

**Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Македонија  
Факултет за природни и технички науки**

**University „Goce Delcev“, Stip, Macedonia  
Faculty of Natural and Technical Sciences**

UDC: 622:55:574:658

ISSN: 185-6966

# **Природни ресурси и технологии Natural resources and technology**

Број 9  
No 9

Година IX  
Volume IX

Ноември 2015  
November 2105

**УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ” – ШТИП  
ФАКУЛТЕТ ЗА ПРИРОДНИ И ТЕХНИЧКИ НАУКИ**

---

UDC 622:55:574:658

ISSN 185-6966



**Природни ресурси и технологии  
Natural resources and technology**

**ноември 2015  
november 2015**

**ГОДИНА 9  
БРОЈ 9**

**VOLUME IX  
NO 9**

---

**UNIVERSITY “GOCE DELCEV” – STIP  
FACULTY OF NATURAL AND TECHNICAL SCIENCES**

**ПРИРОДНИ РЕСУРСИ И ТЕХНОЛОГИИ**  
**NATURAL RESOURCES AND TECHNOLOGY**

**За издавачот:**

Проф. д-р Зоран Десподов

**Издавачки совет**

Проф. д-р Блажо Боев  
Проф. д-р Зоран Панов  
Проф. д-р Борис Крстев  
Проф. д-р Мирјана Голомеова  
Проф. д-р Благој Голомеов  
Проф. д-р Зоран Десподов  
Проф. д-р Дејан Мираковски  
Проф. д-р Кимет Фетаху  
Проф. д-р Ѓорѓи Радулов

**Editorial board**

Prof. Blazo Boev, Ph.D  
Prof. Zoran Panov, Ph.D  
Prof. Boris Krstev, Ph.D  
Prof. Mirjana Golomeova, Ph.D  
Prof. Blagoj Golomeov, Ph.D  
Prof. Zoran Despodov, Ph.D  
Prof. Dejan Mirakovski, Ph.D  
Prof. Kimet Fetahu, Ph.D  
Prof. Gorgi Radulov, Ph.D

**Редакциски одбор**

Проф. д-р Зоран Панов  
Проф. д-р Борис Крстев  
Проф. д-р Мирјана Голомеова  
Проф. д-р Благој Голомеов  
Проф. д-р Зоран Десподов  
Проф. д-р Дејан Мираковски

**Editorial staff**

Prof. Zoran Panov, Ph.D  
Prof. Boris Krstev, Ph.D  
Prof. Mirjana Golomeova, Ph.D  
Prof. Blagoj Golomeov, Ph.D  
Prof. Zoran Despodov, Ph.D  
Prof. Dejan Mirakovski, Ph.D

**Главен и одговорен уредник**

Проф. д-р Мирјана Голомеова

**Managing & Editor in chief**

Prof. Mirjana Golomeova, Ph.D

**Јазично уредување**

Даница Гавриловска-Атанасовска  
(македонски јазик)

**Language editor**

Danica Gavrilovska-Atanasovska  
(macedonian language)

**Техничко уредување**

Славе Димитров  
Благој Михов

**Technical editor**

Slave Dimitrov  
Blagoj Mihov

**Редакција и администрација**

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип  
Факултет за природни и технички науки  
ул. „Гоце Делчев“ 89, Штип  
Р. Македонија

**Address of the editorial office**

Goce Delcev University - Stip  
Faculty of Natural and Technical Sciences  
Goce Delcev 89, Stip  
R. Macedonia

## СОДРЖИНА

<b>Радмила Каранакова Стефановска, Зоран Панов, Ристо Поповски</b> ПОДЗЕМНА ГАСИФИКАЦИЈА НА ЈАГЛЕН КАКО АЛТЕРНАТИВНА, ЕКОНОМИЧНА И ОСТВАРЛИВА ТЕХНОЛОГИЈА .....	7
<b>Стојанче Мијалковски, Зоран Десподов, Дејан Мираковски, Николинка Донева, Ванчо Аџиски</b> ИСКОРИСТУВАЊЕ И ОСИРОМАШУВАЊЕ НА РУДАТА КАЈ РУДАРСКИТЕ ОТКОПНИ МЕТОДИ .....	19
<b>Ванчо Аџиски, Дејан Мираковски, Зоран Десподов, Стојанче Мијалковски</b> МОДЕЛИРАЊЕ НА ПОЖАРНИ СЦЕНАРИЈА ВО РУДНИЦИТЕ ЗА ПОДЗЕМНА ЕКСПЛОАТАЦИЈА .....	29
<b>Благој Голомеов, Мирјана Голомеова, Афродита Зенделска</b> ОСКУЛТАЦИЈА НА ДРЕНАЖНИОТ СИСТЕМ И СИСТЕМОТ НА ЦИКЛОНИРАЊЕ НА ХИДРОЈАЛОВИШТЕТО НА РУДНИК САСА - М. КАМЕНИЦА .....	49
<b>Ivan Boev, Blazo Boev</b> THE CRVEN DOL ARSENIC-THALIUM MINERALIZATION IN ALSAR DEPOST IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA .....	59
<b>Орце Спасовски, Даниел Спасовски</b> ПЕТРОГРАФСКО- МИНЕРАЛОШКИ И КВАЛИТАТИВНИ КАРАКТЕРИСТИКИ НА МЕРМЕРИТЕ ОД НАОЃАЛИШТЕТО ЛЕКОВО .....	77
<b>Војо Мирчовски, Ѓорги Димов, Тена Шијакова Иванова, Благица Донева, Ласте Ивановски</b> ХИДРОГЕОЛОШКИ ИСТРАЖУВАЊА НА ПОДЗЕМНА ВОДА ВО СЕЛО К'ШАЊЕ ОПШТИНА КУМАНОВО, РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА .....	89
<b>Горан Славковски, Благој Делипетрев, Благица Донева, Зоран Тошиќ, Марјан Бошков</b> ГЕОФИЗИЧКО ИСТРАЖУВАЊЕ НА ГЕОЛОШКИ КОМПЛЕКС СО МЕТОДА НА ГЕОЕЛЕКТРИЧНО СОНДИРАЊЕ .....	101

---

<b>Горан Алексовски, Марјан Делипетрев, Владимир Маневски, Горан Славковски, Зоран Тошиќ</b> ИСТРАЖУВАЊЕ СО МЕТОДА НА СЕИЗМИЧКА РЕФЛЕКСИЈА .....	113
<b>Зоран Тошиќ, Благој Делипетрев, Марјан Делипетрев, Марјан Бошков, Трајан Шолдов</b> КОМПЛЕКСНА ИНТЕРПРЕТАЦИЈА ПОМЕЃУ СЕИЗМИЧКА РЕФРАКЦИЈА И ГЕОЕЛЕКТРИЧНО СОНДИРАЊЕ .....	123
<b>Трајан Шолдов, Марјан Делипетрев, Владимир Маневски, Горан Славковски, Горан Алексовски</b> КОРЕЛАЦИЈА ПОМЕЃУ ГЕОЕЛЕКТРИЧНО СОНДИРАЊЕ И КАРТИРАЊЕ ПРИ ДЕФИНИРАЊЕ НА ГЕОМЕХАНИЧКИ ПАРАМЕТРИ .....	133
<b>Марјан Бошков, Крсто Блажев, Благој Делипетрев, Трајан Шолдов, Горан Алексовски</b> СЕИЗМИЧКО ИСТРАЖУВАЊЕ НА ГЕОЛОШКА СРЕДИНА СО РЕФРАКЦИОНА МЕТОДА .....	143
<b>Благица Донева, Ѓорги Димов</b> СЕИЗМИЧНОСТ НА ТЕРИТОРИЈАТА НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА .....	155
<b>Tena Sijakova-Ivanova, Blazo Boev, Vesna Zajkova-Paneva, Vojo Mircovski</b> CHEMICAL CHARACTERISTICS OF SOME DRINKING WATERS FROM EASTERN AND SOUTH-EASTERN MACEDONIA .....	165
<b>Мирјана Голомеова, Афродита Зенделска, Благој Голомеов, Борис Крстев, Шабан Јакупи</b> ПРИМЕНА НА ОПАЛИЗИРАН ТУФ ЗА ОТСТРАНУВАЊЕ НА ТЕШКИ МЕТАЛИ ОД РАСТВОР .....	179
<b>Ivan Boev</b> SCANNING ELECTRON MICROSCOPY STUDIES OF PARTICLES (PM-10) FROM THE TOWN OF KAVADARCI AND VILAGE VOZARCI , REPUBLIC OF MACEDONIA .....	187
<b>Лидија Атанасовска, Дејан Мираковски, Марија Хаџи- Николова, Николинка Донева, Стојне Стоиловски</b> ПЕРСОНАЛНА ИЗЛОЖЕНОСТ НА ГАСОВИ НА ВРАБОТЕНИТЕ ВО МЕТАЛУРГИЈАТА .....	197

---

<b>Дејан Ангеловски, Дејан Мираковски, Марија Хаџи-Николова, Николинка Донева</b> ТЕХНИКИ НА МОНИТОРИНГ НА ИЗЛОЖЕНОСТ НА ГАСОВИ НА ОТВОРЕН ПРОСТОР ВО УРБАНА СРЕДИНА.....	213
<b>Агрон Алили, Борис Крстев, Софче Трајкова, Зоран Стоилов, Александар Крстев, Горан Стаменов</b> ОТПАДНАТА БИОМАСА КАКО НОВ ИЗВОР ЗА ТОПЛИНСКА МОЌ – МОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВИ.....	233
<b>Анита Андреевска Митровска, Мирјана Голомеова</b> КОНТРОЛА НА МИРИЗБИ ОД ОТПАДНИ ВОДИ.....	245
<b>Анита Андреевска Митровска, Мирјана Голомеова, Даниела Нелепа</b> БЕЗБЕДНОСНИ АСПЕКТИ ОД УПРАВУВАЊЕ СО КОНВЕНЦИОНАЛНА ПОСТРОЈКА ЗА ТРЕТМАН НА ОТПАДНИ ВОДИ, СОГЛАСНО ЗАКОНСКА РЕГУЛАТИВА ВО Р. МАКЕДОНИЈА .....	263
<b>Agron Alili, Boris Krstev, Aleksandar Krstev, Goran Stamenov, Zoran Stoilov</b> THE HAZARDOUS MEDICAL WASTE – TREATMENT TECHNOLOGIES, LOCATION AND ORIGIN.....	279
<b>Кире Колев</b> АНАЛИЗА И БЕНЕФИЦИИ ВО МЕНАЏМЕНТОТ НА СНАБДУВАЧКИ СИНЦИРИ ВО ИНДУСТРИЈАТА ЗА ТЕКСТИЛ.....	285
<b>Кире Колев, Мише Милановски</b> RFID ТАГИРАЊЕ НА ПРОДУКТИ ВО ТЕКСТИЛНАТА ИНДУСТРИЈА .....	293
<b>Мише Милановски, Марјан Ивановски, Александар Крстев</b> СЛЕДЕЊЕ НА ПРАТКИ СО RFID И GPS .....	301
<b>Марјан Ивановски, Зоран Десподов, Борис Крстев, Мише Милановски, Александар Крстев</b> ЛОГИСТИКА НА ПАТНИЦИ НА ДОМАШНИ АЕРОДРОМИ.....	313

---

<b>Петар Намичев, Екатерина Намичева</b> ОБЛИКУВАЊЕ НА ЕНТЕРИЕРОТ НА ГРАДСКАТА КУЌА ОД 19 ВЕК ВО МАКЕДОНИЈА.....	329
<b>Петар Намичев, Екатерина Намичева</b> ДЕКОРАТИВНИ МОТИВИ ВО ЕНТЕРИЕРОТ НА ГРАДСКАТА КУЌА ОД 19 ВЕК ВО МАКЕДОНИЈА .....	343
<b>Васка Сандева, Катерина Деспот</b> БОЈАТА КАКО НОСИТЕЛ НА ЕМОЦИИ И КАКО ГРАДИВЕН ЕЛЕМЕНТ ВО ДИЗАЈНОТ .....	357
<b>Катерина Деспот, Васка Сандева</b> ИНДУСТРИСКИ ДИЗАЈН ВО СОВРЕМЕНО ДОМУВАЊЕ НА СКАНДИНАВСКИ МОДЕРНИЗАМ.....	367
<b>Стојне Стоиловски, Зоран Панов, Дејан Мираковски</b> ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА СТАНДАРДОТ ЗА БЕЗБЕДНОСТ И ЗДРАВЈЕ ПРИ РАБОТА ОН SAS 18001:2007 СО ПРЕСМЕТКА НА РИЗИК НА РАБОТНО МЕСТО РАКУВАЧ СО ДИЗЕЛ УТОВАРИВАЧ ВО ЈАМА ВО РУДНИК „САСА“ .....	377
<b>Борче Везенков, Благој Голомеов, Зоран Панов, Александар Ресавски</b> КАРАКТЕРИЗАЦИЈА НА ЦВРСТИОТ КОМУНАЛЕН ОТПАД.....	389
<b>Александар Ресавски, Благој Голомеов, Борче Везенков</b> МЕРКИ ЗА НАМАЛУВАЊЕ НА ЕМИСИИТЕ ОД СТАКЛЕНИЧКИ ГАСОВИ ВО МАКЕДОНИЈА ОД УПРАВУВАЊЕ СО КОМУНАЛЕН ОТПАД .....	401
<b>Блажо Боев</b> Project Proposal: Geological Heritage of the Republic of Macedonia as a Challenge for the Development of Geoparks .....	409

## АНАЛИЗА И БЕНЕФИЦИИ ВО МЕНАЏМЕНТОТ НА СНАБДУВАЧКИ СИНЦИРИ ВО ИНДУСТРИЈАТА ЗА ТЕКСТИЛ

**Кире Колев<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Факултет за природни и технички науки,  
Универзитет „Гоце Делчев“, Штип

### **Апстракт**

Менаџментот на снабдувачки синцири во европската текстилната индустрија е една од областите на којашто се посвети внимание во рамките на истражувањето. Целта е да се состави сеопфатен преглед на предизвиците во синцирот на снабдување, кои може да се решат со компании кои имаат постојана потреба за изградба на нови апликации и стратегии за да се генерираат нови вредности за нивните клиенти и да се разликуваат од своите конкуренти. Висок приоритет се целите на намалување на трошоците, зголемување на продажбата, како и за подобрување на услуги на клиентите. Со ефикасно користење на новите технологии треба да му се овозможи на текстилниот сектор постигнување на овие три главни цели. Така логистиката игра клучна улога во овој сектор.

**Клучни зборови:** *модел, текстил, менаџмент, индустрија, менаџмент на снабдувачки синцири.*



## ANALYSIS AND BENEFITS IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT IN THE TEXTILE INDUSTRY

**Kire Kolev<sup>1</sup>,**

<sup>1</sup>Faculty of Natural and Technical Sciences,  
Goce Delcev University, Stip, Macedonia

### **Abstract**

Supply Chain Management in the European Textile Industry is one of the areas addressed as a dedicated work package within the research. The objective is to compile a comprehensive overview of challenges in the supply chain which can be solved through companies have the constant necessity to build new applications and strategies to generate value to their clients and differentiate from their competitors. The high-priority objectives are the reduction of costs, increase of sales, and the improvement of customer service. An efficient use of new technologies, should allow the textile sector to reach these three main objectives. Thus logistics are playing a key role in this sector.

**Keywords:** *model, textile, management, industry, supply chain management.*

### **1. Вовед**

Во текот на последните 15 - 20 години, секторот за облека е во состојба на континуирано реструктурирање. Комбинацијата на технолошките и социо-економските промени, трошоците за производство, либерализација и појавата на важни меѓународни конкуренти од Азија и медитеранскиот регион влијаат на производство на европската облека. Компаниите за облека се соочуваат со зголемување на конкуренцијата и трошоците. Оттука ефикасен синџирот на снабдување за логистика изгледа ќе биде важен клучен фактор за трговците на мало да се преживее на пазарот.

Секторот за облека особено ќе се сочат со предизвиците и проблемите во логистичките процеси и треба да се изнајдат решенија за подобрувања.

## 2. Предмет

Овој труд се фокусира на процесот на синцирот на снабдување за облека, кои беа анализирани во соработка со компаниите кои учествуваат во истражувањата. Се должи на комплексноста на синцирот на снабдување на облека, беа направени следните претпоставки за ограничување на поглед во однос на нашите цели и се фокусира на:

- текстилните сектори, како што се домашни текстилни производи, технички текстил, како и производство на влакна и нивната логистика се исклучени;
- процесите се опишани генерички и врз основа на избраниот дистрибутивен канал;
- дистрибутивни канали, како што е e-Commerce, се исклучени;
- недовршени стоки, работна облека, додатоци и чевли не беа земени предвид.

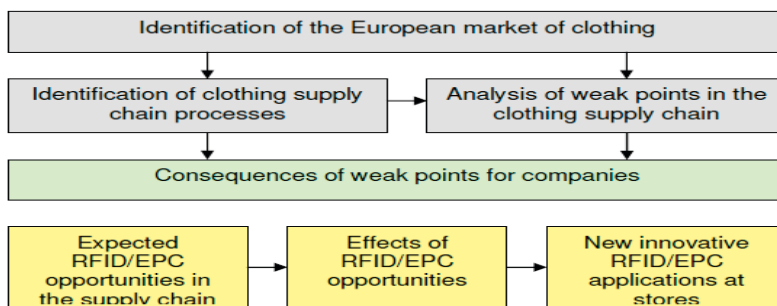
## 3. Цел на анализата на проблемот

Ова истражување беше спроведено да се анализира синцирот на снабдување на облека и да се идентификуваат предизвиците и проблемите. Студијата се обидува да даде:

- опис на пазарот на големо во Европа;
- идентификување на процеси на должината на синцирот на снабдување и потенцирање на потенцијалните слабости и проблеми;
- оценка на последиците и ефектите од идентификуваните слаби точки.

## 4. Работен пристап

Начин идентификација на слабостите и предизвиците во синцирот на снабдување за облека:



Слика 1. Работен пристап  
Figure 1. Working approach

Прво европскиот пазар за облека се анализира за да се идентификуваат состојбата на пазарот и предизвиците. Во следната фаза е идентификуван логистички синџир на снабдување и произлегуваат слабостите и проблемите во различни чекори на процесот кои беа наведени. Последиците од овие слаби точки се разработуваат во следните чекори.

### 5. Потрошувачка на облека во Европа

Европската потрошувачка се смета за клучен фактор за развој во малата индустрија. Намалувањето на приватните трошоци на домаќинството за облека и обувки од 9,7% во 1970 до 6,0% во 2005 година и придружните пад на нивото на цените доведе до повисока цена и конкуренцијата на пазарот. Социо-економски промени и менувањето демографски структури, исто така, влијаат врз потрошувачката на облека во Европа. Некои важни аспекти се:

- зголемување на стапката на жените во целосна вработеност, помали семејства и постаро родителство;
- различни однесувања при купување низ земјите, кои може да се припишат на особеностите на културата, националности, демографските промени и возраст;
- различни вкусови и преференции за облека во врска со модата и цена во европскиот пазар.

Како резултат на тоа, распределбата на облека сè уште се покрива главно од национални или регионални актери. Многу малку компании за облека генерираат обрт од повеќе од 30% надвор од нивните национални граници.

Заедно овие компании претставуваат само една петина до една четвртина од прометот на ЕУ, иако процентот се зголемува.

Покрај овие социо-економски промени, однесувањето на потрошувачите, исто така, се менува. Потрошувачите се подобро информирани преку интернет и патувања. Тие се повеќе критични и се очекува повеќе и подобри услуги и трговски искуства. Зголемувањето на бројот на потрошувачи има тенденција за квалитет и ексклузивност во корист на „вредност за парите“ и „жешката“ мода. За Европејците е задоволство да се облекуваат.

### 6. Канали за набавки во малопродажниот сектор за облека Барањето за пониски цени

Глобализацијата и зголемувањето на трговските текови влијаеле на канали на набавка во европската текстилна индустрија. Од една страна, сè

повеќе и повеќе облека се произведува надвор од Европа по ниска цена и пониски трошоци на работна сила. Од друга страна, новите e-commerce, хипер и супермаркети на страната на побарувачката ги туркаат надолу цените преку поголемата конкуренција. Трговците се принудени да ја намалат цената на влез преку намалување на трансакционите трошоци и пократко и поефикасно да доведе до должината на вредност на синцирот. Зголемувањето на директните набавки наместо голем број канцеларии и агенти во различни земји е едно од најважните решенија за намалување на овие трошоци и да дозволи подобрена транспарентност на синцирот на снабдување.

Трговците на мало користат три различни начини на снабдување, кои играат различна важност во однос на различни дистрибутивни канали:

- производство на сопствени производи: облека се произведува во фабриките во сопственост на трговците;
- однос на подизведувачи;
- завршени производи: готови производи дизајнирани и произведени од страна на производителите ќе бидат купени директно на производителот или преку купување на големо или синдикати.

Понатаму стратегија на снабдување може да се разликува во *push* и *pull* логистика. При примена на *pull* стратегија, облеката е купена од страна на продавници за да ја надополнува облеката или да надополни нови колекции врз основа на индивидуалните побарувачки на продавницата. Стратегијата на *push* се однесува на вертикално интегрираните компании кои имаат целокупното управување и одговорност на синцирот на снабдување. Овие компании обично се *push* на колекционери од дистрибутивниот центар (или производителот) директно на продавници без постоечкиот нарачател.

Селекцијата на дистрибутивни канали варира во однос на разликите во однесувањето на потрошувачите во европските земји и беа анализирани од страна на “Institut français de la mode” во 2004 за три водечки земји облека во Европа (Германија, Франција и Велика Британија). Табела 1 укажува на достапни податоци.

**Табела 1. Листа на податоци**  
**Table 1. List of data**

Европски земји	Германија (%)	Франција (%)	Велика Британија (%)
Независни мултибренд продавници	24	14	n. a.
Специјализирани продавници	27	23	30
Оддел на мало	11	5	26
Хипермаркети и супермаркети	17	15	n. a.
Други	13	8	n. a.

### Франција

Во Франција специјализираните синцири заземаат 23% со поголема тенденција, а стоковните куќи (5%), хипермаркетите и супермаркетите (16%), независните продавници (14%) и по пошта (8%) со тенденција да се намали (од 2005 година).

### Велика Британија

На пазарот на облека на мало Велика Британија доминира со 30% специјализирани синцири проследени со стоковни куќи со 26% (меѓу нив Marks & Spencer's со 12% удел на пазарот). Дисконтите (на пример, Matalan, Primark), како и хипермаркети и супермаркети (на пример, Asda, Теско) добивка од зголемување на уделот на пазарот.

### Германија

Германија има повеќе различни структури на пазарот. Специјализираните синцири се водечки на пазарот со 27%, со тенденција на пораст, додека учеството на независни продавници (24%) се намалува. Со 17% во продажбата за хипер и супермаркети (вклучувајќи дисконтите како Aldi и Lidl) и 13% во продажбата преку пошта (на пример, Otto, Quelle), овие две дистрибутивни канали се повеќе со значајна улога во Германија. Стоковни куќи само за околу 11% во продажбата.

Еден поинаков развој на учеството и значењето на дистрибутивни канали во Европа може да се забележи. Сепак, забрзувањето на концентрација на мало може да се препознае во последно време насекаде во Европа. Предвидлива последица на овој тренд е зголемувањето на тешкотии за независните трговците на мало да се натпреваруваат со големите малопродажни синцири. Затоа севкупно намалување на независни продавници во повеќето европски земји не е изненадувачки. Помалку ефикасни извори логистика и мулти-бренд стратегија не може да биде профитабилна доволно во хипермаркети и супермаркети, како и дисконтите ја задржуваат својата позиција на пазарот, дури и може да го зголеми својот удел во некои земји. Целата пазарна структура ќе се покачи со брзи и високоориентирана мода, основна облека и ниски цени/дисконт облеку.

### 7. Заклучок

Пазарот на мало се соочува со менување на работната средина:

- преку новите дистрибутивни канали, како што се е-трговија, и дисконтите постои поголема конкуренција;
- клиентите се подобро информирани и очекуваат повеќе услуги;

- различни начини на купување бараат различни бизнис модели.
- Со оглед на овие промени, трговците на мало треба да ги приспособат своите бизнис модели. Тие треба да:
  - го зголемат увозот од земјите со ниска цена на производи и труд, особено глобалната набавка за основна и ниска цена;
  - да понудат повеќе збирки во една година за да ги задоволат барањата на клиентите и очекувањата;
  - го намалат животниот циклус на производот на облека и да го зголемат бројот на колекции;
  - да ги подобрат логистичките процеси да бидат пофлексибилни.

Компании имаат постојана потреба за изградба на нови апликации и стратегии за да се генерираат вредност за нивните клиенти и да се разликуваат од своите конкуренти. Високоприоритетни цели да се намалување на трошоците, зголемување на продажбата и подобрување на услугите на клиентите. На текстилниот сектор во постигнување на овие три главни цели треба да му се овозможи ефикасно користење на новите технологии. Така логистиката игра клучна улога во овој сектор.

### **Користена литература**

- [1] Adinolfi, R., Euratex on Eurostat data: (31. Oct. 2006): “Textile and Clothing Economic Climate“
- [2] Baden, S., (2002): “Trade policy, Retail markets and value chain restructuring in the EU clothing sector”,
- [3] European Commission, (19. Dec. 2006): “Textile and clothing industry in the Mediterranean zone”,
- [4] Eurostat, (12. Oct. 2006): “Textiles and Clothing – Statistics” published on European Commission“,
- [5] GS1 Germany, (2006): „EPC/RFID Technik“,
- [6] Institut français de la mode, (2004): “Textile figures in Europe”,
- [7] Intersélection (Nov. 2005): “New trends of the clothing distribution sector in Europe“ on Expertise Textile information