

*Kristina Bučar* \*

**SANDA RENKO I BLAŽENKA KNEŽEVIĆ**  
**„TRADE PERSPECTIVES IN THE CONTEXT OF SAFETY,  
SECURITY, PRIVACY AND LOYALTY“**

Cambridge Scholar Publishing, Newcastle, 2018., 298 strana

**Opći prikaz djela**

*Opseg i raspored građe*

Knjiga „Trade Perspectives in the Context of Safety, Security, Privacy and Loyalty“ u uredništvu Sande Renko i Blaženke Knežević objavljena je u nakladi Cambridge Scholar Publishing, Newcastle, 2018. godine.

Urednice ove knjige, profesorice su s Katedre za trgovinu Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Obje urednice su do sada objavile veliki broj znanstvenih i stručnih radova iz područja trgovine, a ujedno su i bile voditeljice brojnih znanstvenih i stručnih projekata iz ovog područja. Knjiga predstavlja zanimljiv spoj različitih aktualnih tema iz područja trgovine i odnosa s kupcima.

Knjiga je koncipirana na način da svako poglavlje obrađuje drugu temu iz područja odnosa kupaca prilikom kupovine. Fokus istraživanja svakog poglavlja stavljen je na neki od aktualnih procesa, kao što su osjećaj sigurnosti i zaštita privatnosti kupaca prilikom kupnje te pitanje lojalnosti kupaca prema određenim maloprodajnim lancima.

---

\* K. Bučar, izvanredna profesorica, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet Zagreb (e-mail: kbucar@efzg.hr).

Uz predgovor, popis autora, indeks, knjiga ima i 11 poglavlja. Svako poglavlje napisano je od grupe drugih autora, a u pisanju poglavlja sudjelovalo je maksimalno 3 autora. Tako uz urednice, koje su i koautorice pojedinih poglavlja, u pisanju ove knjige sudjelovalo je još 26 autora. Objediniti rad toliko velikog broja autora iz nekoliko različitih zemalja, a koji iz svojih različitih perspektiva iznose svoje znanstvene i praktične spoznaje o vrlo aktualnim temama u gospodarskom sektoru trgovine, veliki je izazov u uređivanju knjige, koji su urednice ove knjige izuzetno uspješno savladale.

Knjiga je zbog svoje teme i aktualnosti namijenjena svima onima koji se bave lojalnošću i zaštitom privatnosti potrošača u sektoru trgovine. Prvenstveno je namijenjena studentima i znanstvenicima, ali i osobama iz prakse koji se bave trgovinom, no i svima iz drugih gospodarskih grana i aktivnosti koji se bave ovom temom.

### *Analiza strukture i sadržaja rada*

Svako poglavlje u knjizi bavi se nekom od tema koje su istaknute u samom naslovu knjige. Poglavlja u knjizi najvećim dijelom su koncipirana na isti način. U prvom dijelu poglavlja u pravilu se iznose znanstvene spoznaje vezene uz temu poglavlja, a u drugom dijelu poglavlja iznose se rezultati i analiza rezultata istraživanja, a sva poglavlja završavaju zaključkom i popisom korištene literature. Ovakav koncept knjige, i samih poglavlja, korisniku ove knjige omogućava lako snalaženje, pa je kao takva ova knjiga vrlo praktična za korištenje.

Knjiga započinje poglavljem s naslovom „Supply Chain Resilience and International Terrorism“, a napisali su ga autori Tomislav Baković, Ines Dužević te Mate Damić. Ovo poglavlje istražuje koje posljedice terorizam ostavlja na globalne lance maloprodaje te koliko su oni otporni na takve događaje. U ovom poglavlju su autori, a obzirom na problem terorizma u maloprodajnim globalnim lancima, na jednom mjestu objedinili spoznaje različitih znanstvenih disciplina, kao što su ekologija, sociologija, psihologija i ekonomija. U drugom dijelu poglavlja, autori su se bavili pitanjem na koje načine maloprodajni lanci na međunarodnom tržištu stvaraju otpornost prema ovakvim kriznim situacijama. Autori su na kraju poglavlja iznijeli zaključke istraživanja te neke smjernice koje bi mogli implementirati maloprodajni trgovački lanci kako bi stvorili određeni oblik otpornosti na ovakve nepredvidive događaje, a što ovom poglavlju osim znanstvene, daje i praktičnu primjenu.

U drugom poglavlju knjige, pod naslovom „Does Terrorism Affect Trade and Tourism?“, autori Ante Vuletić, Dora Naletina i Andrea Polić istražuju utječu li

teroristički napadi na turizam i trgovinu, i ako da, koliko? Autori su u ovom poglavlju analizirali i usporedili situaciju u Francuskoj i Egiptu, dvije države u kojima se posljednjih nekoliko godina dogodio veći broj terorističkih napada. U prvom dijelu ovog poglavlja iznesen je teoretski pregled pojmova vezanih uz terorizam, njegov povijesni razvoj te se objašnjavaju utjecaji terorizma na trgovinu i turizam s makroekonomske perspektive. U drugom dijelu poglavlja, autori iznose analizu utjecaja terorističkih napada na turizam u Francuskoj i Egiptu u posljednja dva desetljeća. Glavno ograničenje ovog poglavlja leži u činjenici da su autori uspoređivali dva turistička tržišta koji se značajno razlikuju po svojim gospodarskim obilježjima, ali i koja se razlikuju po svom turističkom razvoju te obilježjima turističkog tržišta. Izbor turističkih tržišta (zemalja) različitih po svojim obilježjima otežava donošenje zaključaka, no autori u zaključnom dijelu iznose neke smjernice koje bi mogle pomoći nekim zemljama ako se u budućnosti nađu u sličnim situacijama.

Treće poglavlje s naslovom „The Elements for Assessing Shrinkage in Retail Trade in Croatia“ napisali su autori Nikola Knego i Petar Mišević. U ovom poglavlju autori se bave problemom smanjenja prometa u maloprodaji kroz analizu fizičkog smanjenja prometa u maloprodaji pojedinih zemalja Europske unije. Autori iznose detaljan pregled uzroka ovakve situacije te ističu kako se radi o vrlo aktualnom problemu, ali da i ne postoji jednoznačan pristup u razumijevanju ovog problema, pa da tako ne postoji niti jednostavno rješenje ovog problema već da je izlaz u stalnoj prilagodbi poslovnih subjekata promjenama na međunarodnom maloprodajnom tržištu. Izbor same teme izučavanja te njihova sistematična analiza daje ovom poglavlju znanstvenu, ali i praktičnu vrijednost te predstavlja dobru polazišnu točku za daljnja istraživanja ove teme.

Elišbieta Bombićska autorica je četvrtog poglavlja s naslovom „How Secure are International Trade Supply Chains: The Threat of Modern Maritime Piracy“. U ovom poglavlju, autorica se bavi pitanjem koliko je moderno morsko gusarstvo prijatna međunarodnim maloprodajnim lancima na globalnom tržištu. U prvom dijelu poglavlja, autorica je analizirala količine prevezenog tereta i vrste tereta koje su najviše zastupljene u pomorskom prijevozu s osvrtom na najvažnija trgovačka područja svijeta u pomorskom prijevozu početkom 21. stoljeća. Autorica u drugom dijelu poglavlja analizira razloge pojave modernog morskog gusarstva te ističe kako ta pojava još uvijek ima limitiran utjecaj na poslovanje međunarodnih maloprodajnih lanaca, no kako se ipak ovaj problem nikako ne bi smio zanemarivati prilikom planiranja poslovanja. Poglavlje je koncipirano koncizno i sistematično, a analiza spomenutih problema je vrlo jasna i pregledna. Vrijednost ovog poglavlja ogleda se u činjenici da autorica u fokus istraživanja dovodi temu koja je relativno malo zastupljena i još uvijek nedovoljno zastupljena u znanstvenim istraživanjima.

Peto poglavlje koje se bavi temom intelektualnog vlasništva, a s naslovom „The Effects of Product Counterfeiting“ napisali su autori Ane Fački Marinković

i Dario Dunković. U poglavlju autori istražuju uzroke i posljedice te ekonomske efekte krivotvorenih proizvoda na tržištu maloprodaje. Autori ističu kako kupovina krivotvorenih proizvoda ima brojne negativne posljedice na proizvođače originalnih proizvoda kao što su gubitak prihoda, potencijalno sniženje cijena takvih originalni proizvoda, ali i gubitak reputacije. No, i da kupci često nisu svjesni brojnih posljedica kupovine takvih krivotvorenih proizvoda na njih jer takvi proizvodi su često niže kvalitete i često upitne sigurnosti. U drugom dijelu poglavlja, autori su analizirali rezultate primarnog istraživanja na temu trgovine krivotvorenih proizvoda u Hrvatskoj. Autori iznose kako nije moguće na brzinu donijeti zaključke o posljedicama trgovine krivotvorenim proizvodima jer se radi o vrlo kompleksnom problemu. Poglavlje zbog pregleda znanstvenih spoznaja i provedenog primarnog istraživanja, predstavlja dobru polazišnu točku za daljnja istraživanja na ovu temu.

Radenko Marić i Goran Vukmirović autori su šestog poglavlje s naslovom „Security, Legal Protection for Consumers and Ethical Problems in International Trade“. Autori se u ovom poglavlju bave vrlo aktualnim problemima u međunarodnoj trgovini koje je iznjedrila globalizacija tržišta, a kao najveći izazovi ističu prava kupaca i to: pravo na njihovu privatnost te pravo na osiguranu kvalitetu kupljenih proizvoda u maloprodaji. U poglavlju su detaljnije analizirani pojam i značenje poštene trgovine na međunarodnoj razini, problem dampinških cijena, posljedice (sankcije) za one koji se ne pridržavaju pravila na tržištu. U autori su u zaključnim razmatranjima istaknuli neke mjere kojima bi se u trgovini na međunarodnoj razini moglo osigurati da svi posluju po relativno jednakim pravilima i uvjetima. Ovo poglavlje bavi se problemima, a koji su s obzirom na važnost i aktualnost, još uvijek nedovoljno zastupljeni u znanstvenoj i stručnoj literaturi. Stoga, ovo poglavlje predstavlja dobru polazišnu osnovu za daljnja znanstvena istraživanja na ovu temu, ali i omogućava praktičnu primjenu dobivenih rezultata.

Sedmo poglavlje s naslovom „A Trade Facilitation Agreement Tool to Facilitate and Secure Trade“ napisali su autori Katerina Toshevsk-Trpchevska, Irena Kikerkova i Eelena Makarevska Disoska. Autori u poglavlju ističu brojne prepreke s kojima se suočavaju poslovni subjekti u međunarodnoj trgovini, a kao jedno među njima, ističu kako značajnu ulogu imaju administrativnih ograničenja. Koja osim ograničenja u poslovanju, često značajno povećavaju troškove poslovanja. Prvi dio poglavlja sadržava pregled znanstvene literature iz ovog područja istraživanja, a nakon toga autori su u fokus ovog istraživanja stavili područje Jugoistočne Europe i Makedonije. Ovakav pristup istraživanju, koje obuhvaća područje koje je slično, ali i različito po svojem povijesnom razvoju i svojim geografskim obilježjima, no koje se značajno razlikuje po gospodarskim pokazateljima, daje znanstvenu i praktičnu vrijednost ovom poglavlju i omogućava korisniku ove knjige da ovu temu sagleda iz šire perspektive.

Osmo poglavlje pod naslovom „The Risks Associated with the Efforts in the Creation of Loyal Customers“, a napisali su ga autori: Ivan Kovač, Ivan Novak i Nikolina Tompić. Ovo poglavlje bavi se pitanjem faktora koji utječu na zadovoljstvo i lojalnost kupaca na hrvatskom maloprodajnom tržištu. Nakon iznesenih znanstvenih spoznaja u prvom dijelu poglavlja, u drugom dijelu nalaze se rezultati primarnog istraživanja provedenog na području Hrvatske. Autori ističu kako dobiveni rezultati ukazuju na činjenicu da je cijenu kupci ističu kao najvažniji faktor prilikom kupnje, lokacija i asortiman prodavaonice čine vrlo važan faktor prilikom kupovine, dok sama promocija i ambijent prodavaonice u ovom slučaju nemaju veliku važnost. U završnom dijelu poglavlja, autori naglašavaju kako je lojalnost kupaca rezultat dugogodišnjeg rada i planiranja trgovca te da će upravo lojalnost kupaca imati presudnu ulogu u pozitivnom poslovanju maloprodajnih trgovačkih lanaca obzirom na sve konkurenciju na tržištu maloprodaje. Obzirom na jasno iznesene teoretske spoznaje s područja lojalnosti kupaca u maloprodaji te rezultata istraživanja, ovo poglavlje može pomoći svima koji se bave pitanjem lojalnosti kupaca u maloprodaji.

Deveto poglavlje s naslovom „Mobile Commerce in Croatia and Serbia: a Security and Privacy Perspective“ napisali su autori Goran Petković, Dragan Stojković i Blaženka Knežević. U ovom poglavlju, autori istražuju pitanje privatnosti i sigurnosti prilikom kupovine putem interneta, a naglasak je stavljen na kupovinu koja se odvija putem pametnih mobitela. Poglavlje sadržava pregled literature iz ovog područja istraživanja, a zatim i analizu podataka dobivenih provedenim primarnim istraživanjem, a u kojem su autori uspoređivali stav kupaca u Hrvatskoj i Srbiji koji obavljaju kupovinu na internetu putem pametnih mobitela. Istraživanje je pokazalo kako trenutni kupci putem pametnih mobitela u obje zemlje nisu zadovoljni sigurnošću koju im pruža ovakva kupnja u Hrvatskoj i Srbiji te da tu postoji puno prostora za unaprjeđenje i razvoj. Poglavlje se bavi relativno novom pojavom u maloprodaji, kupovinom putem pametnih telefona, ali zasigurno pitanjem koje će u budućnosti biti sve zastupljenije u praksi. Ovakav pristup istraživanju, u kojem se na jednom mjestu nalazi pregled znanstvene literature te analiza rezultata provedenog primarnog istraživanja u dvije različite zemlje, daju znanstvenu i praktičnu vrijednost ovom poglavlju.

Deseto poglavlje, s naslovom „Safety Issues of Low Energy Micro-Location Technology in Retailing“, a koje se bavi pitanjem sigurnosti i privatnosti prilikom kupovine, napisali su napisali autori Sanda Renko, David Bošnjak i Almir Peštek. U ovom poglavlju autori su istraživali na koji način i koliko mikro-lokacijska tehnologija može pridonijeti poboljšanju u procesu kupovine kupcima, ali i samim maloprodajnim lancima. U prvom dijelu ovog poglavlja nalazi se teoretski pregled iz područja odnosa mikro-lokacijske tehnologije i maloprodaje, a u drugom se iznose rezultati provedenog primarnog istraživanja na ovu temu, provedenog u Hrvatskoj. Autori ističu kako ovakav način kupovine kupcima omogućava novo

iskustvo prilikom kupovine, bolju transparentnost prilikom tog procesa i personalizirani pristup, dok prodavačima pruža bolje informacije o kupcima, a prvenstveno o njihovim navikama. Poglavlje na jednom mjestu objedinjuje znanstvene spoznaje iz ovog područja, rezultate i analizu provedenog primarnog istraživanja te prijedloge za daljnje poslovanje, pa kao takvo pruža korisne smjernice za unaprjeđenje poslovanja, no i svim osobama koje se bave ovom temom u svojim izučavanjima.

Posljednje, jedanaesto poglavlje, napisale su autorice Kristina Petljak, Ivana Štulec i Jelena Bunjanin s naslovom „Safety and Loyalty in Footwear Retail“. U fokusu istraživanja ovog poglavlja je pitanje lojalnosti kupaca. Na početku poglavlja dan je teoretski pregled vezan uz procese donošenja odluke prilikom kupovine, s naglaskom na procese koji se odvijaju prilikom i nakon kupovine, a koji pridonose stvaranju lojalnosti kupaca. U drugom dijelu poglavlja, autorice iznose rezultate i analizu primarnog istraživanja provedenog u Hrvatskoj. Autorice poglavlja naglašavaju kako su kupci izuzetno dobro informirani te da presudan faktor prilikom kupovine ima cijena, a zatim lokacija prodavaonice te dodatne usluge koju kupci dobivaju tijekom i nakon kupovine. Vrijednost poglavlja ogleda se u identificiranju glavnih faktora koji utječu na stvaranje lojalnosti kod kupaca na osnovu znanstvenih spoznaja te provedenog primarnog istraživanja.

## **Kritička ocjena djela**

### *Naslov*

Naslov knjige je jasno definiran i upućuje na niz vrlo aktualnih tema iz područja trgovine, kao što su lojalnost, sigurnost i privatnost potrošača prilikom različitih oblika i načina kupnje. Također, naslov svakog pojedinog poglavlja vrlo je jasno definiran i upućuje na temu koja se u njemu obrađuje, pa je ova knjiga izuzetno praktična za korištenje. Dok raspon različitih tema iz područja trgovine, od kojih su neke još uvijek vrlo malo istražene, ukazuju na aktualnost sadržaja i praktičnu primjenu iznesenih znanja i nekih praktičnih prijedloga.

### *Aktualnost sadržaja*

Gospodarski sektor trgovine suočava se s novim trendovima na međunarodnom tržištu koji značajno utječu na načine poslovanja subjekata u ovom području. Proces globalizacije tržišta doveo je povećanja konkurencije, a istovremeno

pojava novih tehnologija utječe na promjene u načinu i navika kupaca. Sve više maloprodaje odvija internetom, i to ne samo putem službenih web stranica, već i putem društvenih mreža. Ujedno, kupci kupovinu više ne obavljaju samo osobnim računalom, već su u tom procesu sve više zastupljene one kupovine koje kupci obave pametnim telefonima. U takvim novim i izmijenjenim uvjetima na međunarodnom tržištu maloprodaje, u fokus istraživanja znanstvenika dolaze nove teme. Sigurnost i poštovanje privatnosti potrošača postaje sve važnije pitanje i to ne samo potencijalnim kupcima, već i prodavačima kako bi time zadržali svoje lojalne kupce te privukli nove. Ova knjiga bavi se upravo tim vrlo aktualnim temama, koje će zasigurno u budućnosti dobiti još više na važnosti. Stoga je ova knjiga dobro došla svima koji se bave istraživanjem ovog područja te onima koji posluju u gospodarskom sektoru trgovine.

### *Terminologija, stil i jezik*

Obzirom na činjenicu je u pisanju ove knjige sudjelovalo čak 28 autora (uključujući i urednice), stil pisanja je prilično ujednačen i lako čitljiv, što je vrlo teško postići kada je u pisanju knjige uključen tako veliki broj autora.

### *Literatura*

Knjiga je koncipirana tako da se popis literature koji su koristili autori prilikom istraživanja i pisanja poglavlja, nalazi na kraju svakog poglavlja prema abecednom redu. Ovakav koncept navođenja literature, u kojem se popis ne nalazi na kraju knjige, već nakon svakog poglavlja, korisniku knjige olakšava primjenu.

### **Zaključak**

Gospodarski sektor trgovine posluje u uvjetima izrazite dinamičnosti, gdje su u posljednjem periodu vidljive brojne promjene u načinu poslovanja poslovnih subjekata, a koje su uvjetovane pojavom globalizacije te tehnološkim promjenama (kao što je sve veća zastupljenost kupovine putem interneta). Takvi trendovi nalaže sektoru trgovine da se brzo prilagođava tim promjenama tražeći nove načine poslovanja, a sve kako bi opstali u procesu u kojem se konstantno povećava kon-

kurencija na međunarodnom tržištu. Stoga, ovo djelo koje se bavi ovim aktualnim problemima, ima značajan znanstveni doprinos. Ujedno, ova knjiga čitateljima omogućava da ove aktualne probleme sagledaju s pozicije različitih stajališta, pa knjigu treba preporučiti svima koji su svojim radom i djelovanjem usmjereni prema maloprodaji, bez obzira radili se o znanstvenicima, studentima ili osobama iz prakse.