

1. UVOD

Za cijenu možemo reći da je strategijski promjenljiva kategorija pomoću koje preduzeće može da utiče na obim prodaje, a samim tim i na ukupan prihod i dobit. Formiranje cijena je rijetko kad potpuno slobodno u konkurentskoj situaciji jer uvijek postoji neka vrsta ograničenja koja daju okvir za cijenu koju preduzeće treba samo da odredi. Cijena je vrlo složena ekonomska kategorija zbog širine i obima njenih funkcija, ali i intenziteta djelovanja na privredne subjekte i privredni razvoj.

Kao novčani izraz vrijednosti robe, cijena je isključivo vezana za tržište, jer se formira na tržištu u zavisnosti od ponude i tražnje i njihovih međusobnih odnosa. Odnosi agregatne ponude i agregatne tražnje određuju opšti nivo cijena koji se formira na osnovu visine i kretanja cijena svih proizvedenih roba i usluga u zemlji. Osim toga, nivo cijena zavisi od mnogih faktora: od obima ponude i tražnje, kupovne moći potrošača, njihovih potreba i preferencija, troškova proizvodnje, mjera ekonomske politike, tržišnih struktura i slično.

Predmet i cilj proučavanja teme odnose se na analizu politike formiranja cijena u preduzeću. S tim u vezi nameću se tri osnovna faktora koja determinišu visinu cijena i koji predstavljaju osnovu našeg rada, troškova, kupaca i konkurencije na tržištu. U proučavanju teme krećemo od hipoteze koja glasi: „Preduzeće u tržišnim uslovima nije slobodno pri formiranju cijene svojih proizvoda ili usluga. Kao determinante u pristupu politici cijena javljaju se proizvodni troškovi kao i ponuda i tražnja na tržištu, tj. ponašanje kupaca i konkurencije.“

Na osnovu predstavljenog cilja rada i hipoteze formirana je i struktura rada koji se sastoji od četiri dijela. Prvi i drugi dio nam daju teoretski koncept formiranja cijena, osnovne pojmove vezane za cijenu i okvir za utvrđivanje odluke o formiranju cijena. U trećem dijelu se upoznajemo sa politikama i metodama formiranja cijena u proizvodnoj kompaniji, sa posebnim osvrtom na formiranje cijena uslovljeno troškovima, ponašanjem kupaca i konkurencije. U završnom dijelu rada dajemo pregled ostalih aspekt formiranja cijena.