

**Mr. sc. Zrinka Golemac**

Asistent

Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu, Dubrovnik

e-mail: bogut@ftvt.hr

## **Prikaz knjige: POLITIKA CIJENA - CIJENE U TEORIJI I PRAKSI**

**Autor: Jozo Bakalar**

**Izdavač: HKD Napredak, Sarajevo, 2001., str. X+267**

Savršena konkurencija, u kojoj je cijena zadana veličina, u današnjim tržišnim gospodarstvima u pravilu ne postoji. Stoga cijene u suvremenim uvjetima postaju izrazito atraktivno područje teorijskog i empirijskog istraživanja. S ciljem da se ukaže na značaj cijena, njihovu stratešku važnost u poslovnom odlučivanju i prikaže mogućnosti primjene teorije u praksi nastalo je i ovo djelo. Knjiga "Politika cijena - cijene u teoriji i praksi", autora prof.dr.sc. Joza Bakalara, izdanje je HKD Napredak, Sarajevo iz godine 2001.

Sadržaj djela razrađen je na 267 stranica, uključuje 28 slika, 23 tablice i 3 sheme, a sastoji se od dva dijela sa šesnaest poglavlja. Prvi dio čini 7 poglavlja: 1. Uvod, 2. Osnovni elementi teorije potražnje, 3. Analitičke metode istraživanja potražnje, 4. Prognoziranje i planiranje prodaje poduzeća, 5. Planiranje proizvodnje, 6. Teorija i analiza troškova i 7. Planiranje troškova, dok se drugi dio sastoji od 9 poglavlja: 8. Politika cijena i struktura tržišta, 9. Savršena (potpuna) konkurencija, 10. Politika cijena u uvjetima monopola, 11. Politika cijena u uvjetima monopolističke konkurencije, 12. Politika cijena u uvjetima oligopola, 13. Politika cijena više proizvoda i transferne cijene, 14. Kritika neoklasične teorije i određivanje cijena prosječnim troškom, 15. Određivanje cijena u praksi i 16. Uloga države u reguliranju cijena.

U uvodnom dijelu autor definira politiku cijena kao donošenje odluka o cijenama, obrađuje profitabilnost poslovanja i ukazuje na potrebu mikroekonomskog planiranja, tj. izrade plana prodaje koji odražava poslovnu politiku poduzeća, a u kojem je cijena strateška varijabla.

U izradi plana prodaje nužno je poznavati potražnju na tržištu proizvoda koje poduzeće proizvodi. Stoga autor u drugom poglavlju definira potražnju, obrađuje njezine determinante, funkciju potražnje i elastičnost potražnje, koja je u poslovnom odlučivanju od presudne važnosti, jer upravo ona određuje učinke cjenovnih promjena na ukupan prihod.

U trećem poglavlju autor se bavi analitičkim metodama istraživanja potražnje, tj. marketinškim pristupom i ocjenjivanjem potražnje regresijskom

analizom. Cilj razmatranih metoda je ocjenjivanje potražnje, koja u stvarnosti predstavlja potencijalnu prodaju poduzeća.

Kako bi smanjila rizik i neizvjesnost u poslovanju, suvremena poduzeća prognoziraju i planiraju prodaju. Stoga u četvrtom poglavlju autor analizira različite metode prognožiranja prodaje poduzeća i plan prodaje u kojem, osim količine, i cijena predstavlja ključni element.

Plan prodaje je temelj za planiranje proizvodnje, koja se obrađuje u petom poglavlju. Planom proizvodnje se definira proizvodni program na temelju kojeg se donose daljnje odluke o angažiranju radne snage, nabavkama materijala, pribavljanju kapitala, te usklađivanju prodaje, proizvodnje i zaliha za planirani obujam proizvodnje u određenom razdoblju.

Budući da se angažiranje radne snage, nabavke materijala i pribavljanje kapitala manifestira u troškovima autor nas u šestom poglavlju upoznaje s teorijom troškova. U sklopu ove teorije autor definira i klasificira troškove, obrađuje njihove funkcije, krivulje dugoročnih troškova, kretanje troškova ovisno o veličini poduzeća i kapacitetima, te se na kraju kritički osvrće na tradicionalnu teoriju troškova.

Nakon što su predočeni osnovni elementi teorije i analize troškova u sedmom poglavlju autor se bavi praktičnom stranom njihovog upravljanja, tj. njihovim predviđanjem i planiranjem, načinom njihove kontrole i projekcijom financijskog rezultata.

U prethodnim poglavljima elaborirane su pretpostavke bez kojih nije moguće donositi odluke o cijenama. Novi dio u kojem se autor bavi odlukama o cijenama započinje poglavljem u kojem on izučava politiku cijena i strukturu tržišta, a u okviru kojeg definira cijene i njihove ekonomske funkcije, te razmatra način njihovog formiranja na tržištu ovisno o tipu tržišnog stanja.

Budući da se cijena formira ovisno o tržišnom stanju autor u devetom poglavlju najprije obrađuje savršenu konkurenciju, definira je, razmatra ravnotežu poduzeća i grane, te analizira politiku cijena u spomenutom tržišnom stanju.

Deseto poglavlje tretira politiku cijena u uvjetima monopola. Autor teoretski razmatra pojam monopola, njegove karakteristike i razloge njegovog nastanka s posebnim naglaskom na ravnoteži u uvjetima monopola uspoređujući ga sa savršenom konkurencijom.

Politika cijena u uvjetima monopolističke konkurencije je predmet izučavanja jedanaestog poglavlja. Autor teoretski razmatra pojam monopolističke konkurencije, ravnotežu poduzeća u njoj, a posebnu pozornost usmjerava na ocjenu efikasnosti monopolističke konkurencije.

U dvanaestom poglavlju se izučava politika cijena u uvjetima oligopola. No, kako oligopol predstavlja tržišno stanje za koji ne postoji

opća teorija, već određen broj modela, uz teoretsko definiranje oligopola razmatraju se modeli nespornog i spornog oligopola, teorija igara, te efikasnost privreda razvijenih zemalja kod kojih oligopol predstavlja dominantno tržišno stanje.

Razmatranje politike cijena u uvjetima savršene konkurencije, monopola, monopolističke konkurencije i oligopola, koju je autor razradio u četiri prethodna poglavlja, bazira se na pretpostavci da poduzeće proizvodi samo jedan proizvod, što je u praksi rijetko. S obzirom da cijena čini stratešku varijablu u funkciji profita, u trinaestom poglavlju autor se bavi njezinim određivanjem u poduzećima koja proizvode više proizvoda s međuzavisnom potražnjom, određivanjem cijena i korištenjem kapaciteta, cijenama vezanih proizvoda, te određivanjem transfernih cijena.

Iako tradicionalna teorija cjelokupni sistem određivanja cijena temelji na graničnom pravilu  $MR = MC$ , većina poduzeća njih određuje na temelju prosječnih troškova i profitne marže. U četrnaestom poglavlju se prikazuju osnovni argumenti kritičara o dijelovima tradicionalne teorije koji se izravno odnose na određivanje cijena. Zatim se interpretira bit određivanja cijena prosječnim troškom.

Cijena proizvoda je sredstvo poslovne politike poduzeća koje skupa s ostalim sredstvima pomaže u ostvarivanju njegovih osnovnih ciljeva. Stoga autor u petnaestom poglavlju obrađuje određivanje cijena u praksi u kojoj većina poduzeća određivanje cijena temelji na prosječnim troškovima i informacijama o potražnji i konkurenciji na tržištu.

U posljednjem poglavlju se elaboriraju utjecaj poreza, subvencija i carina na cjenovnu politiku poduzeća i metode koje primjenjuje država u kontroli cijena i sprečavanju monopolističkog ponašanja na tržištu.

Prof. dr. sc. Jozo Bakalar svoju je karijeru započeo u gospodarstvu, a od 1978. godine stalno je angažiran na Ekonomskom fakultetu u Mostaru. Za redovitog profesora na predmetu Teorija i politika cijena (Mikroekonomija) izabran je 1984. godine, a 1990. je biran na predmet Ekonomika narodne privrede (Makroekonomija). Dr. sc. Jozo Bakalar profesor je i na poslijediplomskom studiju, te suradnik na više ekonomskih instituta i konzultant u nizu poduzeća. Knjiga "Politika cijena - cijene u teoriji i praksi" nastala je kao rezultat njegovog dugogodišnjeg bavljenja problematikom cijena s teorijskog i empirijskog aspekta.

Naslov knjige egzaktno i precizno reflektira sadržaj djela, koje obrađuje neosporno aktualnu problematiku. Naime, kako u suvremenim tržišnim gospodarstvima politika cijena čini bitnu komponentu u poslovnoj politici, a same cijene stratešku varijablu u donošenju poslovnih odluka, ova tematika nimalo ne gubi na atraktivnosti. Sam autor ističe da odluke o cijenama predstavljaju ključ uspjeha tržišnih gospodarstava, ali istovremeno iziskuju i kompleksna znanja.

U obradi teme se koristi standardno nazivlje, što tekst, u cjelini, čini jednostavnim i razumljivim. Sama je materija izložena sustavno, logično i redosljedom koji uvažava prihvaćene koncepte, a korištena matematička aparatura i brojni numerički primjeri omogućavaju čitatelju da primjeni teoriju u praksi i u skladu su sa standardnom mikroekonomskom literaturom.

Kao posebnu vrijednost ovog djela treba istaknuti činjenicu da je autor svoje dugogodišnje bavljenje cijenama s teorijskog i empirijskog aspekta pretočio u knjigu, koja obrađuje problematiku o kojoj se na hrvatskom jeziku nije previše pisalo. Stoga knjiga predstavlja značajan doprinos mikroekonomskoj literaturi, te će kao takva vjerojatno zadovoljiti interese ne samo studenata, već i šireg kruga čitatelja.