

Назив предмета: Тржиште и конкурентност пољопривредно-прехрамбених производа
Наставник или наставници: Светлана Д. Игњатијевић
Статус предмета: Изборни
Број ЕСПБ: 10
Услов:
Циљ предмета Циљ предмета је да докторанде оспособи за самостално научно-истраживачко моделовање и критичку анализу тржишне структуре, динамике и фактора конкурентности пољопривредно-прехрамбених производа. Циљ је да студент овлада напредним квантитативним и квалитативним техникама истраживања тржишта и потрошача, као и аналитичким оквирима конкурентности (попут Портеровог модела), ради научно утемељеног доношења стратешких пословних одлука. Предмет посебно наглашава разумевање законитости међународних агро-тржишта, утицај трговинске и домаће политике на трговинске обрасце, те дефинисање стратегија тржишног позиционирања и креирање конкурентске стратегије, чији је крајњи циљ унапређење конкурентности, обезбеђивање дугорочног позиционирања производа и стварање додате вредности у агробизнису.
Исход предмета Студент ће након положеног испита бити способан да: - дефинише, осмисли и спроведе оригинална научна истраживања тржишне динамике, потрошача и конкурентности у агробизнису; - критички процењује утицај домаће и међународне трговинске и аграрне политике на трговинске обрасце и конкурентску позицију пољопривредно-прехрамбених производа; - развија и примењује научно утемељене тржишне и конкурентске стратегије и планове са циљем унапређења конкурентности, дугорочног позиционирања аграрних производа на циљним тржиштима; - разуме и моделира концепте додате вредности и факторе конкурентности (нпр. кроз сертификацију, брендирање, кластеринг), као и да користи аналитичке оквире попут Портеровог модела за идентификацију извора конкурентске предности; - разуме законитости и природу промена на међународним тржиштима и да економетријски процењује тржишни ризик и волатилност цена аграрних производа.
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> - Теоријски и стратешки оквири конкурентности. Напредне теорије конкурентности. Детерминанте конкурентности и глобалног окружења. Мерење конкурентности. Критичка анализа и примена Портеровог модела дијаманта на национални агробизнис. Концепт Пирамиде конкурентности. Анализа ценовне и неценовне конкурентности (квалитет, брендирање, сертификација). Кључни фактори унапређења конкурентности. Улога знања, технологије, инвестиција и ИТ решења, као кључних фактора унапређења конкурентности предузећа и пољопривредно-прехрамбених производа. Концепт додате вредности. Моделирање и стварање додате вредности у ланцу вредности агробизниса. - Анализа тржишне структуре и стратегија позиционирања. Анализа тржишта и потрошача. Напредне технике истраживања тржишта, потрошача и конкурентности (моделовање понашања, мерење лојалности). Стратегије тржишног позиционирања. Тржишно оријентисане стратегије и сегментација (критеријуми сегментације агро-тржишта). Стратегија тржишног таргетирања. Стратегија диференцирања понуде и стратегија позиционирања на циљном тржишту. Дигитализација као подршка конкурентности. Бренд менаџмент и његова улога у стварању додате вредности и побољшању перцепције квалитета пољопривредних производа. - Међународно тржиште, трговина и политика. Потреба за наступом на међународном тржишту. Законитости међународне трговине. Разумевање законитости и природе промена међународних пољопривредних тржишта. Компаративне предности и размена. Анализа интер и интра индустријске размене и специјализације. Компаративна предност извоза (RCA). Промене у тржишној оријентацији и структури извоза. Анализа утицаја политика. Значај трговинске и домаће политике (ЗАП и домаће субвенције) у одређивању конкурентности. Анализа и компарација конкурентности пољопривредно-прехрамбених производа европских земаља и Србије (коришћењем индекса конкурентности и статистике). - Методологије напредног истраживања тржишта и конкурентности. Квантитативно мерење и евалуација. Методологије за квантитативно мерење утицаја технологије, знања и инвестиција на раст извоза. Евалуација ефективности тржишних стратегија. Економетријско моделовање тржишног ризика и волатилности цена пољопривредних производа (користећи GARCH, VECM или сличне моделе). Моделовање потрошача и тржишних сила. Примена напредних економетријских модела за објашњење понашања тржишта и доношење одлука.

Практична настава

Фокус је на самосталном научно-истраживачком раду докторанда, примени напредних квантитативних метода и дизајнирању модела конкурентности. У оквиру практичне наставе, студент ће радити на анализи студија случаја (case studies) из агробизниса, како би критички проценио имплементацију тржишних и конкурентских стратегија. Посебан акценат је на обради и економетријском моделовању података из међународних база (нпр. FAOSTAT, FADN, Eurostat) за мерење тржишног ризика, волатилности цена и прорачун индекса конкурентности (нпр. RCA), као и на изради аутентичног истраживачког предлога за докторску дисертацију, који примењује усвојене технике истраживања тржишта и конкурентности.

Препоручена литература

- Ковачевић, В., Јелочник, М. (2022). *Тржиште и трговање пољопривредним производима*. Институт за економику пољопривреде, Београд.
- Толушић, З. (2023). *Тржиште и дистрибуција пољопривредно-прехрамбених производа – кратки ланци опскрбе храном*, Високо господарско училиште у Крижевцима.
- Сударевић, Т., Влаховић, Б. (2018). *Маркетинг у агробизнису*, Економски факултет, Нови Сад.
- Porter, M. (2007). *Конкурентска предност: остваривање и очување врхунских пословних резултата*, Asee.
- Влаховић, Б. (2020). *Тржиште*. Пољопривредни факултет, Нови Сад,
- Влаховић, Б. (2015). *Тржиште агроиндустријских производа - специјални део*, Пољопривредни факултет, Нови Сад.
- Norwood, F. B., Lusk, J. L., Peel, D. S., & Riley, J. M. (2021). *Agricultural marketing and price analysis*. Waveland Press.
- Chernev, A., Kotler, Ph. (2014). *Strategic Marketing Management*, 8th Edition, Cerebellum Press USA.
- Hill, C. (2011). *International Business: Competing in the Global Marketplace* 8E, McGraw-Hill Higher Education, McGraw Hill, NY.
- Richards, M. (2015). *Social Media: Dominating Strategies for Social Media Marketing with Twitter, Facebook, Youtube, LinkedIn, and Instagram*, Ebook.
- Ignjatijević, S. & Cvijanović, D. (2017). *Exploring the global competitiveness of agri-food sectors and Serbia's dominant presence: emerging research and opportunities*, IGI Global, Hershey, PA: Business Science Reference.
- Pocoli, C., Ignjatijević, S., Cavicchioli, D. (2017). *Production and Trade of Honey in Selected European Countries: Serbia, Romania and Italy, Honey Analysis*, InTech.

Часописи-научна периодика:

- Sexton, R. J. (2013). Market power, misconceptions, and modern agricultural markets. *American journal of agricultural economics*, 95 (2), 209-219. <https://doi.org/10.1093/ajae/aas102>
- Fertő, I. (2015). Horizontal intra-industry trade in agri-food products in the enlarged European Union. *Studies in Agricultural Economics*, 117 (2), 86-92.
- Carraresia, L., & Banterle, A. (2015). Agri-food Competitive Performance in EU Countries: A Fifteen-Year Retrospective. *International Food and Agribusiness Management Review*, 18 (2), 37.
- Ignjatijević, S., Milojević, I., Cvijanović, G. & Jandrić, M. (2015). Balance of Comparative Advantages in Processed Food Sector of the Danube Countries, *Sustainability*, 7, 6976-6993.
- Ignjatijević, S., Milojević, I., & Andžić, R. (2018). Economic analysis of exporting Serbian honey. *International Food and Agribusiness Management Review*, 21 (7), 929-944.
- Vapa-Tankosić, J., Ignjatijević, S., Kranjac, M., Lekić, S. & Prodanović, R. (2018). Willingness to pay for organic products on the Serbian market. *International Food and Agribusiness Management Review*, 21 (6); 791-801.
- Sudarevic, T., Radojevic, P., & Lekovic, J. (2015). The standardization/adaptation dilemma in agri-food exporters marketing strategies. *British Food Journal*, 117 (11), 2739-2756.
- Mihailović, B., Cvijanović, D. & Vukovic, P. (2015). The role of international marketing in the process of increasing competitiveness of agricultural and food products. *Problems of Agricultural Economics*, 4 (345), 81-93.

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 4*15=60

Практична настава: 3*15=45

Методе извођења наставе

Усмена излагања, научно заснована дискусија; студије случаја; критичка анализа извора; менторски рад и консултације,

Оцена знања (максимални број поена 100)

Активност у току предавања	20 поена
Семинарски/научни рад	30 поена
Завршни испит - усмени	50 поена