

<b>UVOD .....</b>	<b>3</b>
<b>1. TEORIJSKE KARAKTERISTIKE CIJENA, PROFITABILNOSTI I KONKURENTNOSTI .....</b>	<b>11</b>
<b>1.1. Pojam, mjerenje i analiza profitabilnosti preduzeća .....</b>	<b>11</b>
1.1.1. Pojmovno određivanje profitabilnosti .....	11
1.1.2. Faktori profitabilnosti.....	11
1.1.3. Mjerenje profitabilnosti .....	13
1.1.4. Unapređenje profitabilnosti poslovanja .....	14
<b>1.2. Konkurentnost i njena važnost za privredu BIH .....</b>	<b>15</b>
1.2.1. Definisanje konkurentnosti .....	15
1.2.2. Uticaj konkurentskih sila na profitabilnost preduzeća.....	16
1.2.3. Vrste konkurentne prednosti.....	17
1.2.4. Strategija troškovnog vođstva.....	19
1.2.5. Strategija diferencije .....	21
1.2.6. Hiperkonkurencija .....	22
1.2.7. Strategija fokusiranja .....	24
1.2.8. Tržišne konkurentnosti.....	26
1.2.9. Izvori konkurentne prednosti .....	26
1.2.10. Mogućnosti za podizanje konkurentnosti preduzeća .....	29
<b>1.3. Politike formiranja cijena u tržišnoj privredi .....</b>	<b>31</b>
1.3.1. Pojam i funkcije cijena .....	31
1.3.2. Faktori koji utiču na cijene .....	34
1.3.3. Vrste cijena u preduzeću.....	35
1.3.4. Odnosi između cijena .....	40
1.3.5. Politika formiranja novih cijena .....	42
1.3.6. Politika formiranja cijena „zrelih” proizvoda .....	43
1.3.7. Politika cijena velikih preduzeća .....	44
1.3.8. Formiranje cijena u uslovima inflacije.....	48
1.3.9. Indeks cijena.....	51
1.3.10. Ciljevi politike cijena .....	52
<b>2. EKONOMSKI MODELI FORMIRANJA CIJENA .....</b>	<b>54</b>
<b>2.1. Formiranje cijena na bazi troškova .....</b>	<b>54</b>
<b>2.2. Pojam i klasifikacija troškova .....</b>	<b>55</b>
<b>2.3. Troškovi i cijena koštanja .....</b>	<b>58</b>
<b>2.4. Utvrđivanje visine troškova .....</b>	<b>69</b>
2.4.1. Diviziono kalkucija .....	70
2.4.2. Metoda kalkucije pomoću ekvivalentnih brojeva .....	71
2.4.3. Kalkucija kuplovanih proizvoda .....	72
2.4.4. Dodatna kalkucija .....	73
2.4.5. Metoda direktnih troškova (engl. direct costing).....	74

2.4.6.	Kombinovanje kalkulativnih metoda.....	74
<b>2.5.</b>	<b>Utvrđivanje cijene .....</b>	<b>75</b>
2.5.1.	Troškovi plus.....	75
2.5.2.	Metoda marže .....	75
2.5.3.	Metoda ciljnog povraćaja sredstava (engl. target return metod) .....	75
2.5.4.	Metoda maksimiziranja profita .....	75
2.5.5.	Analiza prelomne tačke ( <i>break analysis</i> ).....	75
<b>2.6.</b>	<b>Određivanje cijena u skladu sa MRS/MSFI .....</b>	<b>78</b>
2.6.1.	Određivanje cijena u skladu sa MRS/MSFI .....	79
2.6.2.	Mjerenje prihoda .....	81
2.6.3.	Mjerenje NPO.....	81
<b>2.7.</b>	<b>Transferne cijene prema MSFI 8 – Poslovni segmenti .....</b>	<b>83</b>
<b>2.8.</b>	<b>Cijene u hiperinflacionim uslovima (MRS 29) .....</b>	<b>86</b>
<b>2.9.</b>	<b>Objavljivanja vezana za cijene .....</b>	<b>87</b>
<b>3.</b>	<b>UTICAJ PRIHVAĆENE STRATEGIJE FORMIRANJA CIJENA NA RAST PRODKUTIVNOSTI I KONKURENTNOSTI .....</b>	<b>89</b>
<b>3.1.</b>	<b>Pravni okvir formiranja cijena.....</b>	<b>89</b>
<b>3.2.</b>	<b>Strategije formiranja cijena na domaćem tržištu .....</b>	<b>90</b>
3.2.1.	Strategije koje se zasnivaju na diferencijalnim cijenama .....	90
3.2.2.	Strategije koje se zasnivaju na konkurentskim (komparativnim) cijenama .....	92
3.2.3.	Strategije koje u svojoj osnovi imaju cijene vezane za liniju proizvoda .....	93
3.2.4.	Strategija formiranja cijena zasnovana na psihologiji i imidžu.....	94
3.2.5.	Strategija formiranja cijena zasnovana na distribuciji.....	95
3.2.6.	Strategije formiranja cijena industrijskih proizvoda.....	95
3.2.7.	Strategije formiranja cijena utvrđivanjem tačne cijene .....	97
3.2.7.1.	Dodatak na prodajnu ili stvarnu cijenu proizvoda .....	97
3.2.7.2.	Metoda cost plus.....	97
3.2.7.3.	Metod prosječnog troška .....	97
3.2.7.4.	Ciljno određivanje cijene.....	97
3.2.7.5.	Analiza kritične tačke ( <i>break even point</i> ).....	98
3.2.8.	Strategija prilagođavanja cijena .....	99
3.2.9.	Tržišni model utvrđivanja cijena (umjesto dogovornog).....	100
3.2.10.	Ostale strategije formiranja cijena .....	101
<b>3.3.</b>	<b>Strategije formiranja cijena na međunarodnom tržištu .....</b>	<b>102</b>
3.3.1.	Strategija troškovno orijentisanih cijena.....	102
3.3.2.	Strategija tržišno orijentisanih cijena .....	102
3.3.3.	Strategija konkurentski orijentisanih cijena .....	103
3.3.4.	Strategija transakcionih cijena .....	103
<b>3.4.</b>	<b>Uticaj troškova na formiranje cijena .....</b>	<b>103</b>

<b>3.5.</b>	<b>Analiza cijena sa aspekta profitabilnosti.....</b>	<b>107</b>
3.5.1.	Zakon tražnje.....	108
3.5.2.	Teorija granične korisnosti .....	112

**4. FORMIRANJE CIJENE ELEKTRIČNE ENERGIJE SA ASPEKTA PROFITABILNOSTI I KONKURENTNOSTI..... 125**

<b>4.1.</b>	<b>Elektroenergetski sektor Republike Srpske.....</b>	<b>125</b>
<b>4.2.</b>	<b>Restrukturiranje elektroenergetskog sektora RS .....</b>	<b>127</b>
<b>4.3.</b>	<b>Cijena električne energije.....</b>	<b>129</b>
4.3.1.	Formiranje cijena na tržištu električne energije u uslovima monopola .....	130
4.3.2.	Formiranje cijena električne energije na konkurentnom tržištu.....	131
<b>4.4.</b>	<b>Otvaranje tržišta električne energije i javno (rezervno) snabdijevanje .....</b>	<b>133</b>
<b>4.5.</b>	<b>Tržišna, regulisana i cijena javnog snabdijevanja električnom energijom .....</b>	<b>135</b>
<b>4.6.</b>	<b>Cijena električne energije u EU.....</b>	<b>138</b>
<b>4.7.</b>	<b>Odnos cijena električne energije u EU i Republici Srpskoj .....</b>	<b>143</b>