

ESTE PREȚUL MOTIVAȚIA PRINCIPALĂ DE CUMPĂRARE A ASIGURĂRILOR GENERALE DIN ROMÂNIA? STUDIU COMPARATIV 2014 – 2019

Daniel Mihai Pantazi*

Universitatea Alexandru Ioan Cuza, Iași, România

Rezumat

Prezenta cercetare a avut ca scop identificarea măsurii în care prețul reprezintă principala motivație de cumpărare a asigurărilor generale din România în perioada 2014 – 2019. Rezultatele obținute au confirmat parțial ipoteza analizată și au condus la o serie de concluzii interesante cu aplicabilitate directă în piața asigurărilor și nu numai. Suplimentar, inițiativa de aplicare a modelului Howarth Sheth pentru piața asigurărilor din România reprezintă un element de noutate, care poate conduce la dezvoltarea unor instrumente specifice de analiză a opțiunilor de consum.

Cuvinte-cheie: comportamentul consumatorului, motivația de cumpărare, asigurări generale, RCA, factori psihologici, preț, mix de marketing.

Clasificare JEL: D12, P36, G52, G22.

* Autor de contact: **Pantazi Daniel Mihai** – malpraxis.icig@gmail.com