

## Stil života potrošača u Srbiji pre i tokom pandemije virusa Covid 19

Jovana Lazarević, Veljko Marinković

**Apstrakt:** Proglašenje pandemije virusa COVID 19 promenilo je način života ljudi u gotovo svim delovima sveta. Potrošači se usled pandemije prilagođavaju novonastalim okolnostima ne samo pridržavanjem epidemioloških mera već i promenom svojih navika u svakodnevnom životu. Cilj rada je da se identifikuju promene u stilu života potrošača kao posledice aktuelne pandemije virusa COVID 19. Istraživanje je sprovedeno na uzorku od 153 ispitanika uz posmatranje njihovog načina ishrane, putovanja, korišćenja elektronskih kanala kupovine i plaćanja i zdravog načina života. Na osnovu analize prikupljenih primarnih podataka u programu SPSS došlo se do rezultata da se stil života potrošača u pogledu putovanja, upotrebe elektronskih kanala kupovine i plaćanja i vođenja zdravog načina života značajno razlikuje u periodu pre i tokom pandemije, dok je način ishrane takođe doživeo promene ali u manjem stepenu. Sprovedeno istraživanje doprinosi generisanju korisnih znanja u cilju boljeg sagledavanja virusa COVID 19 koji je još uvek nepoznanica za naučnu zajednicu i različite tržišne aktere, kao i efekata istog na svakodnevni život ljudi.

**Ključne reči:** *stil života, COVID 19, pandemija, Srbija*

**JEL klasifikacija:** M31

### UVOD

U decembru 2019. godine u kineskom gradu Vuhan, provincija Hubei, identifikovano je nepoznato respiratorno oboljenje koje je ubrzo postalo pretnja za javno zdravlje svih građana ove zemlje. Kako se radi o virusu koji se brzo širi i prilagođava različitim okruženjima, isti se ubrzo počeo prenositi i na ostale delove sveta usled čega je već u martu 2020. godine proglašena globalna pandemija, tada već delimično poznatog virusa nazvanog COVID 19, od strane Svetske zdravstvene organizacije (*WHO - World Health Organisation*). U ovom trenutku virus je bio registrovan u preko 200 zemalja sveta, sa više od 1.700.000 obolelih i 111.600 umrlih osoba, zbog čega su vlasti širom sveta uvele restriktivne mere u pogledu domaćeg i međunarodnog transporta i velikih okupljanja u školama, restoranima, kafićima i sl. (Helmy, Fawzy, Elasad, Sobieh, Kenney & Shehata, 2020). Što se tiče situacije u Republici Srbiji, prvi slučaj virusa COVID 19 registrovan je početkom aprila 2020. godine.

Kako zbog preporuka zdravstvenih organizacija koje su vlasti mnogih zemalja ubrzo od uvođenja proglasile zakonom obavezujućim, tako i zbog straha za sopstveno ali i zdravlje svojih najbližih, mnogi ljudi širom sveta brzo su se prilagodili novonastalim životnim okolnostima. Počev od zabrane kretanja van nacionalnih granica svojih zemalja, preko uvođenja vanrednog stanja, policijskog časa i ograničavanja slobode kretanja, pa sve do promena svakodnevnih navika poput načina ishrane, bavljenja sportom ili fizičkim aktivnostima, izvršavanja poslovnih obaveza, odlaska u prodavnice, bioskope, restorane ili pozorišta, na globalnom nivou virus COVID 19 uslovio je promenu kompletnog načina života ljudi. S tim u vezi, u radu je sprovedeno empirijsko istraživanje u cilju identifikovanja promena u stilu života potrošača u Srbiji sagledavanjem istog pre i u toku trajanja pandemije virusa COVID 19. I pored činjenice da je stil života kompleksan koncept koji obuhvata brojne aktivnosti, interesovanja, mišljenja, sistem vrednosti pojedinca, fokus rada je na analizi stila života potrošača u užem smislu posmatrano kroz aktivnosti u pogledu ishrane, putovanja, upotrebe elektronskih kanala kupovine i plaćanja i vođenja zdravog stila života, u skladu sa metodologijom autora poput Divine & Lepisto (2005), Yu (2011; 2015), Savelli, Francioni &

Curina (2019), Damijanić Težak (2019), Kumari et al. (2020) ili Chopra et al. (2020) koji su stil života merili iz ugla svakodnevnih navika potrošača. Na uzorku od 153 ispitanika sa teritorije grada Kragujevca prikupljeni su primarni podaci čijom obradom su testirane istraživačke hipoteze o postojanju statistički signifikantnih razlika između posmatranih aspekata stila života potrošača pre i tokom stanja pandemije. Što se tiče strukture rada, nakon uvodnih razmatranja u prvom delu analiziran je koncept stila života potrošača i najznačajnije tehnike merenja istog, naredni deo rada posvećen je efektima aktuelnog virusa COVID 19 na promenu stila života potrošača kroz kombinovani prikaz teorijskih i empirijskih saznanja, treći deo rada obuhvata metodologiju istraživanja i strukturu uzorka, zatim su prikazani rezultati istraživanja, dok su na samom kraju rada izvedeni najvažniji zaključci, ukazano je na doprinos rada i ograničenja istog, a zatim su date smernice za buduća istraživanja.

## 1. STIL ŽIVOTA POTROŠAČA

Koncept stila života potrošača vodi poreklo od latinske izreke *modus vivendi* koja se odnosi na način života ljudi. Drugim rečima, stil života potrošača odnosi se na svakodnevni obrazac života istog izražen kroz način ishrane, putovanja, oblačenja, provođenja slobodnog vremena, političkog i religijskog opredeljenja i sl. (Jensen, 2007). U tom kontekstu, može se govoriti o stilu života u pogledu konzumiranja hrane i pića (Brunsø, Scholderer & Grunert, 2004; Sharma, Singh & Misra, 2020), zdravom (Wang, Keh & Bolton, 2010), sportskom (Wheaton, 2004), elektronskom (Yu, 2011; 2015) ili održivom stilu života (Papaoikonomou, 2013) i sl. Stil života potrošača ima veoma bitnu ulogu u procesu donošenja svakodnevnih kupovnih odluka. Naime, potrošači će svoj izbor proizvoda i usluga zasnivati upravo na stilu života koji vode, tj. težiće da kupuju one proizvode koji će im omogućiti da održavaju preferirani stil života (Al-Dmour, Hammdan, Al-Dmour, Alrowwad & Khwaldeh, 2017). U skladu sa navedenim, značaj izučavanja stila života ogleda se u mogućnosti boljeg razumevanja ponašanja potrošača i njihovog preciznijeg segmentiranja u odgovarajuće tržišne segmente u cilju adekvatnijeg prilagođavanja ponude preduzeća istim.

Za merenje odnosno kvantifikovanje stila života potrošača primenjuje se psihografska analiza (Maričić, 2011). Primenom psihografske analize se na bazi kombinacije ličnih i demografskih karakteristika potrošača identifikuju segmenti potrošača koji dele slič-

nosti u pogledu svojih preferencija, aktivnosti, interesovanja, mišljenja i vrednosti. U literaturi je razvijeno više psihografskih tehnika za merenje stila života od kojih se kao najpoznatija i najčešće korišćena izdvaja AIO tehnika (Wells & Tigert, 1971). U osnovi AIO tehnike nalaze se četiri dimenzije: aktivnosti potrošača u pogledu načina provođenja vremena na poslu ili tokom odmora, interesovanja odnosno značajne stvari u neposrednoj okolini, mišljenja o sebi i svetu oko sebe i demografske karakteristike potrošača (Plummer, 1977). Postupak psihografske analize primenom AIO tehnike se sprovodi primenom konstatacija koje se odnose na aktivnosti, interesovanja i mišljenja pojedinca sa kojima isti ispoljava određeni stepen slaganja ili neslaganja. Za razliku od AIO tehnike, LOV tehnika za merenje stila života autora Mitchell (1983) se zasniva na devet vrednosti od kojih potrošači biraju dve koje smatraju najvažnijim ili rangiraju sve vrednosti prema važnosti. LOV tehnika razvijena je kao alternativa VALS tehnici. VALS tehnikom se potrošači grupišu u osam segmenata u zavisnosti od primarne motivacije koja određuje njihove ciljeve i resursa koji omogućavaju ostvarivanje postavljenih ciljeva (Mothersbaugh & Hawkins, 2016). U cilju lakše primene, VALS tehnika je unapređena u noviju verziju, VALS 2, koja grupiše potrošače u principijelno, statusno i akciono orijentisane, a zatim se ove tri grupe dalje raščlanjavaju u zavisnosti od primarne motivacije i resursa.

## 2. STIL ŽIVOTA POTROŠAČA U USLOVIMA PANDEMIJE VIRUSA COVID 19

Život ljudi širom sveta značajno se promenio tokom pandemijske situacije. Pored lakših ili težih posledica po fizičko zdravlje ljudi, mentalno zdravlje istih takođe je pod jakim uticajem aktuelne pandemije. S tim u vezi, kod mnogih osoba zabeležena je pojava depresije, usamljenosti, anksioznost, straha, panike, stresa, traume (Fiorillo & Gorwood, 2020), tendencije ka samoubistvu (Sher, 2020), maltretiranja dece i žena u porodici (Bradbury-Jones & Isham, 2020; Lawson, Piel & Simon, 2020) i sl. Osim negativnih posledica po zdravlje ljudi, pandemija virusa COVID 19 dovela je do ogromnog pada ekonomskih aktivnosti i globalne svetske ekonomije (Marjanović & Đukić, 2020; Prašćević, 2020), promene tokova mobilnosti (Bonaccorsi et al., 2020), gubitaka u turizmu (Gössling, Scott & Hall, 2020) i dr. Navedene, ali i mnoge druge posledice do kojih je dovela aktuelna pandemija stvorile su nove

uslove za svakodnevni život ljudi. Karantin, propisivanje preventivnih mera, gašenje preduzeća, gubitak posla, samo su neki od primera događaja u proteklom mesecima koji su uslovlili potrebu za prilagođavanjem načina života na globalnom nivou. Polazeći od navedenog, u nastavku rada biće ukazano na do sada stečena saznanja o načinu ishrane, putovanja, upotrebe elektronskih kanala i vođenja zdravog načina života u uslovima pandemije virusa COVID 19, s obzirom da se radi o aspektima svakodnevnog života koji su najviše pogođeni istim.

Briga za lično, kao i zdravlje najbližih, najbolje se može sagledati kroz kvalitet načina ishrane pojedinca. Kupovina svežih namirnica, raznovrsnost u ishrani, ali i samokontrola u pogledu konzumiranja nezdrave hrane determinišu kvalitet ishrane. Međutim, ograničenja kretanja i kupovine, svakodnevna izloženost informacijama o pandemiji virusa COVID 19 koja može biti stresna ili dosada usled smanjivanja broja kontakata sa drugima promenili su način svakodnevne ishrane (Di Renzo et al., 2020). U novonastalim okolnostima mnogi obrasci ponašanja potrošača su promenjeni, naročito u pravcu korišćenja onlajn usluga dostave hrane i manje razmene iste kako bi se smanjila mogućnost prenosa virusa (Zwanka & Buff, 2020). S tim u vezi, Sidor & Rzymiski (2020) ukazuju na promene načina ishrane ljudi u Poljskoj u pravcu manjeg konzumiranja voća i povrća, češćeg konzumiranja mesa, brze hrane i alkohola, prejedanja i dr. Ashby (2020) u svojoj studiji potvrđuje prisustvo nezdrave ishrane pod uticajem aktuelne pandemije. Battle-Bayer et al. (2020) ukazuju na promenu načina vođenja dijete pre i tokom pandemije koja se ogleda u konzumiranju namirnica sa višom energetsom a manjom nutritivnom vrednošću, kao i jačeg uticaja okruženja na način ishrane. Laguna, Fiszman, Puerta, Chaya & Tárrega (2020) potvrđuju promene u ponašanju potrošača vezano za ishranu. Polazeći od rezultata prethodnih studija, u radu će se ispitati sledeće:

*H1: Postoji statistički signifikantna razlika u pogledu načina ishrane potrošača pre i tokom pandemije virusa COVID 19.*

Ograničenje kretanja na domaćem, regionalnom i međunarodnom nivou ispoljilo je negativne efekte na globalna turistička kretanja. Turizam je svakako jedan od najjače pogođenih sektora privrede sa najvišim gubicima. Usled zatvaranja granica i proglašavanja karantina u mnogim zemljama kriza je pogodila domaći i međunarodni turizam, avio prevoznike, krucere, javni transport, smeštaj, kafiće, restorane, festi-

vale, sportska dešavanja i dr. (Gössling et al., 2020). Kako usled ograničenja tako i zbog straha od novog virusa, mnogi potrošači morali su da promene svoje navike u pogledu putovanja. Shamsheirpour, Rahimi, Shabanpour & Mohammadian (2020) potvrdili su porast broja aktivnosti koje se obavljaju onlajn (kupovina, rad od kuće) kao i tendenciju da se izbegavaju dalja putovanja, naročito avionom. U studiji koju su sprovedi Turnšek, Brumen, Rangus, Gorenak, Mekinc & Štuhec (2020) utvrđeno je da potrošači koji su češće putovali pre pandemije ispoljavaju najslabiju tendenciju ka izbegavanju putovanja tokom pandemije. Beck & Hensher (2020) ukazuju da tokom pandemije potrošači češće putuju sopstvenim autom, izbegavaju javni transport i rade od kuće. U skladu sa prethodno dobijenim rezultatima, u radu će se testirati sledeća pretpostavka:

*H2: Postoji statistički signifikantna razlika u pogledu načina putovanja potrošača pre i tokom pandemije virusa COVID 19.*

Još jedna od direktnih posledica ograničavanja kretanja ljudi i straha koji je izazvan pandemijom virusa COVID 19 odnosi se na upotrebu elektronskih kanala za obavljanje svakodnevnih aktivnosti poput kupovine, plaćanja računa, prenosa sredstava i sl. Kada se radi o onlajn kupovini, Hall, Laddu, Phillips, Lavie & Arena (2020) utvrdili su da se obim onlajn kupovine u provinciji Kanterburi na Novom Zelandu povećao za 25% u odnosu na isti period prošle godine. Autori Chang & Meyerhoefer (2020) su došli do zaključka da se procenat kupovine i broj kupaca najveće platforme za prodaju hrane u Tajvanu povećao u periodu pandemije. Slično, Gao, Shi, Guo & Liu (2020) potvrdili su prisustvo veće tendencije ka kupovini hrane onlajn, naročito kada se radi o mlađim osobama koje žive u velikim gradovima. Osim trgovaca, priliku za unapređenje poslovnog modela tokom pandemije u pravcu onlajn bankarstva iskoristile su i banke širom sveta (Seetharaman, 2020), u vezi sa čim Sreelakshmi & Prathap (2020) utvrđuju da percepcije potrošača u pogledu mogućeg oboljevanja od virusa COVID 19 vode ka većoj učestalosti korišćenja mobilnih sistema plaćanja. Polazeći od navedenog, ispitaće se sledeće:

*H3: Postoji statistički signifikantna razlika u pogledu korišćenja elektronskih kanala kupovine i plaćanja pre i tokom pandemije virusa COVID 19.*

Pandemija virusa COVID 19 značajno je promenila navike ljudi u pogledu vođenja zdravog načina živo-

ta. Usled ograničavanja kretanja, zabrane okupljanja u parkovima, rada teretana i fitnes centara, potencijalno dolazi da smanjivanja dnevne fizičke aktivnosti (Woods et al., 2020), dužeg sedenja (Hall et al., 2020), pada kvaliteta spavanja (Marelli et al., 2020) i dr. U studiji autora Cheval et al. (2020) potvrđeno je duže sedenje usled ograničavanja kretanja u Francuskoj i Švajcarskoj u uslovima pandemije u poređenju sa periodom pre pandemije. Huang & Zhao (2020) dokazali su da su medicinski radnici najviše izloženi riziku lošeg spavanja. Oslanjajući se na prethodno navedeno, u radu će se testirati sledeća hipoteza:

*H4: Postoji statistički signifikantna razlika u pogledu vođenja zdravog načina života potrošača pre i tokom pandemije virusa COVID 19.*

### 3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA I STRUKTURA UZORKA

U cilju identifikovanja razlika u pogledu stila života potrošača pre i tokom pandemije virusa COVID 19, prikupljeni su primarni podaci od 153 ispitanika na teritoriji Kragujevca, koji su obrađeni u statističkom softveru SPSS 20. Anketiranje ispitanika sprovedeno je tokom jula 2020. godine pomoću upitnika koji je distribuiran onlajn. Upitnik obuhvata 16 sedmostepenih Likertovih konstatacija sa kojima su ispitanici iskazali svoj stepen slaganja (1 – apsolutno se ne slažem; 7 – apsolutno se slažem), koje se odnose na način života potrošača, i tri demografska pitanja vezano za pol, starost i mesto stanovanja ispitanika. Sa po četiri konstatacije analizirane su navike potrošača u pogledu ishrane (prilagođeno prema: Di Renzo et al., 2020) i putovanja (prilagođeno prema: Turnšek et al., 2020), elektronski stil života (prilagođeno prema: Yu, 2011) i vođenje zdravog načina života (prilagođeno prema: Kumari et al., 2020). Kada se pogleda struktura uzorka, većinu istog čine ispitanici ženskog pola (87 tj. 56,9%) dok ispitanika muškog pola ima 66 (43,1%). Od ukupno 153 ispitanika, 75 je starosti od 26 do 45 godina (49%), slede ispitanici koji imaju između 18 i 25 godina (54 tj. 35,3%), dok je najmanje ispitanika sa 46 i više godina (24 tj. 15,7%). Vezano za mesto stanovanja, 74 ispitanika živi u gradu (48,4%), nešto manje ih je iz seoskih sredina (51 tj. 33,3%) dok je najmanje ispitanika koji žive u prigradskim naseljima (28 tj. 18,3%). Što se tiče analize podataka, u radu je primenjena deskriptivna statistika za ispitivanje povoljnosti i homogenosti stavova ispitanika na osnovu vrednosti aritmetičkih sredina i standardnih devijacija za svaku

od posmatranih konstatacija. Za testiranje istraživačkih hipoteza u radu je primenjen upareni t test.

### 4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Pre testiranja istraživačkih hipoteza u radu je sprovedena deskriptivna statistička analiza kako bi se ispitala homogenost i povoljnost stavova ispitanika u pogledu konstatacija iz upitnika. Rezultati ove analize prikazani su u tabeli 1.

Rezultati deskriptivne statistike pokazuju da potrošači žele da provedu odmor u svojoj zemlji ( $M=5,82$ ) i izbegavaju javni transport kada putuju tokom pandemije ( $M=5,20$ ), što potvrđuju najviše vrednosti aritmetičkih sredina kod posmatranih konstatacija. S druge strane, ispitanici su se izjasnili da nisu previše skloni držanju dijete tokom pandemije ( $M=2,21$ ) kao i da nisu češće kupovali onlajn pre pandemije ( $M=2,27$ ) na šta ukazuju najniže vrednosti aritmetičkih sredina kod navedenih konstatacija. Kada se posmatra stepen slaganja stavova ispitanika, najniže vrednosti standardnih devijacija pokazuju da se stavovi ispitanika najviše slažu u pogledu češćeg spavanja ( $SD= 1,75$ ) i češće kupovine onlajn pre pandemije ( $SD= 1,45$ ), dok je situacija obrnuta kada se posmatra češće obavljanje finansijskih aktivnosti onlajn za vreme pandemije ( $SD= 2,44$ ) i boravak tokom odmora u svojoj zemlji pre pandemije ( $SD= 2,46$ ).

Nakon deskriptivne statističke analize izvršeno je testiranje istraživačkih hipoteza primenom uparenog t testa. Prvi vremenski interval posmatra se kroz konstatacije koje se odnose na stil života ispitanika pre pandemije, dok drugi vremenski interval obuhvata konstatacije kojima se meri stil života ispitanika u toku pandemije. Rezultati sprovedene statističke analize prikazani su u tabeli 2.

Upareni t test omogućio je utvrđivanje statistički signifikantnih razlika u pogledu posmatranih aspekata stila života pre i tokom pandemije virusa COVID 19. Na osnovu dobijenih p vrednosti manjih od 0,05 mogu se uočiti razlike u pogledu navika potrošača vezano za putovanje, upotrebu elektronskih kanala i vođenja zdravog načina života između posmatranih vremenskih perioda. U pogledu navika u ishrani rezultati pokazuju da je došlo do određenih promena istih ali u nešto manjem stepenu, konkretno kada se radi o učestalosti kuvanja. Na osnovu vrednosti aritmetičkih sredina može se zaključiti da su ispitanici u značajnoj meri promenili svoje navike vezano za korišćenje javnog transporta i putovanje van granica svoje zemlje, odnosno da ispoljavaju češće tendencije

TABELA 1. Deskriptivna statistička analiza

Konstatacija	Aritmetička sredina (M)	Standardna devijacija (SD)
1. Držim dijeteu tokom pandemije.	2,21	1,83
2. Držao/la sam dijeteu pre pandemije.	2,37	1,98
3. Više kuvam tokom pandemije.	3,23	2,14
4. Više sam kuvao/la pre pandemije.	2,69	1,80
5. Trudim se da izbegavam javni transport kada putujem tokom pandemije.	<b>5,20</b>	1,83
6. Trudio/la sam se da izbegavam javni transport kada putujem pre pandemije.	3,36	2,26
7. Odmor ću verovatno provesti u svojoj zemlji tokom pandemije.	<b>5,82</b>	1,91
8. Odmore sam provodio/la u svojoj zemlji pre pandemije.	3,92	2,46
9. Više se bavim fizičkim aktivnostima tokom pandemije.	2,83	1,92
10. Više sam se bavio/la fizičkim aktivnostima pre pandemije.	3,52	2,24
11. Više spavam tokom pandemije.	3,50	2,18
12. Više sam spavao/la pre pandemije.	2,92	<b>1,75</b>
13. Češće kupujem onlajn tokom pandemije.	3,46	2,35
14. Češće sam kupovao/la onlajn pre pandemije.	2,27	<b>1,45</b>
15. Češće obavljam svoje finansijske aktivnosti onlajn tokom pandemije (plaćanje računa, transfer novca i sl.).	3,78	2,44
16. Češće sam obavljao/la svoje finansijske aktivnosti onlajn pre pandemije (plaćanje računa, transfer novca i sl.).	2,99	2,11

IZVOR: autori

ka izbegavanju javnog transporta i provođenju odmora u svojoj zemlji tokom pandemije u odnosu na period pre pandemije. Kada se posmatra način ishrane, generalno nema previše izraženih razlika, ali može se uočiti da su ispitanici bili nešto skloniji držanju dijete

pre pandemije a da znatno više kuvaju tokom pandemije. Kada je reč o vođenju zdravog načina života, ispitanici su se češće bavili fizičkim aktivnostima pre pandemije dok više spavaju tokom pandemije. Što se tiče korišćenja elektronskih kanala za kupovinu i

TABELA 2. Testiranje istraživačkih hipoteza: rezultati uparenog t testa

Stil života	Period pre pandemije	Period tokom pandemije	p vrednost
	M	M	
<b>Putovanje</b>			
<i>Korišćenje javnog transporta</i>	3,36	5,20	0,000*
<i>Odmor u zemlji ili inostranstvu</i>	3,92	5,82	0,000*
<b>Ishrana</b>			
<i>Držanje dijete</i>	2,37	2,21	0,175
<i>Kuvanje</i>	2,69	3,23	0,001*
<b>Zdrav način života</b>			
<i>Bavljenje fizičkim aktivnostima</i>	3,52	2,83	0,001*
<i>Spavanje</i>	2,92	3,50	0,002*
<b>Upotreba elektronskih kanala</b>			
<i>Kupovina onlajn</i>	2,27	3,46	0,000*
<i>Obavljanje finansijskih aktivnosti onlajn</i>	2,99	3,78	0,000*

M-aritmetička sredina; \* - postoji statistički značajna razlika; bez \* - nema statistički značajne razlike

IZVOR: autori

obavljanje finansijskih transakcija, ispitanici iste tokom pandemije znatno više koriste za obavljanje svojih aktivnosti kupovine i plaćanja u odnosu na period pre pandemije. Polazeći od dobijenih rezultata, može se zaključiti da su hipoteze H2, H3 i H4 koje se odnose na prisustvo statistički signifikantnih razlika u pogledu putovanja, upotrebe elektronskih kanala kupovine i plaćanja i vođenja zdravog načina života **potvrđene**, dok je hipoteza H1 vezana za način ishrane potrošača pre i tokom pandemije **delimično potvrđena**.

## 5. ZAKLJUČAK

Istraživanje je sprovedeno u cilju utvrđivanja razlika kada se posmatra stil života potrošača pre i tokom pandemije virusa COVID 19. Na osnovu analize primarnih podataka koji su prikupljeni od ispitanika na teritoriji grada Kragujevca može se zaključiti da postoje razlike kada se posmatraju navike u pogledu putovanja, upotrebe elektronskih kanala kupovine i plaćanja i vođenja zdravog načina života, dok se način ishrane delimično promenio u periodu tokom pandemije u odnosu na period pre proglašenja iste. Ukoliko se pogledaju rezultati nešto ranijih studija, može se uočiti sličnost sa rezultatima istraživanja koje su sproveli Shamshiripour et al. (2020) i Turnšek et al. (2020) koji su takođe identifikovali promene načina putovanja ljudi tokom pandemije. Takođe, sličnost postoji i kada se posmatraju rezultati studija autora Chang & Meyerhoefer (2020), Gao et al. (2020) i Sreelakshmi & Prathap (2020) vezano za kupovinu i plaćanje putem elektronskih kanala, kao i rezultata studija koje su sproveli Cheval et al. (2020) i Huang & Zhao (2020) koji su dokazali prisustvo razlika u pogledu vođenja zdravog načina života u uslovima pandemije virusa COVID 19. S druge strane, rezultati sprovedenog istraživanja nisu u skladu sa prethodno dobijenim rezultatima studije autora poput Battle-Bayer et al. (2020) kada se posmatra držanje dijete pre i tokom pandemije, ali su isti kao rezultati do kojih su došli Sidor i Rzymiski (2020) da se više kuva tokom u odnosu na period pre pandemije.

Uprkos činjenici da se ljudi širom sveta suočavaju sa prisustvom i posledicama virusa COVID 19 mesecima unazad, isti još uvek predstavlja nepoznanicu što uslovljava potrebu za istraživanjima u različitim oblastima. S tim u vezi, može se ukazati kako na naučni tako i na praktičan doprinos sprovedenog istraživa-

nja. Generisana znanja o efektima koje je pandemija virusa COVID 19 ispoljila na stil života potrošača omogućavaju bolje sagledavanje novonastalih životnih okolnosti kojima potrošači prilagođavaju svoje svakodnevne navike. Promena stila života potrošača zahteva prilagođavanje poslovnih aktivnosti preduzeća kako bi odgovorili novim potrebama i zahtevima na tržištu. U pogledu dobijenih rezultata istraživanja, marketari iste mogu koristiti kao osnovu za donošenje poslovnih odluka koje će biti prilagođene identifikovanim promenama stila života potrošača, naročito kada se radi o poslovanju turističkih agencija, banaka, različitih vrsta prevoznika, sportskih objekata, teretana, restorana, brze hrane i dr. Osim doprinosa, mogu se izdvojiti ograničenja istraživanja pre svega u pogledu veličine i strukture uzorka, u kome dominiraju mlađi segmenti ispitanika (između 18 i 45 godina), kao i baziranja istraživanja samo na podacima prikupljenim od potrošača sa teritorije jednog grada u Srbiji, zbog čega se dobijeni rezultati ne mogu generalizovati na nivou čitave zemlje. Takođe, kao ograničenje može se izdvojiti posmatranje samo pojedinih aspekata stila života potrošača i merenje istih sa samo po dve konstatacije. Konkretno, akcenat je stavljen na aktivnosti potrošača kao jednu od komponenti stila života posmatranu kroz svakodnevne navike istih. Drugim rečima, u radu se stil života posmatra u užem smislu samo sa stanovišta određenih aktivnosti i navika potrošača. Vezano za navedena ograničenja, preporuka za buduća istraživanja podrazumeva pre svega povećanje uzorka ispitanika proširivanjem teritorije za prikupljanje primarnih podataka, uz poseban osvrt na bolju distribuciju segmenata unutar istog. Takođe, buduća empirijska istraživanja mogu proširiti analizu stila života potrošača tako što će posmatrati širi set svakodnevnih navika potrošača u odnosu na one koje su posmatrane u ovom radu. Dalje, u cilju sveobuhvatnije analize efekata virusa COVID 19 na sveukupan stil života potrošača, pored svakodnevnih navika odnosno aktivnosti mogu se još obuhvatiti interesovanja i mišljenja kao preostale komponente stila života potrošača. S tim u vezi, u budućim radovima može se primeniti neka od tehnika merenja stila života poput AIO, VALS ili VALS 2 tehnike, da bi se zatim primenom višestruke regresione analize ili modela strukturalnih jednačina preciznije utvrdilo prisustvo statistički signifikantnih efekata aktuelnog virusa na svakodnevni život potrošača.

## Reference

- Al-Dmour, R., Hammdan, F., Al-Dmour, H. and Khwaldeh, S. M. (2017). The effect of lifestyle on online purchasing decision for electronic services: the Jordanian flying e-tickets case. *Asian Social Science*, 13(11), 157-169. DOI: 10.5539/ass.v13n11p157
- Ashby, N. J. (2020). Impact of the COVID-19 pandemic on unhealthy eating in populations with obesity. *Obesity*, 28(10), 1802-1805. DOI: <https://doi.org/10.1002/oby.22940>
- Battle-Bayer, L., Aldaco, R., Bala, A., Puig, R., Laso, J., Margallo, M., Vasquez-Rowe, I., Anto, M.J. and Fullana-i-Palmer, P. (2020). Environmental and nutritional impacts of dietary changes in Spain during the COVID-19 lockdown. *Science of The Total Environment*, 748, 141410. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.141410>
- Beck, M. J. and Hensher, D. A. (2020). Insights into the impact of COVID-19 on household travel and activities in Australia—The early days of easing restrictions. *Transport policy*, 99, 95-119. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2020.08.004>
- Bonaccorsi, G., Pierri, F., Cinelli, M., Flori, A., Galeazzi, A., Porcelli, F., Schmidt, A.L., Valensise, C.M., Scala, A., Quattrocioni, W. and Pammolli, F. (2020). Economic and social consequences of human mobility restrictions under COVID-19. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(27), 15530-15535. DOI: <https://doi.org/10.1073/pnas.2007658117>
- Bradbury-Jones, C. and Isham, L. (2020). The pandemic paradox: The consequences of COVID-19 on domestic violence. *Journal of clinical nursing*, 29(13-14), 2047-2049. DOI: 10.1111/jocn.15296
- Brunso, K., Scholderer, J. and Grunert, K. G. (2004). Testing relationships between values and food-related lifestyle: results from two European countries. *Appetite*, 43(2), 195-205. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2004.05.001>
- Chang, H. H. and Meyerhoefer, C. D. (2020). COVID-19 and the Demand for Online Food Shopping Services: Empirical Evidence from Taiwan. *American Journal of Agricultural Economics*. Preuzeto sa: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/ajae.12170> (datum preuzimanja: 12.11.2020.)
- Cheval, B., Sivaramakrishnan, H., Maltagliati, S., Fessler, L., Forestier, C., Sarrazin, P., Orsholits, D., Chalabaev, A., Sander, D., Ntoumanis, N. and Boisgontier, M. P. (2020). Relationships between changes in self-reported physical activity, sedentary behaviour and health during the coronavirus (COVID-19) pandemic in France and Switzerland. *Journal of sports sciences*. Preuzeto sa: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02640414.2020.1841396> (datum preuzimanja: 10.11.2020.)
- Chopra, S., Ranjan, P., Singh, V., Kumar, S., Arora, M., Hasan, M. S., Kasiraj, R., Suryansh., Kaur, D., Vikram, K. N., Malhotra, A., Kumari, A., Klanidhi, B. K. and Baitha, U. (2020). Impact of COVID-19 on lifestyle-related behaviours—a cross-sectional audit of responses from nine hundred and ninety-five participants from India. *Diabetes & Metabolic Syndrome: Clinical Research & Reviews*, 14(6), 2021-2030. DOI: 10.1016/j.dsx.2020.09.034
- Damijanić Težak, A. (2019). Wellness and healthy lifestyle in tourism settings. *Tourism Review*, 74(4), 78-989. DOI: <https://doi.org/10.1108/TR-02-2019-0046>
- Di Renzo, L., Gualtieri, P., Pivari, F., Soldati, L., Attinà, A., Cinelli, G., Leggeri, C., Caparello, G., Barrea, L., Scerbo, F., Esposito, E. and De Lorenzo, A. (2020). Eating habits and lifestyle changes during COVID-19 lockdown: an Italian survey. *Journal of Translational Medicine*, 18(1), 1-15. DOI: <https://doi.org/10.1186/s12967-020-02399-5>
- Divine, R. L. and Lepisto, L. (2005). Analysis of the healthy lifestyle consumer. *Journal of consumer marketing*, 22(5), 275-283. DOI: <https://doi.org/10.1108/07363760510611707>
- Fiorillo, A. and Gorwood, P. (2020). The consequences of the COVID-19 pandemic on mental health and implications for clinical practice. *European Psychiatry*, 63(1), 1-2. DOI: <https://doi.org/10.1192/j.eurpsy.2020.35>
- Gao, X., Shi, X., Guo, H. and Liu, Y. (2020). To buy or not buy food online: The impact of the COVID-19 epidemic on the adoption of e-commerce in China. *PloS one*, 15(8), e0237900. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0237900>
- Gössling, S., Scott, D. and Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708
- Hall, G., Laddu, D. R., Phillips, S. A., Lavie, C. J. and Arena, R. (2020). A tale of two pandemics: How will COVID-19 and global trends in physical inactivity and sedentary behavior affect one another?. *Progress in Cardiovascular Diseases*, 2020. DOI: 10.1016/j.pcad.2020.04.005
- Helmy, Y. A., Fawzy, M., Elasad, A., Sobieh, A., Kenney, S. P. and Shehata, A. A. (2020). The COVID-19 pandemic: a comprehensive review of taxonomy, genetics, epidemiology, diagnosis, treatment, and control. *Journal of Clinical*

- Medicine*, 9(4), 1225-1253. DOI: <https://doi.org/10.3390/jcm9041225>
19. Huang, Y. and Zhao, N. (2020). Generalized anxiety disorder, depressive symptoms and sleep quality during COVID-19 outbreak in China: a web-based cross-sectional survey. *Psychiatry research*, 288. Preuzeto sa: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7152913/> (datum preuzimanja: 05.11.2020.)
  20. Jensen, M. (2007). Defining lifestyle, *Environmental Sciences*, 4(2), 63-73. DOI: 10.1080/15693430701472747
  21. Kumari, A., Ranjan, P., Vikram, N. K., Kaur, D., Sahu, A., Dwivedi, S. N., Beitha, U. and Goel, A. (2020). A self-reported questionnaire to assess changes in lifestyle-related behaviour during COVID 19 pandemic. *Diabetes & Metabolic Syndrome*, 14(6), 1697-1701. DOI: 10.1016/j.dsx.2020.08.020
  22. Laguna, L., Fiszman, S., Puerta, P., Chaya, C. and Tárrega, A. (2020). The impact of COVID-19 lockdown on food priorities. Results from a preliminary study using social media and an online survey with Spanish consumers. *Food quality and preference*, 86, 104028. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104028>
  23. Lawson, M., Piel, M. H. and Simon, M. (2020). Child maltreatment during the covid-19 pandemic: Consequences of parental job loss on psychological and physical abuse towards children. *Child abuse & neglect*, 104709. Preuzeto sa: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7472978/> (datum preuzimanja: 25.10.2020.)
  24. Marelli, S., Castelnuovo, A., Somma, A., Castronovo, V., Mombelli, S., Bottoni, D., Leitner, C., Fossat, A. and Ferini-Strambi, L. (2020). Impact of COVID-19 lockdown on sleep quality in university students and administration staff. *Journal of Neurology*. Preuzeto sa: <https://link.springer.com/article/10.1007/s00415-020-10056-6> (datum preuzimanja: 05.11.2020.)
  25. Maričić, B. (2011). *Ponašanje potrošača*. Beograd: CID Ekonomskog fakulteta.
  26. Marjanović, D. i Đukić, M. (2020). Ekonomske mere za ublažavanje posledica COVID-19. U: P. Mitić i D. Marjanović (ur.), *Black swan in the world economy 2020* (str. 91-105). Beograd: Institut ekonomskih nauka.
  27. Mitchell, A. (1983). *The nine American lifestyles: Who we are and where we're going*. USA: Scribner Book Company.
  28. Mothersbaugh, D. L. and Hawkins, D. I. (2016). *Consumer behavior: Building marketing strategy*. USA: McGraw-Hill Inc.
  29. Papaikononou, E. (2013). Sustainable lifestyles in an urban context: towards a holistic understanding of ethical consumer behaviours. Empirical evidence from Catalonia, Spain. *International Journal of Consumer Studies*, 37(2), 181-188. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2012.01111.x>
  30. Plummer, J. T. (1977). Consumer focus in cross-national research. *Journal of Advertising*, 6(2), 5-15. DOI: 10.1080/00913367.1977.10672687
  31. Prašćević, A. (2020). Ekonomski šok pandemije COVID 19–prekretnica u globalnim ekonomskim kretanjima. *Ekonomske ideje i praksa*, 37, 7-22. Preuzeto sa: <https://ideas.repec.org/a/beo/ekidpr/y2020i37p7-22.html> (datum preuzimanja: 25.10.2020.)
  32. Savelli, E., Francioni, B. and Curina, I. (2019). Healthy lifestyle and food waste behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 37(2), 148-159. DOI: <https://doi.org/10.1108/JCM-10-2018-2890>
  33. Shamshiripour, A., Rahimi, E., Shabanpour, R. and Mohammadian, A. K. (2020). How is COVID-19 reshaping activity-travel behavior? Evidence from a comprehensive survey in Chicago. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 7, 100216. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.trip.2020.100216>
  34. Sharma, P., Singh, S. and Misra, R. (2020). Wine-related lifestyle segmentation in the context of urban Indian consumers. *International Journal of Wine Business Research*, 32(4), 503-522. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJWBR-05-2019-0036>
  35. Sher, L. (2020). The impact of the COVID-19 pandemic on suicide rates. *QJM: An International Journal of Medicine*, 113(10), 707-712. DOI: <https://doi.org/10.1093/qjmed/hcaa202>
  36. Seetharaman, P. (2020). Business models shifts: Impact of Covid-19. *International Journal of Information Management*, 54. Preuzeto sa: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401220309890> (datum preuzimanja: 10.11.2020.)
  37. Sidor, A. and Rzymiski, P. (2020). Dietary Choices and Habits during COVID-19 Lockdown: Experience from Poland. *Nutrients*, 12(6). Preuzeto sa: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7352682/> (datum preuzimanja: 27.10.2020.)
  38. Sreelakshmi, C. C. and Prathap, S. K. (2020). Continuance adoption of mobile-based payments in Covid-19 context: an integrated framework of health belief model and expectation confirmation model. *International Journal of Pervasive Computing and Communications*, 16(4), 351-369. DOI: 10.1108/IJPC-06-2020-0069
  39. Turnšek, M., Brumen, B., Rangus, M., Gorenak, M., Mekinc, J. and Štuhec, T. L. (2020). Perceived threat of COVID-19 and future travel avoidance: Results from an early convenient sample in Slovenia. *Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal*, 13(1), 3-19. DOI: 10.26493/2335-4194.13.3-19
  40. Wang, W., Keh, H. T. and Bolton, L. E. (2010). Lay theories of medicine and a healthy lifestyle. *Journal*

- of *Consumer Research*, 37(1), 80-97. DOI: <https://doi.org/10.1086/649772>
41. Wheaton, B. (2004). *Understanding lifestyle sport: Consumption, identity and difference*. UK: Routledge.
  42. Wells, W. and Tigert, D. (1971). Activities, interests, and opinions. *Journal of Advertising Research*, 11(4), 27-35. Preuzeto sa: [https://www.academia.edu/35135929/Activities\\_Interests\\_and\\_Opinions](https://www.academia.edu/35135929/Activities_Interests_and_Opinions) (datum preuzimanja: 28.01.2021.)
  43. Woods, J., Hutchinson, N. T., Powers, S. K., Roberts, W. O., Gomez-Cabrera, M. C., Radak, Z., Berkes, I., Boros, A., Boldogh, I., Leeuwenburgh, C., Coelho-Junior, H.J., Marzetti, E., Cheng, Y., Liu, J., Durstine, M., Sun, J. and Ji. L.L. (2020). The COVID-19 pandemic and physical activity. *Sports Medicine and Health Science*, 2(2), 55-64. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.smhs.2020.05.006>
  44. Yu, C. S. (2011). Construction and validation of an e-lifestyle instrument. *Internet Research*, 21(3), 214-235. DOI: 10.1108/10662241111139282
  45. Yu, C. S. (2015). Using e-lifestyle to analyze mobile banking adopters and non-adopters. *Journal of Global Information Technology Management*, 18(3), 188-213. DOI: <https://doi.org/10.1080/1097198X.2015.1070619>
  46. Zwanka, R. J. and Buff, C. (2021). COVID-19 generation: a conceptual framework of the consumer behavioral shifts to Be caused by the COVID-19 pandemic. *Journal of International Consumer Marketing*, 33(1), 58-67. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.059>

## Abstract:

### Consumer Lifestyle Before and During Covid 19 Virus Pandemic

Jovana Lazarević, Veljko Marinković

The proclamation of the COVID 19 virus pandemic has changed the way people live in almost all parts of the world. Due to the pandemic, consumers are adapting to the new circumstances not only by respecting epidemiological measures but also by changing their habits in everyday life. The aim of this paper is to identify changes in consumer lifestyle as a consequence of the current COVID 19 pandemic. The research was conducted on a sample of 153 respondents by observing their eating habits, travel, use of electronic shopping and payment channels and healthy lifestyle. Based on the analysis of the collected

primary data in the SPSS program, the results indicate that lifestyle related to travel, use of electronic shopping and payment channels and healthy lifestyle significantly differs, while eating habits also changed but in lower degree. The conducted research contributes to the generation of useful knowledge in order to better understand the COVID 19 virus, which is still unknown to the scientific community and various market actors, as well as its effects on everyday life of people.

**Keywords:** *lifestyle, COVID 19, pandemic, Serbia*

#### Kontakt:

**Jovana Lazarević**, [jsavic@kg.ac.rs](mailto:jsavic@kg.ac.rs)  
**Veljko Marinković**, [vmarinkovic@kg.ac.rs](mailto:vmarinkovic@kg.ac.rs)  
 Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu  
 Liceja Kneževine Srbije 3, Kragujevac, Srbija