

Sažetak

Percipirani rizik potrošača kod kupnje stambenog objekta: uloga subjektivnog znanja, percipirane koristi od traženja informacija i ponašanje pri traženju informacija

ZNANSTVENI RAD

Mateja Kos Koklič*

Znanje o različitim aspektima procesa kupovine kod potrošača može znatno pomoći tvrtkama u razvoju strategija za povećanje tržišnog udjela, oslanjajući se pritom na dva mehanizma: povećanje zadovoljstva kupaca i/ili smanjenje njihovog percipiranog rizika. Ovim se radom želi razviti i empirijski testirati konceptualni model percipiranog rizika potrošača kod kupnje montažnih kuća. Rad ima dva specifična cilja: (a) utvrditi utjecaj prijašnjeg subjektivnog znanja na percipirani rizik pojedinca i (b) ispitati utjecaj percipiranih koristi od traženja informacija na odnos između percipiranog rizika i ponašanja pri traženju informacija. Na temelju empirijskih rezultata, može se reći da prijašnje subjektivno znanje i percipirane koristi od traženja informacija značajno i neposredno utječu na percipirani rizik. Percipirani rizik samo posredno utječe na ponašanje pri traženju informacija posredstvom percipiranih koristi od traženja informacija. Pored provedenog empirijskog istraživanja, izložene su implikacije za više dionika: proizvođače i prodavače montažnih kuća te tvrtke koje proizvode strateški važne proizvode.

Ključne riječi: percipirani rizik, kupovno ponašanje, strateška kupovina, donošenje odluka potrošača

JEL klasifikacija: M30, M31

* *Mateja Kos Koklič, asistentica, Faculty of Economics, University of Ljubljana, Slovenia, e-mail: mateja.kos@ef.uni-lj.si.*