

---

---

INSTITUT ZA EKONOMIKU POLJOPRIVREDE – BEOGRAD

Dr Maja Štrbac

**MARKETING KONCEPT  
I  
ZAŠTITA POTROŠAČA**

*– Monografija –*

Beograd, 2008.

---

---

---

---

INSTITUT ZA EKONOMIKU POLJOPRIVREDE – BEOGRAD

**MARKETING KONCEPT I ZAŠTITA POTROŠAČA**  
*Monografija*

**Urednik:**

Prof. dr Drago Cvijanović

**Recenzenti:**

Prof. dr Drago Cvijanović, naučni savetnik, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd  
Dr Vladana Hamović, naučni savetnik, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd

**Izdavač:**

Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd  
Volgina 15, Beograd, tel: 29-72-858, 29-72-848  
Za izdavača: Prof. dr Drago Cvijanović, direktor

**Štamparija:**

DIS PUBLIK d.o.o. Beograd  
Beograd, Braće Jerkovića 111-25 Tel – Fax (011) 39-79-789

**Tiraž:**

500 primeraka

**ISBN 978–86–82121–58–9**

Štampanje ove monografije je u celini finansirano od strane  
Ministarstva za nauku i tehnološki razvoj Republike Srbije

---

---



*Knjigu posvećujem deci u osnovnim školama*





---

---

## P R E D G O V O R

---

---



*„Budi aktivan,  
Sagledaj cilj,  
Započni prvo prave stvari,  
Misli i pobedi,  
Shvati da bi bio shvaćen,  
Sagledaj uzajamni uticaj,  
Kreni u akciju.“*  
Covey

Dugoročno rešenje za svaku organizaciju je da prati promenljive potrebe i želje kupaca. Samo tako, nove potrebe i želje tržišta organizacija pretvara uspešnije od konkurenata u svoje korisne šanse. Koncept marketinga je upravo orijentacija na potrebe i želje kupaca. Marketing dovodi u kontakt proizvodnju i potrošnju. Time doprinosi efikasnosti obavljanja razmene i čitavog procesa društvene reprodukcije. Njegova uloga je da se omogući kretanje robe od tačke proizvodnje do tačke korišćenja, kako bi potrošači podmirili potrebe u prostoru i vremenu. Marketing treba da doprinese, da potencijalni kontakt na tržištu između proizvođača i potrošača bude realni akt kupoprodaje. Društveni koncept marketinga podrazumeva da organizacija uskladi zadovoljenje potreba i želja kupaca, društvene interese i profit. Aktuelizovanje neke potencijalne transakcije podrazumeva da organizacija pažljivo analizira potrebe i želje potrošača, kao i sredstva za ostvarivanje finansijskih ciljeva. Realnost je da većina organizacija nije postigla potpunu marketing zrelost.

S tim u vezi, nezavisno od pojave savremenih pokreta za zaštitu potrošača koji postoje u zemljama sa razvijenom tržišnom privredom, opšte je poznato i s razlogom se ističe da je ideja o zaštiti potrošača od proizvođača, odnosno prodavca vrlo stara. Poštovanje ekonomskog partnera od strane profesionalnog proizvođača odnosno prodavca bi trebalo da bude osnovno načelo po kome se posluje. Međutim, pojava antidiscipline profesionalnih partnera ni do danas nije potpuno iščezla. Načelo slobode trgovine i industrije doprinelo je da su se povećale mogućnosti nepravilnog poslovanja čije su žrtve bile potrošači. Zato je zakonodavac intervenisao propisujući sankcije za nepravilno poslovanje. Bilo je i ima mnogo propisa koji propisuju sankcije za nepravilno poslovanje. Ukoliko danas

---

---

još uvek potrošač nije dovoljno zaštićen, to nije zbog propisima nedovoljno regulisanog poslovanja, već zbog: neefikasnosti ovih propisa; cena koje neprestano rastu; pojavljuju se novi, još nedovoljno ispitani proizvodi čija je štetnost isuviše kasno utvrđena; zakon je često nedovoljno prilagođen novim situacijama, itd.

U *prvom* poglavlju, definiše se marketing koncept i pokret potrošača. Navode se osnovni problemi današnjice i nedostaci tržišnog sistema. U *drugom* poglavlju, objašnjeni su osnovni problemi potrošača (nedovoljna informisanost, neadekvatnost proizvoda, nezainteresovanost i neodgovornost institucija, limitirani dohodak, briga za najsiromašnije slojeve stanovništva), uzroci pojave organizovanosti potrošača, kao i osnovna prava potrošača (pravo na sigurnost, informisanost, izbor proizvoda, odgovor, čistu i zdravu životnu okolinu, zadovoljenje osnovnih potreba, obrazovanje i pravo na obeštećenje). U *trećem* poglavlju, ukazuje se na značaj društvene odgovornosti i pokreta potrošača. U *četvrtom* poglavlju, navode se i objašnjavaju pravci aktivnosti organizacije potrošača na unapređivanju kvaliteta proizvoda i usluga: sistem organizovanog i stručnog ocenjivanja kvaliteta proizvoda i usluga; pitanje odnosa kvaliteta i cena; garantni rok za kvalitet; deklaracija proizvoda; uloga servisnih i drugih usluga; funkcija trgovine; zakonski propisi (odredbe o označavanju proizvoda, odredbe o ekološkom etiketiranju proizvoda, zahtevi u pogledu bezbednosti, zahtevi u pogledu industrijskih i tehničkih standarda, međunarodni standardi kvaliteta), informisanje (međunarodni kodeks ponašanja u oblasti ekonomske propagande i međunarodni kodeks ponašanja u oblasti unapređenja prodaje). U *petom* poglavlju, navode se posebni instrumenti zaštite kvaliteta (atestiranje, znakovi kvaliteta, informaciono označavanje, uporedna ispitivanja). U *šestom* poglavlju, opisuje se organizovanje potrošača u razvijenim zemljama, a u *sedmom* poglavlju, zaštita potrošača u Republici Srbiji. U *osmom* poglavlju, dat je zaključak. U *devetom* poglavlju, u prilogu, daje se pregled svetskih sertifikacionih organizacija, simbola i oznaka o kojima bi potrošači trebali biti informisani (BSI Management System, TUV označavanje, UL označavanje, CSA označavanje, oznake organske hrane, aditivi za hranu, simboli na električnim uređajima, simboli za transport, bezbednosni simboli, uporedno testiranje), kao i pregled tabela i slika. U *desetom* poglavlju, daje se pregled 165 izvora konsultovane literature i dokumentacije.

Ovom knjigom se želi dati teoretski i praktičan doprinos, kako bi subjekti sistema zaštite potrošača (organizacije, tržišna i turistička inspekcija, ministarstva, organizacije potrošača i dr), što bolje odgovorili na potrebe i želje potrošača, formulisali zakone u prometu roba i usluga, u cilju ponašanja svih u skladu sa propisanim etičkim i moralnim standardima u savremenom svetu.

Na ovom mestu želim da se zahvalim svima onima koji su mi pomogli u realizaciji knjige. Pre svih, to su recenzenti: *dr Vladana Hamović* i *prof. dr Drago Cvijanović*, naučni savetnici Instituta za ekonomiku poljoprivrede iz Beograda. Na tehničkoj obradi rukopisa za štampu zahvaljujem se *Gordani Marjanović*. Posebnu zahvalnost upućujem *Ministarstvu za nauku i tehnološki razvoj Republike Srbije* koje je finansiralo štampu monografije.

Autor,  
Dr Maja Štrbac

---

---

# SADRŽAJ

---

---



<b>P R E D G O V O R .....</b>	<b>5</b>
<b>I – U V O D.....</b>	<b>13</b>
1. Marketing koncept i pokret potrošača.....	13
2. Problemi današnjice i nedostaci tržišnog sistema .....	24
<b>II – KONZUMERIZAM .....</b>	<b>37</b>
1. Osnovni problemi potrošača .....	38
1.1. Nedovoljna informisanost.....	38
1.2. Neadekvatnost proizvoda .....	43
1.3. Nezainteresovanost i neodgovornost institucija.....	43
1.4. Ograničeni (limitirani) dohodak .....	44
1.5. Briga za najsiromašnije slojeve stanovništva .....	45
2. Uzroci pojave organizovanosti potrošača .....	48
3. Osnovna prava potrošača .....	49
3.1. Pravo na sigurnost .....	51
3.2. Pravo na informisanost .....	55
3.3. Pravo na izbor proizvoda .....	58
3.4. Pravo na odgovor.....	60
3.5. Pravo na čistu i zdravu životnu okolinu.....	61
3.6. Pravo na zadovoljenje osnovnih potreba .....	66
3.7. Pravo na obrazovanje.....	67
3.8. Pravo na obeštećenje .....	69
<b>III – DRUŠTVENA ODGOVORNOST I POKRET POTROŠAČA.....</b>	<b>71</b>

---

---

<b>IV – PRAVCI AKTIVNOSTI ORGANIZACIJE POTROŠAČA NA UNAPREĐIVANJU KVALITETA PROIZVODA I USLUGA .....</b>	<b>75</b>
1. Sistem organizovanog i stručnog ocenjivanja kvaliteta proizvoda i usluga .....	77
2. Pitanje odnosa kvaliteta i cena .....	81
3. Garantni rok za kvalitet .....	86
4. Deklaracija proizvoda .....	86
5. Uloga servisnih i drugih usluga .....	90
6. Funkcija trgovine .....	91
7. Zakonski propisi .....	95
7.1. Odredbe o označavanju proizvoda .....	99
7.2. Odredbe o ekološkom etiketiranju proizvoda .....	104
7.3. Zahtevi u pogledu bezbednosti .....	105
7.4. Zahtevi u pogledu industrijskih i tehničkih standarda .....	107
7.5. Međunarodni standardi kvaliteta .....	108
8. Informisanje .....	115
8.1. Međunarodni kodeks ponašanja u oblasti ekonomske propagande .....	118
8.2. Međunarodni kodeks ponašanja u oblasti unapređenja prodaje .....	121
<b>V – POSEBNI INSTRUMENTI ZAŠTITE KVALITETA .....</b>	<b>123</b>
1. Atestiranje .....	123
2. Znakovi kvaliteta .....	125
3. Informaciono označavanje .....	127
4. Uporedna ispitivanja .....	128
<b>VI – ORGANIZOVANJE POTROŠAČA U RAZVIJENIM ZEMLJAMA .....</b>	<b>129</b>
<b>VII – ZAŠTITA POTROŠAČA U SRBIJI .....</b>	<b>133</b>
1. Osnova za zaštitu potrošača .....	133
2. Organizovanje i aktivnosti potrošača u nas .....	135
<b>VIII – Z A K L J U Č A K .....</b>	<b>139</b>



---

<b>IX – P R I L O G .....</b>	<b>145</b>
1. ....	145
1.1. BSI MANAGEMENT SYSTEM .....	146
1.2. TÜV označavanje .....	148
1.3. UL označavanje .....	150
1.4. CSA označavanje .....	151
1.5. Oznake organske hrane .....	152
1.6. Aditivi za hranu .....	152
1.7. Simboli na električnim uređajima .....	174
1.8. Simboli za transport .....	176
1.9. Bezbednosni simboli .....	177
1.10. Primer uporednog testiranja .....	179
2. Spisak slika i tabela .....	186
2.1. Spisak slika .....	186
2.2. Spisak tabela .....	186
<b>X – L I T E R A T U R A .....</b>	<b>187</b>
<b>XI – B I O G R A F I J A .....</b>	<b>197</b>



---

---

*„Marketing ciljevi organizacije moraju se postaviti tako da zadovolje njene potrebe, potrebe posrednika, potrebe kupaca i potrebe zajednice i da, pri tome, organizacija optimalno i rentabilno posluje na duži rok.“*

*Kotler*

---

---

---

---

# LITERATURA



- [1] *Acin, D.*, (1995): *Međunarodni ekonomski odnosi*, Novi Sad
  - [2] *Ansoff, I.*, (1980): *Strategic Management*, Macmillian Press, Ltd., London
  - [3] *Argyris, C., Schon, D.*, (1978): *Organizational Learning: A theory of Action Perspective*, Addison-Wesley
  - [4] *Barry, J. i sar.*, (1987): *Marketing Principles and Strategy*, Business Publications, Texas
  - [5] *Barković, D.*, (1986): *Odlučivanje u marketingu*, Informator, Zagreb
  - [6] *Bijelić, N.*, (1995): *Marketing*, Beograd
  - [7] *Bjelica, S., Bjelica, D.*, (2006): *Komunikacije u sportu*, Filozofski fakultet – Nikšić, Crnogorska sportska akademija Podgorica
  - [8] *Božidarević, Desanka*, (2002): *Marketing poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda*, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad
  - [9] *Božović, Radoman, i sar.*, (2005): *Politička ekonomija*, IGT, Novi Sad
  - [10] *Božić, Dragica*, (2005): *Kvalitet ishrane stanovništva Evropske unije i Srbije*, DAES, Beograd
  - [11] *Bedrač, M., Cunder, T.*, (2007): *Zaštita specijalnih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda u Sloveniji*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj“, Beograd – Beočin 6-7. decembar, prva knjiga
  - [12] *Busek, E.*, (2006): *www.b92.net*
  - [13] *Carr, Clay*, (1990): *Front Line Customer Service*, John Wiley and Sons, New York
  - [14] *Certo, S., Peter, P.*, (1991): *Strategic Management: Concepts and Applications*, McGraw-Hill
  - [15] *Clark, K., Fujimoto, T.*, (1991): *Product Development Performance: Strategy, Organization and Management in The World out Industry*, Harvard Business School Press
- 
-

- [16] *Cocović-Krstić, Mirjana*, (2006): *Jačanje uloge tržišta i dalji razvoj aktivne makroekonomske politike*, Ekonomika poljoprivrede, broj 4, Beograd
- [17] *Cvijanović, D.*, (2007): *Marketing, marka i ruralni razvoj*, Međunarodni naučni skup: Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj u Republici Srpskoj, Jahorina 13-14. decembar, 2007. godine, Tematski zbornik
- [18] *Cvijanović, D., Cvijanović, Gorica*, (2004): *Uloga i značaj marketinga u privatizovanom poljoprivrednom preduzeću*, Kapital u poljoprivredi, Palić
- [19] *Čković, V.*, (2007): *Nivoi primene marketinga u poljoprivredi*, Zbornik sažetaka, XII Naučno-stručno savetovanje agronoma Republike Srpske, Naučna podrška razvojnoj strategiji poljoprivrede Republike Srpske, 7-8. mart, Teslić
- [20] *Ćuzović, S.*, (2006): *Kako razviti koncept elektronske trgovine i obezbediti pristup Evropskoj uniji*, Ekonomika, broj 5-6, Niš
- [21] *D'Amico, M., Zikmund, W.*, (1986): *Marketing*, John Wiley and Sons
- [22] *Damnjanović, M.*, (2000): *EKO kvalitet u funkciji zadovoljenja potreba potrošača, EKO-KONFERENCIJA 2000, EKOLOŠKI POKRET GRADA NOVOG SADA*
- [23] *Davidson, J.*, (1989): *The Marketing Sourcebook for Small Business*, John Wiley and Sons
- [24] *Dragičević-Šešić, M., Stojković, B.*, (1994): *Kultura – menadžment, animacija, marketing*, Clio, Beograd
- [25] *Del, I. i sar.*, (1989): *Consumer Behavior – Implications for Marketing Strategy – fourth edition*, Richard D. Irwin, Inc., Homewood, Boston
- [26] *Đukelić, N.*, (1993): *Kreacija i produkcija propagandnog TV spota*, Ulixes, Beograd
- [27] *Đurić, M.*, (1992): *Public relations*, Institut za tržišna istraživanja, Beograd
- [28] *Džamić, L.*, (1994): *Unapređenje prodaje*, Ulixes, Beograd
- [29] *Earl, M.*, (1989): *Management Strategies for Information Technology*, Prentice Hall Inc., Cambridge
- [30] *Erić, D., i sar.*, (2007): *Potreba za strategijskim menadžmentom u oblasti proizvodnje hrane u globalnom okruženju*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj“, Beograd – Beočin 6-7. decembar, prva knjiga
- [31] *Forsyt, P.*, (1990): *Everything you Need to Know About Marketing*, Patrick Forsyt
- [32] *Gajić, M., i sar.*, (2006): *Ruralni razvoj i multifunkcionalna poljoprivreda u kontekstu razvojnih ciljeva zemalja jugoistočne Evrope u tranziciji*, Ekonomika poljoprivrede, Tematski broj, (13-667), Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj I – razvoj lokalnih zajednica“, Beograd – Mali Zvornik, 7-8. decembar

- [33] *Gibson, J.*, (1991): *Organizations: Behavior, Structure and Processes*, Irwin, Homewood
- [34] *Guidelines for consumer policy in Central and Eastern Europe*, (2000): Consumer Internacinal – Office for Developed and Transition Economies
- [35] *Hopkins, T.*, (1982): *How to Master the Art of Selling*, Warner Books, Inc., New York
- [36] *Hamović, Vladana, Subić, J.*, (2007): *CEFTA – Jačanje konkurencije i slabljenje monopola*, Ekonomika poljoprivrede, broj 3, Beograd
- [37] *Hamović, Vladana, i sar.*, (2006): *Konkurentnost srpske privrede u funkciji podsticanja izvoznih aktivnosti*, Ekonomika poljoprivrede, Tematski broj, (13-667), Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj I – razvoj lokalnih zajednica“, Beograd – Mali Zvornik, 7-8. decembar
- [38] *Hamović, Vladana, Vuković, P.*, (2006): *Kvalitet usluga kao poslovni aspekt organizatora turističkih putovanja*, Ekonomika, broj 5-6, Niš
- [39] *Hunt, J.*, (1986): *Managing People at Work*, McGraw-Hill Book Co
- [40] *Jakovljević, G., Pavićević, Snežana*, (2008): Deset koraka do CE znaka, [www.adqm.org.yu](http://www.adqm.org.yu).
- [41] *Jovanovska, Branislava*, (2008): BSI Management Systems, CEMEA, [www.bsi-cemea.com/index](http://www.bsi-cemea.com/index)
- [42] *Jefkins, F.*, (1991): *Odnosi s javnošću za vaš biznis*, Privredni pregled, Beograd
- [43] *Kavran, D.*, (1991): *Organizacija, kadrovi i rukovođenje*, Naučna knjiga, Beograd
- [44] *Knažević, R.*, (1990): *Marketing*, Naučna knjiga, Beograd
- [45] *Kotler, Ph.*, (1984): *Marketing Management*, Prentice Hall Inc
- [46] *Kovačević, S.*, (1994): *Promotivna strategija*, Ulixes, Beograd
- [47] *Kovačević, S.*, (1994): *Propagandne kampanje*, Ulixes, Beograd
- [48] *Kosanović, Nada, i sar.*, (2007): *Kvalitet hrane i brend kao faktori konkurentnosti agroprivrede Republike Srbije*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj“, Beograd – Beočin 6-7. decembar, prva knjiga
- [49] *Koštunica, V.*, (2006): [www.pressonline.co.yu](http://www.pressonline.co.yu)
- [50] *Kunast, Renate*, (2001): *Government policy statement on the new consumer protection and agricultural policies*, Federal Ministry of Consumer Protection, Food and Agriculture – Germany
- [51] *Lazić, Branka, Vujošević, Ana, Maria*, (2006): *Organska proizvodnja kao deo strategije razvoja multifunkcionalne poljoprivrede u Vojvodini*, Ekonomika poljoprivrede, Tematski broj, (13-667), Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj I – razvoj lokalnih zajednica“, Beograd – Mali Zvornik, 7-8. decembar

- [52] *Laszlo i sar.*, (2004): *Sistemski pristup kvalitetu i bezbednosti hrane*, Kapital u poljoprivredi, Palić
- [53] *Le Boeuf, M.*, (1989): *How to Win Customers and Keep Them for Life*, Berkley Books, New York
- [54] *Lončar, Ž.*, (1997): *Kako voditi projekat marketinških aktivnosti*, Mark plan, Pančevo
- [55] *Ljubojević, Č.*, (1995): *Marketing usluga – put ka potpunoj satisfakciji potrošača*, Ekonomski fakultet, Subotica
- [56] *Mandić, T.*, (1995): *Komunikologija (psihologija komunikacije)*, Beograd
- [57] *Maričić, B.*, (1993): *Ponašanje potrošača*, Savremena administracija, Beograd
- [58] *Martinović, S., Kordić, B.*, (1994): *Vreme marketinga*, Ulixes
- [59] *Marušić, M.*, (1989): *Istraživanje tržišta*, Informator, Zagreb
- [60] *Marjanović, P.*, (1994): *Lična prodaja*, Ulixes, Beograd
- [61] *Marjanović, Mirjana*, (2006): *Strateško planiranje marketing aktivnosti*, Ekonomika, broj 5-6, Niš
- [62] *McCormak*, (1993): *Čemu Vas ne uče u Harvardskoj školi biznisa*, Privredni pregled, Beograd
- [63] *Milanović, M., i sar.*, (2007): *Interne subvencije poljoprivrede u Srbiji u kontestu pravila STO i prakse EU*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj“, Beograd – Beočin 6-7. decembar, druga knjiga
- [64] *Maričić, Branko*, (1994): *Ponašanje potrošača*, Savremena administracija, Beograd
- [65] *Marković, I.*, (2006): *Nevinost dobija zaštitu*, Bankar, broj 1
- [66] *Milanković-Vasović, Ljiljana*, (2008): *Ispunjenja očekivanja ili 150 članova tehničkog uputstva*, [www.informator.co.yu](http://www.informator.co.yu)
- [67] *Milislavljević, Momčilo*, (1990): *Marketing*, Beograd
- [68] *Milislavljević, M., Todorović, J.*, (1991): *Marketing strategija*, Ekonomski fakultet, Beograd
- [69] *Mowen, John C.*, (1990): *Consumer Behaviour – second edition*, Macmillan Publishing Company
- [70] *Mrdaković-Cvetković, Ružica i sar.*, (2006): *Mesto Srbije u integracionim procesima u Evropi*, Ekonomika poljoprivrede, broj 4, Beograd
- [71] *Parivodić, M.*, (2006): [www.pressonline.co.yu](http://www.pressonline.co.yu)
- [72] *Pajić, D., i sar.*, (2007): *Proizvodnja organske hrane kao element tradicionalne ishrane u funkciji etno-turizma*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj“, Beograd – Beočin 6-7. decembar, prva knjiga

- [73] *Pakard, V.*, (1994): *Skriveni ubeđivači*, Privredni pregled, Beograd
- [74] *Pavlek, Z.*, (2007): *Odnos prema potrošačima i etičke norme u trgovini u EZ*, [www.suvremena.hr](http://www.suvremena.hr)
- [75] *Pejanović, R., i sar.*, (2006): *Organska poljoprivreda kao novi oblik agrobiznisa (povodom novog zakona o organskoj poljoprivredi)*, Ekonomika poljoprivrede, Tematski broj, (13-667), Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj I – razvoj lokalnih zajednica“, Beograd – Mali Zvornik, 7-8. decembar
- [76] *Petrović – Foss, Vera*, (1996): *Marketing na američki način*, Poslovna politika
- [77] *Petrović, P., Antevski, M.*, (2007): *Unapređenje konkurentnosti srpske poljoprivrede i tržišne distorzije*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj“, Beograd – Beočin 6-7. decembar, druga knjiga
- [78] *Petrović, P., Vesić, D.*, (2007): *Poboljšanje performansi marketing aktivnosti preduzeća u poljoprivrednoj proizvodnji*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj“, Beograd – Beočin 6-7. decembar, prva knjiga
- [79] *Petrović, Jelena*, (2006): *Uticaj globalizacije na promene u turizmu*, Ekonomske teme, broj 3, Niš
- [80] *Prokopović, B.*, (2006): *Dostignuća naučno tehničkog progressa u trgovini*, Ekonomika, broj 5-6, Niš
- [81] *Philips, M., Salli, Raspberry*, (1990): *Marketing Without Advertising*, Nolo Press
- [82] *Radovanović, P.*, (2006): *Krađa identiteta preko računarskih mreža*, Ekonomika, broj 5-6, Niš
- [83] *Radović-Marković, Mirjana*, (2007): *Masovna proizvodnja genetski modifikovane hrane: konflikt interesa između proizvođača i konzumenata*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj“, Beograd – Beočin 6-7. decembar, prva knjiga
- [84] *Rakić, Beba, Rakić, Mira*, (2007): *Marketing etno hrane*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj“, Beograd – Beočin 6-7. decembar, prva knjiga
- [85] *Rakić, S., i sar.*, (2007): *Trendovi potrošnje funkcionalne hrane*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj“, Beograd – Beočin 6-7. decembar, prva knjiga
- [86] *Salai, Suzana, Božidarević, Desanka*, (2001): *Marketing istraživanje*, Savremena administracija, Beograd
- [87] *Savić, Mirjana, Bekić, Bojana*, (2006): *Životna sredina u zakonodavstvu EU i RS*, Ekonomika poljoprivrede, Tematski broj, (13-667), Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj I – razvoj lokalnih zajednica“, Beograd – Mali Zvornik, 7-8. decembar



- [88] Savić, Mirjana, i sar., (2006): *Zakonska regulativa EU za ocenu usaglašenosti proizvoda u pogledu upravljanja bezbednošću i kvalitetom hrane*, Ekonomika, broj 5-6, Niš
- [89] Simon, H., (1960): *The New Science of Management Decision*, Harper and Raw, New York
- [90] Sjuel, K., Braun, P., (1995): *Doživotni kupac – kako ga stvoriti i sačuvati*, Clio, Beograd
- [91] Sekovska, Blagica, i sar., (2006): *Značaj marketing strategije u plasmanu animalnih proizvoda*, Ekonomika poljoprivrede, Tematski broj, (13-667), Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj I – razvoj lokalnih zajednica“, Beograd – Mali Zvornik, 7-8. decembar
- [92] Stakić, P., (2007): *Falsifikat protiv originala*, Taboo – o svetu marketinga, Mark – planetak, Pančevo
- [93] Stevović-Buha, Jelena, (2006): *Traganja za kontrolisanom liberalizacijom – uloga Evropske unije*, Ekonomske teme, broj 3, Niš
- [94] Stojanović, Gordana, Đorđević, Vera, (2008): *Označavanje proizvoda*, www.propisi.net
- [95] Stošić, I., i sar., (2007): *Konkurentnost i ruralni razvoj*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj“, Beograd – Beočin 6-7. decembar, druga knjiga
- [96] Steiner, C., (1981): *The Other Side of Power*, Grove Press, New York
- [97] Smith, R., (1983): *Setting Up Shop*, Warner Books
- [98] Škrbić, M., (2008): *Zaštiti kupce umesto monopoliste*, Blic
- [99] Štrbac, Maja, Cvijanović, D., Vlahović, B., (2006): „*Prognoza potrošnje voća za 2007. godinu*“, Ekonomika poljoprivrede, broj 4/2006, Beograd
- [100] Štrbac, Maja, Vlahović, B., Cvijanović, D., (2006): „*Struktura potrošnje proteina u Evropi*“, Ekonomika, broj 5-6, Niš
- [101] Štrbac, Maja, Vlahović, B., Cvijanović, D., (2006): „*Stanje i tendencije potrošnje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda*“, Ekonomske teme, broj 3, Ekonomski fakultet, Niš
- [102] Štrbac, Maja, (2007): „*Uporedna analiza potrošnje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda*“, Monografija, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd
- [103] Štrbac, Maja, Vlahović, B., Cvijanović, D., (2006): „*Obeležja potrošnje povrća u Evropi*“, Broj TB/2006, Tematski broj, Ekonomika poljoprivrede, Beograd, broj (13-667/2006)
- [104] Štrbac, Maja, Vlahović, B., (2007): „*Prednosti konzumiranja organskih proizvoda u ljudskoj ishrani*“, Tematski zbornik, knjiga 1, Ekonomika poljoprivrede, Beograd

- [105] Štrbac, Maja, Tomić, D., Vlahović, B., (2007): „THE ROLE OF THE AUTONOMOUS PROVINCE OF THE VOJVODINA DEVELOPMENT FUND“, 100<sup>th</sup> Seminar of the EAAE Development of Agriculture and Rural Areas in Central and Eastern Europe, 21-23. jun 2007, THEMATIC PROCEEDINGS, Novi Sad
- [106] Štrbac, Maja, Hamović, Vladana, (2007): „Osnovni elementi ruralnog turizma“, Međunarodni naučni skup: Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj u Republici Srpskoj, Jahorina 13-14. decembar, Tematski zbornik
- [107] Štrbac, Maja, Vlahović, B., Cvijanović, D., (2007): „Projekcija potrošnje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda za 2007. godinu u Evropi“, XXI Savetovanje agronoma, veterinarara i tehnologa, Beograd, Zbornik naučnih radova 2007. Vol.13 Br. 1-2; Beograd
- [108] Štrbac, Maja, i sar., (2007): „Standardi ISO 22000 i HACCP u funkciji prava potrošača na zdravstveno bezbednu hranu“, Međunarodni naučni skup: Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj u Republici Srpskoj, Jahorina 13-14. decembar, 2007. godine, Tematski zbornik
- [109] Štrbac, Maja, (2005): „Potrošnja mesa i mesnih prerađevina u Srbiji i Crnoj Gori“, Agroekonomika, Tematski zbornik: „Tranzicione reforme i agroprivreda“, Broj 34-35, 2005/2006.
- [110] Štrbac, Maja, Cvijanović, D., (2008): „Nedovoljna informisanost potrošača“, Ekonomika, Niš, broj strana 148-156., broj 1-2
- [111] Štrbac, Maja, Beatović, D., (2007): „Potrošnja začina u evropskim zemljama“, Zbornik sažetaka, str. 91., Naučna podrška razvojnoj strategiji poljoprivrede Republike Srpske, 7-9. mart, Teslić
- [112] Štrbac, Maja, (2007): *Recepti vitalnosti*, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd
- [113] Štrbac, Maja, (2008): *Praćenje i merenje učinka zaštite životne sredine*, Međunarodni naučni simpozijum: „Stanje, mogućnosti i perspektive ruralnog razvoja na području velikih površinskih kopova“, Banja Vrujci, 24-25. april 2008. god., Zbornik radova, strana 229-234
- [114] Štrbac, Maja, (2008): *Vrednovanje učinka zaštite životne sredine*, Ekonomika poljoprivrede, Beograd, strana 43-51., broj 1 (1-138)
- [115] Tadić, B., (2006): [www.pressonline.co.yu](http://www.pressonline.co.yu)
- [116] Taylor, J., (1990): *How to write a successful Advertising Plan*, NTC Business Books, Illinois
- [117] Ueckert, H., (1978): *Psihologija u službi čoveka*, Mladost, Zagreb
- [118] Vidačak, I., (2008): *Zaštita životne sredine*, [www.entereurope.hr](http://www.entereurope.hr)
- [119] Vilus, Jelena, (2006): *Potrošački krediti – Rizici za nedovoljno obavestene potrošače*, [www.cezap.org](http://www.cezap.org)
- [120] Vilus, Jelena, (2006): *Reklama – Posledice reklamiranja koje može da dovede potrošača u zabludu*, [www.cezap.org](http://www.cezap.org)

- [121] Vilus, Jelena, (2006): *Reklamiranje medicinskih proizvoda*, [www.cezap.org](http://www.cezap.org)
- [122] Vilus, Jelena, (2006): *Turističke usluge – Paket aranžmani i timesharing u turizmu*, [www.cezap.org](http://www.cezap.org)
- [123] Vilus, Jelena, (2006): *Reklamiranje preko televizije*, [www.cezap.org](http://www.cezap.org)
- [124] Vlahović, B., Štrbac, Maja, (2007): „Osnovne karakteristike tržišta i marketinga proizvoda organske poljoprivrede“, *Ekonomika poljoprivrede*, God. 54, broj 2 (109-260), 2007., Beograd
- [125] Vlahović, B., Štrbac, Maja, (2006): „Obeležja potrošnje pilećeg mesa u evropskim zemljama“, *Letopis naučnih radova*, Godina 30 (2006), broj 1, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad
- [126] Vlahović, B., Štrbac, Maja, (2008): *Trendovi u proizvodnji svinjskog mesa u Evropi*, *Savremena poljoprivreda*,
- [127] Vlahović, B., Štrbac, Maja, (2007): „Trendovi u proizvodnji svinjskog mesa u Evropi“, Simpozijum sa međunarodnim učešćem „Veterinarska medicina, stočarstvo i ekonomika u proizvodnji zdravstveno bezbedne hrane“, Herceg Novi, 24. jun-1. jul 2007., Zbornik kratkih sadržaja, Novi Sad
- [128] Vlahović, B., (2004): *Marketing*, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad
- [129] Vujković, I., Vujković, Gordana (2002): *Ambalaža i održivi razvoj – Aspekt primene standarda serije ISO 14000*, *EKO-KONFERENCIJA 2002*, *EKOLOŠKI POKRET GRADA NOVOG SADA*
- [130] Vujović, S., (2007): *Agroturizam kao podsticajni faktor ekonomskog razvoja Vojvodine*, *Ekonomika poljoprivrede*, broj 2, Beograd
- [131] Vučićević, S., (2006): [www.pressonline.co.yu](http://www.pressonline.co.yu)
- [132] Woodward, J., (1965): *Industrial Organization: Theory and Practice*, Oxford University Press, London
- [133] Wan Mesdag, M., (1991): *Razmišljajte marketinški*, *Privredni pregled*, Beograd
- [134] Wilkie, William, (1990): *Consumer Behaviour – second edition*, New York
- [135] Zarić, V., Vasiljević, Zorica, (2007): *Mogućnosti analize međunarodne konkurentnosti organskih proizvoda iz Srbije*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj“, Beograd – Beočin 6-7. decembar, prva knjiga
- [136] Zatezalo, M., (2007): *Žig*, [www.serbianfurniture.com](http://www.serbianfurniture.com)
- [137] Zekić, S., i sar., (2007): *Instrumenti zaštite životne sredine i zajedničkoj agrarnoj politici Evropske unije*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj“, Beograd – Beočin 6-7. decembar, prva knjiga
- [138] MORI/SCG-ICS (2005): preuzeto iz: „Implementacija ISO 9001 i ISO 14001 u malim i srednjim preduzećima“, *USAID/CRDA program za uvođenje ISO/HACCP standarda*

- [139] *Četvorogodišnji akcioni program za period 2005-2009. godine*, Nacionalna organizacija potrošača Srbije
- [140] *Nacionalni Program zaštite potrošača za period 2007-2012. godine u Republici Srbiji*, Nacionalna organizacija potrošača Srbije
- [141] *Zakon o zaštiti potrošača* (2003): Hrvatski sabor, broj: 01-081-03-2117/2, Zagreb
- [142] *Podrška programiranju ruralnog razvoja i platnom sistemu u Srbiji, (Ugovor 04SER01/09/002) Plan strategije ruralnog razvoja za Srbiju, 2008–2013*, Dokument za potrebe konsultacija, Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, Republika Srbija
- [143] *Dobro obučeni i ekološki svesni*, (2008): *L'Officiel*, broj 1, str. 223.
- [144] *Malezija zabranjuje oglašavanje brze hrane*, (2007): *Reuters India*, tekst preuzet iz TABBO, broj 29, str. 80.
- [145] [www.pks.komora.net](http://www.pks.komora.net)
- [146] [www.siepa.gov.yu](http://www.siepa.gov.yu)
- [147] [www.ekapija.com](http://www.ekapija.com)
- [148] [www.consumer.org.yu](http://www.consumer.org.yu)
- [149] [www.nops.org.yu](http://www.nops.org.yu)
- [150] [www.hgk.biznet.hr](http://www.hgk.biznet.hr)
- [151] [www.pokretpotrosaca-srb.org](http://www.pokretpotrosaca-srb.org)
- [152] [www.savremenisport.com](http://www.savremenisport.com)
- [153] [www.well.org.yu3](http://www.well.org.yu3)
- [154] [www.cezao.org1](http://www.cezao.org1)
- [155] [www.market-srbija.com](http://www.market-srbija.com)
- [156] [www.gate.komora.net](http://www.gate.komora.net)
- [157] [www.ai.sanu.ac.yu](http://www.ai.sanu.ac.yu)
- [158] [www.sertifikacija.com](http://www.sertifikacija.com)
- [159] [www.stellamccartneycare.com](http://www.stellamccartneycare.com)
- [160] [www.entereurope.hr](http://www.entereurope.hr)
- [161] [www.stajeevropa.org](http://www.stajeevropa.org)
- [162] [www.terras.org.yu](http://www.terras.org.yu)
- [163] [www.prirodnakozmetika.com](http://www.prirodnakozmetika.com)
- [164] [www.brendovisrbije.com](http://www.brendovisrbije.com)
- [165] [www.jus.org.yu](http://www.jus.org.yu)



---

---

## BIOGRAFIJA

# XI



Maja Štrbac, rođena je 07. jula 1972. godine u Vrbasu. Osnovnu školu završila je u Crvenki, a srednju Ekonomsku školu u Kuli.

Na Ekonomski fakultet u Subotici upisala se 1991. godine, diplomirala je 1996. godine, na smeru marketing, kada je odbranila diplomski rad pod naslovom „*Organizovanje i zaštita potrošača*“.

Za vreme magistarskih studija, smer marketing poljoprivredno-prehrambenih proizvoda na Poljoprivrednom fakultetu u Novom Sadu, ostvarila je prosečnu ocenu 9,17. Promovisana je u magistra poljoprivrednih nauka 2004. godine na Poljoprivrednom fakultetu u Novom Sadu, kada je odbranila magistarski rad pod naslovom „*Obeležja potrošnje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u Srbiji i Crnoj Gori*“.

Doktorsku disertaciju pod naslovom „*Uporedna analiza potrošnje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda*“ odbranila je 2006. godine na Poljoprivrednom fakultetu u Novom Sadu, na osnovu čega je stekla naučni stepen doktora poljoprivrednih nauka.

U organizaciji BSI (British Standards Institution) iz Londona, uspešno je pohađala obuke iz oblasti ISO 9001 i ISO 22000 i dobila sertifikat za internog auditora ISO 9001:2001 (*ISO 9001:2000, Internal Auditor, BSI Management Systems*) 6. decembra 2005. godine i sertifikat za uvod u ISO 22000:2005 (*Food Safety ISO 22000:2005, Introduction, BSI Management Systems*) 5. aprila 2006. godine.

Radila je u “CARL ZEISS” predstavništvu za Srbiju i Crnu Goru u Beogradu 1997. godine. Iste godine pohađa obuku iz oblasti logističkih usluga u „CARL ZEISS“ predstavništvu za Istočnu Evropu u Budimpešti (Mađarska).

U “YUCO” Poslovni sistem u Novom Sadu bila je v.d. direktor marketinga u periodu 1997-1998. godine. Pored toga, u „YUCO-Trgovina“ bila je angažovana za promociju i prodaju kozmetike „*Multiaktiv*“ 1998. godine.

---

---

U “LECO-Instrumente” predstavništvu za Srbiju i Crnu Goru u Novom Sadu radi na poslovima iz oblasti marketinga i prodaje u periodu 2000-2003. godine. U “LECO-Instrumente” predstavništvu za Istočnu Evropu u Pragu (Češka Republika) pohađala je obuku iz oblasti logističkih usluga 2001. godine.

U Naučnom institutu za ratarstvo i povrtarstvo u Novom Sadu radi od novembra 2005. godine, gde je bila rukovodilac sistema kvaliteta i zaštite životne sredine.

U Institutu za ekonomiku poljoprivrede u Beogradu radi od novembra 2006. godine.

Naučno zvanje *naučni saradnik*, u oblasti *društvenih nauka – ekonomija*, stekla je 16. aprila 2008. godine.

Član je stručnog udruženja: Evropska asocijacija agrarnih ekonomista.

Angažovana je u naučno-istraživačkom radu na projektu: *Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj u funkciji uključenja Republike Srbije u Evropsku uniju*, koje finansira Ministarstvo za nauku i tehnološki razvoj Republike Srbije.

Učestvovala je na nacionalnim i inostranim naučno-stručnim skupovima. Do sada je objavila dve monografije i više naučnih radova nacionalnog i međunarodnog značaja.

Govori, čita i piše engleski jezik.

**CIP – КАТАЛОГИЗАЦИЈА У ПУБЛИКАЦИЈИ**  
**Народна библиотека Србије, Београд**

658.8  
366.5

**ШТРБАЦ, Маја, 1972–**

**Marketing koncept i zaštita potrošača** : monografija / Маја Штрбац.  
– Београд : Институт за економику пољопривреде, 2008 (Београд : Dis  
public) . – 198 str. : ilustr. ; 24 cm

Тираж 500. – Биографија: str. 197-198. – Библиографија: str. 187-195.

ISBN 978–86–82121–58–9

а) Маркетинг б) Потрошачи – Заштита  
COBISS. SR – ID 153376780