AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
http://ageconsearch.umn.edu
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

ЕКОНОМИКА ПОЉОПРИВРЕДЕ
Број 3/2006.
УДК: 659.1:631.1

КВАЛИТЕТ И МАРКЕТИНГ "КЉУЧ" ЗА ЕВРОПУ

В. Илић[1]

„Будућност немају они који знају,
већ они који хоће да уче„
Peter Dracker

Абстракт: Живимо у свету глобализације, надируће мондијалистичке интеграције, информатичке брзине и сажетости. Пољопривреда није више изолована грана, а прехрамбена сигурност је одавно решена. Пољопривреда добија улогу чиниоца еколошког и одрживог развоја, а у глобалној тржишној економији задатак „прецизне пољопривреде„ и обрисе агробизниса.

Србија се налази на далекој периферији информатичке и биотехнолошке револуције. Има архаичну пољопривредну структуру (производну, поседовну), девастирано село и функционално неписмене пољопривреднике (литерарну, документациону, нумеричку), мало унутрашње и неприступачно спољне тржиште. Менаџмент квалитета и маркетинга су „меки трбух„ пословне економије у пољопривреди Србије. Због тога је агробизнис одредница будућег развоја пољопривреде Србије, а постизање квалитета као пословне изврсности, примена интегралног маркетинга са националним лицем и фокусирање на биотехнолашка истраживања causa sine qua non њеног одрживог развоја и укључивања у глобалне привредне токове.

Кључне речи: технолошки развој, информатика, тржиште, агробизнис, квалитет, маркетинг, рурални развој, екологија, капитализам, сељак.

Шта је агробизнис?

О агробизнису, као и о пољопривреди, много се говори, али мало зна. Значење синатагме агробизнис није одређено стандардном лексиком. Због тога настају честе терминолошке и оперативне збрке. Концепција

[1] Проф. др Вукашин Илић, Мегатренд - Факултет за менаџмент, Ваљево
E-mail: v.ilic@fmv.edu.yu

агробизниса није нова. Амерички економисти, Dawis и Goldberg, корифеји агробизниса, формулисали су је давне 1956. године.

Према овим ауторима „Agribisiness је сума свих операција по питању производње и подела услуга у области снадбевања пољопривредне производње и производних операција на газдинствима, складиштење, прераде и продаје пољопривредних сировина и предмета који се од њих произведе.“ Они сматрају да агробизнис обухвата све актвности које су се раније – (претходних 150 година) подразмевале под појмом пољопривреда.

Структура агробизниса је веома сложена и у емпиријској димензији има различите облике. Грубо, она се садржи из три сфере: дофармерске, фармерске и постфармерске и обувата велики број предузећа и привредних сектора који су трошковно–пласманско зависни у производњи и продаји пољопривредних прозвода. У основи процеса настајања агробизниса је научно – технолошка револуција, иновације, пораст продуктивности и обима производње, пораст трошковно-пласманске зависности пољопривреде и непољопривредних области.

Зашто квалитет и маркетинг ?

Концепиција агробизниса истакла је у први план значај знања, нематеријалног капитала, тржишта и квалитета производа на бази аграних сировина. У пословној равни , традиционална тријада земља – капитал – рад замењена је новом економском парадигмом: биотехнолошке и биотехничке иновације (истраживачка димензија), тржиште (маркетиншки аспект) и квалитет производа (спој квалитета и продуктивности). Због тога се у срцу срца успешне пословне економије агробизниса налази неопходност координације стратешких функција: маркетинг (M), истраживање и развој (R& D), квалитет (Q).

На домаћој сцени било је последњих деценија много декларација о агробизнису, али недовољно ефикасних и ефективних пословних апликација у овом домену. Наши академски кругови, а посебно политичари, шестарили су хипотезу о ресурсној раскоши и производним потенцијалима домаће пољопривреде. Превиђали су бурне и корените промене у глобалном окружењу, али и оне у самој пољопривреди. Спахијском ароганцијом и бахатошћу игнорисане су законитости аграрне економије. И у њој нема „бесплатног ручка“.

Бесмислен стереотип да је пољопривреда Сизифова сестра а сељак баштеник прометејске хуманисти, платили смо сушењем наше „зелене гране„ аграрним егзодусом, селом седих глава „угашених огњишта“, а многа ће утихнути.

Пољопривреда није складиште хране, а још мање је функционерска самоуслуга из које се износи роба без плаћања на каси.

Доиста наш сељак није поклоник Јуноне, али је рационално себичан и вели: „Љубав за љубав, а паре за сир„.

На грбачи пољопривредника не може се дуго, без драматичних последица, чувати социјални мир, а ниско акумулативна и профитабилна пољопривреда не може бити пол привредног развоја и параметар друштвеног благостања.

Пољопривреда је од времена индустријске револуције хронични болесник економије. Од тада носи баласт лоше друштвене и привредничке позиције. Била је роб је зајмова и није могла без државног штита.Развијен свет улаже годишње у пољопривреду 300 милијарди евра, а само ЕУ око 40 милијарди. У расподели укупних субвенција пољопривреди у ЕУ, фармери добијајају 20 %, а 4 / 5 велики произвођачи и дистрибутери попут Unilevera и Nestle. Због тога је потребно је стрести са пољопривреде рухо илузија, заблуда митова и идеолошких фантазија. За најразвијеније земље Европе пољопривреда више није чинилац привредног раста већ еколошког и одрживог развоја. У 21. веку перспективу нема пољопривреда чији су инпути високи, већ „прецизна пољопривреда„. Правац аграрног развоја ићи ће на истраживање и развој. Сељаку се не треба додворавати, сељаку треба часно служити. Треба га ослободити страха од сутрашњице.Али,нема привредног развоја и државе благостања само са економијом салаша.Тако велика и важна ствар се не купује за мало пара и није могућа без лековитог разбора. Све је у пољопривреди разумљиво још од Хамбурабија и Граха.За расплет аграрне драме неопхдан је отклон од квазиидеологија и лажних доктрина.Нису довољне велике речи, изборна обећања, идеолошки оквири. Потребан је одговор –како се од малог добија велико ?Неопходно је прилагодити развојни модел глобалном окружењу,закорачити у реалан свет бизниса и заорати рационалну бразду, ослободити се аграрног нарцизма и аутизма, непотребних теоријски расправа и јасно и непрекидно бити у дијалогу са животом.

Прво се обезбеђују средства, савремена организација, стандарди, кадрови и разумљиво, нова сазнања, посебно из пословне економије које је у домаћој пољопривреди фактор у минимуму. Прича о могућностима развоја пољопривреде у Србији без издашних финасија је градња симулакрума, куле у ваздуху.Речју, одсуство инвестиција, новца и тржишта, као и савремених економских знања и пословних вештина, посебно управљања, сабирна је жижа проблема домаће пољопривреде.

Аграрна прошлост и подсећање на промашаје могу бити само поуке за будућност. Није могућа рециклажа старих идеја, јер сутра неће бити као јуче.

Оправдан је и опрез,одолети заводљивости економског мита. Због тога је за промене економског и друштвеног положаја домаће пољопривреде и за њен нов идентитет потребна „храброст знања „ узвишеност стварања и стваралачки укрштај између духа ригористе и духа либертинисте, , а не „ економском шминка „.“привидна приватизација - бинго типа „и „ фасадна демократија“.

Шта је европска пољопривреда данас ?

Кључне речи за опис савремене европске пољопривреде јесу:

- Конкурентност;
- Мултифункционалност;
- Одрживост.

Европска пољопривреда испоручује јавну робу, штити и чува сеоски пејсаж, одржава сеоску привреду и инфраструктуру. Чисто неолибералистички приступ пољопривреди не може успети сам по себи. Европа има због тога врло развијену аграрну регулативу и велики аграрни буџет. Заједничка аграрна политика (Common Agricultural Policy - CAP) је једна од најстаријих у Европи. Датира од 1958. године (формално од 1962.године) и врло је компликована, контраверзна , скупа (фондови, администрација) дискриминациона за оне ван капија ЕУ и неразумљива за лаике. Дефинисали су је заједнички и конзервативци и комунисти. Ова политика је еволутивна, деценијски је мењања и прилагођавана релности, има фазни развој. Врло је ризична због стохастичких аграрних токова и компромиса различитих интереса њених актера (честе буџетске кризе).

Стратешки циљеви CAP јесу: тржишна равнотежа, очување руралног амбијента, заштита животне средине и природних ресурса, генерисање паритетног нивоа дохотка који дестимулише депопулацију руралног простора.Реформом CAP из 1999. године промовисана је европска политика руралног развоја која треба да омогући : довољном броју фармера да остане на поседу, диверсификацију запослења у руралним просторима, учествовање у планирању развоја локалних заједница и очување руралног амбијента. Подршка руралним подручјима подразумева ангажовање редефинисаних структурних фондова.

Квинтенсенција нове CAP дефинисане 2003. године јесу: јачање тржишне оријентације пољопривредних фарми (стипулише се фарма према величини капацитета независно од обима производње, стимулише се прелазак са класичне на органски начин производње, подстиче се повећање квалитета и сертификација стандарда квалитета производа). Само производи са ознаком HACCP могу од 01. јануара 2006. ући на тржиште ЕУ, а од 01.

јуна 2006. године ступа на снагу ЕУРО-ГАТ, односно „ добра пољопривредна пракса „ која ће се потврђивати посебним сертификатом.

HACCP се више бави финализацијом производње, а ЕУРО- ГАТ контролише пољопривредну производњу од сетве до жетве или бербе,уз контролу свих агротехничких мера, налаже обавезно вођење дневника обављених послова за сваку културу, контролише сточну храну. Контрола је ригорозна,када се сертификат једном изгуби другом се не треба надати.

Европска комисија (ЕК) је предложила да се од 2000. издваја годишње 15 милиона евра за промоције пољопривредних производа Европске уније на другим тржиштима и информисање у тој области.Захтева се поштовање строгих стандарда здравствене исправности хране, заштите животне средине, брига о квалитету и добром држању животиња, брендирање производа (обезбеђује се заштита потрошача).

Висока су улагања у рурални развој (спречавање нестанка села).

Вишегодишњи интегрални програми руралног развоја који садрже активности од интереса за функционисање одрживе руралне економије дефинисаног географскиг подручја (трајно структурно маргинално подручје, подручја с израженом економском,социјалном диспропорцијом, региони у заостајању које карактеришу привремене структурне неусклађености, компактна подручја високовредних природних ресурса).Финансирање ових активности врши се удруженим средствима структурних фондова ЕУ, националних, субнационалних (регионалних и локалних), јавних и приватних извора на принципима супсидијарност и партнерство.

Систем контроле квалитета аграрних производа је децентрализован, али су хармонизовани национални прописи и стандарди у овој области земаља чланица ЕУ. Масовна је сертификација квалитета производа и фармери се подстичу буџетским средствима да то чине, а бриселска инспекција контролише примену правила националних служби и врши строгу контролу на терену. Због тога није довољно само донети прописе о квалитету (лакши део посла) и извршити сертификацију ISO стандарда. Важнији и далеко тежи део посла је доследна практична примена, а она захтева културу, знање, новац и вештину управљања квалитетом. Европска унија је више од 40 својих типичних производа и имена јела и пића ауторски заштитила.

Европска комисија је 1999. године покренула кампању за постицање производње квалитетног вина. Она је 2004 / 2005. године издвојила 450 милиона евра за маркетиншке намене побољшања квалитета вина. Европски маркетиншки истраживачки центар (EMRC) концентрисан је на истраживања оперативних перформанси, повећане продуктивности и повећања квалитета производа.

Филозофија реформе САР утемељена је на емпиријској анализи глобалног развоја пољопривреде последње деценије двадесетог века и на основу рационалних очекивања њеног положаја у будућности.

У начелно договореном буџету ЕУ за период 2007. – 2013. (862, 4 милијарде евра) за улагање у истраживање и развој предвиђено је 70 милиона евра. ЕУ је себи поставила задатак да до 2010. године повећа инвестиције у истраживања на 3% просечног бруто домаћег бруто друштвеног производа. Јапан и САД имају још увек највише иновација. У Европи у овом домену могу да им конкуришу једино Финска, Шведска, Данска и Немачка. У иновацијама је задржан јаз између Јапана , САД и Европе.

Продуктивност рада и обим производње у европској пољопривреди брже су расли од потрошње, а правила Светске трговинске организације (WTO) већ дуго и стално захтевају смањење субвенција за пољопривредну производњу због поремећаја на светском тржишту (Захтев за радикалну реформу индустрије шећера у ЕУ). Профит у савременим демократски и тржишно развијеним земљама није циљ, он је мотив.Грађанско друштво не прихвата исти третман индустријске и пољопривредне робе.

За развој домаће пољопривреде нису потретребна предизборна обећања и заморне, сколастичке расправе о модалитетима стратегија и аграрних политика. Сваки поглед у будућност мора се темељити на есенцијелном емпиријском.Потребан је добар и једноставан привредни систем, прилагодљива економска политика (пвољан пословни, посебно инвестициони амбијент), повезивање начела и живота. Сувишне су крајности - еврофилска острашченост и еврофобија, али и трибална искључивост и аутаркичност, дух муниципалног уређења, много папира и оклевање.

Иза европских капија није Обећана земља, Рај. ЕУ је круг земаља веран својој картезијанској логици. Хофбауер уверљиво доказује да је бит досадашњег тока интеграције у ЕУ освајање тржишта транзиционих земаља и решавање питања економије земаља пионира ЕЗ. Остало је декор, јер свака помоћ кошта.Интереси, посебно безбедност и слободна трговина, су важнији од вредности у ЕУ.

Стање у пољопривреди Србије

Стање у нашој пољопривреди је тешко.Сељаци нису мажени, нису били чедо политике. Доминатни уситњен и раздробљени сељачки посед је пословно неорганизован и у сукобу са захтевима савремене економије и биотехнологије. Комерцијално фармерство, пољопривредно предузетништво, аграрне тржишне институције, пословна и струковна удружења су у зачетку или тек у формирању.Прозводи се мало и скупо, високи су трошкови

инпута.Унутрашње продајно аграрно тржиште је мало у односу производне потенцијале,монополисано од прерађивачке индустрије и трговине, а спољно тржиште је тешко доступно, извоз има неоколонијалан карактер.Село је демографски испражњено и старо, а технолошки и функционално неписмено. Посебно је изражена економска и информатичка неписменост.

Не можемо нојевски не опажати бурне промене у нашем окружењу и гурати проблеме домаћег аграра под тепих.Његово прилагођавање окружењу и законима економије је тежак али рационалан пут. У питању је морање, а не хтење, али није дозвољено изједначавати прагматизам и вулгаризам.Због тога је домаћој пољопривреди неопходан новац, нова технологија и тржиште, одговарајућа пословна клима а пољопривредницима излаз из мрака незнања савремене економије и пословне вештине. Потребно је да се пољопривредници ослободе страха од промена, као и од фаталне привлачности једнодимензионалних решења, јер знање, информације и иновације постају главне производне снаге и у пољопривреди. Пољопривредници морају схватити да њихова материјална ситуација зависи од квалитета њиховог рада, предузимљивости, енергије, а не да призивају и ишчекују помоћ владе. Неће је дочекати.

Кроки глобалног макроекономског окружења

Живимо у свету глобалне комуникације и надируће мондијалистичке интеграције, у антропотехничко и биотехнолошко и доба софтверских сељака, у времену информатичке брзине и сажетости,у глобалном селу над којим се вијори дигитални барјак (брза кола, брзи новац, брза љубав).

Свет је поларизован на две тенденције-глобализам и трибализам, од виртуелног до архетипског (митског). Прожет је духом промена.Универзално се показује као посебно и локално.Чип, софтвер и хардвер постају параметри конкурентности и показатељи друштвеног благостања.Они имају своје наличје у сајбер подземљу, високотехничком криминалу (компјутерски криминал), сајбер нападима, упадима вештих хакера у институционалне информационе системе.

Техника, технологија и економија постају нови господари света. Нове технологије, посебно информатичке, дају ракетно убрзање непрозирном процесу глобализације. Интернет је направио праву комуникациону револуцију. То је интерактивни медиј који први омогућава двосмерну комуникацију, обраћа се појединцу, али има врло непоуздане почетне, изворне податке („џунгла информација„). Проблематична је и заштита приватности. Интернет је омогућио и елетронску трговину, електронско банкарство, електронско образовање.

Бизнис се помера са привреде засноване „на роби „ ка оној базираној „на знању„ (Овај процес је први уочио P. Dracer). Интегрално, глобално тржиште сменило је снадбевачко. Имамо глобализацију светског тржишта и рециклиране рекламе (иста безлична порука се „врти„ на телевизијским екранима у целом свету), „дигиталне грађане„„ али немамо глобалне људе.

Баук трансгених биљака кружи Европом. „Супербиљке„ немају природно станиште и могу угрозити биодиверзитет, могу довести и до других нежељених последица у природи и за здравље човека, али највећи страх је од конкуренције.Амерички био – техно – фармацеутски – агро комерцијалан комплекс има снажан и офанзиван лоби и улаже милоне долара да би што више мондијализовао производњу хране и биотехнологије. Ривал је петрохемиској индустрији по финасијским резултатима пословања и друштвеном утицају.Моћне америчке биотехнолошке индустрије „ Монсанто „ и „Новартис„ настоје да генетички модификовне организме („супербиљке„) пласирају на европско тржиште. Динамизам глобализације користио је многима, али је повећао неједнакости у свету.Пољопривредници у земљама чланицама Организације за економску сарадњу и развој (OECD) добили су у 2003. години готово 257 милијарди долара подршке, што доприноси вештачком повећању производње у богатим земљама и онемогућава приступ сиромашних земаља на тржишта. WTO има најстрожу и најпрецизнију регулацију традиционалних мера заштите, док је разграничење дозвољених и недозвољених техничких и административних мера још непотпуно. Многе земље трансформишу традиционалне мере у суптилније, али не мање ефикасне мере заштите домаћег тржишта применом одређених стандарда и инструмената контроле квалитета производа. Према правилима WTO у укупним мерама подршке (Aggregate Measure of Support) максимално је дозвољена она која не утиче на међународну трговину, па стога не подлеже примени санкција. У ову подршку тзв. „Зелена кутија„ (Green box) убраја се финансирање следећеих активности у пољопривреди: образовање, истраживање, рад стручних служби, контрола квалитета производа, изградња сеоске инфраструктуре, излазак на тржиште, промотивне активности, осигурање пољопривредника, социјални програми.

Захваљујући глобализацији Индија већ има средњу класу од 300 милиона људи. То је више потрошача него што САД има становника.А компаније које су са Запада, већином из Америке , пресељене у Индију –да би добили јевтину, а довољно стручну радну снагу – у 2006. години донеће Индији приход од 22 милијарде долара. Два азијска џина, Кина са стопом раста од 9 %, а Индија са стопом раста од 7,5 %, постају генератори азијског развоја и конкуренти америчкој трговини. Носиоци нових видова глобализације Индија и Кина са стотинама милиона људи који живе од два долара дневно, оне су, заједно, потенцијално тржиште од 2,3 милијарде

потрошача и за разлику од Јапана немају затворено тржиште. Кина има амбиције да брзо претекне САД као трговинског партнера Индије.

Професор Ричард Фриман, са Харвадског универзитета, сматра да се свет већ суочава са новим моделом – „азијским типом глобализације„. Кина и Индија имаће заједно већ 2010. године више доктора техничких наука од САД. Са укључивањем Кине, Индије и Русије у либерализовану светску привреду (захтев WTO), у којој актери имају сличан приступ изворима модерне технологије, први пут ће се у историји човечанства управљати по истим тржишним законима и истим техничким законима.

„Азијатски тип глобализације„ (Крилатица са заседања Међународног економског форума у Давосу) имао би равноправнију сарадњу југ-југ од сарадње север – југ, у којој су индустријски развијене земље премоћне над земљама у развоју.

Екран постаје све, а освајање тржишта и нове технологије су нови вид колонизације и омча о врату најсиромашнијих.

Мућевити развој нових екомских сила и несигурни извори енергије проузроковали су већу тражњу сировина и енергената.

Приступ капиталу, образовању и масовним комуникацијама постаје услов привредног и друштвеног развоја. Свет у развоју не може да напредује без финансија и идеја. Аутохтоност и изолација су самокажњавање.

Капитализама се трансформише у тзв. „друштво знања„ („ knowledge society „).

Јавља се нова врста зависности и ропства –робови интернета (NET – SLAVE COM). После САД-а највећи број корисника Интернета живи у Кини. Прва кинеска клиника за лечење зависника од Интернета (интернет адикација) отворена је 2005. године.

Завртео се планетарни генетски рулет и јача еколошка свест и улога „зеленог рачуновдства„. Судар између биолошке и економске логике је нерешив.Оно што нас трује, оно нас и храни. Остаје нам да тржимо не излаз, него меру између екохондрије и економицистичке миопије, јер мера је временски универзалан антички принцип који важи и данас.

Заборављене су „мршаве године“ Maltusa, Richarda J. Barneta, Kahna. Вехементна и незавршена је научна полемика између присталица технолошких иновација и поборника еколошке опрезности и етичке одговорности.

Дух индивидуализма и конкуренције замењује дух колективизма и патернализма. Промењена је економска диоптрија. Напушта се језик прошлости, редефинишу се појмови и речи добијају нове идиоме. Економски

романтизам, патронажну и редистрибутивну економију и друштво замењује економски дарвинизам тржишне религије и дигиталног јеванђеља.

Хамилтовску теорију заштите националне економије Роберта Шумана потиснила је чикашка економска оптика Џорђа Стиглера, творца појма" surivival of the fittest „(прижељкивање најспособнијег у конкуренцији). Тржиште се појављује као врховни арбитар сваке потенцијалне економије. Сахрању се националне економије а мртав је и меркантилизам. Док су до недавно бизниси прилагођавани критеријумима трошкова и перформанси, данас се захтеви успеха дефинишу флексибилношћу у процесу континуираних промена. „Пословна трансформација је нови, главни изазов за менаџере и примарни, ако не и једини задатак пословних лидера" (F.J. Gouillart, J.N. Kelly).

Време за доношење одлука се веома скратило, а спорост у доношењу одлука представља велики ману.Глобална економија је наметнула идеју о предности величина.

Осека је морала, одство ентузијазма, елементарни је недостатак емпатије.Време је бујања егоизма и атрофије алтрузма. У неолибералном друштву сви се боре за успех јер једино он успева.Успостављен је принцип компетиције.

Свет као гола економска, социјална и технолошка конструција није могућ.Свакој економији и култури претходи духовност.Једно није цело, а једност је замка јер апсолутизује. Све има лице Јануса.

Милтон Фридман, гуру и заговорник неолиберале економске доктрине, Хајеков ученик и Мизесов следбеник, почетком деведесетих година прошлог века, свој рецепт за успешну транзицију сводио је на три речи: Приватизовати, приватизовати, приватизовати. Последњих година је Милтон Фридман јавно признао да је погрешио. Није довољна само приватна својина, неопходна је владавина права, одређен институционални склоп. Нобеловац Стиглиц истиче да чак ни то није довољно, потребна је одређена моралност.Због тога је неопходан индивидуалан модел транзиције за сваку земљу у складу са њеним људским ресурсима, образовањем, новим технологијама и стањем у привреди

Разложно је приметити. Не постоји један униформни модел или тип капитализма. Немачки, шведски, јапански и амерички у много чему се разликују. У суштини могла би се направити једна генерална подела на:

- социјално – тржишну привреду (доминира stock holder value maksima), карактеристична је за Немачку, Шведску и Јапан;

- чисту тржишну привреду (амерички модел).

Амерички економиста Едвард Лутвик лансирао је термин „ турбо капитализам „„ а John Redwood појам „ народни капитализам“. Овим терминоном конзервативни политичари и теоретичари у Великој Британији означавају политику и стратегију засновану на : наглашеној тржишној оријентацији, смањењу државног сектора, дерегулацији, ширењу броја власника акција. Сматрају да је „ народни капитализам „ пут да се друштво ослободи бирократског отуђења и превеликог мешања државе у економију.

Тржишна привреда није амбијент лагодне социјалне заветрине и повољније опште извесности. Она није грабежна економија, мада се у њој стиче,увећава и губи имовина.Подразумева другачију основицу и елементе интеграције засноване на конкуренцији и ризику индивидуалне иницијативе и конкретне економске одговорности.Изнад свега, другачије обрасце понашања: дух рационалности,штедљивости, упорности,производне виспрености, достојанство рада и занимања. Нашој традицији, веровањима, вредностимаа и психо –социјалном искуству ближи је модел социјално – тржишне привреде, рационализација а не утилитарни далтонизам.Блиске су им идеје рафинираног логичко- математичког економисте и моралног философа Арматије Сене, добитника Нобелове награде за економију у 1998. години. Он мири резоне развоја и принципе тржишта

Према студији америчког универзитета Џон Хопинс до 2025. године се очекује брзи раст хумане популације. Процена је да ће човечанство бројати 8,0 милијарди становника. До 2025. године требало би да се удвостручи глобална производња хране да би задовољила дефиниција прехрамбене сигурности - „ константан приступ довољним количинама исправне и квалитетно задовољавајуће хране која обезбеђује здрав и активан живот „.

Авет глади није више проблем потенцијала аграрне продукције него глобалне дистрибуције хране.Стомак је важнији од политике, а питање исхране људи није економско него оргинално етичко питање.

Уместо закључка

Свет може без нас, али ми не можемо без света због мале у глобалним размерама критичне масе домаћег капитала и производног потенцијала, ограниченог унутрашњег тржишта, недостатка савремене техничке опреме и технологије, као и због егзистенцијалне нужности укључености у матицу светских цивилизацисијских и привредних токова.

Пољопривреда је у двадесетом веку изгубила своју ауру изоловане привредне области и једнодимензионалног добављча прехрамбеног сектора. Данас је пољопривреда дубоко урођена у привредно и друштвено ткиво

мрежом трошковно – пласманских веза са другим привредним секторима и бурно реагује на импулсе из окружења, посебно на економске параметре: цене, потражњу, понуду. Значајно је порастао њен значај добављача непрехрамбеног сектора (фармацеутски, енергетски, електроника), а потражња прехрамбени производа је због измене структуре потрошње постала врло диспергована (од брзе хране, преко органске до хране у Мишелиновим ресторанима са пет звездица).Одавно је постигнута прехрамбена сигурност, због тога се инсистира на квалитету, конкурентности и заштити потрошача. На томе инсистира и WTO.Квантитет узмиче у пољопривреди пред квантитетом. Цене се заборављају, квалитет остаје.

На пољопривреду утиче веома широка гама фактора,од идеологије до падања кише, али најзначајнији фактори постају данас знање, информације и иновације.

Тежиште се у глобалној политици премешта са субвенција пољопривредној производњи на подршку руралном развоју.

Због тога је агробизнис одредница нашег будућег пољопривредног развоја, а квалитет схваћен као достизање пословне изврсности, интегрални маркетинг (оглашавање, односи с јавношћу, интернет и интерактивна телевизија)са националним лицем и фокусирање на биотехнолошка истраживање и развој јесте трихотомија њеног одрживог развоја.и услов укључивана пољопривреде Србије у глобалне привредне токове. Речју, неопходне су инвестиције, нове технологије и јачање домаћег и нова тржишта и преображај говора о квалитету и маркетингу у говор квалитета и маркетинга.

Литература

1. P. Drucker, Посткапиталистичко друштво, Привредни преглед, Београд, 1995.
2. E. Deming, Како изаћи из кризе, ПС Грмеч – Привредни преглед, 1996.
3. Merlinda D.Ingcoil, Alan Winters, Agriculture and New Trade Agenda: Creating a Global Trading Environment for Developent, 2004.
4. John Bradley, George Petrakos, LuilaTraistaru, Integration, Growth, and Cohesion in an Enlarged European Union, 2004.
5. Michael Tracy, Држава - пољопривреда у Западној Европи 1880. -1988., 1996.
6. Džozef E. Stiglic, Противречности глобализације, СБМ-х, Београд, 2004.
7. Amatya K. Sen, О економској неједнакости, ЦЕКАДЕ, Загреб, 1985.
8. Piter F. Draker, Управљање у новом друштву, Адизес, Нови Сад, 2005.
9. John Redwood, Popular capitalism, Ratledge, London and New York, 1988.

UDC: 659.1:631.1

QULITY AND MARKETING - „KEY„ FOR EUROPE

Vukašin Ilić, Ph.D.
Megatrend-Faculty of Management -Valjevo
E-mail: v.ilic@fmv.edu.yu

Abstract

We are living in the world of globalization, incoming world integration, informatical speed and consolidation.

Agreeculture is not any more isolated brench, and food industry has been solved safely. Agreeculture is getting a role of ecological factor and continuos development,and in global trade economy task „precise agreeculture“ and „contour of agrobussines“.

Serbia is at the perphery of informatical and biotechnological revolution. It has archaic agreecultural structure (production, possesing), abandon willage and functionally uneducated farmers (literature, documentational, numerical), small inside and unprouchable outside market. Management of quality and marketing are“soft abdomen“ of bussines economy in agreeculture in Serbia. Because of that agrobussines is entry of future development of agreeculture of Serbia, and reaching quality as bussines superiority, aplication of integral marketing with national face and focus on biotechnological resaurches causa sine qua non her countinuos development and integration in global economical directions.

Key words: technological, development, informatics, market, bussines, rural development, agrobussines, quality, marketing, ecology, capitalism, farmer.