog rizika od mogućeg stradavanja na radu u ovoj industriji, kao ključan instrument javlja se financijska naknada stradalim radnicima ili članovima njihovih obitelji. Kako ozlijeđeni pojedinci ili njihove obitelji ne bi završili u siromaštvu, različite financijske zaštite (uređene zakonima o radu) isplaćuju se od strane poslodavaca. Međunarodna organizacija rada³⁸ (ILO) dao je znatan doprinos naknadama ozlijeđenih i obiteljima poginulih radnika nakon nesreće u Rana Plazi kada je kao neutralna strana osigurao potpisivanje koordiniranog okvira između svjetskih i lokalnih stakeholdera. Usvojen je *The Rana Plaza Arrangement* - jedinstveni pristup financijskim kompenzacijama u skladu sa ILO standardima, točnije Konvencijom 121., Konvencija o naknadama zbog ozljeda o radu (ILO, 2018b). Ovim Sporazumom i prikupljenim sredstvima za ukupno 2.559 podnesenih zahtjeva isplaćeno je oko 33,4 milijuna US\$ (ILRF, 2016: 4).

Kako se nakon Rana Plaze nije puno toga promijenilo pokazuje i podatak kako se nakon te tragedije iz travnja 2013. godine dogodilo još (ne manje od) 109 velikih nesreća. Među njima najmanje njih 35 dogodilo se u tekstilnim tvornicama, u kojima je 491 radnik ozlijeđen. Njih 27, nažalost, izgubilo je u tim nesrećama svoje živote (ILO, 2018b).

Osim negativnog utjecaja na okoliš, neke faze proizvodnje tekstila/odjeće imaju i poprilično štetan utjecaj na ljude. Tako npr. proizvodnja poliestera i drugih sintetičkih tkanina (koja je

³⁸ Specijalizirana je agencija Ujedinjenih naroda čiji je zadatak promicanje socijalne pravde i dostojnog rada postavljanjem međunarodnih radnih standarda. ILO formulira međunarodne standarde rada u obliku konvencija koje postavljaju minimalne standarde radnog prava. Postoji 8 osnovnih konvencija, a neke od njih su: Sloboda udruživanja (Konvencija 87), Pravo na organiziranje i kolektivno pregovaranje (Konvencija 98), Ukidanje prisilnog rada (Konvencija 105), Najgori oblici dječjeg rada (Konvencija 182), i drugi.

energetski intenzivan proces i koja zahtijeva velike količine sirove nafte) oslobađa mnogobrojne emisije, uključujući hlapljive organske spojeve, čestice i kisele plinove poput klorovodika (HCl), a sve to može uzrokovati ili pogoršavati respiratorne bolesti zaposlenika (Luz, 2007: 450).

Posebno opasnom fazom proizvodnje javlja se bojanje tekstila/odjeće, koja se unutar TiO industrije smatra najvećim zagađivačem okoliša. Proces bojanja podrazumijeva nitriranje toluena (C₇H₈), korištenje benzena (C₆H₆) te sumporne (H₂SO₄) i dušične (HNO₃) kiseline, zbog čega je potreban veliki oprez pri njihovom rukovanju jer može dovesti do spaljivanja kože radnika. Dušikov monoksid (NO) i dušikove pare u procesu bojanja predstavljaju opasnost od trovanja jer nadražuju dišni sustav te mogu dovesti do problema s bronhijama i plućnog edema (Ayatullah Hosne Asif, 2017: 4).

Čak i neka prirodna vlakna mogu imati negativan utjecaj na dišni sustav radnika u proizvodnji. Još prije nekoliko stoljeća opisan je štetan respiratoran učinak izloženosti pamučnoj, lanenoj i konopljinoj prašini kao sindrom bisinoza³⁹. Sindrom se posebno javljao kod radnika koji rade s otvorenim balama vlakana. Različite studije zadnjih desetljeća prijavljivale su različite vrste plućnih bolesti povezanih s izloženošću tekstilnoj prašini. Razlikuju se opstruktivne bolesti pluća (imaju obilježja astme i kronične opstruktivne bolesti pluća) i restriktivne bolesti pluća. Pozitivna je stvar što prestanak izlaganja organskoj tekstilnoj prašini zbog odlaska u mirovinu radnika može dovesti do poboljšanja funkcija pluća (Lai i Christiani, 2017: 152 - 154).

Istraživanje provedeno na 130 muškaraca zaposlenih u tekstilnim tvornicama, u dobi od 30 do 40 godina (s radnim iskustvom ne većim od 5 godina), od koji je njih 80 bilo izloženo tekstilnim procesima i vlaknima (ostalih 50 nije), dokazalo je da je izložena skupina pokazivala određene smanjene funkcije pluća, što kasnije može dovesti do ozbiljnijih poremećaja zbog kontinuiranog izlaganja pamučnim vlaknima (Gupta et al., 2017: 306 - 308).

U velikom broju zemalja u razvoju, gdje je TiO industrija značajan nositelj domaće ekonomije, veliki društveni problemi su nepostojeća ili neadekvatna radnička prava, te različiti oblici suzbijanja slobode radničkog udruživanja. Sljedeća dva primjera pokazuju kako se uz malo

³⁹ Nekoć je sindrom nosio ime „groznica ponedjeljka“. Naime, simptomi bolesti pogoršavali su se prvog radnog dana u tjednu zbog novog kontakta s alergenima, a idućih dana simptomi su se poboljšavali.

ljudskog (radničkog) otpora i uz potporu nevladinih organizacija položaj radnika ipak može popraviti na bolje.

2011. godine u Indoneziji⁴⁰ je dugotrajno pregovaranje između pet indonezijskih sindikata, četiri velikih domaćih proizvođača sportske odjeće i šest⁴¹ globalnih brendova sportske odjeće (Nike, Adidas, Puma, New Balance, Pentland i ASICS) završilo je donošenjem i potpisivanjem *Protokola o slobodi udruživanja* (engl. *Freedom of Association Protocol*). U početku su zahtjevi sindikata obuhvaćali tri dimenzije: slobodu udruživanja, nesigurnost zaposlenja i plaće, no veliki svjetski brendovi su pristali samo na to da Protokol sadrži pitanja slobode udruživanja, uz obećanje da se kasnije mogu otvoriti i preostala dva problema. Protokolom su utvrđene praktične smjernice kako bi se osiguralo da radnici u tvornicama mogu biti organizirani i kolektivno pregovarati za bolje uvjete na svojim radnim mjestima. Protokol kao takav štiti i organizatore sindikata i članove sindikata od diskriminatornih radnji. Ono što je najvažnije, Protokol je usmjeren na jačanje sposobnosti radnika da sami utječu na nacionalne zakone (ILRF, 2019: 28, 29).

Na pokušaj radnika u Hondurasu⁴² da osnuju sindikat američki modni div Fruit of the Loom (njihov glavni brend je Russell Athletics), koji je i danas najveći poslodavac u privatnom sektoru, zatvorio je jednu tamošnju tvornicu (Jerzees de Honduras). Nakon godinu dana duge međunarodne kampanje u kojoj su sudjelovali i mnogi studenti sa 132 sveučilišta (što je posebno važno jer je Russell Athletics tržišno posebno orijentiran na sveučilišta), Fruit of the Loom je napokon sjeo za pregovarački stol s radničkim predstavnicima. Rezultat pregovora je bio 2009. godine potpisani dogovor između Fruit of the Looma i nekoliko važnih sindikata - *Fruit of the Loom Agreement*. Tako su se radnici vratili na radna mjesta, a Sporazumom je prepoznat značaj sindikata i sudjelovanja u kolektivnom pregovaranju. Ovaj Sporazum bio je prvi ikada potpisani kolektivni ugovor u globalnom lancu opskrbe Fruit of the Looma (ILRF, 2019: 32).

⁴⁰ Indonezijska TiO industrija ima sljedeće značajke: vrijednost odjevne industrije procijenjena je na 12,1 milijardi US\$; oko 1,4 milijuna radnika zaposleno je u proizvodnji odjeće i sportske obuće; velik broj tvornica odjeće krši radno zakonodavstvo u pogledu plaća i prekovremenog rada; „naslijeđeni sindikati“ i suzbijanje slobode radničkog udruživanja (ILRF, 2019: 28).

⁴¹ U prosincu 2017. godine Protokol su potpisala još tri velika svjetska brenda.

⁴² Značajke TiO industrije u Hondurasu su sljedeće: najveća TiO industrija u Centralnoj Americi; odjevna industrija koja zapošljava oko 120.000 radnika (od kojih je 54 % žena) najveći je poslodavac u privatnom sektoru; duga povijest nasilja prema članovima sindikata; nakon Sporazuma radnici 18 velikih tvornica sada ima svoje sindikate i tako mogućnost kolektivnog pregovaranja (prije toga su bile samo dvije takve tvornice).

Nakon srpnja 2013. u Bangladešu se dio sindikata uspio registrirati, no od 2015. većina pokušaja registracije je odbijena, a mnogi sindikalisti suočeni su s uznemiravanjem, prijetnjama smrću i sl. U bangladeškom TiO sektoru su rijetki kolektivni ugovori (ILRF, 2019: 35).

U TiO industriji, pogotovo u odjevnoj; velika svjetska poduzeća sa svojim poznatim brendovima te malotrgovci, uglavnom sa sjedištima u SAD-u, Japanu i Europi, diktiraju što će se proizvoditi, gdje, kada i po kojim cijenama. Sama proizvodnja se najčešće podugovara, a tvornice u privatnom vlasništvu uglavnom se nalaze u zemljama gdje je cijena rada niska i gdje su društveni regulativni propisi neadekvatni (ili nepostojeći). Stoga ne iznenađuju rezultati jednog velikog istraživanja⁴³ koje je 2017. godine provela Međunarodna organizacija rada i koje je utvrdilo da sljedeće poslovne prakse izravno utječu na radne uvjete i prava radnika (ILRF, 2019: 8):

- Ugovori između kupaca i dobavljača koji su nejasni u odnosu na predmete poput cijena, financijska odgovornost za kašnjenje i druge financijske obveze
- Nejasne specifikacije proizvoda i promjene u uzorkovanju i specifikacijama bez produljenja rokova isporuke
- Nedovoljno vrijeme isporuka prilikom davanja narudžbi, što prisiljava dobavljače da pribjegu pretjeranom prekovremenom i povremenom radu, podugovaranja i sl.
- Cijene proizvoda koje su bile preniske da pokriju ravnomjerne troškove proizvodnje, što utječe na plaće radnika i stabilnost radnih mjesta
- Zahtjevi da dobavljači ispunjavaju socijalne standarde, ali bez podrške i poticaja kupaca za njihovo postizanje

Neki od utjecaja na radnike gore navedenih poslovnih praksi su potisnute plaće loši zdravstveni i sigurnosni uvjeti, neredovno radno vrijeme te prekomjerni i obavezni prekovremeni rad, nerealni ciljevi i kvote uspješnosti, neizvjesna zaposlenost te nedostatak stabilnog i stalnog rada, uznemiravanja (čak i seksualna) i zlostavljanja od strane uprave i supervizora (ILRF, 2019: 8)

Rezultati istraživanja koje je proveo Pamuk Pamuk⁴⁴ (2007: 631) pokazali su da su radnici u tvornicama najviše izloženi stresu zbog velikog broja radnih sati i dana tjedno (rad i do sedam

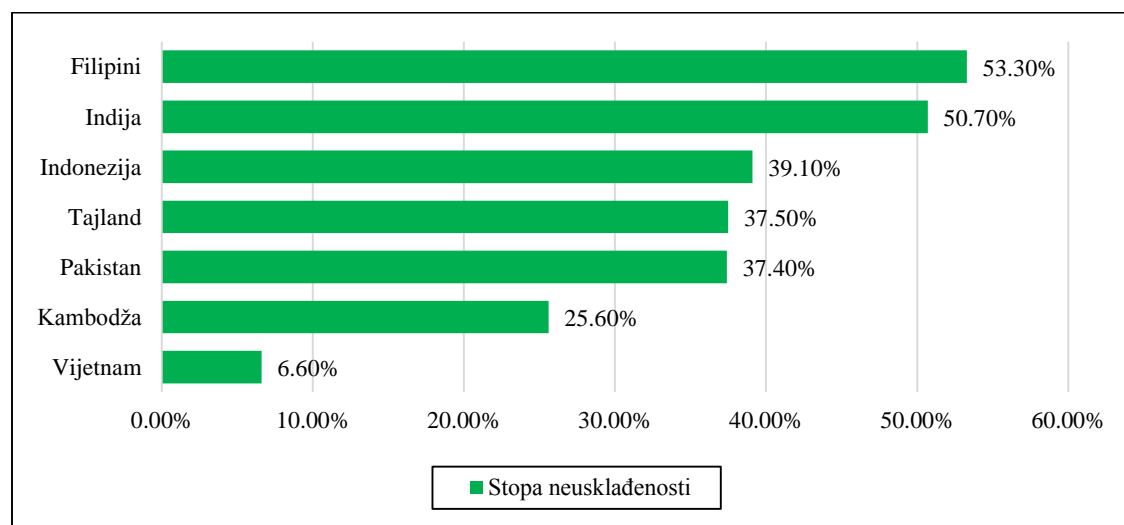
⁴³ Istraživanje je obuhvatilo 1,454 proizvodnih dobavljača (tvornica odjeće, obuće i sl.) iz 87 zemalja.

⁴⁴ Istraživanje je uključivalo ispitivanje 1.023 radnika turske odjevne industrije iz 6 konfekcijskih tvornica u 4 velika tekstilna centra u Turskoj.

dana tjedno). Drugi parametar s obzirom na stupanj stresa je visina plaće (TiO industriju, pogotovo u zemljama u razvoju, karakteriziraju poprilično niske plaće). Značajan uzročnik stresa radnika jest i veliko radno opterećenje - globalni utjecaj velikih TiO industrija poput onih u Kini i Bangladešu izlaže druge industrije (poput turskog) i njihova poduzeća dodatnom pritisku zbog straha od potencijalnog gubitka velikih narudžbi, pri čemu mnogi direktori poduzeća taj pritisak prenose i na svoje zaposlenike. Zanimljivo je kako su najmanji izvori stresa zabrinutost zbog karijere, odnosi/problemi s drugim kolegama te zabrinutost zbog gubitka radnog mjesta.

Plaće radnika u TiO industriji su među najnižima na svijetu. Većina svjetske odjeće proizvedena je u Aziji, a radnici koji su ih proizveli nisu plaćeni dovoljno i zarađuju daleko manje od onoga što je potrebno da bi pokrili osnovne potreba za sebe i svoje obitelji. U Bangladešu je primjerice minimalna plaća u odjevnoj industriji u 2014. godini predstavljala samo 19% onoga što bi trebala biti plaća dovoljna za zadovoljavanje osnovnih potreba (engl. *living wage*) (ILRF, 2019: 11), u Kini 46 %, u Indiji 26 %, u Šri Lanki 19 %, u Kambodži 25 %, u Indoneziji 31 % i u Maleziji 54 % (Asia Floor Wage, 2014). U nekim izvozno orijentiranim zemljama radnicima se čak ne isplaćuje potrebna minimalna plaća (ILRF, 2019: 11).

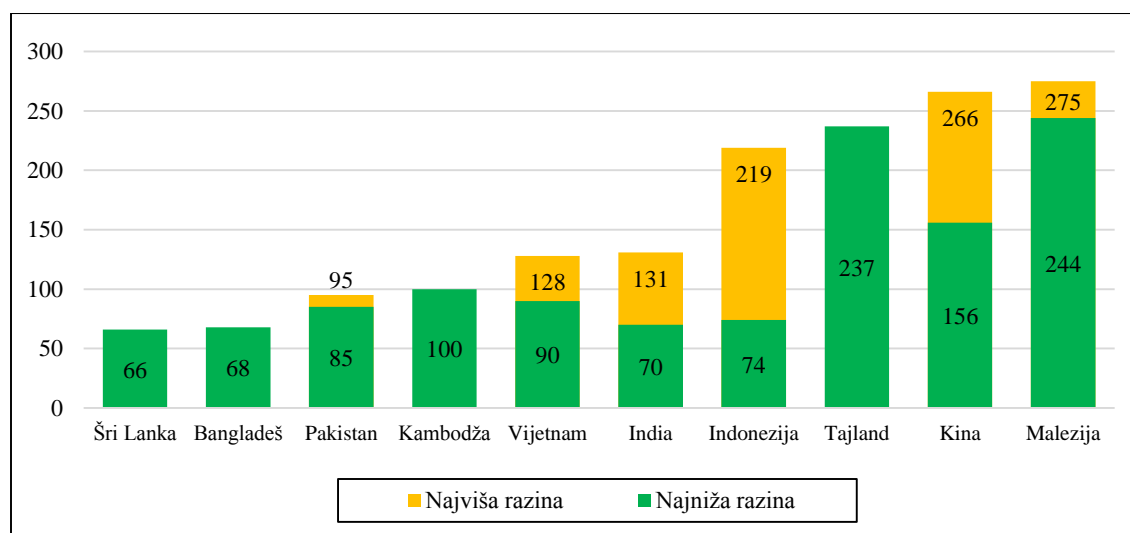
Grafikon 3. Stopa neusklađenosti s minimalnom plaćom u TiO industriji odabranih zemalja



Izvor: izrada autora prema Cowgill i Huynh (2016: 1)

Sve su velike izvozne TiO industrije, osim Singapura, postavile minimalnu plaću za radnike u proizvodnji (Luebker, 2014: 1). *Grafikon 3* pokazuje postotak radnika u sedam azijskih zemalja koji su plaćeni ispod zakonom postavljenog minimuma, iz čega se dobro zaključuje koliko je u tim, izvozno jakim zemljama, duboko rašireno nepoštivanje propisa o minimalnoj plaći koja bi radnike trebala zaštititi od pretjerano niskih plaća i koja bi njima i njihovim obiteljima trebala omogućiti zadovoljavanje najosnovnijih životnih potreba. Najgora je situacija u Indiji i Filipinima gdje više od 50 % radnika ostvaruje mjesečna primanja manja od zakonom određenih. Cowgill i Huynh (2016: 2) dalje u svom radu pokazuju kako su žene ovoj lošoj praksi više izložene od muških kolega. Tako u Pakistanu čak 87 % žena prima plaću ispod zakonom minimalne propisane, u Indiji 74 % , u Filipinima 58 % , u Tajlandu 42 % , u Indoneziji 41 % i u Kambodži 26 %.

Grafikon 4. Mjesečna minimalna (US\$) plaća za nekvalificirane radnike TiO industrije u 2014. godini u azijskim zemljama - najniža i najviša relevantna plaća

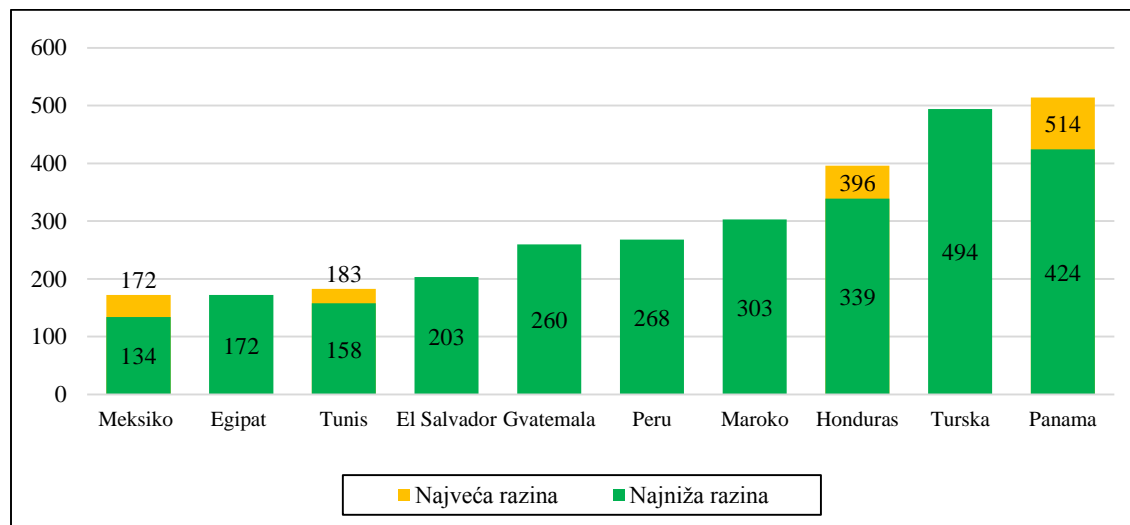


Izvor: izrada autora prema ILO (2014: 3)

Koliko se razlike u minimalnim plaćama nekvalificiranih radnika razlikuju među različitim državama svijeta dobro pokazuju *Grafikon 4* i *Grafikon 5*. U promatranim zemljama najmanje mjesečne plaće primaju radnici u azijskim državama poput Bangladeša (68 US\$), Šri Lanke (66 US\$) i Indije (70 US\$). Najveću minimalnu plaću u Aziji zarađuju radnici u Tajlandu (237 US\$) i Maleziji (244 US\$). Primjećuje se kako u pojedinim zemljama postoji razlika između najmanje i najveće moguće minimalne plaće, a da li zaposlenik prima najmanju ili najveću moguću ovisi o

više čimbenika. Jedan od najčešćih je rad u određenoj provinciji unutar države, tako npr. nekvalificirani radnik u Indoneziji zaposlen u tvornici u provinciji Riau zarađuje 139 US\$, dok njegov sunarodnjak iz provincije Jakarta zarađuje točno 60 US\$ više (Luebker, 2014: 3).

Grafikon 5. Mjesečna minimalna (US\$) plaća za nekvalificirane radnike TiO industrije u 2014. godini u odabranim zemljama svijeta - najniža i najviša relevantna plaća



Izvor: izrada autora prema Luebker (2014)

Česta pojava unutar TiO industrije jest spolna (rodna) diskriminacija u visini primanja, tj. postojanje spolnog (rodnog) jaza u plaćama (engl. *gender pay gap*). U industriji koja zapošljava oko 60 milijuna ljudi (Lai i Christiani, 2013: 152), od kojih je njih oko 40 milijuna zaposleno u zemljama Azije (Huynh, 2016: iii), žene, iako čine većinu zaposlenih unutar industrije, svejedno zarađuju manje od muškaraca za iste poslove (ILRF, 2019: 9).

Istraživanje ⁴⁵ iz 2016. godine pokazalo je kako žene imaju manju satnicu od muškaraca za iste poslove, iako nejednakosti uvelike variraju ovisno o zemlji. Najveće su razlike u satnicama u Pakistanu i Indiji. Tako su žene (iz promatranog uzorka) u Pakistanu ostvarivale 65 % manju satnicu u odnosu na muškarce, dok su u Indiji imale 35% manju satnicu (kontrolom varijabli poput dobi, bračnog statusa, obrazovanja, zemljopisnog položaja, industrije i zanimanja dobila se

⁴⁵ Phu Huynh je za Međunarodnu organizaciju rada proveo istraživanje o spolnom (rodnom) jazu u plaćama unutar TiO industrije devet azijskih zemalja (Bangladeš, Kambodža, Indija, Indonezija, Laos, Pakistan, Filipini, Tajland i Vijetnam).

prilagođena razlika (engl. *adjusted gap*) od 39 % u Indiji i 48 % u Pakistanu). U Kambodži, Filipinima, Tajlandu i Vijetnamu prilagođena razlika u satnici znatno je niža i kreće se od 7 % do 11 %. Žene u Bangladešu rade po većoj satnici od muškaraca, što je objašnjeno velikim brojem muškaraca (koji rade veliki broj sati) u uzorku i drugim objašnjenjima. U usporedbi s ekonomijom u cjelini, prilagođena razlika između primanja muškaraca i žena manja je u industriji odjeće, osim u Kambodži, Indiji i Pakistanu. Ovo možda ukazuje na mehanizme određivanja plaća i postojanje antidiskriminacijskih mjera koji su možda jači u odjevnoj industriji u odnosu na širu ekonomiju (Huynh, 2016: 20).

Osobito problematična pojava unutar svjetske TiO industrije jest dječji rad⁴⁶. Unutar opskrbnog lanca često se traži nisko kvalificiran rad (koji se slabo plaća), a ponekad neki radni zadaci bolje pristaju dječjim vještinama (npr. u berbi pamuka dječji maleni prsti pogodni su u branju jer rjeđe oštećuju usjeve). Djeca se često vide kao poslušni radnici, kojima se lako upravlja. Djeca rade u svim fazama lanca opskrbe unutar TiO industrije: od proizvodnje sjemena pamuka u Beninu, branja u Uzbekistanu, pređenja pređe u Indiji, pa sve do različitih faza sastavljanja odjeće u tvornicama širom Bangladeša (Moulds, 2019). Mnoga djeca rade na obiteljskim farmama pamuka pomažući svojim obiteljima tijekom vremena berbe, stoga nije sav ovaj posao dječji rad. Hoće li rad koji obavljaju djeca biti definiran kao dječji rad ili ne, ovisi o djetetovoj dobi, vrsti posla, satima rada i uvjetima pod kojima se rad obavlja (ILO, 2017: 9).

Korištenje dječjeg rada kojim se popunjava velika potražnja niskokvalificiranog rada u nekim se područjima povećava slabom zakonskom regulativom i njenom provedbom, socio-kulturnim normama, izazovima u osiguranju sudjelovanja djece u obrazovanju te niskim profitnim maržama malih proizvođača koje ometaju legalno zapošljavanje punoljetnika (ILO, 2013: 3)

Prema WHO (2009) opasan dječji rad najčešće se javlja u ruralnim i neformalnim sektorima kao što su farme, poljoprivredna proizvodnja, male tvornice, građevinarstvo, obiteljsko poduzetništvo i dr. Visokorizične aktivnosti u kojima je čest opasan dječji rad su ribolov, auto

⁴⁶ Dječji rad definiran je dvjema konvencijama Međunarodne organizacije rada - Konvencijom 138 (Konvencija o minimalnoj dobi) i Konvencijom 182 (Konvencija o najgorim oblicima dječjeg rada). Prema Konvenciji 138 države su obvezne odrediti minimalnu dobnu granicu ispod koje djeca ne bi trebale raditi. Opća minimalna dob za rad ne smije biti manja od 15 godina, pri čemu je lagani rad (engl. *light work*) dopušten od dobi od 13 godina. Prema Konvenciji 182 ne postoje nikakve varijacije jer niti jedno dijete ispod 18 godina ne bi smjelo biti uključeno u najgori oblik dječjeg rada kao što su: opasan rad (definira se kao svaki rad koji po svojoj prirodi može naštetiti zdravlju, sigurnosti ili moralu djeteta), prisilni rad, komercijalno seksualno iskorištavanje ili druge nezakonite aktivnosti.

popravci, rudarenje, proizvodnja igračkaka, tekstila i obuće, procesuiranje mesa i dr. Kao što vidimo, mnogi od ovih sektora i aktivnosti spadaju u lanac opskrbe cjelokupne TiO industrije.

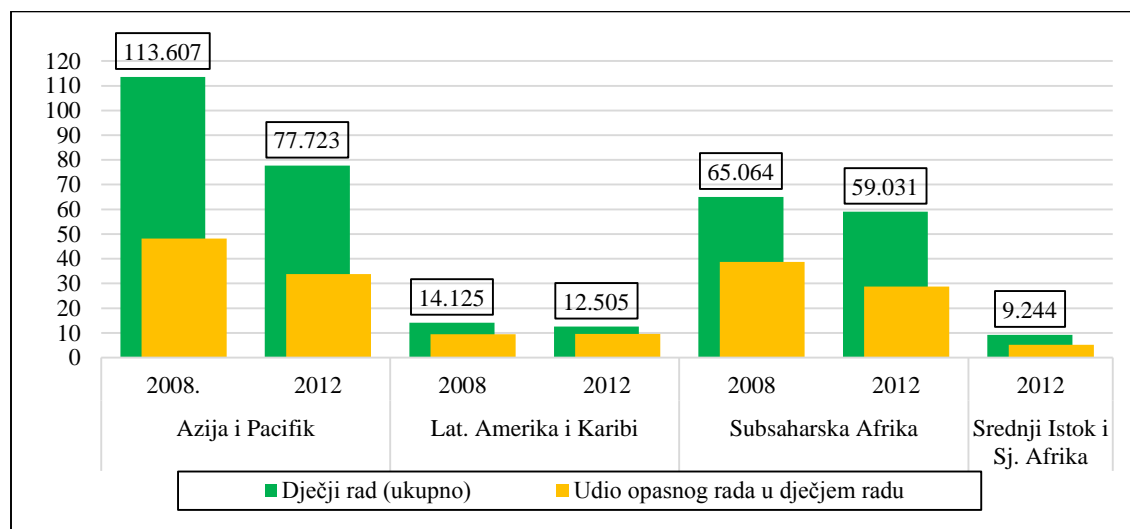
Ovisno o okolnostima, dječji rad se u uzgoju/proizvodnji pamuka najčešće pojavljuje u aktivnostima kao što su ručna berba (velik broj radnih sati, ponavljajuće radnje, male plaće uvjetovane visokim kvotama, kažnjavanje za neispunjene dnevne kvote), zaštita pamučnih usjeva (korištenje pesticida), plijevljenje (ovdje dolazi do izražaja visina djece jer odrasli teško izdržavaju rad u određenim položajima tijela), navodnjavanje (posebno u područjima gdje nedostaje padalina, pa djeca nose potrebnu vodu), hibridizacija i dr. (ILO, 2017: 13, 14).

Zemlje poput Uzbekistana, Tadžikistana, Kirgistana, Turkmenistana, Kazahstana, Pakistana, Egipta, Kine, Indije, Brazila te zemlje zapadne Afrike (Burkina Faso i Mali) pod velikom su pažnjom međunarodnih organizacija zbog čestih optužbi da se pri uzgoju i berbi pamuka koristi dječji rad. Primjerice, Međunarodna organizacija rada od 2015. godine u Uzbekistanu vrši monitoring (u koordinaciji s domaćom vladom) u vrijeme berbe pamuka (ILO, 2018a).

Teško je procijeniti koliko djece svijeta sudjeluje u poslovima koji prožimaju različite aktivnosti unutar TiO industrije. No neke procjene tvrde da je oko 168 milijuna djece diljem svijeta uključeno u neki oblik dječjeg rada (vidi *Grafikon 6.*), od čega njih oko 85 milijuna je uključeno u neki oblik opasnih poslova. Dječji rad u sektoru poljoprivrede procjenjuje se na oko 98 milijuna djece (ILO, 2017: 9).

Primjerice u Uzbekistanu, koji je prema Međunarodnoj organizaciji rada (2017: 2) šesti najveći proizvođa i četvrti najveći svjetski izvoznik pamuka, svake se godine, u vrijeme berbe pamuka, zatvaraju seoske škole jer stotine tisuća djece (neka stara svega sedam godina), odlaze kako bi pomagali u godišnjoj berbi (EJF, 2007, 12.), a procjena je da su djeca zaslužna za branje oko polovice usjeva (EJF, 2010: 3). Procjenjuje se da u Brazilu oko 1,4 milijuna djece radi u poljoprivredi, od čega je nekoliko tisuća njih uključeno u uzgoj pamuka; do 60 % radnika zaposlenih na poljima pamuka diljem Kazahstana su djeca, od kojih su mnoga imigranti iz ostatka centralne Azije; za vrijeme berbe pamuka 2006. godine u kineskoj provinciji Gansu oko 40.000 djece je iz osnovnih i srednjih škola poslano kako bi sudjelovali u branju pamuka; jedno je međunarodno promatranje u Tadžikistanu procijenilo kako je u samo jednoj regiji oko 150.000 djece u dobi od 6 do 11 godina sudjelovalo u branju pamuka; u Indiji oko 400.000 djece, od kojih su većina djevojčice, sudjeluje u procesu hibridizacije pamučnog sjemena (EJF, 2007, 12, 13).

Grafikon 6. Dječji rad u svijetu na početku 21. stoljeća po velikim regijama (u tisućama)



Izvor: izrada autora prema ILO (2013: 4, 5)

Ondje gdje je razvijena, TiO industrija utječe i na demografske trendove nekog područja. Rezultati istraživanja Heatha i Mobaraka (2015) obuhvaćaju društvene promjene u Bangladešu izazvanih značajnim sudjelovanjem žena u TiO industriji, ali su njihovi zaključci zasigurno primjenljivi i na druge azijske zemlje s jakom TiO industrijom. Bangladeš je zemlja u kojoj je oko 4 milijuna ljudi zaposleno u TiO industriji, a oko 80 % njih, smatra se, predstavljaju žene, pogotovo mlade dobi. Sve masovnije sudjelovanje žena u TiO industriji vjerojatno objašnjava neke socijalne promjene koje su se u Bangladešu dogodile zadnjih desetljeća, osobito u područjima gdje je industrija razvijena, poput grada Dhake.

Rast TiO industrije i brojno sudjelovanje mladih žena (15 % zaposlenih žena u Bangladešu u starosti od 16 do 30 godina radi u ovoj industriji) pomaže u objašnjenju pada fertiliteta, kasnijeg ulaska u brak i naglog porasta dosegnutog stupnja obrazovanja kod djevojčica. Rast obrazovanja djevojčica raste i apsolutno i u odnosu na dječake. Postojanje TiO industrije u okruženju također bi mogla utjecati na odluke o upisu u školu; obrazovanje se nagrađuje boljim poslovima u tvornicama. Izloženost TiO industriji povećava i mobilnost žena - izloženost industriji u kritičnoj dobi (kad se donosi odluka između obrazovanja, braka ili posla) povećava vjerojatnost žene da će ikada raditi izvan svog doma. Bangladeš je uspio postići treći Milenijski razvojni cilj rodne (spolne) jednakosti pri upisima u škole, što je cilj s kojim se mnoge druge zemlje zapadne Azije i subsaharske Afrike nastavljaju boriti (Heath i Mobarak, 2015: 2).

4.3. Utjecaj tekstilne industrije na ekonomsku dimenziju razvoja

Ne postoji trenutak u nama bližoj povijesti koji je toliko snažno i nepovratno utjecao na globalno TiO tržište i preraspodjelu tržišnih uloga i pozicija kao onaj 31. prosinca 2004. godine kada je završio desetogodišnji Sporazum o tekstilu i odjeći⁴⁷ (ATC, engl. *Agreement on Textiles and Clothing*) Svjetske trgovinske organizacije⁴⁸ (WTO, engl. *World Trade Organisation*). Možemo slobodno reći kako je toga dana otvoreno novo poglavlje svjetske industrije u procesu restrukturiranja i liberalizacije kroz koji je međunarodna TiO industrija prolazila četrdesetak godina prije toga.

Globalno premještanje proizvodnje iz razvijenih industrijskih zemalja u zemlje u razvoju ili nerazvijene zemlje (i transformaciju takvih zemalja) koja je započela još 1960-ih, desetljećima su praćene različitim kvotnim aranžmanima (engl. *quota arrangements*), tj. ograničenjima na količine u međunarodnoj trgovini tekstilom i odjećom koja su štitila zapadna razvijena tržišta i njihove domaće industrije od jeftinih proizvoda slabije razvijenih zemalja. Takve su kvote stavljale „kočnicu“ na robu zemalja s jakim (i sve jačim) izvozom, poput Kine, istovremeno stabilizirajući ulogu opskrbljivača (slabijih) zemalja poput Kambodže (Wick, 2009: 5).

Te „kočnice“ bile su možda i najveći argument nerazvijenih zemalja u kritici GATT-a u razdoblju njegovog postojanja od 1947. godine do ukidanja Sporazuma o tekstilu i odjeći. Iako je zamisao jedne takve velike međunarodne organizacije bila liberalizacija globalne trgovine uklanjanjem sveprisutnih ograničenja međunarodne trgovine, trgovina najvažnijom robom (tekstil odjeća, obuća i sl.) nerazvijenih zemalja ipak je bila izuzeta iz liberalizacije (Matić, 2016: 22).

Do ukidanja Sporazuma o tekstilu i odjeći zadnjeg dana 2004. godine GATT, (a od 1995. godine WTO) je postavio različita trgovinska ograničenja kao što su *Cotton Agreement* (1962. - 1973.) i *Multi-Fibre Arrangement* (MFA) (1974. - 2004.) kojima je nastojao ograničiti komparativne prednosti (poput izrazito jeftinog rada) slabo razvijenih zemalja u proizvodnji odjeće i tekstila. Iako su bila štetna za neke zemlje poput Kine, danas ovakva se trgovinska ograničenja

⁴⁷ Predstavljaju trgovinska ograničenja koja su od 1994. godine do 31. prosinca 2004. godine nametale kvote zemljama u razvoju oko vrijednosti izvoza u razvijene zemlje s ciljem zaštite TiO industrija bogatijih i razvijenijih zemalja.

⁴⁸ Osnovana je sporazumom koji su 15. travnja 1994. godine u Marrakeshu (Maroko) potpisali predstavnici 125 zemalja sudionica Urugvajskog kruga multilateralnih pregovora, i predstavlja nasljednicu GATT organizacije (engl. *General Agreement on Tariffs and Trade*). GATT je zapravo predstavljao trajni sporazum između 23 države (do 1986. godine bilo ih je 123) budući da 1947. godine nije došlo do uspješnog osnivanja željene Međunarodne trgovinske organizacije (ITO). WTO sa svojim službenim djelovanjem počinje početkom 1995. godine.

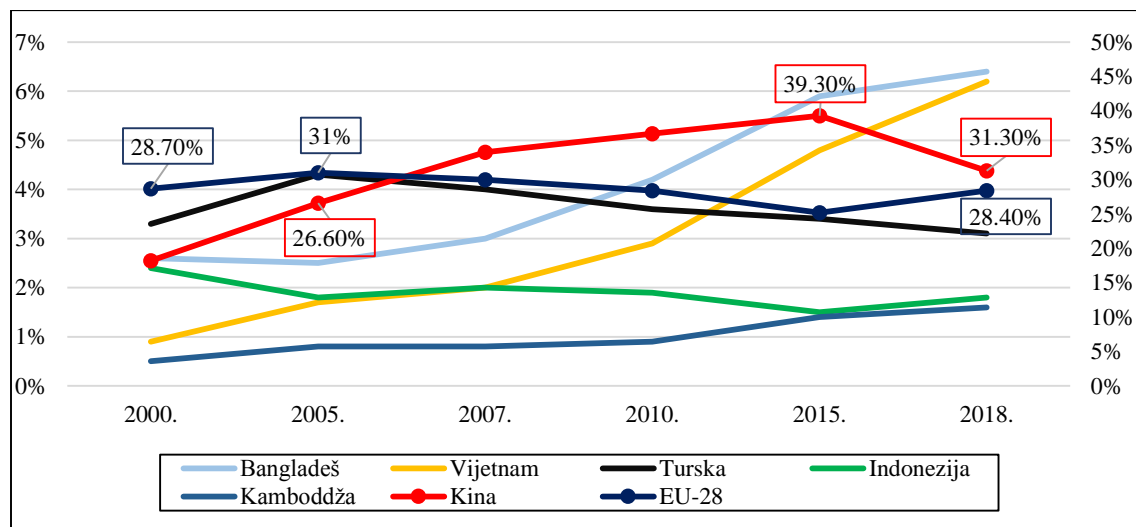
smatraju značajnim čimbenikom ubrzane globalizacije TiO industrije jer su mnoga poduzeća premjestila svoju proizvodnju u zemlje (poput Bangladeša) koje još nisu iscrpile svoje kvote (Wick, 2009: 5). Procjena je se da su ovakva nametnuta ograničenja koštala zemlje u razvoju 27 milijuna radnih mjesta i godišnjeg izgubljenog izvoza u vrijednosti od 40 milijardi US\$, od čega 23 milijarde US\$ baš na račun postavljenih kvota (European Community, 2003: 3).

Skidanje kvota završetkom Sporazuma ubrzo je rezultiralo masovnim povećanjem kineskih proizvoda na tržištima EU i SAD-a, stoga su njihove vlade, svaka u svojim interesima, uvele nove kvote na kinesku robu. EU je svoje kvote uvela 10. lipnja 2005. godine (vrijedile su do 31. prosinca 2007. godine), kojima se ograničavao kineski uvoz u deset kategorija proizvoda na stope rasta od 8 do 12,5 %. Istekom, kvote je zamijenio zajednički sustav praćenja EU i Kine. Svoje kvote SAD je uveo u studenom 2005. godine, i ograničile su ukupno 34 kategorije kineskog TiO uvoza na stope rasta od 10 do 17 %. Američke kvote su istekle 31. prosinca 2008. godine. Osim SAD-a i EU, još su neke zemlje poput Južne Afrike, Brazila i Turske, motivirane povećanim kineskim uvozom, uvele ograničenja na uvoz TiO proizvoda iz Kine. Spomenimo još kako su se prema članku 16. kineskog Sporazuma o pristupanju Svjetskoj trgovinskoj organizaciji do 2013. godine mogle uvesti kvote na kineski uvoz pojedinih TiO proizvoda. Bez obzira na postavljena ograničenja, Kina je svejedno između 2005. i 2007. godine povećala svoj izvoz odjeće, stopama od 20 % (u 2005. godini) , 29 % (u 2006. godini) te 21% (Wick, 2009: 7, 8).

Sve oštrija međunarodna konkurencija, a ukidanje Sporazuma o tekstilu i odjeći dovelo je do još veće dinamike tržišnog natjecanja, prouzročila je pad izvoznih cijena tekstilnih i odjevnih proizvoda. Neki od mnogobrojnih razloga pada cijena bili su za ukidanje izvoznih cijena postavljenih zbog različitih kvota te prodor jeftinih proizvođača na međunarodno tržište koji su tako dobili nesmetan pristup globalnom tržištu (Wick, 2009: 9).

Kakav je zapravo bio učinak ukidanja Sporazuma na globalni tržišni udio najvećih svjetskih izvoznika odjeće dobro nam prikazuje *Grafikon 7*. Kina je još 2000. godine imala udio u svjetskom izvozu u iznosu od 18,2 %, a u godini prestanka Sporazuma (2005. godina) udio je narastao na 26,6 %. Godine 2015. kineski izvoz odjeće predstavljao je nevjerojatnih 39,3 % svjetskog izvoza, ali nakon toga nikada više nije dosegnuo takve vrijednosti. Također se zaključuje kako od ukidanja Sporazuma izvoz Vijetnama i Bangladeša u ukupnom svjetskom izvozu odjeće neprestano raste, dok se udio turskog izvoza neprekidno (iako po manjim stopama) smanjuje.

Grafikon 7. Efekt ukidanja Sporazuma o tekstilu i odjeći na tržišni udio najvećih svjetskih izvoznike odjeće (Kina i UE na desnoj ordinati)

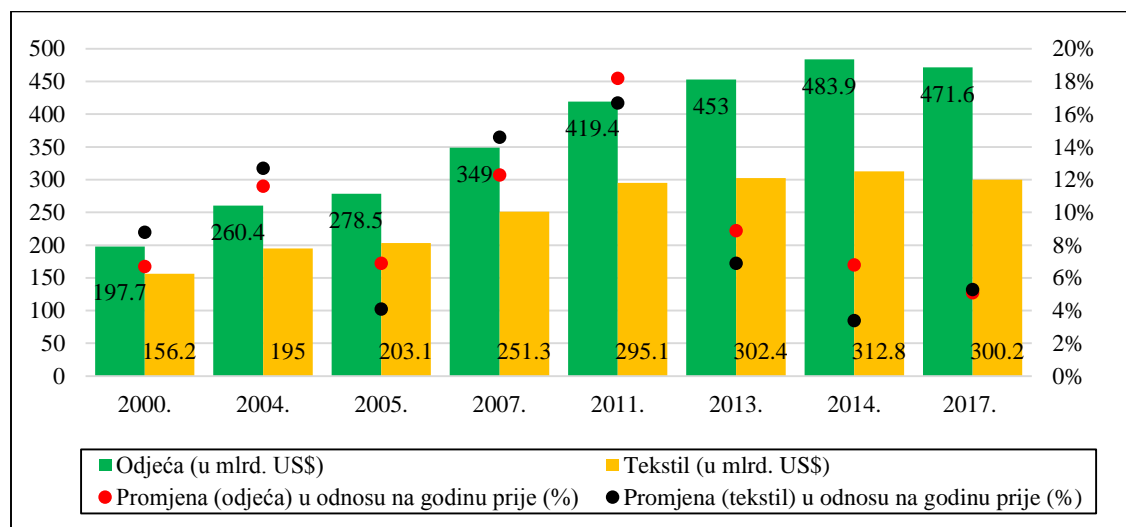


Izvor: izrada autora prema WTO (2008; 2016; 2019)

U godinama nakon završetka Sporazuma svjetski izvoz odjeće imao je sljedeća kretanja: u 2005. godini ukupna vrijednost svjetskog izvoza odjeće iznosila je 278,4 milijardi US\$; u 2006. godini 310,9 milijardi US\$ (porast od 11,7 % u odnosu na godinu prije); u 2007. godini 349,1 milijardi US\$ (u odnosu na prijašnju godinu rast od 12,3%), dok je zbog učinaka svjetske gospodarske krize vrijednost u 2009. godini pala na vrijednost od 318,2 milijardi US\$, što je zabilježeni pad od 12,8 % u odnosu na 2008. godinu kada je vrijednost izvoza iznosila 365,1 milijardi US\$. Vrijednost izvoza u 2010. godini bila je 354,8 milijardi US\$ (WTO Data Portal). Kretanje vrijednosti svjetskog izvoza odjeće tijekom 21. stoljeća vidi u *Grafikonu 8.* i u *Tablici 4.*

Vrijednost globalno izvezenog tekstila u 2005. godini iznosila je 203,1 milijardi US\$ (rast vrijednosti od 4,1 % u odnosu na 2004.), u 2006. godini 219,2 milijardi US\$ (porast od 7,9 % u odnosu na godinu ranije), u 2007. godini 239,9 milijardi US\$, što je predstavljalo porast od 9,4 % u odnosu na 2006. godinu. Globalna gospodarska kriza ostavila je traga i na izvozu tekstila, tako da je u 2009. godini vrijednost izvoza (212,1 milijardi US\$) bila za 15,6 % manja u odnosu na 2008. godinu kada je iznosila 251,3 milijardi US\$. Vrijednost izvoza u 2010. godini iznosila je 252,8 milijarde US\$ (WTO Data Portal). Kao i za odjeću, u *Grafikonu 8* vidi kretanje vrijednosti svjetskog izvoza tekstila od 2000. do 2018. godine. Također, vidi *Tablicu 5.*

Grafikon 8. Razvoj svjetskog izvoza tekstila i odjeće od početka 21. stoljeća do danas



Izvor: izrada autora prema WTO (WTO Data Portal)

Ukidanjem Sporazuma o tekstilu i odjeći proces globalizacije TiO industrije još je više ubrzan. Danas cjelokupna industrija, a pogotovo se to odnosi na odjevnu industriju, poprima jedno karakteristično obilježje: velika i manja poduzeća sa svojim više ili manje poznatim brendovima, i dalje sa sjedištima u zemljama razvijenog svijeta, zahvaljujući svojoj velikoj tržišnoj snazi kontroliraju svoju nabavu i proizvodnju (premještenu na drugi kraj svijeta u neku od zemalja u razvoju) preko mnogobrojnih, sa svih strana svijeta, izravnih i neizravnih dobavljača, dok su specijalizirane faze proizvodnje, te aktivnosti poput dizajniranja i marketinga i dalje u zemljama sjedišta poduzeća (Wick, 2009: 5). Velika poduzeća odjevne industrije (naročito ona s poznatim brendovima) distribuiraju svoj posao putem licencnih ugovora sa svojim podizvođačima, koji organiziraju natječaj kako bi dobili najbolju ponudu za obavljanje posla (Gavranović, 2018: 30).

Nakon završetka Sporazuma, brojne su zemlje s razvijenom proizvodnjom tekstila i odjeće te s relativno stabilnim tržišnim odnosima, a koje su postale manje konkurentne u novim tržišnim uvjetima, izgubile tržišnu prednost. Od početka 2005. godine bile su izložene izravnoj konkurenciji zemalja koje su u TiO proizvodnji imale mnogobrojne konkurentne prednosti. Ove prednosti prvenstveno su uključivale: pristup tekstilnim proizvodima visoke vrijednosti, vrlo kratki ciklusi proizvodnje i opskrbe, dobro razvijena infrastruktura (prometna povezanost, telekomunikacije, električna energija, financijske usluge i sl.), visoka produktivnost rada i niski jedinični troškovi rada te povlašteni pristup tržištu (Wick, 2009: 11).

U mnogima od ovih manje razvijenih zemalja stvorene su slobodne industrijske i carinske zone s velikim blagodatima u smislu odgovarajuće infrastrukture, subvencija troškova za električnu energiju i vodu, poreznih olakšica i jamstva besplatnog prijenosa dobiti. Te su koristi privukle mnoge proizvođače tekstila i (pogotovo) odjeće koji su napustili tradicionalnu proizvodnju u svojim domicilnim zemljama (još tijekom 1970-ih milijuni su radnih mjesta premješteni u takve slabije razvijene zemlje) te se tako pridružili dugogodišnjim svjetskim tržišnim trendovima. Stvaranje takvih slobodnih zona u tim zemljama imalo je pretpostavku (i nadu) da će pomoći u razvoju strukturno slabijih regija, smanjiti tamošnju nezaposlenost, potaknuti razvoj domaće industrije i pružiti obrazovanje novoj radnoj snazi (Gavranović, 2018: 30).

Europska TiO industrija je, što zbog strukturnog nasljeđa iz prošlog stoljeća, a što zbog novonastalih tržišnih okolnosti, posebno bila pogođena. Tekstilna i odjevna industrija u Europi od kraja 1990-ih je prolazila kroz intenzivan proces modernizacije i restrukturiranja, što je rezultiralo zatvaranjem mnogih poduzeća, modernizacijom proizvodnje i porastom proizvodnosti. Na nužnost strukturnih promjena utjecali su mnogobrojni čimbenici iz okruženja kao što su zasićenost tržišta EU, promjene u preferencijama potrošača, liberalizacija tržišta i pojačana cjenovna konkurencija, promjene u distribuciji te primjena novih tehnologija. Mnogi su europski proizvođači na nove tržišne izazove (završetka Sporazuma te trendova globalizacije i liberalizacije) odgovorili vlastitim prelaskom na proizvodnju kvalitetnijih proizvoda (vertikalna proizvodna diferencijacija) i premještanjem proizvodnje u države s nižim troškovima. Početkom 21. stoljeća smatralo se kako se za nastavak uspješnog poslovanja europska TiO industrija mora popeti u lancu vrijednosti izgrađujući svoju kompetitivnost na novim tehnologijama, inovacijama i dizajnu, tj. da se prijeđe s masovne proizvodnje na proizvodnju modne odjeće visokog tehnološkog nivoa i modernog stila te da se tako zadrže kompetitivne prednosti (Grilec Kaurić i Zelenika, 2011: 545, 546).

Tako su primjerice proizvođači u Italiji i Njemačkoj izdvojili aktivnosti (engl. *outsourcing*) proizvodnje (većinom u države istočne Europe) te uložili u kanale distribucije, poduzeća u Velikoj Britaniji ulaze u klastere nastojeći proizvesti što posebnije proizvode, dok su u Nizozemskoj prešli s poduzeća vođenih proizvodnjom na poduzeća vođena dizajnom. Ono što je zajedničko TiO industrijama ovih zemalja jest smanjenje broja zaposlenih uz povećanje produktivnosti rada, a opstala poduzeća uspijevaju iskoristiti tržišne niše u kojima brzo obrtanje, visoka kvaliteta i mala serijska proizvodnja osiguravaju kompetitivnu prednost (Grilec Kaurić i Zelenika, 2011: 546).

U Europi se TiO industrija uspijeva zadržati samo tamo gdje troškovi rada dosegnu između 20 i 30 % ukupnih troškova poslovanja, gdje je proizvodnja postavljena u četiri smjene te ondje gdje proizvod može snositi veće troškove poput tehničkog tekstila ili tekstila namijenjenog automobilske industriji (Gavranović, 2018: 31). Njemačka je primjer zemlje s jakom industrijom tehničkog tekstila (oko 40 % njene TiO proizvodnje otpada na tehnički tekstil) koji se koristi u automobilske, zrakoplovne, građevinske i kemijske industriji te u medicini (Wick, 2009: 27).

2007. godine Francuski modni institut (franc. *Institut Français de la Mode*) je kroz iskustva restrukturiranja europske odjevne i tekstilne industrije identificirao pet glavnih strategija tržišne prilagodbe: strategiju marke i dizajna koja povećava konkurentnost u visokim i srednje visokim cjenovnim segmentima; strategiju partnerstva koju primjenjuju visoko specijalizirani i vertikalno integrirani proizvođači fokusirani na visoku kvalitetu i pouzdanost; strategiju industrijske maloprodaje razvijenu od proizvođača koji se bave i maloprodajom te delokalizacijom postižu niske cijene; strategiju podugovaranja koja primjenjuje kontrolu troškova, brzog odgovora na tržišne prilike i razvoja kao glavne faktore uspjeha i strategiju tehnološkog vodstva koja je uglavnom primjenjivana u tekstilnom sektoru i razvoju tehničkog tekstila (Grilec Kaurić i Zelenika, 2011: 547).

Koliko se europska TiO industrija promijenila posljednjih godina pokazuje nam sljedeće: cjelokupna industrija je 2018. zapošljavala 1,66 milijuna radnika (Euratex, 2018c), što je 28,7 % manje nego 2008. godine kada je radnika bilo 2,33 milijuna (Euratex, 2012b), ili čak 49,7 % manje u odnosu na 2001. godinu kada je industrija zapošljavala 3,3 milijuna (Eurostat, 2004: 1) ljudi; u 2018. godini unutar industrije bilo je oko 171.000 poduzeća, što je 15,5 % manje nego 2008. godine kada ih je bilo oko 202.500; u 2018. godini industrija je ostvarila promet u vrijednosti 178 milijardi €, što je u odnosu na 194,7 milijardi € u 2008. pad od 8,6 %; kućanstva unutar EU su u 2018. na tekstilne i odjevne predmete potrošila oko milijardi 519 milijardi €, to je rast od 7,6 % u odnosu na 2008. godinu kada su potrošila oko 482 milijardi €; 2018. godine investicije u industriju bile su vrijedne oko 5 milijardi €, u odnosu na 2008. kad su investicije bile vrijedne oko 5,8 milijardi to je pad od 13,8 % (u 2012. godini vrijednost investicija je bila oko 4 milijardi €); izvoz u zemlje izvan EU u 2018. bio je vrijedan oko 50 milijardi €, u 2008. oko 37 milijardi € (Euratex, 2012b; 2018c). Nakon liberalizacije tržišta 2005. udio uvoza u ukupnoj europskoj potrošnji na odjeću porastao je s 33 % u 2004. godini na 87 % u 2012. godini (European Parliament, 2019: 2).

Kad je u pitanju svjetski izvoz odjeće, ukupna njena vrijednost u 2017. godini iznosila je 471,6 milijardi US\$, što predstavlja porast od 13,4 % u odnosu na 2012. godinu (415,8 milijardi US\$), 29,2 % u odnosu na 2008. godinu (365,1 milijardi US\$) i 138,5 % u odnosu na 2000. godinu kada je izvoz vrijedio 197,7 milijardi US\$ (WTO Data Portal).

Cjelokupna odjevna industrija Azije je u 2017. godini s vrijednošću svog izvoza sudjelovala s 59,2 % u ukopnom globalnom izvozu. Godine 2012. taj udio iznosio je također 59,2 %, u 2008. godini 51,2 % te u 2000. godini 46% (WTO Data Portal), iz čega se zaključuje kako je udio azijskog izvoza u svjetskom tijekom 21. stoljeća neprekidno rastao.

25 najvećih zemalja izvoznica odjeće u 2014. godini je u ukupnom svjetskom izvozu odjeće sudjelovala s čak 97 %, pri čemu je najvećih 15 azijskih zemalja izvoznica zajedno imalo udio od 86 % (Luebker, 2014: 1). 2017. godine 10 najvećih zemalja izvoznica odjeće ostvarilo je izvoz vrijedan 399 milijardi US\$, to je 84,6 % od ukupne globalne vrijednosti; njihov je izvoz u 2015. godini vrijedio 387 milijardi US\$, što je bilo 84,9 % svjetskog izvoza odjeće (WTO, 2016; 2018; WTO Data Portal).

Uzgoj pamuka (kao najvažnijeg prirodnog vlakna TiO industrije) i njegov izvoz za mnoge manje razvijene zemlje predstavlja značajan doprinos gospodarstvu tih zemalja. Iako u svjetskoj proizvodnji prevladava nekolicina zemalja, pamuk ima bitnu ulogu u ekonomskom razvoju zemalja koje ga proizvode i izvoze, i kao takav svojim izvozom ima veliki doprinos državnim prihodima od izvoza i poreza te udjelu u BDP-u. Uzgoj pamuka donosi važan prihod oko 100 milijuna poljoprivrednika. Uključujući obiteljsku radnu snagu, najamnu radnu snagu i radnike u pomoćnim uslugama poput prijevoza, uzgoja, slanja i skladištenja, više od 250 milijuna ljudi uključeno je u sektor pamuka. Najveći svjetski proizvođači pamuka (u milijunima tona) su Kina, Indija, SAD, Pakistan, Brazil, Uzbekistan i Turska, dok su najveći izvoznici SAD, Indija, Brazil, Uzbekistan, Australija, Burkina Faso i Mali (ILO, 2017: 2, 3).

Za Afriku je pamuk od presudne važnosti i vrlo važno izvozno dobro velikog dijela kontinenta, a vrijednost njegovog izvoza generira treći najveći izvozni prihod, nakon kave i kakaa. Mnoge afričke države (37 od ukupno 53) proizvode ili izvoze pamuk, a čak i UN-ova Konferencija o trgovini i razvoju (UNCTAD) opisuje pamuk kao "vitalan" za gospodarstvo najmanje 28 tih zemalja. U Africi se pamuk uzgaja od strane manjih zakupaca poljoprivrednog zemljišta i najčešće je ručno bran, i procjenjuje se da do 20 milijuna ljudi izravno ili neizravno ovisi o sredstvima od

prodaje pamuka. U subsaharskoj Africi, koja proizvodi 10 do 13 % svjetskog pamuka, on za zemlje koje ga izvoze predstavlja između 35 do 75% državnih prihoda od izvoza. U Beninu, Burkini Faso i Maliju, koje su vodeće afričke izvoznice, oko 2/3 pamuka se proizvodi od strane domaćinstava koja se smatraju siromašnima ili gotovo siromašnima (ILO, 2017: 2, 3).

Za kraj ove cjeline, ali i cijelog četvrtog poglavlja, dotaknut ćemo se još malo Bangladeša, koji je iz mnogobrojnih razloga zanimljiv za analizu utjecaja njegove TiO industrije na domaće gospodarstvo. Jedan od razloga je što je s vremenom postao globalna sila u proizvodnji odjeće.

Bangladeš je danas, ako izuzmemo zajedničko tržište EU-28 (koje se u međunarodnoj statistici često gleda kao jedno tržište), iza Kine drugi najveći izvoznik odjeće na svijetu, s udjelom u svjetskom izvozu od 6,4 % i s vrijednošću izvoza oko 32 milijarde US\$ (WTO, 2019: 120), što predstavlja oko 80 % ukupnih državnih prihoda od cjelokupnog izvoza (ILRF, 2019: 35). Odjevna industrija zadnjih godina doprinosi nacionalnom BDP-u s oko 10 % (BFTI, 2017).

No, do prije 40-tak godina ova industrija u Bangladešu praktički nije postojala (Heath i Mobarak, 2015: 1). 1978. godine u Bangladešu je svega devet tvornica koje proizvode odjeću za domaće tržište. Pet godina prije zaprimljena je prva narudžba iz inozemstva ikada (iz Francuske). (Ayatullah Hosne Asif, 2017, 1) 1983. industrija zapošljava oko 40.000 ljudi i od tada do danas broj zaposlenih raste po prosječnoj godišnjoj stopi od 17 %. Danas bangladeška odjevna industrija daje posao približno 4 milijuna ljudi (Heath i Mobarak, 2015: 3; Haque i Bari, 2015: 1; ILRF, 2019: 35; ILO, 2014: 3) zaposlenih u oko 4.200 proizvodnih poduzeća aktivnih krajem 2014. godine. Broj zaposlenih i broj poduzeća neprestano rastu još od 1980-ih (Haque i Bari, 2015: 1).

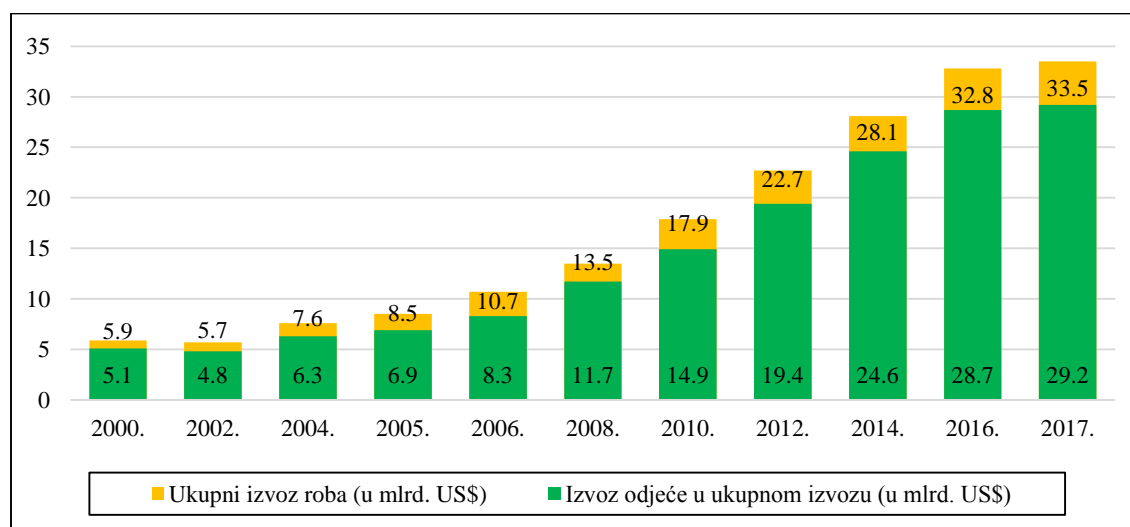
Smatra se kako je za razvoj bangladeške odjevne industrije zaslužan već spomenuti *Multi-Fiber Arrangement* (MFA) (1974. - 2004.) Svjetske trgovinske organizacije (tada GATT) kojim se ograničavao uvoz tekstila i odjeće iz slabije razvijenih u zapadne razvijene zemlje. Sporazum je u svojoj srži funkcionirao kao pomoć kako bi se svjetski profiti od trgovine u odjevnoj industriji proširili i na manje razvijene zemlje, prisiljavajući trgovce i odjevne brendove da diversificiraju svoju proizvodnju diljem svijeta. Iako je ukidanjem MFA i Sporazuma o tekstilu i odjeći (s njima i nestanka ograničenja u obliku kvota) bilo straha da će odjevni brendovi svoju proizvodnju početi koncentrirati u zemljama poput Indije i Kine (koja je bila posebno pogođena tim trgovinskim ograničenjima), proizvodnja odjeće u Bangladešu je i dalje nastavila rasti (ILRF, 2010: 11). Vidi u *Grafikonu 9* dinamiku proizvodnje odjeće od početka 21. stoljeća do danas.

Očekuje se kako će izvoz odjeće i njen utjecaj na cjelokupnu ekonomiju Bangladeša i dalje rasti, prvenstveno zbog i dalje jako jeftine radne snage. Tako je 2010. godine McKinsey u svom istraživanju proveo veliki broj intervjua s vodećim američkim i europskim direktorima nabave velikih modnih brendova, koji su potvrdili kako će se sve više okretati dobavljačima iz zemalja poput Bangladeša, budući da u Kini cijena rada postaje sve skuplja (Heath i Mobarak, 2015: 3). Dokaz ovih navoda može se vidjeti u *Grafikonu 4*.

Liberalizirana domaća trgovinska politika uspjela je u TiO industriju privući visoke investicije. Ukupna strana ulaganja u TiO industriju do sada iznose 529,9 milijuna US\$ (bruto) i 366,4 milijuna US\$ (neto). Izravna strana ulaganja nisu uvijek dobrodošla od strane domaćih TiO poduzeća, iz straha da bi ovakva ulaganja mogla prouzročiti povećanje plaća radnika (BFTI, 2017)

Rastom odjevne industrije i porastom broja zaposlenih s godinama je rasla i minimalna plaća u sektoru (zadnjih godina rast plaća posebno je uvjetovan sve jačim i češćim pritiskom sindikata i drugih oblika radničkog okupljanja, o čemu je bilo riječi u ranijem dijelu rada). Davne 1985. godine minimalna plaća u odjevnoj industriji bila je svega 621 taku (9 US\$), 1994. godine 930 taka, 2006. godine 1662 take i 3.000 taka u 2010. godini (ILRF, 2010, 11). Godine 2014. minimalna plaća iznosila je 5.300 taka (68 US\$), dok je u krajem 2018. godine došlo do povećanja minimalne mjesečne plaće na 8.000 taka, što je otprilike oko 95 US\$ (ILRF, 2019: 35).

Grafikon 9. Izvoz odjeće u ukupnom izvozu robe u Bangladešu od početka 21. stoljeća do danas



Izvor: izrada autora prema WTO (WTI Data Portal)

5. ALTERNATIVE BUDUĆEG RAZVOJA TEKSTILNE INDUSTRIJE

U modnom svijetu, i na strani ponude i na strani potražnje, već desetljećima dominira koncept brze mode (engl. *fast fashion*) za kojeg se sve više shvaća da je kao takav jednostavno neodrživ i da snosi dio odgovornosti za neodrživost današnjeg razvoja cjelokupne TiO industrije. Zbog toga u industriji (i na strani ponude i na strani potražnje) postoji stalna potreba za primjenom održivijih modela poslovanja. Danas postoji veliki broj poduzeća, od start-upova do velikih međunarodnih poduzeća s poznatim brendovima, koji su svoju konkurentsku prednost počeli graditi na temelju vlastite primjene koncepta održivog razvoja.

5.1. Primjena načela održivog razvoja u tekstilnoj industriji

Današnju tekstilnu industriju karakterizira visoka razina potrošnje njenih proizvoda (odjeće, obuće, modnih dodataka i sl), pri čemu takva potrošnja ima velik utjecaj na sve dimenzije održivosti industrije. Europski parlament (2019: 2) procjenjuje kako EU kućanstva oko 5 % svojih izdataka troše na kupnju odjeće i obuće, od toga 80 % na odjeću i 20 % na obuću. Prosječni Amerikanac je pak 1991. godine kupovao oko 40 odjevnih predmeta, a u 2015. oko 65 komada (ILRF, 2019:11). Prema Europskom parlamentu dva su ključna razloga visoke potrošnje.

Prvi je pad cijene odjeće posljednjih desetljeća. Dok su u razdoblju između 1996. i 2012. godine potrošačke cijene općenito porasle za oko 60 %, istovremeno je cijena odjeće porasla svega 3 %, što znači da je u istom razdoblju cijena odjeće u odnosu na potrošačku košaricu u EU pala za 36%. Istovremeno, udio potrošnje kućanstava na odjeću i obuću u 1995. i 2017. godini otprilike je bio isti - oko 5 % (European Parliament, 2019: 2). Kako cijena odjeće pada, poduzeća svoju profitabilnost održavaju povećanjem količine prodanih jedinica, što je dovelo do ogromne količine modnih proizvoda na tržištu i istovremenog zasićenja tržišta (Niinimäki, 2015: 3).

Drugi je razvoj koncepta brze mode (engl. *fast fashion*) koji je itekako zaslužan za silne količine modne robe na tržištu. Ovaj uspješni poslovni model multinacionalnih poduzeća koja se bave prodajom odjeće, obuće i ostalih modnih dodataka pod svojim modnim brendovima temelji se na proizvodnji upotrebom materijala lošije kvalitete, niskim cijenama proizvoda, velikim

količinama prodaje i brzoj isporuci krajnjem kupcu kojem se neprestano nude nove kolekcije odjeće. To je na koncu dovelo do toga da potrošači na ovako jeftinu robu gledaju kao na pokvarljivu robu koja se prije konačnog odlaganja koristi svega nekoliko puta (European Parliament, 2019:2).

Danas se najveći dio odjevne i modne industrije temelji na konceptu brze mode. Koncept, nastao 1980-ih u SAD-u, temelji se na dizajnu odjeće koji nastoji uhvatiti posljednje (najnovije) modne trendove sa što kraćim vremenom od promocije na modnim pistama do polica u trgovinama. Pojava ovog trenda potaknuta je propadanjem masovne proizvodnje i pojavom velikog broja modnih sezona tijekom sredine 1980-ih. Neka od danas najpoznatijih i tržišno najjačih poduzeća (skupa sa svojim modnim brendovima) koji se smatraju liderima ove poslovne filozofije su Hennes&Mauritz, Inditex Grupa i GAP Inc (Cortez et al., 2014: 1).

Koncept brze mode počiva na konzumerizmu, potrošnji i kratkom životnom vijeku proizvoda. Dva ključna čimbenika modne djelatnosti koji su povezani s brzom modom su *promjena*, koja smanjuje životni vijek odjavnog predmeta te *brzina*, koja podrazumijeva ubrzani proizvodni ciklus. Koncept obilježavaju niske cijene odjeće koje stimuliraju kupce na pretjeranu konzumaciju, na štetu kvalitete odjeće, što na koncu rezultira odjećom koja ima ograničeni broj nošenja jer im upravo loša kvaliteta ne dopušta više pranja. Sam koncept kao takav briše granice između pojedinih sezona/godišnjih doba (Omazić, Grilec i Šabarić, 2017: 166, 167), što pokazuje velik broj odjavnih kolekcija, čiji se broj razlikuje ovisno o poduzeću. Tako modni brend Zara (u vlasništvu Inditexa) izbacuje i do 24 kolekcije unutar jedne godine (European Parliament, 2019:2).

Prema Cachonu i Swinneyju (2011: 1) koncept (filozofija) brze mode⁴⁹ kombinira najmanje dvije komponente:

- Kratki rokovi proizvodnje i distribucije koji omogućuju usko podudaranje ponude i nesigurne potražnje (kombinacijom lokalizirane proizvodnje (kao npr. Inditex Grupa koja većinu svoje odjeće proizvodi u Europi ili zemljama sjeverne Afrike), sofisticiranih

⁴⁹ Kate Fletcher je u svom članku (na koji se mnogi znanstveni radovi iz ovog područja referiraju) za časopis Ecologist (2007) za brzu modu rekla sljedeće: „Brza moda nije zapravo pitanje brzine, nego pohlepe: prodati više, zarađivati više. Vrijeme je samo jedan od proizvodnih čimbenika, zajedno s radom, kapitalom i prirodnim resursima koji se žongliraju i stižu u potrazi za maksimalnim profitom. Ali brzina nije besplatna. Kratko vrijeme sprovođenja i jeftina odjeća omogućuju se samo iskorištavanjem rada i prirodnih resursa“. Samu se autoricu povezuje s nastankom pojma “slow fashion” (Jung i Jin, 2014: 511).

informativskih sustava koji omogućavaju stalno praćenje zaliha u trgovinama za efikasno usklađivanje ponude i potražnje te ubrzanih metoda distribucije)

- Visoko moderan (pomodan) dizajn proizvoda (omogućen je pažljivim nadzorom ukusa potrošača i industrije kako bi se izbjegli neočekivani prohtjevi tržišta)

Brza moda pretpostavlja jako kratke rokove proizvodnje koji stvaraju veliki pritisak na radnike u obliku prekovremenog rada ne bi li se ispoštovali rokovi isporuke. Prisutne su visoke kvote koje radnici moraju ispoštovati. Brze promjene modnih trendova zahtijevaju od radnika neprestano učenje novih proizvodnih postupaka i obrazaca, a neprilagođavanje dovodi do rizika da se modna poduzeća okrenu drugim dobavljačima. Često tvornice infrastrukturom i drugim kapacitetima ne udovoljavaju uvjetima i zahtjevima modnih divova. Ovakvi zahtjevi često idu ruku pod ruku s drugim oblicima povreda na štetu radnika, poput verbalnog zlostavljanja i ostalih loših poslovnih praksi poput neovlaštenog podugovaranja (ILRF, 2019: 11).

Budući da modna poduzeća posluju u djelatnosti koja prouzrokuje ekološke i društvene brige (veliki problemi poput otpadnih voda, otpadnih tkanina, emisije štetnih tvari, prekomjerne potrošnje prirodnih resursa, korištenja ekološki neprihvatljive energije, nesigurni uvjeti rada u šivaćim tvornicama te niske nadnice povezuju se s njima) održivost se smatra izrazito aktualnom temom u istraživanju cjelokupne industrije (Omazić, Grilec i Šabarić, 2017: 168).

Održiva potrošnja i proizvodnja ključni su elementi u postizanju održivog⁵⁰ razvoja u TiO industriji. Jedno od mogućih rješenja koje uključuje i proizvodnju odjevnog predmeta i njegovo konzumiranje tijekom cijelog životnog vijeka jest primjena holističkog *koncepta spore mode* (engl. *slow fashion*). To je koncept koji obuhvaća sporije aktivnosti proizvodnje i njenog planiranja, poštene plaće (engl. *fair wages*) radnicima te sporu potrošnju (u smislu produljenja životnog vijeka odjeće) te se fokusira na vrednovanje i poznavanje proizvoda koji će korisnicima stvoriti značajno iskustvo. U proizvodnji sporog odjevnog predmeta ne iskorištavaju se ljudski i prirodni resursi da bi se povećala brzina proizvodnje. Koncept kao takav potiče ljude na rjeđe kupovanje visokokvalitetne odjeće, kako bi se ti predmeti promatrali kao investicija (Vehmas, 2018: 287).

⁵⁰ Kako bi šira javnost razvila svijest o važnosti održivog poslovnog modela u TiO industriji, svake se godine, 24. travnja, na godišnjicu velike tragedije urušavanja Rana Plaze zgrade u Dhaki (Bangladeš), obilježava Dan modne revolucije (engl. Fashion Revolution Day) u organizaciji neprofitnog globalnog pokreta Fashion Revolution. To je dan koji bi nas ljude trebao potaknuti na promišljanje znamo li od kuda dolazi naša odjeća.

Spora moda predstavlja viziju održivosti u modnom sektoru koja počiva na različitim vrijednostima i s ciljevima drugačijim nego što su oni danas. To zahtijeva promijenjenu infrastrukturu i smanjenu propusnost robe. Spora moda ne predstavlja uobičajeno poslovanje koje uključuje klasičan dizajn odjeće/obuće ili dulje vrijeme proizvodnje, već predstavlja diskontinuitet sa sadašnjim praksama industrije (Fletcher, 2010: 262). Može se reći i kako je koncept spore mode zapravo društveno angažirani pokret koji svojim javnim djelovanjem osvještavanja nastoji preusmjeriti razmišljanje potrošača kako je važnija kvaliteta, ne količina (Jung i Jin, 2014: 510).

U konceptu spore mode odjevni predmet kroz cijeli svoj životni vijek pretpostavlja postojanje pet ključnih dimenzija: pravednost, autentičnost, funkcionalnost, lokalnost i ekskluzivnost. Ovih pet dimenzija jasno pokazuju kako je koncept spore mode širi pojam od same socijalne i ekološke održivosti jer uključuje (Jung i Jin, 2014: 5117):

- Brigu proizvođača i lokalnih zajednica za održivi život (pravednost i lokalnost)
- Sugeriranje povijesti za održivu percipiranu vrijednost proizvoda (autentičnost)
- Traženje različitosti za održivi svijet mode (ekskluzivnost)
- Maksimiziranje životnog vijeka proizvoda i njegove efikasnosti (funkcionalnost)

Kao što je već rečeno, spora moda podrazumijeva sporu proizvodnju i sporu potrošnju. Spora proizvodnja podrazumijeva sljedeće: usporavanjem proizvodnog ciklusa omogućuje se okolišu i ljudima da koegzistiraju zdravije, s dovoljno vremena da se okoliš oporavi; proizvodnju u manjim količinama što smanjuje potrošnju resursa i količinu otpada; uklanjanjem vremenskog pritiska na radnike poboljšava se njihova kvaliteta života; zapošljavanje radnika na puno radno vrijeme umjesto rada na privremeno (ili podugovaranjem); stvaranje odjeće u suradnji s potrošačima kako bi se zadovoljile njihove želje za kreativnošću i identitetom i sl. (Jung i Jin, 2014: 512).

Spora potrošnja pretpostavlja upotrebu odjavnog predmeta kroz duže vremensko razdoblje, jer ako nije tako onda je proizvodnja od ekološki prihvatljivih materijala sama po sebi neodrživa; duži životni vijek proizvoda smanjenje potrošnju prirodnih resursa i gubitka energije; kvaliteta proizvoda nema samo fizički aspekt, već uključuje i dizajn; s dizajnom koji nije pod utjecajem modnih trendova i upotrebom izdržljivih materijala odjeća se može nositi dulje vrijeme, bez obzira na godišnja doba; kupnja visokokvalitetnog odjavnog predmeta i njegovo često nošenje na više različitih načina predstavlja održivi način biti moderan (Jung i Jin, 2014: 512).

Sve više i više postaje očito kako trenutni linearni model ekonomije „uzeti - napraviti - odložiti“ (engl. *take - make - dispose*) pokazuje nisku razinu efikasnog prilagođavanja načelima održivog razvoja. Stoga se kao adekvatnije rješenje pojavljuje model kružne ekonomije (engl. *circular economy*), koji dobiva sve više pažnje pa tako i u TiO industriji. Kružnu ekonomiju možemo definirati kao sustav koji je obnovljiv ili regenerativan namjerom ili dizajnom, koji koristi ili ponovno upotrebljava prirodni kapital što je moguće efikasnije i pronalazi vrijednost tijekom cijelog životnog vijeka proizvoda te koji uključuje uvođenje načela kao što su strategije održivog dizajna, dizajn bez otpada (engl. *zero waste*), produljenje životnog vijeka proizvoda, obnavljanje resursa i usluge ponovne proizvodnje. Sam model oblikovan je principima *smanjiti - ponovno upotrijebiti - reciklirati* (engl. *reduce - reuse - recycle*) koji bi se trebali primjenjivati kroz cijeli ciklus proizvodnje, potrošnje i povrata resursa, a zahtijeva angažiranje svih sudionika na tržištu (Koszewska, 2018: 337).

U odjevnoj/modnoj industriji teži se razvoju održivijeg sustava sa zatvorenim petljom, gdje se odjeća ponovno koristi ili reciklira. Ako se proizvodnja djevičanskog⁵¹ tekstila zamjeni ponovnom upotrebom i recikliranjem tekstila potencijalno se može smanjiti njegov negativan učinak na okoliš. Na taj način se smanjuje količina novog tekstila, upotreba vode, energije i kemikalija u proizvodnji. To zahtijeva promjene u cijelom lancu vrijednosti kako bi se materijali i proizvodi zadržali u sustavu i održavali najvišu moguću vrijednost. Kad je riječ o tekstilu u kontekstu kružne ekonomije, mogućnosti za potrošače uključuju kupnju izdržljivog tekstila, produljenje životnog vijeka tekstila pažljivom njegom, popravak ili ponovnu uporabu odjeće/obuće te recikliranje materijala koji se više ne može ponovo upotrijebiti (Vehmas, 2018: 287).

Primjenom kružne ekonomije u TiO industriji odjeća ili materijali koji se više ne mogu ponovno upotrebljavati trebali bi se reciklirati kako bi se upotrijebili kao nova sirovina. Recikliranjem dolazi do proizvodnje novih vlakana (npr. recikliranog poliestera), što se pokazuje kao novija poslovna praksa u odjevnoj/modnoj industriji (Vehmas, 2018: 287).

⁵¹ Odnosi se na tekstil koji se prije nije koristio ili konzumirao, ili koji nije podvrgnut obradi koja nije namijenjena njegovoj originalnoj proizvodnji.

Tri su vrste barijera zatvaranja petlje u tekstilnoj i odjevnoj industriji (Koszewska, 2018: 344):

- *Ponašanje i edukacija potrošača* (slabija potražnja za recikliranim proizvodima za koje se smatra da su lošije kvalitete, nesvjesnost potrošača o važnosti recikliranja i o načinima zbrinjavanja tekstila)
- *Prakse zbrinjavanja, infrastruktura i procesi sakupljanja i razvrstavanja* (nedostatak uobičajenih procesa i znanja za prikupljanje i sortiranje tekstila prema vrsti vlakana, slaba dostupnost infrastrukture na lokalnoj i regionalnoj razini)
- *Tehnologije recikliranja* (nedostatak uobičajenih procesa i znanja odvajanja vrste vlakana od miješanih smjesa i kompozitnih struktura, na krajnjem tržištu recikliranja dominiraju nekvalitetni materijali i smjese, skupa logistika i niska dostupnost postrojenja za recikliranje tekstila na lokalnoj i regionalnoj razini)

Koszewska (2018: 344 - 346) daje nekoliko primjera iz poslovne prakse u tekstilnoj i odjevnoj industriji koji odgovaraju modelu kružne ekonomije:

- Tonlé - s ciljem korištenja predpotrošačkog⁵² otpada kako bi se proizvela pomodna odjeća 2014. godine Tonlé je uspio odvesti 10 tona tekstila s odlagališta otpada, od čega je oko 90 % činio predpotrošački tekstil
- G-Star - u pilot projektu skupa s Wieland Textiles and Recover cilj je bio (odabirom jedne od njihovih najprodavanijih traper tkanina) od vraćenih traper proizvoda kreirati novu traper tkaninu koja će se moći tržišno natjecati svojom cijenom, kvalitetom i estetikom - reciklirana tkanina postigla je premiju na cijenu od 12,5 % u odnosu na djevičansku tkaninu; pokazalo se kako se najviše 30 % recikliranih vlakana može upotrijebiti u recikliranoj pređi kako bi se osiguralo da zadrži potrebnu čvrstoću za tkanje i doradu; došlo je do smanjenja potrošnje vode za 9,8 %, energije za 4,2 % i emisije CO₂ za 3,8 %
- H&M - u 2016. godini unutar svojih trgovina diljem svijeta prikupljeno je gotovo 16.000 tona odjeće, 29 % više nego godinu prije; ovaj program prikupljanja brzo je postao

⁵² Odjeća slabije kvalitete na mjestu proizvodnje ili u distribucijskom centru prodavača, neprodana roba u trgovini i slično.

inicijativa za održivost s najvećom sviješću među njihovim klijentima; velika i pozitivna reakcija kupaca

Zbog štetnog utjecaja na okoliš trenutnog ponašanja u potrošnji odjeće, sve je veća zabrinutost oko održivosti na strani potrošnje unutar modnog lanca opskrbe (FSC, engl. *fashion supply chain*). Zbog toga mnoga odjevna/modna poduzeća, proizvođači i malotrgovci sve više razvijaju i oglašavaju koncept *eko mode* (engl. *eco fashion*) te na taj način promoviraju održivu potrošnju. Eko moda definira se kao vrsta odjeće koja je osmišljena i proizvedena tako da maksimizira koristi za ljude uz istovremeno minimaliziranje štetnih utjecaja na okoliš (Chan i Wong, 2012: 194).

Proizvod eko mode nastaje uzimajući u obzir vlastite utjecaje na okoliš, a može se proizvesti biorazgradivim ili recikliranim materijalima (npr. organski uzgojeni pamuk, kukuruzno vlakno i sl.) korištenjem ekološki odgovornim proizvodnim procesima (npr. bojanje u prirodne boje i sl.). Kupnja eko mode sugerira održivu potrošnju na kraju modnog lanca opskrbe (FSC) forsirajući procese uzlaznog modnog lanca opskrbe, u rasponu od izbora resursa, proizvodnje, distribucije do ekološke odgovornosti, sve s ciljem zadovoljavanja želja i očekivanja kupaca. U ovom konceptu dva su važna i usko povezana faktora koji utječu na odluku o kupovini proizvoda eko mode: atributi koji se odnose na proizvod eko mode (dizajn, kvaliteta, cijena) te atributi povezani sa prodavaonicom/trgovinom, poput dizajna trgovine i njene praktičnosti, okoliša i etičke prakse prodavaonice (Chan i Wong, 2012: 194, 195).

Strategija zamjene odjevnih/modnih proizvoda (proizvodnja održivijih proizvoda i poticanje potrošača na njihovu kupnju) nije tako uspješna kako se do sada mislilo. Zbog toga jer 60 % utjecaja proizvoda na okoliš dolazi iz faze njegovog korištenja (čišćenje, brza zamjena), zbog činjenice da 1/4 ugljičnog otiska životnog vijeka odjeće dolazi upravo iz faze njene upotrebe i zbog činjenice kako faza odlaganja odjeće predstavlja skoro 2/3 cjelokupnog otpada kojeg odjeća generira tijekom svog životnog vijeka, smatra se kako bi primjena koncepta *kolaborativne modne potrošnje* (CFC, engl. *collaborative fashion consumption*) mogla pomoći u smanjenju trenutne pretjerane potrošnje materijala u TiO industriji (Iran i Schrader, 2017: 469).

Kolaborativnu modnu potrošnju možemo definirati kao onu potrošnju u kojoj potrošači, umjesto da kupuju nove odjevne/modne proizvode, imaju pristup već postojećim proizvodima, bez obzira da li se radi o alternativnim mogućnostima stjecanja individualnog vlasništva nad predmetom (darivanje, mijenjanje ili kupnja u second hand trgovinama) ili mogućnostima

korištenja takvih proizvoda koji su u vlasništvu drugih, ponajviše dijeljenjem, posuđivanjem, zakupljanjem ili putem lizinga. Razlikuju se dva tipa kolaborativne modne potrošnje, ovisno o vrsti odnosa između ponuđača i potrošača, naknadi za sudjelovanje i stjecanje te podvrsti (darivanje, dijeljenje, zamjena, iznajmljivanje itd.): P2P⁵³ (peer-to-peer) i B2C (business-to-consumer) (Iran i Schrader, 2017: 470, 472).

Održivo poslovanje i marketinške aktivnosti u TiO industriji trebali bi u sebi sadržavati ne samo bazu održivih vrijednosti, već uzimati u obzir i etičku dimenziju poslovanja. Naime, održivo strateško razmišljanje podrazumijeva da se u obzir uzimaju (osim onih o investicijama i sl.) i razmišljanja o mogućem povlačenju s nekih tržišta (ili nekih proizvoda) zbog etičkih ili drugih velikih društvenih ili ekoloških povreda ili rizika (Niinimäki, 2015: 3).

Kao holistički odgovor održivijeg i pravednijeg poslovanja unutar modne/odjevne industrije javlja se *koncept etične mode* (engl. *ethical fashion*) koju možemo razumjeti kao *modu sa sviješću*. Sam termin relativno je nov u modnoj terminologiji, i često se koristi u vezi s proizvodnjom, potrošnjom, dizajnom i trgovinom. Definicije etične mode su različite, ali svima su u fokusu odgovornost opskrbljivača, potrošači neetičnih modnih proizvoda, negativni utjecaji poslovanja na okoliš te nepošteni uvjeti uključenih u proizvodnju (ljudi i životinje). Jedna od najpoznatijih i najcitiranijih definicija, ona Catrin Joergens iz rada iz 2006. godine, kaže kako je etična moda „pomodna odjeća koja u sebi inkorporira načela pravedne trgovine, rad bez prisile po pravednim nadnicama, a pritom ne šteti okolišu ili radnicima, uporabom biorazgradivog i organskog pamuka“ (Haug i Busch, 2016: 320, 321).

Kao što je rečeno, etična moda izrazito je fokusirana na potrošače i njihovo ponašanje pri kupnji. Sama etična potrošnja podrazumijeva izbjegavanje praksi koje štetno djeluju na ljude, okoliš ili životinje. U ovom konceptu javljaju se tri značajna pitanja. Prvo, etičnu potrošnju trebalo bi komunicirati relevantnim kupcima, i potrebni su određeni marketinški naponi kako bi se kupcima prenijeli relevantni etični podaci o proizvodu. Drugo pitanje odnosi se na jaz između izjašnjavanja kupaca o važnosti etičkih problema i samog ponašanja na blagajni. Drugim riječima, kupci često ne postupaju u skladu sa svojim vrijednostima. Treće, trend individualizma u modi,

⁵³ Slično kao i C2C (consumer-to-consumer), no P2P se ne mora nužno organizirati među članovima, već može biti olakšan sudjelovanjem poduzeća.

koji sam po sebi podržava kratkoročnu i samoizražajnu potrošnju, kosi se s etičnom sviješću koja kroz odgovornost i održivost vodi brigu o budućim generacijama (Haug i Busch, 2016: 322 - 324).

Kako ne postoje industrijski standardi koji definiraju etičnu modu, mnoga poduzeća u komunikaciji s kupcima koriste različite marketinške strategije u kojima su sadržane poruke o kvaliteti njihovih proizvoda i marki, uključivanjem izraza kao što su eko, zeleno, prirodno, organsko ili održivo. Kako bi se riješio problem praznih fraza ili netransparentnih tvrdnji, neki su izrazi pretvoreni u oznake za koje postoje jamstva ispunjavanja određenih standarda. Tako npr. oznaka „organski“ koju dodjeljuje Soil Association⁵⁴ podrazumijeva da vlakna i tkanine odgovaraju organskim standardima udruženja. Drugi primjer takve oznake jest ona „Fairtrade“⁵⁵ koja predstavlja neovisnu certifikacijsku ocjenu i koja potvrđuje da je proizvod proizveden u skladu sa standardima fer trgovine (Haug i Busch, 2016: 325).

Fairtrade oznaku mogu dobiti i proizvođači koje povezujemo s TiO industrijom, poput onih proizvedenih od pamuka. Takva oznaka (engl. *Fairtrade Cotton Mark*) označava proizvod koji se napravljen od sirovog pamuka koji je pošteno proizveden i trgovan, a što se što može izravno pratiti kroz sve faze proizvodnje. Fairtrade oznaka na pamučnom proizvodu je potvrda proizvodnje pamuka u skladu s pravilima kojima se osigurava da proizvođač dobije poštenu plaću za svoj proizvod (Fairtrade International).

Postoji još i Fairtrade tekstilni standard (engl. *Fairtrade Textile Standard*) koji zahtjeva etičnu proizvodnju tekstila ili komada odjeće. Ovaj se standard primjenjuje na poduzeća koja zapošljavaju radnike koji rade unutar lanca opskrbe procesuiranja Fairtrade certificiranog pamuka

⁵⁴ Vodeća je britanska dobrotvorna kampanja za zdravu, humanu i održivu hranu, poljoprivredu i korištenje zemljišta, čija podružnica Soil Association Certification Limited predstavlja najveće britansko tijelo za certifikaciju proizvoda organskog podrijetla.

⁵⁵ Fairtrade je oznaka koju dodjeljuje međunarodno trgovinsko partnerstvo Fairtrade International. Asocijaciju, osnovanu 1997. godine i sa sjedištem u Bonnu (Njemačka), čini 28 organizacija članica (3 mreže proizvođača koje se zauzimaju za prava farmera i radnika te 25 nacionalnih Fairtrade organizacija i marketinških organizacija). To je socijalno-ekonomski pokret koji promiče proizvodnju i prodaju utemeljenu na plaćanju *poštene cijene* za robe i proizvode koja jamči pokriće troškova održive proizvodnje. Uz poštenu (minimalnu) cijenu postoji još i Fairtrade premija koju plaćaju uvoznici (kupci), a koja je zapravo dodatak poštenoj cijeni (5 US centi/kg pamuka). Premiju proizvođači pamuka koriste za društvena i ekonomska ulaganja od općeg značenja, npr. za edukaciju, škole, infrastrukturne objekte i sl. Fairtrade pristup temelji se na dogovoru, transparentnosti i poštivanju ljudskih prava, te se zalaže za veću jednakost marginaliziranih i zakinutih proizvođača i radnika, posebice u zemljama „Trećeg svijeta“. Fairtrade International kao krovna organizacija koordinira aktivnosti svojih organizacija članica i posjeduje FAIRTRADE oznaku, registrirani zaštitni znak Fairtradea koji se danas pojavljuje na više od 30.000 proizvoda kao što su banane, kava, kakao, čaj, svježe voće, začinsko bilje, med, šećer, riža, pamuk i sl. Fairtrade certifikaciju i inspekciju provodi FLO-CERT, nezavisno i profitno tijelo, osnovano od strane Fairtrade International.

ili drugih odgovornih vlakana. Standard ima kriterije za sve faze proizvodnje cjelokupnog lanca nabave - svi akteri lanca opskrbe, uključujući i modne brendove, moraju uspostaviti poštene, pouzdane i predvidljive ugovorne aranžmane s radnicima kako bi se olakšalo dugoročno ulaganje u poboljšanje njihovih radnih uvjeta, a sve prema načelu zajedničke odgovornosti (Fairtrade International).

Kad već govorimo o pamuku, spomenimo i neke današnje trendove i inicijative u uzgoju pamuka, koji su zbog zajedničkog nastojanja za što učinkovitijom ekološkom i društveno-odgovornom proizvodnjom pamuka u skladu s načelima održivog razvoja. Neke od tih suvremenih inicijativa jesu (Čunko; 2013: 17 - 28):

- *Organski pamuk* - to je vrsta pamuka definirana tzv. organskom proizvodnjom kojom se osigurava prijateljski odnos prema okolišu u skladu s održivim razvojem. Pojam organski uzgoj u prvome redu znači uzgoj pamuka od organskog sjemena - ili u najmanju ruku - od kemijski netretiranog sjemena (nikako biotehnoški dobivenog i modificiranog sjemena), na čistom tlu, bez primjene sintetskih pesticida i umjetnih gnojiva. Ulaganja u organski uzgoj su zahtjevnija i na dulji rok, preustroj proizvodnje zahtijeva dulje vrijeme, te su prinosi manji. Općenito veće troškove proizvodnje/kg organskog pamuka u odnosu na konvencionalni uzgoj trebalo bi pokriti većom otkupnom cijenom pamuka.
- *Bt pamuk* - riječ je o genetski modificiranom (GM) pamuku. Otporan je na glavne vrste insekata koji napadaju pamučnu biljku tijekom uzgoja. Dobiven je transgenetskom modifikacijom pamučnog genoma kojom je u biljci potaknuta tvorba proteina (tzv. Bt proteina) koji je otrovan za glavne vrste insekata koji napadaju pamuk. Prelazak na uzgoj Bt pamuka trebalo bi rezultirati smanjenjem potreba za golemom količinom pesticida, osobito insekticida, koji se troše u konvencionalnom uzgoju pamuka.
- *Pamuk proizveden u Africi*⁵⁶ (engl. *Cotton made in Africa*) - je inicijativa osnovana 2005. godine od strane zaklade Aid by Trade Foundation iz Hamburga. U partnerstvo je okupila nekoliko trgovačkih poduzeća koja trguju afričkim pamukom, pamučarskih kompanija koje djeluju u Africi, institucije saveznog ministarstva za gospodarstvenu suradnju i razvoj te razne nevladine udruge. Riječ je o javno-privatnom partnerstvu za potporu gospodarstvu siromašnih zemalja u subsaharskom području (Benin, Burkina Faso,

⁵⁶ Ova i *Inicijativa za bolji pamuk* predstavljaju inicijative konvencionalnog uzgoja pamuka.

Zambia, i Mozambik), kroz pomoć u poticanju proizvodnje pamuka i osiguranjem širokog tržišta u razvijenim zemljama Europe i Amerike. Postavljena je jasna strategija djelovanja i ponašanja, a zahtjevi obuhvaćaju sve relevantne socijalne, ekološke i ekonomske aspekte održive proizvodnje pamuka. Dvije su skupine verifikacijskih kriterija: prvu čine tzv. *isključujući kriteriji* (npr. loši oblici dječjeg rada, trgovina ljudima, prisilni rad, zabrana članstva u sindikatima i sl.), dok drugu skupinu čine *kriteriji održivosti proizvodnje* i odnose se na stalno poboljšavanje proizvodnje, zaštitu i očuvanje vode i tla, izmjenu plodoreda, skrb o okolišu kroz racionalnu i kontroliranu primjenu pesticida, vode i sl.

- *Inicijativa za bolji pamuk* (engl. *Better Cotton Initiative*) - riječ je o međunarodnoj organizaciji, osnovana 2005. godine s ciljem kako bi se na globalnoj razini proizvodnja pamuka učinila boljom i ekonomičnijom za proizvođače pamuka, boljom za okoliš i boljom za budućnost pamučarskog sektora. Članovi Inicijative su udruge proizvođača pamuka, dobavljači i prerađivači pamuka, trgovačka i modna poduzeća (npr. Adidas, IKEA, Levi Strauss&Co, Nike i dr.), civilna društva i razni pridruženi članovi. Misija Inicijative je potaknuti proizvodnju boljeg pamuka koja se treba ostvariti primjenom šest osnovnih načela. Njihovom implementacijom se potiče proizvodnja u kojoj se smanjuje potrošnja pesticida i racionalno koristi voda te koja skrbi o bioraznolikosti; potiče se proizvodnja u kojoj se poštuju etičke norme u radu i pošten odnos prema farmerima; osigurava se proizvođačima prijenos znanja i svjetskih postignuća o održivoj i ekološkoj proizvodnji pamuka; osigurava se uvid u sljedivost u lancu proizvodnje pamuka itd.

Često se u znanstvenim radovima koji istražuju održivost unutar TiO industrije naglašava važnost adekvatnog i efikasnog upravljanja cjelokupnim lancem nabave. Mnoga su velika poduzeća TiO industrije u potrazi za niskim troškovima rada iskoristile nisku razinu svijesti o problemima okoliša i općenito mlitavu regulaciju zemalja u razvoju, zbog čega se modni brendovi poput Benettona, Adidasa i C&A okrivljuju da su razvili neodržive vlastite lance nabave. S druge strane, postoje mnoga modna poduzeća (npr. Uniqlo, H&M, The North Face i New Balance) koja su prepoznala važnost održivosti u vlastitom poslovanju te ugradile „zelene“ i održivije prakse unutar svojih lanaca nabave (Shen, 2014: 6237).

Poduzeća se, u nastojanju da budu održiva, a istovremeno i profitabilna, susreću s velikim brojem izazova i konflikata na svakoj razini opskrbnog lanca. Da bi neki modni proizvod bio

održiv, potrebno ga je stvarati u društveno-okolišnim prihvatljivim uvjetima duž cijelog lanca opskrbe, što uključuje proizvodnju/uzgoj sirovina, proizvodnju, distribuciju i maloprodaju. Ekomaterijali (poput tkanina načinjenih od organski uzgojenih vlakana) se smatraju glavnim dijelom održivog lanca opskrbe. Na konačne rezultate opskrbnog lanca velik utjecaj ima distribucija, koja je sama po sebi izuzetno kompleksna i dinamična. Kako bi rezultati opskrbnog lanca bili bolji potrebno je smanjiti onečišćenja u okolišu koja nastaju u fazi distribucije, a smatra se kako se najveći doprinos može učiniti odabirom efikasnijeg načina prijevoza. U *zelenoj maloprodaji*, za koju se smatra kako nadilazi sami zeleni proizvod i marketinške aktivnosti, važne su etične prakse usmjerene na kupce koje mogu utjecati na njihova buduća potrošačka ponašanja i koje mogu utjecati na njihovu svijest o važnosti održivosti u modnoj industriji (Shen, 2014: 6238, 6239).

Tipični pristupi koji doprinose razvoju održivog lanca opskrbe unutar tekstilne i odjevne industrije su strategija održivog proizvoda (engl. *sustainable product strategy*), održive investicije, ocjena održivog izvođenja (engl. *sustainable performance evaluation*), društvena odgovornost poduzeća, usvajanje sustava upravljanja okolišem i sl. (Shen, 2017: 1).

Ako se proizvođači žele ozbiljnije pozabaviti pitanjem održivosti vlastitih lanaca opskrbe, važno je izabrati dobrog podizvođača i od njega zahtijevati dobre i adekvatne okolišne i društvene prakse. U ovom procesu poduzećima od velike pomoći mogu biti načela kodeksa ponašanja, ali i razni standardi, poput SA 8.000⁵⁷, ISO 14.001⁵⁸ i EMAS (engl. *Eco-Management and Audit Scheme*) koji pomažu prilikom razmatranja društvenih i okolišnih aspekata prilikom dizajniranja i proizvodnje. Također, proizvođačima je na usluzi primjena UN-ovih deset načela pod imenom *Global Compact* koji olakšavaju postavljanje zahtijevanih standarda za podizvođače. Ova načela uzimaju u obzir pitanja ljudskih prava, radna pitanja, ekološke inicijative i antikorupcijska pitanja. Do sada je nekoliko poduzeća (npr. Puma, GAP i Nike) dobrovoljno prihvatilo ta načela i slijedilo ih u vlastitim aranžmanima podugovaranja (Niinimäki, 2015: 5).

⁵⁷ Međunarodna je verifikacijska norma za auditiranje i certifikaciju sukladnosti za društvenu odgovornost. Jezgra norme je uvjerenje da sva radna mjesta moraju biti upravljanja tako da su osnovna ljudska prava osigurana i da je uprava spremna prihvatiti odgovornost za isto.

⁵⁸ Najzastupljenija je međunarodna norma za upravljanje okolišem, i pruža poduzećima okvir za postizanje poboljšanja u području djelovanja na okoliš u skladu s vlastitim usmjerenjima i politikama zaštite okoliša.

5.2. Ciljevi održivog razvoja u tekstilnoj industriji i preporuke za njihovo ostvarivanje

Kao industrija vrijedna oko 2,5 bilijuna US\$, koja je drugi najveći potrošač vode, kojoj se pripisuje da uzrokuje 20 % svjetskih otpadnih voda, u kojoj postoji velika primjena pesticida i drugih kemikalija, koja uzrokuje oko 21 milijardu tona tekstilnog otpada na odlagalištima, u kojoj žene čine oko 80 % zaposlenih, u kojoj su prisutni mnogobrojni problemi povezani s pravima radnika, smatra se kako cjelokupna tekstilna/odjevna/modna industrija ima itekako važnu ulogu u postizanju UN-ovih ciljeva održivog razvoja (United Nations, 2018). U sljedećim redovima daju se kratka objašnjenja kako se postizanjem tih ciljeva (prvih pet) unutar tekstilne/odjevne/modne industrije može pomoći njihovom lakšem ostvarivanju na globalnoj razini.

Za postizanje cilja broj 1 (iskorijeniti siromaštvo) modna industrija trebala bi igrati aktivnu ulogu u poboljšanju ekonomskog preživljavanja zajednica u kojima djeluje, plaćajući poštene i jednake plaće svim zaposlenicima i osiguravajući da nitko u opskrbnom lancu ne živi ispod granice siromaštva dok rade za dohodak s punim radnim vremenom (MacGilp, 2018).

Ostvarivanje cilja broj 2 (iskorijeniti glad) podrazumijeva održivi prehrambeni sustav. Kako bi se u uzgoju industrijski najvažnije prirodne sirovine (pamuk) izbjegla šteta tla i poljoprivrednih kultura ključno je da cijela industrija surađuje s globalnim poljoprivrednim organizacijama kako bi se osigurala hrana za eksponencijalno rastuću populaciju (MacGilp, 2018).

Propisi o zdravlju i sigurnosti u tvornicama tekstila i odjeće i njihova revizija od strane treće strane trebali bi imati važan doprinos ostvarivanju cilja broj 3 (zdrav život i blagostanje ljudi). Uz to, potrebna su daljnja poboljšanja zakonodavstva o otrovnim kemikalijama i drugim sredstvima koje proizvođači koriste i zbrinjavaju, a koji prijete zdravlju onih koji se koriste okolnim izvorima vode (MacGilp, 2018).

Cilj broj 4 (osiguranje uključivog i pravednog obrazovanja) podrazumijeva da cjelokupna industrija bude uključena u edukaciju ljudi, kako bi ih učili o etičnoj modi, o načinima na koji mogu donositi bolje potrošačke odluke, kako se brinuti i popravljati vlastitu odjeću/obuću i sl. Isto tako, poduzeća koja posluju u zajednicama nepovoljnijeg položaja trebale bi aktivno stvarati i održavati obrazovne mogućnosti vezanih uz rad te bi trebala osigurati da su svi radnici u

možnosti zaraditi dovoljno sredstava kako bi članove svojih obitelji mogli poslati u škole i djeci omogućiti dostojanstveno djetinjstvo (MacGilp, 2018).

Iako je u pitanju industrija gdje su žene velika većina zaposlenih, donositelji odluka često su muškarci. Za postizanje cilja broj 5 (postići ravnopravnost spolova) treba osigurati da žene imaju mogućnost dobivanja i zadržavanja odgovornijih (izvršnih i kreativnih) poslova. Također, treba poduzimati konkretne aktivnosti kako bi se riješio problem seksualnog uznemiravanja na svim područjima duž cijele industrije, od zaposlenica u tvornicama do modela na modnim pistama (MacGilp, 2018).

Kako bi se olakšalo postizanje UN-ovih ciljeva održivog razvoja u modnoj industriji (koja za UN predstavlja odjevnju, obućarsku i kožnu industriju) UN je pokrenuo vlastitu inicijativu pod imenom *Savez Ujedinjenih naroda za održivu modu* (engl. *United Nations Alliance for Sustainable Fashion*). Inicijativu su pokrenule različite agencije Ujedinjenih naroda (kao npr. International Labour Organization, United Nations Economic Commission for Europe itd.) i druge srodne organizacije s ciljem doprinošenja Ciljevima kroz koordinirane aktivnosti u modnoj industriji. Savez potporom koordinacije između raznih tijela UN-a (koja su svojim aktivnostima povezana s modnom industrijom) i promoviranjem mnogobrojnih politika i projekata nastoji osigurati da cjelokupni modni lanac opskrbe doprinosi postizanju UN-ovih ciljeva održivog razvoja. Kroz sam Savez UN se obvezuje na promjenu puta kojim se kreće modna industrija, smanjujući njezin negativan utjecaj na društvo i okoliš, pretvaranjem industrije u istinskog pokretača provedbe ciljeva održivog razvoja (United Nations Alliance for Sustainable Fashion).

Koalicija najvećih svjetskih lidera tekstilne i modne industrije (njih 32, uključujući Adidas, Nike, H&M Group, Hermes, Inditex Group, Nordstrom, Prada Group, Gap Inc i dr.) donijela je zajednički dokument pod imenom *Fashion Pact*. Dokument je predstavljen na G7 summitu u francuskom Biarritzu koji se održavao od 24 do 26 kolovoza 2019. godine. Ovaj dokument, za industriju povijesno važan, u sebi sadrži nekoliko zajedničkih ciljeva. Kako bi se postigli ovi ciljevi, fokus će biti na akcijama u tri ključna područja zaštite i očuvanja Zemlje (klima, bioraznolikost i oceani). Ciljevi su (Sustainable Brands, 2019):

- *Zaustaviti globalno zagrijavanje* (stvaranjem i primjenom akcijskog plana za postizanje cilja nulte emisije stakleničkih plinova do 2050. godine)

- *Obnova biološke raznolikosti* (postizanjem ciljeva koji koriste znanstveno utemeljene ciljeve (engl. *targets*) za obnavljanje prirodnih ekosustava i zaštitu vrsta)
- *Zaštiti oceane* (smanjenjem negativnog utjecaja tekstilne industrije na svjetske oceane kroz praktične inicijative, poput postupnog uklanjanja plastike za jednokratnu upotrebu)

U nastojanju postizanja što održivijeg poslovanja u bliskoj budućnosti Inditex je postavio vrlo ambiciozne ciljeve. Jedan od njih je da se najkasnije do 2025. godine sve njihove modne kolekcije izrađuju od organskih tkanina. Također, do 2025. godine žele da 80 % energije korištene u sjedištu poduzeća, tvornicama i trgovinama bude iz obnovljivih izvora, pri čemu otpad kojeg proizvedu ti objekti neće biti odlagan na tlo (odlagalište). Obećano je i da će sva u proizvodnji korištena viskoza biti 100 % održiva (Conlon, 2019b).

Primark, britanski modni brend poznat po niskim cijenama odjevne i modne robe, planira do 2022. godine, radi poboljšavanja vlastitih izvedbi održivosti, obučiti oko 160.000 uzgajivača pamuka u Indiji, Pakistanu i Kini ekološki prihvatljivim metodama uzgoja. Ovaj cilj dio je njihovog velikog Programa za održivi pamuk (engl. *Primark Sustainable Cotton Programme*) pokrenutog još 2013. godine s namjerom korištenja 100 % održivog pamuka u svim kategorijama modnih proizvoda (Conlon, 2019a).

Kad već govorimo o Primarku, spomenimo i Scap (u čijem su vlasništvu poznati modni malotrogovci Primark, Next i Asos) koji se obvezao da će do 2020. godine u svojim proizvodnim procesima smanjiti uporabu vode, ugljični otisak te otpad koji se šalje na odlagališta za 15 %. Švedska H&M grupacija (H&M, Cos, Monki i dr.) namjerava do 2030. godine u svojoj proizvodnji imati 100 % recikliranog ili održivo dobivenog materijala (Butler, 2019).

Različite organizacije bez obzira na svoju političku pozadinu, veličinu, snagu i rasprostranjenost daju vlastite prijedloge koji bi poduzećima i cijeloj tekstilnoj/odjevnoj/modnoj industriji mogli pomoći u dostizanju UN-ovih i drugih ciljeva održivog razvoja. U listopadu 2018. godine predstavnici najvećih svjetskih odjevnih/modnih brendova okupili su se na konferenciji kojoj je domaćin bila globalna neprofitna organizacija Textile Exchange. Na okupljanju je dano ukupno pet prijedloga kako poduzeća u industriji mogu prilagoditi svoje poslovne strategije za uspješno postizanje ciljeva održivog razvoja. Prijedlozi su sljedeći (Yale University, 2018b):

- *Usvojiti deklaraciju podrške ciljevima održivog razvoja* (nužno je da poduzeća javno iskomuniciraju vlastito opredjeljenje Ciljevima, na način koji bi bio usklađen s njihovim korporativnim vrednotama)
- *Vlastite resurse posvetiti prema značaju* (zbog rizika od pretjeranog opredjeljenja Ciljevima koji nisu relevantni za poslovanje poduzeća, nužno je definirati ključne društvene i okolišne teme koje su najvažnije za poslovanje i stakeholdere)
- *Uskladiti filantropiju s Ciljevima* (kako se filantropski napori lako mogu sinkronizirati s Ciljevima, u nekim slučajevima bolje je postojeće filantropske aktivnosti preoblikovati u holističke inicijative „zajedničkih vrijednosti“)
- *Postaviti prioritete i izvještavati DOP inicijative kroz „objektiv“ Ciljeva* (restrukturiranje DOP okvira uključivanjem ključnih temelja, tema i ciljeva koji će biti obuhvaćeni mnoštvom visokoprioritetnih Ciljeva)
- *Pratiti kompromise vlastitog odabira jednog Cilja nad drugim* (budući da mnoga poduzeća pretjeruju u prikazu svog doprinosa Ciljevima potrebno je razviti adekvatnije mjere praćenja ostvarivanja Ciljeva, a kako će uvijek dolaziti do kompromisa u situacijama odabira Ciljeva procjena njihove značajnosti bi trebala osigurati da su ti kompromisi smisleni za poslovanje)

Remy, Speelman i Swartz (2106: 5, 6) u svom članku napisanom za McKinsey daju preporuke za poduzeća u modnoj industriji. Po njima, ovim dodatnim koracima poduzeća mogu u nastojanju održivog poslovanja iz svog poslovanja ukloniti određene društvene i okolišne rizike. Koraci su:

- Razviti standarde i prakse za dizajniranje odjeće koja se lako može ponovno upotrijebiti ili reciklirati
- Ulagati u razvoj novih vlakana koja će umanjiti ekološke učinke proizvodnje odjeće
- Poticati potrošače da se brinu o svojoj odjeći na manje utjecajan (potrošnjom energije, učinkom na okoliš) način
- Podržati razvoj mehaničkih i kemijskih tehnologija recikliranja
- Uspostaviti više standarde rada i zaštite okoliša za dobavljače i postaviti mehanizme za transparentniji lanac opskrbe

Kao što je već u radu rečeno, model kružne ekonomije i njegova primjena u modnoj/odjevnoj industriji kao kružna moda (engl. *circular fashion*) jedan je od načina postizanja veće razine

održivosti u industriji. Na tom tragu, Global Fashion Agenda daje svoje preporuke (podijeljenih u tri skupine) kreatorima politika (i EU i nacionalna razina) za adekvatno postavljanje potrebnog okvira primjene kružne mode. Preporuke su (Global Fashion Agenda, 2017: 11):

- *Podržati modne brendove i malotrgovce u implementaciji strategija kružnosti* (uvođenje kriterija za tekstil u skladu s Direktivom o eko dizajnu (engl. *EcoDesign Directive*) koja podržava dizajn bez otpada, trajnost, jednostavnost popravka, ponovnu upotrebu i recikliranje vlakana koje vodi proizvodnji novih vlakana)
- *Ohrabrivati i stimulirati povećanje obujma prikupljene korištene odjeće* (usvajanje ambicioznih kvantitativnih ciljeva na razini EU za odvojeno prikupljanje odjeće i obuće; preispitivanje i pojašnjenje propisa klasifikacije odbačenog tekstila; preispitivanje pravila zakonskog vlasništva odbačenog tekstila kako bi se brendovima i trgovcima olakšalo njegovo prikupljanje; pojašnjenje propisa prekograničnog prijevoza odbačenog tekstila radi smanjenja nesigurnosti za izvoznike i sakupljače)
- *Podržati modne brendove i malotrgovce u povećanju obujma preprodane korištene odjeće* (poticanje poslovnih modela iznajmljivanja, popravka i preprodaje korištene odjeće)
- *Podržati modne brendove i malotrgovce u povećanju udjela odjeće proizvedene od recikliranih vlakana* (ulaganje u efikasne tehnologije recikliranja tekstila)

Europska komisija daje svoju verziju preporuka s ciljem dostizanja veće održivosti u TiO industriji. Preporuke su usmjerene na tri subjekta (European Commission, 2013: 5 - 7):

- *Trgovci* (od proizvođača zahtijevati puno veću društvenu i ekološku odgovornost; uključiti se u edukaciju kupaca o stvarnoj vrijednosti održivosti i ekološkom ponašanju tijekom cijelog životnog vijeka proizvoda; uključiti pitanje održivosti u obuku zaposlenika itd.)
- *Proizvođači* (birati dobavljače na temelju njihovih društvenih i ekoloških dostignuća; zahtijevati od dobavljača primjenu međunarodnih socijalnih standarda; koristiti najbolje prakse tehnoloških inovacija koje pridonose poboljšanjima u okolišu; povećati razmjenu informacija s trgovcima pružanjem informacija koje će im pomoći u izazovima održivosti)
- *Kreatori nacionalnih politika* (poticati razne inicijative i projektne inovacije; davati poticaje za razvoj i prihvaćanje ekološki prihvatljivijih tekstila; voditi primjerom kupujući

proizvode TiO industrije prema GPP⁵⁹ (engl. *Green Public Procurement*) kriterijima; podržati uključivanje socijalnih kriterija u postojeći EU Eko-znak (engl. *Ecolabel*) i preuzeti aktivnu ulogu u njegovoj reviziji itd.)

5.3. Problem ekomanipulacije i neki primjeri održivog razvoja u tekstilnoj industriji

Primjenom održivog razvoja u TiO industriji i prihvaćanjem održivijih koncepata mode kao što je etična moda, a uz istovremeno nepostojanje industrijskih standarda koji bi definirali što je uopće etična moda, mnogi proizvodi u modnoj/odjevnoj industriji dobili su „oznake“ poput eko, zeleno, organsko itd. Zelena boja često je upotrebljavani izraz prilikom marketinškog djelovanja usmjerenog na kupce. Naslovi kao što su „zeleno je nova crna za pamuk“ ili „zeleno je dobro - po želji kupaca“ česta su pojava. Pojavila se nova igra riječima: ekomanipulacija (engl. *greenwashing*⁶⁰) (Thomas, 2008: 533). Možemo reći, došlo je do problema ekomanipulacije u odjevnoj/modnoj industriji jer poduzeća promoviraju svoje etične i okolišne napore kako bi se što uspješnije približili potrošačima.

Ekomanipulacija je pogrdni pojam koji se koristi za opisivanje marketinške strategije koja za cilj ima dati nekom poduzeću, organizaciji ili sektoru etični ili ekološki predznak (Iwanow, 2007: 1). Ekomanipulacija također predstavlja čin obmanjivanja potrošača u vezi s okolišnim postupcima poduzeća ili ekološkim koristima proizvoda ili usluge. Možemo reći kako je ekomanipulacija oblik selektivnog otkrivanja u kojem poduzeća promoviraju ekološki prihvatljive programe, aktivnosti ili značajke kako bi odvratili pozornost od vlastitih aktivnosti koje su štetne i loše za okoliš. Poduzeća koja se služe ekomanipulacijom otkrivaju pozitivne značajke okoliša istovremenim prikriivanjem onih negativnih, što kod kupaca ili stakeholdera može stvoriti pogrešan pozitivan dojam o njihovoj posvećenosti okolišnim pitanjima. U suštini se radi o pojmu koji podrazumijeva korporativnu obmanu (Rahman, Park i Chi, 2014: 1057).

⁵⁹ Kriteriji su razvijeni kako bi se olakšalo uključivanje „zelenih“ zahtjeva u dokumentaciju javnih natječaja.

⁶⁰ Termin *greenwashing* je 1986. godine skovao aktivist za pitanja okoliša Jay Westervelt, koji je u svom eseju pisao o praksi hotelske industrije postavljanja plakata u sobe kojima su promovirali ponovnu uporabu ručnika s ciljem očuvanja okoliša, iako istovremeno nisu koristili nikakve konkretne programe takve održive prakse. Pojam se ne mora nužno povezivati isključivo s poduzećima. I kupci također mogu obmanjivati vlastitom percepcijom sebe samih.

Razvojem potrošačke svijesti (ponajprije u zapadnom razvijenom svijetu) o problemima okoliša koje uzrokuju proizvodi koje kupuju, poduzeća dolaze u iskušenje da argumente održivosti koriste isključivo za povećanje prodaje. A kako su pitanja problema zaštite okoliša i nužnosti održivijeg svijeta za neke potrošače suviše složena, neke od njih lako je zavarati. Kako bi se izbjegao problem ekomanipulacije potrebno je izbjegavati preuzak fokus na okolišna pitanja i prelazak na cjelovitije razumijevanje. Na primjer, ako brza moda na nekim svojim proizvodima koristi određene eko oznake, to zaista ne mijenja samu ekonomsku logiku koncepta brze mode ili same modu; opterećenje na okoliš kojeg stvara ovaj koncept i dalje je veliko. Ili kad dućan brze mode prakticira davanje papirnatih umjesto plastičnih vrećica; poslovna logika brze mode svejedno se ne mijenja ovakvim sitnim detaljima (Niinimäki, 2015: 7).

Zbog toga se vrijednosti tekstilnih/modnih tvrtki moraju čvrsto temeljiti na održivosti, a njezina se načela moraju uključiti i provoditi na svim razinama i funkcijama. Sljedeći aspekt kojeg se mora uzeti u obzir jest da se sve informacije koje se odnose na ekološke značajke i koristi moraju nekako dokazati. U tom su pogledu standardizirane eko oznake puno bolje rješenje u odnosu na razne (osviještene i održive) izjave poduzeća. Kako su eko oznake (certifikati) temeljene na brojnim kriterijima i testovima od strane neovisnih organizacija, predstavljaju objektivnije i pouzdanije rješenje od informacija koje poduzeće daje o sebi (Niinimäki, 2015: 7). Standardizacija eko oznaka od velikog je značaja jer se tako izbjegavaju druge postojeće obmanjujuće oznake koje se koriste kako bi neki proizvod izgledao održivije i zelenije nego li je u stvarnosti (Aakko i Koskennurmi- Sivonen, 2013: 19).

No, kako kupac može prepoznati da li se neko modno/odjevno poduzeće služi ekomanipulacijom? Kako može biti siguran da je proizvod koji kupuje zaista održiv? Hill (2018) navodi nekoliko načina kako u modnoj industriji identificirati ekomanipulaciju:

- *Uhu ugodne i impresivne inicijative za smanjenje emisije ugljika* (kupci ne bi smjeli nasjedati na inicijative koje se tiču smanjenja emisije u npr. sjedištima poduzeća budući da faza proizvodnje stvara 70 % ugljičnog otiska unutar TiO industrije, a poduzeća bi u želji za održivijim promjenama trebala veliku pažnju davati cijelom lancu nabave)
- *Reciklirano i minimalno pakiranje* (koliko god su i ovakve prakse korisne i dobre, svejedno nisu dovoljne jer industrija i dalje stvara velike količine tekstilnog otpada, onog

neprodanog i onog nastalog u fazi proizvodnje, tj. priča o smanjenju otpada uz istovremeni manjak promjena postojećeg poslovnog modela sugerira na ekomanipulaciju)

- *Energetska efikasnost* (korištenje LED i druge energetske efikasne rasvjete u trgovinama ili u zgradama u mnogim je zemljama pravni zahtjev; ako poduzeće ne poduzima ništa dodatno ne bi li smanjila svoj utjecaj na okoliš, ono čini veliku stvar oko nečega što mora)
- *Velike tvrdnje isprezentirane kako bi ciljevi izgledali veći nego što jesu* (poduzeća više manje imaju slobodu postavljanja ciljeva u području njihovog utjecaja na okoliš koje je jednostavno za ostvariti; u svijetu je svega oko 400 poduzeća koja smanjuju svoje emisije na preporuku znanosti)
- *Radni standardi* (poduzeća koja govore kako njihovi radnici u tvornicama zarađuju zakonom propisanu minimalnu plaću tako čine ono najmanje što mogu (moraju), značajnije je isplaćivati plaću koja omogućuje zadovoljavanje osnovnih životnih potreba)
- *Održivi predznak marketinga u organizaciji koja nije održiva* (sve dok modni brend brze mode ne postavi jasne etične ciljeve na više od 50 % svojih proizvoda ili ne radi na postizanju održivosti cjelokupnog poslovanja - u pitanju je ekomanipulacija)

Sve veća svijest kod potrošača o negativnim društvenim i okolišnim utjecajima modne/odjevne navelo je poduzeća u industriji da adekvatno odgovore na nove tržišne izazove. Stoga mnogi koriste zeleni i etični marketing kojim se obraćaju svjesnim potrošačima. Tako je svojevremeno H&M izbacio kolekciju *Conscious collection* koja se proizvodi od organskog pamuka ili recikliranog poliestera; Puma ima svoju biorazgradivu kolekciju *InCycle Collection*; Adidas ima *Design for Environment* kolekciju; Uniqlo je predstavio svoju *Design for Environment* kolekciju; Zara ima program eko efikasnih trgovina (*Zara's eco-efficient stores*) dok je GAP pokrenuo *P.A.C.E. program* kako bi se olakšali životi ženskih radnika u odjevnoj industriji (Brenner, 2014).

U sljedećim redovima dano je nekoliko primjera koji pokazuju na jasnu ekomanipulaciju unutar modne industrije. Iako je većina primjera vezana uz H&M grupu to ne znači da je od svih velikih modnih poduzeća brze (i neodržive) mode H&M najgori u svojim poslovnim praksama. Jednostavno, primjeri H&M grupe zapravo su primjeri cijele industrije brze mode. Loše, neodrživo i kontradiktorno poslovanje zajedničko je mnogim poduzećima u industriji.

H&M grupa je krajem 2014. godine imala sveukupno 3.511 trgovina u 55 zemalja diljem svijeta⁶¹. Grupa je godišnje proizvodila oko 600 milijuna raznih odjevnih/modnih predmeta. Poslovna strategija grupe podrazumijeva otvaranje novih trgovina po cijelom svijetu, po godišnjoj stopi između 10 do 15 %. Pa ipak, da bi se nove trgovine napunile robom i da bi mogle normalno svakodnevno poslovati, potrebna je proizvodnja još više odjeće (i više od gore spomenutih 600 milijuna) koju nekako treba distribuirati u trgovine. Naravno, to sve pretpostavlja potrošnju velike količine resursa (sada još i više zbog novih dućana) poput struje, nafte i vode. Na sva nastojanja H&M grupe da kontinuirano smanjuju svoj utjecaj na okoliš, činjenica je da rastom poslovanja raste i njezin otisak na okoliš, što je daleko od održivosti (Bain, 2015).

Pamuk je u proizvodnji odjeće najčešće korišteno prirodno vlakno u H&M grupi, koju je Textile Exchange prepoznala kao najvećeg svjetskog korisnika organskog pamuka. Ali opet, svega 13,7 % ukupno korištenog pamuka u proizvodnji je iz organskog uzgoja. Biti tako ovisan o vlaknu (bez obzira da li je riječ o konvencionalnom ili organskom) čija je proizvodnja energetski intenzivna te zahtjeva ogromne količine svježe vode možda ipak i nije tako održiva (Bain, 2015).

Godine 2014. američki modni brend brze mode Forever 21 (sjedište u Los Angelesu) bio je predmetom optužbi za ekomanipulaciju. Naime, iako je poduzeće objavilo planove postavljanja solarnog sustava na jednom krovu (engl. *single-rooftop solar-power system*) koji bi kao takav bio najveći u cijelom okrugu Los Angeles (engl. *Los Angeles County*) objavila je i otvaranje nove, 18.000 m² velike trgovine koju su obećali ispuniti još većim količinama odjeće, a koja će biti još jeftinija nego inače (The Fashion Law, 2016).

U travnju 2016. godine H&M grupa organizirala je Svjetski tjedan recikliranja (engl. *World Recycle Week*), s planom prikupljanja 1.000 tona neželjene odjeće. Ono što je s tehničke strane (tehnička limitiranost tehnologije) problematično s komercijalnim recikliranjem vlakana jest da se samo mali postotak reciklirane tkanine koristi dalje za proizvodnju nove odjeće. Javno dostupni podaci (u kombinaciji s prosječnom težinom odjeće) govore kako će trebati 12 godina da H&M upotrijebi 1.000 tona modnog otpada. S druge, strane iznos od 1.000 tona odgovara količini odjeće koju modno poduzeće poput H&M grupe lansira u svoje prodavaonice diljem svijeta u svega 48 sati (Siegle, 2016). Tvrdnje autorice H&M nije zaniijekao, naprotiv, iz grupe su odgovorili kako

⁶¹ 30. studenog 2018. godine H&M grupa imala je ukupno 4.968 trgovina (od čega njih 4.433 H&M trgovina) koje su svoja vrata otvarala u 71 zemlji.

danas zaista nije moguće zatvoriti petlju i reciklirati sve vrste materijala u nova tekstilna vlakna. Čak je i Greenpeace ovu kampanju nazvao „tjednom iluzije“, naglašavajući kako se svega 1 % prikupljene odjeće kasnije može upotrijebiti kao reciklirano vlakno. Treba i reći kako je mješavine tekstila nemoguće odvojiti, dok recikliranje pamuka smanjuje njegovu kvalitetu (Bain, 2016).

H&M ima jednu zanimljivu praksu, tj. program u svojim trgovinama, za koju bismo isto mogli reći kako je upitne vrijednosti. Naime, za ostavljenu odjeću u njihovim trgovinama dobije se tzv. bon za recikliranje. Sam bon donosiocu nošene odjeće omogućava 15 % popusta pri sljedećoj kupovini. Iako u H&M grupi tvrde kako su ovakvi bonovi dobar način za poticanje na recikliranje, bon kao takav između ostalog potiče i na novu kupnju (Bain, 2016).

U potrazi za što jeftinijim radom u proizvodnji odjeće H&M su mnoge aktivističke grupe za radna prava suočavale s optužbama za rad u nesigurnim uvjetima u zemljama poput Bangladeša. A s druge strane odjevna je industrija u Bangladešu (čak i s takvim plaćama) značajan instrument poboljšanja uvjeta života milijuna ljudi. Ovaj primjer s radom jedna je od nekoliko kontradiktornosti koje se provlače kroz poslovanje H&M grupe (npr. borba protiv tekstilnog otpada istovremenim gomilanjem novih količina jeftinih i lako zamjenljivih komada odjeće, nastojanje smanjenja vlastitog otiska na okoliš istovremenim otvaranjem velikog broja novih trgovina) pokazuje zašto je teško, usprkos velikom trudu, pozicionirati se kao tržišni lider u održivom poslovanju (Bain, 2016).

Jedan od modnih brendova H&M grupe je i *& Other Stories*, čije su velike i umjetnički dotjerane trgovine pune plakata koje prikazuju bijele ženske ruke koje preko odjeće drže krojačke škare. Slike su popraćene riječima „Stockholmski atelier“ kao da impliciraju da je proizvod nastao negdje u Švedskoj u tvornici sa svim zaštitama na radu koje (uglavnom) uživaju europski radnici. Iako je odjeća svakako dizajnirana i osmišljena u Švedskoj, pogled prema etiketi u odjeći pokazuje da je komad ipak sašiven u Kini, Bangladešu ili Bugarskoj. Poanta je da i *& Other Stories* koristi, kao i njegova puno jeftinija, veća i poznatija modna sestra H&M, isti lanac nabave. I tako, na suptilan način se kupcima daje lažan osjećaj sigurnosti oko podrijetla odjeće (Slater, 2019).

Početakom 2019. godine Boohoo, britanski modni on-line malotrgovac, je najavio kako će zabraniti svu vunu koja se nalazi u njihovoj odjeći (ček je i PETA pohvalila ovakvu odlučnu poslovnu odluku), da bi ista odluka nekoliko sati kasnije bila povučena. Kasnije je otkriveno kako Boohoo na svojim zalihama uopće nije imao proizvode od pravog krzna. A umjetno krzno koje se

ugrađuje u neke njihove odjevne komade u stvarnosti je još negativnijeg utjecaja na okoliš jer se izrađuje od plastike koja se ne razgrađuje. Dvije godine kasnije jedna je istraga pokazala kako radnici u Boohooovim tvornicama u Velikoj Britaniji u kojima se šiva odjeća zarađuju svega 3 £ na sat, što je ispod zakonskog minimuma (Slater, 2019).

Neprofitna organizacija Fashion Revolution osmislila je vlastiti indeks (engl. *Global Transparency Index*) mjerenja transparentnosti unutar modne industrije, kojim se nastoji ocijeniti u kojoj mjeri zapravo modni brendovi javno otkrivaju svoje politike, prakse i učinke postizanja održivosti poslovanja. Vrijednost indeksa u 2018. godini⁶² pokazuje kako su neki veliki modni brendovi ostvarili znatna poboljšanja u odnosu na prijašnju godinu (npr. H&M je ostvario 55 %), no problem je u tome što transparentnost sama po sebi nije nužno u skladu s etičnim postupanjem (npr. tvornice mogu podugovarati rad ili pokazivati dobre radne prakse kada postoji inspeksijska kontrola ili drugi oblik nadzora) jer je mnogo načina za varanje sustava. Transparentnost jest korak u dobrom smjeru, ali postoji puno više informacija koje bi poduzeća trebala otkrivati, poput majčinskih prava radnica, uspješnost rješavanja incidenata od strane odjela za ljudske potencijale, koliko su plaćeni radnici i sl. (Slater, 2019).

Kampanja čiste odjeće (engl. *The Clean Clothes Campaign*) nadgledala je javna obećanja H&M grupe oko plaća i radnih uvjeta. Otkriveno je kako se je svojevremeno Grupa obvezala kako će svi njihovi inozemni dobavljači do 2018. godine isplaćivati fer plaće (koje omogućavaju zadovoljavanje osnovnih životnih potreba), da bi se do 2019. godine obećanje preformuliralo u „jasna očekivanja u pogledu fer životnih plaća“ (Slater, 2019).

Nekoliko zadnjih primjera (iako su u većoj mjeri sadržavali H&M grupu, obrasci su isti u cijeloj industriji) pokazuje kolika je česta proturječnost između onog što se javno obznanjuje (obećava) i onoga što se u stvarnosti radi, onog što se propagira i onog što se zaista kupcu prodaje, usmjerenost na etiku i okoliš nasuprot strateškim ciljevima u kojima nema mjesta pravoj održivosti. No, da ipak nije sve tako crno pokazat će nekoliko sljedećih primjera pozitivnih nastojanja da se u industriji dostigne prava održivost.

Mnogi znanstveni radovi, izvješća neovisnih organizacija i internet članci često, kad je u pitanju dobar primjer održivog poslovanja nekog svjetskog poznatog brenda unutar

⁶² U najnovijem izdanju za 2019. godinu izvješće pokazuje kako su najbolje vrijednosti indeksa ostvarili (redom) Adidas, Reebok i Patagonia sa 64 % , Esprit 62 % te H&M sa 61 % (od 100 %) (Fashion Revolution, 2019: 4).

modne/odjevne industrije, spominju Patagoniju. Radi se o poduzeću sa sjedištem u Venturi (Kalifornija) koje proizvodi i prodaje odjeću i opremu za aktivnosti na otvorenom (engl. *outdoor*), i koje je poznato po svom aktivističkom djelovanju.

Još od 1985. godine svake godine doniraju neku od svjetskih organizacija za zaštitu okoliša, a do sada je tako donirano oko 89 milijuna US\$. Također financijski pomažu grupama u borbi za očuvanje okoliša u obliku manjih novčanih davanja (engl. *grants*) kroz manje novčane iznose od 2.500 do 15.000 US\$. (u financijskoj godini 2016./17. ovakvim sredstvima su razveselili 954 grupe). Kroz program *1 % for the Planet* (osnovan 2002. godine na njihovu inicijativu čemu se pridružio znatan broj drugih poduzeća) do sada je donirano različitim neprofitnim grupama zaštite okoliša oko 175 milijuna US\$ (Patagonia). Zadnjih nekoliko godina doniraju 100 % dobiti koja se ostvari na Crni petak (engl. *Black Friday*) različitim organizacijama koje rade na zaštiti okoliša za dobrobit budućih generacija. 2016. tako je donirano 10 milijuna US\$ (Leighton, 2019).

Njihova možda i najpoznatija marketinška kampanja iz 2011. godine pod imenom *Don't buy this jacket* imala je u sebi izjavu koja naglašava kako ovakva jakna, iako je napravljena od recikliranog poliestera, svejedno i dalje generira emisiju ugljika 24 puta više od svoje težine i koristi vode koja zadovoljava dnevne potrebe 45 ljudi. Ovom kampanjom htjeli su potaknuti kupce da dobro promisle da li im je stvarno potrebna nova jakna ne bi li kupovali manje (Jung i Jin, 2014: 511). Pokrenuli su program *Worn Wear* kroz koji potrošači mogu poslati istrošenu ili lagano oštećenu Patagonia odjeću koju treba popraviti. Program uključuje 45 tehničara u servisnom centru gdje se godišnje završi oko 40.000 popravaka (GFA i BCG, 2017: 58).

Činjenica je da velikim međunarodnim poduzećima u modnoj/odjevnoj industriji, a koje karakteriziraju ogromni lanci nabave koji se protežu i kroz nekoliko zemalja, nije lako postići znatnu razinu održivosti. Kao što nije jednostavno u potpunosti pratiti odakle je došao neki odjevni predmet te kako i u kakvim uvjetima je taj proizvod nastao. Zbog toga je nekolicina velikih modnih brendova (Nike, Gap, Target i dr.) udružila snage s američkom Agencijom za zaštitu okoliša (engl. U.S. Environmental Protection Agency) i drugim stakeholderima s ciljem stvaranja Koalicije održive odjeće (engl. Sustainable Apparel Coalition). Cilj Koalicije jest međusobnom suradnjom i djelovanjem smanjiti okolišne i društvene utjecaje odjeće (Brenner, 2014). Zajedničkim radom osmišljen je Higgsov indeks (engl. Higg Index) kojim se mjeri utjecaj odjeće i obuće kroz njihov cjelokupni životni vijek. Indeks omogućava modnim brendovima, trgovcima i proizvodnim

postrojenjima precizno mjerenje i ocjenu održivosti u svakoj fazi životnog ciklusa tekstila, odjeće ili obuće. Također, indeks pruža holističku perspektivu (pregled) koja poduzećima dopušta potrebne korake u poboljšanjima na korist radnika, lokalnih zajednica i okoliša putem javnog komuniciranja jasnih, usporedivih i smislenih rezultata održivosti (Sustainable Apparel Coalition).

Grupa modnih profesionalaca, znanstvenika, pisaca i drugih udružila je snage i pokrenula nezavisnu i neprofitnu organizaciju *Good On You*. Organizacija je nastala s ciljem da se kupcima odjevnih/modnih proizvoda da mogućnost odabira što će i kod koga kupiti, i na taj način nagrade ona odgovorna poduzeća i brendove. Rad organizacije pod snažnim je utjecajem UN-ovih ciljeva održivog razvoja broj 5, 13, 14, 15, dok su aktivnosti usmjerene na puni doprinos Cilju broj 12 koji se tiče odgovorne proizvodnje i potrošnje. *Good On You* ocjenjuje robne marke kroz svoj vlastiti sustav ocjenjivanja. Konačne ocjene (najbolja je „odlično“, najlošija „mi izbjegavamo“) pružaju kupcima transparentne informacije iz tri ključna područja: rad (npr, politike prema zaposlenicima, rizičnost proizvodnje, odnosi među dobavljačima i sl.), okoliš (upravljanje resursima, upotreba energije, emisija stakleničkih plinova, uporaba kemikalija i sl.) i životinje (uporaba perja, kože i sl.), a radi se o područja kojima su kupcima od najvećeg interesa. Kako bi se kupcima olakšale odluke prilikom kupnje postoje i mobilne aplikacije pomoću kojih se vrlo brzo dobiju informacije o održivosti poslovanja pojedinog brenda (*Good On You*).

Zaposlenici nekolicine organizacija kao što su UN Global Compact (UNGC), CDP, World Wildlife Fund (WWF) i World Resource Institute (WRI) pokrenuli su globalnu inicijativu pod imenom *Science Based Targets*. Inicijativa zagovara postavljanje poslovnih strateških ciljeva (koji se tiču smanjenja negativnog utjecaja na okoliš) koji su zasnovani na znanosti. Kako bi poduzećima olakšali njihovo znanstveno utemeljeno postavljanje, nudi im resurse i drugu pomoć te neovisno procjenjuje i odobrava ciljeve poduzeća. Na taj se način, uz preciziranje koliko i kako brzo trebaju smanjiti svoje emisije stakleničkih plinova, poduzećima daje jasno definiran put ka daljnjem održivijem rastu i poslovanju s niskom razinom emisije ugljika. Ovakav pristup postavljanja ciljeva trenutno koristi 624 poduzeća, od kojih je njih 232 poboljšalo vlastite performanse u postizanju ciljeva zaštite okoliša. Od 624, svega njih 21 dolazi iz TiO industrije, među kojima su najpoznatiji Nike, Puma, Levi Strauss & Co, Kering, Guess? Inc., Burberry Limited, Chanel, ACICS i ALDO (*Science Based Targets*).

Danas je TiO industrija prepuna malih i srednjih poduzeća, većini nama nepoznata, koja posluju po načelima održivog razvoja. Kroz cijeli životni vijek proizvoda i uzduž lanca nabave koriste se prakse s kojima se veliki naglasak stavlja na socijalnu i okolišnu dimenziju poslovanja. Poštene nadnice, skrb o zaposlenicima, etični pristup poslovanju, dobrotvorni rad u zajednicama poslovanja, korištenje organski uzgojenih prirodnih vlakana i sl. samo su neka djelovanja na kojima se zasniva njihov poslovni model. Za neke od njih se čak, čitajući njihove misije, vizije, izvješća o održivosti te godišnja izvješća, stječe dojam kako nije posrijedi samo pametni poslovni potez pronalaska tržišne niše, već da je takav održivi pristup poslovanju odraz životne filozofije njihovih vlasnika.

Proučavajući ogromnu količinu građe za potrebe pisanja ovog rada, autor se susreo s dva primjera koji po njemu (i njegovom, kroz pisanje rada dodatno oblikovanog, shvaćanju održivosti) predstavljaju prave primjere održivosti. Prvi primjer je baš iz TiO industrije, gdje će se u tekstu niže vidjeti koliko iskrenog truda i napora poneka poduzeća ulažu ne bi li njihovo poslovanje bilo pravedno, cjelovito i održivo, pogotovo sa socijalne dimenzije gledanja. Drugi primjer ne tiče se zapravo toliko TiO industrije, već samih ljudi i njihove individualne filozofije življenja u jednostavnom, zdravom i održivom svijetu.

Nisolo je poduzeće sa sjedištem u Nashvilleu (SAD) koje se bavi proizvodnjom i on-line prodajom odjeće, cipela i nakita. Posjeduju vlastitu tvornicu u Trujillu (Peru) te surađuju s tvornicom partnerom u Leónu (Meksiko) i slobodnim obrtnicima u Nairobiju (Kenija) i Trujillu. Dizajn njihovih proizvoda podrazumijeva kvalitetu, udobnost i svestranost. U proizvodnji korištena koža nabavlja se od kožara u čijim se štavionicama prakticira etični tretman prema životinjama (koža je isključivo nusproizvod mesne industrije) i gdje su implementirani ekološki prihvatljivi sustavi odlaganja otpada.

U nastojanju da dobiju *B Corporation*⁶³ certifikat angažirana je svjetski poznata organizacija u uslugama inspekcije, testiranja i certificiranja (SGS) koja je provela reviziju tvornice u Trujillu. Ostvaren je rezultat 94 (od 100) boda u područjima kao što su zdravlje i sigurnost radnika, nadnice, upravljanje kemikalijama, odnos uprave prema socijalnim pitanjima, etično postupanje prema

⁶³ U pitanju je globalno relevantni certifikat koji dokazuje u kojoj mjeri poslovanje nekog poduzeća ispunjava određene standarde, od lanca opskrbe i upotrebljivanih sirovina pa sve do dobrotvornih davanja i dobrobiti zaposlenika. Poduzeća se procjenjuju i ocjenjuju na temelju toga kako poslovanje i poslovni model nekog poduzeća utječu na radnike, zajednicu, okoliš i kupce.

radnicima i sl. Svi njihovi radnici (koji su u 100 % slučajeva stariji od 18 godina) u sva tri grada primaju plaće koje su dosta iznad razine poštene plaće (ovisi od mjesta do mjesta do mjesta i o radnom iskustvu, a u rasponu od 23 do 33 % više od poštenih nadnica). Ukupno je 117 zaposlenih radnika na puno radno vrijeme, od čega su 69 % žene i svi su zaposlenici zdravstveno osigurani. Apsolutno svaki njihov zaposlenik koji ima djecu može se pohvaliti da mu dijete ide u školu, dok će zbog suradnje Nisoloa sa Sveučilištem u Trujillu sva djeca radnika koja idu na fakultet (jer im roditelji radnici to sa svojim plaćama mogu omogućiti) jednog dana kada ga završe biti prvi pojedinci ikada u svojim obiteljima s diplomom u rukama (Nisolo).

Drugi primjer je onaj koji se tiče svih nas ljudi. Sljedećim redovima pokazuju se koliko zapravo mi sami možemo utjecati na svijet u kojem živimo, pa čak i jednu nezamislivo veliku industriju kao što je TiO industrija. U pitanju je pokret (ili bolje reći životna filozofija) pod imenom *Minimalizam*⁶⁴ (engl. *Minimalism*) koji je počeo jačati u SAD-u te u drugim dijelovima zapadnog svijeta. Temeljna načela ove životne filozofije s kojom žive njeni pobornici u suprotnosti je s konzumerizmom i materijalizmom današnjeg svijeta.

Minimalizam kao takav, svojim osnovnim načelima nadilazi alternativne načine uporabe materijala, svakodnevnih stvari, odnosa prema otpadu i sl. Ti principi življenja podrazumijevaju posjedovanje malog broja materijalnih dobara i koncentriranje samo na ona dobra koja su čovjeku zaista potrebna ili prema kojima gaji strast. Pokret je zaživio u mnogim područjima života, iako je u početku bio usmjeren na čovjekovo rješavanje predmeta koji mu nisu potrebni za život, odnosno koji ne doprinose kvaliteti života, a što se u velikoj mjeri odnosilo na odjevne predmete. Rješavajući se takvih dobara, pojedinac stvara prostor za više, ali to „više“ ne predstavlja više u smislu posjedovanja, već više u smislu vremena, kvalitete života, međuljudskih odnosa i boljeg suživota s prirodom.

⁶⁴ O samom pokretu snimljen je dokumentarni film *Minimalism: A Documentary About the Important Things* (2015). Neki od najpoznatijih zagovornika ovakvog življenja napisali su knjige poput *Minimalism: Live a Meaningful Life*, *Everything That Remains: A Memoir by The Minimalists*, *Essential: Essays by The Minimalists*, *Soulful Simplicity: How Living with Less Can Lead to So Much More* i dr.

6. ZAKLJUČAK

Današnja tekstilna/odjevna/modna industrija jedan je veliki premreženi sustav, koji u najkraćim riječima možemo opisati ovako: velika poduzeća sa svojim modnim robnim markama i malotrgovci (uglavnom smješteni u zemljama razvijenog svijeta) posluju s velikom mrežom dobavljača i posrednika (uglavnom smještenih u manje razvijenim zemljama), preko kojih izdvajaju poslove proizvodnje odjeće, obuće ili modnih dodataka, nakon čega ogromne količine tekstilne i modne robe prevaljujući put od nekoliko (desetaka) tisuća kilometara stižu natrag u trgovine onog razvijenijeg dijela svijeta.

Višedesetljetni trend smanjenja cijena odjeće (u odnosu na ostalu robu kojoj cijena s vremenom raste) u kombinaciji sa zapadnim potrošačkim mentalitetom i pojavom koncepta brze mode doveli su do nezamislive potrošnje tekstilne/modne robe. Ovisno od države do države, potrošnja odjeće i obuće povećala se i do 50 - 60 % u odnosu na prije 20 - 25 godina. Različiti izvori govore slično - cjelokupna modna/odjevna industrija danas ostvaruje promet od 2, 5 do 3 milijardi US\$. Stručnjaci napominju kako će se povećanjem svjetskog stanovništva povećavati i onaj srednji sloj društva, onaj koji i najviše doprinosi svjetskoj potrošnji tekstilnih/modnih proizvoda. To znači samo jedno - globalna potrošnja tekstilne/modne robe još više će rasti. A rastom potrošnje rast će i neodrživost same industrije, pod uvjetom da se nešto značajno (i globalno) ne promjeni.

Cjelokupna tekstilna industrija (odjeća, obuća, proizvodi od kože, modni dodaci) danas je drugi najveći zagađivač na svijetu, s nezamislivim otiskom na okoliš. Ogromne količine različitih emisija u zrak, vodu i tlo, otpadne vode, enormne količine otpada koji nastaje tijekom proizvodnje proizvoda i njegovim odlaganjem na kraju životnog vijeka samo su neke značajke negativnog utjecaja na okoliš. Industriju karakteriziraju i veliki društveni problemi, pogotovo u onom dijelu svijeta gdje se odvija proizvodnja naše odjeće i obuće - dječji rad, potplaćenost radnika, veliki radni pritisak na zaposlenike, nesigurni radni uvjeti, gušenje radničkih štrajkova, manjak radničkih sloboda za udruživanje, neke su od negativnih značajki industrije na razvoj društava.

Ali treba biti iskren i naglasiti kako je tekstilna/odjevna industrija u nekim zemljama na određen način zaslužna i za bolji položaj žena u društvu, a Bangladeš je dobar primjer toga. Porast

razine obrazovanja, zaposlenosti, kakav takav dohodak kojim doprinose svojim kućanstvima i sl. neki su od pozitivnih učinaka lokalne prisutnosti tekstilne/odjevne industrije. Teško je ne primijetiti da su žene u nekim dijelovima svijeta, kroz borbu za bolje uvjete rada u industriji, osvijestile svoju snagu i ulogu u poboljšanju kvalitete života svojih obitelji i zajednica.

Otkad je čovjeka, postoje pojedinci (što je povijest nebrojeno puta pokazala) koji su, bez obzira u kojoj etapi povijesti živjeli, pokazivali da vide dalje i dublje od svojih suvremenika. Uspijevali su vidjeti da je čovjekovom razvoju potreban drugačiji, cjeloviti i obuhvatniji pravac razvitka. Danas se rješenje smislenijeg i pravednijeg razvoja vidi u konceptu održivog razvoja. Možda i najznačajnija paradigma 21. stoljeća, koncept održivog razvoja trebao bi nas držati u zdravijoj i boljoj sadašnjosti. Sadašnjost, koju smo dužni popraviti za one još nerođene.

Možda je tekstilna industrija, ovakvim postulatima kakvima se danas vodi, neodrživa i besmislena, ali postoji silni broj ljudi koji pripadaju industriji, a koji žele promjene. Modni stručnjaci, entuzijasti, modni zaljubljenici, znanstvenici, neprofitne organizacije i mnogi drugi posvetili su svoje živote, vrijeme i novac u izgradnji pravednije, ljepše, prirodnije, zdravije, humanije i održivije industrije. Previše im je stalo da bi dopustili da se stvari i dalje odvijaju kako se već desetljećima odvijaju.

Puno toga možemo i sami napraviti, i tako doprinijeti održivijoj industriji. Ali, prvi korak bi trebao biti promjena našeg razmišljanja i naših svakodnevnih navika. Jer održivu tekstilnu/odjevnu/modnu industrije nećemo postići samo prirodnim tkaninama, boljim radnim uvjetima, poboljšanjima u lancu nabave, boljim tehnologijama recikliranja ili zbrinjavanja otpada, transparentnošću poslovanja i sl., već i našim suosjećanjem, namjerama, ponašanjem i navikama.

Autoru rada, prilikom istraživanja i njegovog pisanja, daleko najprecizniji opis današnje tekstilne/odjevne industrije i same mode dala je Ivana Biočina u svojoj knjizi *Tiranija mode*. U svojoj zanimljivoj analogiji svu različitost, nepravdu i nejednakost ove industrije povezuje s filmom *Titanic* iz 1997. godine. Po njoj, dvije scene u filmu, jedna u kojoj ispod palube radnici rade 24 sata kako bi se brod kretao, i druga koja prikazuje viši stalež u raskošnim opravama, savršeno očaravaju današnje društvo - radnici iz siromašnih dijelova svijeta (i dalje na margini, kao i u filmu) šiju i rade odjeću koju nosi bogati Zapad. To su dva svijeta, jedan zna za ovaj drugi, ali ne brine i misli da ga se ne tiče - riječ je o *njima*.

LITERATURA

Knjige

1. Bačun, D., Matešić, M. i Omazić, M.A. (2012) *Leksikon održivog razvoja*. Zagreb: Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj.
2. Bilas, V., Franc, S. i Ostojić, R. (2017) *Višedimenzionalnost održivog razvoja*. Zagreb: Notitia
3. Biočina, I. (2016) *Tiranija mode: ukrašavanje kao potraga za identitetom*. Zagreb: Planetopija
4. Blewitt, J. (2017) *Razumijevanje održivog razvoja*. Zagreb: Jesenski i Turk
5. Črnjar, M. i Črnjar, K. (2009) *Menadžment održivoga razvoja: ekonomija, ekologija, zaštita okoliša*. Rijeka: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci i Glosa
7. *Encyclopædia Britannica* (2006) 15. izd. Chicago: Encyclopædia Britannica, Inc. Sv. 11
8. Fučkan, Đ., Sabol, A. (suradnik) (2013) *Planiranje poslovnih dometa*. Zagreb: Hum naklada
9. Galović, M. (2001) *Moda: zastiranje i otkrivanje*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk
8. Grau, F. M. (2008) *Povijest odijevanja*. Zagreb: Kulturno informativni centar i Naklada Jesenski i Turk
10. *Hrvatska enciklopedija* (2008a) 1. izd. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Sv. 8
11. *Hrvatska enciklopedija* (2008b) 1. izd. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Sv.10
12. Kordej-De Villa, Ž., Stubbs, P. i Sumpor, M. (2009) *Participativno upravljanje za održivi razvoj*. Zagreb: Ekonomski institut
13. Matić, B. (2016) *Međunarodno poslovanje: Institucije, pravila, strategije*. Zagreb: Ekonomski fakultet u Zagrebu
14. Milutinović, S. (2012) *Politike održivog razvoja*. Niš: Fakultet zaštite na radu.

15. Riello, G. i Parthasarathi, P. (2009) *The Spinning World: A Global History of Cotton Textiles, 1200. - 1850.* Oxford; New York: Oxford University Press

Članci

1. Aakko, M. i Koskennurmi-Sivonen, R. (2013) Designing Sustainable Fashion: Possibilities and Challenges. *Research Journal of Textile and Apparel* [online], 17 (1). Dostupno na:

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/RJTA-17-01-2013-B002/full/html>

2. Ayatullah Hosne Asif, A. K. M. (2017) An Overview of Sustainability on Apparel Manufacturing Industry in Bangladesh. *Science Journal of Energy Engineering* [online], 5 (1).

Dostupno na: <http://article.sciencepublishinggroup.com/html/10.11648.j.sjee.20170501.11.html>

3. Boturac, G., Lovrinčević, Ž. i Mikulić, D. (2014) Hrvatska tekstilna industrija u Europskoj uniji - konkurentnost i značenje za ukupno gospodarstvo. *Tekstil: časopis za tekstilnu i odjevnu tehnologiju* [online], 63 (3 - 4). Dostupno na:

https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=210272

4. Cachon, G. P. i Swinney, R. (2011) The Value of Fast Fashion: Quick Response, Enhanced Design, and Strategic Consumer Behavior. *Management Science* [online], 57 (4). Dostupno na:

https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1134&context=oid_papers

5. Chan, T. i Wong, C. W. Y. (2012) The consumption side of sustainable fashion supply chain: Understanding fashion consumer eco-fashion consumption decision. *Journal of Fashion Marketing and Management* [online], 16 (2). Dostupno na:

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13612021211222824/full/html>

6. Cortez, M. A. et al. (2014) Fast fashion quadrangle: An analysis. *Academy of Marketing Studies Journal* [online], 18 (1). Dostupno na:

<https://search.proquest.com/docview/1645849518/fulltextPDF/B90CC7A51E604233PQ/1?accountid=132154>

7. Čunko, R. (2013) Genetski modificiran Bt pamuk i globalne promjene u proizvodnji pamučnih vlakana. *Tekstil: časopis za tekstilnu i odjevnu tehnologiju* [online], 62 (1-2). Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/142611>
8. Du Pisani, J.A. (2006) Sustainable development – historical roots of the concept. *Environmental Sciences* [online], 3 (2). Dostupno na: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15693430600688831>
9. Garcia-Torres, S., Rey-Garcia, M. i Albareda-Vivo, L. (2017) Effective Disclosure in the Fast-Fashion Industry: from Sustainability Reporting to Action. *Sustainability* [online], 9 (12). Dostupno na: <https://www.mdpi.com/2071-1050/9/12/22567>.
10. Gavranović, A. (2018) How to deal with new challenges? Economic, technological and social aspects of the textile and clothing industry. *Textile & Leather Review* [online], 1 (1). Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/202017>
11. Grilec-Kaurić, A. i Zelenika, R. (2011) Ocjena ekonomskog položaja tekstilne i odjevne industrije u RH. *Ekonomska misao i praksa* [online], 2. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/75571>
12. Gupta, S. et al. (2017) Respiratory functions in textile mill workers: Role of peak expiratory flow rate. *Asian Journal of Pharmaceutical and Clinical Research* [online], 10 (4). Dostupno na: <https://pdfs.semanticscholar.org/0375/a26f6fcb648b8677472673fb7807bb300aa9.pdf>
13. Haug, A. i Busch, J. (2016) Towards an Ethical Fashion Framework. *Fashion Theory* [online], 20 (3). Dostupno na: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1362704X.2015.1082295>
14. Heath, R. i Mobarak, A. M. (2015) Manufacturing Growth and the Lives of Bangladeshi Women. *Journal of Development Economics* [online], 115. Dostupno na: <http://faculty.som.yale.edu/mushfiqmobarak/papers/garments.pdf>
15. Hedstrom, G., Poltorzycki, S. i Stroh, P. (1998) Sustainable Development: The Next Generation of Business Opportunity. *Prism* [online], 4. Dostupno na: <https://www.greenbiz.com/sites/default/files/document/O16F4954.pdf>

16. Hill, J. i Lee, H. H. (2012) Young Generation Y consumers' perceptions of sustainability in the apparel industry. *Journal of Fashion Marketing and Management* [online], 16 (4). Dostupno na: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13612021211265863/full/html>
17. Iran, S. i Schrader, U. (2017) Collaborative fashion consumption and its environmental effects. *Journal of Fashion, Marketing and Management: An International Journal* [online], 21 (4). Dostupno na: <https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/JFMM-09-2016-0086>
18. Jung, S. i Jin, B. (2014) A theoretical investigation of slow fashion: sustainable future of the apparel industry. *International Journal of Consumer Studies* [online], 38 (5). Dostupno na: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/ijcs.12127>
19. Kosor, M. (2012) Kyotski protokol s posebnim osvrtom na pregovore Republike Hrvatske o „baznoj“ godini. *Pravnik : časopis za pravna i društvena pitanja* [online], 46 (92). Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/98186>
20. Koszewska, M. (2018) Circular Economy - Challenges for the Textile and Clothing Industry. *Autex Research Journal* [online], 18 (4). Dostupno na: [https://www.degruyter.com/dg/viewarticle/j\\$002faut.2018.18.issue-4\\$002faut-2018-0023\\$002faut-2018-0023.xml](https://www.degruyter.com/dg/viewarticle/j$002faut.2018.18.issue-4$002faut-2018-0023$002faut-2018-0023.xml)
21. Lai, P. S. i Christiani, D. C. (2013) Long term respiratory health effects in textile workers. *Current Opinion in Pulmonary Medicine* [online], 19 (2). Dostupno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3725301/>
22. Lenzo et al. (2017) Social Life Cycle Assessment in the Textile Sector: An Italian Case Study. *Sustainability* [online], 9 (11). Dostupno na: <https://www.mdpi.com/2071-1050/9/11/2092>
23. Luz, C. (2007) Waste Couture: Environmental Impact of the Clothing Industry. *Environmental Health Perspectives* [online], 115 (9). Dostupno na <https://ehp.niehs.nih.gov/doi/full/10.1289/ehp.115-a449>
24. Niinimäki, K. (2015) Ethical Foundations in Sustainable Fashion. *Textiles and Clothing Sustainability* [online], 1 (3). Dostupno na: <https://link.springer.com/article/10.1186/s40689-015-0002-1>

25. Omazić, M., Grilec, A. i Šabarić, I. (2017) Razvoj koncepta održivog razvoja u modnoj industriji. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu* [online], 15 (2). Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/191085>
26. Pamuk, O. (2007) Stres na radnom mjestu u odjevnoj industriji. *Tekstil: časopis za tekstilnu i odjevnu tehnologiju* [online], 56 (10). Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/22801>
27. Pavunc, M., Vujasinović, E. i Matijević, I. (2014) Tekstil u kontekstu održivog razvoja. *Tekstil: časopis za tekstilnu i odjevnu tehnologiju* [online], 63 (5 - 6). Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/142503>
28. Pravdić, V. (1998) Održivost, prirodni kapital i djelotvornost i njihovo značenje u obrazovanju za okoliš. *Socijalna ekologija : časopis za ekološku misao i sociologijska istraživa okoline* [online], 7 (1-2). Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=208953
29. Rahman, I., Park, J. i Chi, C. G. (2015) Consequences of “greenwashing”: Consumers’ reactions to hotels’ green initiatives. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* [online], 27 (6). Dostupno na: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-04-2014-0202/full/html>
30. Salminen, J. (2018) The Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh: A New Paradigm for Limiting Buyers’ Liability in Global Supply Chains?. *The American Journal of Comparative Law* [online], 66 (2). Dostupno na: <https://academic.oup.com/ajcl/article/66/2/411/5079089>
31. Shen, B. (2014) Sustainable Fashion Supply Chain: Lessons from H&M. *Sustainability* [online], 6 (9). Dostupno na: <https://www.mdpi.com/2071-1050/6/9/6236>
32. Shen, B. et al. (2017) Sustainability Issues in Textile and Apparel Supply Chains. *Sustainability* [online], 9 (9). Dostupno na: <https://www.mdpi.com/2071-1050/9/9/1592>
33. Stengg, W. (2001) The textile and clothing industry in the EU: A survey. *Enterprise Papers* [online], 2. Dostupno na: <http://textination.de/de/smatchina/download/The%20textile%20and%20clothing%20industry%20in%20the%20EU%20A%20survey.pdf>

34. Steurer, R. et al. (2005) Corporations, Stakeholders and Sustainable Development I: A Theoretical Exploration of Business-Society Relations. *Journal of Business Ethics* [online], 61 (3). Dostupno na: https://www.jstor.org/stable/25123621?seq=1#metadata_info_tab_contents
35. Thomas, S. (2008) From “Green Blur” to Ecofashion Fashioning an Eco-lexicon. *Fashion Theory* [online], 4. Dostupno na: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2752/175174108X346977>
36. Vehmas, K. et al. (2018) Consumer attitudes and communication in circular fashion. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal* [online], 22 (3). Dostupno na: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JFMM-08-2017-0079/full/html>
37. Višić, K., Vojnović, B. i Pušić, T. (2015) Problematika zbrinjavanja i pročišćavanja otpadnih voda - zakonski propisi. *Tekstil: časopis za tekstilnu i odjevnu tehnologiju* [online], 64 (3 - 4). Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/166601>

Publikacije

1. Bangladesh Foreign Trade Institute (2017) *The economic and social impact of liberalisation through preferential trade agreements - The case of the ready-made garments and leather & leathergoods sector: A Country Study on Bangladesh* [online]. Dhaka: Bangladesh Foreign Trade Institute. Dostupno na: <https://www.unescap.org/sites/default/files/7.1The%20economic%20and%20social%20impact%20of%20liberalisation%20in%20Bangladesh%20on%20garment%20and%20leather%20sectors.pdf>
2. Cowgill, M. i Huynh, P. (2016) *Weak minimum wage compliance in Asia's garment industry* [online]. Asia-Pacific Garment and Footwear Sector Research Note. Bangkok: International Labour Organization. Dostupno na: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---travail/documents/publication/wcms_509532.pdf
3. Encyclopædia Britannica. *Fashion industry* [online]. Chicago: Encyclopædia Britannica, Inc. Dostupno na: <https://www.britannica.com/art/fashion-industry>

4. Environmental Justice Foundation (2007) *The children behind our cotton: Report* [online]. London: Environmental Justice Foundation. Dostupno na: <https://ejfoundation.org/reports/the-children-behind-our-cotton>
5. Environmental Justice Foundation (2010) *Slave Nation: State-sponsored forced child labour in Uzbekistan's cotton fields* [online]. London: Environmental Justice Foundation. Dostupno na: <https://ejfoundation.org/reports/slave-nation>
6. Euratex (2012a) *Annual Report 2012* [online]. Brussels: European Apparel and Textile Confederation. Dostupno na: <https://euratex.eu/annual-reports/>
7. Euratex (2012b) *Key Figures 2012* [online]. Brussels: European Apparel and Textile Confederation. Dostupno na: <https://euratex.eu/key-figures/>
8. Euratex (2013) *Key Figures 2013* [online]. Brussels: European Apparel and Textile Confederation. Dostupno na: <https://euratex.eu/key-figures/>
9. Euratex (2014) *Key Figures 2014* [online]. Brussels: European Apparel and Textile Confederation. Dostupno na: <https://euratex.eu/key-figures/>
10. Euratex (2015) *Key Figures 2015* [online]. Brussels: European Apparel and Textile Confederation. Dostupno na: <https://euratex.eu/key-figures/>
11. Euratex (2016) *Key Figures 2016* [online]. Brussels: European Apparel and Textile Confederation. Dostupno na: <https://euratex.eu/key-figures/>
12. Euratex (2017) *Key Figures 2017* [online]. Brussels: European Apparel and Textile Confederation. Dostupno na: <https://euratex.eu/key-figures/>
13. Euratex (2018a) *Annual Report 2018* [online]. Brussels: European Apparel and Textile Confederation. Dostupno na: <https://euratex.eu/annual-reports/>
14. Euratex (2018b) *Bulletin n° 04/2018* [online]. Brussels: European Apparel and Textile Confederation. Dostupno na: <https://euratex.eu/bulletins/> (izvješće je dobiveno putem e-maila na molbu studenta)
15. Euratex (2018c) *Key Figures 2018* [online]. Brussels: European Apparel and Textile Confederation. Dostupno na: <https://euratex.eu/key-figures/>

16. Euratex (2019a) *Bulletin n° 02/2019* [online]. Brussels: European Apparel and Textile Confederation. Dostupno na: <https://euratex.eu/bulletins/>
17. Euratex (2019b) *European Textile and Clothing Sector consolidates satisfactory evolution in 2018* [online]. Brussels: Euratex. Dostupno na: <https://euratex.eu/news/european-textile-and-clothing-sector-consolidates-satisfactory-evolution-in-2018/>
18. European Commission (2012) *Where manufacturing meets creativity - policy options for the competitiveness of the European fashion industries* [online]. Commission staff working document. Brussels: European Commission. Dostupno na: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/260/attachments/1/translations>
19. European Commission (2013) *Sustainability of textiles* [online]. Retail Forum for Sustainability. Brussels: European Commission. Dostupno na: https://www.ec.europa.eu/environment/industry/retail/pdf/issue_paper_textiles.pdf
20. European Commission (2017) *Sustainable garment value chains through EU development action* [online]. Commission staff working document. Brussels: European Commission. Dostupno na: https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/garment-swd-2017-147_en.pdf
21. European Community (2003) *EC Conference on the Future of Textiles and Clothing after 2004* [online]. Brussels: European Community. Dostupno na: <https://www.yumpu.com/en/document/read/35156500/ec-conference-on-the-future-of-textiles-and-clothing-after-2004>
22. European Parliament (2019) *Environmental impact of the textile and clothing industry: What consumers need to know* [online]. Brussels: European Parliament. Dostupno na: [http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI\(2019\)633143](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI(2019)633143)
23. Eurostat (2004) *The textile industry in the EU. Statistics in focus: Industry, trade and services* [online], 29. Luxembourg: Eurostat. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistics-in-focus/-/KS-NP-04-029>
24. Eurostat (2007) *EU-25 trade in textiles 2005. Statistics in focus: External Trade* [online], 63. Luxembourg: Eurostat. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistics-in-focus/-/KS-SF-07-063?inheritRedirect=true>

25. Fashion Revolution (2019) *Fashion Transparency Index 2019* [online]. Ashbourne (UK): Fashion Revolution. Dostupno na: <https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/>
26. Global Fashion Agenda (2017) *Call to action for a circular fashion system: policy brief* [online]. Copenhagen: Global Fashion Agenda. Dostupno na: https://www.globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/04/GFA17_Call-to-action_Poluc-brief_FINAL_9May.pdf
27. Global Fashion Agenda and The Boston Consulting Group (2017) *Pulse of the Fashion Industry 2017* [online]. Dostupno na: <https://www.globalfashionagenda.com/publications/#ceoagenda>
28. Global Fashion Agenda and The Boston Consulting Group (2018) *Pulse of the Fashion Industry 2018* [online]. Dostupno na: <https://www.globalfashionagenda.com/publications/#ceoagenda>
29. Gönlügür, M. E. (2019) Sustainable Production Methods in Textile Industry [online]. U: Körlü, A., ur. *Textile Industry and Environment*. Izmir: Ege Üniversitesi. Dostupno na: <https://www.intechopen.com/books/textile-industry-and-environment/sustainable-production-methods-in-textile-industry>
30. Haque, A. K. E. i Bari, E. (2015) *Garment Workers in Bangladesh: Social Impact of the Garment Industry 2015* [online]. Dhaka: Asian Center for Development. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/302963415_GARMENT_WORKERS_IN_BANGLADESH_SOCIAL_IMPACT_OF_THE_GARMENT_INDUSTRY
31. 17. Huynh, P. (2016) *Assessing the gender pay gap in Asia's garment sector* [online]. ILO Asia-Pacific Working Paper Series. Bangkok: International Labour Organization. Dostupno na: http://ilo.org/asia/publications/WCMS_466268/lang--en/index.htm
32. International Labour Organization (2013) *Marking Progress Against Child Labour: Global estimates and trends 2000-2012* [online]. Geneva: International Labour Organization. Dostupno na: https://www.ilo.org/ipec/Informationresources/WCMS_221513/lang--en/index.htm

33. International Labour Organization (2014) *Wages in Asia and the Pacific: Dynamic but uneven progress* [online]. ILO Regional Office for Asia and the Pacific. Bangkok: International Labour Organization. Dostupno na:
https://www.ilo.org/asia/publications/WCMS_325219/lang--en/index.htm
34. International Labour Organization (2017) *Child Labour in Cotton: A Briefing* [online]. Geneva: International Labour Organization. Dostupno na:
https://www.ilo.org/ipecc/Informationresources/WCMS_IPEC_PUB_29655/lang--en/index.htm
35. International Labor Rights Forum (2010) *Enemies of the Nation or Human Rights Defenders? Fighting Poverty Wages in Bangladesh* [online]. Washington: International Labor Rights Forum. Dostupno na: <https://laborrights.org/publications/enemies-nation-or-human-rights-defenders-fighting-poverty-wages-bangladesh>
36. International Labor Rights Forum (2016) *Rana Plaza 3 Years On: Compensation, Justice, Workers Safety* [online]. Washington: International Labor Rights Forum. Dostupno na:
<https://laborrights.org/publications/rana-plaza-3-years-compensation-justice-workers-safety>
37. International Labor Rights Forum (2019) *Future of Fashion: Worker-Led Strategies for Corporate Accountability in the Global Apparel Industry* [online]. Washington: International Labor Rights Forum. Dostupno na: <https://laborrights.org/futureoffashion>
38. IUCN (1980) *World Conservation Strategy: Living Resource Conservation for Sustainable Development* [online]. Gland: IUCN. Dostupno na:
<https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/WCS-004.pdf>
39. Iwanow, H. (2007) *Greenwashing in the fashion sector: the consumer's perception of ethical issues in the global supply chain* [online]. Oslo: Oslo University College. Dostupno na:
https://www.researchgate.net/publication/314952438_Greenwashing_in_the_fashion_sector_the_consumer's_perception_of_ethical_issues_in_the_global_supply_chain
40. Körklü, A. (2019) *Use of Ozone in the Textile Industry* [online]. U: Körklü, A., ur. *Textile Industry and Environment*. Izmir: Ege Üniversitesi. Dostupno na:
<https://www.intechopen.com/books/textile-industry-and-environment/use-of-ozone-in-the-textile-industry>

41. Luebker, M. (2014) *Minimum wages in the global garment industry* [online]. ILO Regional Office for Asia and the Pacific. Bangkok: International Labour Organization: Dostupno na: https://www.ilo.org/asia/info/research-and-data/WCMS_317002/lang--en/index.htm
42. McKinsey & Company (2018) *The State of Fashion 2019: A year of awakening* [online]. New York: McKinsey & Company. Dostupno na: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-state-of-fashion-2019-a-year-of-awakening>
43. Textile Exchange (2016) *Preferred Fiber Market Report 2016* [online]. Lamesa (SAD). Textile Exchange: Dostupno na:
44. United Nations (1987) *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future* [online]. World Commission on Environment and Development. New York: United Nations. Dostupno na: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
45. United Nations (2015) *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development* [online]. Department of Economic and Social Affairs. New York: United Nations. Dostupno na: <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>
46. United Nations (2017) *The International Trade Statistics Yearbook: Vol 1.: Trade by Country* [online]. Department of Economic and Social Affairs - Statistics Division. New York: United Nations. Dostupno na: <https://comtrade.un.org/pb/>
47. United Nations (2018) *Fashion and the SDGs: what role for the UN* [online]. The United Nations Economic Commission for Europe. New York: United Nations. Dostupno na: https://www.unece.org/fileadmin/DAM/RCM_Website/RFSD_2018_Side_event_sustainable_fashion.pdf
48. United States Congress (2015) *The Economic Impact of the Fashion Industry* [online]. Joint Economic Committee. Washington: United States Congress. Dostupno na: https://www.jec.senate.gov/public/_cache/files/638a7351-c79d-4f4d-b1f2-13a4a4ae7a77/jec-fashion-industry-report----sept-2015-update.pdf

49. Wick, I. (2009) *The social impact of the liberalised world market for textiles and clothing: Strategies of trade unions and women's organisations* [online]. A study commissioned by the Otto Brenner Foundation. Frankfurt am Main: Otto Brenner Foundation. Dostupno na: <https://d-nb.info/1031941622/34>
50. World Health Organization (2009) *Occupational Risks and Children's Health* [online]. Children's Health and the Environment: Global Occupational Health Programme. Geneva: World Health Organization. Dostupno na: <https://www.who.int/ceh/capacity/occupational.pdf>
51. World Trade Organization (2008) *Intenational Trade Statistics 2008* [online]. Geneva: Worl Trade Organization. Dostupno na: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2008_e/its2008_e.pdf
52. World Trade Organization (2016) *World Trade Statistical Review 2016* [online]. Geneva: Worl Trade Organization. Dostupno na: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts_e.htm
53. World Trade Organization (2017) *World Trade Statistical Review 2017* [online]. Geneva: Worl Trade Organization. Dostupno na: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts_e.htm
54. World Trade Organization (2018) *World Trade Statistical Review 2018* [online]. Geneva: Worl Trade Organization. Dostupno na: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts_e.htm
55. World Trade Organization (2019) *World Trade Statistical Review 2019* [online]. Geneva: Worl Trade Organization. Dostupno na: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts_e.htm
56. Yale University (2006) *2006 Environmental Performance Index* [online]. Yale Center for Environmental Law & Policy. New Haven: Yale University. Dostupno na: <http://epi2016.yale.edu/downloads>
57. Yale University (2008) *2008 Environmental Performance Index* [online]. Yale Center for Environmental Law & Policy. New Haven: Yale University. Dostupno na: <http://epi2016.yale.edu/downloads>

58. Yale University (2010) *2010 Environmental Performance Index* [online]. Yale Center for Environmental Law & Policy. New Haven: Yale University. Dostupno na: <http://epi2016.yale.edu/downloads>
59. Yale University (2012) *2012 Environmental Performance Index* [online]. Yale Center for Environmental Law & Policy. New Haven: Yale University. Dostupno na: <http://epi2016.yale.edu/downloads>
60. Yale University (2014) *2014 Environmental Performance Index* [online]. Yale Center for Environmental Law & Policy. New Haven: Yale University. Dostupno na: <http://epi2016.yale.edu/downloads>
61. Yale University (2016) *2016 Environmental Performance Index* [online]. Yale Center for Environmental Law & Policy. New Haven: Yale University. Dostupno na: <http://epi2016.yale.edu/downloads>
62. Yale University (2018) *2018 Environmental Performance Index* [online]. Yale Center for Environmental Law & Policy. New Haven: Yale University. Dostupno na: <https://epi.envirocenter.yale.edu/epi-downloads>

Internetski izvori

1. Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh. *About The Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh* [online]. Dhaka: Acoord. Dostupno na: <https://bangladeshaccord.org/about>
2. Asia Floor Wage (2014) *Living Wage versus Minimum Wage* [online]. Dostupno na: <https://asia.floorwage.org/living-wage-versus-minimum-wage>
3. Bain, M. (2015) *H&M's "sustainability" report hides the unsustainable reality of fast fashion* [online]. London: Quartz Media, Inc. Dostupno na: <https://qz.com/380055/hms-sustainability-report-hides-the-unsustainable-reality-of-fast-fashion/>
4. Bain, M. (2016) *Is H&M misleading customers with all its talk of sustainability?* [online]. London: Quartz Media, Inc. Dostupno na: <https://qz.com/662031/is-hm-misleading-customers-with-all-its-talk-of-sustainability/>

5. Brand Finance (2018) *Apparel 50 2018* [online]. London: Brand Finance. Dostupno na: <https://brandirectory.com/reports/apparel-50-2018>
6. Brenner, Y. (2014) *Greenwashing: Consumers confronted by dubiously 'conscious' fashion* [online]. New York: Al Jazeera America. Dostupno na: <http://america.aljazeera.com/articles/2014/5/19/consumers-greenwashingfashion.html>
7. Butler, S. (2019) *G7 and fashion houses join forces to make clothes more sustainable* [online]. London: Guardian Media Group. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/world/2019/aug/21/fashion-g7-summit-sustainability-kering-inditex-macron>
8. Conlon, S. (2019a) *Primark to train 160,000 cotton farmers in sustainability drive* [online]. London: Guardian Media Group. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/business/2019/aug/28/primark-to-train-cotton-farmers-environmentally-friendly-methods>
9. Conlon, S. (2019b) *Zara clothes to be made from 100% sustainable fabrics by 2025* [online]. London: Guardian Media Group. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/fashion/2019/jul/17/zara-collections-to-be-made-from-100-sustainable-fabrics>
10. Fairtrade International. *The Fairtrade Marks* [online]. Bonn: Fairtrade International. Dostupno na: <https://www.fairtrade.net/about/fairtrade-marks>
11. Fairtrade International. *Textile Standard* [online]. Bonn: Fairtrade International. Dostupno na: <https://www.fairtrade.net/standard/textile>
12. Fletcher, K. (2007) *Slow fashion* [online]. London: Ecologist. Dostupno na: <https://theecologist.org/2007/jun/01/slow-fashion>
13. Forbes (2019) *The World's Most Valuable Brands* [online]. New Jersey: Forbes Media LLC. Dostupno na: <https://www.forbes.com/powerful-brands/list/>
14. Good On You. *About* [online]. Dostupno na: <https://goodonyou.eco/about/>

15. Good On You. *Changing the world one brand rating at a time* [online]. Dostupno na: <https://goodonyou.eco/how-we-rate/>
16. Hill, M. (2018) *How Can You Tell When A Fashion Brand Is Greenwashing?* [online]. Good On You. Dostupno na: <https://goodonyou.eco/how-can-you-tell-when-a-fashion-brand-is-greenwashing/>
17. International Labour Organization (2018a) *ILO continues rigorous monitoring of Uzbekistan cotton harvest* [online]. Geneva: International Labour Organization. Dostupno na: https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/statements-and-speeches/WCMS_645338/lang--en/index.htm
18. International Labour Organization (2018b) *The Rana Plaza Accident and its aftermath* [online]. Geneva: International Labour Organization. Dostupno na: https://www.ilo.org/global/topics/geip/publications/WCMS_632364/lang--en/index.htm
19. Leahy, S. (2015) *World Water Day: the cost of cotton in water-challenged India* [online]. London: Guardian Media Group. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2015/mar/20/cost-cotton-water-challenged-india-world-water-day>
20. Leighton, M. (2019) *B Corps are businesses committed to using their profit for good — these 12 are making some truly great products* [online]. New York: Business Insider. Dostupno na: <https://www.businessinsider.com/b-corp-charitable-business-2018-8#mpowerd-12>
21. Lu, S. (2018) *Market Size of the Global Textile and Apparel Industry: 2016 to 2021/2022* [online]. Newark: FASH455. Dostupno na: <https://shenglufashion.com/2018/12/18/market-size-of-the-global-textile-and-apparel-industry-2016-to-2021-2022/>
22. Lu, S. (2019) *State of the EU Textile and Apparel Industry* [online]. Newark: FASH455. Dostupno na: <https://shenglufashion.com/2019/04/28/state-of-the-eu-textile-and-apparel-industry-updated-april-2019/>
23. MacGilp, R. (2018) *United Nations Sustainable Development Goals: Why Fashion Matters* [online]. Sydney: Not Just a Label. Dostupno na: <https://www.notjustalabel.com/editorial/united-nations-sustainable-development-goals-why-fashion-matters>

24. Messinger, L. (2016) *How your clothes are poisoning our oceans and food supply* [online]. London: Guardian Media Group. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/environment/2016/jun/20/microfibers-plastic-pollution-oceans-patagonia-synthetic-clothes-microbeads>
25. Moulds, J. (2019) *Child labour in the fashion supply chain: Where, why and what can be done* [online]. London: Guardian Media Group. Dostupno na: <https://labs.theguardian.com/unicef-child-labour/>
26. Nisolo. *Imact report* [online]. Nashville: Nisolo. Dostupno na: <https://nisolo.com/pages/ethically-made>
27. Patagonia. *Environmental Grants and Support* [online]. Ventura: Patagonia. Dostupno na: <https://www.patagonia.com/environmental-grants-and-support.html>
28. Remy, N., Speelman, E. i Swartz, S. (2018) *Style that's sustainable: A new fast-fashion formula* [online]. New York: McKinsey & Company. Dostupno na: <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula>
29. Science Based Targets. *About Science Based Targets Initiative* [online]. Science Based Target. Dostupno na: <https://sciencebasedtargets.org/about-the-science-based-targets-initiative/>
30. Science Based Targets. *Companies Taking Action* [online]. Science Based Target. Dostupno na: <https://sciencebasedtargets.org/companies-taking-action/>
31. Siegle, L. (2016) *Am I a fool to expect more than corporate greenwashing?* [online]. London: Guardian Media Group. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/apr/03/rana-plaza-campaign-handm-recycling>
32. Slater, S. (2019) *The 'Greenwashing' Hiding the Truth of Your Favourite Fashion Brands* [online]. New York: Vice Media LLC. Dostupno na: https://www.vice.com/en_uk/article/kzwm5a/the-greenwashing-hiding-the-truth-of-your-favourite-fashion-brands

33. Smithers, R. (2013) *Benetton admits link with firm in collapsed Bangladesh building* [online]. London: Guardian Media Group. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/world/2013/apr/29/benetton-link-collapsed-building-bangladesh>
34. Statista (2018) *Global chemical fiber production from 2000 to 2017, by fiber type* [online]. Hamburg: Statista Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/271651/global-production-of-the-chemical-fiber-industry/>
35. Sustainable Apparel Coalition. *The Higg Index* [online]. San Francisco: Sustainable Apparel Coalition. Dostupno na: <https://apparelcoalition.org/the-higg-index/>
36. Sustainable Brands (2019) *32 Fashion, Textile Giants Make Pact to Transform Fashion Industry* [online]. San Francisco: Sustainable Life Media, Inc. Dostupno na: <https://sustainablebrands.com/read/collaboration-cocreation/32-fashion-textile-giants-make-pact-to-transform-fashion-industry>
37. Textile World (2015) *Man-Made Fibers Continue To Grow* [online]. Marietta (SAD): Textile Industries Media Group. Dostupno na:
38. The Fashion Law (2016) *Greenwashing* [online]. The Fashion Law LLC. Dostupno na: <http://www.thefashionlaw.com/learn/greenwashing>
39. The Fiber Year (2018) *The Fiber Year 2018* [online]. Speicher (Švi): The Fiber Year Consulting. Dostupno na: <https://www.thefiberyear.com/news/the-fiber-year-2018/>
40. United Nations. *What is the UN Alliance for Sustainable Fashion?* [online]. United Nations Alliance for Sustainable Fashion. New York: United Nations. Dostupno na: <https://unfashionalliance.org>
41. World Trade Organization. *WTO Data Portal* [online]. Dostupno na: <https://data.wto.org/>
42. Yahoo Finace. Dostupno na: <https://finance.yahoo.com/>
43. Yale University (2018b) *Five Ways Fashion Brands Can Advance the Sustainable Development Goals* [online]. Yale Center for Business and the Environment. Dostupno na: <https://cbey.yale.edu/our-stories/five-ways-fashion-brands-can-advance-the-sustainable-development-goals>

POPIS SLIKA

Slika 1. Koncept održivog razvoja..... 7

POPIS TABLICA

Tablica 1. Okvir održivog razvoja u poslovnoj strategiji poduzeća	24
Tablica 2. Usporedba ključnih značajki europske tekstilne i odjevne industrije 1999. godine	34
Tablica 3. Usporedba ključnih značajki TiO industrije za razdoblje od 2008. do 2018.	36
Tablica 4. Top 5 zemalja prema svjetskom udjelu (%) izvoza/uvoza odjeće: 2000. - 2018.	39
Tablica 5. Top 5 zemalja prema svjetskom udjelu (%) izvoza/uvoza tekstila: 2000. - 2018.	40
Tablica 6. Top 10 najvrjednijih svjetskih odjevnih/modnih brendova u 2018. (u mlrd. US\$).....	42
Tablica 7. Top 6 modnih/odjevnih brandova u 2018. godini prema ostvarenoj ekonomskoj dobiti (prema izračunu McKinseyja) i pojedinim finacijskim pokazateljima.....	43

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Environmental Performance Index (EPI) odabranih zemalja u 2018. godini	51
Grafikon 2. EPI rangiranje odabranih zemalja u razdoblju od 2006. do 2018. godine	52
Grafikon 3. Stopa neusklađenosti s minimalnom plaćom u TiO industriji odabranih zemalja	59
Grafikon 4. Mjesečna minimalna (US\$) plaća za nekvalificirane radnike TiO industrije u 2014. godini u azijskim zemljama - najniža i najviša relevantna plaća.....	60
Grafikon 5. Mjesečna minimalna (US\$) plaća za nekvalificirane radnike TiO industrije u 2014. godini u odabranim zemljama svijeta - najniža i najviša relevantna plaća.....	61
Grafikon 6. Dječji rad u svijetu na početku 21. stoljeća po velikim regijama (u tisućama).....	64
Grafikon 7. Efekt ukidanja Sporazuma o tekstilu i odjeći na tržišni udio najvećih svjetskih izvoznike odjeće	67
Grafikon 8. Razvoj svjetskog izvoza tekstila i odjeće od početka 21. stoljeća do danas	68
Grafikon 9. Izvoz odjeće u ukupnom izvozu robe u Bangladešu od početka 21. stoljeća do danas	73

ŽIVOTOPIS

Osobni podaci

Ime i prezime: Danijel Mikuš

Mjesto i datum rođenja: Zagreb, 22. svibnja 1983.

E-mail: danielmikus@gmail.com