

SEMINARSKI RAD

Tema:

STAVOVI GRAĐANA SPLITA O PRODAJI PUTE M INTERNETA



Sadržaj.

UVOD.....	3
1. STAVOVI.....	4
1.1. Instrumenti za mjerenje stavova.....	5
2. OCJENJIVANJE STAVOVA GRAĐANA SPLITA O PRODAJI PUTEM INTERNETA.....	7
2.1. Definiranje ciljeva istraživanja.....	7
2.2. Izvori podataka i vrste istraživanja.....	7
2.3. Izbor uzorka.....	7
2.4. Anketni upitnik.....	8
2.5. Terenski rad.....	11
2.6. Analiza i intepretacija.....	11
2.7. Zaključci i preporuke.....	20
LITERATURA.....	21

<http://www.MATURSKIRADOVI.NET/>

UVOD

*Nikada stvarno ne razumiješ osobu
sve dok ne gledaš na stvar s njezina stajališta –
dok se ne uvučeš u njezinu kožu i prošećeš uokolo.*

ATTICUS FINCH U ROMANU HARPERA LEEA *TO KILL A MOCKINGBIRD*

Stavovi imaju veoma važno mjesto u ponašanju potrošača, jer su središnja komponenta misaone strukture svakog pojedinca. Koncepti misaone strukture, osim stavova uključuje i znanje, uvjerenja, ljudske vrijednosti, mišljenja, imidža itd.

Problem stavova spada među najvažnije i najviše istraživane probleme u istraživanju tržišta. Stav je stečena, relativno trajna i stabilna organizacija emocija, vrednovanja i reagiranja prema nekom objektu, u našem slučaju proizvodu ili nekom elementu marketinške strategije. Stavovi se formiraju u procesu socijalizacije na osnovu neposrednog iskustva s objektom stava (proizvodom) ili posredno u interakciji sa socijalnom okolinom.

Cilj ovog seminarskog rada je otkrivanje stavova građana Splita o prodaji putem Interneta. Činjenica je da se na hrvatskom Internetu još uvijek ne može puno toga kupiti. Naše Internet tržište je u takvom stadiju razvoja da na njemu uspješno mogu prodavati jedino poduzeća koja imaju razvijenu skladišnu i prodajnu infrastrukturu kroz djelatnost klasične maloprodaje. Nedavna propast prvih hrvatskih Internet dućana (Mobile Web Shop) o tome sasvim jasno svjedoči. S druge strane, novi projekti podržani klasičnom maloprodajnom infrastrukturom imaju velik potencijal rasta. Ozbiljan rast Internet maloprodaje u Hrvatskoj očekuje se u 2005. godini.

Seminarski rad je koncipiran u dva dijela. U prvom dijelu je definiran sam pojam stava, njegove glavne sastavnice, te najpoznatiji instrumenti koji se najčešće koriste za mjerenje stavova.

U drugom dijelu je prikazano provedeno istraživanje kojim sam željela otkriti stavove građana Splita o prodaji putem Interneta. Istraživanje sam provela anketiranjem, a veličina uzorka je bila 100 ispitanika.

Zaključci istraživanja i preporuke su navedeni na kraju seminarskog rada.

1. STAVOVI

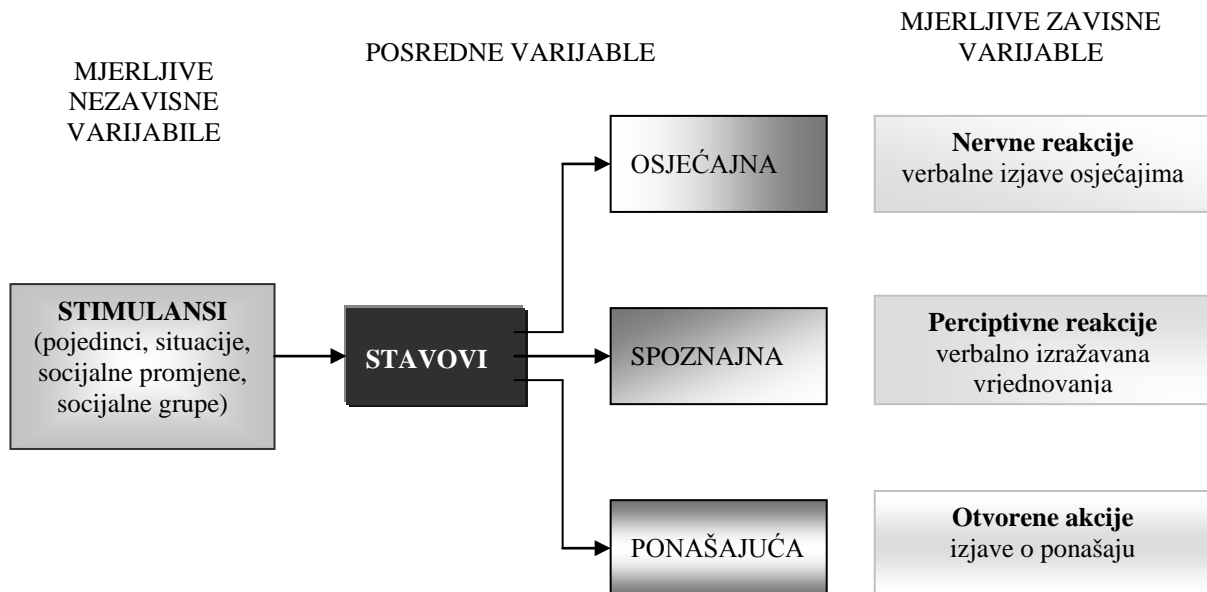
Stavovi su trajni sustavi pozitivnog ili negativnog ocjenjivanja, osjećanja i tendencije da se preuzme akcija za ili protiv, a u odnosu na različite objekte i situacije¹. Ova definicija ističe složenost stavova naglašavajući kognitivnu, konativnu i emocionalnu komponentu, ako i dispozicijski značaj stavova, te njihovo značenje u dosljednosti ljudskog ponašanja.

Glede značenja stavova za ponašanje potrošača, posebno značenje ima složenost stava. S ovog aspekta moguće je izdvojiti tri komponente stava:

- spoznajna (kognitivna),
- osjećajna (afektivna) i
- ponašajuća (konativna komponenta).

Osnovni je koncept Rosenbergovog modela (Slika 1.) da se izmjenom stava može proizvesti tri vrste reakcija.

Slika 1. Shematski prikaz stava



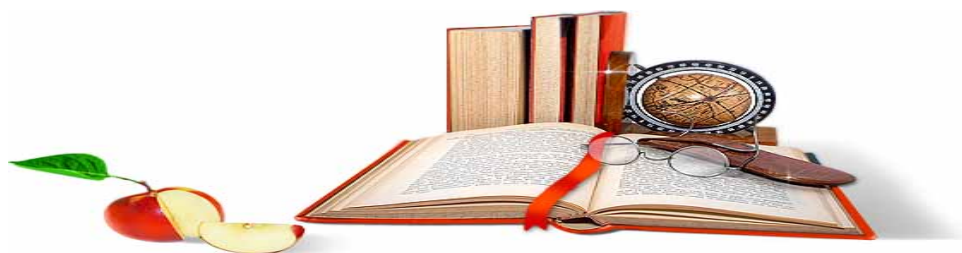
Izvor. Markin, R. J., *Consumer Behavior - A Cognitive Orientation*, Macmillan Publishing Co., New York, 1984, p. 287.

¹ Kesić, T.: *Ponašanje potrošača*, ADECO, Zagreb, 1999., str. 65.

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----**

BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO **SEMINARSKI**, **DIPLOMSKI** ILI **MATURSKI** RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE **GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI** KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U **BAZI** NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD NA LINKU **IZRADA RADOVA**. PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM **FORUMU** ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com