

**NASTAVNO – NAUČNOM VEĆU
BEOGRADSKE BANKARSKA AKADEMIJE -
FAKULTET ZA BANKARSTVO, OSIGURANJE I FINANSIJE
UNIVERZITETA UNION**

Na osnovu Predloga odluke Nastavno-naučnog veća Beogradske bankarske akademije – Fakulteta za bankarstvo, osiguranje i finansije br. 82 od 12. februara 2024. godine i Odluke Senata Univerziteta Union br. A 026-01/24 od 14. februara 2024. godine. imenovani smo za članove Komisije za ocenu i odbranu doktorske disertacije pod nazivom „Uticaj COVID-19 krize na kupovno ponašanje potrošača u Srbiji“ kandidata Miloša Kolavčića. Nakon što smo detaljno analizirali i proučili završenu doktorsku disertaciju podnosimo sledeći:

**R E F E R A T
O OCENI DOKTORSKE DISERTACIJE**

1. OSNOVNI PODACI O KANDIDATU I DISERTACIJI

Miloš Kolavčić je rođen 03. decembra 1990. godine u Beogradu, gde je završio osnovnu i srednju školu. Započeo je svoje visokoškolsko obrazovanje 2009/2010. godine na Ekonomskom fakultetu, Univerziteta u Beogradu, na smeru Trgovinski menadžment i marketing. Uspešno je završio osnovne akademske studije u junu 2013. godine, postigavši prosečnu ocenu od 8,4.

Nakon završenih osnovnih studija, 2013/2014. godine upisao je master akademske studije na istom fakultetu, na smeru Strategijski finansijski menadžment. Master akademske studije završava u junu 2017. godine, nakon odbrane master rada pod naslovom "Elektronsko bankarstvo i finansijski rizici u bankarskoj industriji", postigavši prosečnu ocenu od 9,5.

Školske 2020/2021 upisuje doktorske akademske studije na Beogradskoj bankarskoj akademiji – Fakultet za bankarstvo, osiguranje i finansije, Univerziteta Union, na smeru Finansije. Tokom doktorskih akademskih studija uspešno polaže ispite sa prosekom 10,0. Tokom doktorskih studija učestvuje na više domaćih i međunarodnih naučnih konferencija i objavljuje nekoliko naučnih radova.

Poslovnu karijeru je započeo 2014. godine u kompaniji Efektus Group doo, na poziciji Menadžment konsultanta, gde je aktivno učestvovao u nizu projekata koji su imali za cilj unapređenje poslovanja domaćih i kompanija iz regiona.

Od 2018. godine je zaposlen u MK Group doo, kao Viši kontroling specijalista u odeljenju kontrolinga. Aktivno je radio na unapređenju modela planiranja poslovanja, kao i sistema

menadžment izveštavanja o ostvarenom i projektovanom rezultatu. Učestvovao je u više due-dilligence procesa na strani kupca i prodavca. Razvio je više aplikacija za primenu IFRS standarda na nivou Grupe, unapređujući na taj način finansijsko izveštavanje.

Na poziciju Menadžera službe za upravljanje podacima u kompaniji MK Group doo prelazi tokom 2023. godine, gde je odgovoran za definisanje i implementaciju strategije za upravljanje podacima. Aktivno učestvuje u kreiranju odgovarajućeg sistema izveštavanja i monitoringa kvaliteta podataka. Identifikuje ključne poslovne izazove i prilike, pružajući preporuke za razvoj alata koji će podržati postizanje ciljeva organizacije. Rukovodi projektom sistematizacije i automatizacije menadžment izveštavanja na nivou Grupe kroz implementaciju savremenih BI (Business Intelligence) rešenja.

Spisak objavljenih radova kandidata Miloša Kolavčića:

- 1) Zdravković, A., Bodroža, D., Kolavčić, M., Jovičić, E., Pavlović, D., & Sekulić, D. (2024). The economic development effects on freshwater abstraction from the European perspective. *Economics of Agriculture*, 71(1), 155-172.
- 2) Kolavčić, M. (2023). The Effects of Mobile Marketing on Purchasing Decisions in Serbia. In *Proceedings* (Vol. 85, No. 1, p. 2). MDPI.
- 3) Bodroža, D., & Kolavčić, M. (2022). The Impact of Investment on the Economic Activity of the Balkan Silk Road Countries. In *Opportunities and Challenges for Multinational Enterprises and Foreign Direct Investment in the Belt and Road Initiative* (pp. 144-171). IGI Global. USA.
- 4) Musabegović, I., Kolavčić, M., Pantelić, Lj. i Dimić, P. (2021). The impact of Covid 19 on retail consumer behaviour in Serbia. *Global economic trends – challenges and opportunities: Book of Abstracts*. Belgrade: Belgrade Banking Academy, Faculty of banking, insurance and finance, 131-135.

Doktorska disertacija kandidata Miloša Kolavčića, pod naslovom „Uticaj COVID-19 krize na kupovno ponašanje potrošača u Srbiji“, izložena je na 223 stranice kompjuterski složenog teksta formata A4, standardnog proreda i veličine slova. Pored rezimea na srpskom i engleskom jeziku, uvoda, zaključka, bibliografije, pregleda grafičkih prikaza i priloga, strukturu doktorske disertacije čini sedam međusobno povezanih poglavlja. U izradi disertacije korišćena je savremena i relevantna literatura, pretežno na engleskom jeziku, sistematizovana u vidu 474 referentne bibliografske jedinice. U cilju ilustrovanja određenih razmatranja, strukture i dinamike pojedinih pojava i njihovih međusobnih odnosa, u disertaciji je korišćeno 52 tabele, 30 grafikona i 27 slika.

U skladu sa prijavom, doktorska disertacija Miloša Kolavčića „Uticaj COVID-19 krize na kupovno ponašanje potrošača u Srbiji“ je podeljena na devet međusobno povezanih tematskih celina:

1. Uvod
2. Ponašanje potrošača
3. Determinante ponašanja potrošača
4. Modeli ponašanja
5. Potrošnja domaćinstava i njegove determinante
6. Karakteristike potrošnje u Srbiji
7. Pandemija COVID-19 virusa u svetu
8. Ekonometrijska analiza uticaja COVID-19 krize na kupovno ponašanje potrošača
9. Zaključak

2. PREDMET I CILJ DISERTACIJE

Pandemija COVID-19, uzrokovana virusom SARS-CoV-2, predstavlja jedan od najznačajnijih globalnih događaja u nedavnoj istoriji. Ova kriza, osim što je imala destruktivne posledice na javno zdravlje, prodrmao je ekonomije, društva i svakodnevni život širom sveta. Njeni višedimenzionalni efekti preoblikovali su načine komunikacije pojedinaca sa svojim okruženjem, zajednicama i tržištem.

U Srbiji, pandemija je istakla ranjivost i prilagodljivost tržišta potrošača, testirajući otpornost lokalnih preduzeća i menjajući prioritete potrošača. Od tradicionalne kupovine u prodavnicama do porasta e-trgovine, promene u preferencijama za osnovnim proizvodima i revalorizacija dugoročnog finansijskog planiranja samo su neki od primera kako se ponašanje potrošača promenilo usled pandemije.

Odluke o kupovini tokom pandemije imaju dalekosežne posledice, ne samo na trenutno blagostanje potrošača, već i na ukupnu ekonomsku stabilnost zemlje. Razumevanje ovih promena i faktora koji ih pokreću od ključnog je značaja ne samo za akademska istraživanja, već i za poslovne subjekte i vlasti.

Ova doktorska disertacija preuzima važan zadatak sveobuhvatnog proučavanja uticaja COVID-19 na ponašanje potrošača u Srbiji i svetu. Na taj način, nastoji se osvetliti složen odnos između globalne zdravstvene krize i potrošačkih izbora. Takođe, istraživanje priznaje jedinstveni kulturni, ekonomski i društveni kontekst Srbije, prepoznajući da se efekti pandemije razlikuju među zemljama i regionima.

Osnovni ciljevi ove disertacije obuhvataju analizu promena u kupovnom ponašanju i preferencijama potrošača tokom pandemije, identifikaciju ključnih faktora koji utiču na odluke potrošača o kupovini, procenu dugoročnih implikacija pandemije na ponašanje potrošača i potencijalne efekte na preduzeća i privredu Srbije, kao i pružanje konkretnih preporuka za preduzeća i kreatore politike zasnovanih na rezultatima istraživanja.

3. ISTRAŽIVAČKA PITANJA I OSNOVNE HIPOTEZE OD KOJIH SE POLAZILO U ISTRAŽIVANJU

Polazeći od predmeta i cilja istraživanja, a kroz detaljan uvid u aktuelnu literaturu iz oblasti stranih direktnih investicija i međunarodne ekonomije, kandidat je postavio sledeća istraživačka pitanja:

- Kako je pandemija COVID-19 uticala na kupovno ponašanje potrošača u Srbiji, uključujući promene u preferencijama proizvoda, navikama pri kupovini i obrascima potrošnje?
- Koji su ključni psihološki i socio-ekonomski faktori koji su uticali na odluke potrošača o kupovini tokom pandemije?
- Koji su potencijalni dugoročni efekti pandemije COVID-19 na ponašanje potrošača u Srbiji i kako preduzeća mogu da se prilagode ovim promenama?
- Koje strategije i preporuke za politiku mogu da se izvuku iz nalaza istraživanja kako bi se pomoglo preduzećima i kreatorima politike u navigaciji kroz razvoj potrošača u Srbiji?

Postavljena istraživačka pitanja kandidat Miloš Kolavčić je preveo u sledeće istraživačke hipoteze:

- **H1:** Nivo dohotka izražen kroz Bruto Domaći Proizvod ima statistički značaj uticaj na finalnu potrošnju domaćinstava
- **H2:** Intenzitet COVID-19 krize izražen kroz dnevni broj zaraženih ima statistički značajan uticaj na finalnu potrošnju domaćinstva
- **H3:** Mere Vlade Republike Srbije za sprečavanje i suzbijanje zarazne bolesti COVID-19 izražene kroz Indeks strogosti imaju statistički značajan uticaj na kupovno ponašanje potrošača
- **H4:** Kupovno ponašanje potrošača tokom COVID-19 krize je pod statistički značajnim uticajem vesti koje su se objavljivale u medijima

4. METODE KOJE SU PRIMENJENE U ISTRAŽIVANJU

Prilikom istraživanja uticaja COVID-19 na kupovno ponašanje potrošača u Srbiji, primenjene su kvalitativne i kvantitativne naučno-istraživačke metode. Počevši od deskriptivne metode koja služi za opisivanje činjenica, procesa i predmeta, pa sve do klasičnih naučnih pristupa poput induktivne metode. Ova metoda omogućava da se na osnovu zapažanja i analize pojedinačnih pokazatelja dođe do opštih zaključaka o uticaju ispitivanih varijabli na kupovno ponašanje potrošača tokom kriznog perioda.

S druge strane, deduktivna metoda je korišćena kako bi se iz opštih sudova izveli specifični stavovi vezani za kupovno ponašanje potrošača pod uticajem krize izazvane COVID-19

virusom. Metodom analize, predmet istraživanja je dekonstruisan na sastavne delove. Korišćenjem kauzalne analize ispitana je uzročno-posledična veza između ključnih varijabli i kupovnog ponašanja potrošača.

Obuhvatnost istraživanja je postignuta primenom mikroekonomske i makroekonomske analize. Mikroekonomska analiza se zasniva na podacima dnevne prodaje trgovinskih lanaca obuhvaćenih istraživačkim uzorkom, dok se makroekonomska analiza sprovodi kroz panel analizu ključnih makroekonomskih varijabli Srbije i drugih zemalja obuhvaćenih istraživanjem.

Metodom sinteze, činioći dobijeni analizom su spojeni u jedinstvenu celinu, omogućavajući formulisanje sudova i zaključaka o kupovnom ponašanju potrošača tokom krize izazvane COVID-19. Apstrakcija je korišćena radi izdvajanja bitnih elemenata predmeta istraživanja. Metodom generalizacije, pojedinačni predmeti su sagledani u okviru jedinstvenog opšteg predmeta.

U testiranju postavljenih istraživačkih hipoteza primenjena je kombinacija različitih metoda, uzimajući u obzir kvalitetnu bazu podataka prikupljenu u toku istraživanja. Kroz primenu kvantitativnih metoda, poput deskriptivne statistike i panel regresione analize, analizirana je statistička značajnost i jačina uticaja posmatranih varijabli na kupovno ponašanje potrošača. Sve navedene metode su omogućile identifikaciju i kvantifikaciju varijabli koje imaju značajan uticaj na ponašanje potrošača tokom COVID-19 krize.

5. KRATAK OPIS SADRŽAJA DOKTORSKE DISERTACIJE

U uvodnom delu rada pored definisanog predmeta i cilja disertacije, prikazan je detaljan pregled literature od 1960-ih godina XX veka, kada su objavljeni prvi radovi relevantni za oblast istraživanja. Takođe, u uvodnom delu su objašnjene naučne metode, koje su primenjene u istraživanju, pregled sadržaja disertacije, kao i naučni doprinos.

U drugom delu, naglasak je na teorijskom okviru ponašanja potrošača, navedene su najznačajnije definicije pojma ponašanja potrošača, ključni koncepti, kao i različite podele tipova potrošača. U ovom delu je analiziran i razvoj ponašanja potrošača kao naučne discipline u Srbiji, kao i u svetu. Posebna pažnja je posvećena procesu odlučivanja finalnih potrošača o kupovini, analizirajući svaku od faza ovog procesa

U trećem delu disertacije analizirani su faktori koji oblikuju ponašanje potrošača. Autor pomoću koncepta modela "Stimulans-Organizam-Odgovor" detaljnije analizira uticaj različitih činilaca na potrošačko ponašanje. Nakon toga, predstavljena je klasifikacija faktora, pružajući dublje razumevanje ekonomskih varijabli kao osnovnih faktora primarne tražnje, kao i svake od determinanti sekundarne tražnje.

U četvrtom delu će biti razmotreni modeli ponašanja potrošača, prikazujući značaj i ulogu modela kroz različite teorijske pristupe. Ovde će biti predstavljeni i najznačajniji modeli ponašanja potrošača, uz detaljniju analizu svakog od njih.

U četvrtom delu fokus je na modelima ponašanja potrošača. Objašnjeni su značaj i uloga modela, kao i teorijske osnove modela kroz pregled pristupa ponašanja potrošača: ekonomski čovek, psihodinamički pristup, bihejvioristički pristup, kognitivni pristup i humanistički pristup. Na kraju poglavlja je prikazana klasifikacija modela, kao i detaljnije pojašnjenje najznačajnijih modela ponašanja finalnih potrošača. Pored modela koji su karakteristični za klasično marketinško okruženje, obrađeni su i najznačajniji preskriptivni modeli ponašanja potrošača.

U petom delu disertacije detaljno je istražena potrošnja domaćinstava, koja predstavlja ključnu zavisnu promenljivu u sprovedenoj regresionoj panel analizi. Ovaj deo pruža dublji uvid u evoluciju teorija o ponašanju domaćinstava i obrasce njihovog ponašanja tokom vremena. Kroz analizu relevantne literature, razmatraju se faktori i determinante koji imaju uticaj na formiranje potrošačkih odluka, uključujući ekonomske, socijalne i psihološke aspekte. Pored toga, naglasak je stavljen na identifikaciju ključnih elemenata koji oblikuju potrošačke preference i navike, čime se doprinosi sveobuhvatnijem razumevanju kompleksnosti potrošačkog ponašanja u kontekstu pandemije i kriznih perioda.

U šestom delu, analizirane su karakteristike potrošnje u Srbiji, uključujući prosečnu potrošačku korpu, profil prosečnog potrošača i analizu maloprodajnog tržišta. Dodatno su prikazani i ključni makroekonomski indikatori Srbije, kako bi se stekao uvid u prosečnog potrošača i njegovu kupovnu moć.

U sedmom delu disertacije pruža se dublji uvid u pandemiju COVID-19 virusa, sa detaljnom analizom hronologije širenja virusa u Srbiji i u svetu. Poseban fokus stavljen je na analizu pokazatelja koji mere jačinu virusa, uključujući dnevni broj potvrđenih slučajeva COVID-19 i broj smrtnih slučajeva kao posledica virusa. Pored toga, analizirani su i mehanizmi restriktivnih mera koje je sprovodila vlada radi suzbijanja širenja virusa. Ovaj deo takođe pruža uvid u ekonomski uticaj koji je COVID-19 imao na ekonomiju Srbije, istražujući pakete mera koje je Vlada Srbije primenila kako bi prevazišla krizu izazvanu pandemijom.

U osmom, empirijskom delu disertacije, sprovedene su regresiona panel analiza i analiza VAR modela kako bi se istražio uticaj različitih faktora na potrošnju domaćinstava tokom perioda COVID-19 krize. Regresionom panel analizom na periodu od 16 kvartala i uzorku od 24 zemlje ispitan je uticaj faktora poput bruto domaćeg proizvoda, broja COVID-19 slučajeva i mera Vlade na potrošnju domaćinstava. Korišćenjem analize VAR modela, analiziran je uticaj medija na kupovno ponašanje potrošača, ispitujući vezu između frekvencije pojavljivanja COVID-19 termina u medijima i prometa hrane u maloprodajnim objektima u Srbiji.

U zaključku su sumirani rezultati istraživanja, uz preporuke za dalja istraživanja i naučni doprinos disertacije. U ovom delu su navedena ograničenja istraživanja i date su preporuke za buduća istraživanja u oblasti ponašanja potrošača u kontekstu pandemije COVID-19 virusa.

6. OSTVARENI REZULTATI I NAUČNI DOPRINOS

Empirijsko istraživanje koje je obuhvatilo panel regresionu analizu i analizu VAR modela pružilo je dublji uvid u specifične aspekte promene kupovnog ponašanja potrošača tokom perioda krize. Analizirajući 24 zemlje Evrope, uključujući i Srbiju, kroz 16 kvartala, istraživanje je koristilo visokokvalitetne podatke iz EUROSTAT-a i OWID-a, omogućavajući dobijanje rezultata sa visokim stepenom pouzdanosti. Sprovedeni testovi reziduala jasno su identifikovali zavisnost uporednih podataka i heteroskedastičnost, što je zahtevalo primenu tri različita estimatora: procena fiksnih efekata, White standardne greške i Driscoll i Kraay standardne greške. Kroz regresionu analizu, utvrđeno je da su bruto domaći proizvod i broj potvrđenih COVID-19 slučajeva imali statistički pozitivan uticaj na potrošnju, dok su broj smrtnih slučajeva kao posledica virusa, kao i indeks strogosti mera vlade, imali negativan statistički uticaj na zavisnu promenljivu.

Analiza VAR modela otkrila je značajan uticaj medija na ponašanje potrošača tokom pandemije, naglašavajući vezu između intenziteta medijske pokrivenosti i potrošačkih reakcija. Ipak, ključna ograničenja uključuju nedostatak podataka o online trgovini hrane, što sugerise potrebu za budućim istraživanjima koja će sagledati ovaj aspekt kako bi se dobila potpunija slika promena u potrošačkim navikama tokom kriznih situacija.

Disertacija predstavlja značajan naučni doprinos u kontekstu aktuelne globalne pandemije virusa COVID-19. Fokus na analizi uticaja pandemije na potrošačko ponašanje odražava važnost koju naučna zajednica pridaje razumevanju efekata krize na širok spektar društvenih i ekonomskih oblasti. Sprovedeno istraživanje doprinosi rastućem korpusu naučnih radova posvećenih istraživanju promena u potrošačkim navikama tokom perioda krize, naglašavajući kontinuiranu potrebu za dubljim razumevanjem ovih procesa.

Analizom dostupne literature i istraživanja, autor disertacije je zaključio da ranije nije sprovedeno istraživanje na skupu zemalja i sa primenjenim varijablama, kao što je učinjeno u ovoj analizi. Ova praznina u istraživanjima naglašava značaj ovog rada, ističući njegovu originalnost i doprinos razumevanju faktora koji utiču na odluke potrošača tokom kriznih perioda.

Osim što doprinosi naučnoj zajednici, ova disertacija ima i praktičnu primenu u poslovnom sektoru i državnoj politici. Analiza promena u potrošačkim navikama tokom pandemije pruža korisne uvide privrednicima i marketinškim stručnjacima kako bi prilagodili svoje strategije i ponude u skladu sa potrebama potrošača u ovom dinamičnom okruženju. Pored toga, razmatranje uticaja vladinih mera na potrošačke odluke može biti od suštinskog značaja za formiranje politika i regulativa koje podržavaju ekonomski oporavak.

7. ZAKLJUČAK I PREDLOG KOMISIJE

Doktorska disertacija kandidata Miloša Kolavčića pod nazivom „**Uticaj COVID-19 krize na kupovno ponašanje potrošača u Srbiji**“ je urađena u skladu sa prijavom i istraživačkim planom u pogledu definisanog predmeta istraživanja, postavljenih ciljeva, istraživačkih hipoteza i strukture istraživanja. Na osnovu toga, Komisija konstatuje da doktorska disertacija poseduje sve odlike originalnog, kvalitetnog naučnog rada, sa jasno postavljenom temom doktorske disertacije, aktuelnim i kompleksnim istraživačkim pitanjima, jasnim područjem istraživanja, adekvatno selektovanom literaturom čije proučavanje je zajedno sa primenom adekvatnih naučnih metoda rezultiralo izvođenjem logičnih zaključaka i potvrđivanjem postavljenih istraživačkih hipoteza.

Kandidat je pokazao neophodnu umešnost i zavidnu naučno-istraživačku sposobnost, ostvarivši značajan naučni i stručni doprinos u oblasti istraživanja stranih direktnih investicija. U skladu s navedenim analizama, konstatacijama i ocenama članovi Komisije su zauzeli jedinstven i pozitivan stav prema disertaciji Miloša Kolavčića pod nazivom „Uticaj COVID-19 krize na kupovno ponašanje potrošača u Srbiji“, kako u pogledu ispunjavanja svih zahtevanih uslova i standarda, tako i u pogledu aktuelnosti istraživačke teme, otvaranja prostora za nova istraživanja i zadovoljenja svih kriterijuma u pogledu kvaliteta, sadržajnosti, sistematičnosti, argumentovanosti, originalnosti i tehničke opremljenosti rada.

Posmatrajući kroz prizmu ispunjenosti navedenih kriterijuma, članovi Komisije su zaključili da razmatrana doktorska disertacija predstavlja kvalitetan teorijsko-empirijski i naučno-istraživački rad, koji sadrži dovoljno korisnih poruka, predloga i preporuka za kreiranje kako adekvatne strategije i ponude poslovnog portfolija kompanija u skladu sa potrebama potrošača, tako i za formiranje politika i regulativa koje podržavaju ekonomski oporavak privrede nakon globalne pandemije.

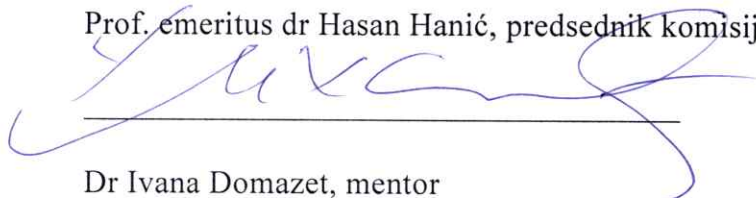
Imajući u vidu opštu ocenu rada, ostvarene rezultate i naučni doprinos doktorske disertacije, Komisija konstatuje da je doktorska disertacija Miloša Kolavčića u potpunosti urađena prema odobrenoj prijavi i da zadovoljava sve postavljene standarde za izradu doktorske disertacije.

Stoga Komisija predlaže Nastavno-naučnom veću Beogradske bankarske akademije – Fakultetu za bankarstvo, osiguranje i finansije da prihvati pozitivan izveštaj o oceni doktorske disertacije kandidata Miloša Kolavčića, pod naslovom „**Uticaj COVID-19 krize na kupovno ponašanje potrošača u Srbiji**“ i da ga uputi Senatu Univerziteta „Union“ Beograd u dalju proceduru.

U Beogradu, 15.04.2024. godine

ČLANOVI KOMISIJE:

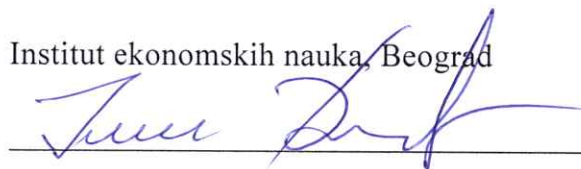
Prof. emeritus dr Hasan Hanić, predsednik komisije



Dr Ivana Domazet, mentor

Naučni savetnik

Institut ekonomskih nauka, Beograd



Dr Milica Bugarčić, docent, član komisije

