

## ULOGA KOMPLEKSNOСТИ U FUNKCIONIRANJU ORGANIZACIJSKIH KUPOVNIH CENTARA

### SAŽETAK

*Razumijevanje ponašanja organizacijskog kupca je tema koja već desetljećima zaokuplja pažnju istraživača u okviru grana marketinga i organizacije i upravljanja. Uloga kompleksnosti, kao fenomena koji se javlja kada se neki sustav po svojim karakteristikama (strukturalnim, ponašajnim) nalazi između entropije i kaosa, je veoma malo izučavana općenito u funkcioniranju organizacijskih sustava, a posebice u funkcioniranju onih organizacijskih sustava koji su prvenstveno neformalne naravi. Ekstenzivnim proučavanjem najznačajnijih teorijskih dostignuća vezanih uz ulogu kompleksnosti u funkcioniranju organizacijskih kupovnih centara, kao organizacijskih sustava neformalne naravi, ovaj rad je, pored sistematične organizacije i eksplikacije spomenutih najznačajnijih teorijskih dostignuća, ponudio brojne vrijedne i zanimljive uvide i zaključke, kako afirmativne i kritičke naravi, tako i one koji spadaju u domenu analize i sinteze. Tako se kao najvažniji zaključak cijelog rada ističe postojanje dvaju suprotstavljenih gledišta na odnos strukture i ponašanja organizacijskog centra i pripadajuće razine kompleksnosti, čemu razlog autor nalazi u kompleksnosti zadataka u procesu kupovine i nesigurnosti po pitanju obilježja proizvoda koji je predmetom kupnje.*

**Ključne riječi:** *ponašanje organizacijskog kupca, kupovni centri, organizacijska kompleksnost, struktura kupovnog centra.*

**JEL:** *L22, M1*

---

<sup>1</sup> Ana Juras, predavač, Visoka škola za menadžment i dizajn "Aspira" u Splitu