

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI U OSIJEKU

Ivan Jurić

Preddiplomski stručni studij

Smjer: Agrarno poduzetništvo

Globalni trendovi u svjetskoj proizvodnji i potrošnji

Završni rad

Vinkovci, 2020.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI U OSIJEKU

Ivan Jurić

Preddiplomski stručni studij

Smjer: Agrarno poduzetništvo

Globalni trendovi u svjetskoj proizvodnji i potrošnji

Završni rad

Povjerenstvo za ocjenu završnog rada:

1. prof.dr.sc. Krunoslav Zmaić, član
2. izv.prof.dr.sc. Tihana Sudarić, mentor
3. prof.dr.sc. Ružica Lončarić, član

Vinkovci, 2020.

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Fakultet agrobiotehničkih znanosti u Osijeku
Preddiplomski stručni studij
Agrarno poduzetništvo

Završni rad

Ivan Jurić

Globalni trendovi u svjetskoj proizvodnji i potrošnji

Sažetak:

U završnom radu razraditi će se tema globalnih trendova u svjetskoj proizvodnji. Globalni trendovi utječu na svjetsku proizvodnju i potrošnju, te samim time na tržište. Pristupiti će se savjesno i odgovorno pri razradi završnog rada i koristiti će se analize i sinteze primarnih i sekundarnih podataka koji su javno dostupni radi utvrđivanja postojećih globalnih trendova koji ne zastarijevaju i novih koji pokreću tržište i ostavljaju priliku svakome pojedincu da pokaže svoj potencijal i pokrene gospodarstvo svojim doprinosom.

Ključne riječi: globalizacija, industrija, potrošnja, proizvodnja, trendovi, tržište

27 stranica, 2 tablica, 6 grafikona i slika

Završni rad je pohranjen u Knjižnici Fakulteta agrobiotehničkih znanosti Osijek i u digitalnom repozitoriju završnih i diplomski radova Fakulteta agrobiotehničkih znanosti Osijek.

BASIC DOCUMENTATION CARD

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek
Undergraduate professional study
Agrarian Entrepreneurship

BSc Thesis

Ivan Jurić

Global trends in world production and consumption

Summary:

In the final paper, the topic of global trends in world production will be elaborated. Global trends are affecting global production and consumption, and therefore the market. It will be approached conscientiously and responsibly in the design of the final paper and will use analyzes and syntheses of primary and secondary data that are publicly available to identify persistent global outdated trends and new ones that are launching the market and leaving an opportunity for each individual to show their potential and drive the economy with his contribution.

Key words: globalization, industry, consumption, production, trends, market

27 pages, 2 tables, 6 figures

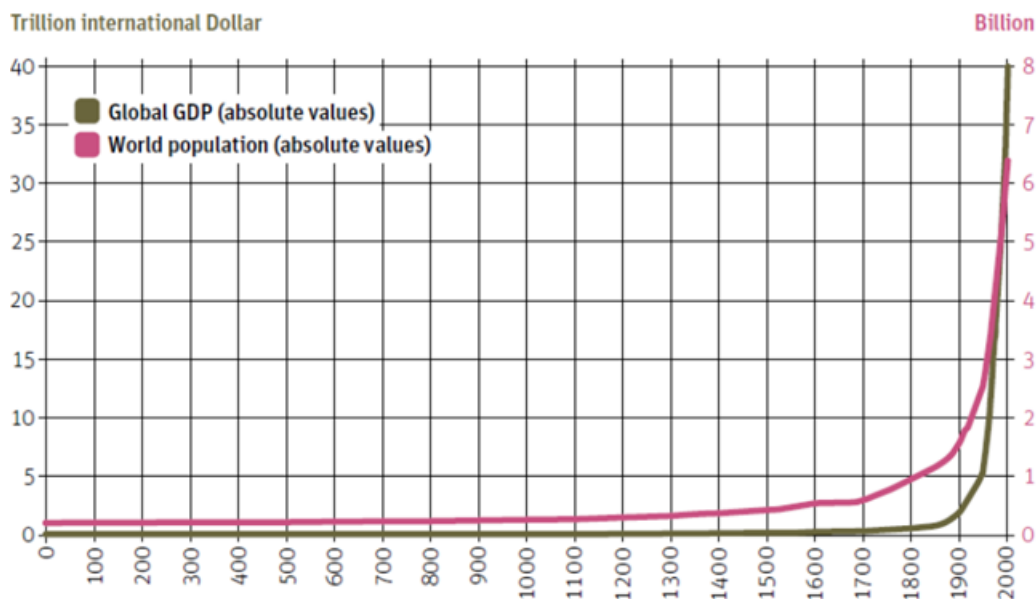
BSc Thesis is archived in Library of Faculty of Agrobiotechnical Science Osijek and in digital repository of Faculty of Agrobiotechnical Science Osijek.

SADRŽAJ

1. UVOD	5
2. MATERIJAL I METODE	7
3. NOVI TRENDVI U EKONOMIJI	8
4. POVIJEST GLOBALNIH TRENDOVA	10
5. GLOBALNI TRENDVI U PROIZVODNJI	13
5.1. KONCEPT VIRTUALNE ORGANIZACIJE POSLOVANJA	13
5.2. JUST IN TIME	16
6. INDUSTRIJSKA POLITIKA U REPUBLICI HRVATSKOJ	19
7. GLOBALNI TRENDVI U POTROŠNJI	24
8. ZAKLJUČAK	26
9. POPIS LITERATURE	27

1. UVOD

U ovom završnom radu govoriće se o globalnim trendovima u svjetskoj proizvodnji i potrošnji. Odskočnim rastom i napretkom čovjeka uz pomoć tehnologije i bržeg prohoda informacija, pojavljuju se novi trendovi u ekonomiji koji će uvelike utjecati na razvoj ekonomije, ali i razvoj potrošnje i proizvodnje. Globalizacija je trend sam po sebi, iz razloga jer povlači sa sobom trend globalne potrošačke kulture, globalnog proizvoda, itd. Virtualizacija poslovnog prostora uvelike utječe na način života pojedinca kao i mnogi drugi faktori koji će se obraditi u ovom završnom radu. Razvitkom liberalizacije i tehnologije dolazi do definiranja pojma koji pokreće sve druge aspekte života čovjeka. Stvaranjem globalne ekonomije razvijaju se globalne tvrtke, tržišta koja se povezuju u jedan sustav u kojem protok informacija teče bez pogreške, a tržište je jednostavno dostupno svima koji žele sudjelovati. Otvaraju se spektri mogućnosti koje se pružaju pojedincu ali i skupini u želji za napretkom i stvaranjem "najbolje od najboljeg" efekta.



Slika 1. Globalni BDP u bilijunima međunarodnih dolara (apsolutne vrijednosti, kupovna moć 1990. godine) i svjetska populacija u milijardama, nulta godina do 2008.

Izvor: Angus Maddison, 2009.

Globalizacija pruža mogućnost lakšeg protoka ljudi, robe, informacija, sredstava, svega što čini ekonomiju jednom cjelinom bez koje ljudi ne mogu. Potrebno je naglasiti kako je centralizacija na svjetskoj razini nemoguća kada je u pitanju cirkulacija procesa ekonomske razmjene. Ovakav način opstanka sustava dovodi do olakšanja samog pojedinca u preraspodjeli vremena. Sustav omogućava pojedincu više vremena za osobne potrebe koje i može namjenski potrošiti na sebe, pa samim time raste i broj uslužnih djelatnosti koje ubrzavaju način življenja zajedno sa porastom udjela uslužne industrije, gdje se način poslovanja mijenja u svakom pogledu. Dolazi do sve veće potrebe za marketinškim perfekcionizmom koji donosi velike prihode.

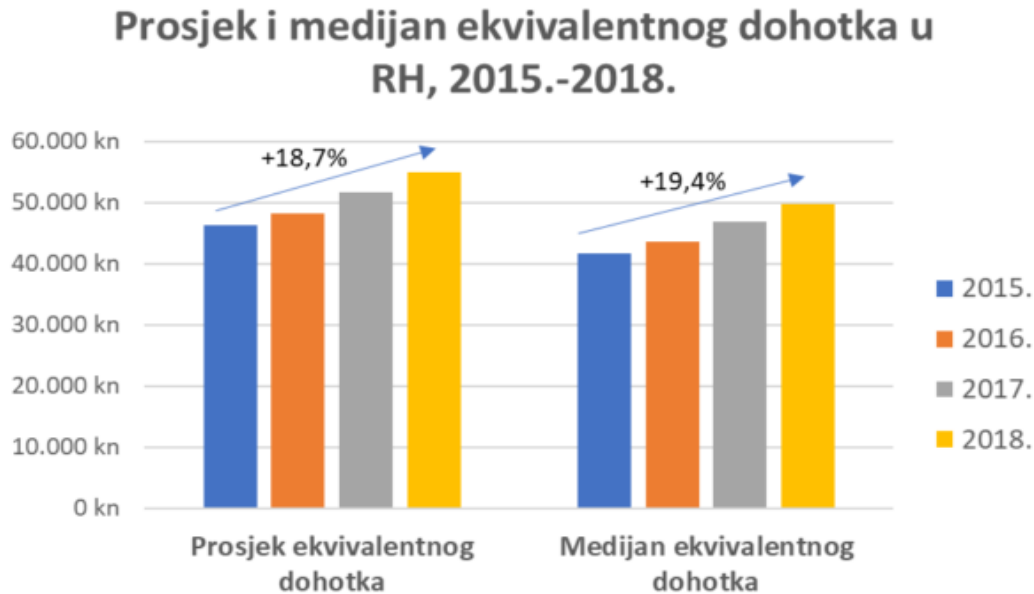
2. MATERIJAL I METODE

Pri izradi ovog završnog rada korištena je literatura povezana s globalnim trendovima u svjetskoj proizvodnji i potrošnji. Podatci i tablice svjetske trgovinske organizacije (WTO) pružaju najviše informacija u radu. Također su korišteni različiti relevantni web portali povezani sa ovom temom.

Rad se bazira na samostalno izrađenim tablicama, te su korištene metode analize i sinteze, metoda deskripcije te metoda klasifikacije koje su doprinjele zaključnim razmatranjima.

3. NOVI TREND OVI U EKONOMIJI

1. Rast realnog dohotka - uvelike utječe na potrošnju, odnosno na rast potrošnje i na promjenu potrošnje, što uvelike utječe na promjene u proizvodnji.



Slika 2. Anketa o dohotku stanovništva, realni dohodak

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2019. godina

2. Porast udjela uslužnih industrija – utječe na promjene u načinu poslovanja i promjene u potražnji za transportom.
3. Umrežavanje – na novi način dolazi do organiziranja poslovanja kao i same poslovne suradnje.
4. Globalizacija – pojava globalnog tržišta, ekonomije i mnoge dr.
5. Rast vrijednosti vremena- utječe na promjene u načinu života i utječe na promjene u potrošačkom ponašanju.
6. Virtualizacija poslovanja u prostoru, vremenu i strukturi – omogućuje veći obujam posla i promjene u potražnji za transportom.

Ovi trendovi su utjecali na promjenu načina života svakog pojedinca, unose novine koje ljudski život čine lakšim kada su u pitanju osnovni životni uvjeti, ali stresnijim. Trendovi koji su utjecali na razvitak globalnih trendova u potrošnji i proizvodnji na svjetskoj razini.

4. POVIJEST GLOBALNIH TRENDOVA

S obzirom na povijesne činjenice koje pokazuju velike razmjere napetosti, neprijateljskih odnosa i sukoba kada je u pitanju prevlast i nadmoć u postojanju velikih svjetskih sila. Kako bi se to izbjeglo, dolazi do procesa međusobnog povezivanja od strane zemalja Europe i SAD-a. Glavni i primarni cilj je svakako izbjegavanje sukoba koji su odnijeli mnoge ljudske živote u Prvom i Drugom svjetskom ratu. Politika razaranja i korištenja agresije i sukoba kao glavnih sredstava za dostizanje cilja uspostavile su svijet danas onakvim kakvim je. Nulto tolerantan prema takvoj vrsti politike. GATT (General Agreement on Tariffs and Trade, 1947. god.) povezuje mnoge zemlje kada je u pitanju trgovinska razmjena, ali i jača carinu među tim državama.



Slika 3. Prikaz članica WTO-a diljem svijeta. Zeleno obojano su članice, žuto obojano su države koje nisu članice.

Izvor : www.wto.com

U posljednjih 150 godina zabilježen je nagli porast trgovine, uz pomoć monetarnih fondova koji su pokazatelj zdrave ekonomije koja je stabilna. BDP je naglo rastao, no nije bio veći od međunarodne trgovine. Tijekom Hladnog rata, proizvodnje ne usporava izrazito bitno tako da ne prouzrokuje ekonomski krah. Najveći ekonomski krah se događa 2008. godine i 2009. godine. Kada svjetska proizvodnja i zaposlenost usporava, tj. realni sektor se nalazio na rubu egzistencije Naime, 2010. godina je doživjela nagli rast stope rasta svjetskog gospodarstva. S obzirom da su visoko razvijene zemlje 2010. godine imali velike stope, no Japan je imao najveću, 4,7 %, kao i zemlje Europe, doživljavaju ekonomski procvat i rast. Može se reći da je većina zemalja u svijetu, a gotovo sve svjetske regije su u 2010. nadoknadile gospodarski pad iz 2009. u 2010. ili najdalje u 2011. godini (Juričić, 2016.). 3,8 % godišnje je iznosila stopa rasta svjetskog gospodarstva.

GATT zastupa 3 temeljna načela :

1. Načelo recipročnosti
2. Načelo liberalizacije
3. Načelo nediskriminacije

Prvo načelo govori zapravo o jednakosti obje strane kada su u pitanju trgovačke olakšice koje potpisnice GATT-a ugovore između sebe. S vremenom, zemlje koje su u nastajanju su slijedile blaže norme kada je u pitanju ispunjavanje obaveza. Postupno smanjivanje carina značilo je načelo liberalizacije, a načelo nediskriminacije govori o primjenjivanju dvostruke carinske olakšice na sve članice. Na taj način, uz pomoć ova tri pravila , uvedene su osnovne norme uz pomoć kojih će se kontrolirati razmjena robe između zemalja, ovaj segment se više nadovezuje na potrošnju. GATT je 8. prosinca 1994. preimenovan u WTO (World Trade Organization) na kraju urugvajskog kruga pregovora i ministarske konferencije u Marakeshu (Lončar, 2005.).

Dakle, poslije Drugog svjetskog rata stvara se vizija na području Europe, kako bi se stvorio mir unutar zemalja diljem svijeta, a ne samo Europe. Zapadne zemlje ostvaruju sve veći kapital i napredak kada je u pitanju ekonomski razvoj. Prijašnje kolonije bivaju vraćene svojim autohtonim vlasnicima, no sve te zemlje bivaju jezgra svjetske trgovine s obzirom na njihov razvoj u povijesti. Tijekom 20. stoljeća dolazi do ekspanzije kada je u pitanju usluga robe u bilo kojem obliku. Kraj Hladnog rata doveo je do blagostanja i mira diljem svijeta. Osvijestio je čovjeka na potrebu za njegovim postojanjem kao i za jednakosti svih prema svima, pa tako i u pogledu proizvodnje i potrošnje.

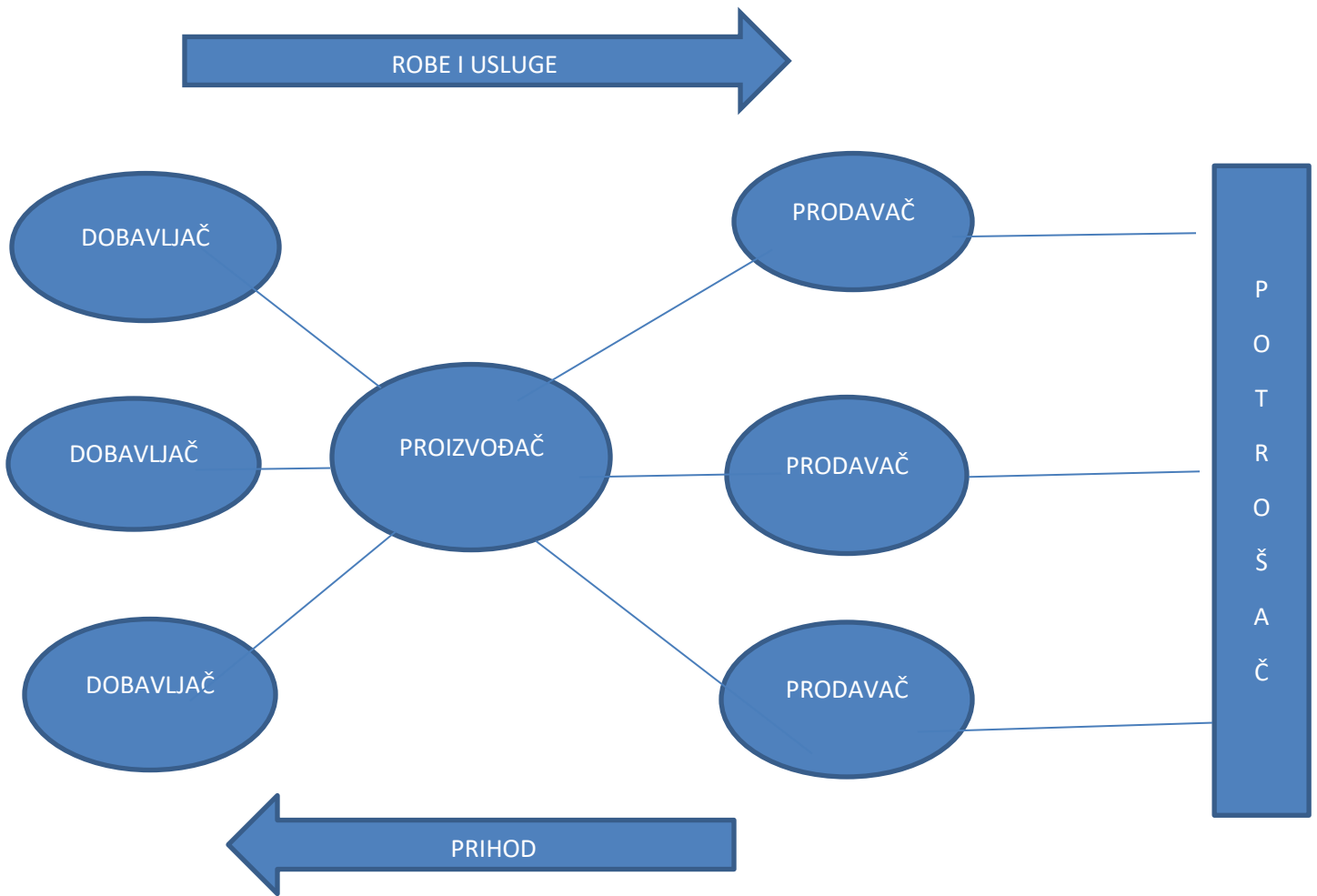
5. GLOBALNI TRENDVI U PROIZVODNJI

Prilikom analize globalnih trendova u proizvodnji poseban osvrt dao se na konceptu virtualne organizacije poslovanja, kao i proizvodnji *just in time*.

5.1. KONCEPT VIRTUALNE ORGANIZACIJE POSLOVANJA

S obzirom na nagli razvoj tehnologije u 20. i 21. stoljeću, velika većina organizacija uspostavlja novi način rada, te revizira svoje organizacijsko – procesne oblike. Uspostavlja se novi, specifičan način organizacije u suvremenom svijetu u kojem informacijska i komunikacijska tehnologija – internet, olakšava poslovnu suradnju između poduzetnika i firmi kroz vrijeme i prostor.

Ako govorimo o virtualnoj organizaciji, tada je riječ o skupini ili grupi poduzeća, dijelova poduzeća (koji se bave proizvodnjom dobara i usluga) ili čak samostalnih poduzetnika (koji se bave proizvodnjom usluga i dobara) koji se međusobno umrežavaju, povezuju odnosno, kako bi što lakše i bolje mogli obavljati svoje aktivnosti koje su vezane uz privremeno ili trajno obavljanje poslovnih aktivnosti. Može se postati članom virtualne organizacije. Ako ste član, zadržavate pravnu neovisnost.



SHEMATSKI PRIKAZ TOKA NABAVE MATERIJALA - tradicionalan način transporta

Izvor: Prez. Trendovi i budućnost u međunarodnom logističkom poslovanju, Helena Štimac, 2016.

Dakle, svi pravni aspekti koji se tiču zaštite i korištenja prava kod pojedinca, ostaju zaštićeni od samog početka. No, kada je u pitanju tržišno poslovanje, postupa se prema svima jednako i jedinstveno.

Virtualno poduzeće kao pojam ima više konteksta upotrebe. Ako ga se opisuje u funkcionalnom kontekstu, odnosno, kada se pojam odnosi na organizaciju koja će imati svrhu djelovanja bez obzira na samu zaradu, odnosno, profit organizacije. Ovaj pojam podrazumijeva da organizacija može biti i neprofitna. Razvijaju se mnogi pojmovi kao što je virtualna tvornica, koja koristi za samu proizvodnju, virtualna banka, kompanija, ali i virtualno poduzeće koje u sebi sadrži institucionalan kontekst s obzirom da je njegovo djelovanje sadržano u samoj virtualnoj organizaciji. Kako je tekao sam razvoj informacijske tehnologije. Ljudi su dosta brzo prihvatili činjenicu brzine širenja informacija kao i njihove točnosti. Tehnologijsko tržište postalo je dinamično sa širokim spektrom konkurencije koja je svojom agilnošću stvarala napetost između kompanija. Porast intelektualnog kapitala dovodi raskoši materijala, a sveobuhvatni sadržaj ne poznaje pojam ograničenosti s obzirom da se u 21. stoljeću intelektualnim kapitalom patentira mjerilo nadmoći u tržištu. Specijalizacija na jednom tržištu pokazala se učinkovita u prodaji, pa proizvodnja lakše teče s obzirom na konkurentnost koju je danas teško preduhitriti. Outsourcing (odvajati, hrv.) pokazao se neučinkovitim za cjelokupni sustav. Odvajanje posla zakompliciralo je cjelokupni proces s obzirom da je model ugovaranja u kojem tvrtke ili javne ustanove radi poboljšanja produktivnosti ustupaju određene, uglavnom sporedne poslove (non core), vanjskim poduzećima koja se njima bave. Bez obzira na prostornu organiziranost poduzeća, ono je funkcionalno i kao takvo zahtjeva svog projektnog menagera. S obzirom da se poslovanje odvija na jednom mjestu, povezuju se dijelovi poduzeća ili samostalna poduzeća u svrhu obavljanja poslova kako bi se dobila određena financijska korist. S obzirom na agilnost potrebno je naglasiti kako samousavršavanje i konstantno učenje nije nepoznanica i samim time stručnost i perfekcionizam su neizostavljivi u ovom poslu.

To je sve zbog sve veće efikasnosti i fleksibilnosti koja povećava obujam proizvodnje i potrošnje. Novac ostaje u sustavu, a proizvodnja se ubrzava pomoću tehnologije i zamjenjivanje čovjeka s robotom. Na taj način strojevi odrađuju teži dio posla koji ubrzava vremenski tijek proizvodnje i samim time povećava i obujam potrebnih radnika koji će nadgledati i odrađivati "kozmetički" i administrativni dio proizvodnje. Suradnja je svakako sklopljena ugovorom i može imati vremensko ograničenje.

5.2. JUST IN TIME

Postavljeni su ciljevi ovog globalnog trenda koji čini proizvodnju uspješnom i stvara ekonomsku stabilnost između država koje surađuju na globalnoj razini.

Ciljevi :

1. Poboljšanje lanca opskrbe
2. Eliminacija zaliha i skladištenja
3. Smanjenje administracije

Uz pomoć ova tri cilja, cjelokupni koncept proizvodnje svodi se na što veće stvaranje materijalne dobiti kroz stvaranje proizvoda, plasiranja na tržište, prodaje proizvoda u malim serijama s obzirom na kvalitetu i održavanje brenda. Prodaja u malim serijama može biti dozvoljena, u praksi, većini poduzeća koja imaju brend dovoljno visoko plasiran da jedna mala serija proizvodnje isplati cjelokupnu proizvodnju.

S obzirom da je proizvodnja u malim serijama ovisna o kratkom vremenskom roku koji većinom nije manji od 6. mjeseci. Zahtjeva kontrolu na visokom stupnju proizvodnog procesa, te maksimum usklađenosti svih dijelova proizvodnog procesa, od administracije do obavljanja tehničkog dijela u samom procesu proizvodnje .

Uvjeti zadovoljenja poslovnog subjekta pri primjeni Just in time sustava :

1. Osiguranje isporuke proizvoda bez greške
2. Uskladiti sve kapacitete u čitavom proizvodnom lancu
3. Formirati nezavisne radne timove i skupine
4. Orijentacija na proizvodnju u malim serijama
5. Optimalna količina materijala mora biti konstantno osigurana

Sve se više poduzeća oslanja na "just in time" sustav koji doprinosi velikim financijskim dobitcima a minimalnim gubitcima. Koriste se samo ona sredstva koja su potrebna za proizvodnju . Eliminira se potreba dvostruke kontrole kvalitete iz razloga jer toliko mala količina upotrijebljenih sredstava ne može donijeti veliku štetu. Nije masovna proizvodnja.

Tablica 1.: Sustav Just in Time na primjeru Toyote

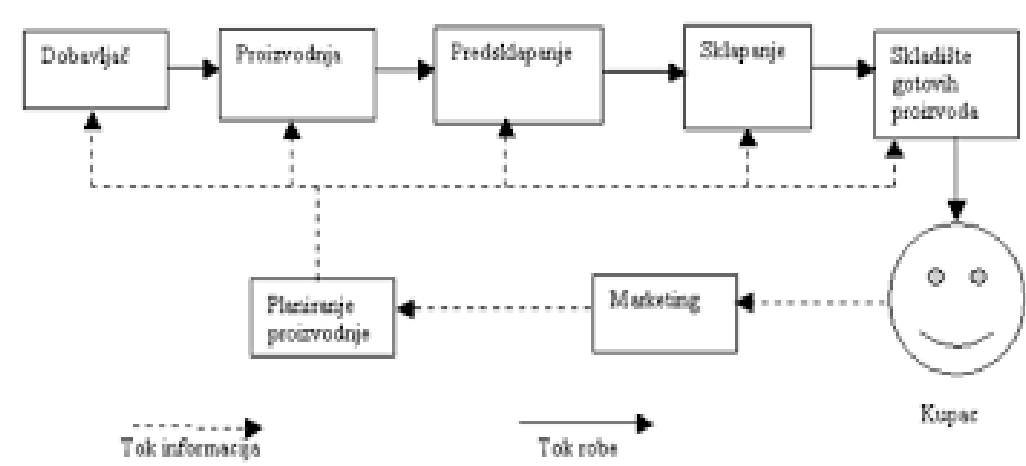
JUST IN TIME	TRADICIJA
Pull sustav	Push sustav
Zanemariva ili nulta količina zaliha	Značajna količina zaliha
Proizvodne stanice	Procesna struktura
Multifunkcionalni rad	Specijalizirana struktura rada
Potpuna kontrola kvalitete (TQC)	Razina prihvatljive kvalitete
Decentralizirana proizvodnja	Centralizirana proizvodnja
Kompleksna evidencija troškova	Jednostavna evidencija troškova

Izvor: A.J. Kootanaee, K. Nagendra Babu & H. F. Talari , Just in time - pravi izvor.

Preuzeto: <https://repozitorij.unizd.hr/islandora/object/unizd%3A2669/datastream/PDF/view>

Novina koja poboljšava sustav just in time je ta što se daje prilika u ovom slučaju radniku , odnosno, mogućnost da samostalno donosi više odluka. Ako u jednom trenutku radnik smatra da stroj koji obavlja proizvodnju ne radi dobro, ima pravo zaustaviti ga kako bi se kvar otklonio. Radnik postaje jedini izravni kontakt sa proizvodnjom u samom trenutku proizvodnje što zapravo stvara veću koncentraciju i pažnju pri obavljanju svog dijela posla od strane radnika. Radnik dobiva na važnosti u samom procesu, ali i odgovornosti su puno veće nego što su bile prije promjene. Na primjer, u posljednjih 50 godina Toyota je uspjela postići više od deset milijuna poboljšanja na svojim proizvodima. Svaki zaposlenik u ovom proizvodnom procesu provjerava posao koji je obavljen korak ispred nego što bi trebao biti, s obzirom da se ono smatra preduvjetom da se posao jako dobro obavi. Jedno eliminira drugo. Bit cjelokupne metode je da zapravo ne postoji skladištenje i nakupljanje zaliha. Proizvod je dovoljno kvalitetan da minimalna serija pokriva i više nego što je dovoljno u financijskom pogledu.

Tablica 2.: Kanali distribucije od dobavljača do kupca



Izvor: Proizvodnja bez zaliha, Lončar, 2016.

Zadovoljstvo kupaca svakako je najbitnije u cjelokupnom procesu poduzimanja poduzetničkih poslovnih aktivnosti. Kupci postavljaju norme koje određene kompanije moraju zadovoljiti. Svakako, ako ste brand, puno više će kupci biti zadovoljniji. No, veliki napredak donio je sa sobom i napredak tehnologije. Otvara se tržište za sve uz pomoć globalizacije, trend širi vidike ovih kupaca, jer se nešto unikatno danas smatra vrjednijim nego nešto što je nastalo pri masovnoj proizvodnji. Ford je jedan od prvih proizvođača koji koristi sistem "just in time" Ford je jedna od najstarijih firmi koje proizvode automobile. Nastaje u SAD-u, 20. st. kako bi se bavila proizvodnjom automobila. Mc' Donalds se koristio kao korporacija jedan je od prvih poduzeća koje su ubrzale proces proizvodnje i dovele ga na jednu veću razinu.

6. INDUSTRIJSKA POLITIKA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Tablica 3. Usporedba globalnih trendova i trendova u RH

Proizvodnja proizvoda u RH	Globalni trend	Trend u RH – perspektive budućeg razvoja
Proizvodnja prehrambenih proizvoda	-učinkovitost proizvodnje kao ključ dugoročne održivosti, potražnja za diversificiranim proizvodima, sigurnost hrane rastuća važnost tržišta zemalja u razvoju, održivost kao temeljna poslovna praksa, okrupnjavanje poduzeća i restrukturiranje vrijednosnog lanca.	-reviziji strategija poslovanja za domaće i strana tržišta, unaprjeđenju proizvodnog portfelja na način da ga prilagode potrošačevim željama i potrebama, optimizaciji lanca opskrbe koja uključuje optimizaciju nabave, povećanje učinkovitosti proizvodnih procesa i produktivnost rada, upravljanje logistikom i kompleksnošću portfelja.
Proizvodnja pića	-usmjerenost na stvaranje vlastite marke proizvoda, -ostvarenja sinergije prodajnih i proizvodnih aktivnosti te postizanja učinkovitosti djelovanja	-ulaganja u poljoprivrednu i znanstveno-tehnološku infrastrukturu koja omogućuje veće prihode i dodanu vrijednost povećanjem učinkovitosti proizvodnje i integracijom između poljoprivredne i proizvodnje pića
Proizvodnja tekstila	-outsourcing, osvajanje novih tržišta, smanjivanje troškova i usvajanje novih znanja	-više od 76% kapitala ove djelatnosti domaćeg je porijekla, a tek 20% inozemnog. -duga tradicija u poslovanju, iskusna radna snaga, zemljopisna blizina europskim tržištima, kvaliteta proizvoda.
Proizvodnja odjeće	-cijena odjeće u padu, modni trendovi se brzo šire putem Interneta, pad obujma proizvodnje i zaposlenih, masovna proizvodnja	-bilježi trend rasta proizvodnosti rada.
Proizvodnja kože i srodnih proizvoda	-najveći proizvođač cipela, okreće se očuvanju okoliša, spoj tradicionalnih vještina i masovne proizvodnje	-raspoloživosti kvalitetnim sirovinama, poput kvalitetne sirove govede tradiciji poslovanja i razvijenoj recepturi, blizini drugim europskim tržištima

Prerada drva i proizvoda od pluta, osim namještaja; proizvodnja proizvoda slame i pleternih materijala	-djelatnost prerade drva i proizvoda od drva i pluta, osim namještaja, proizvodnja proizvoda od slame i pleternih materijala	- visok potencijal domaće sirovine, potencijal lokacije, a obilježava je i disperzija gospodarskih subjekata te relativno niska ulaganja u poslovne procese i programe
Proizvodnja papira i proizvoda od papira	-trend rasta proizvodnje celuloze	-nepostojanje raspoloživosti sirovina u Hrvatskoj, a cijeli se repromaterijal (prvenstveno papir) uvozi kao i prekapacitiranost hrvatskih tiskara, osobito kod proizvodnje valovite transportne ambalaže.
Tiskanje i umnožavanje snimljenih zapisa	-smanjivanje samih naklada	nizak potencijal rasta sve većeg broja konkurenata tiskanim izdanjima (knjige, časopisi, novine) u obliku elektroničkih knjiga i ostalih elektroničkih izdanja
Proizvodnja koksa i rafiniranih naftnih proizvoda	-ulaganja trenutno vodećih proizvođača rafiniranih naftnih proizvoda u alternativne izvore energije,	- industrijska poddjelatnost u Hrvatskoj ne postoji
Proizvodnja kemikalija i kemijskih proizvoda	- transferi tehnologija iz razvijenih zemalja, putem zajedničkih i strateških ulaganja kao i drugih oblika investicija	-ovisi o uvozu sirovina, razvila su se 3 poddjelatnosti
Proizvodnja osnovnih farmaceutskih proizvoda i farmaceutskih pripravaka	-trend produktivnosti ulaganja u istraživanje i razvoj,	-razvoj posebnih niša koje predstavljaju mogući dodatan izvor prihoda koji se mogu dalje ulagati u istraživanje i razvoj, unaprjeđenje kvalitete i drugo. Potencijal inoviranja je visok, no s obzirom na specifičnost djelatnosti postoji velik rizik stvaranja inovacije koja bi u konačnici bila odobrena za primjenu i prodaju
Proizvodnja proizvoda od gume i plastike	-nastavak trenda rasta proizvodnje i potražnje za proizvodima od plastike	-tehnološka opremljenost na razini djelatnosti dobra
Proizvodnja ostalih nemetalnih mineralnih proizvoda	-djelatnost je na vrlo visokom tehnološkom stupnju razvoja pa daljnja ulaganja u tehnološku opremljenost ne bi	-proizvodi od stakla i keramike imaju velik izvozni potencijal, kao i mineralna vuna i kamen.

	značajnije podigla proizvodnu učinkovitost	Izvozni potencijal cementa kao i drugih građevinskih materijala manji je zbog prirode samog proizvoda, tj. odnosa između troška transporta i pripadajuće cijene samoga proizvoda.
Proizvodnja metala	-visoke kvalitete, inovativnim proizvodima i tehnološkom razvoju te učinkovitosti i iskustvu.	-cijena energije -promatrana industrijska djelatnost,
Proizvodnja gotovih metalnih proizvoda osim strojeva i opreme	-vertikalno povezivanje, kontrola troškova inputa	-brza prilagodba proizvodnih programa, otežanje povoljnim izvorima financiranja i ostvarivanje troškovnih prednosti
Proizvodnja računala te elektroničkih i optičkih proizvoda	-sophisticirana oprema i vrhunski obrazovani stručnjaci, maksimalna produktivnost	-visoka tehnološka opremljenost, brze promjene na tržištu, potreba za stalnom izobrazbom i praćenjem promjena na tržištu te novim tehnološkim dostignućima, kao i organizacijska i proizvodna fleksibilnost
Proizvodnja električne opreme	-trend povećanja potrošnje električne energije, prelazak na djelotvornija tehnološka rješenja za proizvodnju električne energije, zastarijevanje infrastrukture te sve veće korištenje obnovljivih izvora energije za proizvodnju električne energije	-male, serijske proizvodnje, investicije u strojeve, opremu i informacijsku tehnologiju, a zastarjelost strojeva i opreme pokazala se kao glavni ograničavajući čimbenik proizvodnje.
Proizvodnja strojeva i uređaja	-stupanj inženjerske stručnosti te o učinkovitosti proizvodnje	-trend rasta ukupne aktive
Proizvodnja motornih vozila, prikolica i poluprikolica	-izrazito visok stupanj intenziteta konkurencije, dugoročna stabilizacija proizvodnje i profitabilan rast	-energetski učinkovitija i ekološki prihvatljivija rješenja pa se hrvatski proizvođači trebaju pripremati na promijenjenu strukturu buduće potražnje.
Proizvodnja ostalih prijevoznih sredstava	-neiskorišteni proizvodni kapaciteti i niske cijene novogradnje -niske razine novih narudžbi i promjene u strukturi potražnje -pronalazak prikladnih mehanizama financiranja, i	- malo sredstava uloženo u procese istraživanja i razvoja- nedovoljna i nekvalitetna radna snaga, zastarjela tehnologija koja se ne modernizira

	- promjene u zahtjevima vezanima uz ekonomiku i dizajn brodova te promjene u zakonodavstvu.	
Proizvodnja namještaja	-proizvodnja ekološkog namještaja, proizvodnja namještaja manjeg profila, proizvodnja multifunkcionalnog namještaja, tehnološki dizajn namještaja, popularnost vintage namještaja, sve veći značaj namještaja za vanjske prostore, izradu namještaja po želji kupca, specijaliziranost u madracima te kožni namještaj	-dobra sirovinaska osnova i duga tradicija u proizvodnji namještaja
Popravak i instaliranje strojeva i opreme	-održavanje i čišćenje trenutne opreme	-nema profitabilnosti, niti poboljšanja

Izvor: Industrijska strategija Republike Hrvatske 2014. – 2020., Ministarstvo gospodarstva,

Republika Hrvatska, Zagreb, 2014., Strateški plan.

Strategija RH povodom poboljšanja industrijalizacije u RH vodi se trendovima globalnog poboljšanja proizvodnje. Proizvodnja se odražava na potrošnju. S obzirom da Republika Hrvatska nije velika država poput npr. SAD-a nema dovoljno resursa kako bi mogla u svim područjima industrije proizvoditi potrebna dobra za građane. U dijelovima u kojima nema potpuno dovoljno sredstava proizvodnja nije 100 % iskorištena. Isto tako na područjima u kojima sadrži dovoljno sredstava kao što je npr. kemijska industrija u kojoj se proizvode sredstva za čišćenje ili kozmetički preparati. Isto tako, pokušava pratiti sve trendove koje Europska Unija unosi svojim poslovanjem u proizvodni svijet. Proizvodnja namještaja u Europskoj Uniji je na visokom nivou. Osim što se pazi na ekološka prava, održavanje ekologije i ekološkog sustava koji ne može više izdržati ubrzanje industrije i globalnog svijeta , potrebno je naglasiti kako Republika Hrvatska pokušava bez obzira na dugu tradiciju u proizvodnji ,proizvoditi ekološki namještaj od ekološkog materijala koji je razgradiv. Uporaba plastike, i svih drugih materijala koji izazivaju zagađenje planeta Zemlje, počinje se sve više zabranjivati. Kada je u pitanju proizvodnja računala, Republika Hrvatska ne može pratiti primjer Kine koja masovno proizvodi i vodeća je svjetska sila u proizvodnji računalnih pomagala. No, svakako se može usavršavati, što i čini.

Uz pomoć mnogih edukacija, usavršavanja tehnoloških pomagala, visoka tehnološka opremljenost, brze promjene na tržištu, potreba za stalnom izobrazbom i praćenjem promjena na tržištu te novim tehnološkim dostignućima, kao i organizacijska i proizvodna fleksibilnost. Na područjima industrije u kojima Republika Hrvatska ima dovoljno resursa za proizvodnju nastoji pratiti sve trendove, pogotovo od trenutka kada je postala punopravna članica Europske Unije. Od tada, svi standardi koji su ugovoreni međunarodnim normama moraju se ispoštovati.

Većina razmjene dobara i usluga se događa na području Eurozone kako bi se stabilnost na tržištu, pogotovo na ovom navedenom području konstantno održavala. S obzirom na to, svaki proizvod koji se ne može ostvariti proizvodnjom u RH, proizvodi se u EU i na taj način se nadomještaju resursi koji se ne mogu proizvesti u RH, a potrebni su za normalno životno funkcioniranje građana.

7. GLOBALNI TRENDVI U POTROŠNJI

Globalni trendovi u potrošnji mogu se očitovati u velikom razmjeru s proizvodnjom. Ipak, potrošnja kontrolira tržište i kompanije pokušavaju zadovoljiti svoje kupce što je bolje moguće. No, kupac ovog puta kreira scenarij odvijanja poslovanja neke kompanije s obzirom na to kolika je potražnja za proizvodom no hoće li proizvod zadovoljiti potrebe potrošača je izrazito bitno. S obzirom da potrošnja ne mora biti samo na malo, odnosno, prodaja, pravne osobe koje zahtijevaju puno više materijala i sredstava raditi će na velikoj kupnji i samim time će se automatski sniziti cijena proizvoda. Naime, proizvod se može prodavati i na malo, što uvelike zapravo potrošnju čini većom. Što je manja serija proizvodnje to će potrošnja od strane kupca biti veća, s obzirom da je najveći trend u današnjoj potrošnji kupiti nešto na što je uloženo jako puno truda i rada a nema puno primjeraka. U maloprodaji će se isto tako uvesti promjene koje će utjecati na tijek potrošnje.

Prva promjena je "podaci kreiraju put". U ovoj promjeni se očekuje veća upotreba umjetne inteligencije koja će oblikovati način kupnje, odnosno potrošnje sredstava. Uz pomoć umjetne inteligencije, prikupljati će se podaci o kupcima i strojno će se ti podaci učiti kako bi se mogle namjene kupca prepoznati. Na temelju prikupljenih podataka, uvid će se stvoriti u informacije tko i gdje i što kupuje i kako.

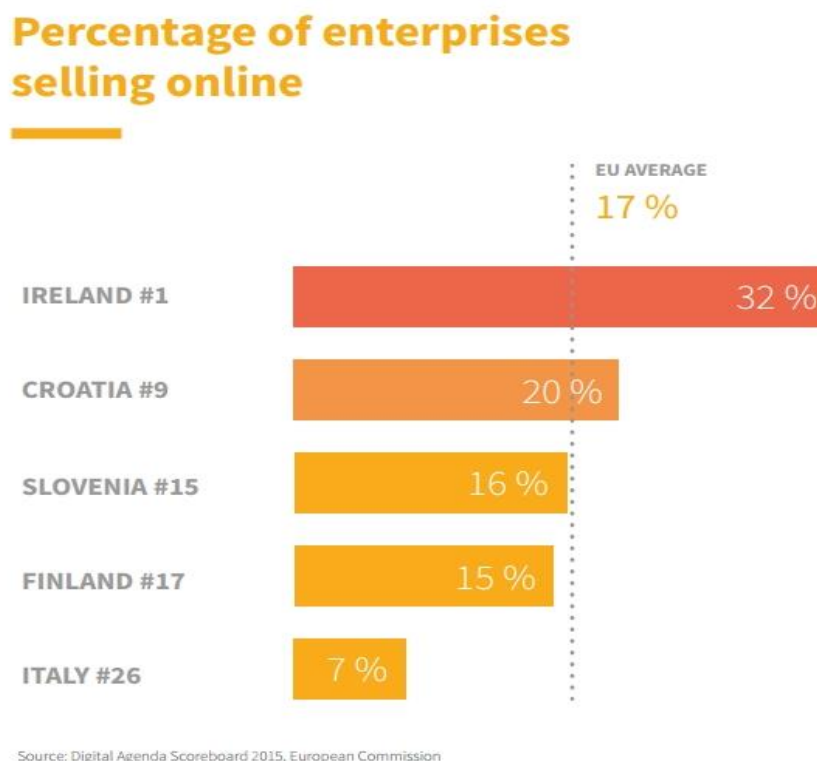
"Dobro je činiti dobro" jedan je od trendova koji nastoji održati balans održivosti, te će se tražiti veća diferencijacija i veće standarde kojima će se održivost moći ispuniti. Želja trgovaca i brandova je pozitivnost, odnosno, na pozitivan način utjecati na okolinu. Na taj način će se moći imidž u javnosti formirati i bit će uspješnija prodaja.

"Seamless stores" je novi trend koji podrazumijeva inovaciju tehnologije, s obzirom da fizička trgovina i dalje ima prednost nad online prodajom. Očekuje se od trgovina na neki način utjecati na potrošnju kupca na način da se mnogi proizvodi postave online kako bi potrošači kupnju mogli obaviti u što kraćem vremenu.

"Sam's Club Now", pomoću ovog koncepta omogućuje se trgovcu prilagodba na najnovija tehnologijska postignuća kako bi se svijet mogao u svakoj pori potrošnje digitalizirati. Na način da će se pojaviti mapa na pametnom telefonu kako da što bolje pronađu proizvodi.

"Pomozi mi da budem zdrav " je peti trend koji će pokušati potrošnju učiniti većom, boljom, sigurnijom. Većina kupaca želi živjeti zdravije pa i na taj način gleda kada je u pitanju potrošnja. Očekuje se od trgovaca da postanu aktivniji kada je u pitanju informiranje i obrazovanje, s obzirom da kupci konstantno rade na sebi i zdravlje im je najbitniji dio svakodnevnice , pozitivno će se poticati nagrađivanje kupaca koji njeguju zdrav život i na taj će se način uvelike povećati potrošnja.

"Anywhere, anytime " je trend koji pokušava naći rješenja za društvenu trgovinu. Ona je dio e-trgovine i kao takva iznimno je važno usuglasiti pravila ponašanja i interakcije među potrošačima, kao i prema samoj aplikaciji. Pa će ono doprinijeti poboljšanju povećanja potrošnje. Povećanje očekivanja kupaca uključuje promjenu, pogotovo kada je u pitanju tehnologija. Svijet je okrenut novoj eri koju zaobići ne možemo.



Slika 4. Postotak poduzeća koji vrše prodaju putem interneta

Izvor : Source Digital Agenda , European Commission, 2015.

8. ZAKLJUČAK

Trendovi utječu na razvoj proizvodnje i potrošnje. Agilnost i usavršavanje moraju postati dio svakodnevnice u svijetu proizvodnje i potrošnje iz razloga jer današnji svijet tržišta i kapitalizma ne poznaje pojam stagnacije i kao takav, ne trpi nazadovanja već potražuje svakodnevna nova učenja. Kako bi se izbjegli neprijateljski odnosi i sukobi te nadmoć u postojanju velikih svjetskih sila, dolazi do procesa gdje se međusobno povezuju strane zemlje Europe i SAD-a. Na taj način zabilježen je nagli porast trgovine. Jedan od poznatijih globalnih trendova je trend just in time. On čini proizvodnju uspješnom te stvara ekonomsku stabilnost između država koje surađuju na globalnoj razini. Nadalje, svijet tehnologije unaprijedio je proizvodnju i potrošnju, a trendovi potpomažu realizaciji ubrzanja i praćenja konkurencije na tržištu. Uspostavljen je novi način organizacije u suvremenom svijetu gdje komunikacijska i informacijska tehnologija, odnosno Internet, olakšava suradnju između firmi i poduzetnika. Tržište je veliko i dostupno je svakome, no nemaju svi potrebna sredstva koja čine proizvodnju lakšom. Povodom ove konstatacije, možemo se okrenuti Republici Hrvatskoj i zaključiti kako bez obzira na trendove, pojedini proizvodi ne mogu nastati u RH s obzirom na opremljenost industrije, ali i na izvor resursa kojima RH raspolaže. Trendovi hrvatskom gospodarstvu mogu pomoći samo u segmentu pružanja usluge, sredstva kojima raspolažemo unaprijediti će proizvodnju, no svakako neće određeno industrijsko polje poboljšati ako se nema čime raspolagati. Republika Hrvatska je punopravna članica Europske Unije i kao takva, svoj manjak sredstava nadomješćuje iz zaliha Eurozone. Zemlja uvoznica koja pruža usluge turizma na zadovoljavajućoj bazi potrošnje, ali kada je u pitanju proizvodnju, izgledno kasni za drugim državama. Što se tiče globalnih trendova u potrošnji, treba naglasiti kako potrošnja kontrolira tržište. Kompanije nastoje zadovoljiti svoje kupce na što bolji način, ali ipak kupac sam kreira scenarij odvijanja poslovanja određene kompanije. Brojni su trendovi koji pokušavaju pronaći različita rješenja za društvenu trgovinu ili koji pak pokušavaju potrošnju učiniti većom, sigurnijom i boljom. Naravno, ne može svaki brend ponuditi odgovarajuće usluge ili proizvode, no bez obzira na to, bitna je činjenica da potrošači očekuju da se, što je više moguće, prilagodi njihovim potrebama.

9. POPIS LITERATURE

1. Juričić, Lj. (2016.): Hrvatsko gospodarstvo i svjetsko okruženje, Opatija.
2. Lončar, J. (2005.): Globalizacija – pojam , nastanak i trendovi razvoja , Zadar.
3. Lončar, V.(2016.): Proizvodnja bez zaliha, Varaždin.
4. Rukavina, M. (2018.): Sustav proizvodnje Just in Time na primjeru Toyote, Zadar.
5. Štimac, H. (2016.): Trendovi i budućnost u međunarodnom logističkom poslovanju, Zagreb
6. Švigir, M. (2010.): Strukturni aspekti troškovne konkurentnosti radne snage zaposlene u prerađivačkoj industriji Hrvatske, Zagreb.
7. World Economic and Financial Surveys, Subdued Demand Symptoms and Remedies, 2016.
8. Industrijska strategija Republike Hrvatske 2014. – 2020

Internet izvori:

1. Mirjana Matešić. Unatoč globalizaciji i tehnologiji, ekonomski rast usporava. Nejednakost, demografija i okoliš u centru pažnje. 20. travnja 2019. <http://ideje.hr/unatoc-globalizaciji-i-tehnologiji-ekonomski-rast-usporava-nejednakost-demografija-i-okolis-u-centru-paznje/>. 1.4.2020.
2. WTO accessions. siječanj 2014. https://www.wto.org/english/thewto_e/acc_e/acc_e.htm. 1.4.2020.
3. D.D.N. Znete li što je 'outsourcing'?. 4. svibnja 2014. <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/znete-li-sto-je-outsourcing---334372.html>. 2.4.2020.
4. Angus Maddison. 3. rujna 2009. <http://www.ggdc.net/maddison/oriindex.htm>. 10.7.2020.
5. Državni zavod za statistiku. 2019. https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/StatInfo/pdf/StatInfo2019.pdf. 10.7.2020.
6. Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije. <https://razvoj.gov.hr/>. 10.7.2020.

7. European Commission, Source Digital Agenda, 18. lipnja 2015. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/digital-agenda-scoreboard-2015-most-targets-reached-time-has-come-lift-digital-borders>. 5.7.2020.