

# PRIMENA CONJOINT ANALIZE ZA ODREĐIVANJE POTROŠAČKIH STILOVA ODLUČIVANJA PRI KUPOVINI

## Apstrakt

Ovaj rad se bavio identifikacijom potrošačkih stilova odlučivanja pri kupovini, kod mladih ljudi u Srbiji. Merene su preferencije potrošača pri kupovini, pomoću upitnika, kako bi se izdvojili glavni faktori koji utiču na donošenje odluke o kupovini određenog proizvoda. Postoje razne metode za određivanje ovih stilova, ali u ovom radu je dat pregled Customer Styles Inventory metode, predstavljen od strane Sprolles & Kendall – a, 1986.godine, kao standardni alat za procenu stilova odlučivanja potrošača. Takođe je opisana i Conjoint analiza koje je u radu najviše korišćena, i koja meri značajnost faktora koji utiču na odluku o kupovini, na osnovu preferencija potrošača.