УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ

Географски факултет

Вера С. Глигоријевић

ЕКОНОМСКО-ГЕОГРАФСКЕ И ДЕМОГРАФСКЕ ПРОМЕНЕ АГРАРНОГ ПРОСТОРА СРБИЈЕ

докторска дисертација

Београд, 2012. године

UNIVERSITY OF BELGRADE

Faculty of Geography

Vera S. Gligorijević

CHANGES OF AGRARIAN SPACE IN SERBIA: ECONOMICAL-GEOGRAPHYCAL AND DEMOGRAPHYCAL ASPECTS

Doctoral Dissertation

Belgrade, 2012.

Ментор:

Др Мирјана Девеџић, редовни професор

Универзитет у Београду

Географски факултет

Чланови комисије:

1. .....

……..……..……..……..

……

2. .....

……..……..……..……..

……

Датум одбране докторске дисертације: .....

Београд

ДОКТОРАТ ИЗ ОБЛАСТИ ДЕМОГРАФИЈА

ЕКОНОМСКО-ГЕОГРАФСКЕ И ДЕМОГРАФСКЕ ПРОМЕНЕ АГРАРНОГ ПРОСТОРА СРБИЈЕ

Резиме:

Имајући на уму динамику пољопривредног и сеоског становништва, процес демографске транзиције у Републици Србији (у даљем тексту Србији) и транзицију српске економије од примарног сектора ка сектору услуга, са једне стране, и од централно-планске ка тржишној економији са друге, ова теза настоји да емпиријски докаже заокрет у избору примарног занимања сеоског становништва. У условима када су директне инвестиције у сеоску економију веома ограничене, а за разлику од периода индустријализације шансе за непољопривредно запошљавање сеоског становништва значајно редуковане, избор примарног занимања сеоске популације и диверзификација сеоске економије и прихода ослоњена је на личне и локалне ресурсе, материјалне или људске, чије је пуно ангажовање везано за праксу самозапољавања и предузетништва.

У стартегијама развоја пољопривреде а посебно у новијим стратегијама руралног развоја, нетрадиционалне пољопривредне активности и новостворени непољопривредни послови сматрају се кључним факторима одрживог развоја села. Зато се у овој тези савремене економско-географске и демографске промене аграрног простора Србије, истражују са становишта диверзификације економских активности и начина на који диверзификација активности и прихода може утицати на одржив демографски развој. Претпоставља се да је становништво слабо урбанизованог простора Србије, препознавши проблем континуираног слабљење пољопривреде, неизвесних извора прихода и снажне емиграције, на изазове економске глобализације одговорило развојем нових форми привређивања. Такође се претпоставља да диверзификација пољопривредних активности, мултифункционалност пољопривреде и плуриактивност пољопривредног становништва доприносе успоравању емиграције сеоског становништва. Више квалитетнијих непољопривредних послова у сеоским срединама могло би успорити по полу селективно исељавање радно и репродуктивно способног становништва, што је посебно важно у контексту редуковања полног дебаланса у српским селима и контексту брачности и фертилитета сеоске популације.

Емпиријско истраживање у овој тези је утемељено на претпоставци да више стопе активности у непољопривредним делатностима доприносе генерисању прихода и унапређењу стандарда живота сеоског становништва, што је основна претпоставка одрживог економског и демографског развоја домаћинстава и сеоских насеља. Са становишта делатности, истраживање диверзификације пољопривреде и непољопривредних активности сеоског

становништва, фокусирано је на самозапослене појединце и домаћинства укључене у прераду и трговину пољопривредним производима, затим на активне у прерађивачкој индустрији и посебно, на радноспособно сеоско становништво које је шансу за запослење потражило у сектору услуга. Како је најшири контекст истраживања економских и демографских промена аграрног простора у Србији утемељен на концепту нове економије и нове руралне економије, у тези је, сагласно савременим тенденцијама опадања утицаја дистанце на основу развоја информационо-комуникационих технологија, сугерисана потреба редефинисања места становнања и места рада. Зато су истраживањем обухваћени самозапослени предузетници који посао обављају у оквиру сопственог дома, газдинства или домаћинства, што је сагласно подстицајима самозапошљавања и развоја кућних микро предузећа. Управо ова два феномена нове руралне економије, самозапошљавање и раст кућног микро-бизниса, доминантне су мера развоја, ревитализације и одрживости села које се предлажу у најважнијим документима руралног и локалног економског развоја развијених земаља. Стога је било интересантно истражити у којој су мери ове нове форме рада и нетрадиционални пољопривредни послови заступљени у селима Србије, на који начин су условљени саставом сеоског становништва, и у којој мери доприносе одрживом развоју сеоских заједница.

Општи циљ истраживања је да на научним основама истражи утицај који на одржив економски и демографски развој села у Србији има диверзификација сеоске привреде и са њом повезана пракса самозапошљавања и кућног предузетништва. Посебан циљ дисертације је да објасни природу и опсег веза које се новоствореним непољопривредним пословима остварују између руралних и урбаних заједница, посебно импликације тих веза на економску и демографску одрживост сеоских домаћинстава.

Теоријски оквир емпиријског истраживања у овој тези омогућила је комбинација три теорије: теорије одрживог развоја, фон Тиненова (von Thunen) теорија просторне економије (коришћења пољопривредног земљишта) и Портерова (Porter) теорија генеричких стратегија конкурентности. Анкетним истраживањем на стратификованом узорку добијени су примарни извори података који су анализирани уз помоћ квантитативних и квалитативних техника.

Главни резултати ове дисертације обухватају: везе које диверзификација сеоске привреде креира у простору, посебно нетрадиционалне село-град везе где су урбани резиденти потрошачи руралних услуга; просторне варијације демографских карактеристика руралних предузетника и утицај састава сеоског становништва на избор и одрживост непољопривредних и нетрадиционалних пољопривредних послова; просторне варијације делатности и фактора који утичу на избор примарног занимања; утицај демографских обележја предузетника на селективан избор стратегија којима се јача конкурентности производа и услуга и просторне варијације у

доприносу нетрадиционалних сеоских послова демографској и економској одрживости домаћинстава и заједница.

Кључне речи: рурална економија, диверзификација, становништво, полни састав, активност, кућни бизнис, одржив развој, развој заједница, Србија.

Научна област: Демографија

УДК: 911.3:314:33(497.11)

CHANGES OF AGRARIAN SPACE IN SERBIA: ECONOMICAL-GEOGRAPHYCAL AND DEMOGRAPHYCAL ASPECTS

Summary

Having in mind the dynamics of agricultural and rural population, the process of demographic transition in Serbia, and the transition of Serbian economy from primary to service sector, on one side, and from central-planned to market economy on the other side, the aim of this thesis is to prove the shift in the primary occupation of rural population. In circumstances where direct investments in the rural economy are very limited, and unlike the period of industrialization the chances of non-agricultural employment of the rural population are significantly reduced, the choice of primary occupation of the rural population and the diversification of rural economy and incomes rely on personal and local resources, technical or human, whose full engagement is linked to practice of self-employment and entrepreneurship.

In the strategies of agricultural development, especially newer strategies of rural development, untraditional agricultural activities and newly non-agricultural jobs are considered to be the main factors of sustainable development in villages. That is why this thesis studies modern economic-geographical and demographical changes of agrarian space in Serbia from the economy activities and incomes diversification standpoint. It is thought that the population of rural parts of Serbia recognized the problems that are decrease of agriculture, insecure income sources and strong emigrations towards urban parts of the country, and reacted to these globalization challenges by developing new forms of activity. It is also thought that the diversification of agricultural activities, the multi-functionality of agriculture and pluriactivity of agricultural population slow down the rural population emigrations. More non-agricultural jobs of higher quality in rural regions could slow down the gender-selective emigrations of the population capable of work and reproduction, which is especially important in the context of reducing gender gap in Serbian villages and in the context of marriage and fertility of rural population.

Empirical research in this thesis is based on the hypothesis that higher rates of activity in the non-agricultural sectors can improve life standards and generate incomes in rural areas, which is the main hypothesis of sustainable development in households and rural villages. From the occupation standpoint, researches on the agricultural diversification and non-agricultural activities of the rural population focus on self-employed individuals and households involved in the proccesing and trading of agricultural goods, and especially on the work-capable rural population that searched their chance of employment in the service sector. This is why the research includes self-employed entrepreneurs that work in their own households. These two phenomenons of the new rural economy, self-employment and home

micro-business expansion, are a sign of development, revitalization and rural sustainable development, that are suggested in the most important acts about rural and local economic development of developed countries. It was interesting to explore how these new forms of work and non-traditional agricultural jobs are spread in Serbian villages and does the structure of rural population set the conditions.

The aim of the research is to explore the influence that rural economy diversification and the practice of self-employment have over the sustainability development. A special aim of this thesis is to explain the relations new non-agricultural jobs create between rural and urban communities, especially how these relations implicate on the economic and demographic sustainability of rural households. The theoretical point of the research in this thesis is based on the combination of three theories: theory of the sustainability development, theory of space economy (use of agricultural land) and theory of competitive strategy. Through questionnaire surveys, primary data were obtained and both qualitative andquantitative techniques were employed to analyze the data.

The main result of the thesis included the relations that rural economy diversification creates in space, especially the non-traditional village-city relations where the urban residents are rural service spenders; space variations of demographic characteristics of rural entrepreneurs and the influence rural population structure has over the choice and sustainability of the non-agricultural and non-traditional agricultural jobs; space variations of occupations and factors that effect the choice of primary occupation; the influence gender has over the selective choice of competitive strategies; space variations of non-traditional rural jobs to demographic and economic sustainability of households and communities. The results have shown that entrepreneurship helps of rural communities in Serbia sustain, that non-agricultural jobs generate incomes and chances of employment of the local population, and that agricultural activities diversification supports the local community economy and effects the demographic development of rural population.

Key words: agricultural, diversification, rural population, gender, activity, home business, sustainable developement, community developement, Serbia.

Scientific field: Demography

UDC: 911.3:314:33(497.11)

САДРЖАЈ

СПИСАК ТАБЕЛА:

СПИСАК СЛИКА

УВОД

Почетком двадест првог века сведоци смо економске глобализације која је и у Републици Србији (у даљем тексту Србији) условила свеобухватне промене структуре и географије националне економије. Данас је у Србији, као и у другим транзиционим земљама, глобализацијом економије посебно угрожена сеоска привреда и пољопривредно становништво, а опстанак сеоских насеља директно пропорционалан новоствореним неаграрним пословима, посебно у сектору услуга. Зато је за истраживање савремених економско-географских и демографских промена аграрног простора Србије, као простора доминантно обликованог пољопривредом, било потребно уважити факторске утицаје глобализацијских процеса, са једне стране, и утицаје националних, регионалних и локалних јавних политика и социо-економских фактора, са друге, а све то имајући у виду могуће импликације на одржив развој заједница, посебно демографску и економску одрживост. Концептуализацији тезе допринела је неспорна теорија одрживог развоја која је изнова повезала традиционално супротстављен центар са руралним залеђем, а у оквиру нетрадиционалних село-град релација, било је могуће начинити подесан контекст за истраживање просторног размештаја диверзификованих, локационо флексибилних и искуствено нових делатности сеоског и пољопривредног становништва.

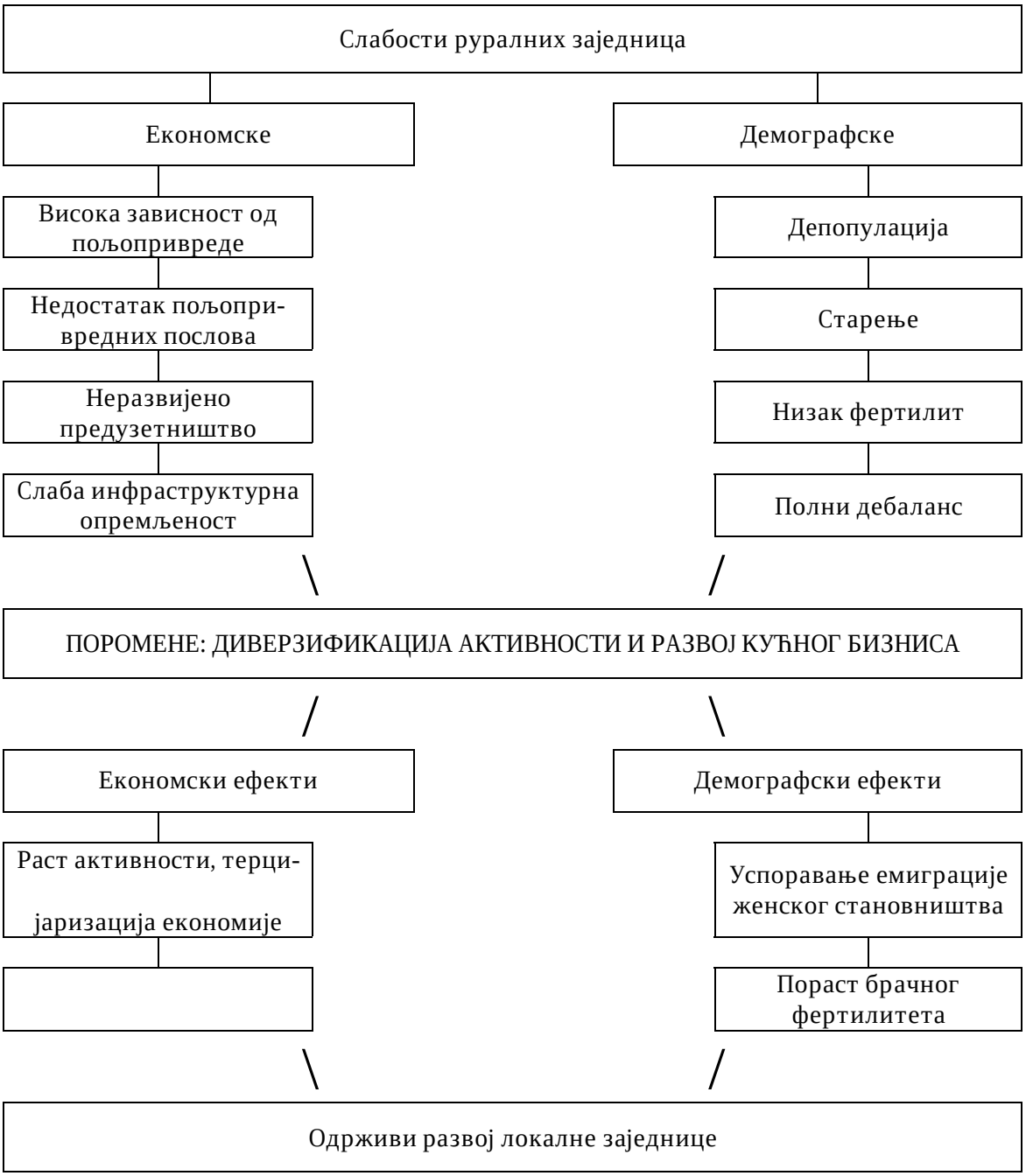
1.1 ПРЕДМЕТ И ЗАДАЦИ ИСТРАЖИВАЊА

Предмет истраживања ове тезе су савремене економско-географске и демографске промене у аграрном простору, које су наступиле са транзицијом српске привреде и друштва током последњих двадесет година. На темељу диверзификованих активности и и диверзификованих прихода сеоског и пољопривредног становништва, конкретизовано је истраживање промена које су се у економско-географском смислу двојако манифестовале: а)

транзицијом сеоске економије ка сектору услуга и б) великим утицај дистанце од централног тржишта (Београда) на просторне варијације нетрадиционалних пољопривредних и новостворених непољопривредних послова. Демографска компонента у овој тези је конкретизована истраживањем социо-економских и биолошких структура сеоског и пољопривредног становништва укљученог у диверзификоване активности и то: а) иатражује се раст неаграрне активности посебно женског становништва у контексту одрживог развоја, тачније у контексту успоравања емиграције и ублажавања полног дебаланса у селима Србије б) истражује се пол, старост, брачност и величина домаћинстава укључених у процес диверзификације активности и прихода. Најшири теоријски оквир демографских промена утемељен је на корелацији између суме укупног фертилитета и економске активности жена која је опажена у високоразвијеним земаљама, тачније сматра се да је пораст фертилитета током последње две деценије коинцидирао са већом активности женског становништва у све флексибилнијим формама рада карактеристичним за услужну економију и постиндустријско друштво. Данас је у условима недовољног рађања у Србији, веома тешко говорити о могућим новим релацијама раста активности жена, са једне стране, и раста стопе фертилитета, са друге, али искуства високоразвијених земаља се морају укључити у промишљања о мерама и подстицајима који би водили имплементацији теорије и праксе одрживог демографског и економског развоја.

Са становишта савремених, глобалних социо-економских промена, које су подједнако снажно деловале како на становништво села, тако и на урбану популацију у Србији, интересантно је било истражити на који начин економско-географске и демографске промене варирају у простору и који фактори условљавају разлике у размештају, обухвату и интензитету процеса деверзификације економских активности. У овој тези се диверзификација сеоске економије сматра кључним индикатором свеобухватних промена, а

концептуализација диверзификације као модела одрживог развоја села, дата је на слици 1.



Слика 1: Концептуализација предмета истраживања: диверзификација као модел одрживог руралног развоја

Диврезификација активности и прихода сеоског и пољопривредног становништва већ неколико деценија је важан сегмент државних политика усмерених на развој пољопривреде и очување сеоске популације. По правилу, све ове стратегије подразумевају у мањој или већој мери удаљавање од пољопривреде и производње хране као основних функција аграрног простора. Стварањем могућности за већу доступност широког спектра производа и услуга у аграрним областима, непољопривредна економија, директно и индиректно, утиче на укупан економски раст. У Србији је данас радно способно сеоско становништво претежно активно у пољопривреди а тако висока зависност од пољопривреде, Србију сврстава у ред најаграрнијих европских земаља. Хетерогеност природних потенцијала Србије и приватна својина над земљиштем могу се сматрати основним предусловима диверзификације сеоске економије, која би водила снижавању стопа незапослености сеоског становништва и опадању учешћа пољопривреде у структури активног сеоског становништва.

У тези се заступа становниште да је сеоско и пољопривредно становништво Србије, на глобалне економске промене реаговало интуитивно, као саморганизујући систем (Krugman, 1996), и препознавши проблем слабљења пољопривреде, одговорило понудом нових роба и услуга. Заокрет у локалној економској политици руралног становништва и диверзификација активности и извора прихода, још раније су опажени у развијеним земаљама, а овим трендовима, који се по обухвату и интензитету разликују од земље до земље, су заједничка следећа обележја: транзиција ка економији услуга; развој предузетништва и пракса самозапошљавања; доминација микро предузећа (микро бизнис) и спајање места становања и места рада (развој кућног бизниса). Претпоставка да се и у селима Србије транзиција економије одвија у правцу услуга, и настојање да се истраживање економско-географских и демографских промена у аграрном простору учини репрезентативним, утицало је на избор циљне групе испитаника на којој је засновано анкетно, емпиријско истраживање у овој тези. Тако је, са једне

стране, фокус на појединцима и домаћинствима који су диверзификовали примарну пољопривредну производњу, а са друге стране, на контингенту самозапосленог становништва које је своје шансе потражило у сектору услуга. Имајући на уму савремени карактер економско-географских и демографских промена у аграрном простору Србије, у тези се првенствено истражује структура и просторни размештај непољопривредних послова, демографске карактеристике појединаца укључених у непољопривредне послове и допринос непољопривредне сеоске екоономије одрживости домаћинстава и сеоских заједница. Пољопривреда је у тези заступљена у мери колико је намењена тржишту, тачније у истраживање су укључени појединци који су примарну производњу допунили пословима прераде, финалне производње или трговине.

Питање диверзификације сеоске економије (пољопривредних и непољопривредних активности) тесно је повезано са физичким простором, инфраструктурном опремљеношћу и саобраћајном доступношћу, а у условима скромних финансијских, материјалних и људских капацитета, диверзификација активности је готово у потпуности ослоњена на индивидуалну спремност на ангажовање, најчешће кроз праксу самозапољавања и предузетништва. У контексту непољоприврене економије се у условима физичке неизграђености аграрног простора, функција становања у селима често спаја са радном функцијом, па се пољопривредна газдинства и сеоска непољопривредна домаћинства трансформишу „од фарме у фирму“. То је случај и у селима Србије, где спајање традиционално раздвојених локација, места становања и места рада, није непозната форма, напротив, пољопривреда као примарно занимање сеоског становништва одувек је снажила породичне и друштвене везе и на окупу одржавала чланове домаћинстава, без стриктне поделе времена на радне и слободне сате и поделе простора на радни, рекреативни или стамбени.

Сходно ставу да су екномско-географске и демографске промене аграрног простора Србије данас повезане са процесом диверзификације активности и прихода сеоског становништва, а диверзификација опет просторно лимитирана газдинством и капацитетима домаћинства, непољопривредни послови који се обављају у домаћинствима, теоријски и практично све више наликују кућном бизнису. Зато је у овој тези емпиријско истраживање савремених економских и демографских промена аграрног простора Србије, конкретизовано истраживањем кућног бизниса, као индикатора којим се квантитативно могао мерити састав, обухват и интензитет промена. Кућни бизнис, као подврста рада у кући, објединио је више значења нове економије и нове руралне економије и постиндустријског друштва: самозапошљавање, микро бизнис, спајање места рада и становања, баланс посла и личног живота, улогу информационо-комуникационих технологија, смањење транспортних и других материјалних трошкова, редуковање дневне миграције и слично. Такође је објединио многа значења нове руралне економије: диверзификацију пољопривреде у оквирима газдинстава, мултифункцинални карактер пољопривреде и нове улоге пољопривредних произвођача и плуриактивност сеоског и пољопривредног становништва. Кућни бизнис је као подврста рада у кући, микро-бизниса и самозапошљавања, објединио и многа значења појма предузетништва а предузетништво је као стратегија одрживог развоја, не само периферног руралног залеђа него и стратегија урбаних центара широм Србије, препознат у највишим националним јавним политикама.

Непољопривредна економија која се истражује у овој тези, није обухватила послове сеоског и пољопривредног становништва који се обављају изван места становања, као на пример масовно запошљавање у општинском центру које је било изражено током седамдесетих и осамдесетих година прошлог века, када су индустријализација, урбанизација и масовна деаграризација обликовале економију, насеобинску структуру и размештај становништва. У фокусу ове тезе су непољопривредни послови које обавља сеоско

становништво у месту сталног становања, што у условима слабе изграђености аграрног (и руралног) простора, најчешће значи у оквиру сопственог газдинства или домаћинства. Обављање посла у оквиру сопственог дома, коришћењем личних материјалних и људских ресурса, у развијеним земљама је често истраживано у оквиру студија одрживог развоја, женских студија и посебно студија кућног бизниса као суб-категорије самозапошљавања, микро-бизниса и рада на даљину. Кућни бизнис је у развијеним земљама света данас растућа форма запошљавања, посебно у категорији руралног и женског становништва. Иако није непозната форма рада, реафирмисан је средином двадесетог века, када је напредна економија из продуктивистичке етапе прешла у постпродуктивистичку. У свету је, данас, кућни бизнис повезан са новом економијом, са променама у сфери рада, радног простора и радних односа. Како утицаји нове економије и економске глобализације нису заобишли ни Србију, у тези се кућни бизнис разматра као индикатор свеобухватних промена села, али и као могућа стратегија за њихов одржив развој. Кућни бизнис је, такође, реафирмисан и у контексту промене функција пољопривреде, где је, осим произвођача хране, у постиндустријској етапи друштвено-економског развоја, рурално становништво постало кључни актер очувања животне средине. У настојањима да се становништво локалних заједница реализује у улози чувара природе, нужно је креирање послова изван пољопривреде чиме би се утицало на успоравање и одлагање емиграције сеоског становништва.

Даље, кућни бизнис је форма рада која је ишчезла са индустријализацијом, масовном производњом, фабрикама и офисима. Данас када живимо у модерном постиндустријском друштву, колико год нам било тешко да модернизацију раздвојимо од индустрије, сведоци смо како и неиндустријске активности, налазе своје место у савременим економским и социјалним теоријама. Тако се у оквирима теорије одрживог развоја, препознају и неке традиционалне форме производње које су пољопривреди иманентне од самих зачетака, као што је органска производња. Слично је и са радом од

куће, који је током епохе индустријског друштва сматран нелегалним послом у који су се укључивали припадници маргинализованих социјалних слојева. У свету данас од куће и у кући своје приходе стичу како најобразованији, од инжењера, дизајнера, консултаната, адвоката и научника тако и они чије ангажовање не захтева висок ниво знања и вештина, као што су на пр. пружаоци личних услуга или активни у пословима електронске трговине.

Нове и нетранспаренте непољопривредне активности сеоског и пољопривредног становништва (руралног), посебно њихову територијалну дистрибуцију, просторне варијације и демографска обележја појединаца укључених у диверзификацију, у овој тези су су истраживане сагласно основним принципима Европске политике руралног развоја (EC, 2010). То се посебно односи на дефинисање територијалног обухвата истраживања савремених економско-географских и демографских промена у аграрном простору. Тако је у тези а сходно принципима Заједничке политике развоја пољопривреде (Common Agricultural Policy, CAP) и политици интегралног руралног развоја (Rural Development Policy), прихваћено становиште да је аграрни простор само део руралног простора а актуелне економско-географске и демографске промене, резултат утицаја „нове економије" и „нове руралне економије". Строго пратећи формулацију наслова тезе, територијални оквир истраживања би требао бити простор доминантно обликован пољопривредном производњом. Међутим, прихватањем оваквог, чисто секторског приступа, истраживање би било лимитирано и изостале би анализе непољопривредне сеоске економије и простора намењених рекреацији, туризму, занатству, индустрији и услугама. Стога је за истраживање савремених економско-географских и демографских промена у Србији, било целисходније истражити рурални простор, који се најшире може дефинисати као опозит урбаном, из угла свеукупности економије. Проширивањем територијалног оквира истраживања, ова теза се фокусира на три компоненте савремених економско-географских и демографских промена: прво, на диверзификацију активности и прихода и

самозапошљавање као интуитивни одговор руралног становништва на промене глобалне економије и транзицију српске привреде, а посебно се наглашавју просторне варијације нетрадиционалних сеоских активности; друго, теза се фокусира на просторне варијације демографских карактеристика самозапослених појединаца (предузетника), посебно старосни профил и родне релације; и треће, у тези се осветљавају вишесмерне село-град релације и импликације тих релација на одржив развој руралног простора. За истраживање економско-географских и демографских промена у аграрном и руралном простору Србије, основном територијалном јединицом у овој тези се сматрају домаћинства и локалне заједнице, које осим села могу обухватити и градове, који су у истраживање укључени сходно наглашеном територијалном приступу интегралног руралног развоја, о чему ће бити више речи у наредним поглављима.

Најчешће се каже да је одржива рурална заједница она која економски просперира и подржава стил живота и изворе прихода појединаца и домаћинстава. Њихов опстанак зависи од могућности да функционишу коришћењем и регенерацијом сопствених ресурса, али и од могућности да понуде иновативне и диверзификоване економске шансе. Као и у већини других земљама, одрживост руралних заједница у Србији данас је врло неизвесна. У руралним заједницама Србије, изразита депопулација је повезана са тешкоћама које доноси низак доходак пољопривредних газдинстава и непостојеће или минималне шансе за запошљавање изван тих газдинстава. У овом контексту се на диверзификацију руралне економије гледа као на начин да се створе нови и сигурнији извори прихода појединцима, домаћинствима и локалној заједници. Зато се све флексибилније форме привређивања сеоског становништва, настале као резултат диверзификације активности и прихода локалног становништва, разматрају у светлу економске глобализације, постпродуктивизма и економије услуга а које су, опет, везане за економску и демографску одрживост заједница. Претпоставља се да ће непољопривредне активности

бити једини сигуран извор прихода сеоског становништва све док држава не одлучи да пољопривредну производњу субвенционише макар приближним износима као у земљама Европске Уније (ЕУ), и тако пољопривреди врати рејтинг који има у развијеном свету.

1.2 КОНТЕКСТ ИСТРАЖИВАЊА

Најшири контекст истраживања савремених економско-географских и демографских промена у аграрном и руралном простору Србије темељи се на три принципа карактеристична за постиндустријско друштво:

- Концепт нове економије
- Концепт нове руралне економије
- Диверзификација као модел транзиције пољопривредних режима.

Концепт нове економије је при концептуализацији тезе искоришћен захваљујући обележјима која су за истраживање савремених економско-географских и демографских промена била релевантна, попут трансформације рада и радног простора, смањења учешћа послова са пуним радним временом, раста броја самозапослених, све већег број занимања која се могу обављати у сопственом дому, превазилажења просторних баријера, опадања утицаја дистанце, фокуса на локалне ресурсе, све сложенијих послови који захтевају већа знања, увођење нових технологија, релокација радног места запослених и др. Концепт нове руралне економије је рурална варијанта прве теорије (нове економије), па је незаобилазна у концептуализацији истраживања савремених промена сеоске првреде и социјалне организације живота сеоског становништва, а њеној релевантности је посебно допринла регионална димензија тј, фокус на руралне области у свету па тако и на аграрни простор као његову субкатегорију. Трећа теорија, теорија диверзификације и мултифункционалне пољопривреде, данас је међу пољопривредницима

развијених земаља најшире распрострањена практична форма активирања ресурса доступних у оквирима сопственог газдинства, а под претпоставком да се и у Србији сеоска економија диверзификује, и ови принципи су искоришћени као теоријски оквир истраживања савремених економско-географских и демографских промена у аграрном простору Србије.

Иако се ове три теорије доста разликују, заједничко им је настојање да објасне утицај глобализације, пост-индустријализације, терцијаризације економије и информационо-комуникационе револуције на географију светске привреде, при чему је за ово истраживање посебно важан утицај на промене пољопривредних режима у свету и на развој нове, непољопривредне руралне економије, затим на диверзификацију активности и прихода сеоског становништва, на развој кућног бизниса, његов опстанак и допринос одрживом економском развоју сеоских насеља, и најважније, на допринос диверзификације сеоске економије расту активности женског становништва и посредно, будућим утицајима на раст фертилитета. У тези се заступа став да структуру сеоске привреде и у Србији карактерише транзиција ка услугама, и то транзиција мерена растом непољопривредних послова у месту сталног становања, тј. у селима, и променама структуре локалне економије. Такође се заступа став да је интензизет и обухват транзиције сеоске привреде, могуће истражити кроз врсте, опсег и просторне варијације кућног бизниса, који се у овој тези користи као релевантан индикатор свеобухватних економскогеографских и демографских промена. У наредним одељцима се даје кратак преглед настанка, развоја и обележја сваке од ове три теорије које су послужиле као шира позадина истраживања диверзификације активности сеоског, пољопривредног и руралног становништва у Србији.

Термин нова економија су увели економисти Сједињених Америчких Држава још 1970-их година прошлог века а под њим су подразумевали

револуционарне економске промене које су довеле до економије услуга и високих технологија (Madrick, 2001; Woodrow, 2000). Нова економија се може дефинисати на најразличитије начине, од економије засноване на знању, информационе економије, дигиталне економије, хај-тек економије, флексибилне производње, нове капиталистичке привреде до нове економије услуга, а све оне указују на дубоке технолошке, економке и социјалне промене на свим нивоима друштва. Ове структурне промене је у великој мери пратио напредак технологија, посебно напредак информационих технологија, комуникација, транспорта и производне технологије (Jones, 2003). Према проминентном друштвеном географу Најџелу Трифту (Nigel John Thrifft, 2001), творцу нерепрезантативне теорије (non-representational theory) и поборнику теорије „меког капитализма", нова економија је постигнута кружењем културних образаца који су општеприхваћени међу утицајним медијима, консултантским кућама, глобалним управљачким структурама и водећим бизнис школама. По њему се осетнији раст нове економије везује се за средину 1990-тих година а географска проучавања нове економије фокусирају се на просторну димензију производње и потрошње, локацију кључних делатности нове економије, промене природе посла и структуре занимања, као и на утицај тих промена у различитим регионима, градовима и руралним заједницама (Thrifft, 2001).

О новом друштву које се формира заједно са новом економијом писао је и Питер Дракер (Drucker, 2001), заговорник теорије иновација и предузетништва, а као главна обележја новег друштва, он наводи демографска обележја становништва, посебно наглашавајући проблем глобалног старење становништва, затим и економске факторе као што је улога знања и вештина као основног ресурса којима се јача конкурентност а такође и повратак државног протекционизма или промене у управљању транснационалним корпорацијама, од индивидуалне и власничке контроле ка тимској управљачкој контроли. Наглашавао је да је нова економија заправо економија услуга (Drucker, 2001). За ову тезу су важна запажања

аутора који говоре о трансформација рада и радног простора као једној од најбитнијих карактеристика нове економије (Black and Lynch, 2003; Barnes et al. 2000; Carnoy, 2000) где су своје место нашли све сложенији послови који захтевају већа знања и формалне и неформалне радне вештине (Ben-Ner and Putterman, 2003). У свету је током последњих двадесет пет година усвајајањем нових технолошких процеса заснованих на знању и иновацијама, преобликовано и тржиште условивши растућу потражњу за високо-образованом и вештом радном снагом (Black and Lynch, 2003) о чему неки аутори говоре као о феномену компјутеризације радног места (Barnes et al. 2000) или променама радног окружења капиталистичке економије (Gibson-Graham, 1996).

Увођење нових технологија допринело је релокацији радних места и смањењу учешћа послова са пуним радним временом. Смањењем броја послова са пуним радним временом, у већини индустријализованих земаља растао је опсег послова са скраћеним радним временом, затим послова на основу различитих форми уговарања (Carnoy, 2000), и посебно, растао је број самозапослених (Carnoy, 2000; Gibson-Graham, 1996). Ове промене су водиле све већем броју занимања која се могу обављати у сопственом дому. Даље, технолошки напредак је допринео превазилажењу просторних баријера и све већој мобилности становништва и посебно образоване радне снаге. Тако један од најцитиранијих географа двадесетог века, Дејвид Харви (David Harvey, 2000), неомарксиста по опредељењу, каже да опадање утицаја дистанце не умањује значај простора већ омогућава инвеститорима и предузетницима да обрате више пажње на предности које нуди конкретна локација. Он даље говори да се те предности могу односити на понуду радне снаге, ресурса, инфраструктуре и сл. и да локални предуслови све више дефинишу конкурентност неког места (Harvey, 2000).

Нове технологије, просторна мобилност и децентрализација радних места, утицали су да се у оквирима нове економије многи радни задаци

координирају кроз интерактивне информационе мреже. То је значило да се многи послови могу обављати са разних локација, укључујући кућу или руралну област. У развијеним земљама, овај феномен је утицао на растуће трендове кућног бизниса, посебно послова који се обављају телефоном. Развој информационе технологије и већа мобилност учиниле да је посао све мање везан за фабрике или канцеларије а све више за нетрадиционалне локације као што су кућа, хотели или јавне локације ближе клијенту (Barnes et al. 2000). Даље, промена места рада снажно утиче на породицу и заједницу која формира ново радно окружење (Carnoy, 2000). Тако се нова економија везује за пораст активности женског радно-способног становништва (Barnes et al. 2000), посебно у оквирима кућног бизниса и категорије самозапослених (Carnoy 2002).

Нова економија се може описати и као прелаз са масовне производње, рецимо пшенице, меса, текстила, гвожђа и челика на флексибилну економију у којој доминирају потрошачке, бизнис и личне услуге (Winson and Leach, 2002) или као економија нових технологија електронске контроле, малих производних серија, флексибилног дизајна, са новим врстама подуговарања рада и децентрализације (Harvey, 2000), и снажном праксом самозапошљавања (Gibson-Graham 1996). Тако се све више може говорити о потрошњи услуга као што су разне врсте забаве, спектакли, хепенинзи, рекреација и туризам. Нова флексибилна економија наглашава значај нових знања, услуга, мрежа и могућност све већег избора зависно од склоности потрошача (Fairbairn, 2003). Нова економија се дефинише и као реструктурирање капитализма, нови капитализам или нова фаза капиталистичке економије (Winson and Leach, 2002) у којој се ствара нова пракса производње и потрошње.

Социолошкиње Џули Грем и Кетрин Гибсон (Gibson-Graham, 1996), представнице феминистичне школе економске географије и поборнице теорије развоја заједница (community developement), у књизи „Марксизам у

постмодерном добу“ на транзицију ка флексибилној економији гледају као на крај капитализма. Оне се слажи да нова економија и нови економски простор више није лимитиран капиталистичком контролом, јер, на пример, плаћени рад, као типична форма капиталистичке контроле, врло брзо би требало да уступити место не-капиталистичким формама као што су самозапошљавање, кооперација и мале не-капиталистичке фирме. По њима, не-капиталистичке економске форме могу бити лоциране и у периферним регионима, домаћинствима, у контигенту домаћица и тесно везане за економију услуга а улога ових не-капиталистичких економских форми у руралним и удаљеним регионима, кључна је за њихов одржив развој (Gibson-Graham 1996).

Рурална верзија нове економије је нова рурална економија. Професор руралне економије Лионардо Питер Ејпдејл (Apedaile,2004) дефинисао је нову руралну економију као комплексан и динамичан рурални вид глобализације. Према њему нова рурална економија све више постаје економија услуга а руралне области тржиште личним и професионалним услугама као и тржиште туризма и рекреације. Савремене промене руралне економије доприносе одрживом развоју руралних домаћинстава и сеоских заједница а новим делатностима као што су рекреација и туризам, између руралних и урбаних регија се стварају не-традиционалне село-град везе, где урбано становништво сада потражује услуге руралних заједница. Према Алану Ферберну (Alan Fairbairn, 2003), одрживости тих заједница, данас највише доприноси промоција аутохтоног бизниса и на знању заснована индустрија која користи локалне таленте и услуге. Он каже да је ово запажање веома важно када се има у виду да многа сеоска домаћинства и пољопривредна газдинства данас раде као франшизе великих мултинационалних компанија а власници фарми у развијеним земљама све више наликују запосленима и великим корпорацијама (Fairbairn, 2003).

Према истом аутору, за успех нове руралне економије, најважније је да локално становништво научи како да глобална знања примени у локалним условима и створи јединствен производ на глобалном тржишту а да су домаћинства и породичне фирме кључни актери промена руралне економије (Fairbairnи, 2003).

Нова рурална економија тесно је везана са демографским карактеристикама заједнице а посебно је значајан проблем депопулације и емиграције сеоског становништва, са којим су суочене готово све развијене земље. Многи аутори верују да су у већини развијених земаља, мале шансе за запослење изван пољопривреде подстакле снажну емиграцију становништва руралних региона (Bollman, 1998, 2000; Stabler and Olfert, 1996; Pacione, 1984) док су проблеми везани са слабљењем примарног сектора последица ниских и несигурних цена пољопривредних производа и ограниченог приступа светском тржишту (Stabler and Olfert, 1996; Troughton, 1992). Стога се као решење проблема наметнула диверзификација пољопривредних газдинстава, најпре кроз рекреацију и туризам а касније са јачањем информационих и комуникационих технологија, и других, комплекснијих врста услуга. Болман (Bollman,2001) наглашава да могућности за запослење у руралним областима нису више повезане са развојем пољопривреде већ искључиво изван пољопривредних газдинстава и у оквирима кућног бизниса.

Диверзификацију пољопривреде Илбери (Ilbery, 1992) је дефинисао као развој не-традиционалних (алтернативних) микро предузећа на пољопривредном газдинству а као пример процеса диверсификације пољопривреде може послужити прерада основних пољопривредних производа (млека, меса и сл.), затим производња хране органског порекла, директна продаја готових производа, (сир, џем и сл.), посредништво у трговинским каналима, сеоски туризам (одмор, смештај, рекреација), коришћење земљишта у непољопривредне сврхе, запошљавање на другом

пољопривредном газдинству (Ilbery, 1992). Такође може да укључи аквакултуру, хортикултуру и узгајање култура за биогориво и фармацију (Napton, 1992). Према Ади Телјум (Terluim, 1997), деверзификација руралне економије смањује ризик стварања дохотка пољопривредних газдинстава а коришћење локалних ресурса (језера, реке, шуме, дивље животиње, историјски споменици и др.) у понуди услуга рекреације, спорта и одмора, помаже генерисање дохотка, подстиче запошљавање, одржава мрежу јавних услуга и инфраструктуре и унапређује квалитет животне средине (Glyptis 1992). Бонтрон и Ласниер (Bontron and Lasnier, 1997) се слажу да туризам значајно доприноси расту запошљавања у руралним срединама али је у многим случајевима реч о сезонском или послу са непотпуним радним временом. Према истим ауторима рурални туризам генерише више послова него градски и једино рурални туризам демонстрира прави економски потенцијал заснован на локалном историјском наслеђу и ресурсима попут пејзажа, локалне културе и фестивала (Bontron and Lasnier, 1997).

У развоју нове руралне економије информационе и комуникационе технологије играју веома важну улогу. Верује се да информационо-комуникационе технологије представљају нову шансу за мале руралне заједнице, најпре зато што минимизирају утицај дистанце и отварају нови приступ тржишту а затим и због користи које се остварују унапређењем образовања и јачањем друштвених мрежа (Grimes, 2000). Неке заједнице су електронским оглашавањем унапредиле своје послове, покренуле иницијативу на тржишту и промовисале своје послове (Manley, 1999) али информационе и комуникационе технологије као стратегија руралног развоја имају и неке слабости. Њихов негативан утицај на социо-економски живот становништва руралних области укључује модификацију локалне културе, изложеност спољашној конкуренцији и високе трошкове одржавања инсталационих сервиса. Ипак су аутори сагласни да иако постоје негативни утицаји, информационо-комуникациона технологија као стратегија руралног развоја нема алтернативу (Bryden, 1997).

Истовремено са развојем нове економије и нове руралне економије, у развијеним земљама су се јавили нови начини коришћења аграрног земљишта као што су шопинг-центри, туристички центри, забавни паркови и слично. Ови нови облици коришћења земљишта допринели су укидању разлика између села и града, посебно ако се зна да су промене коришћења земљишта узроковале свеобухватне и веома снажне промене свих сфера сеоског живота, било да се посматрају са демографског, социјалног или економског аспекта. Данас промене коришћења земљишта руралних региона развијених земаља прати редистрибуција становништва, која указује на важне промене у руралном друштву где села постају имигранстска подручја у којима становништво, тражећи предности руралног начина живота, истовремено са собом доноси урбане атрибуте и очекивања која увелико мењају сеоске заједнице.

Важност села и свих социо-психолошких значења која му се придају, средином двадесетог века су се у развијеним земаљама врло брзо проширила у склопу савремене потрошње и развоја потрошачког друштва. У том смислу врло важну улогу има или је имао процес комодификације природе и руралности. Постоје индиције да ће важност села у будућности делимично лежати и у покушајима да се руралне области комодификују и претворе у неку врсту атракције у оквиру постмодернистичке потрошње. Популарна култура данас нуди разне сентименталне и носталгичние верзије сеоског живота. Филмови, телевизијске серије и магазини придружују се класицима у сликању, књижевности и медијима својим бављењем носталгичним аспектима сеоског пејзажа. Постоји обиље примера комодификације сеоских простора где је, на пример, Хауард Њубај (1988), ректор универзитета у Ливерпулу, изнео је тврдњу да је рурална Британија, уопштено говорећи, постала позориште за посетиоце из града, а људи са села, посебно фармери, постали су постављачи кулиса или епизодни глумци у том позоришту. И код других нација је комодификација реконструисане руралности такође приметна у мењању изгледа руралног простора.

У новој руралној економији искорак у природи и темпу комодификације представља транзиција од продуктивистичке пољопривреде, у којој су индустријализација и агротехника усмерене ка повећњу производње, до постпродуктивистичке пољопривреде. Иако такав прелаз није увек линеаран, постоје неке заједничке промене у коришћењу руралног земљишта које су законски дефинисане, као што је у оквиру Реформе заједничке пољопривредне политике Европске уније један од циљева производња органске хране. Други циљ заједничке аграрне политике има за циљ да награди пољопривредног произвођача као чувара пејзажа и околине, и посебно оних који су спремни да се преоријентишу на послове који воде ширим циљевима одрживости. Трећи тренд био је да се унесе разноликост у сеоске послове, промовисањем плуриактивности и деверзификације сеоске економије, а становништво охрабри у настојањима да подигне вредност својих прехрамбених производа, као и да уђе у нове подухвате, првенствено у туризму и сектору рекреације.

Нова рурална економија и транзиција пољопривредних режима са продуктивистичких на постродуктивистичке, отпочела је раних 90-тих година двадесетог века. Према Вилсону (Wilson, 2001), продуктивистичка ера се у развијеним земљама могла окарактерисати као период где је главна преокупација пољопривреде остварење максимума у производњи хране и где пољопривреда има главну, хегемонистичку позицију у друштву, док се у земљама у развоју тенденције сличне продуктивизму могу уочити кроз настојања да се постигне прехрамбена сигурност.

За разлику од продуктивизма, пољопривреду у постпродуктивизму карактерише:

- смањење интензитета производње кроз екстензификацију, диверзификацију и дисперзију активности (Ilbery and Bowler, 1998);
- прелаз са пољопривредне производње на комодификацију села (Marsden, 1993);

- слабљење централне позиције пољопривреде у друштву уз све израженији ривалитет сеоских заједница (Lowe,1993);
- ширење пољопривредне заједнице укључивањем других, спољашњих субјеката у процес одлучивања (Cox,1988);
- слабљење улоге државе у креирању аграрне политике и све интегрисанији модел власти који укључује локалне учеснике (Pretty, 1995);
- нове технике пољопривредне производње усаглашене са мерама заштите природне средине, засноване на смањеној примени или потпуном укидању употребе екстерних инпута (Ward,1995; Potter 1998).

Дебате и дискусије о постпродуктивистичком начину пољопривредне производње великим делом су фокусиране на земље ЕУ, али се у савременим радовима све више опажају покушаји да се теорија имплементира и у друге земље. У овом контексту велики значај имају промене Заједничке политике развоја пољопривреде Европске уније, у којој се препознају неки елементи постпродуктивизма, углавном кроз озелењавање дискурса аграрне политике. Говорећи о могућностима примене концепта постпродуктивизма у ЕУ, Вилсон (Wilson, 2002) сматра да, иако је директна транзиција ка постпродуктивизму више него јасна, у земљама Европске Уније постоје и паралелни путеви развоја аграрне политике, пољопривредне праксе, режима пољопривредне производње и начелних ставова. Концептуализација постпродуктивистичких пољопривредних режима је највећим делом заснована на искуству Велике Британије, касније и Европске Уније и Аустралије а појам „постпродуктивистичког села“ је развијен у контексту савремених промена оних области које су одувек сматране руралним (Halfacree and Boyle, 1998). Постпродуктивистичко село као концепт, у почетку је садржао само назнаке постпродуктивизма а потом је развијан у специфичним историјским, социоекономским и политичким условима у којима су се током времена мењали и пољопривреда и сеоска насеља.

Промене аграрне политике у Европи даље су се одвијале различитом динамиком, зависно од степена економског развоја на ком се земља налазила, али су готово свуда имале линеарну путању, тј. директни прелаз са интензивног на све екстензивнији начин привређивања. Традиционални модел аграрних промена у основи се заснивао на снажном утицају државе у креирању аграрне политике и пољопривредних режима, било да је реч о продуктивистичким или пост-продуктивистичким (Cloke and Goodwin, 1992). Насупрот овим примерима, данас је у већини земаља у развоју присутан модел „слабе“ државе а утицај локалне сеоске заједнице често је круцијални у планирању аграрних и руралних промена. Такве заједнице су често аутономне и у њима локалне социјалне и политичке структуре, од разних облика потрошачке економије до аутохтоних система производње заснованих на локалним технологијама и агро-еколошком диверзитету, дају основни облик аграрним и непољопривредним активностима тих заједница (Bryant and Wilson,1998).

У свету данас пољопривредно и непољопривредно рурално становништво улаже велике напоре да на најбољи начин искористи сопствене ресурсе, и на темељу њихове оптималне употребе, креира одржив развој својих домаћинстава и локалних заједница. Тако су, на пример међу европским пољопривредницима, најшире распрострањене три форме активирања ресурса доступних у оквирима сопственог газдинства: диверзификација, мултифункционалност и плуриактивност. Ове три стратегије су настале као реакција на кризу продуктивистичког пољопривредног режима а посебно су добиле на значају током последњих деценија двадесетог и почетком двадесет првог века. Анализу ова три процеса отежава непрецизна формулација и разграничење једног концепта од других, као и известан степен преклапања у зависности који се принцип разграничења усвоји, а као последица се ови концепти у литератури често користе као синоними.

Диверзификација је процес увођења нових роба и услуга које су произведене импутима газдинства (обрадива земља, радна снага, капитал, сировине), које се производе заједно са пољопривредним производима или као њихова алтернатива (на пример био-гориво), а све са циљем повећања дохотка пољопривредног газдинства. У почетној фази, диверзификација подразумева само повећање површина под алтернативним и непрехрамбеним усевима, тачније, просторно је ограничена на пољопривредно газдинство. Временом, диверзификација прераста оквире пољопривреде, а ресурси се стављају у службу непољопривредних услуга и производа. Традиционални облици диверзификације изван примарне пољопривредне приозводње су, на пример, директна продаја пољопривредних производа, изнајмљивање пољопривредне механизације, закуп пољопривредног земљишта или објеката намењених складиштењу пољопривредних производа и сеоски туризам (агро-туризам). У новије време су везе примарне пољопривредне производње и диверзификоване пољопривреде све слабије: обрадива земља и други ресурси пољопривредних газдинстава све се чешће издвајају за производњу роба и услуга које нису директно везане за примарну производњу, као што су површине намењену туризму, рекреацији, у едукативне и терапијске сврхе, или коришћење земљишта за производњу енергије ветра или соларне енергије. Диверзификација може довести до потпуног напуштања пољопривредне производње, деактивације у оквирима пољопривредних газдинстава и губитка функције произвођача хране, чиме се пољопривредно газдинство претвара у непољопривредно предузеће (фарма се претвара у фирму). Тако настала непољопривредна газдинства-фирме, обично задржавају власништво над обрадивом земљом као њиховим основним ресурсом, и у том смислу се знатно разликују од руралних и урбаних фирми које тај ресурс не поседују.

Друга врста прилагођевања кроз која пролазе пољопривредна газдинства, односи се на активирање још неких функција осим производње хране, као што је еколошка функција, социјална (очување културног диверзитета и

наслеђа које доприноси одрживости руралних подручја) и економска функција (утицај пољопривреде на друге економске активности као што је туризам). У случају мултифункционалног модела развоја, пољопривредно газдинство може да одлучи да осим производа за личну употребу и додатних вредности остварених трговином примарним пољопривредним призводима, активност усмери на вредности које имају индиректну корист (као што су превенција пожара, пречишћавање вода, очување културног или биодиверзитета) или тржишно нетангибилних вредности (очување историјске и споменичке грађе). Другим речима, пољопривредна газдинства постају мултифункционална. Концепт мултифункционалности је чврсто ослоњен на ставове да је пољопривреда, осим производње хране, такође произвођач широког спектра некомодификованих (неразмењивих) производа и услуга, да обликује окружење, да утиче на социјални и културни систем и доприноси економском расту. Очувана животна средина и традиционалне културне и друштвене вредности, као и локално специфични пољопривредни производи, све више су тражени међу урбаним резидентима. На раст потражње за робама и услугама изван примарне пољопривредне производње, утицало је више фактора као што је јачање свести о вредности очуване животне средине и важности социјалних релација, затим смањење улоге пољопривреде у руралним подручјима, велики притисак урбанизације на традиционални начин живота у селима и ентропија природних екосистема. За разлику од диверзификације која може довести до напуштања пољопривреде, усвајање мултифункционалне праксе јача производну функцију пољопривредних газдинстава.

Трећи познати процес прилагођавања и реакције на продуктивистички пољопривредни режим јесте плуриактивност. Овај термин је синоним за плаћен посао изван пољопривреде и пољопривредног газдинства и односи се на диверзификацију извора прихода, а као стратегија се најчешће користи за постизање сигурнијег дохотка у условима ослабљене продуктивности пољопривреде. Плуриактивност има у фокусу расподелу послова међу

члановима домаћинства и одлуку о додатном ангажовању појединих чланова изван газдинства, све ради ефикаснијег раста дохотка. Плуриактивност се може посматрати као посебан случај диверзификације у ком је пажња усмерена на алокацију места рада појединих чланова домаћинства. Од свих начина прилагођавања и реакција на продуктивистичке режиме, ова теза се фокусира на диверзификацију, како активности тако и извора прихода (плуриактивност). Зато ће сагласно најширим оквирима, који су обихватили основне претпоставке нове руралне економије и са њом повезане моделе реакције на продуктивизам, у овој тези фокус бити на две врсте домаћинстава: непољопривредна домаћнствима и пољопривредна газдинства која су примарну производњу заменила прерадом, финалном производњом и трговином.

1.3 ЦИЉЕВИ ИСТРАЖИВАЊА

Општи циљ тезе је да на научним основама истражи савремене демографске и економске промене у аграрном простору, и научно утемељи став да диверзификација пољопривреде и развој непољопривредих послова доприносе одрживом демографском и економском развоју села у Србији. Посебни циљеви истраживања су:

1. Да истражи природу и опсег урбано-руралних веза које настају диверзификацијом пољопривреде и креирањем нових неаграрних послова. У оквиру овог циља истражују се просторне варијације новостворених непољопривредних послова, размештај сировина и опреме, пласман роба и услуга које се производе и пружају у селима, али и како новоуспостављене село-град релације утичу на одржив развој сеоских заједница.

2. Да истражи демографска обележја становништва активног у непољопривредној руралној економији и то пол, старост, брачност, образовање и типове домаћинстава, и њихове импликације на опстанак новостворених непољопривредних послова.

3. Да истражи везе диверзификације пољопривреде и руралног предузетништва, посебно утицај просторних варијација мотивационих фактора и стратегија конкурентности на опстанак непољопривредних послова.

4. Да процени допринос диверзификованих активности и извора прихода на демографску одрживост домаћинстава и локалних заједница. У оквиру овог циља је потребно истражити допринос диверзификованих пољопривредних послова и новостворених непољопривредних послова расту активности женског становништва, смањењу незапослености укупног становништва, генерисању прихода и расту стандарда појединаца, домаћинстава и локалне заједнице.

1.4 ПРОСТОРНИ ОКВИР ИСТРАЖИВАЊА

У овој тези је веома широк и недовољно прецизан просторни оквир отежао концептуализацију истраживања и постављање адекватних теоријских упоришта. Тешкоће су највећим делом произашле из неуједначених приступа дефинисању аграрног простора, за који се најчешће каже да је изванградски простор и простор доминантно обликован пољопривредном производњом (Црквенчић и Малић, 1988; Степић и Јаћимовић, 2006). Аграрни простор је такође, део култутног пејзажа (простора обликованог утицајима човека) и то онај део на чије је обликовање одлучујуће деловала пољопривреда (Црквенчић и Малић, 1988). Данас у Србији пољопривредне површине захватају највећи део укупне територије, тачније заступљене су са 63,7%, од чега је пропорција ораница 63,9%. Пољопривредна производња се на различите начине обавља, а диференцирање аграрног простора према начину обављања пољопривредне производње, уочава се у две главне црте аграрног пејзажа:

- облицима насеља
- систему парцелације пољопривредне површине.

Најчешћи индикатори на основу којих се аграрна подручја издвајају од градских су следећи:

- Административни (статус и значај насеља у административно-управној хијерархији)
- Географски (начин коришћења земљишта, степен изграђености простора, висина и удаљеност између зграда, површине под природном вегетацијом и др.)
- Демографско-социјални (број становника, густина насељености, динамика становништва, типови домаћинстава, организација живота и др.)
- Социо-економски (састав становништва према занимању, однос места становања и места рада, дневне миграције, социо-економске функције, инфраструктурна опремљеност, национални доходак и др.)
- Правни статус (сва насеља која немају статус града сматрају се осталима, тј. сеоским насељима)
- Популациона величина насеља (мала насеља или сеоска, велика насеља или градови)
- Густина насељености (општа густина насељености, аграрна густина насељености, физиолошка густина насељености, густина радних места, густина изграђености (Црквенчић и Малић, 1988)
- Индекси, коефицијенти и учешћа пољопривредног становништва (најчешће се користи учешће пољопривредног становништва у укупној популацији и стопа активности пољопривредног становништва)
- Инфраструктурна опремљеност (аграрна подручја по правилу имају слабије развијену инфраструктуру)

У овој тези је сходно предмету и циљевима истраживања, поред простора доминантно обликованог пољопривредом (аграрног простора), обухваћен и ванградски простор обликован непољопривредним сеоским

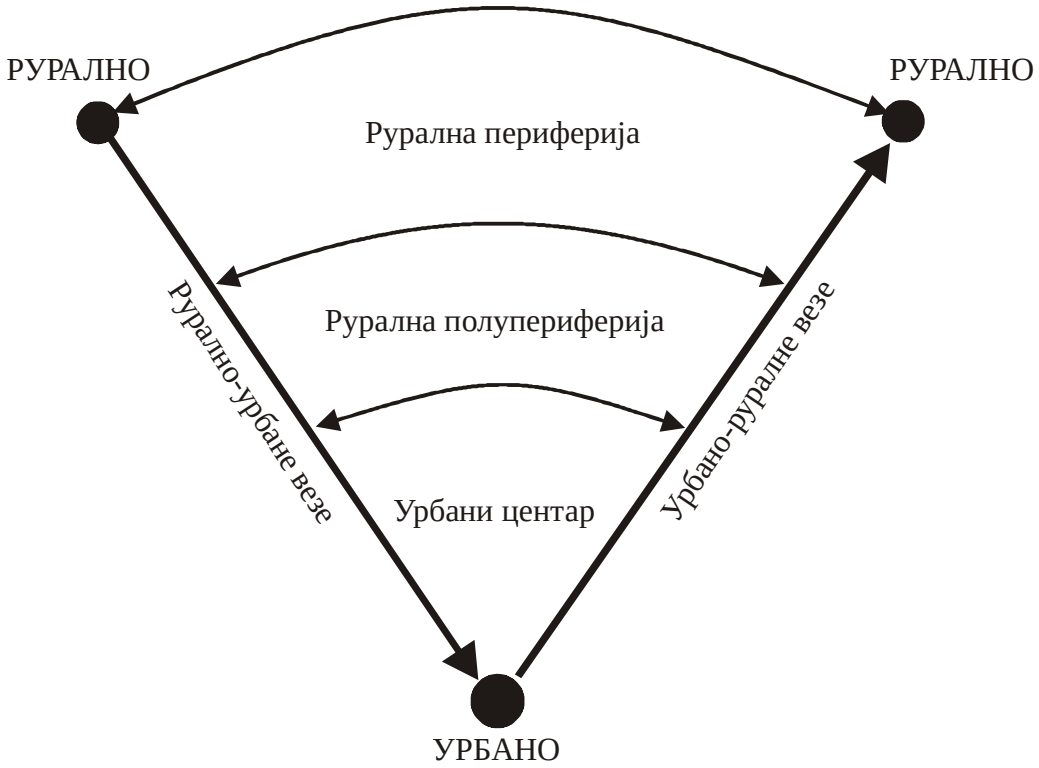
активностима, попут простора намењених рекреацији, туризму, занатству, индустрији и услугама. На проширење просторних оквира утицала је теорија и методологија сличних истраживања у развијеним земљама. Имајући на уму да ће и Србија пре или касније искусити етапе друштвено-економског развоја виђене у већини напредних економија ЕУ, и да се теза фокусира на диверзификацију сеоске економије и транзицију ка економији услуга, не би било добро примарним сектором лимитирати истраживање, иако је пропорција пољопривреде у структури националне економије у Србији значајно виша него у развијеним земљама. Са аспекта савремених економско-географских и демографских промена, целисходније је било применити територијални приступ дефинисању просторних оквира истраживања, и као и у развијенјим економијама, аграрни простор допунити руралним, који се најшире може схватити као опозит урбаном са становишта свеукупности локалне економије. У овој тези је рурални простор објединио аграрни (економски) и сеоски (социјални) простор, а све са циљем да се начини што релевантнији оквир а истраживање савремених и свеобухватних промена српских села и сеоске популације учини репрезентативним и упоредивим са сличним студијама у свету.

Имајући у виду пропорцију пољопривредне површине у укупној површини сеоских атара, и учешће пољопривреде у приходима и запослењу сеоског становништва, истраживање аграрног простора би се могло поклопити са демографским и социо-економским истраживањима сеоских насеља. Међутим, данас и поред високе пропорције коју у структури активног сеоског становништва заузима пољопривреда, она на обликовање села све мање утиче, а аграрни простор све више бива обликован непољопривредним и неекономским факторима. Просторни оквир лимитиран на сеоске територије, такође је био неподесан и из разлога што би се тако из истраживања искључио немали број градских насеља у унутрашњости Србије која по функционалном капацитету, социо-економским и инфраструктурним обележјима, више наликују селима него градовима. Реч је о насељима која у

урбаној структури Србије, Тошић (2008) назива мањим урбаним ареалима у руралном окружењу. Према Тошић (2008) „мањи урбани ареали у руралном окружењу настали су локалном концентрацијом становништва и функција у мањим општинским средиштима, која су захваљујући лоцирању индустрије трансформисана од занатских, трговинских и управних центара у насеља градског типа са развијеним функцијама центара рада“. Према истом аутору, ова насеља су се до осамдесетих година прошлог века увећавала миграцијском компонентом а даваоци миграната била су села непосредног окружења. Најчешће су то центри емиграционих општина, јер својим функционалним капацитетима нису у могућности да привуку сво из пољопривреде ослобођено становништво околине, па је оно исељавало у градска насеља развијених функција.Том типу припадају градска насеља која најчешће имају до 10.000 становника. (Тошић, 2005). Мање урбане ареале је било неопходно обухватити истраживањем јер би у супротном, у контексту савремених економско-географских и демографских промена, строга дихотомна подела на град и остала насеља и према њој фокусирање на „остала“ (сеоска), лимитирала сагледавање функционалних село-град веза.

Тако је уместо секторског (пољопривреда) прихваћен територијални приступ просторном разграничењу и дефинисању оквира истраживања, чиме се дошло до руралног простора као најподесније категорије. Рурални простор је ентитет који је осим села (остала насеља) укључио и градове, пруживши тако могућност да се истраже нетрадиционалне урбано-руралне везе које се остварују обављањем нових и диверзификованих активности на пољопривредним газдинствима и сеоским домаћинствима. Основна предност територијалног приступа урбано-руралном разграничењу је у томе што, обухватајући градове, омогућава истраживања село-град, град-село и село-село веза, које су сходно теоријским оквирима, посебно према теорији одрживог развоја, кључне за опстанак локалних заједница, сеоских или градских. Стога је у овој тези одабран просторно-демографскои принцип урбано-руралног разграничења (густина насељености) и територијални

приступ интегралног руралног развоја, а сходно основним теоријском упориштима емпиријског истраживања диверзификације руралне економије која су базирана на теорији одрживог развоја, рурални простор је издиференциран новоствореним урбано-руралним везама које се обављањем нових активности остварују између локалних заједница. Ове везе се у тези сматрају кључним за одржив развој села у Србији, а модел повезивања урбаног центра и сеоских заједница руралне периферије настао обављањем нетрадиционалних пољопривредних и новостворених непољопривредних послова, приказан је на слици 2.



Слика 2: Модел урбано-руралних веза насталих диверзификацијом пољопривредних активности

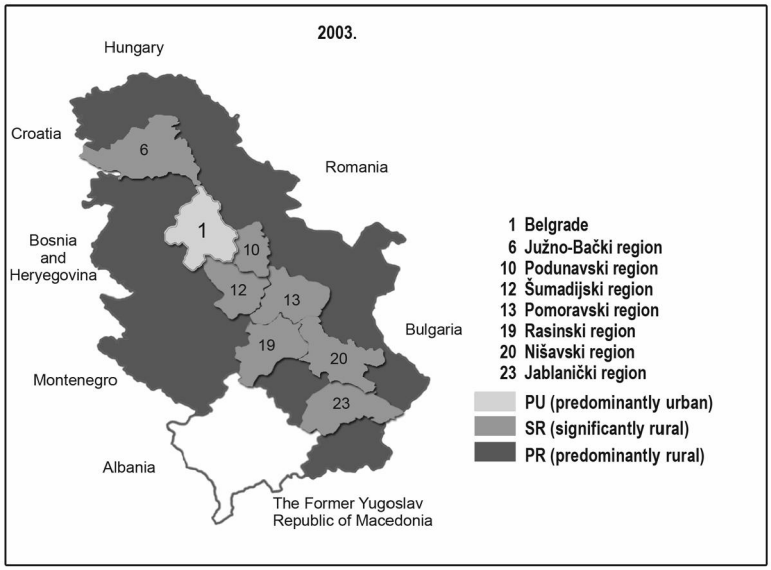
При дефинисању конкретних просторних оквира емпиријског истраживања диверзификације акривности у руралном простору у Србији, тешкоће су настале када се покушала дати дефиниција руралног простора, које као ни

универзалне дефиниције појма руралности нема, али је данас најчешће коришћен једноставан метод разграничења који је предложила Организација за економску сарадњу и развој још 1994. године. Данас је ова методологија општеприхваћена у оквиру радних група Европске комисије које се баве руралним развојем и аграрном политиком земаља чланица ЕУ, а поступак урбано-руралног разграничења се спроводи се кроз две фазе: прво, локалне територијалне јединице (LAU, Local Administrative Unit) идентификују се као руралне ако је њихова густина насељености испод 150 ст./км2. Затим се више територијалне јединице или региони (NUTS, Nomenclature of Units for Territorial Statistics), класификују у једну од три категорије: Рурални (Predominantly rural, PR); ако више од 50% становништва региона живи у руралним локалним заједницама; Мешовити (Significant rural, SR); ако 15%-50% становништва региона живи у руралним локалним заједницама; Урбани (Predominantly urban, PU); ако мање од 15% становништва региона живи у руралним локалним заједницама (OECD, 1994). Допунски критеријум на основу ког се једном класификовани регион у групу руралних, може сврстати у мешовит, је услов да има урбани центра са више од 200 000 становника, и да популација тог центра износи најмање 25% регионалне популације. Исто тако и региони који су кроз прва два корака класификовани као мешовити, могу прећи у категорију урбаних региона ако имају центар са најмање 500 000 становника а учествују у укупној регионалној расподели популације са најмање 25%.

Основна предност ове поједностављене методологије урбано-руралног разграничења је њена међународна упоредивост, што је важно са аспекта усаглашавања заједничких јавних политика земаља на различитом нивоу економског развоја. Зависно од циљева због којих је установљена, што је у случају установљења споменуте методологије било испуњењење циљева Лисабонске стратегије, посебно смањења регионалних диспаритета незапослености, варира и степен употребљивости ове класификације. Дистрибуција региона према степену руралности, на претежно урбане,

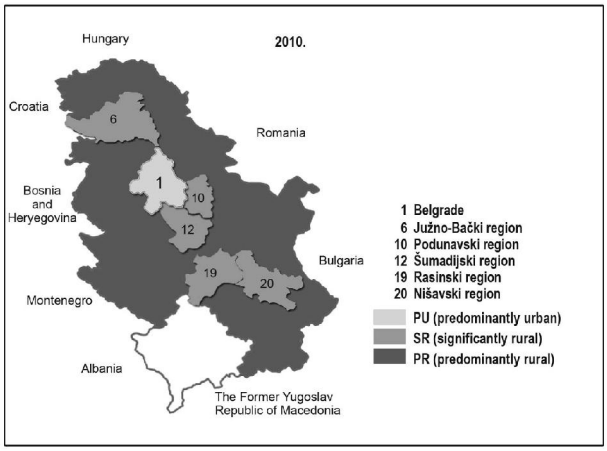
значајно руралне и претежно руралне, наликује планским регијама дефинисаним услед специфичних развојних циљева, као што је промоција интегралног руралног развоја или стварање административних предуслова за Инструмент предприступне помоћи. Међутим, и поред изражене планске конотације, овако дефинисан рурални простор представља и функционалну целину, што зависи од конкретних околности и специфичних регионалних услова.

У Србији је применом методологије OECD, додатно наглашен и тако изразит централитет, где се осим београдског метрополитенског подручја, ниједна регија није нашла у категорији урбаних. Ови резултати су негде коинцидирали са основим претпоставкама тезе да диверзификација економије, развој предузетништва, самозапошљавање и посебно рад у кући, просторно више варирају са дистанцом од центра (Београда), него у зависности од популационе величине насеља (да ли је у питању село или град у унутрашњости Србије).



Слика 3: Дистрибуција 25 NUTS3 у Србији према OECD методологији, 2003 година

Прихватање руралног простора као просторног лимита истраживања, који према OECD класификацији чини ***територија изван београдског метрополитена (Града Београда),*** олакшала је и избор теоријских оквира анкетног истраживања. У Србији је применом споменуте OECD методологије, само један регион класификован као урбани, Град Београд. Овај регион захвата свега 3,6% територије и у њему живи 22,3% укупног становништва (Глигоријевић и Девеџић, 2011). Са друге стране, рурални (претежно рурални и мешовити) региони захватају 96,4% националне територије и у њима живи преко две трећине становништва, тачније 77,7%. Просторни размештај руралних, мешовитих и урбаних региона у Србији, класификованих према према OECD методологији, приказан је на слици 3 и 3а. Према резултатима истраживања Глигоријевић и Девеџић (2011), током 2003-2010 године је повећана рурална територија и учешће руралних региона у дистрибуцији укупне популације (са 49,4% на 54,3%).



Слика 3а: Дистрибуција 25 NUTS3 у Србији према OECD методологији, 2010 година

Сходно истраживању урбано-руралне расподеле становништва и територије током мање од једне деценије, тачније од 2003-2010, опажен раст руралне територије и њена хомогенизација (опадање прелазне категорије мешовитих региона) услед популационе динамике и миграционих кретања ка београдском метрополитенском подручју, навеле су на претпоставку да ће се

и у будућности, у словима популационог слабљења и раста незапослености у општинским центрима, наставити сличан тренд. Све то ће се одразити на диференцијацију простора на два начина:

- смањењем разлика село-град у унутрашњости Србије
- пораст утицаја дистанце од Београда као фактора диференцирања неметрополитенског простора.

Као што је речено, за просторни оквир истраживања савремених економско-географских у демографских промена, које су виђене у светлу диверзификације економије сеоског и пољопривредног становништва, затим у светлу разлика демографских обележја активних у диверзификованим активностима, и у светлу доприноса одрживом развоју локалних заједница (села и градова у унутрашњости Србије), одабран је рурални простор састављен од претежно руралних и мешовитих региона чија је дистрибуција приказана на слици 3а. Тако је просторни оквир истраживања диверзификације руралне економије обухватио истраживање свеукупне територије Србије изван Града Београда, мада је са циљем да се истражи утицај централног тржишта на економско-географску и демографску диференцијацију руралног простора и Град Београд у појединим сегментима укључен у анкетно истрживање.

Како је рурални простор хомоген у смислу густине насељености која је употребљена као лимит урбано-руралног разграничења, а хетероген у погледу популационе величине насеља и њиховог правно-административног статуса (градска и остала насеља), у тези се често за села и мање урбане ареале размештене широм руралне периферије, користио термин „руралне локалне заједнице“. Термином руралне локалне заједнице могуће је било објединити популационо и функционално разнородне насеобинске целине дисперзно размештене изван градских лимита, у овом случају изван територије града Београда. Руралне локалне заједнице су у емпиријском истраживању (методологија је дата у одељку 4) искоришћене као узорачки

оквир који је у просторном смислу двоструко стратификован: прво, укупна територија Србије подељена је на три зоне, региона или три географске локације и то:

- центар
- полупериферију
- периферију

а даље су, сагласно критеријуму који уважава домаћа пописна статистика, насеља полупериферије и периферије класификоване на:

- сеоска
- градска

Појам „руралне локалне заједнице“ који ће се у интерпретацији резултата тезе користити за насеља у руралном простору независно од правно-административног статуса и популационе величине, изведен је из два академска и планска приступа одрживом развоју недовољно развијених, периферних региона: развој заједница (community developement), економски развој заједница (community economic developement). Оба приступа су фокусирана на локални ниво, на заједнице под којима се подразумева територијална целина у којој грађани, посредством властитих и заједничких ресурса, задовољавају највећи део својих животних потреба и решавају своје животне проблеме. То укључује и одговарајуће институције и мрежу институција које, у спрези са становништвом, чине мање или више чврсту и трајну везу међусобних односа, узајамности и разноликости облика живота. На основу солидарности и узајамности, могу се развити специфични начини живота који локалној заједници дају посебне квалитете и могу их разликовати од других. Као негативна последица може се јавити изолованост и затвореност неких локалних заједница и стварање „гета” као супротности основним циљевима обогаћивања мреже контаката и сарадње.

Развој заједнице (community developement) је приступ који обухвата различита подручја рада као што је социјални рад, економија, психологија и

медицина. Током последњих педесет година концепт развоја заједнице је све више у употреби, превенствено ради потребе активног укључења грађана у креирање властитих животних услова у заједницама у којима живе, као и да утичу на подизање нивоа квалитета живота. Сматра се да заједнице које делотворно користите и развијају сопствене ресурсе и чији чланови активно партиципирају и сарађују, представљају основу за конструктивно суочавање с различитим социјалним проблемима и њихову превенцију. Процес развоја заједнице доприноси повећању укупног капитала заједнице (економског, социјалног, физичког). Кроз приступ развоја заједнице остварују се неки широко прихваћени циљеви и вредности савременог друштва попут социјалне кохезије, социјалне правде, начела супсидијарности, социјалног укључивања маргинализираних појединаца и група и заштита људских права. Осим ових, јачање капацитета заједница значајно доприноси равномерном регионалном развоју и промоцији децентрализације, што је свакако актуелна тема у контексту друштвене транзиције започете крајем 90-их година.

Економски развој заједница (community economic developement) је у домаћој литератури најчешће преведен као локални економски развој (ЛЕР) и представља процес путем којег актери у оквиру села, малих и великих градова (заједница) раде заједно са партнерима из јавног, пословног и невладиног сектора са циљем стварања бољих услова за економски раст и стварање нових радних места. Путем ових активности, они успостављају и одржавају динамичну предузетничку културу и стварају нову заједницу и пословно окружење у циљу побољшања квалитета живота за све чланове заједнице. Локални економски развој подразумева постизање економске конкурентности локалног подручја у циљу побољшања његових економских перформанси. Од круцијалне важности је давање приоритета и јачање конкурентности локалне привреде, будући да успех заједница данас зависи од њихових могућности да се прилагоде тржишном окружењу које се брзо мења и постаје све конкурентније. Свака заједница има специфичне локалне

услове темељу којих је могуће градити стратегију локалног економског развоја и стратегију јачања конкурентности а све са циљем да се локално подручје учини атрактивним за пословање, за креирање нових радних места и привлачење миграната.

2.1 ВЕЗЕ САВРЕМЕНИХ ЕКОНОМСКИХ ПРОМЕНА И ДИВЕРЗИФИКАЦИЈЕ РУРАЛНЕ ПРИВРЕДЕ

У условима слабљења пољопривреде и депопулације руралног простора у Србији, незаобилазан део истраживање савремених економско-географских и демографских промена је комплексна анализа диверзификације сеоске привреде и демографских обележја појединаца укључених у новостворене неаграрне послове. Диверзификација сеоске привреде се у овој тези истражује кроз интензитет, обухват и просторне варијације неаграрних послова сеоског становништва, а утицај диверзификације на демографски развитак сеоског становништва, истраживањем специфичних стопа активности, посебно женске популације и демографских обележја становништва активног у нетрадиционалним пословима, посебно старост, пол, образовање, брачност, породични састав и величина домаћинства.

На интензитет, обухват и просторне варијације процеса диверзификације пољопривредне и непољопривредне руралне економије у Србији, утицали су модернизацијски фактори карактеристични за постиндустријско друштво и нову економију. Ти се фактори у овој тези разматрају као механизми или стратегије креирања новних непољопривредних послова у сеоским заједницама, а међу њима три су најважније:

- Самозапошљавање
- Рад у кући
- Рурално предузетништво

Самозапошљавање, рад у кући и рурално предузетништво могу водити економској диверзификацији и демографској и социјалној ревитализацији

руралних заједница. У литератури има много различитих интерпретација, дефиниција и класификација ових појмова, тако да се у овом поглављу указује на најзначајније карактеристике сваке од ових стратегија а посебно на њихове везе у утицај на раст запослености и раст прихода сеоске популације, што је у основи циљ диверзификације сеоске привреде.

Данас је самозапошљавање све значајнији економски елемент многих малих руралних заједница и компонента предузетништва (Rowley et al. 1996) али и нове економије (Gibson-Graham, 1996). Самозапошљавање је рад за сопствени рачун, којим се производе робе или услуге намењене за личну потрошњу или тржиште. Ова једноставна дефиниција обухвата три основне групе самозапослених радника: власнике предузећа која су инкорпорирана у велике фирме, самосталне предузетнике и помажуће чланове домаћинства. Линдер је (1992) писао да концепт самозапошљавања датира из 1745 године а како је то веома тешко аргументовати, може се једино прихватити чињеница да су принципи и карактеристике самозапошљавања постојале и пре осамнаестог века, све од момента када је људска врста прихватила рад као модел опстанка (Linder, 1992). Јумани (1991) је писао да је у традиционалним друштвима веома мали проценат људи радио за другога, и да су људи поред послова за сопствене потребе, један део послова обављали и за заједницу (Jumani,1991). Исти аутор наводи да је су самозапослени самостално одлучивали о врсти посла, радном времену и производним нормама. Такође се подвлачи значај врло директних веза између произвођача и потрошача које су у популационо малим заједницама биле веома важне и заснивале су се на поверењу, личним референцама, личним контактима и другим релацијама које су становништву помогле да одржи локалну економију. Са развојем тржишта и просторном експанзијом трговине многи од ових фактора, који су доприносили одрживости, једноставно су нестајали. Самоапослени предузетници су све мање радили

сами, а у посао се све више укључују и други , често непознати радници, са већих дистанци. Као резултат ширења тржишта, одрживост самозапошљавања и заједница почиње да зависи од екстерних утицаја и просторних веза које се међу заједницама остварују.

Последње две деценије, у доба нове економије, сведоци смо реафирмације самозапошљавања као стратегије за одржив регионални и економски развој, као и развој заједница, посебно ако се зна да нека претходна стратешка решења нису дала очекиване резултате. Најцитиранији друштвени географ двадесетог века, Harvey (2000), дао је објашњење наглог раста самозапошљавања у развијеним земљама рекавши да је он узрокован флексибилном организацијом производње. На прмер, данас је све више фирми које преферирају рад са самозапосленим особама кроз разне форме подуговарња (Barnes et al. 2000). И други фактори, као што је доминација слободног тржишта и филозофија приватних иницијатива и предузетништва (ILO, 1990), снаже самозапошљавање, баш као и нови захтеви потрошача (Harvey, 2000). Balkin (1981) у својој књизи „Самозапошљавање слабо плаћене радне снаге“ говори о томе да је сан већине становника Северне Америке започињање сопственог бизниса (Balkin,1989). Лин (Lyn, 1999) је бавећи се проблемима руралне Канаде, закључила да је раст самозапошљавања узрокован демографским и технолошким променама, структурном трансформацијом индустрије и мерама владе. Она каже да је самозапошљавање учесталије код старијег становништва и да је основни фактор раста стопа самозапошљавања прелаз из индустријске у постиндустријску економију услуга. Такође је на раст самозапошљавања утицала и јавна политика којом су подстицани програми образовања и обуке као и програми финансирања микропредузећа. Када је у питању самозапошљавање у руралним регионима, значајан је рад Финдиса (Findis,1997) у коме се наглашава значај самозапошљавања у кућном бизнису као генератора дохотка и стратегије за запослење изван пољопривреде. Према истом аутору, близу половине предузетника који раде у оквиру

сопственог домаћинства чине самозапослени радници, а то је посебно изражено у руралним регионима, док од укупног броја самозапослених, више је од 50% своје активности обављају у кући. Све то индицира да рад у кући представља инкубатор за самозапошљавање и локално оријентисан бизнис, као и то да су самозапошљавање и рад у кући данас значајно изменили схватање рада и радног простора.

Рурално предузетништво као вид диверзификације пољопривреде и развој непољопривредних послова, може се дефинисати као креирање нових организационих поступака ради другачијих производа, услуга или нових тржиште, а постиже се применом нових технологија у руралном окружењу (Wortman,1990). Оваква дефиниција имплицира да је рурално предузетништво мотивисано различитим факторима и да најпре захтева идентификацију непопуњених сегмената локалне економије, а затим и активности на неискоришћеним локалним сировинама и ресурсима, што је уједно и основна претпоставка одрживог локалног развоја. Рурално предузетништво се данас разматра као алтернативна стратегија традиционалним моделима развоја руралних региона. Верује се да ће предузетништво као развојна стратегија позитивно утицати на раст и развој руралне економије у развијеним земљама, као што се верује да ће руралне заједнице остварити вишеструку корист уколико улажу у предузетничке активности као што је, на пример, кућни бизнис, (Ноу, 1996).

Рурално предузетништво је веома важан сегмент развоја локалних заједница (community development), посебно у Европи и Северној Америци а економски развој заједница (локални економски развој) је нов и општеприхваћен концепт регионалног планирања настао као резултат заокрета у јавним политикама које промовишу ангажовање локалних актера (елита, лидера и ауторитета из свих друштвених слојева), и управљање одоздо на горе (bottom-up). Рурално предузетништво је фактор који пресудно утиче на

креирање нових радних места, генерише индивидуалне изворе прихода и доходак домаћинстава и заједница и подржава развој локалне економије. На разултате предузетништва у руралним регионима, одлучујуће делују економски, социјални, културни и политички фактори, а резултати су најчешће лимитирани високом зависношћу од само једне индустријске гране, необразованом и невештом радном снагом, недостатак капитала, удаљеност од тржишта, изолованост, негативни ставови према бизнису и перцепција неадекватног социјалног статуса који би из њега произашао (Ноу, 1996). Исти аутор наводи да су ова ограничења предузетништва, често реципрочна факторима који га снаже и промовишу.

Концепт предузетника популаризовао је Шумпетер (1934). Његова дефиниција предузетника као иноватора, који креира нове комбинације пословних активности, нашла је своје место у бројним дискусијама. Ова дефиниција даје и основне мотиве предузетничке активности, као што су тежња ка независности, успеху и личној сатисфакцији које су остварене коришћењем сопствене енергије, талента и идеја. Шумпетер говори и о другом по важности мотиву, новцу, који такође представља једну врсту успеха (Ofosuhene, 2005).

Концепт предузетништва је новији, и за разлику од концепта предузетника, који је фокусиран на појединца или групе, предузетништво се више схвата као процес (Blawatt 1998; Ноу 1996). Дефинише се често као скуп сложених пословних активности ради приозводње или дистрибуције роба или услуга, што доста наликује дефиницији корпоративне призводње, али се за разлику од ње, обавља искључиво коришћењем сопствених идеја, капитала и енергије. Максимизација профита је је врло битан чиниоц започињања предузетничких активности, знтно чешћи него психолошки фактори. Савремени концепт предузетништва, такође укључује непрофитне и невладине организације, као и локалне, комуналне активноси које доприносе одрживом развоју заједнице које, такође могу бити вид

предузетништва (Mathew,1990). Ова дефиниција има социјалну димензију и подразумева преузимање иницијативе и одговорности за постизање квалитета живота локалног становништва како би се допринело одрживости њихове заједнице (Mathew 1990). Предузетништво је динамичан процес у ком појединци, групе, организације или заједнице виде шансу да уђу у нове подухвате или да прошире постојеће (Dabson, 2001). Организационо, опсег предузетничких активности је веома широк и обухвата самозапошљавање, приватно власништво, ортачко друштво, компаније, породични бизнис, локалне развојне агенције, задруге и удружења и непрофитне организације на локалном, регионалном и националном нивоу.

2.2 ВЕЗЕ ДИВЕРЗИФИКАЦИЈЕ РУРАЛНЕ ПРИВРЕДЕ И РАЗВОЈА КУЋНОГ БИЗНИСА

Рад у кући није ни нова ни непозната форма сеоске привреде, а све до индустријске револуције, доминирала је и економијом градова. Некада најважнији сегмент економије, рад у кући је као реликт прошлости почео да нестаје средином деветнаестог века, да би почетком двадесетог века, у јеку индустријске епохе и масовне производње, потпуно ишчезао у земљама попут Велике Британије, Француске и САД-а (Berke, 2003). Све до завршетка другог светског рата, рад у кући готово да није постојао а најважнији разлози су били масовна производња, модерна технологија, настанак мултинационалних корпорација и неки социолошки фактори, као што је деградација дома и породичног живота (Soldressen et al. 1998). Крајем седамдесетих и почетком осамдесетих година двадесетог века, као резултат социо-економских промена, промена система вредности и животног стила становништва, рад у кући је реафирмисан (Jurik, 1998; Carter et al. 1992), најпре у САД а затим и у Великој Британији. Исти фактори којима је реафирмисан кућни бизнис, условили су и већу флексибилност тржишта рада и поставили темеље нове економије. Као што је дискутовано у уводним разматрањима, нова економија је водила транзицији масовне производње ка

флексибилној производњи и доминацији услужног сектора (Winson and Leach 2002; Harvey, 2000), а условила је и развој нових технологија, флексибилан дизајн производа, подуговарање (Harvey, 2000), самозапошљавање и рад у кући (Gibson-Graham, 1996). Осим ових фактора, слабљење пољопривреде и опадање дохотка пољопривредних газдинстава, повезано са демографским карактеристикама пољопривредног становништва, други је најважнији фактор који је водио расту кућног бизниса.

Рад у кући подразумева сваку пословну активност која се, ради стицања средстава, обавља у сопственом дому, а у употреби су још и термини кућна производња и кућно предузеће, док је у домаћој литератури најчешће у употреби термин рад од куће. Рад у кући се дели на две основне категорије: кућни бизнис и рад на даљину. Кућни бизнис је резултат предузетничких активности појединаца и снажно повезан са праксом самозапошљавања, док је рад на даљину (teleworking) заправо рад за послодавца али на нетрадиционалним локацијама, као што је кућа.

Недостатак општеприхваћене дефиниције рада, и посебно рада у кући, условио је методолошке проблеме анкетирања активних који делатност обављају у сопственом дому и тешкоће поређења тешко прикупљених података. Шарп (Sharp, 1988) је предложио четири категорије рада у кући: формални рад, неформални рад, рад у домаћинству и јавни рад (Sharp,1988). Формални рад је законом регулисан и подразумева плаћен рад, и односи се како на запослене, тако и на самозапослене уколико су део производног ланца. Највећи део урбаног кућног бизниса могао би се класификовати као формалан рад који је лиценциран и регулисан од стране овлашћених владиних тела и органа (Randall 1997). Неформалан рад је нерегулисана и нерегистрована форма рада, иако се на основу њега може оствари новчана добит (Nelson, 1999) и најчешће се повезује са руралним кућним бизнисаом. Трећа категорија рада је рад у домаћинству, који обухвата све форме

производње добара и услуга које нису намењене тржишти и конзумирају се за задовољење сопствених потреба. Четвртој категорији припада јавни рад у оквиру волонтерских услуга којим асе обезбеђују добра и услуге за потребе локалне заједнице. Друга класификација уводи и нове категорије: плаћени производни рад, плаћени рад у домаћинству, неплаћени рад у домаћинству и друштвено-користан рад (Bates, 1997) . У основи обе класификације је подела рада према месту где се обавља, према тржишној вредности производа и услуга (намењени тржишту или за сопствене потребе) и у односу на то да ли је законом регулисан или не (формалан или неформалан). Класификација Батеса (Bates, 1997) представља унапрђену верзију из три разлога: прво, за разлику од претходне у којој се плаћен рад везује искључиво за локације изван дома, ова класификација претпоставља да се плаћен рад може обављати и у кући; друго, фокусира се на персоналну димензију рада, тј. ко обавља посао или за кога се посао обавља; треће, омугућава истраживање веза између различитих форми рада. Међутим, као и у претходној класификацији, ни у овој се не даје просторна димензија веза које се успостављају између различитих врста рада.

Један од најчешће коришћених метода за категоризацију рада у кући је врста уговора о раду. На пример, постоје самозапослени и независни предузетници или самозапослени у уговорном или зависном односу према послодавцу, затим радници са пуним или скраћеним радним временом, радници на замени, рад уз употребу телефона и других комуникационих технологија (telecommuters). Пругл и Тинкар (Prugl and Tinker, 1997) су такође, издвојили четири типа рада у кући: серијска кућна производња, занатство, производња и испорука хране и нове врсте рада у кући које захтевају компјутере и телекомуникационе технологије. Орсер и Фостер (Orser and Foster,1992) су рад у кући класификовали зависно од природе посла, и издвојили три категорије: радно-интензивни, интелектуално-интензивни и технолошко-интензивни послови. Друге класификације рада у кући зависе од типа производа (добра или услуге), социјалних карактеристика раника (мушко-

женски послови, послови према раси или класи), од легалности посла (лиценцирани или не, регистровани и нерегистровани), од дужине трајања (стални, сезонски или повремени) или локације (урбани-рурални).

Највише научних радова је фокусирано на само две врсте рада у кући. Прва врста је рад уз помоћ телефона и друге телекомуникационе опреме (telecommuters), који се обавља у сопственом дому, најћешче као посао са непотпуним радним временом и у форми подуговора (Gurstein, 1996). Другу често истраживану врсту рада у кући, чини кућни бизнис намењен пружању високоспецијализованих, професионалних услуга, на једној страни и кућни бизнис намењен производњи, и то најчешће занатских производа а затим и намештаја, хране и др. Ова друга подврста рада у кући, позната као кућни бизнис, послужила је за емпиријско истраживање диверзификације пољопривреде и развоја непољопривредних послова широм руралног простора Србије. Стога ће се даље указати на најважнија обележја раста кућног бизниса у свету, посебно за његов значај у руралним областима. О кућном бизнису у Србији до сада није било истраживања, осим ако се у обзир узму студије о малим предузећима које делом обухватају и послове који се обављају у сопственом дому, затим студије о женском предузетништву или анализа динамике самозапошљавања која је постала доступна са Анкетом о радној снази. У сва три случаја је реч о парцијалним приступима који посредно тангирају кућни бизнис у Србији, без самосталних квалификација и дубљих анализа.

У свету је кућни бизнис, као врста рада у кући и некапиталистичка економска форма, реафирмисан крајем двадесетог и почетком двадесет првог века, са развојем постиндустријског друштва и флексибилних производних форми. Један од трендова у пост-индустријској епохи је спајање две дотада неспојиве локације: куће и посла (Felstead et al, 2005). Пинк (Pink, 2001) говори о овом тренду када каже да „ реорганизацијом, дом престаје да буде место на које се склањамо од посла, напротив, он постаје његова централна локација“. У

Великој Британији је, на основу резултата Анкете о радној снази током 2005 године регистровано 3,1 милион становника који раде од куће и у кући, што чини 11% радне снаге. То је раст за 35% у односу на 1997 годину, када је у Великој Британији број запослених у кућном бизнису износио 2,3 милиона, или свега 9 % укупно активних (Ruiz and Walling, 2005). Исти извор наводи да су око две трећине власника кућног бизниса у Великој Британији, самозапослени радници. Термини самозапослени радници и запослени који раде од куће, у неким се изворима користе као синоними, иако између њих постоје фундаменталне разлике. На пример, запослени који раде од куће, уговором су везани за неку организацију или послодавца, имају колеге са којима комуницирају, на обављање посла троше само део радног времена а преостало на организују и састанке са клијентима и пословним партнерима. Власници кућног бизниса имају потпуну контролу над радним временом али се већина слаже да је тешко поставити границе између посла и слободног времена, док их веома често прати и социјална изолација.

Кућни бизнис је значајан сегмент малог бизниса у економијама развијених земаља, и карактерише га континуиран раст. Тако данас у Великој Британији 66% малог бизниса чини кућни бизнис (Thompson et al, 2007) а пописна статистика указује да је у тој земљи од укупног броја самозапослених, 56% активно у кућном бизнису (Dwelly et al, 2006). У САД преко две трећине индивидуалних предузетника су активни у кућном бизнису (Beale, 2004), а у порески систем укључено 45% власника бизниса којима је офис у кући (Pratt, 2006). У Аустралији је у 2004 години, на основу Анкете о радној снази, 67,5% укупног броја преузећа био кућни бизнис, за разлику од 1997 године када је то учешће износило свега 58,3% (Australian Review of Statistics, 2004).

Недостатак одговарајуће статистичке базе којом би се осветлио феномен кућног бизниса, учинио је да о њему постоје два стереотипа. Први, због ког најчешће изостају интервенистичке, владине мере подршке, је схватање кућног бизниса као хобија, коме се посвећује само део радног времена и који

чешће обављају жене, по правилу за мали новац. Са друге стране, данас су алтернативне перспективе кућног бизниса више него очигледне. Економски, социјални и еколошки фактори, као што је јача локална економија, нови послови, снажније друштвене мреже, безбедније суседство, баланс куће и посла и доступност посла рањивим групама становништва, све су чешћа тема у дискусјама политичара и планера локалног економског развоја (Pratt, 2006). Предности кућног бизниса су и смањење транспортних трошкова свакодневног путовања на посао, као и више времена за бригу о деци, где се овом другом придаје посебна пажња и говори о важности подизања деце у предузетничком амбијенту и укључивању у кућни бизнис, како би и сама у будућности креирала нове послове (Enterprise Nation, 2007). Међутим, због своје нетранспарентне природе, кућни бизнис често изостаје из владиних развојних стратегија за локалне заједнице и најчешће је „испод радара“ институција за финансијку подршку бизнису. Ово посебно важи за руралне регионе, иако је у њима „кућни бизнис онај критични део локалне економије“ (Dwelly et al, 2006), и кључни фактор одрживог развоја.

На раст значаја кућног бизниса у напредним економијама, одлучујуће је деловао развој сектора малог бизниса који се интензивирао током последње три деценије и све позитивнији културолошки ставови према самозапошљавању. Први разлог за ову промену, било је урушавање социјалних уговора између радника и послодаваца које је отпочело почетком 1980-их. Уговори којима се регулишу радни односи, посебно у великим компанијама, претрпели су знатне измене, а посао који је био загарантован и дуготрајан, са многим социјалним бенефицијама, све више је постао временски ограничен и несигуран. Велике компаније које нуде релативно сигуран посао са пуним радним временом, данас су постале реткост, а са старењем становништва и подизањем старосне границе за пензионисање, послови у фирмама корпоративног сектора постају све мање атрактивни. Ово посебно важи за пост-беби-бум (X) генерацију, која у великој мери настији да искористи знање, вештине и професионалне мреже и у што већој мери ради

за себе (Institute for the Future/Intuit, 2007a). Генерација Y (деца беби-бум генерације), под утицајем родитеља и њихових искустава у корпоративном свету, све се ређе одлучују за велике фирме, и настоје да корпоративни посао замене независним бизнисом у ком су власници сопствене каријере (Institute for the Future/Intuit, 2007a).Тако су многе економске, културне и технолошке промене отвориле шансе малом бизнису.

Посебно је важно подвући слабљење сектора индустрије и раст професионалних и личних услуга, што је водило рушењу дуготрајних баријера за несметан улазак кућног бизниса у услужни сектор, као и реструктурирање великих фирми и са њим везано смањење броја запослених, које је, опет водило све бројнијим сопственим фирмама. Други веома значајан фактор раста малог бизниса, и са њим повезаног кућног бизниса, било је опадање утицаја који је економија обима имала на ефикасност и профит највећег дела светске привреде. Тако се данас све више говори о смањењу трошкова који уместо обимом, настају измештањем послова у регионе нижих цена рада. Такође се говори и о утицају информационо-комуникационих технологија и других иновација на раст пословних перформанси малих фирми, где оне постају све сличније великим, али без жртвовања сопствене независности или шанси за бржа прилагођавања будућим економским изазовима. Даље, мали бизнис је из помоћ интернета, механизама за трансфер новца, унапређеним системима испоруке и других техника повезивања и комуникације, створио веома снажне друштвене мреже (Pink, 2001; Institute for the Future/Intuit, 2007b; 2008).

Неки од ових трендова посебно су фаворизовали развој кућног бизниса. Прво, информационо-комуникационе технологије, и то преносиви компјутери, мобилни телефони и приступ брзом интернету, значили су да „где има сигнала, ту је и радно место“ (Rigby, 2008). Друго, природа многих професионалних услуга подразумева посао за који је довољна само једна

особа. Основни захтеви многих на знању заснованих професионалних услуга, као што су рачуноводствене услуге, веб дизајна, консултаната или електронске трговине, су информационо-технолошка опремљеност, приступ интернету и врло мало простора (Oakley, 2007). Треће, кућни бизнис је веома флексибилна форма рада у смислу броја радних сати, радног времена и локације посла, због чега је виђен као механизам унапређења квалитета живота и као такав, избор је многих запосленх, чак и по цену нижих зарада. Данас је у развијеним земљама веома заступљена форма дуалних извора прихода домаћинстава где један партнер је има релативно сигуран корпоративни посао, са социјалним повластицама, док је други партнер тиме охрабрен да започне индивидуални, ризичнији бизнис (коме ће се и партнер који ради за корпорацију придружити уколико се покаже као успешан). Овај модел редукује незаобилазне стресне ситуације уколико је каријера оба родитеља корпоративна, смањује трошкове подизања деце, а могућност комбиновања пословног и породичног живота, посебно је атрактивна опција за младе мајке 'mompreneurs', (Mason, Carter and Tagg, 2008).

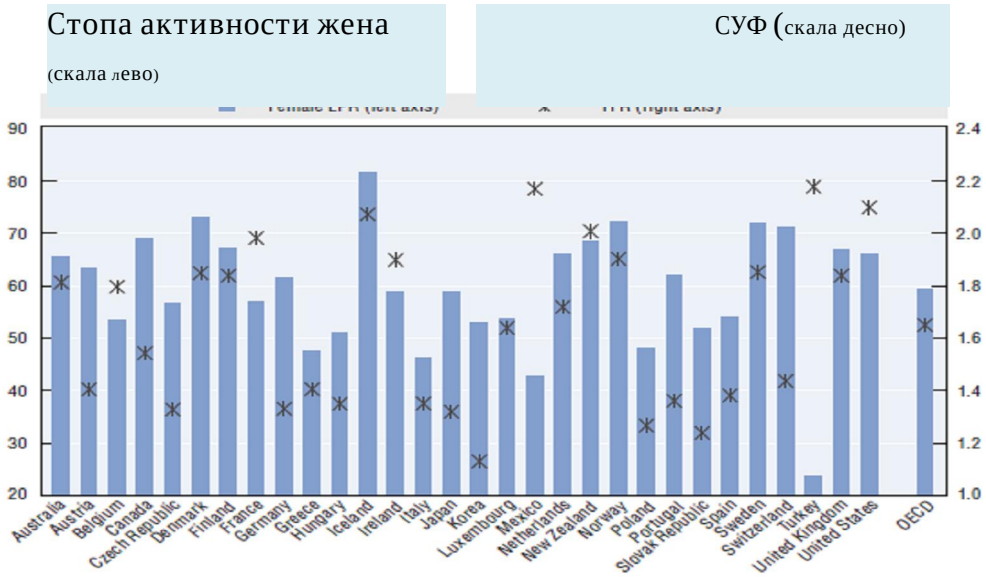
2.3 ВЕЗЕ КУЋНОГ БИЗНИСА И ФЕРТИЛИТЕТА

Рад у кући се данас све више спомиње у радовима који су фокусирани на истраживање баланса пословног и приватног живота, посебно на то како баланс куће и посла утиче на фертилитет. Термин баланс пословног и приватног живота (work–life balance) или слободније преведено, баланс куће и посла, може се дефинисати као институционална и културолошка веза простора и времена рада са простором и временом када нисмо заокупљени послом (Felstead et al., 2002). Социолози спомињу термине као што је интеграција пословног и личног живота, артикулација куће и посла или хармонизација ова два сегмента. Термин баланс је ипак најћешће коришћен када се жели говорити о потреби усклађивања пословних обавеза са личним, које су често и породичне (work–family balance). Истраживања баланса куће и посла постала су посебно популарна након 2005 године када је у

организацији часописа „Род, рад и организација“ (Gender, Work and Organization) одржана конференција која је окупила учеснике чији је број и еминентност далеко премашио сва очекивања, а дискусије показале виталност предмета истраживања и унапредиле методолошке приступе.

Данас је у условима доминације неолибералне идеологије, која је ојачала индивидуализам и оснажила небригу за друге, чак и за сопствено потомство, актуелност истраживања баланса корпоративне каријере и слободног времена, посебно наглашена. Тако је изузетно важно пронаћи простор за приватни живот у ком има места за децу, за родитеље и локалну заједницу (Mcdowell, 2004). Кућни бизнис, као флексибилна, некапиталистичка форма рада, може водити избалансираном пословно-породичном и личном животу. Флексибилност кућног бизниса огледа се у флексибилном радном времену (број и распоред радних сати на дневном, недељном или годишњем нивоу), флексибилној локацији (рад од куће, на путовању, из интернет офиса и др.) и флексибилним формама уговарања (подуговарање, привремени и повремени рад и др.).

О директном утицају рада на даљину и кућног бизниса на фертилитет, тешко је говорити, али је основано казати да се утицај кућног бизниса на фертилитет може разматрати у контексту корелације растућих стопа активности жена у постиндустријском друштву и раста суме укупног фертилитета у појединим високо развијеним земљама (слика 4).



Слика 4:. Корелација активности жена и суме укупног фертилитета.

Извор: OECD, (2006) Family database (www.oecd.org.els/social/family/database)

У оквиру OECD радна група названа Иницијатива за бољи живот (Better Life Initiative) израдила је студију која се бави корелацијом стопе активности жена и сумом укупног фертилитета. Према резултатима те студије, након што су се готово све земље OECD (изузев традиционално високофертилитетних Мексика и Турске) почетком осамдесетих суочиле са најнижим стопама фертилитета, отпочео је период стабилизације и раста броја рођених праћен порастом специфичних стопа активности женског становништва. Овај тренд историја није познавала, јер је раст запослености жена током периода индустријализације, условио опадање већ ниских стопа фертилитета међу популацијама развијених земаља. Преокрет је наступио почетком 1990-их, и када земље са већим учешћем активног женског становништва бележе и виши СУФ (OECD, 2011). О утицају флексибилних форми рада као што су рад на даљину и кућни бизнис, на стопе фертилитета високоразвијених земаља, указује и раст учешћа запослених мајки у укупном броју запослених жена. Данас близу 66% мајки у земљама OECD је активно

што указује да су многе породице у прилици да успешно балансирају посао и породични живот.

Демографи данас трагају за факторима који су после вишедеценијског, континуираног опадања фертилитета, условили преокрет природног кретања најразвијенијих и веома старих европских популација. Наиме, постиндустријска етапа развоја условила је транзицију ка економији услуга а доминација услуга је дала ветар у леђа нетрадиционалним формама рада, као што је кућни бизнис а које, за разлику од индустрије, нису зависиле од економије обима. Флексибилне форме рада и природа послова услужне економије, утицале су на раст стопа активности женског становништва широм света. Изразите родне разлике у корист жена присутне су у сектору јавних непрофитних услуга (образовање, здравство, јавна администрација), затим сектору личних услуга као и пословима финансијског посредовања, а мање у области профитних, бизнис услуга (консалтинг, правно заступништво, дизајн, оглашавање, маркетинг и информационе технологије).

Питање запослености женског становништво је веома актуелно и у многим стратегијама смањења сиромаштва и унапређења бриге за децу, посебно у оквирима непотпуних породица, сматра се круцијалним, с обзиром на пораст учешћа непотпуних породице и високих стопа диворцијалитета које су обележиле породичну структуру развијених земаља током протеклих 40 година. И у потпуним породицам је наглашен значај зпослености оба родитеља, па тако повлачење са тржишта рада ради подизања деце, данас све чешће изостаје. Томе је умногоме допринело унапређење институционалне подршке бриге о деци, тако да данас у земљама попут Шведске, Немачке или у САД, које имају фертилитет знатно виши од просека за развијене земље, скоро у потпуности је ишчезао бимодални облик криве активности женског становништва (OECD, 2011).

О утицају флексибилних форми рада на фертилитет говори и Бобић (2010) када разматра питање (пост)модернизацијске промене брачности, које су у

функцији не само индивидуализације и стабилизације плуралног, демократског и проевропског друштва, већ, како то теорија и пракса недвосмислено показују, и повећања наталитета. Бобић каже да су у том смислу релевантна три битна структурална правца акције: укидање приватног патријархата путем оснаживања жена (каријерно образовање и интензивније запошљавање, подизање економског стандарда женске, али и укупне популације, борба против насиља у породици, дискриминације мањинских група и сл), затим одлучније успостављање родне егалитарности и флексибилности у родитељству, као и у партнерству и домаћинству. Истраживања показују да је савремена, срећна и задовољна партнерка спремна не само да рађа једно, већ и друго, па и треће дете, по формули „партнер + срећа = дете (деца)“, уместо раније „партнер + дете = срећа“ где је појам срећа често повезан са осећајем задовољства управљањем сопствене каријере (Бобић, 2010).

2.4 ТЕОРИЈСКИ ОКВИР ИСТРАЖИВАЊА КУЋНОГ БИЗНИСА У СРБИЈИ

Истраживање економско-географских и демографских промена аграрног простора у Србији, у овој тези је конкретизовано на примеру диверзификованих активности пољопривредних газдинсава, развоја нових непољопривредних послова у сеоским домаћинствима, и развоја микро-бизниса у оквиру сопственог дома (кућног бизниса). Заједничка карактеристика за ове три групе активности, је обављање посла у кући и од куће (на газдинству или у оквиру домаћинства), а газдинства и домаћинства су као основне јединице посматрања, одабране у складу са потребом да се истраже промене делатности које су локацијски везане за сеоску територију. Пописна статистика која даје дистрибуцију активног сеоског становништва према делатностима, није била довољна за истраживање диверзификације пољопривреде или креирање нових непољопривредних послова лоцираних у сеоским заједницама. У тези се не истражује неаграрна запосленост сеоског становништва у општинским центрима и удаљеним локацијама, већ

неаграрна запосленост сеоског становништва у оквиру сталног места становања, што у случају сеоских насеља најчешће значи у оквирима сопственог дома. По правилу, рад у оквиру сопственог дома је нетранспарентан вид активности, изван легалних токова новца и често је део сиве економије. Због тога је и истраживање слабо транспарентних форми рада, као што је рад у кући, отежано, а теоријска разматрања таквих форми рада су у социјалним и економским теоријама ретка.

Неуједначена методологија прикупљања података, недовољан узорак, тешкоће са идентификацијом рада у кући (Randall, 1997) или са са дефинисањем непотпуног радног времена и повременог посла (Orser, 1991), само су неки од лимита који су отежали теоријско утемељење истраживања диверзификације активности пољопривредних газдинстава и активности непољопривредних домаћинстава. У недостатку општеприхваћених модела и техника за истраживање неформалне економије, којој припада највећи део неаграрних послова који се обављају у оквиру газдинстава и непољопривредних домаћинстава, теоријско упориште у овој тези чини теорија о одрживом развоју комбинована са моделом коришћења земљишта и економским моделом конкурентности. При постављању теоријских оквира за анкетно истраживање, пошло се од једноставне чињенице да нису све локалне заједнице подједнако одрживе, и да иста врста посла може јачати привреду града а слабити је на селу, и обрнуто. Како је индикативно да на одрживост локалне заједнице утиче комбинација више фактора међу којима су најважнији географска локација и економски потези (пословна стратегија) појединаца и домаћинстава, могуће је претпоставити да су ове три теорије (одрживост, конкурентност и локација) повезане. И други фактори имају утицаја на одрживост локалних заједница (предузетништво, развијеност малог бизниса, унапређење производа, приступ тржишту и др.) а како сви просторно варирају, фон Тиненов (Johann Heinrich von Thünen,1826) модел просторне економије и Портеров (Porter,1980) модел генеричких стратегија, помогли су да се ове варијације објасне.

Концепт одрживог развоја је централни теоријски оквир ове тезе. Већ је речено да је општи циљ истраживања допринос одрживом руралном развоју и разматрање диверзификације активности и прихода као потенцијалне стратегије за постизање тог циља. Према Шеварлић (2009), веза између неаграрних делатности и одрживог руралног развоја је непосредна, и да би „ и лаици коначно требало да схвате да одрживи развој руралних подручја у Србији, као и другим земљама у свету, не могу да обезбеде сами пољопривредници у већ прилично демографски девастираним селима, већ садејство дугорочне политике равномернијег регионалног развоја, значајно већих субвенција свим пољопривредним произвођачима и, нарочито, економски свестранији подстицаји развоју неаграрних делатности и решавању деценијама запостављених инфраструктурних проблема у руралним подручјима (Шеварлић, 2009).

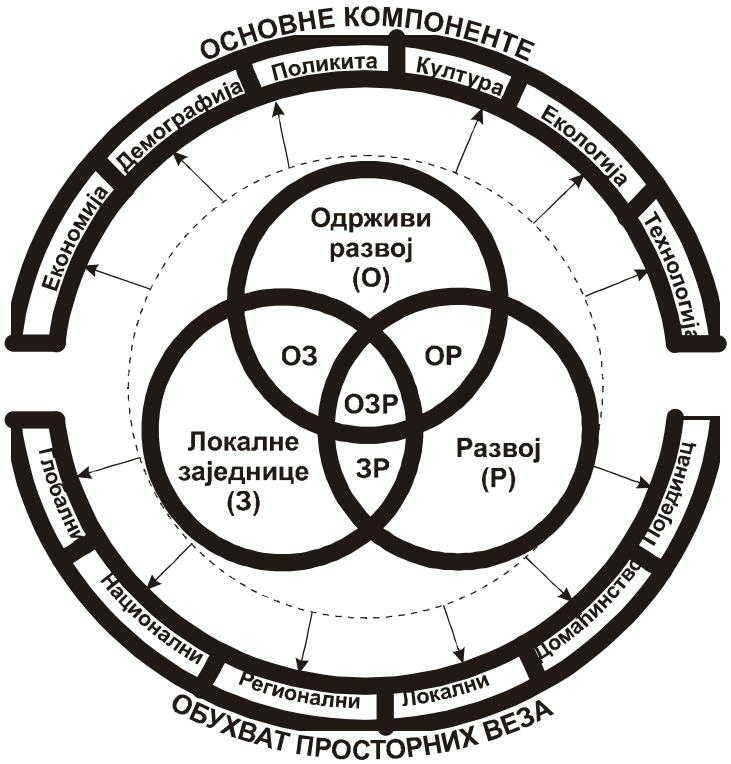
Концепт одрживог развоја је веома широк и комплексан, а ова теза се фокусира на одржив развој заједница (sustainable community development) који обухвата шест међусобно повезаних компоненти: економску, социјалну или демографску, еколошку, политичку, културну и технолошку компоненту које у реалности није могуће раздвајати. Одржив развој заједница се у идеалним условима постиже синтезом свих парцијалних компонени, а за ову тезу је посебно значајна прва, економска компонента јер се директно повезује са одрживим демографским развојем у Србији. Рад у кући као врста предузетништва, самозапошљавања, диверзификованих пољопривредних активности и нових непољопривредних послова или као врста микро-бизниса, повезан је са економским развојем заједница, па тако и са демографским одрживим развојем. На интензитет диверзификације активности и на креирање и опстанак нових послова у руралним заједницама, утичу структурна обележја становништва, као што је полни и образовни састав. Од опстанка и пословних перформанси новостворених

микро-предузећа (кућни бизнис) обично зависи доходак домаћинства па тако и одржив развој заједнице. Такође су могуће и реверзибилне релације када одржива заједница утиче на раст и развој нових врста послова или на опстанак и раст прихода постојећих фирми. Мали и микро бизнис су директно повезани са одрживим развојем, посебно у случају руралних области периферије, за које осим микро-бизниса, кућног бизниса и самозапошљавања, често нема алтернативне развојне стратегије.

Економски развој заједница (локални економски развој), значајан је за истраживање савремених економско-географских и демографских промена у Србији из два разлога: прво, локални економски развој значи промене, раст и унапређење заједница коришћењем локалних ресурса; друго, локално становништво боље познаје потребе, приоритете и слабости заједнице него било који други актери, па су у бољој позицији да иницирају развојне активности, управљају сопственим ресурсима и преузму одговорност за сопствену судбину. То значи да су кључни актери локалног економског развоја појединци, домаћинства и заједнице. Ова теза настоји да докаже да се везе између активности појединаца и домаћинстава и економског напретка заједнице, у селима најчешће остварују обављањем послова локацијски ограничених на сопствени дом.

Концепти одрживости и одрживог развоја данас представљају основне филозофске ставове регионалног и локалног развоја, и у основи су засновани на настојањима да се дугорочно постигне бољи квалитет живота појединаца, домаћинстава и насеља. На темељу ових ставова се може говорити и о одрживом руралном развоју, који се према Bryden (1994) може дефинисати „као развојни правац који има капацитет да се репродукује и еволуира у свим димензијама (економска, демографска и социјална, културна, еколошка и др.) при чему се не умањују шансе других заједница да се на сличан начин репродукују“. То значи да заједнице треба да покушају да интегришу све аспекте одрживог развоја (слика 5), уважавајући ефекте које овај процес

оставља на суседна насеља. Иако је ова дефиниција доста уопштена и не одговара на питање како одрживост постићи, посебно како економски развијати сеоска насеља у условима депопулације и привредне стагнације, ипак може указати и на неке конкретне мере и ставове који би се и у пракси могли остварити. Тако се говори да су одрживе руралне заједнице оне које су окренуте ка будућности и које имају визију, у којима живе људи који су свесно одабрали своје место становања и којима то није наметнут избор, или, да је одржива заједница она у којој становништво проналази нове идеје, информације и иновације из различитих извора и која негује аутохтона знања и вештине да би локалне ресурсе претварала у корисне и вредне производе. Одржива рурална заједница је отворена према мигрантском становништву и прихвата досељенике из других заједница, инклузивна је и у њој своје место могу пронаћи припадници свих старосних, полних и расних категорија становништва (Fuller et al.1989).



Слика 5: Концептуализација одрживог развоја локалних заједнца

Као и многи други аутори, Ilbery и сарадници (1997) су тврдили да без диверзификације руралне економије, села и мали градови не могу опстати у модерном добу руралног реструктурирања и глобализације. Он даље говори да одржив рурални развој првенствено зависи од подстицаја формирању нових предузећа, или диверзификацији постојећих. У те сврхе се као корисна стратегија показала пракса самозапошљавања и рада у кући, посебно на примеру САД и развијених земаља ЕУ, првенствено Велике Британије. Подврсте рада у кући, као што је кућни бизнис и рад на даљину, данас су растуће форме запошљавања руралног становништва, а значајан је допринос ових нових форми рада и у контексту јачања локалних друштвених мрежа. У стварности, одржив локални развој и одржив рурални развој се темаље на сличним принципима, међу којим се највише пажње усмерава на активну промоцију једнаких могућности за све становнике, независно од старости или пола, затим на породице и домаћинства као носиоце одрживог развоја, на смањење незапослености и сиромаштва, као и на редефинисање урбано-руралних веза и њиховог утицаја на одржив развој (Hoff, 1998).

Данас су за одрживост села кључне функционалне урбано-руралне везе а одржив рурални развој најчешће је утемељен на принципима интегралног и територијалног приступа унапређењу не-метрополитенског простора. Као што наглашава Malecki (1991), „географске разлике између центра и периферије огледају се у опсегу потенцијалних веза и бројности могућих приступа, укључујући приступ тржишту, услугама, ресурсима, информацијама и технологијама“. Традиционално, у међуодносима села и града, урбани центар има доминантну улогу коју настоји да задржи, док је периферија високо зависна од центра. На интензитет ових интеракција делују три главна фактора: потребе које се не могу задовољити без других регија (Rondinelli, 1985), неједнака дистрибуција моћи (Preston, 1975) и неједнака дистрибуција ресурса и становништва. Основне врсте веза између села и града укључују економску, социјалну, институционалну, физичку, идеолошку и културну димензију (Douglass 1998; Unwin 1989) а

класификацију веза на релацији село-град понудили су бројни аутори почевши од Престона (Preston, 1975) који је први дао адекватну типологију. Preston тако разликује пет могућих видова повезивања: токови становништва, токови роба, капитала, друштвене везе и пружање административних и других услуга. Даглас (Douglass,1998) даје сличну типологију у коју укључује токове људи, производње, потрошње, капитала и дохотка и токове информација.

У смислу урбано-руралних релација, у кључним планерским документима ЕУ, као што је ESPON пројекат, везе између села и града класификују се у две основне групе: структурне везе и функционалне везе (ESPON, 2008). Структурне везе су стабилне, тешко се мењају и подразумевају начин на који је обликован физички простор. Најчешће се односе на патерне изграђеног и отвореног простора и укључују друштвено-економску диверзификацију (становање, пољопривреда, туризам) и међузависност урбаних и руралних регија (дневне миграције, рекреација, коришћење ресурса). За разлику од структурних, функционалне веза су више израз комплементарности урбаног и руралног простора а односе се на токове људи, роба и новца. Функционалне везе су флексибилне и лако се прекидају (ESPON, 2008).

Дебате које се воде током последњих десет година на тему релација између села и града, фокусирају се на неколико компоненти: карактеристике производње, потрошње и инвестиција између урбаних и руралних регија; промене улоге коју мали градови имају у токовима миграција; подстицање локалне економије и раст регионалних пословних система у које су укључени појединци, како из градских тако и сеоских заједница; улога малих градова у настојањима да се обезбеде основне услуге руралном становништву и планирање сервисних центара у руралним областима (INTERREG,2008). Класични идеални поглед на везу село-град је симбоза, где су велики урбани центри сервисни центри руралне периферије и тржише за руралне производе, а села извор сировог материјала, радне снаге и купци урбано

утемељене индустрије. Ова комплементарна заједница је данас нарушена у многим земљама где становништво комбинујући различите изворе прихода, са једне стране подстиче нове интеграције а са друге укида традиционалне поделе, стварајући простор за дифузију мрежа (ESPON,2008). У документима европске политике регионалног планирања, такође се говори о три типа веза између села и града: производне (села су сировинске базе за урбано утемељену прерађивачку индустрију), потрошачке (најчешће су и односе се на високу зависност сеоског становништва од готових производа) и финансијске везе (урбани рентијери обрадиве земље, пензије миграната и штедња каналисана урбаним институцијама). Финансијске везе, ако су остварене на локалном нивоу, могу мобилисати економске шансе најсиромашнијих региона ка успостављању напреднијих, производних веза. (ESPON,2008).

Од свих наведених врста интеракција село-град, за ову тезу су најзначајније економске везе и миграциона кретања становништва. Литература сугерише да микропредузећа или активноси у малом и кућном бизнису подстичу везе међу заједницама (Kirby, 1985). Урбане регије се традиционално намећу као тржиште за производе и услуге руралног кућног бизниса а руралне заједнице и мали градови, градском становништву нуде туристичке дестинације и робе и услуге које се у урбаним центрима не производе. Нетрадиционалне везе село-град остварују се запошљавањем локалног становништва у некој форми рада од куће, за рачун фирми лоцираних у градовима. Пример могу бити рачуноводствене услуге или услуге адвоката, где урбана предузећа преко својих подуговарача нуде високоспецијализоване, професионалне, бизнис услуге предузетницима у руралним областима, или пример могу бити урбане и руралне заједнице које остварују нетрадиционалне везе учешћем на заједничким изложбама и сајмовима, којима се даље унапређује тржиште пољопривредних производа.

У овој тези се у прилог разматрању нетрадиционалних село-град веза, говори о везама које настају диверзификацијом активности сеоског становништва, и које доприносе смањењу незапослености, успоравању емиграције, успостављању баланса полног састава и расту фертилитета. Интеграција компоненти одрживог развоја и идентификација мерљивих индикатора промена које воде одрживости, данас је велики изазов научницима друштвено-хуманистичких области, влади, планерским институцијама и локалној самоуправи. Ни у Националној стратегији одрживог развоја не говори се експлицитно о мерама и стратегијама одрживог руралног развоја нити локалног економског развоја. Ставови везени за одржив рурални развој се налазе у оквиру глобалних мера економског развоја, тачније односе се на отварање нових радних места и смањење стопе незапослености, као и смањење родне и друштвене неједнакости маргинализованих група, или подстицање запошљавања младих, лица са инвалидитетом и других ризичних група. Одржив рурални и локални економски развој се спомињу и када се у Националној стратегији говори о одрживом развоју на темељу економије засноване на знању, и то када се каже да је један од циљева одрживог развоја реализација Програма подстицања иновативног и предузетничког понашања, као и развој предузетничке културе у најширим слојевима становништва.

У овој тези се фон Тиненов модел познат као модел коришћења земљишта или модел пољопривредне производње, користи како би се објасниле просторне варијације диверзификованих пољопривредних и непољопривредних активности и послова који се обављају у сеоским газдинствима и непољопривредним домаћинствима. Модел је користан и у настојањима да се објасне просторне разлике доприноса новостворених послова дохотку појединаца и домаћинстава, затим допринос смањењу незапослености и, на крају, расту стандарда и одрживом развоју шире

заједнице. Фон Тинен је први установио принципе на којима почива интеракција економских активности унутар урбано-руралних региона (O'Kelly and Bryan, 1996), а његов класик Изолована држава, први пут је публикован у Немачкој 1826. године. Како фон Тинен каже, град, тржиште или центар, пружа руралним областима (периферији, селима) индустријске производе и услуге а за узврат добија храну, и представља тржиште за пољопривредне производе.

Данас општеприхваћена парадигма центар-периферија своје корене вуче управо из фон Тиненовог концепта урбано-руралних релација а неке елементе овог модела налазимо и у теорији централних места (Christaller, 1966). Кристалер је као централно насеље дефинисао сваку насеобину која производима и услугама подмирује потребе локалног становништва и становништва суседних руралних области. Тако се у центрима нижег реда се могу добити само основне услуге и роба широке потрошње, док је снабдевање спецфичним производима и напреднијим услугама, могуће у центрима не вишем хијерархијском нивоу. Супротан смер релација, када центри нижег реда пружају специфичне производе и услуге становницима градских насеља, већином су изостављани из анализа заснованих на теорији централних места. Иако у теорији централних места, дистанца има кључну улогу, она је ретко коришћена како би се објаснио размештај и интензитет појединачних делатности и занимања као пољопривреде или малог бизниса, већ су се анализе највећим делом фокусирале на трговинске активности. Иако теорија централних места има сличности са фон Тиненовом Изолованом државом (центар-периферија, урбано-руралне релације, дистанца, трошкови и др,) њене слабости је чине неодговарјућим теоријским оквиром ове тезе у којој се преферира први модел просторне економије који се бави пласманом руралних производа у урбаним центрима.

Како се у тези анализирају врсте непољопривредних делатности и размештај унутар различитих географских зона (суб-региона), фон Тиненов

модел се чини сасвим добром теоријском основом која је сагласна са основним циљевима истраживања. Такође је важно казати да овај модел карактерише извесна доза флексибилности које нема код теорије централних места и са њом сличним теоријама, јер чини могућим било коју варијаблу или комбинацију варијабли инкорпорирати у модел и искористити га за објашњење просторних варијација феномена који се истражује. Зато фон Тиненове идеје нису произвеле теорију локације, већ оне чине аналитички метод који се може применити у било којој ситуацији, у било које време и на било ком месту (Chisholm,1962). Овај модел, применљив и у модерно време, чини могућим анализу било ког социо-економског субјекта који утиче на интензитет и обухват урбано-руралних реација, у овој тези је употребљен као механизам вариријација руралног микро бизниса, самозапошљавања и предузетништва, и варијација доприноса генерисању прихода и одрживости домаћинстава и локалних заједница.

Суштина модела је у претпоствци изоловане државе која у средишту има урбани центар који је истовремено и главно тржиште. Модел даље, садржи удаљена насеља у руралном залеђу, хомогено економски активно становништво (пољопривредници), уједначене физичке услове (топографија, клима, природни ресурси и др.) и подједнако развијену транспортну мрежу (Hall, 1966; Chisholm,1979). Према фон Тинену, у условима изоловане државе, типови и интензитет пољопривредне активности просторно варирају. Он је идентификовао шест концентричних кругова у чијем је средишту централно тржиште или град, а заступљеност биљних култура у сваком од кругова, као и интензитет укупне пољопривредне производње унутар круга, варира са порастом дистанце од централног тржишта. Како овај модел није укључивао непољопривредне активности, и већина савремених студија је уважавањем класичног модела изоставила непољопривредне активности руралних домаћинстава.

Творац концепта генеричких стратегија је еминентан харвардски професор Мајкл Портер (Michael Porter, 1980), који је аутор и других концепата и техника стратегијског менаџмента (концепт конкурентских сила, ланац вредности), а које су постале класик у научним и стручним круговима и престижним пословним школама у свету. Портеров модел генеричких статегија разликује три елемента којима се постиже конкурентност на тржишту: смањење трошкова, стратегију диференцирања и стратегију фокусирања. Премиса о опстанку и одрживости малог и микро бизниса у руралним областима, заснована је на одабиру неке од ових стратегија и способности појединаца да уоче и капитализују празнине у производним и трговинским системима. Прва стратегија, смањење трошкова, доприноси унапређењу конкурентност уколико се не спроводи на рачун квалитета и квантитета роба и услуга а њена имплементација захтева велики почетни капитал. Интересантно је да за већину власника кућног бизниса смањење трошкова представља примарни циљ, али и да за имплементацију ове стратегије већини недостаје потребан капитал. Друга стратегија, стратегија диференцирања, једноставна је и заснива се на понуди јединственог производа или услуге, а којим се фирма разликује од других понуђача на тржишту. Неки од начина диференцијације се постижу кроз бренд, технологију, дизајн или пакете услуга и ова стратегија не води директном смањењу трошкова.Трећа стратегија или стратегија фокусирања, подразумева да је предузеће унапред идентификовало своје географско тржиште и циљну групу потрошача, а имплементација ове стратегије може водити директном смањењу тришкова али и већој диференцијацији производа или услуге. Као што каже Портер, за постизање максималних бенефита, фирме могу користити сваки појединачни механизам или, што је најчешчи случај, комбинацију више стратегија.

Резултати истраживања стратегија које сеоско самозапослено, непољопривредно становништво користе за унапређење позиције на тржишту и подстицање раста и одрживости, показали су да је већина преферирала комбинацију диференцијације и фокусирања, радије него стратегију смањења трошкова (Paige and Littrell 2002). Генерално, микро бизнис а посебно рад у кући, настоји да понуди јединствен производ тачно одређеној групи потрошача (Watkin,1986). Портер такође наглашава да је за опстанак бизниса (у конкретном случају непољопривредних активности које се обављају у домаћинствија), кључно којим се техникама унапређења конкурентности предузетници користе у току првих пет година постојања (Porter, 1980), а од опстанка и унапређења бизниса даље зависи одржив економски и демографски развој њихове заједнице.

Циљ ове тезе није да тестира било коју од ових теорија у реалном простору. Заправо, у тези фон Тиненове идеје у комбинацији са Потеровим генеричким стратегијама и теоријом одрживог развоја, граде метод којим се анализирају следећа обележја; просторне варијације диверзификације сеоске економије, допринос новостворених непољопривредних послова одрживости домаћинстава у различитим географским зонама (центар, полупериферија и периферија), везе урбаног центра и руралних заједница и посебно, импликације тих веза на одржив развој. Варијабле као што су дистанца, избор стратегије за раст конкурентности, демографска обележја власника микро-предузећа у домаћинствима, доходак, регионална локација, и тип насеља, кључни су у овим теоријским оквирима.

Значај фон Тиненовог модела за анализу одрживог економског и демографског развоја, лежи у чињеници да је локална заједница само део ширег урбано-руралног система и као таква, она није у прилици да локалном становништву пружи све потребне робе и услуге. Да би се руралне заједнице развијале на принципима одрживости, оне морају развијати нове везе са централним тржиштем, првенствено набавком опреме и пласманом

производа и услуга, и унапређењем квалитета који приозилази из пословних одлука односно избора стртешких техника конкурентности. Литертура о раду од куће индицира да су непољопривредне делатности које се обављају у оквиру домаћинстава, различите у селима и градовима (Rowe et al. 1999; Gurstein 1995), тачније да градови концентришу послове из области професионалних услуга и сектора телекомуникација, а села занатске производе, производњу и прераду хрне, приозводњу одеће, грађевинарство и трговину на мало. Оваква структура делатности у многим цртама је сагласна са основним идејама фон Тинена.

Даље, у овој тези се у класични фон Тиненов модел уводи концепт одрживог руралног развоја и локалног економског развоја утемељен на диверзификацији пољопривреде и новим непољопривредним активностима које се обављају у оквиру домаћинстава (кућни микро-бизнис), а активности се разматрају унутар три зоне урбано-руралног система: зоне центра, полупериферије и периферије. Посебно је важно истражити да ли дистанца на избор врсте посла и избор стратегије за јачање конкурентности, утиче као у класичном моделу. Произвођачи су у хипотетичкој изолованој држави тежили да конкурентност постигну смањењем трошкова, и то углавном трошкова везаних за транспорт, док је савремена дистрибуција непољопривредних послова у руралној периферији одређена маркетиншким стратегијама и социјалним факторима, више него удаљеношћу од тржишта. Сагласно моделу, очекивала би се зонска специјализација непољопривредних послова, слично као кругови пољопривредне производње. Тако се у полупериферији могу очекивати најразличитије комбинације послова, док је у периферији већа специјализација. Како су центар, полупериферија и периферија део једног, ширег система, промене унутар једне целине утичу на функционисање целог система, а подршка развоју предузетништва у селима и малим градовима, може утицати на регионални економски развој и одрживост. Међузависност заједница данас је реалност и то не само кроз функционалну урбану хијерархију, већ и међу заједницама сличне величине

и као системи размене међу просторним јединицама исте географске зоне (рурално-руралне везе).

Истраживање савремених економско-географских и демографских промена у аграрном простору, проширено је на рурални простор као категорију која је, сагласно основним циљевима у тези и принципима одрживог развоја, омогућила истраживање урбано-руралних релација на којима се темељи одржив економски и демографски развој руралних заједница. То значи да су истраживањем обухваћени и општински центри који, иако нису доминантно обликовани пољопривредом, по свом функционалном капацитету, често су сличнији селима него градовима. На смањење село-град разлика, утицали су глобализацијски фактори због чега данас на диференцирање простора у Србији највећи утицај има дистанца од Београда као регионалног командног центра у мрежи глобалних градова (Sasen, 1996). Као економско-географска и демографска промена која је обележила развој села током последњих двадесет година, у овој тези се, са становишта регионалних разлика, истражује процес диверзификације активности и прихода руралног становништва.

Један од модела диверзификације активности и извора прихода, који је због ниских трошкова и флексибилне природе посла, чест међу пољопривредницима и непољопривредним руралним резидентима у Србији, јесте кућни бизнис. Како кућни бизнис није непозната форма рада ни у урбаним центрима, послужио је као релевантан индикатор на ком је засновано емпиријско истраживање интензитета, обухвата и просторних варијација послова насталих процесом диверзификације. Осим што је повезан са све три стратегије диверзификације који су популаризоване у оквирима политике руралног развоја и развоја пољопривреде (предузетништво, самозапошљавање и рад у кући), кућни бизнис је део неформалне економије што је утицало на висину трошкова покретања посла.

Нижи трошкови пословања у сопственом дому су се у условима слабе физичке изграђености простора, показали као одлучујући фактор покретања послова, посебно у сеоским насељима у Србији.

Сагласно теоријским оквирима, релативно хомоген рурални простор, издиференциран је увођењем додатна два економско-географска обележја: дистанце од централног тржишта (Београда) и типа насеља (село, град). Дистанца дефинисана као праволинијско растојања од централног тржишта условила је територијалну диференцијацију на три географске зоне: центар, полупериферију и периферију. Центром се сматра Град Београд, полупериферија је регион који је обухватио заједнице дисперзно размештене до 50 км од градских лимита Града Београда, а периферијом се сматрају све заједнице изван лимита полупериферије. Све три зоне су лимитиране дистанцом која је резултат процене аутора о степену употребљивости територијалне дистинкције а сходно предмету и циљевима истраживања. Како циљ истраживања није утврђивање критеријума просторног разграничења зоне центра, полупериферије и периферије, о чему у домаћој научној и стручној, географској и планерској науци постоји доста различитих приступа (Тошић, 2000; Стевановић, 1998; Стаменковић, 1996; Вељковић, 1991; Раткај, 2009) у овој тези су зоне омеђене квалитативним јединицама, знатно више него метричким, као што је и случај и у сличним истраживањима у свету (Beale, 2004; Pratt, 2006; Rigby, 2008).

Неколико локација кућног бизниса који су се према критеријуму дистанце нашли у зони периферије, рекласификована су у категорију центра. То је случај са кућним бизнисом великих градова, Ниша и Новог Сада. Мапа на којој је приказан размештај испитаника , према зонама и типу насеља, дата је у прилогу 1а листа општина према географској зони (центар, полупериферија или периферија) дата је у прилогу 2. Увођењем обележја тип насеља (према пописној методологији разграничења насеља) географске зоне су додатно издиференциране тако што су заједнице унутар

полупериферије и периферије класификоване на сеоске или градске. Ова класификација је искоришћена да се објасне сличности и разлике диверзификације пољопривреде и природе нових неаграрних послова која се обављају у оквиру домаћинстава полупериферије и периферије, посебно предузетничке особине власника бизниса, тј како мотивација и пословне стратегије утичу на одрживост домаћинстава и заједница села и малих урбаних ареала у унутрашњости.

Сходно циљевима истраживања, у овој тези су коришћени примарни и секундарни извори података. Ти су извори помогли анализу просторних варијација кућног бизниса, урбано-руралних веза које се обављањем кућног бизниса успостављају и допринос тих новоуспостављених веза одрживости локалних заједница полупериферије и периферије. Систематична, формална статистичка грађа о учесталости, територијалној дистрибуцији и структурним карактеристикама кућног бизниса у Србији није постојала, што се показало као велики проблем и изазов аутору. Извори који су упућивали да у Србији рад у кући није непозната форма, постали су доступни тек са Анкетом о радној снази и посебно, са издвајањем категорије самозапослених у оквиру активног становништва. Литература сугерише да од укупног броја самозапослених, око две трећине посао обавља у сопственом дому. Други извор података на основу ког се могло претпоставити да се кућни бизнис развија и у Србији, јесте статистика малих и средњих предузећа која је указивала на континуиран пораст микро предузећа и предузетника. И овде је литература сугерисала да раст броја малих и посебно микро предузећа, у развијеним земљама коинцидира са растом кућног бизниса.

Секундарни извори података искоришћени су у првим фазама концептуализације ове тезе. На основу секундарних извора података, дефинисан је најшири просторни оквир истраживања тј. омеђени су претежно рурални, мешовити и урбани региони у Србији. На основу секундарних извора података је утврђена суб-класификација према

регионалној локацији (центар, полупериферија и периферија), и према популационој величини (села, градови). На секундарним изворима података заснивају се основне претпоставке историјског развоја и динамике пољопривредног и сеоског становништва.

Међу секундарним изворима, најважнији су били резултати пописне статистике Републичког завода за статистику, и то посебно књиге о пољопривредном и укупном становништву према обележјима старост и пол и типу, активност, делатност, образовање, структура извора прихода домаћинстава и сл. Други по важности секундарни извор података је Анкета о радној снази коју спроводи, такође, Републички завод за статистику. У оквиру Анкете о радној снази, за потребе ове тезе изузетно је била важна статистика самозапосленог становништва као једина званична статистика из које се могао наслутити контингент активних који делатност обавља у сопственом дому. Трећи секундарни извор података су биле књиге Општине у Србији (Републички завод за статистику) и Општине Републике Србије - основни демографски, економски и социјални показатељи релевантни за популациону политику, у издању Друштва демографа Србије.

Секундарни извори података су осим за утемељење концепта истраживања, а то је савремени раст кућног бизниса на основу кретања броја самозапослених, своје место нашли и при дефинисању просторних оквира истраживања и у завршним, синтезним поглављима. То значи да су секундарни извори консултовани када се дискутовало о резултатима емпиријских истраживања и друго, када су извођени релевантни закључци о међузависности и урбано-руралним конекцијама које се обављањем кућног бизниса успостављају, као и допринос новоуспостављених релација одрживости руралних локалних заједница.

Други и најважнији сет података су примарни подаци на које је ослоњен емпиријски део тезе. Примарни подаци су добијени на основу анкетног истраживања и састоје од низа одговора као резултата детаљног испитивања

власника кућног бизниса. Власници кућног бизниса или испитаници у овој тези, изабрани су случајном методом и скринингом на основу регрутационог питања. Испитаници су морали да задовоље два критеријума. Први услов да учествују у истраживању је био да обављају било коју делатност у оквиру сопственог дома (кућа, двориште, гаража, подрум и друге помоћне просторије) а други да та делатност није пољопривредна производња намењена задовољењу сопствених потреба. Испитивање је обухватило пољопривредне произвођаче уколико су примарне производе пласирали на тржиште и ако су били укључени у неки вид прераде примарних производа. Регрутационо питање је омогућило утврђивање инциденце, која је у случају овако дефинисаног кућног бизниса, почетком 2011. године у Србији износила 6%.

За идентификацију власника кућног бизниса у Србији, коришћен је метод стратификованог, случајног, непропорционалног узорка. Стратификовани случајни узорак је метод узорковања који укупну популацију или циљну групу дели по стратумима (слојевима или подгрупама). Стратуми се заснивају на некој кључној независној варијабли, као што је у маркетиншким истраживањима често коришћена подела укупне популације према демографским и социо-економских обележјима (пол, старост, занимање...), а из којих се даље извлачи случајни узорак (Bernard 2000; Scheaffer et al. 1990; Mann, 2009).

Ова техника узорковања се у односу на друге технике сматра веома практичном а истовремено гарантује заступљеност виталних карактеристика (или примерака) циљне популације, чиме се постиже његова изразита репрезентативност. Предност ове технике узорковања је и то што смањује време и трошкове прикупљања и анализе података, јер се фокусира на мање стратуме уместо на целокупну популацију. Стратуми су интерно хомогени а међу собом хетерогени тј. одликују их сличне карактеристике и

обрасци понашања елемената унутар система а велике варијансе на нивоу укупне популације (Scheaffer et al. 1990).

У овој тези, узорак је двоструко стратификован. Прво, стратификован је према географским зонама (локацији или регионима) на центар, полупериферију и периферију а затим је према обележју тип насеља, стратификован на два слоја: село и град. Даље је идеално било применити пропорционални метод случајног узорковања, што је у случају слабо тренспарентних, неформалних форми активности, као што је кућни бизнис, било немогуће. Основни проблем пропорционалном узорковању је био недостатак узорачког оквира, тј. тачног броја власника кућног бизниса и њиховог просторног размештаја. Зато је у овој тези, у недостатку узорачког оквира (листа власника кућног бизниса), у оба поступка стратификованог узорковања примењен непропорционални метод комбинован са квотним узорковањем (Mann, 2011). Сагласно предмету и циљевима истраживања, у структури стратификованог непропорционалног случајног узорка доминира аграрни тј, рурални простор, тако да у двоструко стратификованом узорку (локација и тип насеља), од 310 власника кућног бизниса, на периферији и полупериферији лоцирано 264 испитаника, а у селима њих 200. Основни недостатак оваквог квотног узорка била је непробабилност, тј, искључена вероватноћа да би сваки власник кућног бизниса могао бити део случајног узорка. Тешкоће неидеалног узорковања превазиђене су величином узорка који је зависио је од више фактора међу којима је лимитирајући био ниво поузданости и расположиви буџет.

Упитник упућен власницима кућног бизниса (Прилог 3) креиран је у складу са циљевима истраживања. Први циљ истраживање односи се на природу и обухват веза које се обављањем кућног бизниса остварују на релацији село-град и импликације новоуспостављених релација на одрживост домаћинстава и руралних заједница. У том смислу се посебно истражују типови и просторне варијације врста кућног бизниса, главне локације

снабдевача и тржиште. Питања повезана са овим циљем односе се на истраживање извора снабдевања и локацију потрошача и клијената, са једне стране, и укљученост власника кућног бизниса у регионалне привредне асоцијације или партиципацију у раду локалне самоуправе, са друге стране. Други циљ истраживања је међузависност демографских обележја власника кућног бизниса са опстанком фирми и изабраним стратегијама за јачање конкурентност а део овог циља су и реципрочне релације, односно утицај кућног бизниса на одржив демографски развој. Тако су питања везана за пол, брачни статус, обележја домаћинства и број и узраст деце, везана за остварење овог циља. Трећи циљ студије је разматрање веза кућног бизниса и концепта руралног предузетништва а питања о мотивационим факторима и пословним стратегијама (стратегијама за јачање конкурентности) такође су укључена у овај упитник.

Један од циљева истраживања је и процена улоге кућног бизниса на одрживост домаћинстава и малих руралних заједница. Зато је трећи сегмент упитника обухватио информације повезане са дохотком, запосленошћу и стандардом домаћинстава и заједница. У упитнику су своје место нашла и општа питања везана за географске карактеристике као што је име насеља и општине у којој је стално настањен власник кућног бизниса, затим демографске карактеристике (старост, пол, брачни статус, број и узраст деце), социо-економске карактеристике (образовни ниво, занимање, дужина боравка у месту становања) као и пословне карактеристике (сектор, трајање бизниса, број запослених, број радних сати, разлози за покретање бизниса).

Примарни подаци су анализирни кроз четири фазе. У првој фази је проверена употребљивост упитника а у другој су подаци кодирани коришћењем програма Excel и Statistical Package for the Social Sciences, SPSS (Статистички пакет за друштвене науке). Треће, коришћене су технике квалитативне анализе за интерпретацију основних квалитативних информација, посебно опис и класификацију података, идентификацију проблема истраживања,

трагање за конекцијама и неидентификованим значењима и везама. На крају су квантитативни подаци анализирани коришћењем различитих статистичких техника. Дескриптивна статистика (учесталост, средња вредност, ранг) и унакрсно табелирање су широко коришћени да објасне карактеристике и композиција кућног бизниса. Хипотезе су тестиране како би се идентификовале разлике и међузависност унутар јединица узорка. Hi-kvadrat test је најчешће коришћен, и омогућио је омогућио да се утврди статистичка значајност просторних варијација великог броја променљивих кроз више група узорка (стратума). Поред Hi-kvadrat testa, којим су тестиране једнакости пропорција за два или више узорака, коришћен је t-test за независне узорке, који је параметарски тест и захтева да променљива буде мерена бар на интервалној скали, односно да се ради о метричкој променљивој. Непараметарски еквивалент t-test-a је Mann-Whitney U Test који је искоришћен да се тестирају разлике и сличности структуре делатности између центра и периферије, центра и полупериферије и полупериферије и периферије. Новоуспостављене урбано-руралне везе и расподела добављача и потрошача, представљене су графички коришћењем scatter plot-a. Корелациона и регресиона анализа су искоришћене за тестирање претпоставке да допринос кућног бизниса одрживости домаћинстава и заједница зависи од статуса примарног занимања и укључености партнера у заједнички посао.

2.6 ХИПОТЕЗЕ ИСТРАЖИВАЊА

На основу циљева истраживања и основних теоријских упоришта, могу се поставити следеће хипотезе:

1. Диверзификација руралне економије и кућни бизнис као индикатор свеобухватних економских и демографских промена у селима Србије, вариpају са дистанцом од централног тржишта (Београда). Тачније, дистанца утиче на врсту посла који се обавља у домаћинствима, тако да се може претпоставити:

а) На врсту непољоприврдних послова у руралном простору, више утиче дистанца од централног тржишта (Београда) него тип и популациона величина насеља (село или град).

б) Од централног тржишта више зависи опстанак непољопривредних послова лоцираних у полупериферији него опстанак новостворених послова периферије.

2. Демографске карактеристике становништва активног у кућном бизнису, утичу на опстанак и одрживост домаћинстава и заједнице. Тачније:

а) Од свих демографских карактеристика, полни састав власника кључно утиче на врсту посла и стратегије којима се унапређује конкурентност роба и услуга.

б) Демографска обележја власника кућног бизниса полупериферије се значајно разликују од обележја испитаника центра и периферије.

3. Допринос кућног бизниса одрживости домаћинства и локалне заједнице зависи од два чиниоца: да ли је кућни микро-бизнис примарно занимање и друго, да ли је у посао укључен партнер и други чланови домаћинства.

ДЕМОГРАФСКА И ЕКОНОМСКО-ГЕОГРАФСКА ОБЕЛЕЖЈА ПРОСТОРА КОЈИ СЕ ИСТРАЖУЈЕ

Аграрни простор Србије је у економско-географском и демографском погледу вишеструко издиференциран. Међу факторима диференцијације најснажније су деловали социо-економски и демографски, затим политички и културно-психолошки чиниоци који су у Србији определили доминантне миграционе токове и економску и насеобинску структуру. Социо-економски фактори су на националном нивоу диктирали снажну миграцију ка српској престоници а терцијаризаца економије је додатно оснажила миграцију женског, радно и репродуктивно способног становништва ка општинским центрима и већим градовима. У селима је тако у оквиру оптималног репродуктивног контингента забележен вишак мушког становништва а полни дебаланс се данас све чешће спомиње као кључан фактор и лимитатор брачности и репродукције сеоског становништва (Никитовић, 2010). Регионални диспаритети демографских обелжја руралног становништва, као и укупне популације у Србији, доминантно су обликовани утицајима различитих репродуктивних модела становништва, а који према Девеџић (2006) варирају зависно од вероисповести. Такође је у зависности од репродуктивних норми и миграционог салда, регионално издиференциран и старосни састав руралног становништва (Војковић, 1999). И политички фактори су утицали на диференцијацију руралног простора Србије, посебно у областима у којима је притисак на тржиште рада и социјалне фондове појачан услед принудних миграција и када је знатан део избегличког и интерно расељеног становништва настанио села и мале градове у Србији. Културно-психолошки фактори били су кључни за преобликовање ставова, животних стилова и вредносних норми сеоског становништва, а који су, опет, имали свој одраз у простору (комодификована природа, губитак идентитета, спајање искуствено неспојивих категорија и др.).

Током друге половине двадесетог и у првој деценији овог века, рурални простор Србије је детаљно истражен са различитих аспеката. За ову тезу су посебно релевантна истраживања фактора који су условили континуиран пад укупног и пољопривредног становништва и пораст непољопривредне популације, што је даље имплицирало и промену структуре сеоске економије.

Структуру сеоске економије данас карактерише транзиција ка економији услуга, а сеоско становништво често шансу за запослење види, како у непољопривредним делатностима, тако и у комплексним комбинацијама пољопривредних и непољопривредних облика запослености на свим нивоима, од домаћинстава до локалних заједница. Деаграризација се у Србији одвијала много брже него што се смањивао удео сеоског становништва у укупном, тако да су од 78% сеоског и 66,4% пољопривредног у укупном становништву 1953. године, процесима умерене урбанизације и интензивне деаграризације до 2002. године њихови удели смањени на 44% и 10,9%. Различит темпо смањења сеоског и пољопривредног становништва довео је и до промена у социјално-професионалној структури становништва, чиме се изгубила готово хомогена аграрна структура села а функције значајно измениле.

3.1 ДИНАМИКА И САСТАВ ПОЉОПРИВРЕДНОГ СТАНОВНИШТВА СРБИЈЕ

На динамику и састав пољопривредног становништва модернизацијски процеси индустријализације и урбанизације током друге половине дведесетог века имали су велики утицај. Трансфер пољопривредног становништва у непољопривредне делатности, као последицу друштвене поделе рада и економског развоја, одликовала је изразита динамика и стихијност, тако да се одвијао брже од раста апсорпционих могућности индустрије и других непољопривредних делатности. Деаграризација становништва се према Радивојевић (1999) одвијала кроз две фазе и то почетну, коју је карактерисала директна транзиција тј. запошљавање

неквалификоване радне снаге у непољопривредне делатности и касније фаза, у којој је доминантна тзв. индиректна деаграризација или запошљавање посредством школовања. Последице убрзане деаграризација огледале су се у апсолутном и релативном опадању пољопривредног становништва, при чему је трансфер у непољопривредне делатности био најзначајнија компонента смањења пољопривредног становништва. Опадање пољопривредног становништва и његов трансфер у непољопривредне делатности, Пенев (1986) оцењује као веома обиман и каже да је најинтензивнији био у периоду од 1948. до 1981. године, када је износио 7,9 милиона лица, или 241 хиљада годишње. И у наредним међупописним периодима је трансфер у непољопривредне делатности био изразит, све до деведесетих година када је привредном кризом и политичким факторима овај процес успорен.

Према Радивојевић (1999), трансфер пољопривредног становништва у Србији опредељивали су економски и неекономски фактори. Од економских, важну улогу имала је индустријализација, која је у првим послератним годинама требало да омогући брз економски развој, али је имала и негативне ефекте, јер су запостављане друге привредне гране, а нарочито пољопривреда. Стање у пољопривреди је било тешко, јер није било нових улагања, цене су се формирале на штету пољопривредних производа, дохоци пољопривредника били су ниски, тржиште пољопривредних производа је било нестабилно, а врло честе су биле штете од природних непогода. С друге стране, непољопривредне делатности постајале су све атрактивније због већих личних доходака и погодности које пружа рад у друштвеном сектору (првенствено здравствено и пензијско осигурање), а истовремено је расла и потреба за непољопривредном радном снагом.

Табела 3.1 Динамика, полни састав и активност пољопривредног становништва Србије, 1953 – 2002

Укупно пољопривредно становништво					Активно пољопривредно становништво			
Година	Пол	Број	%	Удео у укупном становништву	Број	%	Удео у укупном % Удео у укупном активном становништву (у процентима)	Стопа активности пољопривредног становништва
1953	Свега	4071805	100,0	66,0	2279908	100,0	73,2	56,0
	Мушки	1912816	47,0	63,8	1328202	58,3	66,6	69,4
	Женски	2158989	53,0	68,1	951706	41,7	85,0	44,1
1961	Свега	3671669	100,0	55,0	2033403	100,0	62,0	55,4
	Мушки	1702478	46,4	52,1	1150428	56,6	55,2	67,6
	Женски	1969191	53,6	57,7	882975	43,4	73,8	44,5
1971	Свега	3078667	100,0	42,7	1886326	100,0	55,3	61,3
	Мушки	1453354	47,2	41,1	1049204	55,6	47,6	72,2
	Женски	1625313	52,8	44,3	1049204	44,4	62,7	51,5
1981	Свега	1905029	100,0	25,5	1289073	100,0	35,0	67,0
	Мушки	846948	44,5	23,1	640202	49,7	29,3	75,6
	Женски	1058081	55,5	27,9	648871	50,3	43,2	61,3
1991	Свега	1305428	100,0	17,3	904127	100,0	25,0	69,3
	Мушки	594241	45,5	16,3	473989	52,4	22,8	79,8
	Женски	711185	54,5	18,5	430138	47,6	27,9	60,5
2002	Свега	817052	100,0	10,9	529236	100,0	15,6	64,8
	Мушки	420222	51,4	11,5	305590	57,7	15,9	72,7
	Женски	396830	48,6	10,3	223646	42,3	15,2	56,4

Извор: Попис становништва, домаћинстава и станова за 1953., 1961., 1971., 1981., 1991. и 2002. годину, Републички завод за статистику, Београд.

Неекономски фактори су такође имали знатан утицај на трансфер становништва из пољопривреде у непољопривреду. Виши друштвени статус радничких и посебно службеничких занимања, више слободног времена, повољнији услови за школовање деце су неки од тих фактора (Радивојевић, 1999).

Трансфер из пољопривредних у непољопривредне делатности, поред позитивних ефеката, као што су интензификације производње и већа продуктивност, имао је низ конкретних негативних демографских, социолошких, културних, економских, па и политичких последица, пре свега због тога што се суштинска решења нису тражила кроз изграђивање и дугорочно планско спровођење такве развојне политике становништва која ће санирати деструктивне последице дезаграризације и урбанизације (Војковић, 2007). Према Стојанов (1997) "стихија и рационалне и ирационалне мере у односу на село и пољопривреду видљиве су у конфузној и недореченој аграрној свести (аграрна идеологија и аграрна политика), а последице таквог концепта развоја данас су јасно изражене кроз садашње стање које је резултат збрке у схватањима села и пољопривреде и противречности мера које су из те збрке произлазиле, али и жилавог отпора сељака према свему што је отежавало његов развој.

Процес опадања учешћа пољопривредног становништва у укупном, просторно је издиференциран и директно је зависан од нивоа привредне развијености. Регионалне разлике у заступљености пољопривредног становништва Србије настајале су под утицајем природних услова, са једне стране, и читавог низа друштвено-економских и историјских фактора, који су тако допринели регионално неуједначеној заступљености овог контингента у односу на укупну популацију. На тај је начин у Србији формирано пет различитих типова концентрације укупног и активног пољопривредног становништва (Спасовски, 1988). Исти аутор издваја област изразито ниске концентрације у Војводини, ниске и просечне концентрације у Централној Србији, и високе и изразито високе концентрације у котлинско-долинским просторима Западне, Јужне и Велике Мораве, у Подрињу и Мачви. Спасовски даље наводи, да су области изразите концентрације пољопривредног становништва, истовремено и подручја високих стопа активности пољопривредног становништва. Простор Србије поларизован је и према регионалној дистрибуцији старосног састава пољопривредног

становништва. Тако је 140 општина Централне Србије и Војводине у стадијуму најдубље демографске старости, а само пољопривредно становништво на Косову и Метохији одликује демографска зрелост (Војковић, 1999).

Опадању броја укупног пољопривредног становништва претходило је опадање пољопривредне радне снаге (табела 3.1). Тако је од 1953. до 2002. године радна снага у пољопривреди смањена са 2,2 милиона на нешто више од 500 000 активних у пољопривреди. Иако је радна снага у пољопривреди бројчано опадала, у читавом послератном периоду стопа активности пољопривредног становништва је расла све до 1991. године, управо због различитог темпа опадања укупног и активног пољопривредног становништва. У последњем међупописном периоду поново је забележено опадање стопе активности пољопривредног становништва тако да је у 2002. години она износила 64,8% (табела 3.1).

Деаграризација се одвијала селективно – пољопривреду је углавном напуштало млађе радно способно мушко становништво, што се одразило и на старосно-полну структуру пољопривредног становништва. У Србији је све до 1991. године у укупном пољопривредном преовладавало женско становништво, да би за време последњег међупописног периода, по први пут у новијој историји, у контингенту пољопривредног становништва број мушкараца надмашио број жена, тачније, године 1953. жене су чиниле 53% а 2002 године 48,6% (табела 2.1). Међутим, иако је у контингенту укупног пољопривредног становништва дуго био изражен дебаланс у корист жена, по питању активности дебаланс је обрнут, тако да је према попису из 2002.године удео мушкараца у пољопривредној радној снази био висок, и износио је 57,7%. Интересантно је да је у последњем међупописном периоду први пут забележена нижа пропорција жена пољопривредница у укупном женском становништву и односу на пропорцију мушкараца пољопривредника у укупном мушком (Радивојевић, 1999).

Прелазак становништва из пољопривреде у непољопривреду узроковао је неповољне промене у старосној структури пољопривредног становништва које су се негативно одразиле и на пољопривредну производњу. Старење пољопривредног становништва и радне снаге у пољопривреди, данас представљају ограничавајући фактор пољопривредног развоја где је сваки други пољопривредни произвођач данас старији од 50 година. Процес старења пољопривредног становништва интензивиран је током седамдесетих година и коинцидирао је са егзодусом сеоског становништва и променама репродуктивних норми насталих у време снажних социо-економских промена које су узроковане модернизацијом друштва посредством индустријализације.

Табела 3.2 Основни индикатори старосног састава пољопривредног становништва Србије, 1961-2002. година

	Просечна старост	Индекс старења	Удео млађих од 40 година	Удео старијих од 60 година
1961	32,5	0,39	63,3	13,1
1971	35,9	0,62	54,7	18,3
1981	43,8	1,27	37,3	24,6
1991	45,3	1,88	35,7	32,4
2002	41,2	1,07	46,7	23,3

Извор: Попис становништва, домаћинстава и станова за 1961., 1971., 1981., 1991. и 2002. годину, Републички завод за статистику, Београд.

Данас је старосна структура пољопривредног становништва изразито неповољна а старење радне снаге присутније код пољопривредника него међу радницима непољопривредних занмања.

Према подацима из 2002. године у укупном пољопривредном становништву било је 23,3% старијих од 60 година (табела 3.2). Још је неповољнија била старосна структура активних пољопривредника где је чак 51,1% укупног броја било старије од 55година а 22,2% старије од 65 година (табела 3.3).

Табела 3.3 Пољопривредно становништво Србије према старости и активности, 1991. и 2002. година

Старост	1991				2002			
	Укупно	%	Активно	%	Укупно	%	Активно	%
До 15	147819	11,3	-	-	123626	15,1	-	-
15-24	118323	9,1	64844	7,2	95196	11,7	34570	6,5
25-34	101471	7,8	85268	9,4	100771	12,3	70486	13,3
35-44	149039	11,4	128672	14,2	100362	12,3	87434	16,5
45-54	188708	14,5	159016	17,6	138112	26,9	129521	24,5
55-64	312013	23,9	261679	28,9	108380	13,3	101574	19,2
65+	281878	21,6	200979	22,2	144752	17,7	102947	19,5
Непознато	6175	0,5	3669	0,4	5853	0,7	2704	0,5
Укупно	1305426	100	904127	100	817052	100	529236	100

Извор: Попис становништва, домаћинстава и станова за 1991. и 2002. годину, Републички завод за статистику, Београд.

Током последње деценије двадесетог века, промене старосне структуре пољопривредног становништва одвијале су се у правцу смањења апсолутног броја у свим старосним групама, а релативно смањење је регистровано само за старије од 55 година. Исто се може рећи и за активне пољопривреднике осим за становништво млађе од 15 година, чији се удео у укупном активном такође нешто смањио. Нарочито велико апсолутно смањење забележено је код старијих од 55 година. У групи 55-64 било је преко 310 хиљада пољопривредног становништва у 1991. години, а свега 108 хиљада у 2002, а код активних 260 хиљада у 1991, а 100 хиљада у 2002. Значајно смањење евидентно је и код старијих од 65 година (табела 3.3). Смањење је углавном последица повећаног пензионисања пољопривредника, код којих је почев од 1987. године уведено обавезно пензионо осигурање, под истим условима као и за непољопривреднике. То се одразило и на релативно смањење тих старости у укупном пољопривредном, односно активном пољопривредном становништву, што је донекле изменило и старосну структуру како укупног тако и активног пољопривредног становништва (Радивојевић, 1999).

Осим снажне село-град миграције, дуготрајан ефекат на старосну структуру и сенилизацију пољопривредног и сеоског становништва, оставиле су последице недовољног рађања. О овом проблему говори Рашевић када каже да би се и у "условима пораста репродукције до нивоа потребног за просто обнављање, депопулација и старење једно време наставили, а важност овог утицаја је тим већа што губици у броју становника настали за време депопулације, не могу да се надокнаде достизањем нивоа репродукције који обезбеђује просто обнављање, већ само уколико ниво репродукције становништва још одређено време буде изнад потреба простог обнављања“ (Рашевић, 1995). Поразне последице демографске слабости делимично се већ осећају у бројним областима друштвено-историјског развоја (Девеџић, 2011) и највећа грешка која може бити учињена јесте очекивање да се у неизмењеним условима незадовољавајуће тенденције досадашњег популационог развоја спонтано промене (Радовановић, 1999).

Поред неповољних трендова укупног кретања пољопривредног становништва и одмаклог процеса старења, контингент пољоприврдног становништва одликују највише стопе неписмености (табела 3.4) и изузетно неповољан састав према школској спреми (табела 3.5).

Табела 3.4 Пољопривредно становништво Србије према писмености, 1981. 1991. и 2002. година

Година	1981	1891	2002
Укупно	1761927	1195522	736891
Неписмени	361907	167668	41804
Удео неписмених	20,5	14,0	5,7

Извор: Попис становништва, домаћинстава и станова за 1981., 1991. и 2002. годину, Републички завод за статистику, Београд.

Удео неписмених у контингенту пољопривредног становништва износи чак 5,7%, што је скоро двоструко више него међу непољопривредним становништвом. Иако је стопа неписмености пољопривредног становништва

опадала током друге половине двадесетог века, она је и даље висока, посебно ако се узме у обзир и веома неповољаа дистрибуција пољопривредног становништва према нивоима школске спреме.

Према нивоима школске спреме, код пољопривредног становништва најзаступљенијија је непотпуна основна школа, чак преко 50%, а на лица без школе и са највише завршеном основном школом отпада 80,1% пољопривредног становништва. Више и високо образовање има само 0,9% пољопривредног становништва (табела 3.5). Неписменост је најчешће проблем жена пољопривредница, међу којима је чак 9,7% неписмених, а 83,8% је без школе или са највише завршеном основном (Станковић, 2006).

Са аспекта развоја пољопривреде и примене научних и техничких достигнућа у њој, подизање образовног нивоа и стицање адекватних квалификација има велики значај, иако је према Спарић, (1992) „некад теже разбити традиционалну сељакову производњу и његов страх да пређе на нове методе рада, него што сам производни процес захтева додатне квалификације“.

Табела 3.5 Школска спрема чланова пољопривредних газдинстава у Србији, 2002. година

Ниво образовања	Број чланова	%
Непотпуна основна школа	184826	51,2
Основна школа	118583	32,9
Средња школа	54909	15,2
Виша школа	1589	0,4
Висока школа	853	0,2
Укупно	427307	100

Извор: Попис становништва, домаћинстава и станова за 2002. годину, Републички завод за статистику, Београд.

Пољопривредно становништво највећим делом настањује сеоска насеља, тако да је у 2002. години, од 817052 становника којима је пољопривреда

извор прихода, њих 751577 или 91,9% живело у осталим (сеоским) насељима. Такође је висока пропорција пољопривредног становништва које живи на газдинствима, њих 86,3%, док преосталих 16% чини популација којој је пољопривреда основни извор прихода, али исте не стичу коришћењем сопствених ресурса (обрадива земља или гајење стоке), већ обављањем пољопривредних занимања на туђем поседу. Удео сеоског становништва у укупном пољопривредном становништву константно је висок и није се битније мењао током последње три деценије (табела3.6). Међу сеоским становништвом Србије, активно становништво је сконцентрисано у пољопривреди, где је 1991. године било 52% укупно активних пољопривредника. До 2002. године тај се удео спустио на 44,7 % што недвосмислено указује на структурне промене сеоске привреде. Данас је процес деаграризације рурално утемељен, за разлику од периода урбано утемељене индустријализације и деаграризације које су узроковале снажну село-град миграцију.

Табела 3.6 Кретање сеоског и пољопривредног становништва, 1981-2002 година

Година	Пољопривредно становништво	Сеоско пољопривредно становништво	Удео сеоског пољопривредног у пољопривредном становништву
1981	1905030	1782993	89,1
1991	1305426	1176640	86,5
2002	817052	751577	88,6

Извор: Попис становништва, домаћинстава и станова за 1981. и 2002. годину, Републички завод за статистику, Београд.

Данас деаграризација све ређе изазива промену места сталног становања а диверзификација послова и прихода сеоског становништва је просторно локализована у месту сталног становања. На то указује и успоравање процеса урбанизације у Србији током последње две деценије који је настао услед слабљења индустрије и неадекватне понуде радних места у градским насељима у унутрашњости Србије.

3.2 ДИНАМИКА И САСТАВ СЕОСКОГ СТАНОВНИШТВА СРБИЈЕ

У овом одељку ће се анализирају најважнија демографска обележја сеоске популације. Сеоско становништво је контингент који је најближи дефиницији руралне популације, иако по дефиницији којом је у овој тези разграничен урбано-рурални простор, рурална популација обухвата и мањих урбаних ареала. Међу бројним истраживања сеоског становништва, за предмет ове тезе посебно су релевантне анализе активности и делатности према полном саставу, затим и других структурних обележја сеоског становништва као што је старост и образовни састав. Низак фертилитет сеоског становништва је подвучен као лимитирајући фактор пораста броја становника (Девеџић, 2012), заједно са миграционим преференцијама сеоског становништва ка великим градовима, посебно ка Београду.

За дефинисање насеља у Србији, у послератном периоду су се примењивали различити критеријуми. Дефиниције насеља и дефиниције појединих категорија насеља утицале су на промену броја насеља, а како у том погледу није било универзално важећих критеријума у самој науци, у статистичкој пракси многих земаља примењивана су различита решења. У нашој демографској статистици, примењујући критеријум односа пољопривредног и непољопривредног становништва према укупном становништву (Мацура, 1954, према Радовановић, 1999) могле су се издвојити три групе насеља: градска, сеоска и мешовита (пописи 1953, 1961. и 1971), док су у пописима 1981. и 1991. и 2002. године, сва насеља подељена на "градове и насеља градског карактера и остала насеља", при чему није објашњена разлика између градова и насеља градског карактера нити је јасно и функционално дефинисана категорија "осталих" насеља. Другим речима, примењен је тзв. правни критеријум по коме је градски статус неког насеља одређиван проглашењем у свакој општини појединачно (Радовановић, 1999).

Сеоска насеља је од 1950-их до почетка деведесетих година прошлог века, у Србији, као и у другим социјалистичким земљама, карактерисао снажан

тренд аграрног егзодуса и динамичне миграције на релацији село-град. Негативне стопе раста сеоске популације претежно су биле условљене малом понудом квалитетних радних места и неповољним условима за живот у сеоским насељима. Егзодусом сеоског становништва, у укупној популацији је повећан удео удео градског и то са 22,5% у 1953. повећано на 56,4% у 2002.години (табела 3.7). Током деведесетих година село-град миграције су донекле успорене у односу на претходни период, што се може објаснити смањеним могућностима запошљавања у градовима услед привредне рецесије. И поред тога, демографско пражњење села остало је изражено у брдско-планинским областима и подручјима мање погодним за интензивну пољопривредну производњу. Такође, слично као у суседним транзиционим земљама, забележене су и реверзибилне миграције, односно повратак у сеоске области. У Србији су ти процеси били последица економске кризе и затварања великих индустријских комплекса, а такође и чињенице да је значајан број избеглих и расељених лица са простора бивше Југославије насељен током деведесетих управо у сеоским подручјима.

Табела 3.7 Динамика сеоског становништва у Србији, 1953-2002.

	Укупно становништво	Сеоско становништво	% сеоског у укупном	Градско становништво	% градског у укупном
1953	6979154	5411234	77,5%	1567920	22,5%
1961	7642227	5363053	70,2%	2279174	29,8%
1971	8446591	5017564	59,4%	3429027	40,6%
1981	9313676	4977149	53,4%	4336527	46,6%
1991	9778991	4815802	49,3%	4963189	50,7%
2002	7498001	3272105	43,6%	4225896	56,4%

Извор: Попис становништва, домаћинстава и станова за 1953., 1961., 1971., 1981., 1991. и 2002. годину, Републички завод за статистику, Београд.

Иако је депопулација данас присутна у највећем броју села у Србији, током последњег међупописног периода забележен је благ раст сеоске популације у неколико периурбаних насеља у околини већих привредних центара. Генерално, према подацима РЗС, у периоду од 1991. до 2002. године, укупна

популација у сеоским подручјима смањена је за 3,6%, у поређењу са укупним падом становништва од 1% на државном нивоу.

Депопулација сеоских насеља довела је до старења сеоске популације. У селима је повећање удела становништва старог 60 и више година било нешто израженије него смањење удела становништва млађег од 20 година, што говори и о ширењу процеса старења становништва са врха старосне пирамиде. Удео младих узраста 0-19 година се током друге половине двадесетог века константно смањивао у односу на укупно сеоско становништво, што је био и случај са њиховим апсолутним учешћем (са 2,2 милиона у 1961. години на 1,6 милиона у 1991 и свега 722 542 у 2002. години, односно са 37,6% на 22,1%).

Са друге стране, сеоско становништво старо шездесет и више година се у истом периоду повећало са 633 на 927 хиљада 1991. године, да би до 2002. опало на 880 хиљада, што је у односу на укупно сеоско становништво износило 10,9 односно 26,9% (табела 3.8). Посматране промене у старосној структури показују какав утицај на њено кретање имају не само фертилитет, морталитет и миграциона кретања, већ и наслеђена старосна структура становништва, која је у Југославији током XX века била поремећена порастом смртности у појединим периодима, нарочито због ратова, а затим и компензационим порастом фертилитета (Предојевић, 1999).

Промене у старосној структури су под дејством наслеђене старосне структуре и ниског фертилитета, посебно убрзане након 1991. године да би у 2002. години број старијих од 60 година надмашио број млађих од 19 а индекс старења премашио вредност 1. Просечна старост сеоске популације је 1961. године износила је 30,2 године, да би већ 1971. услед интензивних миграција село-град, као и пада фертилитета, порасла на 32,7, а до 2002. године на 41,6.

Табела 3.8 Основни показатељи старосног састава сеоског становништва у Србији, 1961-2002

	% старих од 0-19 година	% старих 60 +	Индекс старења	Просечна старост
1961	37,6	10,9	0,29	30,4
1971	35,4	14,8	0,42	32,9
1981	32,6	14,7	0,45	34,5
1991	31,3	18,5	0,59	35,7
2002	22,1	26,9	1,21	41,6

Извор: Попис становништва, домаћинстава и станова за 1961., 1971., 1981., 1991. и 2002. годину, Републички завод за статистику, Београд.

Упоређујући процес старења градског и осталог становништва (Пенев, 2006), приметно је да градско становништво, упркос убрзавању процеса старења у последњем међупописном периоду и нешто нижим репродуктивним нормама, има млађу старосну структуру. Због интензивног исељавања из села у градове, одакле су више одлазили млади у најпродуктивнијем добу, више жене него мушкарци, као и снижавања репродуктивних норми и ефективног фертилитета, код сеоског становништва је сужена група становништва која утиче на рађање (нарочито жене у најпродуктивнијем репродуктивном добу) и њено учешће у укупном становништву је ниже у селу него у граду. Истовремено је проширена група најстаријег сеоског становништва, чему је узрок и слаба просторна покретљивост овог дела популације. Према Предојевић (1999), у периоду од 1961. до 1991. године, у погледу старосног састава су се разлике између градова и осталих насеља повећавале, иако су и удели старих у градовима увећани. Ове тенденције су настављене и током наредног међупописног периода.

Као што је споменуто, општи тренд депопулације села данас поприма и родни карактер, што се види из податка да са типом насеља варира пропорција жена у укупном становништву, и у односу на 51,4% колико је просечно учешће на нивоу републике, учешће жена је према последњем попису значајно ниже у „осталим“ насељима (50,3%) него у урбаним (52,3%).

Најупадљивија одступања од националог просека су у централним (градским) општинама Београда, где је учешће жена 53,5% и у селима Централне Србије где је ово учешће свега 49,9%. Ово је појава која добија на интензитету, и изразитија је ако се анализира за радно и репродуктивно способно женско становништво, посебно за старост од 20 до 45 година, јер се усмереност женске популације ка градској средини повећава што је популација млађа (табела 3.9).

Табела 3.9 Полни дебаланс сеоске популације у кохорти 25-40 година, 2010. година

Старост	Град			Село			Град (структура)		Село (структура)	
	Укупно	Мушко	Женско	Укупно	Мушко	Женско	Мушко %	Женско %	Мушко %	Женско %
25	62498	30853	31645	38372	20460	17912	49,37	50,63	53,32	46,68
26	65243	32114	33129	37808	20249	17559	49,22	50,78	53,56	46,44
27	65313	32295	33018	37078	19792	17286	49,45	50,55	53,38	46,62
28	64910	31993	32917	36530	19517	17013	49,29	50,71	53,43	46,57
29	65663	32238	33425	36387	19542	16845	49,10	50,90	53,71	46,29
30	66114	32600	33514	36312	19438	16874	49,31	50,69	53,53	46,47
31	66089	32637	33452	36648	19631	17017	49,38	50,62	53,57	46,43
32	66193	32632	33561	37480	19962	17518	49,30	50,70	53,26	46,74
33	65892	32287	33605	38119	20210	17909	49,00	51,00	53,02	46,98
34	65143	31803	33340	38610	20396	18214	48,82	51,18	52,83	47,17
35	63444	30895	32549	38441	20292	18149	48,70	51,30	52,79	47,21
36	61919	30083	31836	38182	20093	18089	48,58	51,42	52,62	47,38
37	60328	29269	31059	37949	19780	18169	48,52	51,48	52,12	47,88
38	59122	28790	30332	37487	19471	18016	48,70	51,30	51,94	48,06
39	58154	28375	29779	37157	19354	17803	48,79	51,21	52,09	47,91
40	56945	27644	29301	37522	19484	18038	48,55	51,45	51,93	48,07

Извор: РЗС, Дисеминациона база података, област Становништво, 2010. година

Тако је према Националном програму руралног развоја од 2001-2013 (2011), за старије кохорте, на пример 70 до 75 година, учешће женског становништва скоро уједначено међу ова два типа насеља, тачније износи 57,7% у урбаним деловима Београда и 56,1% у сеоским насељима Централне Србије. Међутим у старосној кохорти 26 до 30 година та разлика је знатно упадљивија - 52,3% у првопоменутом и 47,0% у другопоменутом типу насеља. У табели 3.9 је на основу процене Републичког завода за статистику за 2010. годину, дата пропорција мушког и женског сеоског становништва старог од 25 до 40 година.

Из табеле 3.9 јасно се запажа дебаланс између мушкараца и жена старости 20 до 45 година - вишак мушког становништва у селима Србије и вишкови жена у градским насељима. Табела 3.9 је заснована на процени укупне популације у Србији за 2010. годину, према полу, старости и типу насеља. У табели је дата дистрибуција становништва старијег од 25 година како би се елиминисао евентуални утицај привремене неравнотеже изазване школовањем.

Изразити дебалан у селима у корист мушкараца, посебно је наглашен међу становништвом старим 29 година, што представља озбиљну препреку брачности и брачном фертилитету јер је то кохорта у оквиру оптималног репродуктивног периода. Очигледно је да бољи квалитет живота, веће шансе на тржишту рада и развијеније социјалне услуге подстичу миграциона кретања женског становништва од села ка граду.

Селективне миграције према полу су у контингенту сеоског становништва условиле значајне промене састава радно-способног становништва и даље, промене у дистрибуцији активног и неактивног становништва. Према попису из 1981. године, радни контингент сеоског становништва износио је око 3 милиона становника, или 61,1% од укупне сеоске популације (табела 3.10). До 2002. године је број радно способног сеоског становишта редукован за око милион лица, иако је старењем удео овог функционалног контингента

повећан на 63,5% укупне сеоске популације. У апсолутном износу је број радно-способних мушкараца и жена готово подједнако смањен, за око пола милиона, као што је и њихово учешће подједнако расло. Удео мушког радног контингента већи је од пропорције радно-способних жена што је повезано са расподелом женског становништа у корист старосних кохорти изван опсега радно-способног становништва.

Табела 3.10 Радни контингент сеоског становништва у Србији, 1981. 1991 и 2002. година

	Укупно		Мушко		Женско	
	Број	Удео у укупном сеоском ст. (%)	Број	Удео у укупном сеоском ст. (%)	Број	Удео у укупном сеоском ст. (%)
1981	2917144	61,1	1510591	63,2	1406553	59,0
1991	2199692	61,9	1194441	67,6	1005251	56,3
2002	2079339	63,55	1070498	65,85	1008841	61,27

Извор: Попис становништва, домаћинстава и станова за 1981., 1991. и 2002. годину, Републички завод за статистику, Београд.

Према Радивојевић (1999), дејство социо-економских фактора је далеко сложеније и са различитим смером утицаја неких од њих на кретање бројности активног становништва. Као последица друштвено-економског развоја долази до укидања дечијег рада, смањења активности код омладине због продуженог школовања, затим код старог становнишва, али и до повећања активности код жена у непољо-привредним делатностима. На ток промена у економском активирању сеоског становништва утицале су обе групе фактора, али је печат променама дао масован трансфер становништва из пољопривреде у непољопривреду (Радивојевић, 1999).

Према попису из 1981. године у ван градским насељима Југославије било је 45,5% активних лица, 4,9% са личним приходима и 49,6% издржаваних. Посматрана по полу, општа стопа активности знатно је виша код мушког, него код женског становништва (57,3 наспрам 33,6%). Међу мушкарцима је и

више лица са личним приходима (5,8%, а код жена 4,0%), а издржаваног становништва више је међу женама (62,3%, а код мушкараца 36,9%) (табела 3) Ниво економске активности ванградског становништва у двема републикама се значајно разликује. Општа стопа активности 1981. године у Србији износила је 46,3%, а у Црној Гори свега 30,6%. Разлика у нивоима активности мушкараца и жена нарочито је изражена у Црној Гори, где је стопа активности женске преко три пута мања у односу на стопу код мушке популације. На територији Србије највиши удео активних имала је централна Србија (56,8%), а најмањи Косово и Метохија (свега 20,4%), што је у највећој мери последица разлика у старосним структурама ових популација и потврђује се кроз учешћа издржаваних и лица са личним приходима у укупном становништву. Осим тога, на Косову и Метохији карактеристично је знатно слабије привредно ангажовање жена, него у осталим деловима Републике. У овој покрајини је у 1981. години било чак 77,5% издржаваних у насељима сеоског типа (међу женама чак 94,8%), а у централној Србији 39%. Слабо радно ангажовање жена последица је високог фертилитета, повећаног школовања женске омладине, традиционалних схватања о месту и улози жена у привредном животу и друго. Што се тиче лица са личним приходима, највиши удео забележен је у Војводини (9,2%), а најмањи на Косову и Метохији (свега 2,2%). Општа стопа активности становништва ванградских насеља била је1981. године нешто виша од стопе за укупно становништво Југославије (која је износила 44,2%). Такав однос стопа исти је и у Србији, док је у Црној Гори стопа активности већа код укупне популације, каопоследица релативно мањег удела пољопривредног становништва у укупном у овој републици, које је по правилу економски активније од становништва у непољопривредним делатностима.

Социо-економски развој имао је велики утицај и на економску структуру радне снаге или активног становништва. Занимање и привредна делатност, као основна економска обележја, претрпела су такође велике промене, како укупног тако и сеоског становништва. Промене у структури активног

становништва према делатности последица су промена у структури саме привреде, чији ток развоја неминовно доводи до опадања значаја једних, и брзе експанзије других грана делатности.

Табела 3.11 Сеоско становништво према активности и полу, 1981. 1991 и 2002 година

		Укупно		Активно		Лица са личним приходима		Издржавано	
		Бр.	%	Бр.	%	Бр.	%	Бр.	%
1981	Св.	4774170	100	2212181	46,3	223239	4,7	2338750	49,0
	М.	2389425	100	1384294	57,9	131910	5,5	873221	36,5
	Ж.	2384745	100	827887	34,7	91329	3,8	1465529	61,5
1991	Св.	3552888	100	1798347	50,6	341243	9,6	1413298	39,8
	М.	1767907	100	1083630	61,3	203374	11,5	480903	27,2
	Ж.	1784981	100	714717	40,0	137869	7,7	932395	52,2
2002	Св.	3272105	100	1472287	44,9	606903	18,5	1185103	36,2
	М.	1625579	100	894826	55,0	317377	19,5	408866	25,1
	Ж.	1646526	100	577461	35,0	289526	17,5	776237	47,1

Извор: Попис становништва, домаћинстава и станова за 1981., 1991. и 2002. годину, Републички завод за статистику, Београд.

Првобитна доминантна улога пољопривреде у формирању друштвеног производа временом се губи, а све већи значај добија индустрија, чији је развој веома брз иинтензиван, и која после извесног времена постаје главни носилац привредног напретка. У каснијој фази, при одговарајућем нивоу друштвеног производа, раст индустрије, односно секундарних делатности, постаје спорији, а повећава се учешће и значај терцијарних делатности (табела 3.12).

Анкета о радној снази из 2004 године пружа информације о дистрибуцији сеоског становништва према врстама активности и полу за три међусобно искључива кантингента: запослено, незапослено и неактивно становништво.

Табела 2. 13- Активно сеоско становништво према секторима делатности, 2002.

		Примарни сектор		Секундарни сектор		Терцијарни сектор	
2002	Свега	536798	45,77	317929	27,11	318203	27,13
	Мушко	306413	42,05	234763	32,22	187512	25,73
	Женско	221485	49,86	83184	18,72	139599	31,42

Извор: РЗС, Попис становништва, домаћинстава и станова за 2002. годину, Београд

Новији извештаји немају ту могућност, те је у табели 3.13, за 2011. годину дата само дистрибуција укупног сеоског становништва према врстама активности. Високе стопе незапослености сеоске популације и растући контингент неактивног становништва (40%), посебно међу женским становништвом, представљау проблеме којима су осим старења и депопулације, села у Србији додатно оптерећена.

Табела 3.13- Запосленост сеоског становништва Србије, 2004 и 2011

	Укупно активно	Запослено		Незапослено		Неактивно	
*2004**		Број	%	Број	%	Број	%
Свега	2118497	1175544	5,49	259491	12,25	683462	32,26
Мушко	1080153	726573	7,27	121775	jan.00	231805	21,46
Женско	1038343	448971	43,24	137716	13,26	451657	43,5
2011							
Свега	2009757	951855	47,3	267179	13,2	790723	39,3

Извор: РЗС, Анкета о радној снази за 2004. и 2011. годину, Београд

Неповољни демографски трендови имају за последицу неповољну образовну стуктуру сеоске радне снаге, која по својим перформансама не може да испуни захтеве тржишта рада. Скромна знања и непостојање додатних вештина сеоске популације генерално, потврђују и подаци Анкете о животном стандарду (АЖС), према којима се 97% руралне популације изјаснило да није похађало додатне образовне курсеве, а 54% да нема посебна знања и вештине. Знања и вештине сеоске радне снаге извесно нису

примерене захтевима савремене технологије и неповољно делују на укупан капацитет радне снаге у руралним подручјима.

Међу сеоским становништвом је близу 50% лица са највише завршеном основном школом (табела 3.14), што је веома неповољно у контексту унапређења пољопривредне производње, али и са становништа предузетништва, креирања нових послова и унапређења конкурентности постојећих производа и услуга. Састав сеоског становништва према школској спреми је сличан нивоу образовања пољопривредног становништва и у оба контингента је Анкетом о радној снази забележено снижавање пропорције најслабије образованих на рачун пораста броја лица који имају завршено средњешколско образовање.

Табела 3.14- Сеоско становништво старо 15 и више година према школској спреми, 2008-2010

	2008	2010	2012
Без школе	6,26	5,33	4,55
Непотпуна основна школа	19,98	19,79	17,96
Основна школа	29,37	29,47	28,58
Средња школа	39,55	40,29	42,64
Виша школа	2,70	2,78	3,14
Висока школа	2,13	2,34	3,12

Извор: РЗС, Дисеминациона база података, област Становништво, 2010. година

Вишу и високу школу има тек нешто више од три процента укупног сеоског становништва. Квалитет радне снаге један је од ограничавајућих фактора економског развоја сеоских подручја, јер инвеститори „заобилазе"места у

којима немају на располагању квалитетну и обучену радну снагу. С друге стране, образованија популација се тешко задржава у руралним подручјима без атрактивног економског окружења и радних места примерених њиховим специфичним знањима и преференцијама.

3.3 ДЕМОГРАФСКА И ЕКОНОМСКА ОБЕЛЕЖЈА ДОМАЋИНСТАВА У СРБИЈИ

У Србији је пораст броја домаћинстава био интензивнији од пораста броја становништва што је последица модернизацијских промена које су се у одвијале веома интензивно након завршетка Другог светског рата. Реч је о процесима индустријализације и урбанизације, интензивним послератним имиграцијама из мање развијених република некадашње заједничке државе (посебно послератна колонизација Војводине), али и на краћим релацијима село-град, затим процесима уситњавања породице, тј. деобама традиционалних проширених породица на уже целине. Тенденција бржег пораста броја домаћинстава у односу на број становника присутна је у свим послератним међупописним периодима, да би се у периоду 1991-2002. динамика раста домаћинстава приближила кретању укупног становништва (Бобић, 2005). Пописом становништва 2002. године регистровано је 2.521.190 домаћинстава (табела 3.15), а од 1971. године њихов број је увећан за око 516 хиљада.

Табела 3.15- Укупан број домаћинстава према типу насеља, Србија 1971 – 2002.

	1971	1981	1991	2002
Србија	2060003	2339891	2418156	2521190
Градска	1040287	1390039	1379360	1481304
Остала	1019716	1049852	1038796	1039886

Извор: Попис становништва, домаћинстава и станова за 1971., 1981., 1991. и 2002. годину, Републички завод за статистику, Београд.

Најинтензивнији пораст броја домаћинстава се догодио између 1971. и 1981. у градским насељима у Србији, а на пораст укупног броја домаћинстава у Србији у другој половини 20. века непосредно су утицала два фактора: пораст броја становника и промена у просечној величини домаћинства.

Табела 3.16- Број домаћинстава, према поседовању пољопривредног газдинства, Србија 1991. и 2002.

	1991	2002
Укупно	2408287	2521190
са газдинством	963378	778891
без газдинства	1444909	1742299
Градска	1378423	1481304
са газдинством	214518	144952
без газдинства	1163905	1336352
Остала	1029864	1039886
са газдинством	748860	633939
без газдинства	281004	405947
Структура у %		
Укупно	100,0	100,0
са газдинством	40,0	30,9
без газдинства	60,0	69,1
Градска	100,0	100,0
са газдинством	15,6	9,8
без газдинства	84,4	90,2
Остала	100,0	100,0
са газдинством	72,7	61,0
без газдинства	27,3	39,0

Извор: Попис становништва, домаћинстава и станова за 1991. и 2002. годину, Републички завод за статистику, Београд.

Анализа домаћинства према поседовању пољопривредног газдинства (табела 3.16), је показала, да за разлику од раста укупног броја, број домаћинстава са газдинством опада.

Највеће смањење броја домаћинстава са газдинством, у апсолутном износу, је забележено у градским насељима (са око 214 на145 хиљада домаћинстава, или за скоро трећину). И у сеоским насељима је број домаћинстава са газдинством опадао а као последица се јавила све бројнија категорија домаћинстава са мешовитим и непољопривредним изворима прихода.

Зависно од поседовања газдинства и извора прихода варира и просечна величина домаћинства (табела 3.17). Због нешто спорије трансформације сродничког састава, пољопривредна домаћинства и домаћинства са газдинством, по правилу, имају нешто већи број чланова, тј. сложенијег су састава. Па ипак, већ у подацима пописа из 1981. региструје се повећање заступљености мањих заједница (једночланих и двочланих) у пољопривредним домаћинствима, што је било природније очекивати за непољопривредни тип, а што је вероватно последица великих миграција млађег становништва у градове, тј. процеса деаграризације.

Табела 3.17- Просечна величина домаћинства према типу насеља, Србија 1971 – 2002.

	1971	1981	1991	2002
Укупно	3,5	3,3	3,2	3,0
Градска	3,1	3,0	3,1	2,9
Остала	4,0	3,7	3,5	3,2

Извор: Попис становништва, домаћинстава и станова за 1971., 1981., 1991. и 2002. годину, Републички завод за статистику, Београд.

У каснијим годинама успостављају се очекивани односи у размештају једночланих домаћинстава, с тим што двочлана домаћинства и даље задржавају превагу унутар пољопривредних. Разлог томе вероватно треба потражити у »пражњењу села«, тј. чињеници да на сеоском газдинству живе остарели родитељи, без млађих потомака (Бобић, 2005).

У Србији данас највећи број становника живи у непољопривредним домаћинствима (табела 3.18). Пољопривредна домаћинства чине већину само међу домаћинствима која броје више од 7 чланова. У свим осталим категоријама домаћинства, пољопривредна домаћинства су у мањини (посебно у четворочланим домаћинствима) а са нешто више партиципирају у категорији двочланих и једночланих домаћинстава. У периоду од три деценије уназад највише је растао број једночланих пољопривредних домаћинства, са 8,1% на 15,6%, затим двочланих, са 19,7 на 28,2% а опадао је број четворочланих и вишечлана домаћинства (преко 7 чланова). Према типу насеља, сеоска домаћинства броје више чланова од градских, што је последица још увек значајног присуства домаћинстава мешовите економије, чији чланови комбинују рад у пољопривреди (родитељи) и у оближњим градовима (њихови потомци), а што је и одраз успорене урбанизације. Промене у просечној величини домаћинстава одражавају структурне трансформације у породичном саставу, у правцу опадања класичних форми потпуних породица, родитеља и деце (Ђорђевић, 2008). Породична домаћинства су преовлађујућа форма приватног живота у Србији, чинећи 78% свих, с тим да се бележи њихово опадање, посебно у последњем међупописном раздобљу (Станковић и Костић, 2005). Према подацима последњег пописа, број старачких домаћинстава у Србији износи преко 435 хиљада или 17,3% свих, што значи да је свако шесто домаћинство старачко а њихова заступљеност је виша у сеоским него у градским срединама. Процес старења становништва је додатно утицао на смањење просечне величине домаћинства, јер је значајно порастао удео самачких старачких домаћинстава услед смрти једног од супружника. Подаци о изворима прихода домаћинстава могу се пратити од 1961. године. У том периоду, услед развоја привреде, урбанизације и деаграризације, дошло је до значајног смањења процентног учешћа домаћинстава са приходима из пољопривредних делатности, а пораста учешћа из непољопривредних делатности.

Табела 3.18- Домаћинства према изворима прихода – према типу насеља, Србија 2002.

	Укупно	Пољо-привреда	Непољо-привреда	Лични приходи	Из више прихода	Без прихода
	2521190	163971	904884	755270	560790	136275
У приградским насељима	1481304	13265	647416	457275	292234	71114
У осталим насељима	1039886	150706	257468	297995	268556	65161
Структура у процентим						
	100,0	6,5	35,9	30,0	22,2	5,4
У градским насељима	100,0	0,9	43,7	30,9	19,7	4,8
У осталим насељима	100,0	14,5	24,8	28,7	25,8	6,3

Извор: Попис становништва, домаћинстава и станова за 2002. годину, Републички завод за статистику, Београд.

Према Предојевић (2006), на почетку 21. века у Србији само из пољопривреде имало је приходе 164 хиљаде домаћинстава (6,5%), а 905 хиљада само из непољопривреде (35,9%). Само са личним приходом било је 755 хиљада (30,0%), а из више различитих фондова имало је приходе нешто мање од 561 хиљада домаћинстава (22,2%), док је без прихода било чак 136 хиљада домаћинстава (5,4%). У сеоским насељима је већина домаћинстава са приходима само из пољопривреде (150 хиљада), док је у градским насељима видно већи број домаћинстава са приходима само од непољопривреде, као и само са личним приходима (Предојевић, 2006).

Раст броја непољопривредних домаћинстава није био усклађен са урбанизацијом, те напуштање пољопривредне производње није било праћено сразмерним порастом удела градског становништва. Напротив, један део сеоског становништва се оријентише на рад изван пољопривреде, а да при томе не мења место свог боравка, док други део, захваљујући сложенијој сродничкој организацији породице, комбинује двојну економију и приход из пољопривреде и непољопривреде. На тај начин се на селу успоставља следећа типологија домаћинстава односно породица: 1) чисто пољопривредно које је у опадању, 2) мешовито, такође у паду; и 3) растуће непољопривредно. Као посебан тип сеоског домаћинства издваја једну

социо-демографску категорију, тзв. "старачких" домаћинстава (остарелог брачног пара без деце, или једног родитеља - удовца/удовице), (Милић, 1986, према Бобић, 1999).

Мешовито сеоско домаћинство, чији се број као и број пољопривредних домаћинстава данас смањује, одликује се двојношћу прихода: из пољопривредне производње и по основу рада чланова изван газдинства. Број ових домаћинстава расте крајем 50-их и почетком 60-их, а затим опада. Иако су мешовита сеоска домаћинства светско искуство, у Србији се ради о специфичном феномену, условљеном потешкоћама у послератном привредном и социо-културном преображају, који је условио задржавање ситног сељачког поседа, уз успорен раст и развој пољопривредне производње, нестабилност услова привређивања у пољопривреди. Већина аутора се слаже у неповољној процени друштвеног доприноса мешовитих сеоских домаћинстава: пољопривредна производња се не усавршава, а губи и локална индустрија, услед великог броја радника-полутана. Док број пољопривредних и мешовитих домаћинстава опада, истовремено расте број непољопривредних сеоских домаћинстава, најчешће у близини градских центара (приградска насеља), где се становништво запошљава у индустрији и услугама, а пољопривредни поседи се отуђују или бивају експроприсани као грађевинско земљиште. У најновије време село постаје центар привременог или дужег боравка градских пензионера, што је значајан фактор урбанизације села.

За ову тезу су посебно релевантна економска обележја сеоског пољопривредног домаћинствам која карактерише мали, уситњен и испарцелисан земљишни посед уз тенденције даље деобе и отуђења (наслеђе, продаја, закуп). Такво газдинство отежава процес тржишне трансформације, што подразумева увођење савремене технике и технологије, производну специјализацију и професионализацију рада и хемизацију пољопривредне производње.

4.1. ЕКОНОМСКО-ГЕОГРАФСКЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ АГРАРНОГ ПРОСТОРА СРБИЈЕ

Основна карактеристика вишедеценијског стања пољопривреде Србије јесте економска девастација и стално смањење дохотка пољопривредних произвођача (Томић, Шеварлић и Лукач, 2008). Исти аутори сугеришу да уместо да се у процесу придруживања Србије Европској унији зауставе вишедеценијске негативне тенденције у националној економији, које се посебно манифестују у претежној функцији пољопривреде као социјалног „стабилизатора", оне су додатно продубљене деловањем глобалне економске кризе. То се пре свега манифестује у општем паду цена пољопривредних производа, чији је интензитет смањења знатно јачи него што је смањење цена аграрних инпута и финалних пољопривредно-прехрамбених производа. Такође, у условима глобалне економске кризе смањује се тражња за квалитетнијим, здравствено-безбеднијим и профитабилнијим пољопривредно-прехрамбеним производима – што се негативно одражава и на структуру пољопривредне производње. Посебан проблем је кредитирање због чега се у условима смањења и поскупљења расположивих финансијских средстава, фармери радије опредељују за смањење сетвених површина и броја стоке и за екстензивнију производњу која је финансијски мање захтевна. Сви ови фактори успоравају темпо процеса модернизације и међународних интеграција пољопривреде у Србији (Томић, Шеварлић и Лукач, 2008).

Велики проблем пољопривреде у Србији је и чињеница да је пољопривреда неатрактивна делатност за стране директне инвестиције, будући да у структури укупних СДИ у привреди Србије учествује са свега 0,2 одсто у 2006. и 0,7 одсто у 2007. години (Томић, Шеварлић и Лукач, 2008). Према овим ауторима, разлози минорног учешћа пољопривреде у укупном пласману страних директних инвестиција у Србији су: ниска профитабилност сектора, нестабилни економски и климатски услови за производњу,

неповољна аграрна структура, одсуство стандарда квалитета и државних субвенција неопходних за пласман пољопривредно-прехрамбених производа на иностраним тржиштима.

Полазећи од потенцијалних могућности за развој пољопривреде у Србији и позитивног искуства развијених земаља, у Србији је према Пејановић и Тица, (2008) неопходно подржавати западни модел предузетничког породичног фармерства**.** При том треба дефинисати породично газдинство у смислу како се то чини у земљама развијене тржишне економије. Унашим условима то би било оно газдинство које омогућује егзистенцију просечне четворочлане породице са поседом од 10-30 ха обрадивог земљишта и адекватним бројем условних грла стоке. Према мишљењу Пејановић и Тица (2008), пољопривредна газдинстава испод 5 ха обрадивог земљишта би морала да буду посебан предмет интересовања аграрне политике јер су то „газдинства која више шансе имају око пољопривреде''. Реч је о ''породичном бизнису'' који подразумева бављење различитим делатностима у оквиру сеоских домаћинстава (туризам, занатске услуге, трговина и др.).

Сличних ставови су изнети и у оквиру пројекта пројекта *Савременог пољопривредног газдинства* (Јанић, 1988), као организоване, осмишљене, научно испројектоване и функционалне целине. Према овом аутору, савремени услови живота, диктирани свакодневним друштвеним променама, брзо попримају нове обрисе и све више деформишу стремљења ка хуманијем и квалитетнијем животу сводећи се на борбу већине људи око голе егзистенције. Према Јанић (2008) такав начина живљења је данас постао реалност за велики број сеоског и руралног становника у Србији где је село, услед лошег концепта развоја, дуго времена спутавано друштвеним догмама живот на селу је постао синоним за лошу животну перспективу и још лошији квалитет живљења. Из тог разлога уследиле су миграције село-град и село је почело убрзано да "стари", производња да заостаје, а производни потенцијали да се недовољно користе (Јанић, 2008).

Значај пољопривреде за привредну структуру Републике Србије, мерено уделом сектора у бруто друштвени производ (БДП) и укупној запослености је велики. Према званичним подацима (Анкета о радној снази, октобар 2008), чак 21,4% запослених ради у пољопривреди, што чини око 18% активног становништва а на основу резултата пописа 2002 године, пољопривредно становништво је чинило 11% укупне популације. Основни разлози високе зависности од пољопривреде свакако су смањене могућности запошљавања и ниска инвестициона активност, поготово у руралним подручјима. Учешће пољопривреде у структури БДП је релативно високо и у 2009. години износило је 10,62%. Међутим, и поред релативног смањења удела пољопривреде и прехрамбене индустрије у БДП, тај сектор знатно доприноси осталим индустријским секторима који зависе од сировина из пољопривреде, индустрији инпута за пољопривреду и пратећим услужним делатностима.

Данас Србија има 5.632 хиљада. ха пољопривредног земљишта (63,7% укупне територије), које је по заступљености, бонитету и начину коришћења веома хетерогено у простору, углавном, у зависности од надморске висине. Оранице (3.600 хиљада ха) чине у просеку 63,9% укупних пољопривредних површина, воћњаци - 4,5% (250 хиљада ха), виногради - (70,8 хиљада ха), ливаде - 12,6% (708 хиљада ха) и пашњаци 18% (1.015 хиљада ха). Доминантан део ораница налази се у равничарским и долинско-котлинским пределима, где преовлађују земљишта погодна за интензивну ратарско-повртарску производњу. Бројни микрорегиони имају природне услове за узгајање винове лозе, а брдовита подручја - за конвенционалну и органску производњу континенталног воћа, док се у брдскопланинским крајевима налазе простране ливаде и пашњаци од велике еколошке вредности. Очување земљишних ресурса угрожавају распрострањена ерозија, примена неадекватне агротехнике и фактори социоекономске природе. Током последње деценије ораничне површине су смањене за 65,7 хиљада ха, воћњаци за 4,5 хиљада ха и виногради за 13,5 хиљада ха, уз повећање

површина трајних травњака за готово 50 хиљада ха, што у збиру даје смањење укупних пољопривредних површина за 133,7 хиљада ха. Главни узроци ових супротних тенденција по наменама коришћења јесу: заузимање најплоднијих земљишта у грађевинске и друге непољопривредне сврхе, економска и социокултурна демотивисаност за бављење пољопривредном производњом, напредовање депопулације и сенилизације планинских и других инфраструктурно неопремљених села, и институционални проблеми агроиндустријских комбината.

Нешто мање од 80% укупних пољопривредних површина налази се у поседу породичних газдинстава, око 17% је у државном власништву, а преостали део је у задружном и друштвеном власништву. У Републици Србији је извршена делимична реституција пољопривредног земљишта - Законом о начину и условима признавања права и враћању земљишта које је прешло у друштвену својину по основу пољопривредног земљишног фонда и конфискацијом због неизвршених обавеза из обавезног откупа пољопривредних производа („Службени гласник РС”, бр. 18/91, 20/92 и 42/98) и Законом о враћању (реституцији) имовине црквама и верским заједницама („Службени гласник РС”, број 46/06), а преостаје да се врати пољопривредно земљиште одузето аграрном реформом и национализацијом. Поседовна структура пољопривредног земљишта је поред неспорних предности доминације приватног власништва, утицала на заостајање пољопривреде у Србији. Негативан утицај је испољен основним карактеристикама приватних поседа као што су уситњеност, расцепканост, мешовитост , нетржишност или ниска тржишност, низак степен коришћења модерне технике и технологије, ниска продуктивност рада и низак профит, из чега се да закључити да она нису оспособљена за масовну производњу. Њихова величина се мора прилагодити захтевима модерне технике и технологије (Томић и Симоновић, 2008).

По попису из 2002. године на подручју Републике Србије без података из АП Косово и Метохија има око 779 хиљада домаћинстава с газдинством, просечне површине 2,5 ха укупно коришћеног земљишта (пољопривредно, шумско и неплодно), од тога готово половина има мање од 2 ха, а само 10% више од 8 ха. Законско лимитирање земљишног максимума сељачких газдинстава, које је онемогућило природни економски ток концентрације капитала и имало за последицу уситњавање уместо укрупњавања сељачког поседа, имало је далеко веће и далекосежније негативне ефекте на развој пољопривреде, него што је било формирање пољопривредних предузећа и земљорадничких задруга на конфискованом, национализованом и неплодном земљишту, јер је на овај начин, мада политичком и законском принудом, извршена концентрација земљишта, капитала и кадрова у пољопривреди (Новковић, Родић и Радојевић, 2008).

Данас структуру руралне економије у Србији карактерише доминација пољопривреде, а поред пољопривреде у сеоској економији значајније учествују и прехрамбена индустрија, рударство и енергетика, док је удео терцијарног сектора релативно низак. Достигнути ниво диверзификације економских активности лимитиран је неповољним положајем аграрног сектора и руралних подручја у развојним политикама и опредељењима, неповољним тржиштем капитала и несигурним инвестиционим амбијентом, ограниченим тржиштем за пласман производа и услуга, недовољно едукованим људским потенцијалом и ниским нивоом приватног предузетништва. На основу података АРС за 2008 годину, учешће пољопривреде у укупној запослености у Републици Србији и даље је изузетно високо и износи преко 20%. Овај индикатор у Републици Србији има тенденцију смањења, али не тако динамичног како је било у другим транзиционим земљама. Разлог томе је споро реформисање привредне структуре и отуда проистекла недовољна тражња за радном снагом, односно мале могућности запошљавања. Овако висок удео руралног становништва запосленог у пољопривреди сврстава Републику Србију у ред

„најаграрнијих" европских земаља. Међутим, и поред високог учешћа пољопривреде у укупној запослености, очекује се да ће постојећа производна структура, посебно у неким деловима Републике Србије, у будућности бити угрожена због недостатка радне снаге. У прилог томе говори податак да око 50% запосленог руралног становништа има неформално радно ангажовање, што указује да је реч о значајном контигенту радне снаге који се само формално убраја у пољопривредну радну снагу и да ће свакој прилици за рад ван тог сектора дати предност.

Дефицит радне снаге у пољопривредно најразвијенијим регионима компензован је протеклих година избегличком популацијом или радницима који су остајали без посла у индустрији. Оба ова „извора" радне снаге у међувремену су смањена а да то паралелно није било праћено механизовањем радних процеса и техничко-технолошким напретком. Ови разлози условили су дефицит радне снаге у појединим деловима земље, и промену производне структуре пољоприведе у правцу веће заступљености производа за које је мање потребна људска радна снага. Осим АРС, и други статистички извори (АЖС 2007) бележе да је чак 45% до 50% руралног становништва Републике Србије запослено у пољопривреди, што је јасан доказ ниско диверсификоване активности и прихода руралног становништва. Ниска диверсификација активности руралног становништва упућује на неразвијено рурално тржиште рада, недовољну понуду радних места и квалитетних (дугорочних, стабилних, добро плаћених) послова.

Осим у пољопривреди, запослена рурална радна снага више је ангажована у прерађивачкој индустрији (16,3%), трговини на велико и мало (9,5%) и грађевинарству (6%). Недовољна развијеност јавних сервиса и сектора услуга у руралним подручјима разлог је малог броја радних места у тим делатностима, па је њихова ниска заступљеност у укупној запослености очекивана. Најзначајније манифестације промена на руралном тржишту рада у Републици Србији су висока стопа незапослености, посебно млађе

популације, и високе стопе трајних миграција млађе женске популације. Ове промене се одражавају на измену производне структуре пољопривреде, смањују виталне карактеристике руралне популације и негативно делују на економску атрактивност тих средина. Према Богданов (2008), све наведено говори у прилог томе да у Србији постоје „distress push" фактори („немаштином притиснути" фактори) диверсификације руралне економије, који су карактеристични за неразвијена рурална подручја и подразумевају да су сиромашни слојеви руралне заједнице приморани да траже запослење ван газдинства као стратегију свог опстанка.

Резултати Анкете о радној снази показали су да је посматрано према типу радног ангажовања у односу на власништво, 23% руралног радноспособног становништва самозапослено, 14% ради у домаћинству а 62% има формално запослење код других лица (АРС, 2009). Исти извор наводи да сопствени бизнис са ангажованом туђом радном снагом најмање је заступљен као вид запослења руралне популације (3%). Посматрано према секторима, највећи део запослених кроз овај вид радног ангажовања односи се на трговину (39%), пољопривреду (28%) и индустрију (13%). Сопствени бизнис у којем није ангажована туђа радна снага има 20% активне руралне популације, са доминантним учешћем пољопривреде (76%) и скромним учешћем трговине и грађевинарства. Наведени подаци генерално говоре да је само 7% активне руралне популације самозапослено (са или без ангажовања туђе радне снаге) у делатностима које нису везане за пољопривреду (АРС, 2009). Овај податак се може сматрати објективном мером одсуства предузетништва у руралној економији у Србији.

Системско и структурно реформисање аграрног сектора Републике Србије почело је након политичких промена 2000. године. Генерално, најзначајнији елементи реформских процеса у аграрном сектору Републике Србије од 2000. године до данас свакако су били: либерализација тржишта, организационе и власничке промене у предузећима, приватизација прерађивачке индустрије,

активирање аграрног финансијског тржишта, диверзификација пољопривреде и стварање нових и квалитетних непољопривредних послова. На овим елементима је у Просторном плану Републике Србије утемељена основна претпоставка одрживог руралног развоја где се каже да „комплементарност аграра са осталим делатностима доводи до успоравања депопулације и социјално-економског преображаја села. Обнова села и оживљавање сеоске економије темељи се на интеграцији савремених производних и потрошачких тенденција, као и локалног наслеђа, ресурса, културе, традиције и знања. Без стимулативног вредновања рада и јавне афирмације квалитета и начина сеоског живота не може се у руралним подручјима задржати становништво нити се она могу просторно и економски развијати. Постојање микроразвојних центара обезбеђује само комплементарност сеоске и градске економије“.

У оквирима Просторног плана Републике Србије за период од 2010 до 2020 године, у контексту децентрализације функције рада и стварање субмиграционих система у урбаним агломерацијама и периурбаним просторима, предвиђена је примена модела децентрализоване концентрације становништва и функција који одговара принципима одрживог развоја, па тако и одрживог руралног развоја. У том смислу је наглашена важност економичаног става у погледу коришћења простора, ресурса, енергије и транспорта, што у конкретним условима значи да је најпогоднији инструмент имплементације модела децентрализоване концентрације, примена концепта микроразвојних нуклеуса - насеља са развијеном јавно-социјалном инфраструктуром и делатностима из сектора услуга у којима су лоцирани индустријски погони прилагођени савременим технологијама, еколошким стандардима и аутохтоним сировинама. Њима се подстиче развој производње базиране на локалним ресурсима (дрво, сточарски производи и сл), отварање нових радних места и појава двојних занимања становништва (аграрна и њима комплементарна занимања).

Данас је неспорно да комплементарност аграра са осталим делатностима доводи до успоравања депопулације и социјално-економског преображаја села (Шеварлић, 2009; Василевска, 2009; Његован; 2008, Закић, 2010). Обнова села и оживљавање сеоске економије темељи се на интеграцији савремених производних и потрошачких тенденција, као и локалног наслеђа, ресурса, културе, традиције и знања. Без стимулативног вредновања рада и јавне афирмације квалитета и начина сеоског живота не може се у руралним подручјима задржати становништво нити се она могу просторно и економски развијати. Постојање микроразвојних центара обезбеђује се комплементарношћу сеоске и градске економије.

4.2 НЕПОЉОПРИВРЕДНА РУРАЛНА ЕКОНОМИЈА У СРБИЈИ

Непољопривредна рурална економија је заокупила пажњу научне и стручне јавности током седамдесетих година прошлог века и то у развијеним економијама Европе и САД. Постоји читав низ дефиниција руралне непољопривредне економије које терминолошки варирају сагласно са неуједначених схватањем појма руралног а најчешће се непољопривредна рурална економија дефинише као свеукупност економских активности у руралним подручјима искључујући активности везане за производњу примарних пољопривредних производа. Рурална непољопривредна економија обухвата неке делатности повезане са пољопривредом, као што су прерада хране, друге врсте малих бизниса, приходе од социјалних трансфера, камате, дивиденде, ренте и дознаке од повременог или сталног запослења у урбаним подручјима (Davis, 2000, према Богданов, 2007).

Према Богданов (2007), рурална непољопривредна екомомија, као развојни концепт, решава кључне проблеме већине руралних подручја: абсорбује вишкове руралне радне снаге и смањује прикривену незапосленост; смањује производни ризик пољопривредних газдинстава њиховим ангажовањем у активностима које допуњују или замењују пољопривредни доходак; обезбеђује опстанак газдинства у условима када је пољопривредна

производња уништена или угрожена; доприноси повећаном искоришћавању компаративних предности руралних подручја (природних и физичких ресурса, локације, трошкова радне снаге исл.); доприноси убрзању економског раста руралних подручја; унапређује укупан квалитета живота, производа и услуга у руралним срединама. Осим тога, рурална непољопривредна економија кроз широк спектар услужних делатности и делатности повезаних са пољопривредом, има снажан, директан и индиректан утицај на укупан економски раст. Искуства развијенијих земаља дају аргументована уверења да диверсификација економије руралних подручја може да: убрза раст локалне економије; умањи јаз између руралних и урбаних подручја и позитивно делује на смањење руралног сиромаштва (Богданов, 2007).

Неопходност стварања адекватних могућности за диверсификацију руралне економије препозната је у многим стратешким документима и развојним програмима у Србији. Са друге стране, наведени подаци о економској структури руралних подручја указују на још увек јако високу зависност од пољопривреде. Прерада и дорада пољопривредних производа, друге индустријске гране и терцијарни сектор још увек су недовољно развијени у руралним подручјима Србије. Заступљеност приватног сектора је такође скромна – приватни сектор, осим у пољопривреди, значајније је заступљен само у трговини. Основно ограничење експанизивнијем развоју сектора услуга и прераде извесно је у неповољним условима на финансијском тржишту али је неоспоран и утицај широког спектра фактора карактеристичних за транзиционе земље. Дугогодишња привредна рецесија и толерисање неформалних привредних активности током 1990-тих, узрок су што је удео сиве економије у Србији остао нешто виши него у другим земљама у транзицији. Обзиром на ниску квалификациону структуру и сужене могућности запошљавања у другим секторима, извесно је да део руралног становништва остварује доходак у сивој зони. Ови облици радног ангажовања (препродаја пољопривредних производа, рад жена у градским

домаћинствима исл.), карактеристични су за оне слојеве руралног становништа који располажу са најмање физичког и другог капитала.

За истраживање непољопривредне руралне економије веома је значајна студија „Мала рурална домаћинства у Србији и рурална непољопривредна економија“ аутора Наталије Богданов (2007), у издању UNDP (Програм Уједињених нација за развој) и Министарства пољопривреде, шумарства и водопривреде, у оквиру које су представљени ретултати анкетног истраживања на малим руралним домаћинствима. Интерпретацијом резултата по дефинисаним варијаблама, закључено је да што је домаћинство мање зависно од пољопривреде, то мање види своје чланова у активностима везаним за села и пољопривреду. Домаћинства којима је пољопривреда додатни приход или немају приход од пољопривреде, своју перспективу виде у запошљавању ван пољопривреде или чак започињању сопственог бизниса. Испитаници ове студије своју перспективу виде у запошљавању у делатностима за које су се школовали и ретко се одлучују за унапређење других вештина и способности. Домаћинства која виде перспективу у сопственом бизнису, често имају повољнију образовну структуру. Од додатних знања и вештина које су испитаници ове студије наводили, најчешће су биле делатности повезане са примарним сектором, као што су прерада воћа и поврћа, шумарство, или занатима као што је народна радиност, технички занати и рад у трговини и угоститетљству. Жене испитанице су чешће поседовале додатне вештине и знања (47:45%) и то у преради воћа и поврћа и народној радиности. Мушкраци су се изјаснили да би могли да се баве шумарством, сечом дрвета и техничким занатима. Млађе особе (од 18 до 25 година) знатно ређе од старијих су имале вештине у традиционалним занатима (прерада воћа и поврћа, сеча дрва, народна радиност), а чешће у услужним делатностима (трговина, угоститељство идр). Регионално сагледано, прерада воћа и поврћа је као вештина присутнија у региону у околини великих привредних центара, сеча дрва и народна

радиност у брдско-планинском региону, а услужна делатност се као вештина наводи чешће у равничарском региону (Богданов, 2007).

Резултати студије су такође показали да у руралним подручјима Србије доминира диверзификација прихода а не диверзификација активности. За већину домаћинстава, достигнут ниво диверсификације дохотка још увек није довољан да значајније превазиђе егзистенцијалне потребе домаћинства и омогући значајнију акумулацију. Према Богданов (2008) овакво стање одговара иницијалној фази диверсификације прихода, иако би, са обзиром колико траје, акумулација морала бити довољна да се постигне значајнија заступљеност и диверсификације активности. Ово тим пре што у селима у Србији извесно постоји традиција приватног газдинства, и искуство у тржишном пословању и удруживању.

4.3 ИСТРАЖИВАЊА ПРЕДУЗЕТНИШТВА У СРБИЈИ

Предузетништво је и у националним стратегијама Републике Србије препознато као модел диверзификације сеоске привреде и одрживог руралног развоја. Истраживања предузетништва, а са тим у вези и истраживања малог и микро бизниса који је у селима Србије најчешћа форма непољопривредне запослености, не рачунајући сеоско становништво запослено у општинским центрима, најчешћа су у оквиру Националне агенције за регионални развој и Агенције за привредне регистре. У овим институцијама је уобичајена класификација правних лица према величини и броју запослених, па се тако разликују микро предузећа – број запослених до 9, мала предузећа – број запослених 10-49 и средња предузећа – број запослених 50-249. Предузетници (радње), као физичка лица која самостално обављају делатност, укључени су микро предузећа.

На основу евиденције Агенције за привредне регистре (2010), у 2009. години у Србији је 99,8% привредних субјеката чинио сектор малих и средњих предузећа и предузетника (МСПП). Од 2008 до 2009 године, повећан је

укупни броја привредних субјеката за 12.125, што је резултат повећања броја предузетника за 11.420 и микро предузећа (за 703), док је број малих и посебно средњих предузећа, опадао. Посматрано по величини, у структури сектора МСПП најбројнија су микро предузећа 95,9%, у којима је запослено 412.457 радника или скоро 1/2 запослених Континуиран раст броја МСПП био један од очекиваних ефеката транзиционих реформи који не значи истовремено и виши ниво развијености предузетничког сектора, јер је реч о микро предузећима и предузетницима слабе економске снаге и са малим утицајем на ублажавање повећане незапослености.

За институционални развој малих и средњих предузећа у Србији, такође и предузетништва али и кућног бизниса као једне од субкатегорија микро бизниса, велики утицај је имао Акт о малим предузећима – The Small Business Act (SBA) – који је искоришћен као заједнички оквир развојне политике овог сектора на нивоу ЕУ а одражава и политичку вољу Европске Комисије да призна централно место МСП у економији ЕУ. Принцип на ком почива SBA је „Think small first“ што значи мислити прво о малима, тачније, то је принцип који првенствено треба да обезбеди уважавање потреба МСП кроз све фазе економске политике. SBA се заснива на 10 принципа који се односе на стварање подстицајног окружења у коме се предузетништво и породични бизнис вреднују, помоћ МСП како би боље искористиле могућности заједничког тржишта, унапређење вештина и знања, иновације и излазак МСП на растућа тржишта (посебно Кине и Индије). С обзиром на то да су припремане у приближно истом временском периоду, национална стратегија развоја МСП сектора у Републици Србији (Стратегија развоја конкурентних и иновативних МСПП 2008-2013) усклађена је са SBA и покрива готово све димензије овог документа, уз уважавање специфичних потреба домаћих МСПП.

За истраживање руралног предузетништва и микро бизниса у Србији, значајни су резултати студије о јавном мњењу представника средњих и

малих предузећа и предузетника које је 2009 године обавила Национална агенција за регионални развој. Истраживање јавног мњења представника средњих и малих предузећа је спроведено на репрезентативном узорку од 888 испитаника, власника малих и средњих предузећа и предузетника. Према типу предузећа реализовани узорак су чинили: мала предузећа (64%), средња предузећа (7%) и предузетници (29%). Међу важне резултате, релевантне за предмет истраживања у овој тези, спадају предузетничке карактеристике испитаника од којих већину власника/одговорних лица у предузећима чине мушкарци (две трећине). Интересантно је да је сваки трећи власник је узраста између 40 и 49 година, док је по образовној структури две петине њих завршило четворогодишњу средњу школу. Скоро 80% испитаника је ушло у посао тако што су га самостално започели, што уз 11% оних који су наследили породичну фирму чини већину у истраживању. Ово указује на то да је најчешћи начин покретања посла уз помоћ сопствених ресурса или, пак, уз помоћ ресурса породице (Национа агенција за регионални развој, 2010).

Истраживања о одрживости женских предузећа релевантна су за рурално предузетништво као стратегију брисања традиционалних мушко-женских подела на тржишту рада. Током јуна 2010. године на узорку испитаница које су похађале семинаре за самозапошљавање у оквиру Националне службе за запошљавање спроведено је истраживање чији су резултати објављени у студији „Од рањиве до одрживе групе“. Према овом истраживању, од 656 жена које су похађале обуку, 150 је основало властита предузећа, а у истраживању је учествовало 96 тадашњих предузетница. Основни циљ истраживања, које је спроведено након четири године, тј. у јуну 2010. године, био је да се утврди колико је фирми данас активно, а затим и да се анализирају узроци њиховог неуспеха. Фирме су најчешће отваране у сектору трговине на мало и занатских услуга, прерађивачке индустрије и књиговодствених услуга. У сектору туризма су, међутим, отворене свега две фирме које су нажалост убрзо и угашене. Овај налаз потврђује чињеницу да је

за бављање трговином и услугама потребан скроман почетни капитал, чиме се и објашњава највећи број фирми који је у овом сектору формиран, а и трошкови затварања су релативно ниски.

Резултати анкетног истраживања о стању, проблемима и потребама малих и средњих предузећа и предузетника спроведена је у складу са Програмом рада Националне агенције за регионални развој за 2010. годину, а на основу Акционог плана за спровођење Стратегије развоја конкурентних и иновативних МСПП за период 2008-2013. године, релевантно је, такође, за анализу руралног предузетништва и диверзификације сеоске економије у Србији. Истраживање је реализовано у сарадњи са Републичким заводом за статистику. Циљ овог истраживања је сагледавање стварне слике стања, проблема и потреба сектора МСПП и насталих промена у односу на претходну годину, како би се створила поуздана основа за доношење адекватних мера за подстицање његовог раста и развоја. Анкетирање је обављено на узорку од 3.000 извештајних јединица. Стратификација јединица оквира за избор узорка извршена је према областима делатности (изабраним групама делатности), броју запослених и територијалној заступљености (ниво округа).

Најважнији резултати релевантни за истраживање у овој тези су обухватила демографске карактеристике власника предузећа и састав малог бизниса према делатностима. Већина власника МСПП припада зрелом старосном добу, с обзиром на то да 64% испитаника има између 35 и 55 година старости. Удео млађих категорија предузетника (испод 35 година старости), од 18%, уравнотежен је са уделом најстарије категорије предузетника, с тим што је за два процентна поена већи у односу на резултате добијене анкетом у 2009. години. Млађе старосне групе чешће се опредељују за послове мањег обима и нижег степена сложености. На то указују варијације старосне структуре предузетника у зависности од величине пословног субјекта. Радњама и микро предузећима управљају релативно млађи предузетници,

док искуснији преовлађују код средњих и малих предузећа. Најмлађе власнике имају салони за негу и рекреацију, с обзиром на то да две трећине укупно анкетираних у овој делатности има мање од 35 година. Овој категорији припада трећина анкетираних власника угоститељских објеката и око четвртина власника специјализованих фирми за пружање ИТ и појединих интелектуалних услуга, као и сервиса за одржавање возила. У образовању, здравству, консалтингу, производним и грађевинским делатностима, власничке и управљачке функције у фирмама обављају предузетници који припадају релативно старијим старосним групама (изнад 45 година старости).

У српском предузетништву доминирају припадници мушког пола. Тек свака пета анкетирана фирма има жене на врху власничке/управљачке хијерархије. У том погледу постоје осцилације у зависности од величине пословних субјеката. Предузетнице су присутније код мањих фирми. У управљању предузећима у областима информационих технологија, графичких делатности, грађевинарства, производње и саобраћајних услуга апсолутну превагу имају мушкарци, с обзиром на то да предузетнице воде фирме у мање од 15% случајева. Жене су доминантне у управљању пословањем салона за негу и рекреацију, равноправне су са мушкарцима код здравствених услуга и нешто више заступљене у односу на просек код образовно-васпитних делатности и интелектуалних услуга.

Иако је у овим истраживањима изостала регионална компонента на основу које би се могло конкретно говорити о предузетништву у руралним областима Србије, разултати су значајни са два аспекта: прво, потврђују доминацији малих предузећа у структури приватних фирми, посебно микро бизниса, што је сагласно теоријским оквирима у тези по којима је једно од битних обележја нове економије раст микро бизниса, тачније сагласно ставовима да у новој економији мали постају све мањи а велики све већи. Ове структурне економске промене начина организације и управљања

предузећима у модерном, постиндустријском друштву су на штету средњих предузећа, чије је опадање у Србији условљено сличним факторима као и у другим транзиционим и напредним економијама. Други важан резултат овог истраживања јесу демографска обележја појединаца укључених у предузетништво, тачније власника бизниса. Интересантне су родне релације власника приватних предузећа у Србији, посебно у контексту истраживања специфичних стаопа активности женског становништва сеоских насеља, а које су у овој тези индикатор утицаја диверзификације пољопривреде и непољопривредних послова на два кључна демографска проблема села у Србији: емиграцију услед незапослености и полну неравнотежу.

РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

5.1 ПРОСТОРНИ РАЗМЕШТАЈ И КАРАКТЕРИСТИКЕ КУЋНОГ БИЗНИСА У СРБИЈИ

Ово поглавље садржи резултате емпиријског истраживања диверзификације руралне привреде, а диверзификација је за потребе тезе конкретизована истраживањем кућног бизниса у сеоским домаћинствима и газдинствима. У овом поглављу је фокус на анализи просторног размештаја кућног бизниса, интензитету зависног односа села од централног тржишта (Београд), просторним варијацијама демографских карактеристика власника кућног бизниса и на утицају кућног бизниса на одржив развој локалних руралних заједница у Србији. Посебно се указује на везе које се обављањем кућног бизниса остварују на релацији село-града и утицај урбано-руралних веза на опстанак новостворених послова, доходак домаћинстава, активност становништва и демографску одрживост заједница. Основна хипотеза истраживања диверзфикације руралне економије и са њом повезаног развоја кућног бизниса у Србији, је да карактеристике кућног бизниса варирају са дистанцом од Београда и да од типа активности и интензитета урбано-руралних веза зависи у којој мери ће кућни бизнис допринети генерисању дохотка и стварању шанси за запошљавање становништва у непољопривредним делатностима.

У развијеним земљама у свету, у кућни бизнис се чешће укључују становници руралних и сеоских заједница, чак два пута чешће него урбани резиденти (Orser and Foster 1992), а већа учесталост кућног бизниса у руралним заједницама имплицира и већи значај ове и других неконвенционалних економских форми у стратегијама одрживог развоја руралних области. У Србији је кућни бизнис нетранспарентна форма рада о којој нема званичне статистике, тако да је тешко казати којим уделом село односно град, партиципирају у укупној расподели појединаца укључених у кућни бизнис,

али се може претпоставити да је као и у другим земљама, кућни бизнис чешћи у руралним, периферним него у градским срединама. Анкета спроведена за потребе истраживања у овој тези, омогућила је истраживање просторних варијација карактеристика кућног бизниса према типу насеља, али је због недостатка узорачког оквира, било тешко говорити о укупној село- град дистрибуцији.

Структуру кућног бизниса у Србији одликује изразита хетерогеност послова те је било неопходно извршити њихову класификацију. Тако су разноврсни послови класификовани у једну од 11 делатности (табела 5.1) у складу са Уредбом о класификацији делатности (прилог 4) која има доста мањкавости. Тако се у категорији прерађивачка индустрија, нашао спектар најразличитијих послова прераде и производње који се из назива делатности тешко могу препознати. И категорија остале услужне делатности је обухватила велики број најразноврснијих послова на чији развој је посебно важно указати, јер су и оне индикатор транзиције ка економији услуга и нове руралне економије. Стога ни резултати анкетног истраживања класификовани према важећој Уредби, нису у потпуности упоредиви са резултатима сличних студија у свету. Зато је у прилогу 4 дата листа свих анкетом евидентираних врста послова који се обављају у кући и њима припадајућа делатности сагласно са Уредбом (прилог 4). Ову листу је потребно консултовати како би се сагледао диверзитет квалитативно нових и до сада непознатих активности у руралним областима у Србији.

Растући тренд руралног самозапошљавања и раст броја послова који се обављају у кући, део је генералне транзиције економије ка сектору услуга. Табела 5.1 показује да је у Србији близу половине власника кућног бизниса ангажовано у некој од делатности услужног сектора, тачније 44,2 %.

Табела 5.1: Структура кућног бизниса према делатностима, региону и полу*

	Укупно	Укупно				Регион											
		Укупно				Центар				Полупериферија				Периферија			
		Укупно	Пол			Укупно	Пол			Укупно	Пол			Укупно	Пол		
		Укупно	Мушки	Женски	Партнери	Укупно	Мушки	Женски	Партнери	Укупно	Мушки	Женски	Партнери	Укупно	Мушки	Женски	Партнери
N	310	310	84	135	91	46	10	26	10	80	28	30	22	184	46	79	59
sig			0.01				1.00				1.00				0.99		
Прерађивачка индустрија	27.1	27.1	17.9	29.6	31.9	21.7		23.1	40.0	18.8	17.9	20.0	18.2	32.1	21.7	35.4	35.6
Пољопривреда, шумарство и рибарство	25.2	25.2	28.6	17.8	33.0	6.5	10.0	3.8	10.0	38.8	39.3	26.7	54.5	23.9	26.1	19.0	28.8
Остале услужне делатности	19.0	19.0	07		16.5	34.8	10.0	46.2	30.0	13.8	3.6	23.3	13.6	17.4	8.7	24.1	15.3
Образовање	8.1	8.1	13.1	9.6	01.1	15.2	30.0	15.4		3.8	7.1	3.3		8.2	13.0	10.1	1.7
Трговина на велико и мало и поправка моторних возила	7.7	7.7	6.0	8.1	8.8	2.2		3.8		10.0	3.6	16.7	9.1	8.2	8.7	6.3	10.2
Информисање и комуникације	4.2	4.2	14.3		1.1	8.7	30.0		10.0	5.0	14.3			2.7	10.9		
Грађвинарство	3.5	3.5	9.5		3.3	2.2			10.0	6.3	14.3		4.5	2.7	8.7		1.7
Услуге смештаја и исхране	1.9	1.9	1.2	3.0	1.1					2.5		6.7		2.2	2.2	2.5	1.7
Стручне, научне, иновационе и техничке делатности	1.6	1.6	1.2	2.2	1.1	6.5	10.0	7.7						1.1		1.3	1.7
Пословање некретнинама	1.0	1.0		1.5	1.1					1.3		3.3		1.1		1.3	1.7
Административне и помоћне услужне делатности	0.6	0.6	1.2		1.1	2.2	10.0							0.5			1.7
Укупно	100%																

*У табелама је са sig означен резултат Hi-kvadrat testa, који указује на статистичку значајност варијација промењиве (делатности) кроз стратуме (регион, тип насеља и полни састав). Вредност теста у табели од 0,00 значи да између стратума постоји статистички значајна разлика у расподели промењиве, а у овој и наредним табелама, статистички значајна вредност је исписана белом бојом и мања је од ризика грешке прве врсте који износи 0,05.

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Ови резултати су сагласни са студијама других земаља где је кућни бизнис најчешћи у сектору услуга, грађевинарства и трговине (Rowe et al. 1999; Soldressen et al.1998) што указују на промену од сировински засноване сеоске производње ка услужно оријентисаној новој руралној економији.

Становници руралних области (периферије и полупериферије) у Србији, који су власници кућног бизниса, начешће су укључени у послове прераде и трговине пољопривредним производима, прерађивачке индустрије, осталих услужних делатности, затим трговине и грађевинарства док су урбани резиденти власници бизниса у „осталим услужним делатностима“, прерађивачкој индустрији, образовању, делатностима информисања и комуникација и стручним и иновационим делатностима (табела 5.1). Ови резултати су сагласни студијама кућног бизниса у Великој Британији или САД (Mason et al., 2008; Pratt, 1999), где у градским срединама у структури делатности преовлађују услуге (личне и професионалне) а грађевинарство, личне услуге и трговина у руралним заједницама. Варијације типова активности су условиле и различит допринос дохотку домаћинстава која се баве неком од врста кућног бизнисоа. Тако су продуктивнији послови они који су учесталији у градским срединама (професионалне услуге) него, на пример, личне услуге, грађевинарство или трговина, који доминирају у структури руралног кућног бизниса. О доприносу кућног бизниса генерисању прихода домаћинстава детаљније ће се дискутовати у седмом поглављу.

Интересантно је да туризам, угоститељство и други послови везани за смештај и исхрану гостију, У Србији неочекивано малим уделом (свега 2,5%) партиципирају у структури делатности руралног (полупериферија и периферија) кућног бизниса. Реч је о делатностима које привалаче потрошаче са удаљених локација и унапређују локалну економију (Mitchell, 1998) а за разлику од Србије, те делатности су веомазаступљене у структури кућног бизниса развијених земаља, на пример у Канади, где учествују са

више од 20% (Ofosuhene, 2005), а посебно су заступљене услуге ноћења са доручком (bed and breakfast services).

Осим локације и дистанце од централног тржишта, на врсту активности значајно утиче полни састав власника кућног бизниса. Жене власнице кућног бизниса чешће су укључене у слабије плаћене послове као што су остале услужне делатности, прерађивачка индустрија и прерада и продаја пољопривредних производа, док жена власница кућног бизниса нема у сектору информација и комуникација или грађевинарства. Са друге стране, мушкарци су бројнији у продуктивнијим делатностима попут информисања и комуникација, грађевинарства али и у образовању (табела 5.1). Импликација је да и допринос кућног бизниса одрживости прихода домаћинстава варира зависно од полног састава власника бизниса, тачније послови које воде мушкарци значајније доприносе стандарду породице него што је случај са пословима које воде жене. Иако кућни бизнис није у потпуности обликован утицајима слободног тржишт, индикативно је да ни кућни бизнис, као и укупна запосленост у Србије, није остао имун на родне диспаритете карактеристичне за капиталистичке радне односе.

Даље, табела 5.1 показује и неке регионалне родне варијације послова који се обављају у кући. Са порастом дистанце од центра повећава се број жена власница кућног бизниса у прерађивачкој индустрији, преради и продаји пољопривредних производа, трговини и услугама смештаја и исхране. Са друге стране, ка центру расте број жена предузетница у сектору услуга, тачније у оквиру осталих услужних делатности, затим у стручним, научним, иновационим и техничким делатностима и у области образовања.

Са дистанцом од центра, број мушкарца власника кућног бизниса расте у прерађивачкој индустрији, преради и продаји пољопривредних производа, трговини, грађевинарству и услугама смештаја и исхране. Обрнуто, приближавањем ка центру, у области информационих и комуникационих делатности, образовања, стручних, научних, иновационих и техничких

делатности, као и у административним услугама, расте број послова које обављају мушкарци. Ове интер-регионалне родне варијације послова најпре се могу објаснити различитим образовним нивоом мушких и женских предузетника. О овим резултатима дискутоваће се и у наредним поглављима.

Партнери власници кућног бизниса заступљени су у власничкој структури све три регионалне целине (центру, полупериферији и периферији). Партнерски посао је у центру најчешћи у услужним делатностима, у полупериферији у пословима везаним за пољопривреду а на периферији у прерађивачкој индустрији (табела 5.1). Постојање партнерских послова везаних за кућу и породицу сматра се веома важним фактором стабилности и одрживости домаћинстава малих руралних заједница, посебно важним у успоравању и одлагању емиграције сеоског, радно и репродуктивно способног становништва. Карактеристике кућног бизниса варирају са порастом дистанце од урбаног центра. Тачније, дистанца утиче на природу посла који се обавља у кући (хипотеза 1) и тако посредно доприноси одрживости домаћинстава и заједница. Према овој хипотези, рурално залеђе и рурално-урбана полупериферија обезбеђују производе и услуге значајно другачије од оних које се могу пронаћи у центру. Тако је за очекивати да ће и утицај бизниса на одрживост домаћинстава просторно варирати. Утицај дистанце на врсту посла тестиран је Hi-kvadrat testestom а резултат значајности приказан је у табели 5.2. док су сличности и разлике структуре делатности кућног бизниса између регионалних целина, тестиране Mann-Whitney U testom (Mann, 2009) а детаљна статистика теста је дата у прилогу 6.

Тест је показао да између центра и полупериферије постоје велике разлике. Статистика теста износи 964,500 и сигнификантна је и на 1% и на 5% статистичке значајности (p= 0,00). Такође се уочава већа разноликост сектора делатности у центру (средња оцена = 82,53). Међутим највеће разлике у композицији делатности се могу запазити између центра и

периферије где статистика теста износи 2683,00 и сигнификантна је и на 1% и на 5% статистичке значајности (p=0,00). Разноликост делатности у центру је већа него у периферији, јер је просечан ранг виши.

Табела 5.2: Структура кућног бизниса центра, полупериферије и периферије, према делатностима

	Укупно	**Регион**		
		Центар	Полупериферија	Периферија
N	310	46	80	184
sig		0.12		
Прерађивачка индустрија	27.1	21.7	18.8	32.1
Пољопривреда, шумарство и рибарство	25.2	06.5	38.8	23.9
Остале услужне делатности	19.0	34.8	13.8	17.4
Образовање	8.1	15.2	3.8	8.2
Трговина на велико и мало и поправка моторних возила	7.7	2.2	10.0	8.2
Информисање и комуникације	4.2	8.7	5.0	2.7
Грађевинарство	3.5	2.2	6.3	2.7
Услуге смештаја и исхране	1.9		2.5	2.2
Стручне, научне, иновационе и техничке делатности	1.6	6.5		1.1
Пословање некретнинама	1.0		1.3	1.1
Административне и помоћне услужне делатности	0.6	2.2		0.5
Укупно	100%			

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Тест је показао да између центра и полупериферије постоје велике разлике. Статистика теста износи 964,500 и сигнификантна је и на 1% и на 5% статистичке значајности (p= 0,00). Такође се уочава већа разноликост сектора делатности у центру (средња оцена = 82,53). Међутим највеће разлике у композицији делатности се могу запазити између центра и периферије где статистика теста износи 2683,00 и сигнификантна је и на 1% и на 5% статистичке значајности (p=0,00). Разноликост делатности у центру је већа него у периферији, јер је просечан ранг виши.

Међутим, између полупериферије и периферије нема статистички значајних разлика у структури делатности. Статистика теста носи изузетно високу вредност 6418,500 и није сигнификантна ни на 1% ни на 5% статистичке значајности. (p= 0,09) Када је реч о разноликости сектора делатности, периферија показује благу предност јер је просечан ранг благо виши за периферију. Генерално, апсолутна разлика ранга појединачних парова регионалних локација показала је да су највеће сличности у композицији делатности кућног бизниса између полупериферије и периферије, затим између центра и полупериферије а највише се разликују послови којима се баве власници кућног бизниса у центру и периферији (прилог 6).

Табела 5.3: Резултат Mann-Whitney U testa сличности кућног бизниса периферије и полупериферије

Ranks

	Region	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Sektor	Poluperiferija	80	120,73	9658,50
	Periferija	184	137,62	25321,50
	Total	264		

Test Statistics[a]

	Sektor
Mann-Whitney U	6418,500
Wilcoxon W	9658,500
Z	-1,695
Asymp. Sig. (2-tailed)	,090

a. Grouping Variable: Region

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Hi-kvadrat test је искоришћен за тестирање утицаја типа насеља (село или град) на дистрибуцију делатности (табела 5.4). Ниво значајности sig=0,00 указује да, осим према полу (ниво значајности 0,01), врста посла веома

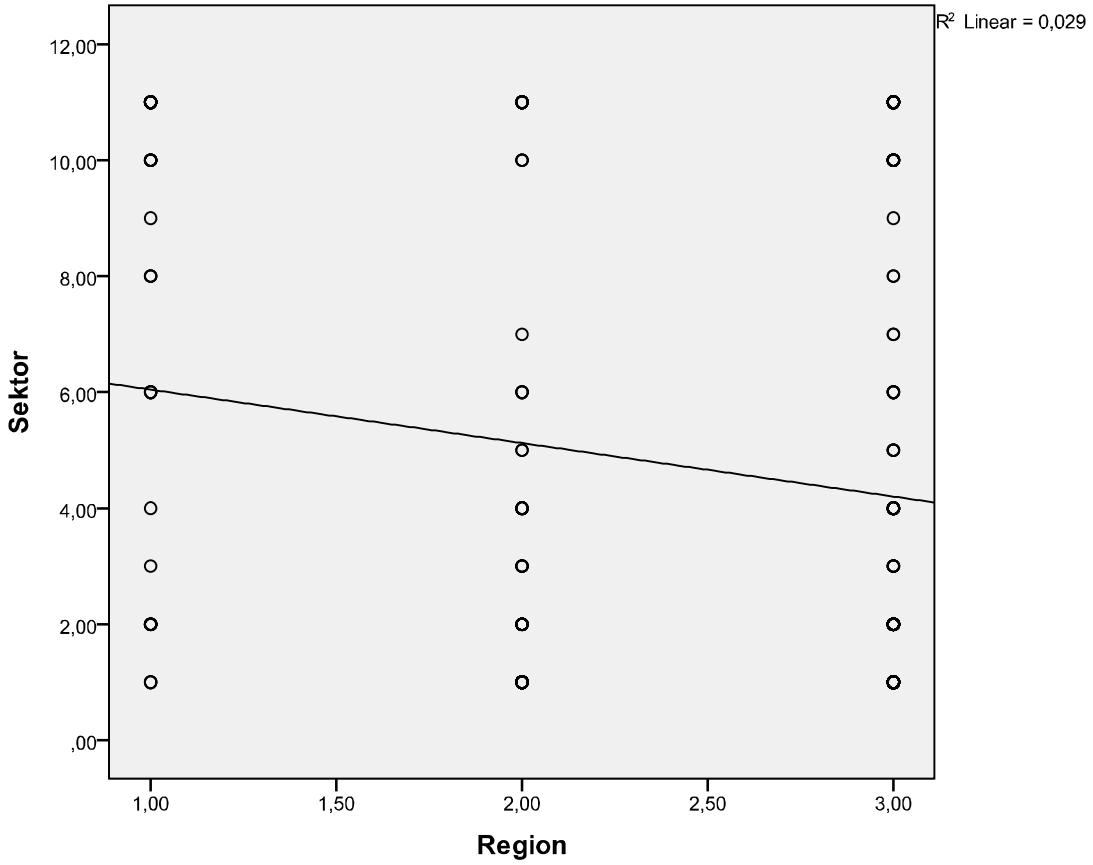
зависи од типа насеља. То је посебно изразито у расподели послова из области прераде и продаје пољопривредних производа и образовања.

Табела 5.4: Дистрибуција делатности кућног бизниса према типу насеља

	Укупно	Тип насеља	
		Село	Град
N	310	200	110
sig		0.00	
Прерађивачка индустрија	27.1	30.0	21.8
Пољопривреда, шумарство и рибарство	25.2	34.5	08.2
Остале услужне делатности	19.0	14.5	27.3
Образовање	8.1	04.0	15.5
Трговина на велико и мало и поправка моторних возила	7.7	6.0	10.9
Информисање и комуникације	4.2	3.5	5.5
Грађевинарство	3.5	3.0	4.5
Услуге смештаја и исхране	1.9	3.0	
Стручне, научне, иновационе и техничке делатности	1.6		4.5
Пословање некретнинама	1.0	0.5	1.8
Административне и помоћне услужне делатности	0.6	1.0	
Укупно	100%		

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Тип насеља је на композицију делатности кућног бизниса двојако утицао. Прво, од популационе величине насеља (село или град) зависи и величина тржишта, па су и поједине врсте послова заступљене у складу са величином и захтевима локалних потрошача. Тип насеља је условио статистички значајне разлике структуре делатности захваљујући традиционалним економских поделама делатности између села и градова и концентрацији пољопривредне производње у селима. Физички предуслови, тачније постојање сировинске основе су определили и размештај послова кућног бизниса повезаних са пословима прераде и трговине пољопривредним производима, којих је у селима знатно више него у градовима.



Слика 6: Scatter plot - Корелација делатности кућног бизниса и дистанце од централног тржишта

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

На слици 6 је приказана просторна дистрибуција и концентрација појединих врста послова почевши од централног урбаног тржишта (Београда). Са слике се уочава негативна корелација између броја заступљених категорија (делатности) и дистанце (удаљености од Београда). Другим речима, центар омогућују најразличитије врсте производа и услуга, док са порастом дистанце, број расположивих врста производа и услуга постаје све мањи, што је сагласно фон Тиненовом моделу просторне економије. Иако је и унакрсним табелирањем могуће показати просторне варијације врсте посла који се

обавља, интензитет кућног бизниса, мерен бројем доступних производа и услуга уочљив је тек са слике 6. Са слике се, такође уочава специјализација активности унутар сваког региона. На пример, учешће власника кућног бизниса који су укључени у професионалне услуге (у домаћој класификацији су то стручне, научне, иновационе, техничке и административне услуге) опада од урбаног центра ка периферији, док учешће предузетника укључених у услуге смештаја и исхране, прераде и продаје пољопривредних производа или занатства, опада од периферије ка центру. На просторне варијације типова кућног бизниса утицало је неколико фактора међу којима је величина тржишта, сировине и ресурси (посебно за развој туризма), локалне специфичности потражње и законска регулатива (зонирање у градовима). Специјализација кућног бизниса у одређеним географским зонама може утицати на трговину и тако промовисати регионални економски развој микро-региона, као што је у развијеним земљама опажена специјализација професионалних, бизнис услуга у полупериферији и периферији а која анкетним истраживањем кућног бизниса у Србији није потврђена.

У овој тези се посебно наглашава значај веза које се обављањем кућног бизниса успостављају на релацији село-град. Ниво зависности периферије и полупериферије од урбаног тржишта утиче на шансе за одржив развој малих руралних заједница. У овом одељку се тестира хипотеза да је од тржишта више завистан кућни бизнис полупериферије него периферних области у Србији. Тако се претпоставља да мања зависност од централног тржишта, било да оно представља извор снабдевања сировинама и опремом или место пласмана робе и услуга, повећава шансе за опстанак кућног бизниса и одржив развој домаћинстава. Табела 5.5 и 5.6 показују утицај Београда као центра снабдевања и центра пласмана робе и услуга.

Табела 5.5: Београда као извор сировина и опреме за кућни бизнис полупериферије и периферије

	Укупно	**Регион**		
% набавке		Центар	Полупериферија	Периферија
N	310	46	80	184
sig		1.00		
0.00	82.3	71.7	76.3	87.5
5.00	00.6		01.3	00.5
10.00	04.8	06.5	06.3	03.8
15.00	00.3			00.5
20.00	01.3		03.8	00.5
25.00	00.6		02.5	
30.00	00.3			00.5
35.00	00.3		01.3	
50.00	01.3		02.5	01.1
70.00	00.3			00.5
80.00	00.3		01.3	
90.00	00.3		01.3	
100.00	05.8	21.7	02.5	03.3
Непознато	01.3		01.3	01.6
Укупно	100%			
N	306	46	79	181
Mean	08.5	22.4	08.5	05.0

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Иако разлике у преференцијама ка неком извору сировина или тржишту, међу регионалним целинама (центар, полупериферија, периферија) нису статистички значајне (табела 5.5 и 5.6, sig = 1.00), запажа се да највећи део кућног бизниса периферије (87,5%) уопште не набавља сировине и опрему у урбаном центру.

Табела 5.6: Београд као тржиште роба и услуга кућног бизниса периферије и полупериферије

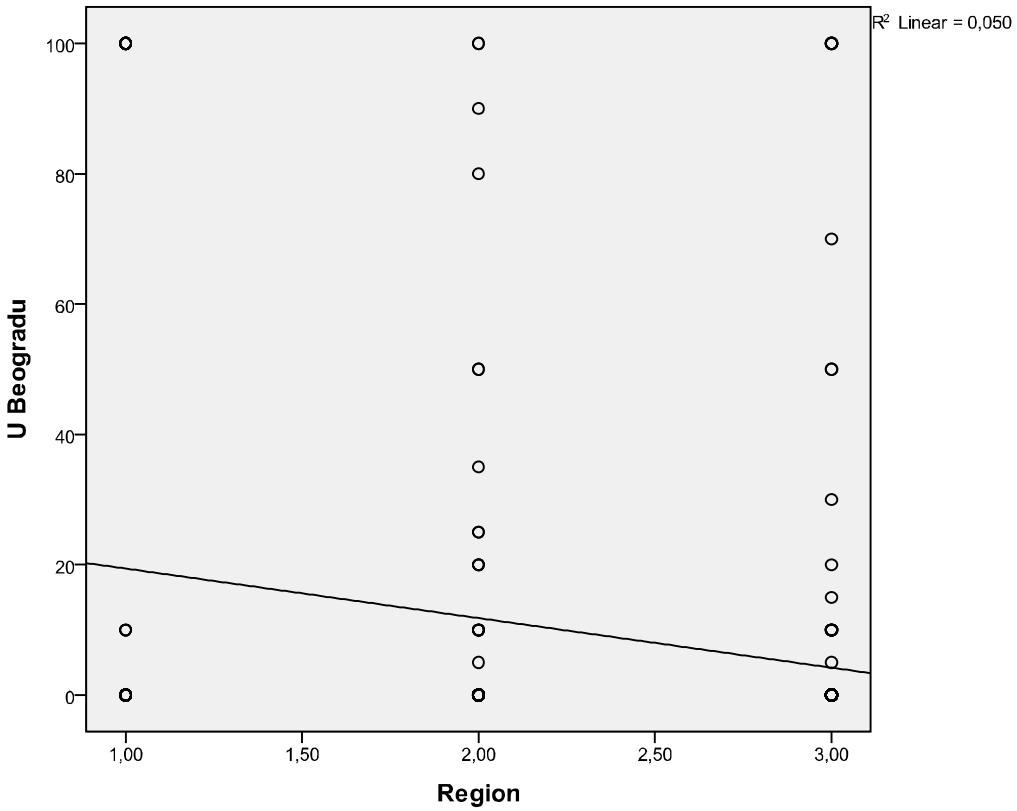
	Укупно	**Регион**		
% потрошача /клијената		Центар	Полупериферија	Периферија
N	310	46	80	184
sig		1.00		
0.00	86.1	71.7	81.3	91.8
5.00	00.3			00.5
10.00	03.5	02.2	01.3	04.9
15.00	00.6	02.2		00.5
20.00	01.3		02.5	01.1
30.00	01.3	02.2	03.8	
40.00	01.0		03.8	
50.00	01.6		05.0	00.5
60.00	00.3	02.2		
75.00	00.3	02.2		
90.00	01.0	02.2	01.3	00.5
95.00	00.3	02.2		
100.00	02.3	13.0	01.3	
Укупно	100%			
N	310	46	80	184
Mean	06.2	21.2	08.1	01.6

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Полупериферија је нешто више зависна од урбаног центра, тако да у структури импута укупног кућног бизниса полупериферије, Београд у просеку учествује са око 8% (5% у периферији). Ово имплицира да је у поређењу са полупериферијом, одлив прихода ка урбаном центру најмањи из руралног залеђа. Тачније ако се инвестира у локалној средини то може утицати на развој нових послова и ширење постојећих, што даље доприноси одрживости малих руралних заједница. Исто као што је зависност периферије од урбаног центра најмања када су инпути у питању, тако је највећи удео робе и услуга остварених кућним бизнисом периферије

пласиран изван Београда. Само 8% власника кућног бизниса на периферији, своје робу и услуге пласира у Београду. При том, удео робе и услуга пласираних у Београду у укупном пласману не прелази 10% (табела 5.6), што значи да највећи део клијената кућног бизниса периферије, чини локално становништво. Окренутост локалној клијентели сматра се од виталног значаја за опстанак бизниса и одрживост руралних заједница. И полупериферија је ослоњена на локално тржиште али је могућност да исто изгуби на рачун урбаног центра, далеко већа него што је у периферији. Губитак локалног тржишта за кућни бизнис полупериферије би имао озбиљне последице, јер, за разлику од периферије, 20 % власника кућног бизниса полупериферије је своју клијентелу пронашло у Београду. Иако у просеку на тржишту Београда пласирају свега 8,1% робе и услуга, тај је просек значајно виши него кад је у питању роба и услуге кућног бизниса периферије који у Београд пласира у просеку око 1,6% производа. Иако низак, просечан удео руралног кућног бизниса који се пласира на највеће тржиште у Србији (око 5%, периферија + полупериферија) је значајан, посебно ако се има у виду да услуге чине 44% руралног кућног бизниса. Ови резултати поткрепљују ставове о постојању нетрадиционалних урбано-руралних релација, где урбани резиденти постају конзументи услуга које пружа рурално залеђе.

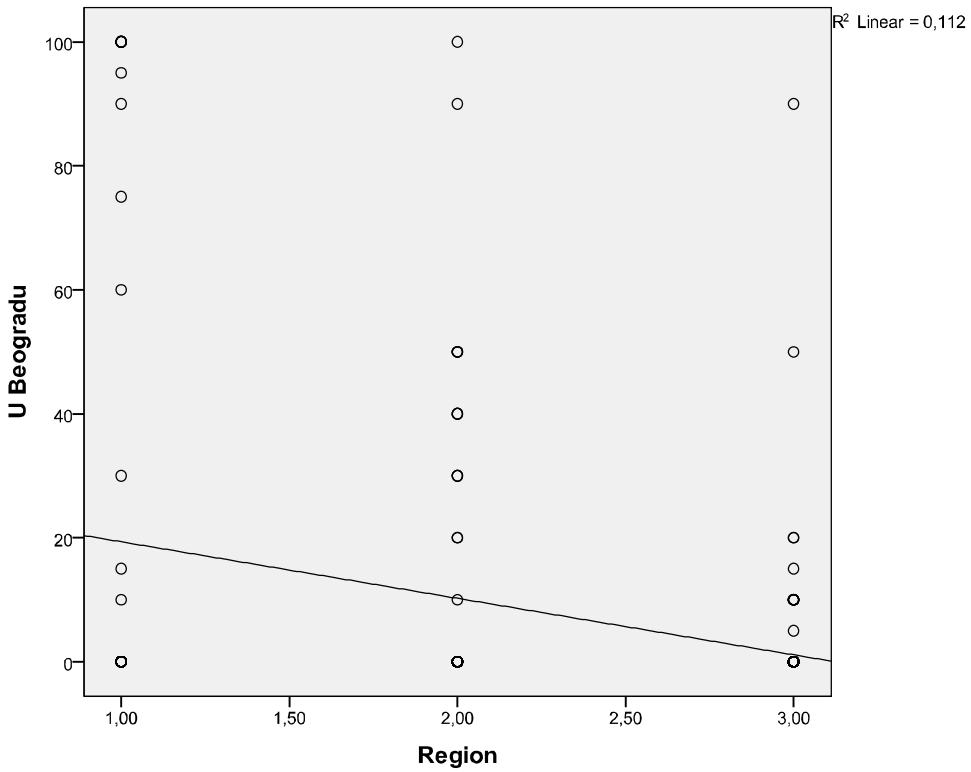
Слика 7 показује разлике у нивоу зависности од урбаног центра. Није неочекивано да просечно учешће инпута и аутпута и ослоњеност на урбано тржиште, опадају са дистанцом од Београда. Скатер плот показује обрнуто пропорционалну релацију између дистанце и учешћа Београда у регионалној расподели импута и аутпута, тако да са порастом дистанце, зависност од највећег урбаног тржишта опада. Два су најважнија узрока опадања зависности и то раст транспортних трошкова и лојалност локалних потрошача.



Слика 7: Scatter plot- Корелација регионалне локације бизниса и учешћа добављача лоцираних у центру (Београду)

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Резултати приказани у табели 5.5 и 5.6, као и резултати које видимо са слике 7 и 8, сугеришу да је кућни бизнис полупериферије јаче повезан са Београдом, него што је случај са пословима периферије. Може се казати да је доступност највећег тржишта у Србији могао бити главни разлог покретања кућног бизниса полупериферије. Посебно је интересантно да се пословима везаним за прераду и трговину пољопривредним производима, чешће бави становништво које је размештено у периурбаном појасу (полупериферија) него у сеоским, традиционално аграрним областима (периферија) у Србији.



Слика 8: Scatter plot- Корелација регионалне локације кућног бизниса и учешћа потрошача резидената центра (Београд)

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Доступност највећег тржишта је сигурно утицала на преференције становништва полупериферије ка прехрамбеним производима. Унапређење саобраћајне инфраструктуре и комуникационих технологија утицали су да се у полупериферији, осим прехрамбених производа, развију сличне услуге (трговина, информисање и комуникације, грађевинарство) као у центру, што је појачало могућност конкуренције бизниса између ова два региона (центра и полупериферије).

За разлику од бизниса полупериферије, кућни бизнис у руралном залеђу је слабије повезан са централним тржиштом а као главни разлог отежаног снабдевања опремом и пласмана готових приизвода и услуга на тржиште Београда, сматра се трошак транспорта. Становништву руралног залеђа

основне услуге пружају сугрaђани, власници кућног бизниса, јер би за исте било неодрживо путовати на веће дистанце. Концентрација на локалне заједнице када је у питању продаја и набавка, повезана је и са лојалношћу локалног становништва (Dahms, 1988), што је посебно важно за одржив развој заједница али је за опстанак кућног бизниса у периферији важан одабир реаланих послова и флексибилност (North et al. 1994).

Урбано-руралне везе се остварују не само набавком и пласманом роба и услуга на релацији село-град, већ и на традиционално развијеним град-село релацијама. Из табеле 5.5 и 5.6 се запажа се да се интензивни контакти обављањем кућног бизниса остварују трговином (набавком сировина и продајом производа и услуга) са руралним залеђем. Готово једна четвртина власника кућног бизниса у центру, од 20-50% своје робе и услуга пласира изван Београда, тачније широм Србије (табела 5.7) а та могућност интеграције руралног и урбаног тржишта промовише регионални економски развој, посебно развој микро-региона.

Осим рурално-урбаних и урбано-руралних економских веза, обављањем кућног бизниса идентификоване су и рурално-руралне везе. Тако потрошачи из суседних руралних заједница подржавају опстанак бизниса у селима и малим градовима Србије. Већи је удео власника кућног бизниса периферије (94,6%), у односу на полупериферију (82,5%) и центар (73,9%), који преко 50% својих производа и услуга пласира купцима који су лоцирани у суседним заједницама тј. истом округу (табела 5.7). Такође, већи удео власника кућног бизниса периферије (96,7%), у односи на полупериферију (91,2%) или центар (76,1%), сировинама и опремом се снабдева искључиво (100%) у другим руралним заједницама (табела 5.7).

Табела 5.7: Учешће добављача и потрошача лоцираних изван београдског региона

		Укупно	Регион		
	Col %		Центар	Полупериферија	Периферија
	N=	310	46	80	184
ОПРЕМА И СИРОВИНЕ					
У истом округу где живим и радим	0%	7.7	23.9	8.8	3.3
	Do 25%	1.0		3.8	
	25.01-50%	3.9	2.2	5.0	3.8
	50.01+	86.1	73.9	81.3	91.3
	Без одговора	1.3		1.3	1.6
	Укупно	100.0	100.0	100.0	100.0
Широм Србије	0%	87.1	100.0	73.8	89.7
	Do 25%	8.1		12.5	8.2
	25.01-50%	1.3		3.8	0.5
	50.01+	2.3		8.8	
	Без одговора	1.3		1.3	1.6
	Укупно	100.0	100.0	100.0	100.0
У иностранству	0%	95.2	93.5	96.3	95.1
	Do 25%	1.6	2.2	2.5	1.1
	25.01-50%	1.3	2.2		1.6
	50.01+	0.6	2.2		0.5
	Без одговора	1.3		1.3	1.6
	Укупно	100.0	100.0	100.0	100.0
ПОТРОШАЧИ/КЛИЈЕНТИ					
У истом округу где живим и радим	0%	5.5	21.7	3.8	2.2
	Do 25%	1.6	4.3	2.5	0.5
	25.01-50%	4.5		11.3	2.7
	50.01+	88.4	73.9	82.5	94.6
	Укупно	100.0	100.0	100.0	100.0
Широм Србије	0%	88.1	89.1	85.0	89.1
	Do 25%	6.5	6.5	3.8	7.6
	25.01-50%	3.9	4.3	8.8	1.6
	50.01+	1.6		2.5	1.6
	Укупно	100.0	100.0	100.0	100.0
У иностранству	0%	96.5	93.5	98.8	96.2
	Do 25%	2.3	2.2	1.3	2.7
	25.01-50%	0.6	2.2		0.5
	50.01+	0.6	2.2		0.5
	Укупно	100.0	100.0	100.0	100.0

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Локални карактер трговине могао би да оснажи економију малих руралних заједница мултипликативним ефектом, чиме би се створиле нове шансе за запошљавање и зараду и посредно, допринело одрживом демографском развоју. Ови резултати иду у прилог теоријским оквирима тезе који објашњавају просторне варијације и везе економских активности у простору. Упркос разликама између регионалних целина, све три локације имају једну заједничку карактеристику: обављањем кућног бизниса, између града и села се успостављају економске и социјалне релације, а село и град постају део јединственог социо-економског система.

Зависност руралних непољопривредних послова од централног тржишта, тестирана је T-testom (Mann, 2009) а као променљива је коришћен проценат добављача и потрошача лоцираних у Београду. Детаљна статистика теста је дата у прилогу 7 а главни резултати су указали да је зависност полупериферије већа, посебно по питању пласману робе и услуга у Београду. Проценат добављача који испитаници имају у Београду је већи када је реч о полупериферији и износи 8,48%, док је код периферије нешто мањи и износи 5,03%, али разлика између ове две групе није статистички значајна, те се сматра да је учесталост добаљача из Београда подједнака по групама (табела T-2, прилог 7). Средње вредности испитиваних група су статистички једнаке, будући да је п=0.207, а разлика између средина од 3,453 није статистички сигнификантна, тако да се може закључити да је проценат добављача који испитаници имају у Београду сличан између полупериферије и периферије. Проценат клијената који испитаници имају у Београду је већи када је реч о полупериферији и износи 8,13%, док је код периферије знатно мањи и износи 1,58%, (прилог 7) те је разлика између ове две групе статистички значајна а средње вредности по групама се статистички значајно разликују будући да је п=0,00. У овом случају је разлика средина по групама статистички значајна, односно полупериферија и периферија се доста статистички разликују када је реч о проценту клијената који испитаници имају у Београду.

Даље, кућни бизнис креира просторне везе на различитим територијалним нивоима (локалне, регионалне, националне и интернационалне) са реперкусијама на регионални економски развој. Из табеле 5.7 се види удео удаљених локација (широм Србије и иностранство) у дистрибуцији роба и услуга које су остварене кућним бизнисом. На веће дистанце своје производе највећим уделом пласира кућни бизнис центра (6,5% власника, до 25% својих производа и услуга продаје у иностранству) у односу на 3,8% власника кућног бизниса периферије. Иако незнатне, релације на националном и интернационалном нивоу су утицале на брисање традиционалног стереотипа и кућном бизнису руралног залеђа као активности која нуди само основне производе и услуге или услуге нижег ранга (Christaller, 1933) и храну и сировине за централно тржиште. Чињеница да рурални региони, осим хране, обезбеђују и неке специјализоване производе и услуге за урбане резиденте, је фундаментална промена економских односа између села и града. Промене село-град релација су важне јер доводе до насеобинских промена манифестованих променом животног стила становништва, коришћења земљишта и најважније, доводе до позитивних демографских промена. Тако се традиционалној теорији просторне економије (фон Тинена) придружују нови теоријски оквири који говоре о развоју роба и услуга вишег реда а које су лоциране у руралном залеђу.

Теоријски оквири тезе указују да иако различите, заједнице унутар сваке регионалне целине (центар, полупериферија и периферија) користе све расположиве ресурсе (капитал, знање и др.) како би унапредили економију и успорили емиграцију становништва. Чак шта више, одрживост руралних заједница увелико зависи од способности власника бизниса да капитализују све доступне ресурсе како би диверсификовали економију и створили шансе за запослење изван пољопривреде. Ово је уједно циљ многих пројеката економског развоја локалних заједница (community economic development). То значи да је и идеја развоја локалних заједница заснована на моделу економског развоја, тачније наглашава економску оптимизацију као кључ

одрживости која, опет, као и врста посла којом се баве појединци укључени у кућни бизнис, географски варира.

Статистички резултати изнети у овом поглављу потврдили су хипотезу да дистанца утиче на врсту посла који се обавља у кући и да полупериферија, периферија и сеоска насеља обезбеђују различиту врсту производа и услуга у односу на центар и градска насеља. Становници руралних области (периферије и полупериферије) у Србији, који су власници кућног бизниса, начешће су укључени у послове прераде и трговине пољопривредним производима, прерађивачке индустрије, осталих услужних делатности, затим трговине и грађевинарства док су урбани резиденти власници бизниса у сектору остале услужне делатности, прерађивачкој индустрији, образовању, информисање и комуникације и стручним и иновационим делатностима.

У овом поглављу је један од циљева био да се на основу статистичке анализе резултата анкетног истраживања кућног бизниса, утврди како урбано-руралне везе утичу на опстанак микро бизниса и како обликују његов потенцијал за одрживост домаћинстава и заједница. Пошло се од чињенице да је локална заједница само део ширег система а интеракције са другим географским зонама и територијалним нивоима, утичу на њен раст и одрживост. Овде су економске активности виђене као медијатор између урбаног центра и руралног залеђа, где ниједна заједница не може обезбедити све потребне производе и услуге, па је урбано-рурална међузависност неизбежна. У овом конкретном истраживању, резултати су показали да су урбани резиденти зависни од прехрамбених производа руралног залеђа, од свих врста грађевинских радова, индустрије намештаја, услуге смештаја и исхране, кетеринга, услуге чувања старих лица, закуп простора за славља, понуда цвећа и слично. Ово имплицира нове форме интеракције села и града, диверзификацију сеоске привреде и развој економских активности међу којима, иако заступљен скромним уделом, изузетно важну улогу има развој руралног туризма и рекреације. Ове „нове“делатности утичу на формирање

другачије слике о руралном залеђу које „престаје бити назадна област и постаје препозната од стране инвестирора широког спектра послова, делатности и сектора“ (Jarvis and Dunham, 2003). Итеракције између урбаног центра и руралног залеђе кроз набавку и продају производа и услуга, креирају „напредне“ и „назадне“ везе (Cunningham, 2003), које утичу на одрживост заједница. Назадне везе се огледају у неминовности набавке инпута изван локалне заједнице у којој је кућни бизнис лоциран, а напредне кроз продају роба и услуга другим произвођачима или компанијама у суседству или у другим заједницама (Cunningham, 2003). Ове везе могу водити расту или опадању потенцијала за генерисање дохотка сеоских домаћинстава и заједница, тачније ефектом кружне кумулативне зависности допринети одрживом развоју. Потребе за набавком, са једне стране и продајом производа и услуга кућног бизниса, са друге, генеришу нова радна места и приходе у локалној заједници и суседству. Анкетирани власници кућног бизниса у Србији, на економију рурално-урбаног микро региона утичу, такође, на два начина: прво, кроз набавку опреме и сировина и друго, продајом производа и услуга, на локалном или ширем тржишту. Као резултат тако остварених (напредних или назадних) веза, кућни бизнис утиче на развој локалне заједнице и развој микро региона растом дохотка и стварањем нових шанси за запошљавање. Економске везе се даље, од микро-региона могу наставити до националног нивоа (Clark et al. 1995).

Анализа кућног бизниса у Србији је показала велику зависност полупериферије од централног тржишта, првенствено кроз набавку опреме и сировина у центру, што може ограничити раст дохотка и нових послова у локалној заједници и утицати на одржив развој. Кућни бизнис полупериферије, високу зависност од централног тржишта дугује и већој изложености и конкуренцији на тржишту које је заједничко и урбаним резидентима, произвођачима роба и услуга кућног бизниса центра. Мања конкурентност бизниса полупериферије може имати негативне реперкусије на одрживост домаћинстава и заједница полупериферије. Иако се доступност

централног тржишта генерално сматра шансом, она може угрозити опстанак бизниса у условима конкурентнијих понуђача у центру.

У поређењу са полупериферијом, кућни бизнис периферије у Србији је мање зависган од урбаног центра тако да заједнице у руралном залеђу могу имати више користи од кућног бизниса него заједница ближе центру. Кућни бизнис периферије ослоњен је на локално тржиште опреме и сировина, тако да снажније подржава локални економски раст. Друго вид подршке локалном економском развоју, која се остварује улагањима урбаних резидената у неке врсте послова карактеристичне за рурално залеђе, огледа се у ширењу просторног обухвата инвестиција у рурално залеђе. Са друге стране, чињеница да је највећи део кућног бизниса периферије ослоњен на локално тржиште, ограничава бенефите који се остварују мултипликативним ефектом. У том смислу велики је утицај депопулације руралних заједница, а резултати о овом поглављу су показали да на опстанак кућног бизниса периферије, одличујући значај има величина насеља (село или град). Бат и Фокс (Bhat and Fox,1996) утицај популационе величине локалне руралне заједнице на опстанак малог и кућног бизниса описује ка о „троструки феномен: мање заједнице имају мање потрошача, потрошачи купују ређе и троше мање“. На интензитет веза које се обављањем кућног бизниса остварују на релацији село-град, утиче врста посла којом се власници баве. Литература сугерише да се наснажније везе остварују у оквиру делатности везаним за смештај и исхрану и домаћој радиности, који најнепосредније зависе од урбаних посетиоца који на тај начин директно инвестирају у локалну економију и подржавају одржив развоју. Ово имплицира да у зависности од распрострањености кућног бизниса у овим делатностима варира потенцијал кућног бизниса као стратегије за постизање одрживог развоја руралних заједница у Србији. Већ је речено да интензитет веза које се стварају зависи од делатности кућног бизниса, а од интензитета веза зависи допринос кућног бизниса одрживом економском и демографском развоју, тако да се може казато да делатност посредно утиче и на одрживост. Сматра

се да су најпрофитабилнији послови, као што су професионалне или бизнис услуге, обележје великих градова, у поређењу са занатским пословима, услугама смештаја и исхране и личним услугама, заступљеним у структури кућног бизниса руралног залеђа. Иако ови други доносе значајно мање приходе, могу у великој мери унапредити стандард појединаца и домаћинстава. Неки од тих слабо профитабилних послова, посебно смештај и рекреација, могу донети власницима, којима је то једино занимање, веће приходе него оне које у градовима доносе неке професионалне услуге. Зато је важне не генерализовати допринос кућног бизниса одрживости заједница само на основу урбано руралне дистрибуције делатности и врсте послова.

6.1 ДЕМОГРАФСКА ОБЕЛЕЖЈА ВЛАСНИКА КУЋНОГ БИЗНИСА

Као што је дискутовано у другом поглављу, због релативно уједначених карактеристика демографског развитка не-метрополитенског простора у Србији, резултати популационих истраживања аграрног и руралног простора често су били сагласни, иако су се аутори бавили различитим контингентима становништва и различитим тетиторијалним целинама. Депопулација, негативан природни прираштај, низак фертилитет, високе стопе морталитета, стадијуми дубоке и најдубље демографске старости, полни дебаланс становништва, опадање стопа активности и низак образовни ниво су најважнији проблеми на које се указале студије пољопривредног и сеоског становништва у Србији. Ово поглавље се демографским променама руралног становништва бави са становишта међуутицаја диверзификованих активности сеоске популације и раста стопа активности, посебно у контингенту женског становништва. Најшири контекст релација кућног бизниса и демографских трендова, садржан је у релацијама између раста активности женске популације и пораста суме укупног фертилитета, о чему је дискутовано у трећем поглављу. Релације између флексибилне економије, кућног бизниса и активности жена, са једне стране и рецентног раста фертилитета у неким развијеним земаљама са друге, у овој тези

представљају најшири теоријски оквир очекиваних позитивних демографских промена у српским селима, а које би наступиле са успоравањем миграције женског становништва и њиховог већег ангажовања у непољопривредним, сеоским пословима.

Савремене демографске промене руралног простора Србије, које су поред економских промена најважнији сегмент истраживања у овој тези, конкретизоване су кроз истраживање демографских обележја становништва активног у кућном бизнису. Тако се истражују разлике у активности мушкараца и жена, затим староснои и брачног статус власника кућног бизниса, тип породице и образовн ниво појединаца и партнера укључених у кућни бизнис. У овом поглављу је основна хипотеза да кућни бизнис доприноси одрживом демографском развоју и то посредно, доприносећи одрживом економском развоју. Такође се претпоставља да демографске карактеристике власника кућног бизниса просторно варирају а на разлике одлучујуће делује дистанца од центра (Београда), знатно више него тип насеља (село или град, хипотеза 2). Ове варијације не морају бити праволинијске и као што је овде случај, основни теоријски оквир (модел фон Тинена) модификован је миграционим кретањима и концентрацијом становништва у периурбаним зонама Београда. Стога су се резиденти полупериферије по демографски и предузетничким обележјима значајно разликовали од резидената периферије и центра (хипотеза 2).

Такође се претпоставља да већа укљученост жена у доношење одлука, тј већи број послова чији су власници жене, утиче на допринос кућног бизниса економској одрживости домаћинства и заједница. Претпоставља се да у односу на мушкарце, жене бирају различите стратегије за јачање конкурентности, чиме јаче утичу на опстанак бизниса и стабилност прихода. Ово поглавље има две целине. У првом делу се даје преглед просторних варијација демографских обележја (пол, старост и образовање) власника кућног бизниса а у другом се дискутује како од демографских

карактеристика, посебно од полног састава, завоси опстанак и даљи развој послова и дохотка домаћинства.

За знатан део руралне популације, кућни бизнис представља једину шансу за покретања сопственог посла. У Србији је посебно значајан за раст активности женског становништва, које је, традиционално, слабије позиционирано на формалном тржишту рада, и што је још важније, кућни бизнис нуди опцију избалансираних породичних и пословних дужности. За разлику од Србије, где је кућни бизнис претежно мотивисан недостатком других могућности, у развијеним земљама је мотивисан преферернцијама ка флексибилним формама рада, посебно у предузетнички супериорнијој категорији мушког становништва, где је препознат као легитимни избор каријере. Тако је, на пример у Великој Британији, у кућни бизнис претежно укључено мушко становништво а жене су власнице свега 14 % послова који се обављају у кући (иако је тај проценат виши него у другим типовима малог бизниса где у просеку, учешће жена не прелази 10). Резултати истраживања полног састава власника кућног бизниса у САД и Канади (Rowe, 1999; Mason et al. 2008;Pratt, 1999; Beale, 2004) такође су показали су да се у кућни бизнис чешће укључују мушкарци, а селективност према полу није ретка ни у другим облицима предузетништва, посебно у малом бизнису (Bird and Sapp, 2004) у коме, такође, доминира мушко становништво. Полни дебаланс није карактеристичан само за руралне области развијених земаља, већ су и у градовима мушкарци бројнији него жене међу власницима кућног бизниса. Тако је у Канади однос мушкараца и жена укључених у кућни бизниса 65%:35% а у градовима у САД је дебаланс још изразитији, 83%:17% (Randall,1997; Bird and Sapp, 2004). Међутим, исти аутори су пронашли да данас у САД од свих категорија малог руралног бизниса, најбрже расте категорија послова чије су власнице жене (Bird and Sapp,2004). Овај разултат указује на структутрне промене сеоске привреде и веће присуство жена на

тржишту рада (Bird and Sapp, 2004). Студије кућног бизниса показале су да се у развијеним земљама мушкарци и жене не укључују у исте врсте послова, а да полни диспаритети узрокују велике разлике у перформансама послова који се обављају у кући (Bird et al. 2001; Chell and Baines, 1998).

Табела 6.1 показује дистрибуцију кућног бизниса у Србији према полном саставу власника. Запажа се да се у Србији кућним бизнисом чешће баве жене (од укупног броја, 56,8% власника кућног бизниса су жене у односу на 43,2% мушкараца) а да полни диспаритети варирају са регионом и величином насеља. Дебаланс полног састава најизразити је у центру (у Београду је 69,6% жена у односу на 30,4% мушкараца власника кућног бизниса) и у градовима полупериферије и периферије а најмањи у полупериферији и селима периферије (табела 6.1). Разлике између учешћа мушкараца и жена укључених у кућни бизнис центра, полупериферије и периферије, приказане су у табели 6.1 и статистички тестиране коришћењем Hi-kvadrat testesta.

Табела 6.1- Дистрибуција власника кућног бизниса према полу

	Укупно	**Регион**			**Тип насеља**	
		Центар	Полупериферија	Периферија	Село	Град
N	310	46	80	184	200	110
sig		0.13			0.12	
Мушки	43.2	30.4	48.8	44.0	46.5	37.3
Женски	56.8	69.6	51.2	56.0	53.5	62.7
Укупно	100%					

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Резултати теста нису показали статистички значајне разлике у дистрибуцији жена и мушкараца власника кућног бизниса ни према регионалној локацији, ни према типу насеља (популационој величини) што указује да је кућни бизнис статистички скоро подједнако заступљен међу мушкарцима и женама

у свим истраживаним стратумима у Србији. Међутим, иако разлике нису статистички значајне, оне су ипак сигнификантне за анализу одређених правилности. Детаљна расподела мушкараца и жена власника кућног бизниса у Србији (табела 6.2), указује на следеће: кућни бизнис је најважнији женској популацији у центру (у просеку 56,5% свих власника у центру су жене), посебно у сеоским насељима центра где су жене власнице близу две трећине (58,3%) укупно евидентираних кућних микро-фирми. Кућни бизнис је најмање важан женама полупериферије где оне воде свега 37,5% послова (посебно у селима полупериферије где тај удео износи 34,4%). Међутим, мања пропорција жена власница кућног бизниса полупериферије, условљена је већим учешћем мушкараца у власничкој структури, а од свих стратума, кућни бизнис је најбитнији мушкарцима резидентима градова полупериферије (табела 6.2). Мушкарци су као власници кућног бизниса најређе заступљени у периферији, посебно у малим градовима руралног залеђа. Ови резултати имплицирају да је кућни бизнис родно диференциран и да није подједнако важан женама и мушкарцима села, градова, становницима центра, полупериферије и периферије. За разлику од резултата до којих су дошли аутори студија о кућном бизнису у високо развијеним земљама Европе и Америке, анализа кућног бизниса у Србији је показала су у кућном бизнису жене бројнија категорија.

Србија је земља са економијом у транзицији, а утицаји транзиције ка тржишној привреди, у условима терцијаризације економије и економске глобализације, деловали су и на неравномерну дистрибуцију кућног бизниса према полу. Терцијаризација економије, посебно урбане, условила је развој нових услужних делатности (професионалне услуге) и пораст броја послова у традиционалним делатностима повезаним са пружањем здравствених и медицинских услуга, бриге о старима и деци иле личним услугама.

Табела 6.2- Дистрибуција власника кућног бизниса, према региону и типу насеља

		Укупно	Тип насеља	
Регион	Пол		Село	Град
Центар	*N=*	*46*	*12*	*34*
	Мушки	21,7	16,6	25,5
	Женски	56,5	58,3	55,8
	Партнери	21,7	25	20,6
Полупериферија	*N=*	*80*	*61*	*19*
	Мушки	35	32,7	42,1
	Женски	37,5	34,4	47,4
	Партнери	27,5	32,8	10,5
Периферија	*N=*	*184*	*127*	*57*
	Мушки	25	26,7	21,1
	Женски	42,9	40,9	47,3
	Партнери	32,1	32,3	31,6
	Укупно	***100.0***	***100.0***	***100.0***
Укупно	*N=*	*310*	*200*	*110*
	Мушки	27.1	28.0	25.5
	Женски	43.5	40.0	50.0
	Партнери	29.4	32.0	24.5
	Укупно	***100.0***	***100.0***	***100.0***

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Србија је земља са економијом у транзицији, а утицаји транзиције ка тржишној привреди, у условима терцијаризације економије и економске глобализације, деловали су и на неравномерну дистрибуцију кућног бизниса према полу. Терцијаризација економије, посебно урбане, условила је развој нових услужних делатности (професионалне услуге) и пораст броја послова у традиционалним делатностима повезаним са пружањем здравствених и медицинских услуга, бриге о старима и деци иле личним услугама.

У оба случаја је реч о пословима селективним према полу који не захтевају капитал. Са друге стране, мушкарци се теже одлучују на сопствени посао јер је у транзиционим економијама свест о значају предузетништва неразвијена а покретање посла додатно отежано скромном институционалном подршком, нестабилним тржиштем и високим пословним ризицима.

Полне диспаритете власника кућног бизниса донекле ублажава партнерски пословни однос супружника. Партнери власници кућног бизниса чине 29,3% укупног броја испитаника а партнерски однос је заступљенији у кућном бизнису периферије и сеоских насеља, него у центру и градским насељима полупериферије и периферије (табела 6.3). Разлике у учешћу партнерског бизниса узроковане су просторним варијацијама брачности тј, стопама нупцијалитета које расту са порастом дистанце. Ови резултати сугеришу да рад у кући негује породичне везе и омогућује партнерима да живе и раде у сопственом домаћинству и својој локалној заједници.

Делатност и врста посла значајно варирају у односу на пол власника кућног бизниса (ниво значајности је 0,01, табела 5.1). Полни диспаритет је најизразитији у сектору личних услуга (осатале услужне делатности) где је скоро три пута више жена власница кућног бизниса, и изразит је у грађевинарству, информисању и комуникацијама, у којима жене не партиципирају (табела 6.3). Традиционална поделе на мушке и женске послове утицала је и на дистрибуцију врсте посла која је заступљена и међу женама и мушкарцима власницима кућног бизниса у Србији (прилог 5). Жене најчешће воде мање профитабилне послове као што су личне услуге, послови везани са прерадом пољопривредних производа и прерађивачка индустрија (кућна производња прехрамбених производа и производа од текстила), док су мушкарци власници профитабилнијег бизниса из сектора грађевинарства, информисања и комуникације. Иако власнице кућног бизниса релативно самостално бирају послове у којима ће се активирати, и самостално доносе пословне одлуке, при избору занимања нису у потпуности биле ослобођене традиционалних подела на мушка и женска занимања. Импликација је да флексибилна природа кућног бизниса није донела потпуну неутрализацију слабије позиције жена на тржишту рада.

Табела 6.3- Жене, мушкарци и партнери власници кућног бизниса, према делатности

	Укупно	Пол		Пол		
		Мушки	Женски	Мушки	Женски	Партнери
N	310	134	176	84	135	91
Прерађивачка индустрија	30.6	26.9	33.5	20.2	32.6	37.4
Пољопривреда, шумарство и рибарство	26.5	32.1	22.2	29.8	19.3	34.1
Остале услужне делатности	20.6	11.2	27.8	10.7	29.6	16.5
Трговина на велико и мало и поправка моторних возила	08.1	05.2	10.2	06.0	08.9	08.8
Образовање	08.1	09.0	07.4	13.1	09.6	01.1
Грађевинарство	04.2	09.7		11.9		03.3
Информисање и комуникације	04.2	09.7		14.3		01.1
Услуге смештаја и исхране	02.3	00.7	03.4	01.2	03.7	01.1
Стручне, научне, иновационе и техничке делатности	01.6	01.5	01.7	01.2	02.2	01.1
Пословање некретнинама	01.0	00.7	01.1		01.5	01.1
Административне и помоћне услужне делатности	00.6	01.5		01.2		01.1

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Са тим је повезана и неспремност али често и неспособност жена да свој бизнис унапреде коришћењем професионалних услуга или погодности друштвених и пословних мрежа, чиме кредибилитет својих фирми, легитимитет и пословне перформансе задржавају на ниском нивоу (Rhodes and Martin, 2000). Неки аутори говоре о добровољној или само-дискриминацији која наступа када жене сопствени кућни бизнис доживљавају као мање вредан него посао који воде мушкарци (Reed, 2003).

Брачни статус и родитељска одговорност имају велики утицај на опстанак кућног бизниса, на зараде власника и одрживост домаћинстава. Резултати студија кућног бизниса у развијеним земљама су показали да испитаници који су у браку, више времена утроше на обављање породичних дужности него они изван брачне заједнице, па се може претпоставити да због мање

времена које преостаје за посао, зараде кућног бизниса варирају са брачним статусом. Као што ће се показати, ови ставови нису у потпуности сагласни са резултатима истраживања кућног бизниса у Србији.

Учесталост брачне заједнице и традиционалне родне улоге су које су изразитије у руралном залеђу него у урбаним центрима, за контингент женског становништва развијених земаља, показале су се као лимитирајући фактор покретања бизниса. У Србији фактор брачности није истоветно утицао: од укупног броја власника кућног бизниса у Србији, 65% анкетираних су били или у браку или су кохабитирали у неком облику заједнице (табела 7.7). Од укупног броја испитаника који су били у браку, 36,6% истовремено су били и родитељи малолетне деце.

Табела 6.5- Брачни статус испитаника, према полу и типу насеља

	Мушкарци		Жене	
	Укупно	% Ожењених	Укупно	% Удатих
Село	93	36,5	107	36,4
Град	41	31,7	69	30,4
Укупно	134	35,1	176	34

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Интересантно је да су међу власницима кућног бизниса веће стопе брачности мушкараца него жена, и да су мушкарци власници кућног бизниса истовремено чешће и родитељи малолетне деце (табеле 6.5 и 6.6). То имплицира да исто као и жене, и мушкарци настоје да успоставе баланс између пословних и породичних обавеза.Ти резултати такође руше стереотип о родним улогама мушкараца у породици и запослењу у оквиру сопственог дома, јер литература сугерише да су удате жене са малом децом типични власници кућног бизниса (Gurstein 1995; Phizacklea and Wolkonitz 1995).

Табела 6.6- Испитаници са децом старости до 18 година, према полу и типу насеља

	Мушкарци		Жене	
	Укупно	% мушкараца са децом	Укупно	% жена са децом
Село	93	43	107	41,1
Град	41	36,5	69	34,7
Укупно	134	41	176	38,6

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

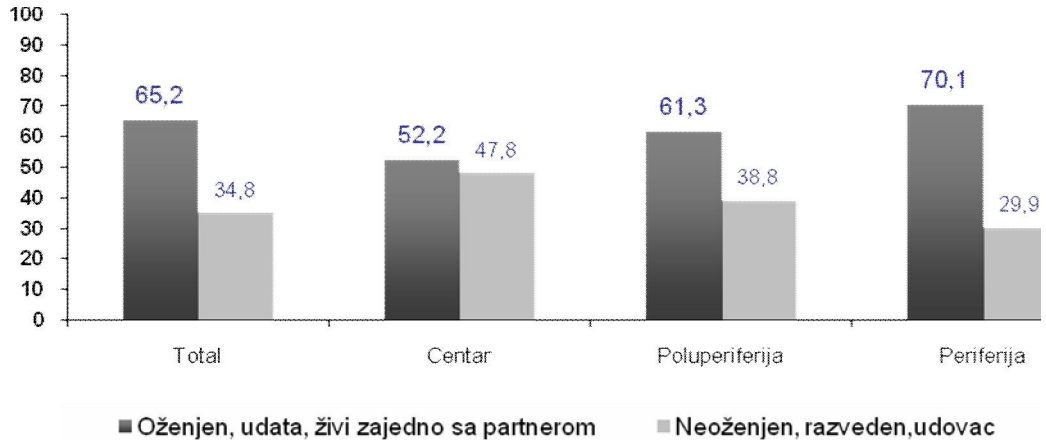
Брачни статус власника кућног бизниса варира са дистанцом, тако да је удатих /ожењених знатно више у локалним заједницама периферије (табела 6.7). Брачност власника кућног бизниса опада од периферије ка центру док пропорција самаца власника кућног бизниса опада од центра ка периферији (слика 9). Патерни брачности власника кућног бизниса не одступају од генералних патерна брачности становништва у Србији али је интересантна веза брачности, радног времена и прихода, од којих, опет зависи одржив развој домаћинстава и локалних заједница.

Табела 6.7- Брачни статус власника кућног бизниса, према региону

	Укупно	**Регион**		
		Центар	Полупериферија	Периферија
N	310	46	80	184
sig		0.05		
Неожењен, неудата, не живи заједно са партнером	23.2	39.1	28.7	16.8
Ожењен, удата, живи заједно са партнером	65.2	52.2	61.3	70.1
Разведен, разведена	04.2	06.5	03.8	03.8
Удовац / удовица	07.4	02.2	06.3	09.2
Укупно	100%			

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Истраживања кућног бизниса у развијеним земљама су показала да брачни статус утиче на висину прихода, тачније да од пропорције удатих/ожењених власника кућног бизниса, зависи допринос кућног бизниса одрживости домаћинстава. Тако се говори да већа учесталост брака води мањим приходима а мањи приходи остварени кућним бизнисом већем ангажовању партнера изван кућног бизниса.



Слика 9: Пропорција самаца власника кућног бизниса, према региону

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Најмање времена за посао и најмањи приходи од кућног бизниса, и са тим повезан највиши удео супружника изван кућног бизниса, карактеристичан је за рурално залеђе у ком су породичне заједнице додатно оптерећене баластом традиционалних родних улога. Међутим, истраживање кућног бизниса у Србији дало је другачије резултате. У Србији је највиши удео испитаника чији су партнери запослени изван кућног бизниса регистрован у центру (58,3%), а најмањи на периферији (табела 6.8). То значи да ангажовање супружника изван породичног посла није директно повезано са зарадом, која је по правилу нижа ако су испитаници у браку (брачна веза изискује додатно време које се троши на обављање кућних послова и подизање деце) и да веза брачност-радно време-зарада, као фактор учесталости додатних послова, у Србији није потврђена.

Табела 6.8- Учесталост додатних послова које обавља партнер, према региону и полу

	Укупно	Регион			Пол	
		Центар	Полупериферија	Периферија	Мушки	Женски
N	202	24	49	129	85	117
sig		0.93			0.00	
Супружник изван кућног бизниса	55.0	58.3	55.1	54.3	41.2	65.0
Супружник укључен у кућни бизнис	45.0	41.7	44.9	45.7	58.8	35.0
Укупно	100%					

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

У додатне послове у Србији чешће се укључују партнери него партнерке власника кућног бизниса, и од укупног броја жена власница кућног бизниса, партнер је у преко 60% случајева запослен изван куће у односу на 40-50% партнерки које су изван бизниса који води супруг. Ови резултати сугеришу поделу рада у којој жене због веће одговорности око подизања даце, још увек чешће одлуче да остану у кући. Разлике у учешћу партнера који имају додатни посао, статистички су значајне у односу на пол власника бизниса само на периферији (sig 0.00) а значајност разлика у дистрибуцији изван куће запослених партнера зависно од пола власника бизниса, опада од периферије ка центру (табела 6.9). Ови резултати имплицирају да кућни бизнис пружа шансу да се обједине породичне одговорности и могућност зараде, али оставља отвореним опцију да се партнер ангажује на пословима изван куће и тако диверсификује изворе прихода, чиме се повећава и њихова сигурност. Присуство диверсификованих извора прихода доприноси одрживости шире заједнице, јер директно утиче на укљученост других чланова породице или суседства, што је императив ревитализације и одрживости домаћинстава и заједница.

Табела 6.9- Проценат супружника изван кућног бизниса, према полу власника бизниса

	Укупно	Регион					
		Центар		Полупериферија		Периферија	
		Пол		Пол		Пол	
		Мушки	Женски	Мушки	Женски	Мушки	Женски
N	202	8	16	19	30	58	71
sig		0.74		0.15		0.00	
Супружници који су изван кућног бизниса	55.0	50.0	62.5	42.1	63.3	39.7	66.2
Нису изван кућног бизниса	45.0	50.0	37.5	57.9	36.7	60.3	33.8
Укупно	100%						

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Варијације према полу статистички су значајне у односу на још две варијабле: време постојања бизниса и број рдних сата. Литература сугерише да кућни бизнис опстаје у просеку нешто краћи период од других врста бизниса, па су послови који трају краће од пет година заступљени са око 30% у кућном бизнису у односу на 20%, колико учествују у малом бизнису (Mason et al. 2008). У Србији је најучесталије трајања кућног бизниса у интервалу од 3 до 10 година, који обухбата 38,7% узорка, а следи интервал до три године, на који отпада око 30% анкетом регистрованих послова који се обављају од куће. Дугогодишњи послови у трајању од 20 година и више, ретки су и чине свега 13,5% узорка (табела 6.10). Дистрибуција мушкараца и жена статистички значајно варира у зависности од дужине трајања кућног бизниса и радног времена (sig=0.00). Од просека највише одступа дистрибуција недавно основаних послова, који не трају дуже од три године и у којима је изразита доминација жена (73,9%). Жене су бројније и у пословима који трају до 10 година док у дугогодишњим пословима доминира мушка популација, посебно у пословима који трају дуже од 20 година. Импликација је да се жене лакше одлучују за покретање кућног бизниса,

посебно у новијем периоду који коинцидира са транзицијом ка економији услуга.

Табела 6.10. Полни састав према трајању бизниса и дужини радног времена

	Укупно	Трајање кућног бизниса				Радно време					
		До 3 године	3.1-10 година	10.1-20 година	Више од 20 година	До 2 h	2.1-4 h	4.1-6 h	6.1-8 h	8.1-10 h	Више од 10 h
N	310	92	120	56	42	66	87	77	30	31	19
sig		0.00				0.00					
Мушки	43.2	26.1	45.8	55.4	57.1	48.5	33.3	27.3	43.3	83.9	68.4
Женски	56.8	73.9	54.2	44.6	42.9	51.5	66.7	72.7	56.7	16.1	31.6
Укупно	100%										

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Дистрибуција власника кућног бизниса према дужини радног времена, статистички занчајно варира у зависности од полног састава. Ове разлике се повећавају са дужином радног времена, тако да у категорији власника који у послу проводе више од 8 сати изразито доминирају мушкараци (84%:16%). Жене су бројније у пословима са краћим радним временом, посебно у пословима који дневно захтевају између 4 и 6 радних сати. Међу испитаницима који у кућном бизнису дневно проведу пуно радно време, тј. осам сати, нема изразитије неравнотеже у корист мушкараца или жена (блага доминација женског становништва). Са аспекта одрживости кућног бизниса и његовог доприноса диверзификацији прихода и економској и демографској одрживости заједница, ова равнотежа је значајна јер имплицира подједнак значај кућног бизниса као посла са пуним радним временом, како за жене, тако и за мушкарце. И ови резултати доприносе рушењу стереотипа о кућном бизнсу као допунском, повременом послу женске популације.

Старост предузетника је значајно обележје које утиче на развој и опстанак кућног бизниса (Blawatt 1998). Кућни бизнис је најучесталији у контингенту зрелог и старог становништва, а поред старости, на развој кућног бизниса утиче ниво претходног радног искуства, образовање и лична штедња (Bird et al. 2001). Старосни састав власника кућног бизниса не разликује се од старосне структуре других предузетника, тачније 54% укључених у кућни бизнис, старо је између 35-54 године а 40% је у категорији од 55-65 година док у саставу других предузетника 57% је у категорији 35-54, односно 36% у групи од 55-65 година (Mason et al., 2008). Старосни састав предузетника активних у кућном бизнису указује на веома низак удео предрадног и пострадног контингента, што руши стереотип о кућном бизнису као хобију пензионера и домаћица.

И у Србији је око 50% активних у кућном бизнису старо од 35-55 година (зрело радноспособно), што је сагласно већини студија у развијеним земљама, али је велика разлика у категоријама 55-65 година (старије радноспособно), где је у Србији активно свега 10%, у односу на 40% у Великој Британији или САД.

Посебно су велике разлике у категорији млађих од 35 година (најмлађе радноспособно) и пензионера, којих је у развијеним земљама мало, и заједно чине око 6% (Масон ет ал, 2008; Прат, 2000). За разлику од развијенијих земаља, у Србији је удео ове две категорије висок и износи око 45%, од којих је 34% најмлађе радноспособно (старо до 35 година) и 10% су активни из пострадног контингента. То имплицира на млађи старосни састав власника кућног бизниса у Србији него у економски развијенијим земљама.

Табела 6.11- Старосни састав власника кућног бизниса, према полу, региону и типу насеља

	Укупно	Пол		Регион			Тип насеља	
		Мушки	Женски	Центар	Полупериферија	Периферија	Село	Град
N	310	134	176	46	80	184	200	110
sig		0.43		0.54			0.00	
18-24	08.7	08.2	09.1	10.9	10.0	07.6	06.0	13.6
25-34	24.8	24.6	25.0	37.0	26.3	21.2	19.0	35.5
35-44	21.9	26.9	18.2	13.0	25.0	22.8	24.5	17.3
45-54	24.5	20.9	27.3	30.4	20.0	25.0	26.0	21.8
55-64	10.6	09.0	11.9	06.5	08.8	12.5	13.0	06.4
65+	09.4	10.4	08.5	02.2	10.0	10.9	11.5	05.5
Укупно	100%							

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Табела 6.11 показује расподелу власника кућног бизниса према старосним категоријама које су дефинисане сагласно циљевима истраживања тезе и настојањима да се постигне упоредивост са сличним студијама. Од укупног броја испитаника обухваћених анкетом о кућном бизнису, најбројнија категорија у Србији су стари од 25-35 година (24,8%) и стари од 45-55година (24,5%) колико је старо 46,4% испитаника. Друга по бројности је категорија најмлађег радноспособног становништва старог од 18-34 године, кога је у Србији пет пута више него у економски развијенијим земљама. Кључни разлози високе пропорције младих у структури самозапослених власника сопственог кућног бизниса, је њихова слаба позиција и неконкурентност на формалном тржишту рада, са једне стране, али и препознавање неформалних и флаксибилних форми рада као легитимне каријере, са друге стране. Карактеристика старосног састава власника кућног бизниса у Србији је и ниско учешће најстаријег радноспособног десетогодишта (од 55-64 године), чија је пропорција изразито ниска у односу на друге земље. Тако је У Србији у

категорији старих од 55-65 година свега 10,6% власника кућног бизниса, док рецимо у Великој британији тај удео изниси 39%. Учешће пострадног контингента у старосној структури власнка кућног бизниса је 9,4% у односу на 8%, колико су показали резултати других студија других земаља. У Србији је низак удео старијег радноспособног становништва активног у кућном бизнису проистекао из чињенице да је становништво старо преко 55 већ решило питање запослења и да је то категорија становништва која се тешко одлучује на промене. За разлику од Србије, у развијеним земљама, запослени чешће мењају послове, ослушкују сопствене потребе и преферирају комотне форме рада као што је флексибилан кућни бизнис. И у студијама других земаља, међу власницима кућног бизниса су најбројније старосне кохорте старији од 45 година (Lin et al.1999) или 40 година (Gurstein, 1995; Orser and Foster 1992; Pratt, 2008), што се објашњава неспремношћу да се свакодневно прелазе велике раздаљине до посла. Роу и сарадници (Rowe et al. 1999) су нашли да је просечна старост власника кућног бизниса 43,6 година.

У Србији старосна дистрибуција власника кућног бизниса статистички значајно варира само између сеоских и градских насеља (ниво значајности 0.00) а знатно мање према полу и региону. Варијације старосне дистрибуције према величини и типу насеља (село-град), најизразитије су у категорији најмлађих испитаника, старости до 35 година. У градским насељима је готово двоструку више младих власника кућног бизниса а од просечних вредности за сва три стратума тј. за регион, тип насеља и пол, највише одступа број испитаника који живе у граду и стари су од 25 до 34 године (табела 6.11). Варијације су осетне и у категорији зрелог и старијег становништва активног у кућном бизнису, кога је знатно више у селима него у граду, али и у учешћу пострадног контингента, где су опет становници села бројнији од градске популације. Генерално, у градовима су власници кућног бизниса значајно млађи него у селима, што је сагласно старосном саставу сеоског и градског становништва у Србији. У односу на дистанцу од централног тржишта и тип насеља, запажа се да су власници кућног бизниса најмлађи у центру и

градским насељима полупериферије и периферије (готово половина испитаника је млађа од 35 година) док је старијих власника кућног бизниса највише у селима и на периферији (половина испитаника је старија од 45 година). Интересантно је да је у градским насељима и у центру учешће средње старосне категорије радноспособног становништва (старих од 35-45 година) изразито ниско, 17,3% односно 13% што имплицира да је у градовима ова категорија најконкурентнија на формалном тржишту рада.

Са становишта одрживог развоја локалних заједница и домаћинстава, посебно важну улогу има најмлађа старосна категорија власника кућног бизниса, чије учешће варира са порастом дистанце од центра. Немали удео најмлађих испитаника, чије се учешће у зависности од дистанце креће од 7-10%, указује да млади кућни бизнис и самозапошљавање препознају као легитимну каријеру, посебно у градским срединама. Присуство младих власника кућног бизниса, активних на најразличитијим врстама послова, осетно је и у селима периферије где има посебан значај. У сеоским насељима периферије, ова старосна категорија могла би бити кључни актор економског развоја и демографске одрживости села и домаћинстава, и чинилац који би могао утицати на преокрет доминантних миграционих трендова.

Становништво пострадног контингента активно у кућном бизнису, заступљено је са свега 5-10% у структури испитаника према старосном саставу. Учешће старијих од 65 година варира са дистанцом а посебно су осетне разлике у активирању старог становништва сеоских и градских насеља, где је у селима двоструко више активних „пензионера“ него у градовима. Генерално низак удео најстаријих власника кућног бизниса, независно од региона, типа насеља или пола, руши стреотип о кућном бизнису као стецишту искључиво популације занемарене на формалном тржишту рада, као што је старо становништво, необразовано, домаћице или

на другим основама маргинализоване групе становништва (етничка и расна припадност, особе са инвалидитетом и др.).

Варијације старосног састава према полу власника кућног бизниса нису статистички значајне (sig = 0.43). Мушкарци и жене готово уједначено су распоређени кроз најмлађе (18-24 и 25-35 година) и најстарије категорије (55-64 и старији од 65 година). По учешћу у укупној мушкој односно женској популацији власника кућног бизниса, одступају само две старосне групе: стари између 35 и 44 године и стари између 45 и 54 године. Интересантно је да, иако су жене бројније у готово свим другим старосним групама, у категорији старих од 35-44 године, веће је учешће мушкараца власника кућног бизниса (табела 6.11). Ову категорију препознајемо као најконкурентније радноспособно становништво (старо од 35 до 44 године) а унутар ње више мушкараца власника кућног бизниса неголи жена, имплицира две ствари: да су жене старости 35-44 године, у условима терцијаризације економије, конкурентније на формалном тржишту рада и зато ређе укључене у кућни бизнис; да, као и у већини развијених земаља, где су у кућном бизнису бројнији мушкарци, кућне послове у Србији које води најконкурентније радноспособно становништво, чешће воде мушкарци. Претпоставља се да је мушко радноспособно становништво ове старосне доби, засигурно кућни бизнис препознало као легитимну каријеру и у овом контингенту можемо наслутити промене које ће у будућности водити расту учешћа мушкарца у полној структури власника кућног бизниса. Овде се може додати да је у старосној групи која претходи овој категорији (стари до 35 година) и из које се регрутују будући најконкурентнији радноспособни становници, кућни бизнис подједнако учестао међу мушкарацима и женама (24,6% мушкараца: 25% жена). И ови резултати доприносе рушењу стереотипа о кућном бизнису као хобију незапослених домаћица.

Поред старосног састава, на избор занимања и успешност посла и зараде, велики утицај има образовни ниво власника кућног бизниса. Према резултатима студије предузетништва у Великој Британији, власници кућног бизниса су образованији од других предузетника, што је сагласно са структуром кућног бизниса према делатности и занимању и доминацији услуга заснованих на знању. Једна трећина власника кућног бизниса у Великој Британији је високо образована у поређењу са једном четвртином у другим врстама бизниса (Mason et al. 2008). У Канади је студија кућног бизниса показала да постоје разлике у образовном нивоу руралних и урбаних предузетника, и да је у урбаним центрима 44% високо образованих власника кућног бизниса у односу на свега 16% у руралних областима (Miller et al. 2003). Ови резултату упућују на велики утицај дистанце од централног тржишта на образовни састав, занимање и зараде власника кућног бизниса.

У Србији је према нивоу образовања, највећи удео предузетника са највише завршеном средњом школом (преко 50%), док су основношколско и високо образовање скоро подједнако заступљени (23,9% према 21%). Висок удео предузетника са највишом завршеном средњом школом, сагласан је образовном саставу укупног становништва у Србији (Кубуровић, 2007; Благојевић, 2002) и карактеристика је свих стратумима (пол, регион, тип насеља). Највеће одступање од просечних вредности бележи категорија власника са највишом завршеном основном школом, којих је далеко испод просека у центру и градовима полупериферије и периферије, и власника са завршеном вишом школом и факултетом који су изнадпросечно заступљени, такође, у центру и градовима широм Србије (табела 6.12).

Ниво образовања власника кућног бизниса статистички значајно варира (sig = 0.00) према величини насеља (село-град) и са удаљеношћу од централног тржишта (центар, полупериферија и периферија), док у контексту нивоа

образовања мушкараца и жена власника кућног бизниса, није пронађена никаква статистички значајна разлика (sig = 0.58).

Табела 6.12- Образовни састав власника кућног бизниса у Србији, према полу, региону и типу насеља

	Укупно	**Пол**		**Регион**			**Тип насеља**	
		Мушки	Женски	Центар	Полупериферија	Периферија	Село	Град
N	310	134	176	46	80	184	200	110
sig		0.58		0.00			0.00	
Основна и ниже	23.9	26.1	22.2	06.5	31.3	25.0	30.0	12.7
Средња	55.2	55.2	55.1	50.0	56.3	56.0	55.0	55.5
Виша и висока	21.0	18.7	22.7	43.5	12.5	19.0	15.0	31.8
Укупно	100%							

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Дистанца од централног тржишта условила је ниво образовања и врсту посла власника кућног бизниса. У поређењу са предузетницима из урбаних центара, рурални власници бизниса су слабије образовани, а ниво образовања је лимитирајући фактор одрживог економског развоја локалних заједница. Табела 6.12 показује утицај дистанце не пораст учешће предузетника са основним образовањем и то са 6,5% у центру на преко 30% у руралним областима, и опадање броја најобразованијих са 43,5% на свега 12,5 %. Разлике у нивоу образовања урбаних и руралних предузетника су очекиване и сагласне са резултатима сличних студија у свету, али није очекивана регионална инверзија образовног састава власника кућног бизниса. То значи да, супротно праволинијској транзицији ка периферији, карактеристичној за развијене земље, у Србији је најнеповољнији образовни састав међу предузетницима полупериферије, тј. градским и сеоским заједницама удаљеним 50 км од градских лимита Београда. Власници кућног бизниса периферије и села широм Србије, образованији су него

предузетници полупериферије, иако су на значајно већој дистанци у односу на централно тржиште. Посебно јак утисак оставља пропорција факултетски образованих предузетника, којих је у селима близу 20% у односу на полупериферију где учествују са само 12% (табела 6.12). Ако се томе придода и расподела нешколованих предузетника, која опет иде у корист полупериферије (око 7 процентних поена их је више него у периферији), импликација је да постоје бољи предуслови одрживог развоја кућног бизниса и локалног економског развоја периферних руралних заједница. Ови резултати су сагласни новоуспостављеним урбано-руралним релацијама које се обављањем кућног бизниса остварују, где у односу на полупериферију, кућни бизнис периферије мање зависи од централног урбаног тржишта, о чему је дискутовано у поглављу пет. Мања зависност кућног бизниса периферије, имплицира већи допринос одрживом економском и демографском развоју.

6.2 КАРАКТЕРИСТИКЕ ПОРОДИЦА И ДОМАЋИНСТАВА УКЉУЧЕНИХ У КУЋНИ БИЗНИС

Кућни бизнис у Србији је најучесталији међу брачним паровима са малолетном децом и међу вишегенерацијским породицама. Ова два типа домаћинстава (и породоца) скоро подједнако су заступљене и чине близу 70% укупног узорка. Непотпуне породице, самци и брачни парови без деце заједно учествују са око 15% а сличним учешћем партиципирају родитељи са одраслом децом и партнери чија деца живе одвојено (табела 6.13). Ови резултати указују да је кућни бизнис чешће преференција бројнијих породица, што је сагласно мотивима покретања кућног бизниса где су додатни извори прихода ради школовања деце високо рангирани.

Варијације типова домаћинстава укључених у кућни бизнис варирају са дистанцом и типом насеља иако не са истим нивоом значајности као варијабле о којима је раније било речи. Од просечних вредности изразито одступа број вишегенерацијских породица у центру (Београду) где оне чине

свега 8,7% и број брачних парова без деце којих је значајно више у градским насељима периферије и полупериферије.

Табела 6.13- Тип домаћинства према региону и величини насеља

	Укупно	Регион			Тип насеља	
		Центар	Полупериферија	Периферија	Село	Град
N	310	46	80	184	200	110
sig		0.30			0.10	
Живи сам	07.7	17.4	03.8	07.1	07.5	08.2
Брачни пар без деце	05.8	08.7	07.5	04.3	03.0	10.9
Брачни пар са децом	36.5	41.3	27.5	39.1	35.5	38.2
Брачни пар са одраслом децом (преко 27 година)	09.0	13.0	08.8	08.2	10.0	07.3
Вишегенерацијска породица	32.3	08.7	43.8	33.2	36.5	24.5
Самохрани родитељ	02.6	04.3	01.3	02.7	02.0	03.6
Брачни пар, деца живе одвојено	05.2		07.5	05.4	05.5	04.5
Друго	01.0	06.5				02.7
Укупно	100%					

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Изразите су и разлике и у расподели самаца власника кућног бизниса, који су највећом пропорцијом заступљени у Београду а најмањом у полупериферији, што је сагласно структури и регионалном размештају укупног броја домаћинстава у Србији (Божић и Богданов, 2005; Бобић, 2005; Станковић и Костић, 2005;). Доминантан тип домаћинстава у узорку већине стратума, тачније центра, градова широм Србије, сеоских насеља и периферије јесте брачни пар са децом док је само у полупериферији кућни бизнис најучесталији међу вишегенерацијским породицама. Слична просторна инверзија структурних карактеристика власника кућног бизниса описана је у претходном одељку када је дискутовано о образовном саставу становништва.

Интересантно је да је у узорку центра регистрован највећи удео брачних парова са децом старијом од 27 година, који чине чак 17% испитаника овог стратума, што је повезано са тешкоћама осамостаљивања одрасле деце у условима економске кризе и јаким преференцијама ка животу у метрополитенском подручју Београда.

Табела 6.14- Типови домаћинстава власника кућног бизниса према делатностима

	Укупно	**Сектор**											
		Пољопривреда, шумарство и рибарство	Прерадјивачка индустрија	Грађевинарство	Трговина на велико и мало и поправка моторних возила	Услуге смештаја и исхране	Информисање и комуникације	Пословање некретнинама	Стручне, научне, иновационе и техничке делатности	Административне и помоћне услужне делатности	Образовање	Остале услужне делатности	Чување, брига о деци и старима
N	310	78	84	11	24	6	13	3	5	2	25	45	14
sig		1.00											
Живи сам	007.7	005.1	008.3			016.7	007.7		020.0		024.0	004.4	014.3
Брачни пар без деце	005.8	003.8	003.6		012.5		015.4				004.0	011.1	007.1
Брачни пар са децом	036.5	029.5	039.3	045.5	033.3	033.3	030.8		040.0	100.0	028.0	051.1	028.6
Брачни пар са одраслом децом (преко 27 година)	009.0	010.3	008.3		004.2	016.7	007.7				012.0	006.7	028.6
Вишегенерацијска породица	032.3	041.0	032.1	036.4	045.8	033.3	030.8	100.0	040.0		028.0	011.1	021.4
Самохрани родитељ	002.6	002.6	001.2	009.1								008.9	
Брачни пар, деца живе одвојено	005.2	007.7	007.1	009.1							004.0	004.4	
Друго, шта?	001.0				004.2		007.7					002.2	
Укупно	100%												

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Дистрибуцију типова домаћинстава према делатностима кућног бизниса одликује низак ниво статистичке значајности (sig = 1.00). Иако су разлике статистички безначајне, интересантно је да су самци власници кућног бизниса, најчешче су укључени у послове стручних, научних, иновационих и техничких делатности и у образовање, док у осталим услужним делатностима и грађевинарству преовлађују брачни парови са малолетном

децом. Кућни бизнис чији су власници у саставу вишегенерацијске породице најчешће се баве пољопривредом и трговином (табела 6.14).

Према броју чланова, кућни бизнис је карактеристика вишечланих домаћинстава. У кућном бизнису су најзаступљенија четворочлана и трочлана домаћинства иако нису ретка ни она са пет и шест чланова, посебно у периферним локалним заједницама (табела 6.15). Самачка домаћинства су најчешћа у центру (Београду) а структура домаћинстава према броју чланова не разликује се значајније у селима и градовима полупериферије и периферије.

Кућни бизниса је често породични бизнис, на шта указују резултати учешћа вишегенерацијских породица, посебно у полупериферији. Кућни бизнис омогућује останак и живот у кругу породице а јача и предузетничке особине најмлађих чланова, што је посебно важно у контексту унапређења конкурентности (Радосављевић и Кузман, 2009), која се показала као кључан фактор опстанка и напредовања кућног бизниса. Породични контекст предузетништва се доводи у везу са перформансама кућног бизниса и потенцијалним зарадама а породични статус подстиче одрасле чланове потпуних а посебно непотпуних породица да више раде, и више зараде (Loscocco and Leicht,1993).

Кућни бизнис утиче и на социјални развој малих руралних заједница, интензификацијом контаката, успостављањем друштвених мрежа у укључивањем у решавање потреба суграђана и локалних пословних партнера. Генерално, од свих демографских обележја која су била обухваћена анкетним истраживањем, на раст и опстанак кућног бизниса највећи утицај има полни састав испитаника. Овај резултат сугерише да је полни састав власника кућног бизниса фактор који има утицаја и на теоријске оквире тезе. Полни састав власника кућног бизниса утиче на успех и опстанак малог бизниса, што је даље повезано са локацијом (Bird and Sapp 2004; Bird et al. 2001). Према Тиџис и Грин (Tigges and Green, 1994), “самозапошљавање и

предузетништво могу бити пожељена опција у светлу расположивих могућности на руралном тржишту рада мада је ова опција родно одређена и одражава се на неповољнији положај жена у односу на мушкарце“.

Табела 6.15-Домаћинства укључена у кућни бизнис, према броју чланова, региону и типу насеља

	Укупно	Регион			Тип насеља	
		Центар	Полупериферија	Периферија	Село	Град
N	310	46	80	184	200	110
sig				1.00		0.74
1.00	07.7	17.4	03.8	07.1	07.5	08.2
2.00	18.4	17.4	17.5	19.0	17.0	20.9
3.00	20.3	26.1	20.0	19.0	19.0	22.7
4.00	30.6	32.6	27.5	31.5	30.0	31.8
5.00	12.9	06.5	15.0	13.6	14.5	10.0
6.00	06.5		07.5	07.6	08.5	02.7
7.00	01.9		06.3	00.5	02.5	00.9
8.00	00.3			00.5		00.9
9.00	00.6			01.1	00.5	00.9
10.00	00.6		02.5		00.5	00.9
Укупно	100%					

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Утицај родних релација на опстанак кућног бизниса лежи у чињеници да је традиционални родни дебаланс на тржишту рада, експлицитан и у структури самозапослених у кућном бизнису. У овој студији, жене у руралном залеђу воде мање профитабилне послове као што су остале услужне делатности, прерађивачка индустрија и прерада и продаја пољопривредних производа, док жена власница кућног бизниса нема у сектору информација и комуникација или грађевинарства. Са друге стране, мушкарци су бројнији у продуктивнијим делатностима попут информисања и комуникација, грађевинарства али и у образовању. Последично, допринос руралног бизниса који воде жене мањи је него допринос бизниса којим управљају мушкарци. Чињеница да се допринос већим делом мери учешћем зараде од кућног бизниса у структури прихода домаћинстава, учвршћује

ставове да је утицај бизниса које воде жене руралног залеђа, мањи него послова који воде мушкарци или жене у урбаним центрима. Због тога се може тврдити да не само интеракција између насеља и локација кућног бизниса обликују теоријски оквир тезе, већ и родни фактори утичу на просторне варијације кућног бизниса и његов допринос одрживости домаћинстава и заједница.

Демографске карактеристике власника кућног бизниса у Србији потребно је сагледати у кунтексту основних опредељења изнетим у Националној стратегији одрживог развоја, у којој се на одрживост гледа као на нови квалитет друштвеног и привредног развоја. У том се документу наглашава „родно ангажован приступ“ смањењу сиромаштва сеоских становника, жена и деце, старог становништва и маргинализованих група, а каже се да су „жене кључ за одржив развој у свим земљама“ (Stevens, 2009). Већи број жена власница кућног бизниса руралне периферије може бити виђен као конкретизација мера унапређења родне равноправности и то: као унапређење приступа жена ресурсима пољопривредне производње како би се обезбедила диверzификација руралне економије и очување животне средине (Министарство за науку и технослошки развој, 2009); као борба против неједнакости полова која је један од два највиша приоритета (поред смањења корупције) одрживог управљања у Србији (Stevens, 2009); као подстицање раста запослености и смањења незапослености, посебно промоцијом родно орјентисаних послова ради равноправног укључивања оба пола, као и маргинализованих група (Министарство за науку и технослошки развој, 2009).

Кућни бизнис утиче на раст запошљавања руралног становништва а ако изузмемо зараду и допринос кућног бизниса расту прихода домаћинстава, други најважнији утицај кућног бизниса одрживости домаћинстава и локалних заједница, могао би се тумачити као утицај на просторни размештај становништва (успоравање исељавања), природно обнављање и

унапређење положаја старог становништва, што чини основе одрживог демографског развоја. Тако се у Националној стратегији каже да ће „трендови демографског развоја бити под великим утицајем старења становништва а питање одрживог развоја ће зависити од тога колико ће се успешно друштво изборити са тим изазовом“ (Спасовски и Девеџић, 2009). У том смислу је допринос кућног бизниса одрживом демографском развоју посебно изражен тенденцијом подмлађивања активних становника укључених у кућни бизнис, у односу на контингент остарелог укупног, па тако и сеоског и пољопривредног радноспособног контингента, у ком је на почетку овог века једна четвртина старијих од 50 година (Спасовски и Девеџић, 2009). Високе стопе брачности власника кућног бизниса у условима полног дебаланса сеоског становништва током последње деценије двадесетог и почетком двадесет првог века, као и партнерски пословни односи супружника и кохабитационих заједница, доприносе успешности и опстанку посла, висини зарада па тако и одрживом економском и демографском развоју домаћинстава и локалних заједница. У контексту економије засноване на знању, као основном стратешком опредељењу одрживог привредног развоја (Филиповић, 2009) образовни састав власника кућног бизниса се намеће као ограничавајући фактор раста и опстанка послова, па тако и фактор који лимитира већи допринос кућног бизниса одрживом развоју. Показало се да у Србији дистанца од централног тржишта детерминише ниво образовања и врсту посла власника кућног бизниса.

7.1 ВЕЗЕ ПРЕДУЗЕТНИШТВА И КУЋНОГ БИЗНИСА

У овом поглављу су представљени најважнији резултати емпиријског истраживања предузетничких карактеристика власника кућног бизниса у Србији. Истраживање предузетничког карактера кућног бизниса и предузетничког понашања власника кућног бизниса веома су важна ако се имају на уму стратешка опредељења Националног програма за рурални развој, опредељења изнета у Стратегији развоја пољопривреде или других

националних стратегија као што је стратегија одрживог развоја, а која посебно наглашавају значај предузетништва као модела развоја и унапређења руралне периферије. Претпоставља се да кућни бизнис подстиче разноликост и економски раст малих заједница стварањем почетне предузетничке базе, која мултипликативним ефектом прераста у одрживу стратегију руралног и друштвеног развоја. У студији OECD (2003) каже се да је „креирање нових предузећа критична компонента локалног економског развоја, потенцијал који доприноси запошљавању, расту дохотка и већој доступрности најразличитијих услуга“. Да би се позитивни ефекти кумулирали, важан је правилан избор стратегија и техника којима рурални предузетници јачају конкурентност, јер од способности да препознају компаративне предности зависи опстанак и развој њихових малог и кућног бизниса. Резултати анкетног истраживања кућног бизниса у Србији, показаће да рурални предузетници користе сличе технике и стратегије као и испитаници урбаних центара, што је сагласно и сличним мотивационим факторима покретања посла. Економски и социјални циљеви су заједнички свим заједницама у Србији, а кућни бизнис би подједнако могао да допринесе реализацији тих циљева, независно од дистанце или популационе величине насеља.

Резултати студија о кућном бизнису сугеришу да је највећи број послова покренут сопственом иницијативом, идејама или капиталом, што је уједно карактеристика која је заједничка свим самозапосленим предузетницима. Претпоставља се да предузетничке способности зависе од нивоа образовања и старости испитаника, а као што је у поглављу шест дискутовано, образовни диспаритети су најизразитији између села и градова, а мањи међу субрегионима дефинисаних дистанцом. Везе кућног бизниса и предузетништва огледају се у обрасцима понашања власника, посебно у мотивационим факторима и изборима технике и стратегије јачања конкурентности. Ова два обележја, мотиви покретања посла и избор стратегије конкурентности, кључни су за опстанак и даљи развој послова, па

тако и допринос кућног бизниса економској диверсификацији, расту запослености, сигурнијим приходима, и на крају демографској одрживости (успоравању емиграције и расту фертилитета), умногоме зависи од ових предузетничких способности појединаца.

Одлука да се покрене и одржи предузетнички подухват у руралном залеђу, највећим делом зависи од мотивације предузетника (Blawatt,1998; Kurato, 1995). Три су основна мотивациона фактора покретања посла: тежња за независношћу, потреба за личним доказивањем и претходно радно искуство (Blawatt 1998; Good and Levy 1992; Soldressen et al. 1998). Анкетним истраживањем кућног бизниса у Србији, дошло се до неколико главних разлога покретања бизниса, а разлози су и просторно варирали (хипотеза 1). Како би се објаснили географски детерминисани разлози покретања кућног бизниса у Србији, и утицај тих мотива на одржив развој заједница, у овом поглављу се користе информације добијене анкетним истраживањем 310 испитаника дисперзно размештених широм полупериферије и периферије. Имајући на уму слабљење пољопривреде и нестабилност пољопривредних прихода, може се претпоставити да су у руралном залеђу на покретања кућног бизниса утицали разлози као што је додатна зарада и диверзификација извора прихода.

Литература сугерише да је диверсификација значајна стратегија одрживог руралног развоја (Шеварлић и Томић, 2007; Закић и Стојановић, 2008; Поповић, 2003; Стојановић и Манић, 2007; Јовановић Гавриловић, 2004;) а кућни бизнис основна солуција која бу могла донети преокрет у запошљевању руралних региона (Bollman 2001; Ilbery 1992).

Најчешће наведен први разлог покретања кућног бизниса у Србији, била је нужност зараде (обухватила је одговоре једина могућност запослења, основни и додатни извор прихода, укупно 61,7% испитаника), затим

могућност профита, 13,9% и трећи разлог је био „остварење амбиција“ и то за 9% испитаника. Остали разлози које су испитаници наводили као први мотив покретања посла заступљени су скромнијим учешћем у укупном узорку (табела 7.1) .

Табела 7.1- Први мотив покретања кућног бизниса, према региону, полу и типу насеља*

	Укупно	Пол		Регион			Тип насеља	
		Мушки	Женски	Центар	Полупериферија	Периферија	Село	Град
N	310	134	176	46	80	184	200	110
sig			0.91			0.99		0.99
Једина могућност запослења	22.3	16.4	26.7	26.1	20.0	22.3	20.5	25.5
Извор прихода (основни)	21.0	19.4	22.2	32.6	25.0	16.3	21.0	20.9
Додатни приход, помоћ кућном буџету	17.7	14.9	19.9	08.7	15.0	21.2	19.5	14.5
Профитабилност посла	13.9	17.2	11.4	15.2	22.5	09.8	14.0	13.6
Остварење амбиција	09.0	10.4	08.0	08.7	08.8	09.2	06.5	13.6
Трошкови школовања деце	04.2	05.2	03.4		01.3	06.5	05.5	01.8
Знају/ способни/ школовали се за тај посао	03.9	06.0	02.3	02.2	02.5	04.9	04.5	02.7
Хоби/ разонода/ попуњавање слободног времена	01.9	01.5	02.3			03.3	02.5	00.9
Породични посао/ наследјен посао	01.6	03.0	00.6		01.3	02.2	02.0	00.9
Лична употреба, уштеда	01.3	00.7	01.7		01.3	01.6	01.5	00.9
Имају техничке услове за посао	00.6	01.5				01.1	01.0	
Бољи услови рада	00.3	00.7		02.2				00.9
Сигурност, тражено на тржишту, могућност напретка	00.3		00.6	02.2				00.9
Балансирање обавеза	00.6	00.7	0.6			01.0	00.5	0.9
Нису потребна велика улагања/ мањи трошкови	00.3	00.7			01.3		00.5	
Флексибилност радног времена	00.3		00.6	02.2				00.9
Слобода одлучивања (сам свој газда)	00.3	00.7			01.3			00.9
Без одговора	00.3	00.7				00.5	00.5	
Укупно	100%							

* У табели је дата дистрибуција само првог наведеног разлога покретања кућног бизниса. Дистрибуција вишеструких одговора је дата у табели 7.2.

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Из базе вишеструких одговора, рангирањем у опадајућем низу по степену важности, спознати су и други, не-економски мотиви покретања посла, чести у развијеним економијама. Тако се и у Србији, поред разлога економске природе и фактора наметнутог и јединог избора, код 15% испитаника међу три најважнија разлога нашло се „флексибилно радно време“ или осећај

оспособљености за посао (претходно радно искуство и техничка опремљеност, 17%), затим баланс посла и приватног живота (15%%), слобода одлучивања (3%) и смањење трошкова превоза (табела 7.2).

Зарада као примарни мотивациони фактор, најчешћа је и међу испитаницима развијених земаља, о чемо говоре студије и резултати (Good and Levy, 1992; Miller et al. 2003)објављени у САД и Канади. Ови аутори тврде да без зараде власници кућног бизниса не могу остати у послу као и да је профит неопходан да би бизнис генерисао позитиван утицај на заједницу, посебно обезбеђивањем потребних роба и услуга или пружањем квалитетних послова локалном становништву. Претпоставља се да се нето корист кућних предузећа за локалну заједницу наставља и изван економских бенефита, и то у сфери социјалних релација као што су комуникације међу власницима, учешће у локалним организацијама, јачању социјалних мрежа и друго.

Приходи или могућност зараде и профит нису синоними у истраживању мотивационих фактора. Зарада се односи на основне и додатне изворе прихода потребних задовољењу потреба појединаца и домаћинстава, док је профит веома важан мотивациони фактор и изворна карактеристика предузетничке активност. Активирање у некој врсти бизниса услед незапослености, тачније из нужде или недовољних основних извора, теоретски не припада предузетничким активностима, док је за релације кућни бизнис-предузетништво, профит као мотив покретања посла изузетно важан. У Србији је профит као основни разлог покретања бизниса истакнут у полупериферији (22,5%), посебно у односу на периферију (9,8%) (табела 7.1). Интересантно је да, имајући у виду високо рангиран мотив профита, испитаници полупериферије у 66,3% случајева, кућни бизнис наводе као основни извор прихода, посебно мушкарци, њих 71%.

Табела 7.2- Мотиви покретања кућног бизниса. Вишеструки одговори*, према региону, полу и типу насеља

	Укупно	Пол		Регион			Тип насеља	
		Мушки	Женски	Центар	Полупериферија	Периферија	Село	Град
N	310	134	176	46	80	184	200	110
Извор прихода (основни)	36.1	29.9	40.9	45.7	40.0	32.1	36.5	35.5
Једина могућност запослења	32.9	26.1	38.1	41.3	32.5	31.0	30.5	37.3
Остварење амбиција	30.6	30.6	30.7	28.3	33.8	29.9	28.5	34.5
Профитабилност посла	21.9	28.4	17.0	23.9	28.7	18.5	20.0	25.5
Додатни приход, помоћ кућном буџету	21.3	17.2	24.4	10.9	17.5	25.5	23.5	17.3
Флексибилност радног времена	15.2	17.9	13.1	21.7	22.5	10.3	14.0	17.3
Балансирање обавеза	14.8	15.7	014.2	19.5	05.1	18.0	14.5	15.5
Трошкови школовања деце	10.6	11.9	09.7	04.3	06.3	14.1	15.0	0
Имају техничке услове за посао	08.7	11.2	06.8	04.3	12.5	08.2	11.5	03.6
Знају/ способни/ школовали се за тај посао	08.1	12.7	04.5	08.7	03.8	09.8	08.0	08.2
Хоби/ разонода/ попуњавање слободног времена	07.7	04.5	10.2	04.3	07.5	08.7	07.5	08.2
Лична употреба, уштеда	04.8	01.5	07.4	02.2	01.3	07.1	05.0	04.5
Бољи услови рада	03.9	04.5	03.4	02.2	07.5	02.7	03.0	05.5
Породични посао/ наследјен посао	03.2	05.2	01.7	02.2	01.3	04.3	03.0	03.6
Слобода одлучивања (сам свој газда)	02.9	06.0	00.6	02.2	03.8	02.7	01.5	05.5
Смањење трошкова превоза	02.6	02.2	02.8	02.2	02.5	02.7	02.0	03.6
Сигурност, тражено на тржишту, могућност напретка	02.3	01.5	02.8	02.2	03.8	01.6	02.5	01.8
Нису потребна велика улагања/ мањи трошкови	01.9	02.2	01.7	04.3	02.5	01.1	02.5	00.9
Без одговора	00.3	00.7				00.5	00.5	

* У табели 7.2 дата је дистрибуција учесталости мотивационих фактора на основу вишеструких одговора. Испитаници су били у могућности да одговоре са три валидна одговора или модалитета а подаци у ћелијама представљају проценат суб-популације која је потврдно одговорила на дати модалитет.

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Иако резултати мотивационих фактора покретања кућног бизниса у Србији нису строго предузетнички (профит), може се казати да се и због других опажених разлога, као што је остварење амбиција, осећај оспособљености за посао, задовољство обављањем посла или независност одлучивања, наслућује предузетнички карактер кућног бизниса у Србији. Предузетничке карактеристике власника кућног бизниса, мерене мотивационим факторима,

најизразитије су у полупериферији. Тако су бољи услови рада, слобода одлучивања, могућност напретка, профит и задовољење амбиција, чешћи мотив покретања кућног бизниса на полупериферији него у центру или урбаном залеђу. Ово није први случај да од просечних вредности, статистички значајно више одступа полупериферија него центар и периферија. Ови резултати истраживања мотива покретања посла нису у потпуноти сагласни са фон Тиненовим теоријским оквирима, тачније модел је у овом случају модификован додатним варијаблама које су утицале на просторне варијације разлога за покретање бизниса. Као што врсте посла просторно варирају, варирају и мотивациони фактори, тако да су најизразитије разлике између полупериферних, периурбаних области на једној страни и центра и периферије на другој. У овом случају, уместо центра, функцију пола развоја преузео је предузетнички кућни бизнис полупериферије а центра раста периурбани простор Београда.

Зарада (прва три разлога збирно, табела7.2) представља главну покретачку снагу за успостављање кућног бизниса независно од полног састава власника кућног бизниса, географске локације (суб-регионима) или типа насеља. Изузев зараде која је подједнако вашан фактор покретања посла у свим стратумика, други мотивациони фактори значајно варирају у простору. Посебно варирају предузетнички мотивациони фактори као што је прифит и разлози карактеристични за полупериферију о којима је већ било речи. Географске разлике су изразите и када је у питању заступљеност мотива карактеристичних за постпродуктивистичко, модерно друштво, као што су флексибилност радног времена, баланс посла и личног живора, задовољство послом, смањење трошкова превоза или слобода одлучивања, који су значајно чешће споменути као разлог покретања кућног бизниса градских испитаника него власника кућног бизниса у руралном залеђу. Слобода одлучивања чешћи је одговор градских испитаника него сеоских, а са тим у вези је спознаја да су урбани власници кућног бизниса у преко 76% случајева једини запосленици, у поређењу са колегама испитаницима сеоских насеља

(44%) и периферије (50%), међу којима је висока учесталост партнерских пословних односа.

Литература сугерише да велики удео задовољних власника кућног бизниса своје ставове темељи на независности, слободи, флексибилној природи посла, личним постигнућима, интензивним социјалним животом и избегавањем свакодневног путовања на посао. У Србији је, такође, висок удео задовољних власника кућног бизниса, од 70-80%, (табела 8.4). Иако не постоје експлицитни одговори на чему темеље задовољство сопственим послом, може се претпоставити да високо рангирани мотивационии фактори као што су флексибилност и могућност баланса посла и породице, у великој мери детерминишу ову субјективну процену испитаника. Баланс породичних и пословних обавеза се често сусреће у одговорима власника кућног бизниса, тачније 15% испитаника је као један од три разлога покретања посла, у оквирима кућног бизниса је препознало шансу балансираних обавеза, превасходно посла и подизања деце. Баланс куће и посла се надпросечно чешће јавља као мотивациони фактор резидената центра и периферије (око 20 %) док је међу власницима кућног бизниса полупериферије, тек нешто више од 5% испитаника је одговорило на овај модалитет. Окренутост предузетника полупериферије економским мотивационим факторима, као што је профит, додатни приходи, амбиције, техничка опремљеност, бољи услови рада и слично, о чему је већ дискутовано, условила је пропорционално мање учешће не-материјалних разлога покретања посла.

Потреба за диверсификованим изворима прихода, као мотивациони фактор, условљена је реалним опадањем продуктивности пољопривреде и нестабилним и несигурним зарадама у пољопривреди. Рурално залеђе је осетљивије на флуктуације на тржиштима пољопривредних производа, па је мотивациони фактор додатног извора прихода изразитији у селима и периферији него у центру и градским насељима, тачније, опада од периферије ка центру, са 25% на 17% и 10%.

Дистрибуција мотивационих фактора покретања кућног бизниса варира зависно од полног састава испитаника. Табела 7.1 показује дистрибуцију примарних разлога покретања посла према полу, где је кућни бизнис, као једина шанса запослења, био први мотивацини фактор оснивања посла за 27% жена и свега 16% мушкараца. И други економски мотиви, као што је основни извор прихода и додатни приходи или помоћ кућном буџету, значајно чешће су заступљени у одговорима жена него мушкараца. Са друге стране, мушкарци чешће као разлог покретања бизниса наводе предузетничке мотиве, као што су профит, остварење амбиција, оспособљеност за посао, постојање техничких услова, породични посао, бољи услови рада и слобода одлучивања. Међу женама власницама кућног бизниса, осим економских мотива, чешће су заступљени разлози као што је хоби, лична потрошња, могућност пласмана робе или услуге и флексибилност радног времена (табела 7.1).

На покретање сопственог бизниса ретко делује само један фактор, па је у анализу полно издиференцираног сета разлога који мушкарце и жене подстичу на предузетничке активности, потребно укључити и друге мотиве, који су често снажније деловали него примарни разлози. У табели 7.2 дата је дистрибуција вишеструких одговора рангираних у опадајућем низу по степену важности. Укључивањем сва три одговора на питање о разлозима покретања посла, флексибилно радно време и могућност балансирања пословних и породичних обавеза, као један од три мотивациона фактора навело је око 15% жена, а профит чак 30% испитаница. Ово имплицира да предузетнички мотивациони фактори и обрасци понашања, као и разлози субјективног доживљаја неекономских мотива, нису ретки ни међу женском популацијим активној у кућном бизнису.

Међуоднос мотивационих фактора приказан је у табели 7.3, где је дато релативно учешће сваког фактора у структури разлога који су испитанике навели на покретање посла. Посматрано према полу, структуру

мотивационих фактора карактерише доминација разлога економске природе која је најизразитије међу женама полупериферије. Испитанице из периурбаног појаса Београда су у 93,3% случајева, као разлог покретаања посла навеле нужност нараде, недостатак другог посла и помоћ кућном буџету. Не-економски разлози готово да и не партиципирају међу одговорима испитаница полупериферије,за разлику од одговора које су дале власнице кућног бизниса центра и периферије, села и градова, где ови фактори учествују са око 20%.

Табела 7.3- Структура мотивационих фактора према полу, региону и типу насеља*

Разлози покретања посла	Мушкарци					Жене				
	Центар	Полупер.	Периферија	Село	Град	Центар	Полупериферија	Периферија	Село	Град
Економски	70	78,5	63	75	60,7	80,7	93,3	79,7	83,7	81,8
Амбиција	10	14,3	10,8	7,1	21,4	11,5	6,6	7,5	6,2	9,1
Школовани за посао	10	-	6,5	5,3	-	-	-	2,5	1,2	1,8
Баланс обвеза	-	-	4,3	1,7	7,1	7,6	-	1,2	-	3,6
Слобода одлучивања	-	7,1	-	-	10,7	-	-	-	-	-
Шкоовање деце	-	-	10,8	7,1	-	-	-	2,5	2,5	-
Хоби	-	-	-	1,7	-	-	-	5,1	5	-
Породични посао	-	-	4,3	-	-	-	-	-	-	-
Бољи услови рада	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Остало	-	-	-	1,7	-	-	-	1,2	1,2	3,6
Укупно %	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*У овој табели је дат извод из табеле мотивационих фактора, тачније, дато је релативно учешће првог разлога покретања посла међу мушкарцима и женама центра, полупериферије, периферије, села и града. Сви мотивациони фактори финансијске природе, класификована су као економски разлози.

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Индикативно је да међу женама, на мотиве покретања посла више утиче дистанца него популациона величина насеља (табела 7.3), што је сагласно дистрибуцији испитаница према образовном саставу. Доминација економских разлога покретања посла мање је изразита међу мушкарцима власницима кућног бизниса, док неекономски разлози попут амбиције ислободе одлучивања значајно већим учешћем партиципирају у структури мотивационих фактора.

Слично као међу испитаницама, економски фактор је високо рангиран код мушкараца полупериферије, знатно више него што је међу мушкарцима периферних и градских насеља. Утицај попилационе величине насеља (село или град) на диференцијацију сета мотивационих фактора, изразитији је код мушке него женске популације, док дистанца подједнако утиче: мушкарце и жене центра и периферије мотивише сличан сет разлога, за разлику од популације полупериферије, посебно контингента женског становништва (табела 7.3).

Задовољство обављања посла у кући, чест је разлог успостављања кућног бизниса у развијеним земљама, посебно у руралном залеђу, и имплицира да финансијска добит није једини фактор покретања и одрживости посла. Иако и мушкарци и жене тврде да су задовољни послом који обављају у кући, учвршћујући тако самозапослену пословну каријеру, они показују тенденцију да се разликују у погледу нивоа сатисфакције. Осећај задовољства обављањем кућног бизниса варира према нивоима, па је огромна већина испитаника задовољна, њих 69,7%, док је надпросечно задовољних 16%, и више их је него незадовољних (13%), (табела 7.4). Неколико разлога је допринело овако високом нивоу задовољства кућним бизнисом, а међу њима су свакако флексибилност посла, балансирање обавеза, приходи, дружење са другим људима и избегавање путовања на посао.

Hi-kvadrat testje употребљен да се испита разлика у нивоу сатисфакције кућним бизнисом код мушкараца и жена и према региону и популационој

величини насеља. У просеку, кућним бизнисом су задовољни испитаници свим стратумима: у центру, полупериферији, периферији, селу, граду, мушкарци и жене, у просеку око 70% испитаника (табела 7.4). Преосталих 30% испитаника је или веома задовољно или веома незадовољно, и статистички су значајне разлике између региона (sig = 0.04) и села и града (sig = 0.01).

Табела 7.4- Испитаници према нивоу задовољства послом, према региону, полу и типу насеља

	Укупно	**Пол**		**Регион**			**Тип насеља**	
		Мушки	Женски	Центар	Полупериферија	Периферија	Село	Град
N	310	134	176	46	80	184	200	110
sig			0.66			0.04		0.01
Веома задовољан	16.8	14.9	18.2	26.1	08.8	17.9	13.5	22.7
Задовољан	69.7	70.1	69.3	67.4	71.3	69.6	69.0	70.9
Врло незадовољан	13.5	14.9	12.5	06.5	20.0	12.5	17.5	06.4
Укупно	100%							

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Власници кућног бизниса резиденти центра, градова широм Србије и периферије су међу најзадовољнијим предузетницима који посао обављају у соптвеном дому, док су најнезадовољнији предузетници полупериферије.

Ово се може тумачити утицајем мотивационих фактора који по сличном обрасцу просторно варирају, тачније да су неекономски мотиви кућног бизниса, заступљени у градовима и на периферији узроковали већи ниво сатисфакције послом, за раазлику од економских разлога који су наглашени у

периферији и који су допринели најизразитијем осећају незадовољства. Тако је у центру 26% веома задовољних кућним бизнисом у односу на 6% незадовољних, или на периферији, где је тај међуоднос 18%:12%, з разлику од полупериферије где је незадовољних двоструко више од оних који су изразито задовољни.

Међу незадовољним испитаницима више је мушкараца него жена. Табела 7.4 показује да је 87,5% жена задовољно својим кућним бизнисом, у поређењу са 85% мушкараца који су били истог мишљења. Иако разлике нису статистички значајне (sig 0.66), могу се образложити утицајем мотивационих фактора који су према полу најзразитије диференцирани на економске и неекономске. Разлози покретања посла жена често су повезани са породичним циљевима, као што је потреба да се више времена проведе са децом. На ову чињеницу указују резултати сличних студија у развијеним земљама када упућују на начине на које жене бирају послове, често у оквиру сопственог дома, ближе кући и са скраћеним радним временом. Рад од куће олакшава решење проблема бриге о деци, доноси више задовољства и може бити веома подстицајан, са једне стране али појачава осећај изолације и отежава постављање граница између пословних и породичних обавеза, посебно неплаћеног кућног рада. Иако нису непознати ни испитаницима у Србији, ови негативни аспекти спајања места рада и места становања нису утицали на осећај задовољства обављањем посла у оквиру сопственог дома.

Сатисфакција кућним бизнисом доприноси расту и опстанку кућних предузећа, посебно у малим заједницама руралног залеђа. Одрживост такође зависи од избора техника и стратегија којима се власници кућног бизниса користе како би постигли конкурентност на локалном или удаљеним тржиштима. У следећем одељки се говори о Портеровом моделу генеричких стратегија, варијацијама стратегија према полу власника, регионалној локацији и популационој величини заједнице, као и о утицају конкурентности на одрживост домаћинстава и заједница.

7.2 СТРАТЕГИЈЕ УНАПРЕЂЕЊА КОНКУРЕНТНОСТИ РОБА И УСЛУГА

За истраживање веза кућног бизниса и руралног предузетништва, осим мотивационих фактора који власнике кућног бизниса подстичу на покретање посла, истражују се стратегије и технике које самозапослени предузетници користе како би подигли конкурентност својих производа и услуга. Избор конкурентне стратегије утиче на перформансе и успех кућног бизниса а индиректно и на одрживост домаћинстава и заједница. Портер-ов (1980) модел генеричких стратегија конкурентности, у овој тези је искоришћен да се објасне раст и опстанак кућног бизниса у руралним областима Србије. Претпоставља се да постоји међузависност избора стратегије за јачање конкурентности (фокус, снижавање трошкова и диференцијација) и опстанка кућног бизниса. Такође, постоје разлике између стратегија које бирају власници кућног бизниса у зависности од полног састава, регионалне локације или величине насеља (хипотеза 3).

Испитаници су на питање о префериране стратегији конкурентности одговорили бирајући са листе поступке које користе и рангирајући их у опадајућем низу, од најважнијих (оцена 5) до оних које за унапређење своје позиције на тржишту сматрају најмање важним (оцена 1). У анкети се листа пословних стратегија састојала од 11 техника груписаних у три модела: стратегија фокусирања (модел А), стратегија смањења трошкова (модел Б) и стратегија деференцијације (модел Ц).

У табели 7.5 дате су појединачне технике сва три стратешка модела у зависности од ранга који им је припао. Тако је у поступку унапређења конкурентности, власницима кућног бизниса у Србији најважнија техника подизање квалитета производа и услуга, коју примењује чак 91,3% испитаника, од којих је преко 60% ову технику оценило највишом оценом.

Друга и трећа по важности су, такође, технике које припадају стратешком моделу диференцијације, и то су конкурентније (ниже) цене и понуда на

тржишту нових и другачијих производа. Ове две технике примењује од 75-85% испитаника а близу 50% оних који их примењују, оценило их је веома важним (оцењене са две највише оцене, 4 и 5).

Табела 7.5- Дистрибуција стратешких модела према нивоу важности *

	N	Оцена 1	Оцена 2	Оцена 3	Оцена 4	Оцена 5	НП	Сум -	Сум +	Укупно
Стратешки модел А										
Присуствујем семинарима и стручним предавањима	310	30.3	06.8	08.1	06.8	09.0	39.0	37.1	15.8	100%
Користим најновије технологије	310	19.4	11.6	15.5	11.9	11.9	29.7	31.0	23.9	
Повезујем се са другим фирмама	310	25.5	09.7	10.6	10.0	09.4	34.8	35.2	19.4	
Усмеравам се ка посебним тржиштима и посебним групама стари, деца, жене, туристи...)	310	18.7	09.0	16.8	12.6	17.1	25.8	27.7	29.7	
Стратешки модел В										
Смањујем плате запосленим	310	25.2	04.8	04.2	01.9	00.6	63.2	30.0	02.6	
Смањујем трошкове за рекламирање	310	21.9	06.1	08.7	03.9	04.2	55.2	28.1	08.1	
Смањујем трошкове за сировине и материјал	310	19.4	06.8	18.4	12.3	09.4	33.9	26.1	21.6	
Стратешки модел С										
Нудим што квалитетнији производ/услугу	310	03.2	02.9	06.5	16.8	61.9	08.7	06.1	78.7	
Снижавам цену производа/услуге	310	11.3	05.2	23.9	25.2	21.3	13.2	16.5	46.5	
Нудим нове и различите врсте производа и услуга	310	09.0	04.5	19.7	18.7	23.5	24.5	13.5	42.3	
Развијам сопствени бренд/име	310	15.5	10.3	16.5	12.6	13.2	31.9	25.8	25.8	

* Најважнијим техникама припала је највиша оцена (5), а најмање важним оцена 1. НП значи да један део укупне циљне популације модалитет није примењивао у поступку унапређења конкурентности својих производа и услуга. Сум- и Сум+ показују збирно две највише и две најниже оцене.

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Власници кућног бизниса се користе и техникама фокусирања, тачније усмеравањем на циљне групе корисника услуга и потрошача роба.Ову технику, која је из стратешког модела фокусирања најбоље позиционирана, примењује око 75% испитаника а од њих, око 30% је сматра веома важном (оцена 5 и 4). Осим споменутих техника, међу важнијим техникама које испитаници користе, своје место су нашла употреба најновијих технологија и развијање сопственог бренда.

Најслабије рангиране су технике које припадају стратшком моделу снижавања трошкова, посебно смањење зарада запослених и снижавање трошкова за рекламирање које као стратегију унапређења конкурентности, већина испитаника уопште не користи (63% односно55%).

Табела 7.6. показује да географска локација има утицаја на избор стратегије која се користи ради унапређење конкурентности производа и услуга кућног бизниса. За истраживање стратегија јачања конкурентности користили си се вишеструки одговори (испитаници су могли дати више валидних одговора) а проценти у табели представљају учешће субпопулације, односно проценат власника кућног бизниса који су позитивно одговарали на дати модалитет. Поређење средњих оцена сваког од стратешких модела (табела 7.6), указује да иако користе сличне технике за јачање конкурентности, између регионалне локације кућног бизниса постоје извесне разлике у нивоу значајности одабраних стратегија.

Избор стратегија за унапређење конкурентности кућног бизниса центра, полупериферије и периферије, не разликује се много од најчешће коришћених техника укупне циљне популације. За кућни бизнис све три регионалне локације најважнији је стратешки модел диференцијеције. Стратешки модел фокусирања нешто мањи проценат испитаника препознаје као примаран а најмање је власника кућног бизниса који се на тржишту боре снижавајући зараде запослених или трошкове рекламирања. Ко и за кућни бизнис у целини, комбинација неколико техника из групе фокусирања и диференцијације, показала се као највиталнија стратегија конкурентности.

Међутим, интересантно је да, иако је избор стратегија сличан, постоје велике разлике у нивоу значајности појединих техника. Та су разлике изразите између стратума и често праволинијске као што је техника примене најновијих технологија у поступку подизања конкурентности производа и услуга кућног бизниса, која је два пута чешће заступљена у центру него у периферији и полупериферији (табела 7.6). Са друге стране, техника

повезивања са дугим фирмама је образац подједнако значајан и у центру као и полупериферији а због утицаја дистанце и доступности ретко примењив механизам кућног бизниса периферије.

Табела 7.6- Регионална дистрибуција техника којима се унапређује конкурентност

	Укупно		**Регион**					
	Укупно		Центар		Полупериферија		Периферија	
	Оцена 5	Просечна оцена	Оцена 5	Просечна оцена	Оцена 5	Просечна оцена	Оцена 5	Просечна оцена
N	310	293	46	42	80	76	184	175
Стратешки модел А (Фокус)								
Присуствујем семинарима и стручним предавањима	09.0	2.3	10.9	2.2	10.0	2.3	08.2	2.3
Користим најновије технологије	11.9	2.8	21.7	3.1	11.3	2.7	09.8	2.8
Повезујем се са другим фирмама	09.4	2.5	15.2	2.4	15.0	2.8	05.4	2.3
Усмеравам се ка посебним тржиштима и посебним групама стари, деца, жене, туристи...)	17.1	3.0	17.4	2.7	12.5	2.8	19.0	3.2
Просечно на првом месту	11.9		16.3		12.2		10.6	
Стратешки модел В (Снижавање трошкова)								
Смањујем плате запосленим	00.6	1.6		1.2		1.8	01.1	1.5
Смањујем трошкове за рекламирање	04.2	2.2		1.3	06.3	2.6	04.3	2.1
Смањујем трошкове за сировине и материјал	09.4	2.8	04.3	2.1	10.0	2.9	10.3	2.9
Просечно на првом месту	4.7		4.3		8.2		5.2	
Стратешки модел С (Диференцијација)								
Нудим што квалитетнији производ/услугу	61.9	4.4	54.3	4.0	62.5	4.5	63.6	4.5
Прилагођавам цене производа и услуга	21.3	3.5	23.9	3.1	21.3	3.6	20.7	3.5
Нудим нове и различите врсте производа и услуга	23.5	3.6	26.1	3.4	13.8	3.2	27.2	3.8
Развијам сопствени бренд/име	13.2	3.0	13.0	2.8	06.3	2.6	16.3	3.2
Просечно на првом месту	30.0		29.3		26.0		32.0	

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Веома су интересантне разлике између центра и периферије на једној страни и полупериферије на другој, што није први пут да се кућни бизнис полупериферије статистички значајно разликује од друга два стратума. Технике које се своде на понуду нових и различитих производа или на развијање сопственог бренда, ретке су као стратегија унапређења кућног

бизниса полупериферије, што је у овом региону условљено врстом посла и великом зависношћу од централног тржишта.

Тип насеља, односно популациона величина као варијабла, утиче на избор стратегије којом се власници кућног бизниса користе како би унапредили своју позицију на тржишту. Село-град разлике у нивоу значајности одабраних техника мање су него разлике условљене дистанцом од централног тржишта, и мерене просечном оценом значајности, најизразитије се у групи техника базираних на фокусирању. Посебно су изразите разлике у пропорцији сеоских и градских испитаника када је реч о стручном усавршавању, које као стратегију конкурентности дупло боље рангирају власници кућног бизниса у градовима у односу на сеоске резиденте (табела 7.7). Сличан међуоднос је између сеоских и грдских испитаника власника кућног бизниса који су се изјашњавали о другим техникама фокусирања, као што је техника усмеравања на циљне групе становништва или техника повезивање са другим фирмама и организацијама.

Резултати анализе просторних варијација изабраних стратегија за јачање конкурентности потврдили су Портерове ставове да је комбинација више генеричких стратегија чешћи модел у односу на избор само једног стратешког модела. Ови резултати су сагласни и са резултатима студија кућног бизниса развијених земаља (Kean et al.1998; Dess and Davis 1984). Комбинација диференцијације и стратегије фокусирања најчешћи је избор власника кућног бизниса у Србији, без обзира на локацију или тип насеља. Са друге стране снижавање трошкова као стртегија конкурентности, најчешће је препозната у градовима полупериферије, и то је већином реч о снижавању трошкова сировона и репроматеријала.

Друге две технике, каошто је снижавање зарада и трошкова рекламирања, за власнике кућног бизниса у Србије нису имале утицаја. Генерално, резултати упућују на велику хетерогеност и сложене комбинације пословних стратегија

за које се одлучују власници кућног бизниса резиденти различитих локација и типова насеља.

Табела 7.7- Технике унапређења конкурентности према типу насеља

	Улупно		**Тип насеља**			
	Укупно		Село		Град	
	Оцена 5	Просечна оцена	Осепа 5	Просечна оцена	Осепа 5	Просечна оцена
N	310	293	200	188	110	105
Стратешки модел А						
Присуствујем семинарима и стручним предавањима	09.0	2.3	06.5	2.2	13.6	2.5
Користим најновије технологије	11.9	2.8	10.0	2.7	15.5	3.0
Повезујем се са другим фирмама	09.4	2.5	07.0	2.4	13.6	2.6
Усмеравам се ка посебним тржиштима и посебним групама стари, деца, жене, туристи...)	17.1	3.0	14.0	2.9	22.7	3.1
Просечно на првом месту	11.9		9.4		16.4	
Стратешки модел В						
Смањујем плате запосленим	00.6	1.6	01.0	1.6		1.6
Смањујем трошкове за рекламирање	04.2	2.2	03.0	2.2	06.4	2.1
Смањујем трошкове за сировине и материјал	09.4	2.8	08.5	2.8	10.9	2.7
Просечно на првом месту	4.7		4.2		8.7	
Стратешки модел С						
Нудим што квалитетнији производ/услугу	61.9	4.4	61.5	4.5	62.7	4.4
Прилагођавам цене производа и услуге	21.3	3.5	18.5	3.5	26.4	3.4
Нудим нове и различите врсте производа и услуга	23.5	3.6	20.0	3.4	30.0	3.8
Развијам сопствени бренд/име	13.2	3.0	13.0	3.0	13.6	3.0
Просечно на првом месту	30.0		28.3		33.2	

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Као што је раније сугерисано, мушкарци и жене власници кућног бизниса могу примењивати различите стратегије за опстанак и раст посла. Међутим, резултати су показали да су те разлике незнатне, тачније и мушкарци и жене

власници кућног бизниса у Србији, за унапређење конкурентности производа и услуга, користили су комбинацију две стратегије: стратешког модела диференцијације и стратегије фокусирања (табела 7.8). Иако су мушкарци и жене користили исте стратешке моделе, индивидуални избор техника се донекле разликовао.

Табела 7.8- Дистрибуција стратешких модела према полу испитаника

	Укупно		**Пол**			
	Укупно		Мушки		Женски	
	Rank 1	Mean	Rank 1	Mean	Rank 1	Mean
N	310	293	134	126	176	167
Стратешки модел А						
Присуствујем семинарима и стручним предавањима	9.0 (9)	2.3	10.4(7)	2.4	08.0(8)	2.2
Користим најновије технологије	11. (6)	2.8	13.4(4)	3.0	10.8(6)	2.6
Повезујем се са другим фирмама	9.4 (7)	2.5	11119	2.9	05.1(9)	2.2
Усмеравам се ка посебним тржиштима и посебним групама стари, деца, жене, туристи...)	17.1(4)	3.0	11.2(5)	2.9	21.6(4)	3.1
Просек	11.9		12.5		11.4	
Стратешки модел В						
Смањујем плате запосленим	0.6(11)	1.6	00.7(10)	1.6	00.6(11)	1.5
Смањујем трошкове за рекламирање	4.2(10)	2.2	05.2(9)	2.4	03.4(10)	2.0
Смањујем трошкове за сировине и материјал	9.3 (8)	2.8	09.0(8)	3.0	09.7(7)	2.6
Просек	4.7		5.0		4.6	
Стратешки модел С						
Нудим што квалитетнији производ/услугу	61. (1)	4.4	56.7(1)	4.5	65.9(1)	4.4
Снижавам цену производа/услуге	21. (3)	3.5	20.1(2)	3.5	22.2(3)	3.4
Нудим нове и различите врсте производа и услуга	23.5(2)	3.6	18.7(3)	3.5	27.3(2)	3.6
Развијам сопствени бренд/име	13.2(5)	3.0	11.1(6)	3.0	14.8(5)	2.9
Просек	30.0		26.7		32.6	

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Мушкарци и жене се слажу да конкурентности производа и услуга кућног бизниса, највише доприноси квалитет, па је ову технику 65,9% жена и 56,7% мушкараца оценило највишом оценом. Мушкарци су као другу по важности технику препознали конкурентну цену производа, за разлику од жена, које сматрају да је понуда новог и различитог производа на тржишту, важнија

него цена. Жене власнице кућног бизниса, чешће него мушкарци перципирају брендирање као технику која утиче на унапређење конкурентности. Мушкарци радије од жена користе најновије технологије и више улажу у стручно усавршавање, па су се и ове технике конкурентности чешће нашле у њиховим одговорима. Осим брендирања, жене чешће од мушкараца препознају важност фокусирања на циљне групе као потрошаче својих производа и услуга (табала 7.8) и чешће од мушкараца се укључују у пословне мреже и асоцијације.

Генерално, стратегија диференцијације је најважнија техника и мушкарацима и женама власницима кућног бизниса и у оквиру ове групе нема већих разлика у избору индивидуалних техника (квалитет, конкурентне цене и јединствен производ су високо рангиране технике у обе групе испитанника). Други по важности је сратешки модел фокусирања, али се међу мушкарцима и женама индивидуални избор техника из ове групе ипак разликује. За жене је важан фокус на циљну популацију а мушкарцима су битне најновије технологије. Стратешки модел снижавања трошкова ни мушкарци ни жене власници кућног бизниса у Србији нису препознали као технику којом се може унапредити конкурентност.

Генерално, предузетнички карактер кућног бизниса, као стратегије диверзификације активности и прихода међу руралном популацијом у Србији, повезан је са иницијативом и самозапошљавањем који су опет везани за појам мали бизнис (Diochon, 2003). Током последњих двадесет година улога предузетништва и малог бизниса а тако и активности као што су микро и кућни бизнис, добијају значајну улогу у одрживом развоју локалних заједница. Ове врсте послова у развијеним економијама генеришу близу две трећине радних места руралног залеђа (McDaniel, 2001) а значајна је веза између раста и опстанка малог бизниса и одрживости локалних руралних заједница. Истраживања су показала да је у одрживим руралним заједницама

и регионима значајно виша стопа оснивања предузећа малог бизниса (OECD, 2003).

Резултати изнети у овом поглављу указали су да између кућног бизниса на једној страни и концепта руралног предузетништва и развоја микро предузећа, на другој, постоји међузависност која утиче и на одрживост домаћинстава и заједница широм Србије. Рурално предузетништво се најчешће дефинише као креирање нових начина организације посла, увођење нових производа и услуга на тржиште или примена нових технологија у руралном окружењу. Такође се често реферише као мобилизација ресурса како би се испуниле „нише“ на тржиштима и искористиле шансе у руралним областима. Ове дефиниције сугеришу да је за највећи број локалних руралних заједница, микро-бизнис и развој предузетништва, готово једина шанса за одржив развој. Такође, дефиниције сугеришу да је рурално предузетништво мотивисано вишеструким утицајима као што је идентификовање празнина у производним ланцима или постојање специфичних потреба локалних заједница, као и потреба за додатним изворима прихода.

Имајући у виду чињеницу да је предузетништво значајна стратегија регионалног и локалног развоја и да је предузетништво често повезано са радом у кући, логично је претпоставити да кућни бизнис може бити средство за постизање одрживог руралног развоја, посебно што мали бизнис који настане у кућном окружењу, у руралним областима и малим заједницама, обично дуже траје од животног века многих већих предузећа. Мале фирме су у нестабилним условима успешније, брже се прилагођавају економским циклусима, лакше проналазе своје место на тржишту или локацијама које нису покривене великим ланцима и компанијама. Једна од карактеристика новостворених микро-фирми у оквирима сопственог дома је усмереност на нетрадиционалне послове, на једној страни и стварање додате вредности у оквиру традиционалних сеоских делатности.

Резултати овог поглавља су учврстили ставове да је допринос кућног бизниса диверзификацији сеоске економије и прихода знатан и да је кућни бизнис један од подстицаја одрживости на микро-регионалном нивоу. У прилог овој констатацији иду и резултати истраживања дужине трајања кућног бизниса, где је у просеку реч о пословима који трају дуже од пет година. Сматра се да је опстанак у послу дуже од пет година индикатор његове одрживости, јер је највећи број угашених микро предузећа током прве две године пословања.

Опстанак кућног бизниса у руралном залеђу зависи од неколико фактора, укључујући финансијску несигурност, осећај сатисфакције обављањем посла, избор пословних стратегија и полни састав власника посла. Разматрајући полни састав власника кућног бизниса, може се говорити о доминацији жена предузетница у руралном залеђу (периферији) а укључивањем мотивационих фактора већине власника послова који се обављају у сопственом дому, посебно се важним намеђу неекономски разлози као што су флексибилно радно време, независност и могућност балансирања пословних и породичних обавеза. Одрживости кућног бизниса доприноси осећај задовољтва а обављањем посла у оквиру сопственог дома је задовољно 88% жена. Преференције неекономских мотивационих фактора, никако не значи да међу женама власницима кућног бизниса периферије, финансијка сигурност није разматрана као фактор покретања посла, али се ипак може тврдити да су и други разлози имали утицаја.

Кућни бизнис руралне периферије има тенденцију да се фокусира на географски специфична тржишта и циљне групе потрошача, посебно на локално становништво и туристе. На избор стратегије и технике којом власници бизниса унапређују позицију на тржишту, утиче дистанца од централног тржишта и делатност активних у кућном бизнису, што су индикације да су фон Тиненов модел и Портеров модел генеричких стратегија повезани. Фокус у оба модела је на максимизацији профита у

односу на географску локацију, а избор стратешких техника конкурентности је зависан од локалних специфичности врсте посла, захтева тржишта и личних карактеристика предузетника. У моделу Изоловане државе, предузетници се такмиче на тржишту правилним избором делатности како би се смањили трошкови транспорта до централног тржишта. Кућни бизнис руралног залеђа, такође тежи максимизацији профита и смањењу транспортних трошкова, на шта указује окренутост локалним снабдевачима и локалном тржишту али на смањење трошкова утиче и оптималан избор стратегије конкурентности, посебно фокус на специфичне производе и једно географско тржиште. Међутим, за рурално залеђе је посебно карактеристично да предузетници нису у прилици да капитализују све активности кућног бизниса, првенствено због недостатка искуства и знања о тржишту, и тако значајно слабе перформансе посла и прилике за даљи раст и одржив развој.

Генерално, везе кућног бизниса и руралног предузетништва сугеришу да је ова флексибилна форма активности становништва у непољопривредним пословима периферних руралних заједница, један од стратешких модела одрживог економског и демографског развоја. Везе између фон Тиненовог модела и генеричких статегија конкурентности Портер-а, помогле су да се објасни опстанак кућног бизниса и утицај ове микро-форме на економски и социјални развој руралних области, што даље сугерише да су економски модели и концепт одрживог развоја локалних заједница, повезани. Фон Тиненов модел је помогао да се објасне просторне варијације послова који се обављају у кући и са њима повезане стратегије конкурентности. Од избора стратегије јачања конкурентности, зависи раст и опстанак руралног кућног бизниса, што је посебно важно данас када је самозапошљавање веома значајна шанса запошљавања како у селима, тако и градовима широм Србије тако да ова форма предузетништва не сме бити изостављена из легитимних стратегија руралног развоја.

Следеће поглавље се фокусира на детаљно објашњење доприноса кућног бизниса одрживости домаћинстава и локалних заједница, посебно на његову улогу у генерисању дохотка, запошљавања и животног стандарда резидената села и малих градова широм руралне периферије Србије.

8.1 ВЕЗЕ КУЋНОГ БИЗНИСА И ОДРЖИВОГ РУРАЛНОГ РАЗВОЈА

У уводним разматрањимаје дискутовано о расту самозапошљавања у условима економске глобализације и транзиције ка економији услуга. Са растом самозапошљавања и малог бизниса, посебно микро бизниса, повезан је рад у кући (рад на даљину и кућни бизнис) као форма која може унапредити локалну привреду и диверзификовати активности и приходе сеоских домаћинстава и газдинстава. Зато је један од циљева ове дисертације да истражи утицај кућног бизниса лоцираног у руралним областима широм Србије (полупериферија и периферија) на одржив развој домаћинстава и локални економски и социјални развој заједница (села и малих градова). Утицај кућног бизниса на одрживост домаћинстава и заједница се огледа у креирању нових послова, већем дохотку и унапређењу животног стандарда становништва, а мултипликативним ефектима ови позитивни утицаји се преносе и на трендове демографског развитка становишта депопулационих и остарелих руралних области у Србији. Допринос локалним економском развоју се заснива на усмерености кућног бизниса локалним изворима опреме и сировина и локалном тржишту. Снабдевање међу локалним произвођачима и продаја роба и услуга на локалном тржишту умањује зависност малог и кућног бизниса руралне периферије од велих тржишта, и ове врсте бизниса чини отпорнијим на макро-економске флуктуације и кризе.

Карактеристике кућног бизниса варирају са дистанцом, типом насеља и полним саставом испитаника, па тако од географских, демографских и економских фактора зависе и перформансе новостворених послова у руралној периферији, али и њихов допринос одрживом развоју заједница. У

овом поглављу се детаљно образлаже улога кућног бизниса у генерисању дохотка руралних домаћинстава широм Србије, а резултати се базирају на одговорима испитаника, власника кућног бизниса, који су били укључени у анкетно истраживање. Кућни бизнис је у многим индустријализованим земљама, данас веома важан фактор који утиче на опстанак домаћинстава и заједница, првенствено понудом посла власницима бизниса, члановима њихових породица и запосленицима изван домаћинства. Понуда послова у кући редукује незапосленост у руралним областима и може успорити емиграцију.

8.2 ДОПРИНОС КУЋНОГ БИЗНИСА ОДРЖИВОСТИ ДОМАЋИНСТАВА

Оцена улоге кућног бизниса на одржив развој домаћинстава и заједница, у овој тези се заснива на анализи кућног бизниса као примарног занимања, анализи дохотка који се остварује обављањем кућног бизниса и утицају кућног бизниса на окружење.

Табела 8.1- Кућни бизнис као примарно занимање, према полу, региону и типу насеља

	Укупно	Регион			Тип насеља	
		Центар	Полупериферија	Периферија	Село	Град
N	189	28	53	108	121	68
sig				0.36		0.17
Мушки	43.4	35.7	50.9	41.7	47.1	36.8
Женски	56.6	64.3	49.1	58.3	52.9	63.2
Укупно	100%					

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

У Србији је у просеку, кућни бинис примарно занимање за 60% испитаника што је сагласно резултатима сличних студија у развијеним земаља, где се

овај удео креће око 50%. У табели 8.1 приказана је дистрибуција испитаника према модалитету примарног занимања из које се запажа да економски значај кућног бизниса није подједнак за домаћинства центра, полупериферије и периферије, села и града (табела 8.1).

Значај кућног бизниса је највећи за домаћинства полупериферије, у којима је 66,3% власника ову врсту активности навело као своје примарно занимање. Најмањи значај, мерен модалитетом примарног занимања, кућног бизниса има у домаћинствима периферије, где је примарно занимање за 58,7% испитаника. Иако разлике међу регионима постоје, оне нису статистички значајне (sig = 0,51). Кућни бизнис је подједнако значајан мушкарцима и женама (примарно занимање за 60,8% жена у односу на 61,2% мушкараца) али је интересантно да значај кућног бизниса међу мушкарцима власницима опада од центра ка периферији, док међу женама расте (табела 8.2).

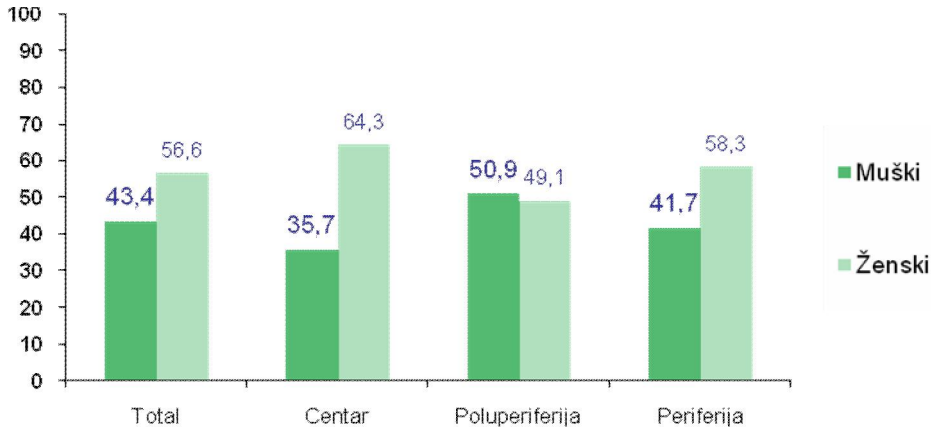
Табела 8.2- Дистрибуција улоге кућног бизниса према региону и полном саставу испитаника

	Укупно	**Регион**								
		Центар			Полупериферија			Периферија		
		Укупно	Пол		Укупно	Пол		Укупно	Пол	
		Укупно	Мушки	Женски	Укупно	Мушки	Женски	Укупно	Мушки	Женски
N	310	46	14	32	80	39	41	184	81	103
sig			0.33			0.58			0.44	
То је моје главно занимање	61.0	60.9	71.4	56.3	66.3	69.2	63.4	58.7	55.6	61.2
Не, моје главно занимање је...	39.0	39.1	28.6	43.8	33.8	30.8	36.6	41.3	44.4	38.8
Укупно	100%									

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Из табеле 8.2 запажа се да је кућни бизнис чешће примарни посао мушкарцима, посебно резидентима центра и полупериферије а међу становницима периферије је чешћи у категорији жена. Више жена него мушкараца међу власницима који га сматрају примарним занимањем, феномен је посебно карактеристичан за руралне области. Са њим су повезане

и традиционалне родне неједнакости висине зарада мушкараца и жена, које имплицирају да је допринос кућног бизниса дохотку домаћинства већи у урбаним центрима, где је више мушкараца којима је то главно занимање, него на периферији. Као разлог неуједначеног значај кућног бизниса према полном саставу, резидената зона различито дистанцираних од централног тржишта, може бити и недостатак шанси за замошљавање мушког становништва у терцијаризованој економији градова, где је осим што је ретка, пуна запосленост селективна и према полу и чешћа међу женском популацијом. Са друге стране, у руралном залеђу је улога пољопривреде у структури привреде и даље знатна, па је и понуда послова, такође, селективних према полу, већа међу мушким становништвом.

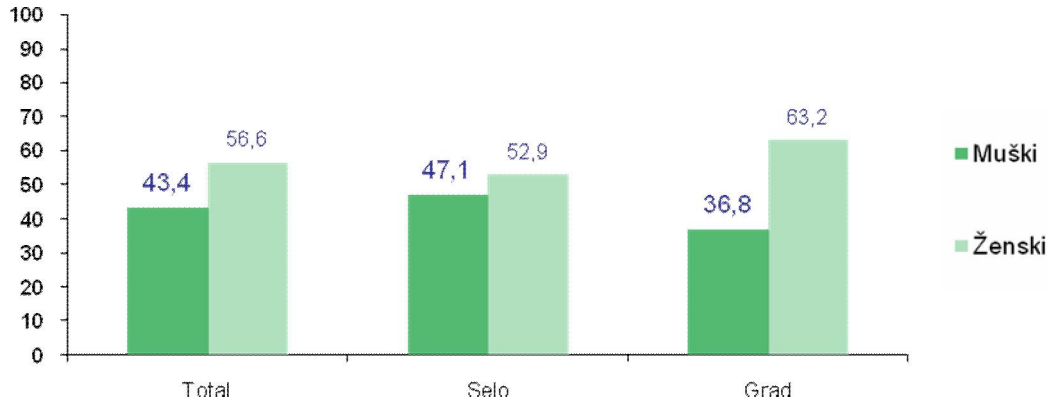


Слика 10: Пропорција мушкараца и жена у регионалној расподели испитаника којима је кућни бизнис главно занимање

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Иако је кућни бизнис, као главни извор прихода, заступљенији у категорији мушкараца, посебно у центру и полупериферији, у структури кућног бизниса који је основно занимање својих власника доминира женско предузетништво. Овај феномен је најизразитији у центру где је женски кућни бизнис као основно запослење двоструко чешћи у односу на послове чији су власници мушкарци (слика 10)

Разлике у пропорцији жена и мушкараца изразите су, такође, у периферији (слика 10.) и градским насељима (слика 11).



Слика 11: Пропорција жена и мушкараца којима је кућни бизнис примарно занимање, према типу насеља

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Кућни бизнис је подједнако значајан мушкарцима и женама једино у сеоским насељима (47:53%) и у полупериферији (49:51). На подједнако вредновање кућног бизниса полупериферије и села у Србији, утичу врсте посла и мотивациони фактори који се међу мушкарцима и женама предузетницима, битно не разликују. Посао је у оба стратума везан за пољопривреду (табела 6.2) а доминирају економски мотивациони фактори. Кућни бизнис који је у оваквом окружењу виђен као облик диверзификације активности и прихода, покренут је деловањем *push-distreess* фактора (Богданов, 2007), или изнуђен бизнис који је као примарно запослење подједнако вредновани међу женама и мушкарцима.

Осим власницима, кућни бизнис нуди шансе за запошљавање и осталим члановима домаћинстава. Од укупног броја испитаника 47,1% предузетника је омогућило запослење за другу особу а 36,5% кућних микро предузећа запошљава најмање једног члана свог домаћинства. Овај феномен је присутан у сва три истраживана региона али су разлике статистички

значајне само између села и градова. Утицај кућног бизниса највећи је у сеоским заједницама и на полупериферији, где у просеку око 50% кућних микро предузећа има запослените а око 45% међу запосленицима и чланове домаћинства, у поређењу са урбаним резидентима власницима кућног бизниса, који значајно мањом пропорцијом учествују у расподели „породичних, кућних микро предузећа“ (мање од једне петине међу запосленима има чланове домаћинства). Власници кућног бизниса често се ослањају на неплаћену радну снагу помажућих чланова домаћинства што је корисна стратегија у смислу снижавања трошкова и јачања конкурентности. Чланови домаћинства на тај начин стичу вештине корисне за будуће самосталне подухвате док директна размена знања кроз заједничке активности, подстиче међугенерацијски трансфер послова.

8.2.1 ПРОСТОРНЕ И РОДНЕ ВАРИЈАЦИЈЕ ПРИХОДА ОСТВАРЕНИХ КУЋНИМ БИЗНИСОМ

Осим запошљавања, други важан канал којим кућни бизнис утиче на одрживост домаћинстава руралних области јесте генерисање прихода. Већ је дискутовано да је основни мотивациони фактор покретања кућног бизниса економске природе, било да је постакнут фактором немаштине или предузетничком тежњом ка профиту. Резултати истраживања кућног бизниса у Србији, показали су да је у месецу кои је претходио анкетном истраживању, у априлу 2011 године, 47,3% домаћинстава укључених у кућни бизнис имало укупне приходе веће од 36 000 динара, када је просечна нето зарада у Србији износила 35 538 динара (РЗС, 2011). Са месечним приходима већим од 36 000 динара, највише је било власника кућног бизниса резидената центра (58,7%) и полупериферије(53,7%), затим градова (50,8%) и периферије (41,4%), а најмање их је било у селима, свега 40,1% (табела 9.3). Овај резултат указује да је кућни бизнис значајан извор финансијске сигурности како за појединце, власнике кућног бизниса, тако и за њихова домаћинства.

Табела. 8.3- Укупан приход домаћинстава укључених у кућни бизнис, (фебруар, 2011 године)

	Укупно	Регион			Тип насеља	
		Центар	Полупериферија	Периферија	Село	Град
N	310	46	80	184	200	110
sig		1.00			0.01	
5.00	02.6	06.5	02.5	01.6	01.0	05.5
10.00	09.0	08.7	10.0	08.7	06.0	14.5
15.00	08.7	08.7	06.3	09.8	08.5	09.1
20.00	13.2	10.9	15.0	13.0	13.0	13.6
25.00	10.3	15.2	11.3	08.7	07.5	15.5
30.00	10.3	06.5	03.8	14.1	12.0	07.3
35.00	01.9	02.2	01.3	02.2	01.0	03.6
40.00	05.8	06.5	03.8	06.5	04.0	09.1
50.00	17.4	15.2	25.0	14.7	23.0	07.3
60.00	05.2	06.5	05.0	04.9	07.0	01.8
70.00	04.2	04.3	05.0	03.8	05.0	02.7
75.00	00.6		01.3	00.5	00.5	00.9
80.00	03.2		03.8	03.8	03.5	02.7
90.00	00.6		01.3	00.5	01.0	
100.00	06.8	08.7	05.0	07.1	07.0	06.4
Укупно	100%					

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Резултати анкетног истраживања кућног бизниса у Србији показали су просторно неуједначен ниво зарада, где бизнис у урбаним срединама генерише веће приходе у односу на полупериферију, периферију и села. Мерено учешћем испитаника чија је лична зарада премашила републички просек, центар са 26,1% предњачи у односу на градове (21%), полупериферију (17,8), села (13%) и периферију у којој је свега 12% испитаника са надпросечним зарадама.

Изразите су разлике и у просечној пропорцији зарада од кућног бизниса у структури укупних прихода домаћинства. Табела 8.4 показије да су

статистички значајне разлике опажене између сеоских и грдских насеља (sig = 0,00) где кућни бизнис генерише већи удео прихода сеоских домаћинстава (посебно су велике село-град разлике у категорији од 40-70% укупних прихода).

Табела 8.4- Учешће кућног бизниса у структури прихода домаћинстава, према региону и типу насеља

	Укупно	**Регион**			**Тип насеља**	
		Центар	Полупериферија	Периферија	Село	Град
N	310	46	80	184	200	110
sig		0.44			0.00	
Do 20%	33.5	34.8	33.8	33.2	28.5	42.7
21-40%	28.4	30.4	20.0	31.5	24.5	35.5
41-70%	26.8	26.1	35.0	23.4	35.0	11.8
Више од 70%	11.3	08.7	11.3	12.0	12.0	10.0
Укупно	100%					
N	310	46	80	184	200	110
Mean	38.8	37.1	40.0	38.8	42.2	32.6

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

У градовима је веће учешће кућног бизниса у реализацији скромнијег удела дохотка, тачније до 20%. У просеку, кућни бизнис је најзначајнији домаћинствима полупериферије и сеоским насељима, а најмање битан у градовима широм периферије и полупериферије и центру. Интересантно да ови резултати нису сагласни другим студијама кућног бизниса, када су у условима развијенијих економија приходи од кућног бизниса најзначајнији били урбаним резидентима, што је сагласно природи и профитабилности послова који су претежна карактеристика градских средина.

У градовима у Србији је кућни бизнис још увек споредно занимање и секундарни извор прихода, за разлику од села где иако је секундарно

занимање (пољопривреда је често примарни посао), зарада од кућног бизниса често представља најважнији извор дохотка.

Учешће прихода од кућног бизниса селективно је према полу власника (sig 0,00) и у структури дохотка домаћинства, веће је ако бизнисом управљају мушкарци него жене. Већини жена, за њих око 70%, зарада од кућног бизниса не прелази 40% прихода, док половина мушкараца (47%) приходима од кућног бизниса реализује преко 40% укупне зараде.

Табела 8.5- Значај кућног бизниса у структури прихода, према полу власника

	Укупно	**Пол**		**Пол**		
		Мушки	Женски	Мушки	Женски	Партнери
N	310	134	176	84	135	91
sig		0.01		0.00		
Do 20%	33.5	31.3	35.2	35.7	38.5	24.2
21-40%	28.4	21.6	33.5	20.2	35.6	25.3
41-70%	26.8	30.6	23.9	34.5	19.3	30.8
Више од 70%	11.3	16.4	07.4	09.5	06.7	19.8
Укупно	100%					
N	310	134	176	84	135	91
Mean	38.8	43.2	35.5	39.0	33.3	46.8

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Најизразитије су разлике у случају када се кућним бизнисом реализује више од 70% дохотка домаћинства, када су мушкарци више од двоструко бројнији у односу на жене. То имплицира да, иако је жена власница кућног бизниса више него мушкараца, традиционалне родне релације на тржишту рада и са њима сагласан избор послова, определиле су висину прихода кућног бизниса. Тако се пословима које воде мушкарци оствари виши ниво зарада које онда већим учешћем партиципирају у структури буџета домаћинства.

Ослоњеност на зараду остварену обављањем кућног бизнисам, поткрепљује хипотезу да је један од најважнијих разлога покретања посла потенцијални доходак, и да је мотивациони фактор приходовања подједнако важан у

центру, полупериферији и периферији, како у сеоским тако и градским насељима. Сегрегација занимања између урбаног центра и руралне периферије може се сматрати главним разлогом диспаритета дохотка оствареног кућним бизнисом. Власници кућног бизниса центра, чешће су обављали профитабилније послове као што су професионалне, бизнис услуге у односу на предузетнике руралног залеђа који су најчешће били укључени у трговину и личне услуге. Географске разлике удохотку повезане су са сличним просторним патернима образовног статуса власника кућног бизниса, јер од образовања зависи избор занимања и висине зараде. На просторне разлике висине зарада од кућног бизниса, утицала је величина тржишта сеоских и градских насеља, јер, у поређењу са селима, бизнис у градовима има приступ већем тржишту, што повећава његове шансе за зараду.

Литература сугерише да полни састав власника кућног бизниса утиче на висину зараде. И у Србији је у структури дохотка, пропорционално веће учешће од прихода кућног бизниса реализовано у случајевима када су бизнис водили мушкарци. У неколико сличних студија у свету (Hennon et al. 2000; Rowe et al. 2000; Stanger, 2000; Trent 2000; Olson et al. 1995) мушкарци власници кућног бизниса су зарађивали значајно више него жене предузетнице, чак и када су у питању била иста или слична занимања.

Утицај кућног бизниса на одрживост домаћинстава, мерем учешћем у структури прихода, посебно је важан у случајевима партнерско-пословног односа супружника. Из табеле 8.5 се запажа да у реализацији више од 70% дохотка домаћинства, највише учествују партнери власници кућног бизниса. Ово имплицира велике разлике у доприносу кућног бизниса одрживости домаћинстава, који је најмањи ако се бизнисом баве само жене, већи ако њиме управљају мушкарци и највећи када су у кућни бизнис укључена оба супружника.

Највећи удео зараде од кућног бизниса у структури укупних прихода остварен је у сектору професионалних услуга (у просеку око 65% дохотка се оствари кућним бизнисом) а најмање у делатности образовања (мање од 20%). У структури дохотка, осим професионалних услуга, значајно утичу послови везани за прераду и трговину пољопривредним производима и грађевинарство, али и услуге смештаја и исхране (табела 8.6). Утицај врсте посла на допринос кућног бизниса породичном буџету је статистички значајан (sig = 0.00).

Табела 8.6-Делатности кућног бизниса према доприносу кућном буџету

	Укупно	**Сектор**										
Допринос		Пољопривреда, шумарство и рибарство	Прерађивачка индустрија	Грађевинарство	Трговина на велико и мало и поправка моторних возила	Услуге смештаја и исхране	Информисање и комуникације	Пословање некретнинама	Стручне, научне, иновационе и техничке делатности	Административне и помоћне услужне делатности	Образовање	Остале услужне делатности
N	310	78	84	11	24	6	13	3	5	2	25	59
sig		0.00										
Do 20%	33.5	19.2	33.3	18.2	58.3	16.7	53.8	33.3			80.0	27.1
21-40%	28.4	16.7	38.1	18.2	16.7	33.3	7.7	33.3	40.0		16.0	45.8
41-70%	26.8	44.9	21.4	45.5	20.8	33.3	30.8		20.0	100.0		18.6
Више од 70%	11.3	19.2	7.1	18.2	4.2	16.7	7.7	33.3	40.0		4.0	8.5
Укупно	100%											
N	310	78	84	11	24	6	13	3	5	2	25	59
Средња вредност	38.8	50.5	35.0	49.5	26.7	46.7	32.3	43.3	65.0	55.0	21.0	36.9

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Како на врсту посла велики утицај има дистанца од централног тржишта, у београдском метрополитенском подручју највише послова је сконцентрисано у сектору професионалних услуга, што имплицира и већи допринос кућног бизниса генерисању дохотка урбаних домаћинства. Међутим не треба губити из вида неспоран допринос кућног бизниса

дохотку домаћинстава широм руралне периферије, где је сконцентрисана друга врста послова који значајно партиципирају у приходима, а то су послови прераде пољопривредних производа, трговине, грађевинарства и послови у туризму.

На пропорцију зараде остварене кућним бизнисом, а тиме и на економску и демографску одрживост домаћинстава и локалних заједница, пресудно утиче избор кућног бизниса као примарног занимања и укљученост супружника/партнера у посао. Тако највећи део испитаника којима је кућни бизнис примарно занимање, њих 53,3%, од кућног бизниса оствари преко 40% својих прихода (17% их оствари преко 70%). Са друге стране, 58,7% власника којима је кућни бизнис секундарно занимање, од њега оствари највише 20% прихода. (табела 8.7).

Утицај ове две варијабле на пропорцију дохотка који се реализује кућним бизнисом, статистички је значајан: кућни бизнис као примарно занимање (sig = 0.00) и укљученост партнера у бизнис (sig = 0.00). Као што се могло очекивати, они којима је кућни бизнис примарно занимање и којима је супружник/партнер укључен у посао, истовремено су су највећи део дохотка реализовали зарадом од кућног бизниса. Из табеле 8.7 се запажа да постоји значајна позитивна веза између дохотка оствареног кућним бизнисом и доживљаја кућног бизниса као примарног занимања а негативне корелације између учешћа кућног бизниса у дохотку и пропорције супружника који су запослен изван кућног бизниса. Тако у просеку, кућни бизнис који функционише као примарно занимање док партнер ради изван куће, генерише мањи проценат кућног буџета у поређењу са бизнисом у који су укључена оба партнера (табела 8.7).

Унакрсним табелирањем фактора који утичу на висину зарада и доприноса кућног бизниса буџету руралних домаћинстава, па тако и локалних заједница, опажено је да је удео власника којима је кућни бизнис примарно

занимање највиши у полупериферији (75,5%), где је и највише супружника/партнера укључених у посао партнера (86,4%).

Табела 8.7- Утицаји статуса примарног занимања и партнерско-пословног односа супружника на допринос кућног бизниса породичном буџету

Допринос	**Укупно**	**Да ли је ваш кућни бизнис истовремено ваше главно занимање а ако није, прецизно наведите ваше главно занимање**		**Да ли је Ваш партнер запослен ван вашег кућног бизниса?**	
		То је моје главно занимање	Не, моје главно занимање је: (навести које)	Да	Не
N	310	189	121	111	91
sig		0.00		0.00	
Do 20%	33.5	17.5	58.7	36.9	24.2
21-40%	28.4	29.1	27.3	35.1	25.3
41-70%	26.8	36.5	11.6	27.0	30.8
Више од 70%	11.3	16.9	02.5	00.9	19.8
Укупно	100%				

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Табела 8.8- Регионална расподела фактора који опредељују зараде кућног бизниса

		Да ли је Ваш партнер запослен ван вашег кућног бизниса?		
	Кућни бизнис главно занимање	Укупно	Да	Не
Центар	Да	62.5	85.7	30.0
	Не	37.5	14.3	70.0
	Укупно	100.0	100.0	100.0
	N=	24	14	10
Полупериферија	Да	75.5	66.7	86.4
	Не	24.5	33.3	13.6
	Укупно	100.0	100.0	100.0
	N=	49	27	22
Периферија	Да	62.8	64.3	61.0
	Не	37.2	35.7	39.0
	Укупно	100.0	100.0	100.0
	N=	129	70	59

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Ово имплицира да кућни бизнис има највећу улогу у реализацији дохотка домаћинстава полупериферије, мању улогу у финансијском обезбеђењу домаћинстава периферије и најмању у реализацији дохотка домаћинстава чији су чланови власници кућног бизниса урбани резиденти (табела 8.8).

Са циљем да се тестира претпоставка да осим ова два фактора, статус примарног занимања и укљученост супружника у посао, на допринос кућног бизниса генерисању породичног буџета утичу дистанца (центар, полупериферија и периферија) и популациона величина насеља (село или град), искоришћен је модел вишеструке регресије (Mann, 2009). Детаљна статистика теста је дата у прилогу 8, а резултат теста је показао да на допринос кућног бизниса генерисању дохотка у домаћинству, утичу само прва два фактора, док дистанца и тип насеља немају утицаја. Тако између променљивих "Да ли је ваш кућни бизнис истовремено ваше главно занимање а ако није, прецизно наведите ваше главно занимање?" и "Колики проценат прошлогодишњих прихода вашег домаћинства је остварен вашим кућним бизнисом?" постоји статистички значајна позитивна корелација средњег интензитета од 43,7% (прилог 8) а између променљивих "Да ли је Ваш партнер запослен ван вашег кућног бизниса?" И "Колики проценат прошлогодишњих прихода вашег домаћинства је остварен вашим кућним бизнисом? постоји статистички значајна позитивна корелација умереног интензитета од 32,7%. Између променљивих "Да ли је ваш кућни бизнис истовремено ваше главно занимање а ако није, прецизно наведите ваше главно занимање?" и "Регион" постоји негативна корелација слабог интензитета од 3,7%, али није статистички значајна, док између променљивих "Колики проценат прошлогодишњих прихода вашег домаћинства је остварен вашим кућним бизнисом?" и "Регион" постоји позитивна корелација слабог интензитета 1,2%, која такође, није статистички значајна. Сличан резултат је добијен применом коефицијента корелације (Pearson Correlation), где је позитивна корелација опажена

између удела кућног бизниса у приходу домаћинства, статуса примарног занимања и укључености супружника у посао (прилог 8.а).

Генерално, допринос кућног бизниса дохотку домаћинства, а тако и утицај на економски развој локалне заједнице и одржив демографски развој, не зависи од географске локације бизниса или типа насеља (његове популационе величине), већ од тога да ли је главно занимање власнику и да ли су оба партнера укључена у посао. Породични (партнерски) дискурс кућног бизниса је изразито наглашен у полупериферији, што је последица миграционих кретања становништва ка центру, где је периурбани појас Београда еволуирао у популационо динамичну просторну категорију, у којој доминирају потпуне породице, што је са становишта породичног карактера кућног бизниса, значајно. Са друге стране, кућни бизнис као породична преокупација, ређи је у центру и периферији, првенствено под утицајем нижих стопа брачности које су у руралном залеђу узроковане морталитетом старог становништва (висок удео самачких домаћинстава) и у новије време полним дебалансом репродуктивно способне популације, док су ниже стопе брачности градске популације претежно условили социо-психолошки фактори, тежња за економском независношћу и преференције самачког живота.

8.3 ДОПРИНОС КУЋНОГ БИЗНИСА ОДРЖИВОМ РАЗВОЈУ ЛОКАЛНЕ ЗАЈЕДНИЦЕ

О утицајима на окружење дискутује се у контексту учешћа запосленика изван домаћинства и економским и социјалним мрежама које се успостављају обављањем кућног бизниса. Овде се првенствено мисли на пословне контакте са добављачима и купцима и учешће власника кућног бизниса у процесудоношења одлика на нивоу локалних пословних асоцијација и локалне самоуправе.

Допринос одрживом економском развоју локалних закедница, огледа се у креирању нових радних места, на шта упућују резултати приказани у табели 8.9. Осим власника кућног бизниса, у посао који се обавља у кући, неретко су укључени и други запослени, најчешће из круга породице или домаћинства. Шири утицај на редуковање незапослености локалних заједница, кућни бизнис има као место рада за запосленика који нису чланови домаћинства, којих је мање него запослених из круга породице али ипак партиципирају, и то не малим уделом: у полупериферији са 24% и у периферији са 12% од укупног броја испитаника са запосленицима. Власници кућног бизниса на локални економски и демографски развој утичу снажењем друштвених мрежа, учешћем у локалним развојним иницијативама и органима локалне самоуправе. Према резултатима студија кућног бизниса у развијеним земљама, ове везе су веома важне јер развијене друштвене мреже и укљученост локалних предузетника и „креативне класе“ (Florida, 2003) доприносе одрживом руралном развоју.

Табела 8.9 Регионалне разлике утицаја кућног бизниса на запосленост

	Укупно	Регион				
		Центар	Полупериферија	Периферија	Село	Град
N	146	11	44	91		
Осим вас, колико људи ради са вама?	2.7	1.8				

Извор: Анкетно истраживање аутора, 2011.

Резултати анкетног истраживања кућног бизниса у Србији су, супротно резултатима у развијеним земљама, показали да испитаници укључени у кућни бизнис нису препознати или нису препознали друштвене мреже и локалну самоуправу као подршку опстанку и даљем унапређењу сопственог

бизниса, о чему говори и податак да је од 310 испитаника, само седам било укључено у рад локалних и регионалних асоцијација и агенција за економски развој, а само један у рад локалне самоуправе.

Непосредан допринос кућног бизниса одрживом економском и демографском развоју је у томе што ствара шансе за запослење и смањује незапосленост, финансијску несигурност и сиромаштво, посебно у руралним и малим заједницама. Флексибилна природа кућног бизниса, чини га једном од најважнијих стратегија за ревитализацију руралних и малих заједница већине развијених земаља. Из овога следи да је кућни бизнис пример промена руралне економије – од оне која зависи од принципа масовне производње, ка оној која има потенцијал да понуди већи диверзитет и флексибилност. Ово је само део једне шире промене у развијеним земљама - од масовне производње конвенционалних артикала ка диверзификованом, флексибилном и профитабилном систему производње у оквиру тржишта специјализованих производа, тј. систему који има капацитете да задовољи специјалне потребе потрошача. Доказ ове промене је све веће опадање броја активних који се баве традиционалних занимањима, као што је примарна пољопривредна производња а раст интересовања за туризам и рекреацију на селу. Оживљавање кућног бизниса један је од позитивних исхода процеса реструктурирања привреде на селу. Глобално реструктурирање такође подразумева да се послови све више измештају из канцеларија на друге локацијем па и у кућу а прихватање овог тренда повећаће потребу за самозапошљавањем и оснивањем микро фирми, јер је то потенцијална стратегија опстанка на тржишту.

Поред тога што има економску улогу, кућни бизнис доприноси демографској одрживости тако што нуди женама прилику да слободно одлучују, далеко од конвенционалног и патријархалног радног окружења. Такође нуди могућност партнерско-пословне везе а чињеница да знатан удео кућних микро-фирми воде партнери, показује да парови свесно бирају да живе и

раде заједно. Штавише, власници кућног бизниса руралног залеђа спремнији су да прихвате подршку или укључе другог члана своје породице у управљање, него што је случај са урбаним резидентима власницима кућног бизниса. Партнерско-пословни однос супружника јача везе међу члановима домаћинства, подржава породичне вредности и развија предузетничке вештине у локалним руралним заједницама.

Интеракција између власника кућног бизниса, потрошача и добављача, представља облик социјализације у руралним областима, где је иначе не би било а студије су показале да је пословно повезивање предуслов одрживог развоја заједнице. За разлику од предузетника у руралним областима, власници кућног бизниса у урбаним центрима имају конкретнију корист од пословног удруживања којима се елиминише изолација и самоћа, које обично прате кућни бизнис. Овај тренд такође је утицао на промену приступа регионалном развоју и развоја заједница, од егзогених интервенција ка ендогеном приступу. Промена приступа је условила значајне промене средстава којима се стимулише развој, а један од начина подстицања регионалног и локалног економског развоја јесте промоција самозапошљавања и развој микро предузећа како би се створила нова радна места и обезбедила економска и финансијска сигурност локалних заједница. Мала кућна предузећа која оснивају појединци и домаћинства представљају ’инкубаторе’ руралног економског раста, који се ослања на локалну културу, идеје, иницијативу, таленат и капитал. Кућни бизнис подржава локалну привреду кроз зараде, набавку опреме и сировина и продају роба и услуга. У кућном бизнису се активирају и други припадници локалних заједница и пружа услуге које иначе не би биле доступне на локалном нивоу. Кућни бизнис привлачи посетиоце и туристе који троше новац на локалне производе и услуге и друже се са локалним становништвом, што доказује да кућни бизнис суштински спречава пораст незапосленост а његов друштвени и економски потенцијал не би требало занемарити.

ЗАКЉУЧАК

Полазећи од економско-географских и демографских обележја аграрног простора, у овој тези је истраживање савремених промена фокусирано на диверзификацију активности сеоског становништва. Истраживање диверзификације активности и прихода сеоских домаћинстава, обухватило је два основна контингента: чланове пољопривредних газдинстава који су примарну пољопривредну производњу допунили активностима прераде и трговине, док су други контингент чинили чланови непољопривредних домаћинстава који су у оквиру сопственог дома покренули непољопривредни микро-бизнис. У оба случаја је у питању био кућни бизнис, који је као феномен постиндустријске етапе друштвено-економског развоја, посебно актуелизован у развијеним земљама. Истраживање савремених економско-географских и демографских промена у аграрном простору Србије, наметнуло је потребу да се пронађе адекватан теоријски оквир којим би се савремене промене истражиле кроз ниво, обухват и просторне варијације карактеристика диверзификованих сеоских активности. Адекватан теоријски оквир је омогућио даље повезивање диверзификације активности руралне популације са истраживањем кућног бизниса као свеобухватног индикатора глобалних економских промена које нису заобишле ни руралну периферију Србије.

За постављање теоријских оквира ове тезе, изузетно је било важно начинити спону између економских промена (диверзификација активности руралног становништва) и њиховог утицаја на неповољне демографске трендове у селима широм Србије. У тези је прихваћено становиште да запошљавање (самозапошљавање) у оквиру сопственог дома, доприноси генерисању дохотка домаћинства, редукује ризике пословања, утиче на сигурности прихода и унапређује стандард појединаца, домаћинстава и локалних заједница. Економска сигурност и осећај задовољства послом који се обавља, могли би утицати на промену преференција према којима женско, млађе

радно-способно становништв, ниско вреднује села као место становања и послове повезане са пољопривредом. Недостатак квалитетних и разноврсних послова , у новије време је у селима Србије додатно интензивирао миграцију селективну према полу, што је у оптималним старосним кохортама сеоског становништва, изазвало полни дебаланс у корист мушкараца. У таквим условима је посебно наглашена релативна економска корист од кућног бизниса, као капитално доступне под-врсте микро бизниса, посебно у руралним заједницама и међу женском популацијом. Осим директног утицаја на пораст активности женског становништва (и мушког), диверзификација активности и кућни бизнис, као форма рада примерена капацитетима сеоских заједница, својим флексибилним карактерим би могли имати позитиван утицај на фертилитет. Иако је ова веза нетранспарентна, примери неких развијених земаља у којима је раст активности женске популације у флексибилним, услужним пословима и успостављен баланс пословног и личног живота, коинцидирао са растом фертилитета, наводе на размишљање није ли и опажени раст фертилитета последица већег ангажовања женске популације у услужним пословима који су у новој економији спојили традиционално неспојиве локације: место становања и место рада? У овом контексу се истражује утицај кућног бизниса на руралну одрживост где је допринос овог облика пословања руралном развоју, обликован великим бројем фактора, укључујући географску локацију, популациону величину насеља, делатност, пол, старост и образовање власника кућних микро-предузећа, мотивационе факторе, али избор стратешких модела јачања конкурентности. У основи, ова дисертација представља допринос литератури о одрживом економском и демографском развоју руралних заједница, о предузетништву и самозапошљавању у Србији.

Постављању теоријских оквира ове тезе је допринела чињеница да је на диверзификацију као инструмент јавне политике, ослоњено неколико националних стратегија којима је циљ у смањење сиромаштва, посебно у селима и међу пољоприврдним становништвом. Диверзификација се у

националним стратегијама често ослања на креирање непољопривредних послова и развој малих предузетничких фирми у оквирима газдинстава. Учесталост кућног бизниса се посредно може добити из статистике самозапосленог становништва, које је у развијеним земљама у 50% случајева активно од куће, при чему се мора имати у вуду да је слична аналогија у Србији отежана веома високим учешћем пољопривредне самозапослености и производње за подмирење сопствених потреба, а која није део структурних промена које су у фокусу ове тезе.

Аграрни и рурални простор у Србији данас је суочен са озбиљним социо-економских проблемима, међу којима су велика незапосленост, сиромаштво, неконкурентна пољопривредна производња, уситњени поседи и слаба повезаност индивидуалних произвођача, са једне стране, и негативан природни прираштај, старење, емиграција и у новије време полни дебаланс становништва, са друге стране. Савремене промене су наступиле када је становништво слабо урбанизованог простора Србије, препознавши проблем континуираног слабљење пољопривреде, неизвесних извора прихода и снажне емиграције, на изазове економске глобализације одговорило развојем нових форми привређивања. Анкетно истраживање спроведено за потребе ове тезе, показало је да учесталост кућног бизниса у Србији износи 6%, или, сваки седамнаести случајно изабран испитаник је имао непољопривредни посао који је обављао у оквиру сопственог дома. Од укупног броја испитаника, власника кућног бизниса, у Србији се кућним бизнисом чешће баве жене (од укупног броја, 56,8% власника кућног бизниса су жене у односу на 43,2% мушкараца) а да полни диспаритети варирају са регионом и величином насеља. Дебаланс полног састава испитаника је најизразитији у центру и у градовима полупериферије и периферије а најмањи у полупериферији и селима периферије. На редуковање незапослености међу женском популацијом, кућни бизнис је најјаче утицао у центру (у просеку 56,5% свих власника у центру су жене), посебно у сеоским насељима центра где су жене власнице близу две трећине (58,3%) укупно

евидентираних кућних микро-фирми а најмање на раст активности жена полупериферије, где оне воде свега 37,5% послова (посебно у селима полупериферије где тај удео износи 34,4%).

Истраживање диверзификације руралне економије и кућног бизниса као индикатора савремених економско-географских и демографских промена, показало је значајне просторне варијације послова који се обављају од куће. У Србији је близу половине власника кућног бизниса ангажовано у некој од делатности услужног сектора, тачније 44,2 %. Становници руралних области (периферије и полупериферије) у Србији, начешће су укључени у послове прераде и трговине пољопривредним производима, прерађивачке индустрије, осталих услужних делатности, затим трговине и грађевинарства док су урбани резиденти власници бизниса у „осталим услужним делатностима“, прерађивачкој индустрији, образовању, делатностима информисања и комуникација и стручним и иновационим делатностима. У првом случају је реч о слабије плаћеним пословима, док су урбани резиденти склонији профитабилнијим секторима, као што су професионалне услуге. Интересантно је да су испитаници полупериферије више ослоњени на послове повезане са пољопривредом него становници периферије, а концентрација у популационо снажнијим областима у којима су заступљене потпуне и вишегенерацијске породице, последица је радно-интензивног карактера пољопривреде и прераде пољопривредних производа, али и близине централног тржишта. На избор посла, утицао је полни састав испитаника, па су се жене власнице кућног бизниса, у руралној периферији бавиле мање профитабилним пословима у односу на послове који су водили мушкарци, због чега су и приходи руралних предузећа чији су власници жене заостајао за онима чији су власници мушкарци. Мора се нагласити да су традиционални родни раскорак и подређена позиција жена на тржишту рада наглашени и у пракси самозапошљавања у оквиру сопственог дома, иако су жене у овом случају самостално бирале врсту пола. На избор посла је утицао

релативно нижи образовни ниво жена на селу, како у односу на мушкарце, тако и на жене у урбаним срединама.

Са порастом дистанце од центра повећава се број жена власница кућног бизниса у прерађивачкој индустрији, преради и продаји пољопривредних производа, трговини и услугама смештаја и исхране. Са друге стране, ка центру расте број жена предузетница у сектору услуга, тачније у оквиру осталих услужних делатности, затим у стручним, научним, иновационим и техничким делатностима и у области образовања.Са дистанцом од центра, број мушкарца власника кућног бизниса расте у прерађивачкој индустрији, преради и продаји пољопривредних производа, трговини, грађевинарству и услугама смештаја и исхране. Обрнуто, приближавањем ка центру, у области информационих и комуникационих делатности, образовања, стручних, научних, иновационих и техничких делатности, као и у административним услугама, расте број послова које обављају мушкарци. Ове интер-регионалне родне варијације послова најпре се могу објаснити различитим образовним нивоом мушких и женских предузетника.

Имајући у виду да је релација запошљавање-успоравање емиграције-одржив развој, један од најважнијих принципа на којима се темељи истраживње савремених економско-географских и демографских промена у аграрном простору у Србији, најважнији резултати су обухватили и новоуспостављене релације које се обављањем кућног бизниса остварују између различитих регионалних локација (урбани центар, полупериферија, периферија) и типова насеља (село, град). Урбано-руралне везе се сматрају круцијалним за опстанак непољопривредних послова руралне периферије, па тако за економски развој и са њим тесно повезану демографску одрживост популационо ослабљеног простора у Србији. Теоријски оквир овог истраживања подвлачи утицају дистанце од централног урбаног тржишта (Београда), што значи да ниво зависности и опстанак диверзификованих активности и кућног бизниса системски опада од центара ка периферији.

Тако је кућни бизнис полупериферије јаче повезан са централним тржиштем него кућни бизнис периферије, а везе су остварене разменом робе, новца, информација и услуга између власника кућног бизниса, добављача и купаца. То значи да је кућни бизнис периферије више ослоњен на локалне купце и добављаче чиме у већој мери доприноси локалном економском развоју. Ефекти локалних веза више користе заједницама руралног залеђа него урбаним центрима, јер су кућна микро-предузећа у руралним регијама ослоњена на локалне ресурсе и локслно тржиште. Могуће објашњење локалне оријентације кућног бизниса периферије јесте одсуство комерцијалних фирми у руралном залеђу, због чега је локалним фирмама у условима слабе конкуренције, лакше да одрже позиције на тржишту.

Осим директног утицаја на раст запослености руралне популације, показало се да диверзификација активности сеоског становништва и активирање и оквирима сопственог газдинства и домаћинства, снажи породично-партнерске везе. Партнери власници кућног бизниса чине 29,3% укупног броја испитаника а партнерски однос је заступљенији у кућном бизнису периферије и сеоских насеља, него у центру и градским насељима полупериферије и периферије. Разлике у учешћу партнерског бизниса узроковане су просторним варијацијама стопа брачности које расту са порастом дистанце. Интересантно је да су међу власницима кућног бизниса веће стопе брачности мушкараца него жена, и да су мушкарци власници кућног бизниса истовремено чешће и родитељи малолетне деце, што имплицира да исто као и жене, и мушкарци настоје да успоставе баланс између пословних и породичних обавеза. Брачност власника кућног бизниса опада од периферије ка центру док пропорција самаца власника кућног бизниса опада од центра ка периферији.

Од укупног броја испитаника обухваћених анкетом о кућном бизнису, најбројнија категорија у Србији су стари од 25-35 година (24,8%) и стари од 45-55година (24,5%) колико је старо 46,4% испитаника. Друга по бројности

је категорија најмлађег радноспособног становништва старог од 18-34 године, кога је у Србији пет пута више него у економски развијенијим земљама. Кључни разлози високе пропорције младих у структури самозапослених власника сопственог кућног бизниса, је њихова слаба позиција и неконкурентност на формалном тржишту рада, са једне стране, али и препознавање неформалних и флаксибилних форми рада као легитимне каријере, са друге стране. У Србији старосна дистрибуција власника кућног бизниса статистички значајно варира само између сеоских и градских насеља а знатно мање према полу и региону. Варијације старосне дистрибуције према величини и типу насеља (село-град), најизразитије су у категорији најмлађих испитаника, старости до 35 година. Присуство младих власника кућног бизниса, активних на најразличитијим врстама послова, осетно је и у селима периферије где има посебан значај. У сеоским насељима периферије, ова старосна категорија могла би бити кључни фактор економског развоја и демографске одрживости села и домаћинстава, и чинилац који би могао утицати на преокрет доминантних миграционих трендова.

Према образовању, највећи удео испитаника у Србији има највише завршену средњу школу (преко 50%), док су основношколско и високо образовање скоро подједнако заступљени (23,9% према 21%). Висок удео предузетника са највишом завршеном средњом школом, сагласан је образовном саставу укупног становништва у Србији и карактеристика је свих стратумима (пол, регион, тип насеља). Највеће одступање од просечних вредности бележи категорија власника са највишом завршеном основном школом, којих је далеко испод просека у центру и градовима полупериферије и периферије, и власника са завршеном вишом школом и факултетом који су изнадпросечно заступљени, такође, у центру и градовима широм Србије. Ниво образовања власника кућног бизниса статистички значајно варира према величини насеља (село-град) и са удаљеношћу од централног тржишта (центар, полупериферија и периферија), док у контексту нивоа образовања

мушкараца и жена власника кућног бизниса, није пронађена никаква статистички значајна разлика.

Кућни бизнис у Србији је најучесталији међу брачним паровима са малолетном децом и међу вишегенерацијским породицама. Ова два типа домаћинстава (и породоца) скоро подједнако су заступљене и чине близу 70% укупног узорка. Непотпуне породице, самци и брачни парови без деце заједно учествују са око 15% а сличним учешћем партиципирају родитељи са одраслом децом и партнери чија деца живе одвојено. Ови резултати указују да је кућни бизнис чешће преференција бројнијих породица, што је сагласно мотивима покретања кућног бизниса где су додатни извори прихода ради школовања деце високо рангирани.

Даље, резултати тезе указују на то да су без обзира на пол и регион, финансијски разлози били кључни за оснивање кућног бизниса, посебно у полупериферији. Финансијски мотивациони фактори су најчешћи разлог оснивањања кућног бизниса и у друге две локације, центру и периферији, али за разлику од полупериферије, у центру и периферији се међу мотивационим факторима могао наћи низ других, испитаницима полупериферије непознатих разлога покретања кућног бизниса. Генерално, економске потешкоће су главни су разлози због којих се становници руралних области одлучују да оснују кућна предузећа. Растућа финансијска несигурност је чешћи мотив него нереализована пословна амбиција испитаника, што се може приписати опадању дохотка од пољопривреде као и недостатку шанси за запослење изван пољопривредних газдинстава. Предузетничке карактеристике испитаника су истражене, осим преко мотивационих фактора, и преко стратегија којима су се користили ради постизања конкурентности. У зависности од одабраног стратешког модела, зависила је и одрживост кућног бизниса, која је, такође, варирала са дистанцом. Стратешки модел диференцијације (јединствен производ, конкурентан ценом и квалитетом), најчешће је коришћена техника

унапређења конкурентности производа и услуга кућног бизниса на тржиштима. Поред стратегије диференцирања, власници кућног бизниса су се користили стратегијом фокусирања, на одређена географска тржишта и циљне групе потрошача. Веома је приметна веза (позитивна) између избора пословне стратегије и техника са једне, и опстанка кућног бизниса, са друге стране.

Резултат истраживања тезе се односи и на допринос кућног бизниса одрживости домаћинстава и заједница у руралној Србији. Кућни бизнис ствара значајан приход и шансе за запослење, чиме успорава емиграцију и омогућује да власници предузећа и њиховим породицама да наставе живот и рад у малим руралним заједницама. Анкета је показала да је кућни бизнис већини испитаника примарно занимање, а приход остварен кућним бизнисом у просеку премашује месечне нето зараде на нивоу Републике Србије. Учешће дохотка од кућног бизниса варира са географском локацијом, и у композицији укупног дохотка домаћинства, највећим релативну вредност има за домаћинства полупериферије. Допринос кућног бизниса дохотку домаћинства, а тако и утицај на економски развој локалне заједнице и одржив демографски развој, не зависи од географске локације бизниса или типа насеља (његове популационе величине), већ од тога да ли је главно занимање власнику и да ли су оба партнера укључена у посао. Породични (партнерски) дискурс кућног бизниса је изразито наглашен у полупериферији, што је последица миграционих кретања становништва ка центру, где је периурбани појас Београда еволуирао у популационо динамичну просторну категорију, у којој доминирају потпуне породице, што је са становишта породичног карактера кућног бизниса, значајно.

Шансе за запослење које ствара кућни бизнис знатно доприносе смањењу незапослености и финансијске несигурности у руралним заједницама, задржавајући на тај начин становништво у селима. У просеку, власници кућног бизниса су у месту становања живели преко 20 година. Већина

анкетираних кућних микро-предузећа, постојала је више од 5 година, што је индикатор одрживости, јер ако пропада, кућни бизнис се гасси у првих пет година. Емпиријски резултати даље су указали да кућни бизнис има будућност, јер су скоро сви испитаници су своје пословање оценили као успешно, без намере да смањују обим приозводње или број запослених.

Сви ови резултати научно утемељују претпоставку да је рурална одрживост уско повезана са економским околностима, директно кроз запошљавање или индиректно кроз ефекат мултипликатора, али и кроз диверзификовану привреду, попуњавање ниша на глобалном и локалним тржиштима и конкурентију понуду роба и услуга локалним потрошачима. Концептуализација одрживе руралне заједнице превазилази оквире које поставља само опстанак кућног бизниса или раст локалног становништва. Одржива рурална заједница обухвата интеракцију бројних процеса који могу имати географску, економску и социјалну димензију. Чињеница да су многи власници кућног бизниса у месту становања живели дуже од 20 година (70% испитаника) значи да су имали могућност да балансирају одговорност на послу и у породици, као и да су постигли извесну сатисфакцију кроз посао који су водили из куће. Стога 'одржива рурална заједница' не укључује само развој и опстанак малих предузећа, већ и подржава изабрани животни стил и финансијску сигурност свих који живе на селу. На одрживу руралну заједницу такође утиче и величина њене популације, удаљеност од централног тржишта, а опадање броја становника у руралном простору Србије директна је последица комбинације више фактора, као што су економија, популациона политика, урбанизација и глобализација. Да би се постигла одрживост руралних заједница у Србији, биће неопходно да се све ове компоненте интегришу, као што је предложено у теоријским оквирима тезе. Мора се нагласити да иако се теза претежно бави економском и демографском компонентом, она препознаје важност и других компоненти одрживог руралног развоја. Даље се у истраживање могу укључити планери локалног и регионалног развоја, доносиоци политичких одлука и локални

актери који с обзиром на допринос одрживости заједнице до сада кућном бизнису нису придавали довољну пажњу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Apedaile, L. P. (2004). The new rural economy. In Halseth, G. and Halseth, R., (eds.), *Building for Success: Exploration of Rural Community and Rural Developmen*t, 111 – 134. New Brunswick: Canadian Rural Revitalization Foundation, Mount Allison University.
2. Агенције за привредне регистре (2012): Класификација привредних субјеката. http://www.apr.gov.rs/Регистри/Привреднадруштва.aspx
3. Australian Bureau of Statistics (2004). *Characteristics of Small Business: 8127.0,* Australia (Reissue) 2004. www.abs.gov.au/Ausstats/
4. Balkin, S. (1989). *Self-Employment for Low-Income People*. New York, New York: Praeger Publishers.
5. Barkley, A. P. (1990). The determinant of the migration of labor out of agriculture in the United States, 1940-85. *American Journal Agricultural Economics*,
6. Barnes, T. J., Britton, J. N. H., Coffey, W. J., Edginton, D. W., Gertler, M. S. and Norcliffe, G. (2000). Canadian economic geography at the millennium. *The Canadian Geographer*, 44, 14-24.
7. Beale, H. B. R. (2004). *Home-Based Business and Government Regulation*, SBA Office of Advocacy, Washington DC.
8. Ben-Ner, A., Putterman, L. (2003). Trust in the new economy. In Jones, D. C., (ed.), *New Economy Handbook*. 1067 – 1095. San Diego, California: Academic Press.
9. Berke, D. R. (2003). Coming home again: The challenges and rewards of home-based self-employment. *Journal of Family Issues*, 24, 4, 513-546.
10. Bernard, H. R. (2000). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
11. Bhat, S.,Fox, R. (1996). An investigation of jeopardy effects in store choice. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 3, 3,129-133.
12. Bird, S. R., Sapp, S. G. (2004). Understanding the gender gap in small business success: Urban and rural comparisons. *Gender and Society*, 18, 1, 5- 28.
13. Black, S. E., Lynch, L. M. (2003). The new economy and the organization of work. In Jones, D. C., (ed.), *New Economy Handbook*. 545 – 563. San Diego, California: Academic Press.
14. Blagojević, M. (2002). Žene i muškarci u Srbiji 1990-2000: urodnjavanje cene haosa. U S. Bolčić i A. Milić (ur.*) Srbija krajem milenijuma: razaranje društva, promene i svakodnevni život*. Beograd: Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta.
15. Blawatt, K. R. (1998). *Entrepreneurship: Process and Management*. Scarborough, Toronto: Prentice Hall.
16. Bobić, M. (1999). Savremena seoska porodica I domaćinstvo u Jugoslaviji. *Stanovništvo*, 37, 1-4, 93-118.

17. Bobić, M. (2005). Domaćinstva Srbije na početku trećeg milenijuma- Socio-demografska analiza, *Sociologija*, Vol. XLVI (2004), N° 4
18. Bobić, M., Vukelić, J. (2010). Deblokada druge demografske tranzicije? *Sociologija.* Vol. LIII , N° 2
19. Bogdanov, N. (2007). *Mala ruralna domaćinstva u Srbiji i ruralna nepoljoprivredna ekonomija.* Beograd:UNDP.
20. Bogdanov, N. (2008). Challenges for the Serbian agriculture and food sector in the EU accession process. In Rednak, M. *Agriculture in western Balkan and EU integration*, 69-91, Ljubljana: Slovene association of agricultural economists.
21. Božić D., Bogdanov N., Ševarlić M. (2011). *Ekonomika poljoprivrede*. Beograd:Univerzitet u Beogradu - Poljoprivredni fakultet, DAES - Društvo agrarnih ekonomista Srbije.
22. Bollman, R. D. (2001). Agricultural Statistics for Rural Development. Statistics Canada, Ottawa, ON. Agriculture and Rural Working Paper Series, Working Paper No.49, Catalogue No. 21-601-MIE.
23. Bontron, J. C., Lasnier, N. (1997). Tourism: A Potential Source of Rural Employment. In Bollman, R. D., Bryden, J. M. (eds.), *Rural Employment: An International Perspective*, 427-446. New York, New York: CAB International.
24. Bryant, R.L. and Wilson, G.A. (1998). Rethinking environmental management. *Progress in Human Geography* 22, 321-343.
25. Bryden, J. (1997). Rural employment and the information highway. In Bollman, R. D., Bryden, J. M. (eds.), *Rural Employment: An International Perspective*, 447-459. New York, New York: CAB International.
26. Carnoy, M. (2000). *Sustaining the New Economy: Work, Family, and Community in the Information Age*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
27. Carter, R. B., van Auken, H. E. and Harms, M. B. (1992). Home-based business in the rural United States economy: differences in gender and financing. *Entrepreneurship and Regional Development*, 4, 245-257.
28. Carter, S, Mason, C and Tagg, S (2006). *Lifting The Barriers to Growth in UK Small Businesses* . London. Federation of Small Business.
29. Chell, E. and Baines, S. (1998). Does gender affect business 'performance'? A study of microbusinesses in business services in the UK. *Entrepreneurship & Regional Development*, 10,117-135.
30. Chisholm, M. (1990). *Regions in Recession and Resurgence*. London, United Kingdom:Unwin Hyman Ltd.
31. Christaller, W. (1933). *Central Place in Southern Germany* (Translated into English in1966). Englewood Cliff, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
32. Clark, D., Ilbery, B., Berkeley, N. (1995). Telematics and rural businesses: An evaluation of users, potentials and policy implications. *Regional Studies Association*, 29, 2, 171-180.
33. Cloke, P. and Goodwin, M. (1992). Conceptualising countryside change: from post-Fordism to rural structured coherence. *Transactions of the Institute of British Geographers NS.* 17, 321-336.

34. Cox, G., Lowe, P. and Winter, M. (1988) Private rights and public responsibilities: the prospects for agricultural and environmental controls. *Journal of Rural Studies* 4, 232-237.
35. Crkvencic, I., Malic, A., Rendulic, I. (1988). *Agrarna geografija: geografski aspekti agrarnih područja.* Zagreb:Školska knjiga.
36. Cunningham, G. (2003). Community Economic Analysis. Africa Canada Youth Symposium. The Coady International Institute, Antigonish, Nova Scotia, Canada. Retrieved on May 2, 2004: http://www.stfx.ca/acys/Resources/ACYS%20Community%20Economic
37. Dabson, B. (2001). Supporting rural entrepreneurship. Center for the Study of Rural America, Proceedings, Issue September, 35-47. Retrieved on April 22, 2003: http://www.kc.frb.org/Publicat/Exploring/RC01Dabs.pdf
38. Dahms, F. A. (1988). Settlement dynamics, migration and commuting. Western Ontario, 1971-1985", in Coppack, P. M., Russwurm, L. H., and Bryant, C. R. eds. *Essays on Canadian Urban Process and Form III: The Urban Field*. 157-191. Waterloo, Ontario: University of Waterloo, Department of Geography Publication Series.
39. Devedžić, M. (2005). Karakteristike populacione dinamike turistickih mesta u Srbiji, u S. Stamenkovic i M. Grcic (ur.), *Srbija i savremeni procesi u Evropi I svetu*. Beograd: Geografski fakultet; Novi Sad: Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo; Priština: Odsek za geografiju Prirodno-matematickog fakulteta i Niš: Odsek za geografiju Prirodno-matematickog fakulteta.
40. Девеџић, М. (2006). *О природном обнављању становништва*. Београд: Завод за издавање уџбеника.
41. Diochon, M. C. (2003). *Entrepreneurship and Community Economic Development. Montreal & Kingston*. Canada: McGill-Queen's University Press.
42. Dess, G. G. and Davis, P. S. (1984). Porter's (1980) generic strategies as determinants of strategic group membership and organizational performance. *Academy of Management Journal*.27, 3,467-488.
43. Douglass, M. (1998). A regional network strategy for reciprocal rural-urban linkages: Agenda for policy research with reference to Indonesia. *Third World Planning Review*, 20, 1,1 – 33.
44. Druker, P (2001). The manufacturing paradox. *The Economist*, A Survey of the NearFuture, 3 November, 3-22.
45. Dwelly, T. et al. (2006). *Under The Radar: Tracking and supporting rural home-based business*. LiveWork Network for the Commission for the Rural Communities
46. Enterprise Nation (2007). *Home Business Report*, Redbrick Enterprises, Shropshire (www.enterprisenation.com).
47. ESPON (2008). Rural-urban relationships Polycentric Urban Development and Rural-Urban Partnership – Thematic Study of INTERREG and ESPON activities.
48. European Commission (1995). Social Europe: Homeworking in the European Union, Report of the ad hoc working group, European Commission Employment, Industrial Relation and Social Affairs, Luxembourg, Belgium.

49. European Comission (2010). The CAP towards 2020:.Meeting the food, natural resources and territorial challenges of the future, Brussels, 18.11.2010 COM(2010) 672 final.
50. Fairbairn, B. (2003). The *Role of Farmers in the Future Economy*. Saskatoon, Saskatchewan: Centre for the Study of Co-operatives, University of Saskatchewan.
51. Florida, R., (2002).The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life. Basic Books; 1 st edition.
52. Felstead, A., Jewson, N. (2000). *In Work, At Home: Towards an Understanding of Homeworking*. London: Routledge.
53. Felstead, A, Jewson, N and Walters, S (2005). *Changing Places of Work*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.
54. Filipović, M. (2011) Knowledge- based economy. In Radojevic, D. (ed*) Signposts to sustainable development, National Sustainable Development Strategy, 194-206.Belgrade:*Ministry of Science and Technological Development.
55. Findeis, J. L., Jensen, L., Cornwell, G. (1997). Rural employment alternatives: wage work versus self-employment among rural households, in Bollman, R. D., Bryden, J. M. (eds*.), Rural Employment: An International Perspective,* 277-290. Oxon, United Kingdom: CAB International.
56. Fuller, T., Ehrensaft, P. and Gertler, M. (1989). Sustainable Rural Communities in Canada: A Discussion Paper, Prepared on Behalf of the Canadian Agricultural and Rural Restructuring Group (ARRG), Presented to the First Rural Policy Seminar (October), Saskatoon, Saskatchewan.
57. Gibson-Graham, J. K. (1996). *The End of Capitalism (as we knew it): A Feminist Critique of Political Economy*. Oxford, UK: Blackwell Publishes Inc.
58. Gibson, L. J., Worden, M. A. (1981). Estimating the economic base multiplier: A test of alternative procedures. *Economic Geography*, 57, 2, 146-159.
59. Глигоријевић, В., Девеџић, М. (2011). Промене у дистрибуцији руралног становништва Србије. *Зборник радова -Географски факултет Универзитета у Београду, 59, 1-14.*
60. Glyptis, S. (1992). The changing demand for countryside recreation. In Bowler, J. R., Bryant, C. R., Nellis, M. D. (eds*.), Contemporary Rural Systems in Transition, Volume 2: Economy and Society,* 155-165.Oxon, United Kingdom: CAB International.
61. Grimes, S. (2000). Rural areas in the information society: Diminishing distance or increasing learning capacity? *Journal of Rural Studies*, 16, 1,13-21.
62. Gurstein, P. (1996). Planning for telework and home-based employment: Reconsidering the home/work separation. *Journal of Planning Education and Research*, 15, 212-224.
63. Hall, P. (ed) (1966). *Von Thunen Isolated State*. An English Edition of Der Isolierte Staat, translated by Carla M. Wartenberge. London, UK: Pergamon Press Ltd.
64. Halfacree, K.H. and Boyle, P. (1998): Migration, rurality and the post-productivist countryside, 1-20. In Boyle, P. and Halfacree, H., (ed), *Migration into rural areas: theories and issues,* Chichester: Wiley.

65. Harvey, D. (2000). Time-space compression and postmodern condition. In Held, D., McGrew, A., eds., *The Global Transitions Reader: An Introduction to the Globalization Debate*, 82-91.Cambridge, UK: Polity Press.
66. Hennon, C. B., Loker, S., Walker, R. (2000). Home-based employment: considering issues of gender. In Hennon, C. B., Loker, S., Walker, R. (eds.) *Gender and Home-Based Employment*, 1-16. Westport, CT: Greenwood.
67. Hoff, M. D.(1998). *Sustainable Community Development: Studies in Economic, Environmental, and Cultural Revitalization*. Boca Raton, Florida: Lewis Publishers.
68. Hoy, F. (1996). Entrepreneurship: A strategy for rural development. In Rowley, T. D., Sears, D. W., Nelson, G. L., Reid, J. N., Yetley, M. J. (eds.),*Rural Development Research: A Foundation for Policy*, 29-46. Westport, Connecticut: Greenwood Press.
69. Ilbery, B., Healey, M. and Higginbottom, J. (1997). On and off-farm business diversification by farm household in England. In Ilbery, B., Chiotti, Q., and Rickard, T. (eds.), *Agricultural Restructuring and Sustainability: A Geographical Perspective, Sustainable Rural development*, 135-151. Series No. 3. Oxon, United Kingdom/ New York, New York: CAB International.
70. Ilbery, B. (1992). State-assisted farm diversification in the United Kingdom. In Bowler, J. R., Bryant, C. R., Nellis, M. D. (eds.), *Contemporary Rural Systems in Transition*, 100-116. Volume 1: Agriculture and Environment. Oxon, United Kingdom: CAB International.
71. Ilbery, B. and Bowler, I. (1998). From agricultural productivism to post-productivism. In Ilbery, B., editor, *The geography of rural change*, 193-228, London: Longman.
72. Ilbery, B. (1991). Farm diversification as an adjustment strategy on the urban fringe of the Geoff A. Wilson and Jonathan Rigg 705 West Midlands. *Journal of Rural Studies* 7, 207-218.
73. International Labour Office (ILO) (1990). The Promotion of Self-Employment Report VII: International Labour Conference 77th Session. ILO, Geneva: ILO Publication. Iowa State.
74. Institute for the Future/Intuit (2007a). *Intuit Future of Small Business Report. First Instalment: Demographic Trends and Small Business*, The Intuit Future of Small Business Series, www.intuit.com/futureofsmallbusiness
75. Institute for the Future/Intuit (2007b). *Intuit Future of Small Business Report. First Instalment: Technology Trends and Small Business*, The Intuit Future of Small Business Series, www.intuit.com/futureofsmallbusiness
76. INTERREG(2009): Rural-urban relationships Polycentric Urban Development and Rural-Urban Partnership – Thematic Study of INTERREG and ESPON activities
77. Janić, T. (2000). Savremeno poqoprivredno gazdinstvo-model za budućnost. *Agroekonomika*, 29, 162-174.
78. Javis, D. and Dunham, P. (2003). Conceptualising the 'competitive' strategies of rural manufacturing SMEs. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografic*, volume 94, no. 2, pp. 246-257.

79. Jones, D. C., ed. (2003). *New Economy Handbook*. San Diego, California: Academic Press.
80. Jovanović Gavrilović B. (2004). Koncept održivog ruralnog razvoja i njegov značaj za zemlje Evropske unije i Srbiju, u Zakić Z., Rikalović G. i Stojanović Ž. (ed.), *Institucionalne reforme i tranzicija agroprivrede u Republici Srbiji* (sveska 3), CID, Ekonomski fakultet u Beogradu.
81. Jumani, U. (1991). *Dealing with Poverty: Self-Employment for Poor Rural Women*. New Delhi, India: Sage Publications India Pvt Ltd.
82. Jurick, N. C. (1998). Getting away and getting by: the experience of self-employed homeworkers. In Work and Occupation, volume 25, 1, 7-35.
83. Kean, R. C., Niemeyer, S. and Miller, N. J. (1996). Competitive strategies in the craft product retailing industry. In Journal of Small Business Management,34, 1, 13-23.
84. Kuburović, A. (2007). Rodna neravnopravnost na primeru sociodemografskih struktura stanovništva Beograda. *Stanovništvo,* 1.
85. Kraut, E. R. (1988). Homework: What is it and who does it? In Christensen, K. E. (ed.), *The New Era of Home-Based Work: Directions and Policies*, 30-48, Boulder, Colorado: Westview Press, Inc.
86. Krugman, P. (1996). *Self-Organizing Economy*,Blackwell, Oksford.
87. Kurato, D. F. (1995). To be or not to be an entrepreneur, that is not the question! The real challenge are risk, stress, ego and motivation. *Entrepreneurship, Innovation and Change*, 4, 1, 3-10.
88. Linder, M. (1992). *Farewell to the Self-Employed: Deconstructing a Socioeconomic and Legal Solipsism*. Western, Connecticut: Greenwood Press.
89. Loscocco, K. A., Leicht, K. T. (1993). Gender, work-family linkages, and economic success among small business owners. *Journal of Marriage and the Family*, 55, 875-887.
90. Lowe, P., Murdoch, J., Marsden, T., Munton, R., Flynn, A. (1993) Regulating the new rural spaces: the uneven development of land. *Journal of Rural Studies* 9, 205-222.
91. Malecki, E. J. (1991). *Technology and Economic Development: the Dynamics of Local Regional, and National Change*. Essex, United Kingdom: Longman Scientific and Technical.
92. Madrick, J. (2001). New economy turns out to be very much old hat. *The Age* (Melbourne). Reproduced from an article in the *New York Times*. 12 May.
93. Mann, P., (2009). Uvod u statistiku. Beograd: Ekonomski fakultet, Centar za izdavačku delatnost.
94. Manley, J. (1999). Connecting Canada to compete with the world. Canadian Speeches, 13, 3, 27-32.
95. Marković, P. (1986). *Ekonomika poljoprivrede*, Beograd.
96. Marsden, T. (1999) Beyond agriculture? Toward sustainable modernisation. In Redclift, M., Lekakis,J.N. and Zanias, G.P., editors, Agriculture and world trade liberalisation: socio-environmental perspectives on the Common Agricultural Policy, Wallingford: CAB Inter-national, 238-259.
97. Marsden, T., Murdoch, Jl, Lowe, P., Munton, R. and Flynn, A. (1993). *Constructing the countryside*. London: UCL Press.

98. Mason, C., Carter, S., Tagg, S. (2008). *Invisible Businesses: the characteristics of home-based businesses in the United Kingdom*. Glasgow: Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde.
99. Mathewson, A., M'Gonigle, M. (1997). Eco-investment: Financing sustainable economic development. *Local Environment*, 2, 2,155-170.
100. McDanniel, K. (2001). *Small businesses in rural America*, in The Main Street Economist (May Edition). Kansas City, USA: Publication of the Center for the Study of Rural America.
101. Mendelson, R., Bollman, R. D. (1998). Rural and small town population is growing in the 1990's. *Rural and Small Town Canada Analysis Bulletin*, 1, 1,1-3.
102. Miller, N. J., Besser, T. L., Gaskill, L. R., Sapp, S. G. (2003). Community and managerial predictors of performance in small rural US retail and services firms.
103. Mills, R. S. L., Duncan, K. A., Amyot, D. J. (2000). Home-based employment and work-family conflict: a Canadian study. In Hennon, C. B., Loker, S. and Walker, R. (eds.), *Gender and Home-Based Employment*, 137-166, Westport, CT: Greenwood.
104. Министарство економије и регионалног развоја, Републички завод за развој, Национална агенција за регионални развој (2010). Извештај о малим и средњим предузећима и предузетништву за 2009. годину. Београд.
105. Mitchell, C. J. A. (1998). Entrepreneurialism, commodification and creative destruction: a model of post-modern community development. *Journal of Rural Studies*, 14, 3, 273-286.
106. Napton, D. (1992). Farm diversification in the United States. In Bowler, J. R., Bryant,
107. C. R., Nellis, M. D. (eds.), *Contemporary Rural Systems in Transition*, 87-99, Volume 1: Agriculture and Environment. Oxon, United Kingdom: CAB International.
108. Национална агенција за регионални развој (2010). Стање, потребе и проблеми малих и средњих предузећа и предузетништва, извештај о истраживању. Београд.
109. Nikitović, V. (2010). Frozen demographic potentials of Serbia- the limit to sustainable population development. Spatial demography of the Balkans: trends and challenges, IVth International Conference of Balkans Demography, (Budva, Monténégro, 13-15 mai 2010/ 13th – 15th May 2010)
110. Nelson, M. K. (1999). Economic restructuring, gender, and informal work: A case study of a rural county. *Rural Sociology*, 64, 1, 18-43.
111. North, D. C. (1955). Location theory and regional economic growth. In Journal of Political Economy, volume 63, pp. 243-258.
112. Novković, N., Rodić, V., Radojević, V. (2000). Uloga značaj I perspective poljoprivrednih preduzeća u poljoprivredi Srbije I Jugoslavije. *Agroekonomika*, 29, 25-35.

113. Његован, З., Пејановић, Р., Петровић, Д. (2008). Регионализација руралног подручја АП Војводине проблеми дефинисања руралног подручја.. *Агроекономика , 39-40*, 5-16
114. Oakey, D. (2007). Remote traders are at home with growing trend, *Financial Times*, 26/27 May, 3.
115. Ofosuhene, M. (1997). "Saskatchewan river basin-wide survey of residents attitudes towards water resources and the environment. Regina: Community- University Institute for social Research.
116. Okelly, M. and Bryan, D. (1996). Agricultural location theory: von Thunen's contribution to economic geography. *Progress in Human Geography*, 20, 4, 457-475.
117. Olson, P. D., Fox, J., Stafford, K. (1995). Are women who own their own homebased businesses installing their own glass ceilings? *Journal of the Family Economics and Resource Management Biennial*, 163-168.
118. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) (2003). Entrepreneurship and Local Economic Development: Programme and PolicyRecommendations. Paris, France: OECD Publication.
119. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) (2006). The New Rural Paradigm, Policies and governance. OECD Rural Policy Reviews. Paris: OECD Publishing
120. Orser, B. J. (1991). Methodological and theoretical issues of research in home-based Business. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 8, 2, 21-38.
121. Orser, B., Foster, M. (1992). Home Enterprise: Canadian and Home-Based Work. Ottawa, Ontario: Home-Based Business Project Committee.
122. Pacione, M. (1984). *Rural Geography*. London, United Kingdom: Harper and Row.
123. Paige, R. C., Littrell, M. A. (2002). Craft retailers criteria for success and associated business strategies. *Journal of Small Business Management*, 40, 4,314-331.
124. Phizacklea, A., Wolkowitz, C. (1995). *Home Working Women: Gender, Racism and Class at Work*. London, United Kingdom: SAGE Publications Ltd.
125. Pejanović, R., Tica, N. (2007). Dileme oko koncepta našeg agrarnog razvoja. U Pejanovic, R.(ur.) *Aktuelni problemi tranzicije agroprivrede, 7*-24, Novi Sad: Poljoprivredni fakultet, Departman za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela.
126. Penev, G., Kostić, G. (1986). Starenje i feminizacija poljoprivrednog stanovništva SR Srbije bez pokrajina, *Stanovništvo*, 1-4, 115-130.
127. Пенев, Г. (2006). Структуре становништва. У Пенев, Г. (ур.) *Становништво и домаћинства Србије према попису 2002 године*,106-138, Београд: Републички завод за статистику Србије, Институт друштвених наука Центар за демографска истраживања, Друштво демографа Србије.
128. Pink, D H (2001). *Free Agent Nation*, Warner Business Books: New York
129. Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York, New York: The Free Press.

130. Potter, C. (1998). *Against the grain: agri-environmen-tal reform in the United States and the European Union*. Wallingford: CAB International.
131. Pretty, J. (1998) *The living land: agriculture, food and community regeneration in rural Europe*. London: Earthscan.
132. Pratt, J. H. (1993). *Myths and Realities of Working at Home: Characteristics of Homebased Businesses and Telecommuters*. Report to the Office of Advocacy, United States Small Business Administration.
133. Pratt, J H (2006). *The Impact of Location on Net Income: A Comparison of Homebased and Non-Homebased Sole Proprietors*, SBA Office of Advocacy, Washington DC.
134. Pratt, J. H. (1999). H*omebased Businesses: the Hidden Economy*. Report to the Office of Advocacy, United States Small Business Administration.
135. Предојевић, J. (2006). Домаћинства и породице. У Пенев, Г. (ур.) *Становништво и домаћинства Србије према попису 2002 године*, 250-275, Београд: Републички завод за статистику Србије, Институт друштвених наука Центар за демографска истраживања, Друштво демографа Србије.
136. Prescott, J. R., Lewis, W. C. (1975). *Urban-Regional Economic Growth and Policy*, SAGE Contemporary Social Science Issue 32. Beverly Hills, London: SAGE Publication.
137. Preston, D. A. (1975). Rural-urban and inter-settlement interaction: Theory and structure. *Area*, 7, 1, 171-174.
138. Prugl, E. and Tinker, I. (1997). Microentrepreneurs and homeworkers: Convergence Categories. *World Development*, 25, 9, 1471-1482.
139. Radosavljević, G., Kuzman T. Compettivenes as precondition for sustainable development. In Radojevic, D. (ed*) Signposts to sustainable development, National Sustainable Development Strategy, 194-206.Belgrade:* Ministry of Science and Technological Development.
140. Radovanović, S.(1999). Osnovne tendencije u demografskom razvitku seoskog stanovništva i neki problemi njegove revitalizacije. *Stanovništvo*, 37, 1-4, 119-140.
141. Radivojević, B. (1999). Ekonomske strukture seoskog stanovništva Jugoslavije. *Stanovništvo* 1-4, 119-139.
142. Радивојевић, Б. (2006). Економске структуре становништва Србије. У Пенев, Г. (ур.) *Становништво и домаћинства Србије према попису 2002 године*, 223-250, Београд: Републички завод за статистику Србије, Институт друштвених наука, Центар за демографска истраживања, Друштво демографа Србије.
143. Randall, J. E. (1997). Home-Based Businesses, Local Economic Development and Land Use policy: Conflicts and Opportunities, a Project Report for the Canada Mortgage and Housing Corporation (CMHC), Canada.
144. Rašević, M. (1995). Stanovništvo SR Jugoslavije - tendencije i problem. U Radovanović, S. (ur.), *Stanovništvo i domaćinstva SR Jugoslavije prema popisu 1991*. Beograd: Savezni zavod za statistiku, Centar za demografska istraživanja Instituta društvenih nauka.

145. Rhodes, H., Martin, J. (2000). Mid-life career change to home-based selfemployment in a group of women. A paper presented at the 2000 Annual Convention of the Canadian Psychological Association (June 30), Ottawa, Ontario.
146. Reed, M. G. (2003). Marginality and gender at work in forestry communities of British Columbia, Canada. *Journal of Rural Studies*, 19, 373-389.
147. Rondinelli, D. A. (1984). Cities and agricultural development: The urban-rural Conection. *Regional Development Dialogue*, (Spring) 5, 1, 1-18.
148. Rowe, B. R., Haynes, G. W., and Stafford, K. (1999). The contribution of home-based business income to rural and urban economies. *Economic Development Quarterly*, 13, 1, 66-77.
149. Rigby, R.. (2008). Mobility puts paid to long commutes and the office slog, *Financial Times*, 5 February, 14.
150. Ruiz, Y., Walling, A. (2005). Home-based working using communication technologies, *Labour Market Trends*, October, 417-426.
151. Sasen, S. (2001*). Global Networks, Linked Cities*. New York: Routledge.
152. Scheaffer, R. L., Mendenhall, W. and Ott, L. (1990). Elementary Survey Sampling (fourth edition). Boston, Massachusetts: PWS-KENT Publishing Company.
153. Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and Business Cycle*. Translated from German by Redvers Opie. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
154. Sharpe, B. (1988). Informal work and development in the West. *Progress in Human Geography*,12,315-336.
155. Soldressen, L. S., Fiorito, S. S., He, Y. (1998). An exploration into home-based businesses: Data from textile artist. *Journal of Small Business Management* (April), 36, 2, 33 – 43.
156. Stanković, V. (1996). Socioprofesionalno samoobnavljanje aktivnih poljoprivrednika centralne Srbije i Vojvodine prema Popisu 1991. *Stanovništvo*, XXXIV, 1-2.
157. Stabler, J. C. and Olfert, M. R. (2000). Public policy in the 21st century: Is prairie agriculture becoming like any other industry? Does it matter? *Canadian Journal of Agriculture Economics*, 48, 4, 385-395.
158. Stanković, V. i Kostić, M. (2005).Brojnost, veličina i prostorni razmeštaj staračkih domaćinstava u Srbiji. U Srbija i savremeni procesi u Evropi i svetu, Zbornik sa Naučnog simpozijuma, Beograd: Geografski fakultet Univerziteta, Novi Sad: Geografski fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, PMFUniverziteta, Priština: Odsek za geografiju PMF Univerziteta, Niš: Odsek za geografiju PMF Univerziteta.
159. Stanger, A. M. J. (2000). Determinants of Home-Based Business Sales Performance, School of Commerce Research Paper Series: 00-18, the Flinders University of South Australia, Adelaide, South Australia. Retrieved on July 7, 2003: http://www.ssn.flinders.edu.ca/commerce/researchpapers/#00.
160. Stepić, M, Jaćimović, B. (2006): *Osnovi agrarne geografije*, Jantar grupa, Zemun.

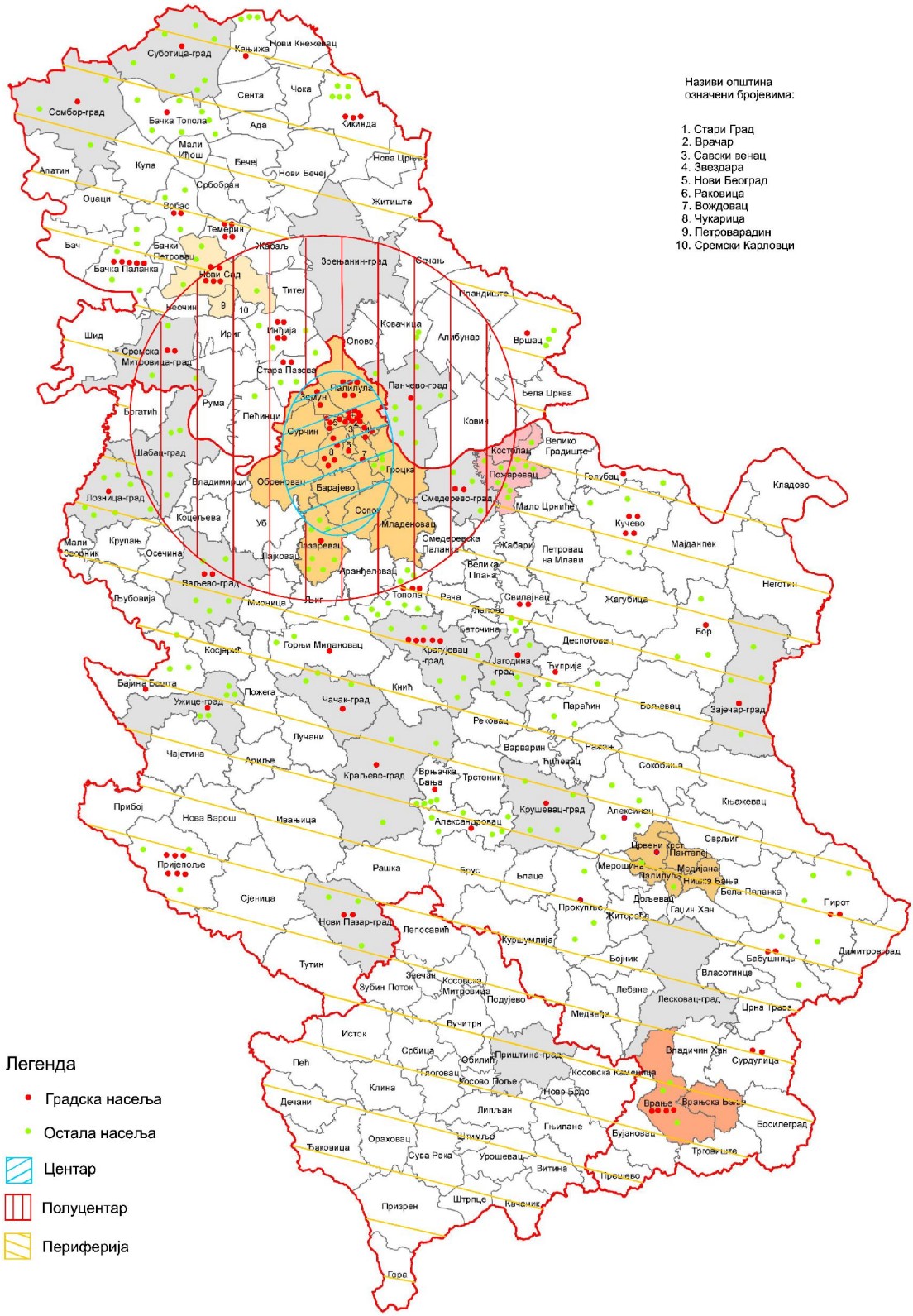
161. Stivens, C. (2011). Sustainability as a new quality in social and economic development.In Radojevic, D. (ed*), Signposts to sustainable development, National Sustainable Development Strategy, 194-206.Belgrade:*Ministry of Science and Technological Development.
162. Spasovski, M., Devedžić M. (2011). Population and Demographic Challenges. In Radojevic, D. (ed.*) Signposts to sustainable development, National Sustainable Development Strategy, 194-206.Belgrade:*Ministry of Science and Technological Development.
163. Спасовски, М. (1988). Кретање и концентрација пољопривредног становништва у Србији. *Зборник радова, Географски институт „Јован Цвијић“ САНУ*, 40, 191-212.
164. Спасовски, М. (1989). Просторна диференцираност процеса старења пољопривредног становништва у Југославији. Југословенски геопростор, Београд:Центар за марксизам Универзитета у Београду, 309-324.
165. Стаменковић, Ђ., С. (1996). Дневне миграције становништва у географским проучавањима насеља Србије. С*тановништво*, 3-4, 43-60.
166. Стевановић, Р., Стојановић, Б. (1998). *Ниво урбанизације демографских реона Србије*. ИДН-ЦДИ, 89-114.
167. Stojanović Ž. Manić E. (2007).Održivost i diverzifikacija ruralne ekonomije – analiza mogućnosti razvoja ekoturizma. U zborniku radova *Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj - očuvanje ruralnih vrednosti*, Institut za ekonomiku poljoprivrede Beograd i Regionalna privredna komora Novi Sad.
168. Stojanović Ž., Manić E., (2009). Održivi ruralni razvoj i prekogranična saradnja. *Glasnik SGD, br.2*, Geografski fakultet, Beograd.
169. Шеварлић, М., Томић, Д. (2007). Аграрна и рурална политика у Србији-компатибилности са другим земљама. У *Аграрна и рурална политика у Србији-реформе у периоду транзиције и предлог мера за 2008. годину*, Београд: Друштво аграрних економиста Србије, ДАЕС.
170. Ševarlić, M.,Tomić, D. (2009). Poljoprivreda Srbije u uslovima krize.*Traktori i pogonske mašin*e. 14, 4,157-164.
171. Terluin, I. (1997). The changing role of agriculture in rural employment. In Bollman, R. D. and Bryden, J. M. (eds.), *Rural Employment: An International Perspective* 305-326. New York, New York: CAB International.
172. Terluin J. I. (2001). *Rural Regions in the EU: Exploring Differences in Economic Development*. Faculteitder Ruimtelijke Wetenschappen Rijksuniversiteit Groningen.
173. Томић, Д., Шеварлић, М., Лукач, Д. (2008). Агропривреда Србије, земаља CEFTA и Европске уније- компарације и проблеми интеграције наше агропривреде. U European Union and Western Balkan-challenges for Agrarian economy od Serbia: What are we going to do? 21-34, Београд, Друштво аграрних економиста Србије.
174. Tomić, D., Simonović V. (2009). Tehnička modernizacija poljoprivrednog gazdinstva. *Traktori i pogonske mašine*, 14:4, 157-164.

175. Tomić D., Ševarlić, M.(2010). Stanje i perspektive poljoprivrede Srbije u uslovima krize. *Škola biznisa*, 2.
176. Thompson, P, Brooksbank, D, Jones-Evans, D. Kwong, C (2007). Who are the home based entrepreneurs? Evidence from the UK. paper to the 30th ISBE conference, Glasgow.
177. Thrift, N J (2001) 'It's the romance, not the finance, that makes the business worth pursuing': disclosing a new market culture, *Economy and Society*, 30, 412-432.
178. Тошић, Д. (2000). Градски центри-фактор регионалне интеграције Србије. *Гласник Географског друштва Републике Српске*, 4, 47-69.
179. Тошић, Д., Крунић, Н. (2005). Урбане агломерације у функцији регионалне нтеграције Србије и југоисточне Европе. *Гласник Српског географског друштва,*. Свеска LXXXV број 1, 137 - 148.
180. Тошић, Д., Крунић, Н., Невенић, М. (2008). Изучавање просторне структуре града – quo vadis. *Гласник СГД*, свеска LXXXVIII - број 2, 35-44.
181. Тодоровић, М. (2003). Пољопривредно становништво у функцији регионализације. У *Демографске основе регионализације Србије*, 201-248. Београд: Географски институт „Јован Цвијић" САНУ.
182. Trent, E. (2000). Industry and self-employment analysis by gender. In Hennon, C. B., Loker, S., Walker, R. (eds.) Gender and Home-Based Employment, 167-188 Westport, CT:Greenwood.
183. Troughton, M. (1992). The restructuring of agriculture: The Canadian example. In Bowler, J.R., Bryant, C. R., Nellis, M. D. (eds.), *Contemporary Rural Systems in Transition*, 29-42, Volume 1: Agriculture and Environment Oxon, United Kingdom: CAB International.
184. Unwin, T. (1989). Urban-rural interaction in developing countries: A theoretical Perspective. In Potter, R. B. and Unwin, T. (eds.), *The Geography of Urban-Rural Interaction in Developing Countries: Essays for Alan B. Mountjoy*, 11-32, London, United Kingdom: Routledge.
185. Василевска, Л. (2006). *Рурални и регионални развој.* Београд: Задужбина Андрејевић
186. Вељковић, А. (1991). Градови-центри развоја у мрежи насеља средишње Србије. *Зборник радова, Географски институт „Јован Цвијић" САНУ*, 43, 161-195.
187. Влада Републике Србије(2011): Национална стратегија одрживог развоја
188. Влада Републике Србије (2011): Национални програм руралног развоја од 2011. до 2013. године.
189. Војковић, Г. (2007). *Становништво као елемент регионализације Србије*. Београд: Српско географско друштво.
190. Војковић, Г. (1999). Регионални аспекти старења пољопривредног становништва Србије. *Зборник радова, Географски институт „Јован Цвијић" САНУ*, 49, 135-154.
191. Von Thunen, J. H. (1826). *The Isolated State, an English Translation of 'Des isolierte staat'* by C. M. Wartenberg, edited with an introduction by Peter Hall (1966). Oxford: Pergamon Press.

192. Zakić Z., Stojanović Ž., (2005). Osnove za izradu modela ruralnog razvoja u Srbiji. U Zakić Z., Rikalović G. i Stojanović Ž. (ed.), *Institucionalne reforme i tranzicija agroprivrede u Republici Srbiji*, CID, Ekonomski fakultet u Beogradu.
193. Закић, З., Стојановић, Ж. (2011). Стратегија руралног развоја – поређење ЕУ и Србије. *Економски видици, 16, 2,* 261-274.
194. Watkin, D. G. (1986). Toward a competitive advantage: A focus strategy for small Retailers. *Journal of Small Business Management*, 24, 1, 9-15.
195. Wilson, G.A., Hart, K. (2001). Farmer participation in agri-environmental schemes: towards conservation-oriented thinking? *Sociologia Ruralis 41(2), 254-274.*
196. Woodrow, B (2000) Changing concepts of services: from the 'old economy' to the 'new economy', in Proceedings of ASEC Seminar on Services in the New Economy, *Etudes et Dossiers No 240.* Geneva: The Geneva Association, 41-48.

ПРИЛОЗИ

Прилог 1. Просторна дистрибуција испитаника, према региону и типу насеља



Прилог 2. Листа општина у којима је регистрован кућни бизниса

		Регион			Укупно
		Центар	Полупери-ферија	Перифе-рија	
Општина	Александровац			7	7
	Алексинац			5	5
	Бабушница			4	4
	Бајина Башта			4	4
	Вождовац-Београд	1			1
	Врачар-Београд	1			1
	Гроцка-Београд	4			4
	Звездара-Београд	3			3
	Земун-Београд	2			2
	Лазаревац-Београд		4		4
	Нови Београд-Београд	5			5
	Палилула-Београд	5			5
	Раковица-Београд	1			1
	Стари Град-Београд	6			6
	Чукарица-Београд	5			5
	Бор			4	4
	Ваљево		7		7
	Врање			7	7
	Врњачка Бања			5	5
	Голубац			2	2
	Горњи Милановац		4		4
	Зајечар			5	5
	Крагујевац			12	12
	Краљево			4	4
	Крушевац			5	5
	Кучево			7	7
	Лесковац			4	4
	Лозница			8	8
	Ниш	4			4
	Нови Пазар			5	5
	Параћин			2	2
	Пирот			6	6
	Пожаревац		11		11
	Пријепоље			9	9

	Прокупље			4	4
	Јагодина			6	6
	Свилајнац			5	5
	Смедерево		5		5
	Сурдулица			2	2
	Ужице			6	6
	Топола		11		11
	Ћуприја			2	2
	Чачак			4	4
	Шабац		5		5
	Бачка Паланка			10	10
	Бачка Топола			7	7
	Вршац		4		4
	Инђија		7		7
	Кањижа			4	4
	Кикинда			8	8
	Ковачица		2		2
	Нови Сад	9			9
	Панчево		9		9
	Пећинци		1		1
	Сомбор			4	4
	Сремска Митровица		5		5
	Стара Пазова		5		5
	Суботица			8	8
	Темерин			4	4
	Врбас			5	5
Укупно		33	33	244	310

Прилог 3. Анкетни упитник

Први део			
A1	**Име града или села у коме је лоциран бизнис:**	_____	
A1a	**Општина којој то насеље припада:**	_____	
A2	**Колико дуго живите у садашњем месту становања?**	_____ (број година)	
A2a	**А колико се дуго бавите актуелним кућним бизнисом?**	_____ (број година)	
A3	**Детаљно наведите све врсте производа или услуга које пружа ваш кућни бизнис**. *(На пример: прерада млека, производња ракије, припрема колача, смештај гостију, производња намештаја, услуге чишћења, књиговодствене услуге, часови ученицима и слично.)*	_____ _____ _____ _____	
A4	**Осим вас, колико људи ради са вама ?**	_____	
A4a	**Ако међу вашим радницима има чланова породице, наведите њихов број**	_____	
A5	**Да ли је ваш кућни бизнис истовремено ваше главно занимање а ако није, прецизно наведите ваше главно занимање**	1. То је моје главно занимање 2. Не, моје главно занимање је _____	
A6	**У просеку, колико часова <u>дневно</u> сте ангажовани у обављању кућног бизниса?**	_____ (број часова)	
A7	**Где набављате опрему и сировине за ваш кућни бизнис?** *Збир треба да буде укупно 100%*	1. У истом месту где живим и	--------(%)
		2. У околним селима	--------(%)
		3. У околним градовима	--------(%)
		4. У Београду	--------(%)
		5. Широм Србије	--------(%)
		6. У иностранству	--------(%)
			Укупно 100%
A8	**По вашем мишљењу, где су ваши потрошачи/клијенти?**	1. У истом месту где живим и	--------(%)
		2. У околним селима	--------(%)
		3. У околним градовима	--------(%)
		4. У Београду	--------(%)

		5. Широм Србије	--------(%)
		6. У иностранству	--------(%)
			Укупно 100%
A9	**Који су ваши главни разлози за покретање кућног бизниса. Наведите их редоследом по важности.** *На пример: већа зарада, бољи услови рада у односу на послове који се нуде, недостатак било каквог другог посла, остварење личних амбиција (снова), смањење трошкова за превоз, клизно радно време, могућност обављања других активности уз посао и друго.*	Први разлог _____ Други разлог_____ Трећи разлог _____	

A10	**Како би сте најбоље описали којим се моделом за унапређење пословања служите? У складу са тим, наведите које од понуђених одговора примењујете и оцените колико их сматрате важним за ваш посао (оцене су од 1до 5, као оцене у школи).** *[АНК] Читати један по један модел и ако га примењује замолити да оцени колико је важан. Ако не примењује, заокружити НП.*		
	1. Присуствујем семинарима и стручним	1 2 3 4 5	НП
	2. Користим најновије технологије	1 2 3 4 5	НП
	3. Повезујем се са другим фирмама	1 2 3 4 5	НП
	4. Усмеравам се ка посебним тржиштима и	1 2 3 4 5	НП
	5. Смањујем плате запосленим	1 2 3 4 5	НП

	6. Смањујем трошкове за рекламирање	1 2 3 4 5	НП	
	7. Смањујем трошкове за сировине и	1 2 3 4 5	НП	
	8. Нудим што квалитетнији производ/услугу	1 2 3 4 5	НП	
	9. Снижавам цену производа/услуге	1 2 3 4 5	НП	
	10. Нудим нове и различите врсте производа и	1 2 3 4 5	НП	
	11. Развијам сопствени бренд/име	1 2 3 4 5	НП	
A11	**Који од следећих израза најбоље описује како видите будућност вашег бизниса?**	1. Задржаћу исти обим производње и исти број радника 2. Повећаћу обим производње и број радника 3. Смањићу обим производње и број		
A12	**Колико сте задовољни радећи код куће?**	1. Веома задовољан 2. Задовољан 3. Врло незадовољан		
A13	**По вашем мишљењу, да ли сте својим бизнисом утицали на друге у окружењу?**	1. Да, позитивно 2. Да, негативно 3. Нисам утицао на друге		
A14	**Да ли сте члан неке локалне или регионалне агенције за економски развој (удружења, коморе, асоцијације на било ком нивоу)?** **Ако јесте, наведите које.**	1. Да, _____ 2. Не		

A15	**Да ли сте укључени у рад локалне самоуправе (члан скупштине, општинског већа, управних одбора, комисија, стручних тела, као саветодавац и слично? Ако јесте, наведите позицију.**	1. Да, _____ 2. Не	
Демографски подаци			
A16	**Молимо вас да кажете колико сте стари?**	_____ број година	
A17	**Пол:** *(заокружити одговор)*	1. Мушки 2. Женски	
A18	**Какав је ваш брачни статус?** *(заокружити један од понуђених одговора)*	4. Ожењен/Удата/ живи заједно са партнером 5. Неожењен/Неудата/ не живи заједно са партнером 6. Разведен/ Разведена 7. Удовац/Удовица	
A19	*За испитанике у брачној заједници*: **Да ли је ваш партнер запослен изван вашег кућног бизниса?** *(заокружити одговор)*	8. Да 9. Не	

Дем 7а	**Тип домаћинства:**	1. Живи сам 2. Брачни пар без деце 3. Брачни пар са децом	4. Брачни пар са одраслом децом (преко 27 година) 5. Вишегенерацијска породица	6. Самохрани родитељ 7. Брачни пар, деца живе одвојено 8. Друго
Дем 7б	**Укупан број чланова домаћинства**			
Дем 7ц	**1.Укупан број деце до 18 година у домаћинству**			
	Деца у предшколском узрасту (до 6 година)			
	Деца у основној школи (7 до 14 година)			
	Деца у средњој школа (од 15 до непуних 18 година)			

A20	**Колико деце тренутно живи у вашем домаћинству и колико су она стара?** *(број деце, број година сваког детета)*		

A21	**Који је највиши ниво вашег формалног образовања?** *(заокружити одговор)*	10. Незавршена основна школа 11. Основна школа 12. Незавршена средња школа 13. Средња школа 14. Незавршен факултет 15. Виша школа 16. Висока школа/факултет	
A22	**Колики проценат прошлогодишњих прихода је**	---------- (%)	

Прилог 4 Извод из уредбе о класификацији делатности

Извод из Уредбе о класификацији делатности. Због обимности материјала, за делатности Сектора А, Ц и Г, дата је скраћена листа делатности, нумерисаних по реду како се у изворном документу спомињу. Потпун увид у Уредбу о класификацији делатности, могуће је добити на адреси Републичког завода за статистику
http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/Public/PageView.aspx?pKey=412

Сектор	Област	Грана	Група	НАЗИВ И ОПИС ДЕЛАТНОСТИ
1	2	3	4	5
СЕКТОР *А*				**ПОЉОПРИВРЕДА, ШУМАРСТВО И РИБАРСТВО**
	01			Пољопривредна производња, лов и услужне делатности
		01.1		Гајење једногодишњих и двогодишњих биљака
			01.11	Гајење жита (осим пиринча), легуминоза и уљарица
			01.12	Гајење пиринча
			01.13	Гајење поврћа, коренастих и кртоластих биљака
			01.14	Гајење шећерне трске
			01.15	Гајење дувана
			01.16	Гајење биљака за производњу влакана
			01.19	Гајење осталих једногодишњих и двогодишњих биљака
		01.2		Гајење вишегодишњих биљака
			01.21	Гајење грожђа
			01.22	Гајење тропског и суптропског воћа
			01.23	Гајење агрума
			01.24	Гајење јабучастог и коштичавог воћа
			01.25	Гајење осталог жбунастог и језграстог воћа
			01.26	Гајење уљних плодова
			01.27	Гајење биљака за припремање напитака
			01.28	Гајење зачинског, ароматичног и лековитог биља
			01.29	Гајење осталих вишегодишњих биљака
		01.3		Гајење садног материјала
			01.30	Гајење садног материјала
		01.4		Узгој животиња

Сектор	Област	Грана	Група	НАЗИВ И ОПИС ДЕЛАТНОСТИ
1	2	3	4	5
			01.41	Узгој музних крава
			01.42	Узгој других говеда и бивола
			01.43	Узгој коња и других копитара
			01.44	Узгој камила и лама
			01.45	Узгој оваца и коза
			01.46	Узгој свиња
			01.47	Узгој живине
			01.49	Узгој осталих животиња
		01.5		Мешовита пољопривредна производња ....
СЕКТОР *C*				**ПРЕРАЂИВАЧКА ИНДУСТРИЈА**
	10			Производња прехрамбених производа
		10.1		Прерада и конзервисање меса и производа од меса
			10.11	Прерада и конзервисање меса
			10.12	Прерада и конзервисање живинског меса
			10.13	Производња месних прерађевина
		10.2		Прерада и конзервисање рибе, љускара и мекушаца
			10.20	Прерада и конзервисање рибе, љускара и мекушаца
		10.3		Прерада и конзервисање воћа и поврћа
			10.31	Прерада и конзервисање кромпира
			10.32	Производња сокова од воћа и поврћа
			10.39	Остала прерада и конзервисање воћа и поврћа
		10.4		Производња биљних и животињских уља и масти
			10.41	Производња уља и масти
			10.42	Производња маргарина и сличних јестивих масти
		10.5		Производња млечних производа
			10.51	Прерада млека и производња сирева
			10.52	Производња сладоледа
		10.6		Производња млинских и скробних производа
			10.61	Производња млинских производа
			10.62	Производња скроба и скробних производа

Сектор	Област	Грана	Група	НАЗИВ И ОПИС ДЕЛАТНОСТИ
1	2	3	4	5
		10.7		Производња пекарских производа и тестенине
				Производња хлеба, свежег пецива и колача …….. …….. 10.71 ……..
СЕКТОР *G*				**ТРГОВИНА НА ВЕЛИКО И МАЛО И ПОПРАВКА МОТОРНИХ ВОЗИЛА**
	45			Трговина на велико и мало и поправка моторних возила
		45.1		Трговина моторним возилима
			45.11	Трговина аутомобилима и лаким моторним возилима
			45.19	Трговина осталим моторним возилима
		45.2		Одржавање и поправка моторних возила
			45.20	Одржавање и поправка моторних возила
		45.3		Трговина деловима и прибором за моторна возила
			45.31	Трговина на велико деловима и опремом за возила
			45.32	Трговина на мало деловима и опремом за возила
		45.4		Трговина мотоциклима, деловима и поправка мотоцик.
			45.40	Трговина мотоциклима, деловима и поправка мотоцик.
	46			Трговина на велико, осим трговине моторним возилима
		46.1		Трговина на велико за накнаду
			46.11	Посредовање у продаји пољопривредних сировина
			46.12	Посредовање у продаји горива, руда и метала
			46.13	Посредовање у продаји грађевинског материјала
			46.14	Посредовање у продаји машина и индустријске опреме
			46.15	Посредовање у продаји намештаја и металне робе
			46.16	Посредовање у продаји текстила, одеће, крзна и обуће
			46.17	Посредовање у продаји хране, пића и дувана
			46.18	Специјализовано посредовање у продаји производа
			46.19	Посредовање у продаји разноврсних производа …… ……

Сектор	Област	Грана	Група	НАЗИВ И ОПИС ДЕЛАТНОСТИ
1	2	3	4	5
				.....
СЕКТОР *I*				**УСЛУГЕ СМЕШТАЈА И ИСХРАНЕ**
	55			Смештај
		55.1		Хотели и сличан смештај
			55.10	Хотели и сличан смештај
		55.2		Одмаралишта и слични објекти за краћи боравак
			55.20	Одмаралишта и слични објекти за краћи боравак
		55.3		Делатност кампова и ауто-кампова
			55.30	Делатност кампова и ауто-кампова
		55.9		Остали смештај
			55.90	Остали смештај
	56			Делатност припремања и послуживања хране и пића
		56.1		Делатности ресторана и покретних угоститељ. објекта
			56.10	Делатности ресторана и покретних угоститељ. објекта
		56.2		Кетеринг и услуге припремања и послуживања хране
			56.21	Кетеринг
			56.29	Остале услуге припремања и послуживања хране
		56.3		Услуге припремања и послуживања пића
			56.30	Услуге припремања и послуживања пића
СЕКТОР *J*				**ИНФОРМИСАЊЕ И КОМУНИКАЦИЈЕ**
	58			Издавачке делатности
		58.1		Издавање књига и часописа
			58.11	Издавање књига
			58.12	Издавање именика и адресара
			58.13	Издавање новина
			58.14	Издавање часописа и периодичних издања
			58.19	Остала издавачка делатност
		58.2		Издавање софтвера
			58.21	Издавање рачунарских игара
			58.29	Издавање осталих софтвера
	59			Кинематографска, телевизијска и музичка продукција
		59.1		Кинематографска и телевизијска продукција
			59.11	Производња кинематографских дела и ТВ програма
			59.12	Делатности након снимања кинематограф. дела и ТВ програма
			59.13	Дистрибуција кинематографских дела и ТВ програма

Сектор	Област	Грана	Група	НАЗИВ И ОПИС ДЕЛАТНОСТИ
1	2	3	4	5
			59.14	Делатност приказивања кинематографских дела
		59.2		Снимање и издавање звучних записа и музике
			59.20	Снимање и издавање звучних записа и музике
	60			Програмске активности и емитовање
		60.1		Емитовање радио-програма
			60.10	Емитовање радио-програма
		60.2		Производња и емитовање телевизијског програма
			60.20	Производња и емитовање телевизијског програма
	61			Телекомуникације
		61.1		Кабловске телекомуникације
			61.10	Кабловске телекомуникације
		61.2		Бежичне телекомуникације
			61.20	Бежичне телекомуникације
		61.3		Сателитске телекомуникације
			61.30	Сателитске телекомуникације
		61.9		Остале телекомуникационе делатности
			61.90	Остале телекомуникационе делатности
	62			Рачунарско програмирање и консултантске делатности
		62.0		Рачунарско програмирање и консултантске делатности
			62.01	Рачунарско програмирање
			62.02	Консултантске делат. у информационим технологијама
			62.03	Управљање рачунарском опремом
			62.09	Остале услуге информационе технологије
	63			Информационе услужне делатности
		63.1		Обрада података, хостинг и с тим повезане делатности
			63.11	Обрада података, хостинг и сл.
			63.12	Веб портали
		63.9		Остале информационе услужне делатности
			63.91	Делатности новинских агенција
			63.99	Информационе услужне делатности
СЕКТОР *L*				**ПОСЛОВАЊЕ НЕКРЕТНИНАМА**
	68			Пословање некретнинама
		68.1		Куповина и продаја властитих некретнина
			68.10	Куповина и продаја властитих некретнина
		68.2		Изнајмљивање некретнина и управљање њима
			68.20	Изнајмљивање некретнина и управљање њима

Сектор	Област	Грана	Група	НАЗИВ И ОПИС ДЕЛАТНОСТИ
1	2	3	4	5
		68.3		Пословање некретнинама за накнаду
			68.31	Делатност агенција за некретнине
			68.32	Управљање некретнинама за накнаду
СЕКТОР *M*				**СТРУЧНЕ, НАУЧНЕ, ИНОВАЦИОНЕ И ТЕХНИЧКЕ ДЕЛАТНОСТИ**
	69			Правни и рачуноводствени послови
		69.1		Правни послови
			69.10	Правни послови
		69.2		Рачуноводствени, књигов. и ревизорски послови
			69.20	Рачуноводствени, књигов. и ревизорски послови
	70			Управљачке делатности и саветовање
		70.1		Управљање економским субјектом
			70.10	Управљање економским субјектом
		70.2		Менаџерски консултантски послови
			70.21	Делатност комуникација и односа с јавношћу
			70.22	Консултантске активности у вези с пословањем
	71			Архитектонске и инжењерске делатности
		71.1		Архитектонске и инжењерске делатности и саветовање
			71.11	Архитектонска делатност
			71.12	Инжењерске делатности и техничко саветовање
		71.2		Техничко испитивање и анализе
			71.20	Техничко испитивање и анализе
	72			Научно истраживање и развој
		72.1		Истраживање и развој у природним и техн. наукама
			72.11	Истраживање и развој у биотехнологији
			72.19	Истраживање и развој у осталим природним наукама
		72.2		Истраживање и развој у друштвеним и хуман. наукама
			72.20	Истраживање и развој у друштвеним и хуман. наукама
	73			Рекламирање и истраживање тржишта
		73.1		Рекламирање
			73.11	Делатност рекламних агенција
			73.12	Медијско представљање
		73.2		Истраживање тржишта и испитивање јавног мњења
			73.20	Истраживање тржишта и испитивање јавног мњења
	74			Остале стручне, научне и техничке делатности
		74.1		Специјализоване дизајнерске делатности

Сектор	Област	Грана	Група	НАЗИВ И ОПИС ДЕЛАТНОСТИ
1	2	3	4	5
			74.10	Специјализоване дизајнерске делатности
		74.2		Фотографске услуге
			74.20	Фотографске услуге
		74.3		Превођење и услуге тумача
			74.30	Превођење и услуге тумача
		74.9		Остале стручне, научне и техничке делатности
			74.90	Остале стручне, научне и техничке делатности
	75			Ветеринарска делатност
		75.0		Ветеринарска делатност
			75.00	Ветеринарска делатност
СЕКТОР *N*				**АДМИНИСТРАТИВНЕ И ПОМОЋНЕ УСЛУЖНЕ ДЕЛАТНОСТИ**
	77			Изнајмљивање и лизинг
		77.1		Изнајмљивање и лизинг моторних возила
			77.11	Изнајмљивање и лизинг аутомобила и моторних возила
			77.12	Изнајмљивање и лизинг камиона
		77.2		Изнајмљивање и лизинг предмета за личну употребу
			77.21	Изнајмљивање и лизинг опреме за рекреацију и спорт
			77.22	Изнајмљивање видео-касета и компакт-дискова
			77.29	Изнајмљивање и лизинг осталих предмета
		77.3		Изнајмљивање и лизинг машина и материјалних добара
			77.31	Изнајмљивање и лизинг пољопривредних машина
			77.32	Изнајмљивање и лизинг машина за грађевинарство
			77.33	Изнајмљивање и лизинг канцеларијских машина
			77.34	Изнајмљивање и лизинг опреме за водени транспорт
			77.35	Изнајмљивање и лизинг опреме за ваздушни транспорт
			77.39	Изнајмљивање и лизинг осталих машина и опреме
		77.4		Лизинг интелектуалне својине и сличних производа
			77.40	Лизинг интелектуалне својине и сличних производа
	78			Делатности запошљавања
		78.1		Делатност агенција за запошљавање
			78.10	Делатност агенција за запошљавање
		78.2		Делатност агенција за привремено запошљавање
			78.20	Делатност агенција за привремено запошљавање
		78.3		Остало уступање људских ресурса
			78.30	Остало уступање људских ресурса

Сектор	Област	Грана	Група	НАЗИВ И ОПИС ДЕЛАТНОСТИ
1	2	3	4	5
	79			Делатност путн. агенција, тур-оператора и резервације
		79.1		Делатност путничких агенција и тур-оператора
			79.11	Делатност путничких агенција
			79.12	Делатност тур-оператора
		79.9		Остале услуге резервације
			79.90	Остале услуге резервације
	80			Заштитне и истражне делатности
		80.1		Делатност приватног обезбеђења
			80.10	Делатност приватног обезбеђења
		80.2		Услуге система обезбеђења
			80.20	Услуге система обезбеђења
		80.3		Истражне делатности
			80.30	Истражне делатности
	81			Услуге одржавања објеката и околине
		81.1		Услуге одржавања објеката
			81.10	Услуге одржавања објеката
		81.2		Услуге чишћења
			81.21	Услуге редовног чишћења зграда
			81.22	Услуге осталог чишћења зграда и опреме
			81.29	Услуге осталог чишћења
		81.3		Услуге уређења и одржавања околине
			81.30	Услуге уређења и одржавања околине
	82			Канцеларијско-административне и помоћне делатности
		82.1		Канцеларијско-административне делатности
			82.11	Комбиноване канцеларијско-административне услуге
			82.19	Фотокопирање и друга канцеларијска подршка
		82.2		Делатност позивних центара
			82.20	Делатност позивних центара
		82.3		Организовање састанака и сајмова
			82.30	Организовање састанака и сајмова
		82.9		Пословне, помоћне, услужне и остале делатности
			82.91	Делатност агенција за наплату потраживања
			82.92	Услуге паковања
			82.99	Остале услужне активности подршке пословању

Сектор	Област	Грана	Група	НАЗИВ И ОПИС ДЕЛАТНОСТИ
1	2	3	4	5
СЕКТОР *P*				**ОБРАЗОВАЊЕ**
	85			Образовање
		85.1		Предшколско образовање
			85.10	Предшколско образовање
		85.2		Основно образовање
			85.20	Основно образовање
		85.3		Средње образовање
			85.31	Средње опште образовање
			85.32	Средње стручно образовање
		85.4		Високо образовање
			85.41	Образовање после средњег које није високо
			85.42	Високо образовање
		85.5		Остало образовање
			85.51	Спортско и рекреативно образовање
			85.52	Уметничко образовање
			85.53	Делатност школа за возаче
			85.59	Остало образовање
		85.6		Помоћне образовне делатности
			85.60	Помоћне образовне делатности
СЕКТОР *S*				**ОСТАЛЕ УСЛУЖНЕ ДЕЛАТНОСТИ**
	94			Делатност удружења
		94.1		Делатност пословних и професионалних организација
			94.11	Делатност пословних удружења и послодаваца
			94.12	Делатност струковних удружења
		94.2		Делатност синдиката
			94.20	Делатност синдиката
		94.9		Делатност осталих организација на бази учлањења
			94.91	Делатност верских организација
			94.92	Делатност политичких организација
			94.99	Делатност осталих организација на бази учлањења
	95			Поправка рачунара и предмета за личну употребу
		95.1		Поправка рачунара и комуникационе опреме
			95.11	Поправка рачунара и периферне опреме
			95.12	Поправка комуникационе опреме
		95.2		Поправка предмета за личну употребу
			95.21	Поправка електронских апарата за широку употребу
			95.22	Поправка апарата за домаћинство и кућне опреме

Сектор	Област	Грана	Група	НАЗИВ И ОПИС ДЕЛАТНОСТИ
1	2	3	4	5
			95.23	Поправка обуће и предмета од коже
			95.24	Одржавање и поправка намештаја
			95.25	Поправка сатова и накита
			95.29	Поправка осталих личних предмета
	96			Остале личне услужне делатности
		96.0		Остале личне услужне делатности
			96.01	Прање и хемијско чишћење текстилних производа
			96.02	Делатност фризерских и козметичких салона
			96.03	Погребне и сродне делатности
			96.04	Делатност неге и одржавања тела
			96.09	Остале непоменуте личне услужне делатности

Прилог 5- Детаљна листа послова у које су укључени мушкарци и жене власници кућног бизниса у Србији, мај 2011

	Укупно	Пол		Пол		
		Мушки	Женски	Мушки	Женски	Партнери
N	310	134	176	84	135	91
Припрема колача, торти, пецива	08.4	01.5	13.6	01.2	14.8	05.5
Давање приватних часова	08.1	09.0	07.4	13.1	09.6	01.1
Производња/ продаја млека	08.1	10.4	06.3	09.5	04.4	12.1
Производња/ продаја млечних производа	07.4	04.5	09.7	04.8	08.9	07.7
Шивење/ поправке одеће	05.5	02.2	08.0	02.4	07.4	05.5
Спремање, чишћење, пеглање	03.5		06.3		06.7	02.2
Каталошка/ мрежна продаја	03.5		06.3		05.2	04.4
Гајење/ продаја поврћа	03.5	04.5	02.8	01.2	03.0	06.6
Гајење/ продаја цвећа, садница	03.2	00.7	05.1		05.9	02.2
Чување, брига о деци	03.2		05.7		07.4	
Гајење/ продаја воћа	03.2	06.0	01.1	06.0	00.7	04.4
Гајење, тов, продаја стоке	03.2	03.7	02.8	04.8	01.5	04.4
Web дизајн/ израда сајтова, пројеката/ софтвер	02.6	06.0		09.5		
Производња/ продаја ракије	02.6	06.0		03.6		05.5
Молерски радови (кречење, фарбање)	02.6	06.0		07.1		02.2
Фризерске услуге	02.6	01.5	03.4		03.7	03.3
Гајење/ продаја пилића	02.3	01.5	02.8	02.4	03.0	01.1
Поправка кућних апарата	01.9	04.5		06.0		01.1
Продаја/ препродаја робе	01.9	00.7	02.8	01.2	03.0	01.1
Производња/ продаја меса	01.9	03.0	01.1	02.4	00.7	03.3
Производња/ продаја јаја	01.9	00.7	02.8	01.2	03.7	
Козметичар, маникир, педикир, физиотерапеут	01.6	00.7	02.3	01.2	02.2	01.1
Израда, продаја сувенира/ накита/ играчака/ слика	01.6		02.8		02.2	02.2
Лимарија, заваривање, метална галантерија	01.6	03.7		01.2		04.4
Столарске/ тесарске услуге/ обрада дрвета	01.6	03.7		03.6		02.2
Поправка, одржавање компјутера/ инсталација програма	01.6	03.7		04.8		01.1
Чување, брига о старима	01.3		02.3		01.5	02.2
Пољопривредни производи/ прехрамбени производи	01.3	02.2	00.6	01.2	00.7	02.2
Гајење/ продаја печурака	01.3	01.5	01.1	02.4		02.2
Поправка машина/ електроуређаји/ опрема/ увођење струје	01.3	03.0		04.8		
Сеча, достава дрва/ ћумур/ пиљевина	01.3	02.2	00.6	02.4		02.2
Аутомеханичарске/ електричарске услуге	01.3	03.0		02.4		02.2
Припрема јела/ печење меса за славља и остале прилике	01.3	00.7	01.7	01.2	02.2	
Гајење пчела, производња/ продаја меда	01.0	00.7	01.1	01.2	01.5	
Производња резанаца, тестенине	01.0		01.7		01.5	01.1

	Укупно	Пол		Пол		
		Мушки	Женски	Мушки	Женски	Партнери
Шивење постељине/ плетење, хеклање	01.0		01.7		02.2	
Израда комадног намештаја/ тапацирање	01.0	02.2		02.4		01.1
Гајење/ продаја житарица	01.0	02.2				03.3
Издавање стана/ издавање простора за прославе	01.0	00.7	01.1		01.5	01.1
Угоститељство	01.0		01.7		01.5	01.1
Књиговодствене услуге	00.6	00.7	00.6	01.2	00.7	
Производња вина	00.6	00.7	00.6			02.2
Одгајање паса	00.6	01.5		01.2		01.1
Производња плочица/ производња жице	00.6	00.7	00.6		00.7	01.1
Водоинсталатерске услуге	00.6	01.5		02.4		
Скупљање секундарних сировина	00.6	01.5				02.2
Аутолимарске/ фарбарске услуге	00.6	01.5		02.4		
Преводилачке услуге	00.6	00.7	00.6		00.7	01.1
Грађевински послови	00.6	01.5				02.2
Рентирање/ сервис аудио технике и опреме	00.6	01.5		01.2		01.1
Модератор/ диспечер радио емисија	00.3	00.7		01.2		
Погребна опрема	00.3		00.6		00.7	
Прање аутомобила, тепиха	00.3	00.7				01.1
Продаја рекламног простора, посредовање	00.3		00.6		00.7	
Пружа попуст код куповине различитих производа и услуга	00.3		00.6			01.1

Прилог 6- Статистика **Mann-Whitney U testa** сличности и разлика делатности кућног бизниса различитих региона

1. Центар и полупериферија

T1

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Percentiles		
						25th	50th (Median)	75th
Sektor	310	4,7129	3,98112	1,00	11,00	1,0000	2,0000	10,0000
Region	310	2,4452	,73860	1,00	3,00	2,0000	3,0000	3,0000

T2

Ranks

	Region	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Sektor	Centar	46	82,53	3796,50
	Poluperiferija	80	52,56	4204,50
	Total	126		

T3

Test Statistics[a]

	Sektor
Mann-Whitney U	964,500
Wilcoxon W	4204,500
Z	-4,524
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

Test Statistics[a]

	Sektor
Mann-Whitney U	964,500
Wilcoxon W	4204,500
Z	-4,524
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Grouping Variable: Region

2. Центар и периферија

T1

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Percentiles		
						25th	50th (Median)	75th
Sektor	310	4,7129	3,98112	1,00	11,00	1,0000	2,0000	10,0000
Region	310	2,4452	,73860	1,00	3,00	2,0000	3,0000	3,0000

T2

Ranks

	Region	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Sektor	Centar	46	149,17	6862,00
	Periferija	184	107,08	19703,00
	Total	230		

T3

Test Statistics[a]

	Sektor
Mann-Whitney U	2683,000
Wilcoxon W	19703,000
Z	-3,929
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Grouping Variable: Region

3. Полупериферија и периферија

T1

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Percentiles		
						25th	50th (Median)	75th
Sektor	310	4,7129	3,98112	1,00	11,00	1,0000	2,0000	10,0000
Region	310	2,4452	,73860	1,00	3,00	2,0000	3,0000	3,0000

T2

Ranks

	Region	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Sektor	Poluperiferija	80	120,73	9658,50
	Periferija	184	137,62	25321,50
	Total	264		

T3

Test Statistics[a]

	Sektor
Mann-Whitney U	6418,500
Wilcoxon W	9658,500
Z	-1,695
Asymp. Sig. (2-tailed)	,090

a. Grouping Variable: Region

Прилог 7- Статистика T-Testa зависности полупериферије и периферије од централног тржишта (снабдевање сировинама и опремом и пласман роба и услуга)

T-Test (Добављачи лоцирани у Београду)

T-1 Group Statistics

Region		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
U Beogradu	Poluperiferija	79	8.48	22.077	2.484
	Periferija	181	5.03	19.376	1.440

T-2 Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
U Beogradu	Equal variances assumed	3.298	.071	1.266	258	.207	3.453	2.728	-1.919	8.825
	Equal variances not assumed			1.203	132.757	.231	3.453	2.871	-2.226	9.133

T-Test (Потрошачи лоцирани у Београду)

T-1 Group Statistics

Region		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
U Beogradu	Poluperiferija	80	8.13	19.879	2.223
	Periferija	184	1.58	8.129	.599

T-2 Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
U Beogradu	Equal variances assumed	55.787	.000	3.803	262	.000	6.549	1.722	3.158	9.939
	Equal variances not assumed			2.845	90.698	.005	6.549	2.302	1.976	11.122

Прилог 8- Статистика Регресије - теста о утицају фактора на висину дохотка

Регресија (први модел)

Променљиве обухваћене моделом:

1. Колики проценат прошлогодишњих прихода вашег домацинства је остварен вашим куцним бизнисом?
2. Да ли је ваш кућни бизнис истовремено ваше главно занимање?
3. Да ли је Ваш партнер запослен ван вашег кућног бизниса?
4. Регион

T-1. Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Region, Da li je Vaš partner zaposlen van vašeg kućnog biznisa?, Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje(a)	.	Enter
2	.	Region	Backward (criterion: Probability of F-to-remove >= .100).

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Koliki procenat prošlogodišnjih prihoda vašeg domacinstva je ostvaren vašim kucnim biznisom?

T-2. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.578(a)	.334	.324	19.29584
2	.576(b)	.332	.325	19.28569

a Predictors: (Constant), Region, Da li je Vaš partner zaposlen van vašeg kućnog biznisa?, Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje

b Predictors: (Constant), Da li je Vaš partner zaposlen van vašeg kućnog biznisa?, Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje

T-3. ANOVA(c)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37014.558	3	12338.186	33.138	.000(a)
	Residual	73721.210	198	372.329		
	Total	110735.767	201			
2	Regression	36720.138	2	18360.069	49.363	.000(b)
	Residual	74015.630	199	371.938		
	Total	110735.767	201			

a Predictors: (Constant), Region, Da li je Vaš partner zaposlen van vašeg kućnog biznisa?, Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje

b Predictors: (Constant), Da li je Vaš partner zaposlen van vašeg kućnog biznisa?, Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje

c Dependent Variable: Koliki procenat prošlogodišnjih prihoda vašeg domacinstva je ostvaren vašim kucnim biznisom?

T-4 Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.130	6.765		-.758	.449
	Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje	23.524	2.868	.476	8.202	.000
	Da li je Vaš partner zaposlen van vašeg kućnog biznisa?	16.249	2.732	.345	5.949	.000
	Region	1.732	1.948	.052	.889	.375
2	(Constant)	-.768	4.655		-.165	.869

	Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje	23.407	2.864	.474	8.174	.000
	Da li je Vaš partner zaposlen van vašeg kućnog biznisa?	16.304	2.729	.346	5.973	.000

a Dependent Variable: Koliki procenat prošlogodišnjih prihoda vašeg domacinstva je ostvaren vašim kucnim biznisom?

T-5 Excluded Variables(b)

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
2	Region	.052(a)	.889	.375	.063	.997

a Predictors in the Model: (Constant), Da li je Vaš partner zaposlen van vašeg kućnog biznisa?, Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje

b Dependent Variable: Koliki procenat prošlogodišnjih prihoda vašeg domacinstva je ostvaren vašim kucnim biznisom?

Регресија (други модел)

Променљиве обухваћене моделом:

Колики проценат прошлогодишњих прихода вашег домацинства је остварен вашим куцним бизнисом?

Да ли је ваш кућни бизнис истовремено ваше главно занимање?

Да ли је Ваш партнер запослен ван вашег кућног бизниса?

Тип насеља

T-1 Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method

1	Tip naselja, Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje, Da li je Vaš partner zaposlen van vašeg kućnog biznisa?(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Koliki procenat prošlogodišnjih prihoda vašeg domacinstva je ostvaren vašim kucnim biznisom?

T-2 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.589(a)	.347	.337	19.11335

a Predictors: (Constant), Tip naselja, Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje, Da li je Vaš partner zaposlen van vašeg kućnog biznisa?

T-3 ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38402.408	3	12800.803	35.040	.000(a)
	Residual	72333.359	198	365.320		
	Total	110735.767	201			

a Predictors: (Constant), Tip naselja, Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje, Da li je Vaš partner zaposlen van vašeg kućnog biznisa?

b Dependent Variable: Koliki procenat prošlogodišnjih prihoda vašeg domacinstva je ostvaren vašim kucnim biznisom?

T-4 Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	-9.730	6.223		-1.564	.120
	Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje	23.147	2.841	.469	8.149	.000
	Da li je Vaš partner zaposlen van vašeg kućnog biznisa?	15.687	2.720	.333	5.767	.000
	Tip naselja	6.083	2.835	.124	2.146	.033

a Dependent Variable: Koliki procenat prošlogodišnjih prihoda vašeg domacinstva je ostvaren vašim kucnim biznisom?

Прилог 8.а Коефицијент корелације висине прихода, статуса примарног занимања и укључености супружника у породични посао

T-1 Correlations

		Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje	Koliki procenat prošlogodišnjih prihoda vašeg domacinstva je ostvaren vašim kucnim biznisom?
Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje	Pearson Correlation	1	.437(**)
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	310	310
Koliki procenat prošlogodišnjih prihoda vašeg domacinstva je ostvaren vašim kucnim biznisom?	Pearson Correlation	.437(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

	N	310	310

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Korelacija 2

T-1 Correlations

		Da li je Vaš partner zaposlen van vašeg kućnog biznisa?	Koliki procenat prošlogodišnjih prihoda vašeg domacinstva je ostvaren vašim kucnim biznisom?
Da li je Vaš partner zaposlen van vašeg kućnog biznisa?	Pearson Correlation	1	.327(**)
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	202	202
Koliki procenat prošlogodišnjih prihoda vašeg domacinstva je ostvaren vašim kucnim biznisom?	Pearson Correlation	.327(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	202	310

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Korelacija 3

T-1 Correlations

		Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje	Region
Da li je vaš kućni biznis istovremeno vaše glavno	Pearson Correlation	1	-.037

zanimanje a ako nije, precizno navedite vaše glavno zanimanje			
	Sig. (2-tailed)		.515
	N	310	310
Region	Pearson Correlation	-.037	1
	Sig. (2-tailed)	.515	
	N	310	310

Korelacija 4

T-1 Correlations

		Koliki procenat prošlogodišnjih prihoda vašeg domacinstva je ostvaren vašim kucnim biznisom?	Region
Koliki procenat prošlogodišnjih prihoda vašeg domacinstva je ostvaren vašim kucnim biznisom?	Pearson Correlation	1	.012
	Sig. (2-tailed)		.839
	N	310	310
Region	Pearson Correlation	.012	1
	Sig. (2-tailed)	.839	
	N	310	310

Прилог 1.

Изјава о ауторству

Потписани-а _____

број уписа _____

Изјављујем

да је докторска дисертација под насловом

_____

_____

- резултат сопственог истраживачког рада,
- да предложена дисертација у целини ни у деловима није била предложена за добијање било које дипломе према студијским програмима других високошколских установа,
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

Потпис докторанда

У Београду, _____

_____

Прилог 2.

Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторског рада

Име и презиме аутора _____

Број уписа _____

Студијски програм _____

Наслов рада _____

Ментор _____

Потписани _____

изјављујем да је штампана верзија мог докторског рада истоветна електронској верзији коју сам предао/ла за објављивање на порталу **Дигиталног репозиторијума Универзитета у Београду.**

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског звања доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета у Београду.

Потпис докторанда

У Београду, _____

_____

Прилог 3.

Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитетску библиотеку „Светозар Марковић“ да у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду унесе моју докторску дисертацију под насловом:

_____

_____

која је моје ауторско дело.

Дисертацију са свим прилозима предао/ла сам у електронском формату погодном за трајно архивирање.

Моју докторску дисертацију похрањену у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons) за коју сам се одлучио/ла.

1. Ауторство

2. Ауторство - некомерцијално

3. Ауторство – некомерцијално – без прераде

4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима

5. Ауторство – без прераде

6. Ауторство – делити под истим условима

(Молимо да заокружите само једну од шест понуђених лиценци, кратак опис лиценци дат је на полеђини листа).

Потпис докторанда

У Београду, _____

_____

Биографија аутора

Вера Глигоријевић рођена је 26. фебруара 1970. године у Ужицу. Основну школу завршила је у Косјерићу, а средњу педагошку школу у Ужицу. Студије географије на Географском факултету Универзитета у Београду уписала је 1988. године и завршила 1993. године, са просечном оценом 8,83 и одбрањеним дипломским радом из индустријске географије на тему *''Географске карактеристике и проблеми коришћења нафте у свету''* (оцена дипломског рада 10, ментор проф. др Мирко Грчић). Године 1993. уписала је последипломске студије на смеру ''Економска географија'' на Географском факултету у Београду. Последипломске студије завршила је 2004. године одбраном магистарске тезе *''Просторне детерминанте савремених економско-географских процеса у општини Косјерић''* (ментор проф. др Миломир Степић), чиме је стекла академско звање магистра географије из научне области - друштвена географија. Године 2007. пријавила је докторску тезу под насловом „*Економско-географске и демографске промене аграрног простора Србије*“ за коју је одређено коменторство проф. др Мирјане Девеџић и проф. др Миломира Степића.

Од 1. октобра 1994. године Вера Глигоријевић је запослена на Географском факултету у Београду као асистент-приправник на Студијској групи за просторно планирање за ужу научну област - економска географија. У звање асистента изабрана је 5. јула 2005. године за ужу научну област *Економска географија* на смеру Просторно планирање и *Регионални развој и демографски процеси* на смеру Демографија. Од 2009. године, након избора за ужу научну област Демографија и Географија (Друштвена географија), мр Вера Глигоријевић је претежно ангажована у извођењу вежби на студијској групи Демографија, на предметима *Демограске структуре, Демографско старење, Регионални развој и демографски процеси, Економска географија и Социјална Географија.*

Упоредо са израженом оријентацијом ка комплексном економско-географском научно-истраживачком и наставном раду, кандидаткиња је током последњих неколико година испољила изразито интересовање ка разнородним демографским феноменима. Тако се научно-истраживачки рад кандидаткиње данас базира на демографским проблемима модерног друштва, претежно на проучавањима везаним за структуре становништва и демографске аспекте радне снаге. Друга, готово подједнако заступљена област интересовања кандидаткиње јесу питања из области руралне географије проистекла из вишегодишњег ангажовања на предмету Економска географија, где су посебно наглашена била питања планирања и развоја руралног простора.

Вера Глигоријевић је аутор више научних и стручних радова и члан националних и међународних демографских и географских асоцијација. У оквиру стручног рада мр Вере Глигоријевић истиче се учешће у тиму на реализацији научног пројекта 1380 Министарства за науку и заштиту животне средине Републике Србије (издавачи: Институт за просторно планирање Географског факултета Универзитета у Београду и Скупштина општине Косјерић, Београд, 2004. година). Члан је управнг одбора Центра за таленте општине Ужице и саветник канцеларије за Локални економски развој општине Косјерић. Вера Глигоријевић је била члан тима за реорганизацију наставних планова и програма на Студијској групи за демографију и њихово усклађивање са захтевима Болоњске декларације.

Активно се служи енглеским језиком. Удата, мајка двоје деце.

Прилог 1.

Изјава о ауторству

Потписани-а Вера Григоријевић

број уписа _____

Изјављујем

да је докторска дисертација под насловом

Економско-географске и демографске промене аграрног простора Србије

- резултат сопственог истраживачког рада,
- да предложена дисертација у целини ни у деловима није била предложена за добијање било које дипломе према студијским програмима других високошколских установа,
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

Потпис докторанда

У Београду, 17.09.2012.

В. Григоријевић

Прилог 2.

Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторског рада

Име и презиме аутора Вера Глигоријевић

Број уписа _____

Студијски програм Демографија

Наслов рада Економско-географске и демографске промене аграрног простора Србије

Ментор _____

Потписани Вера Глигоријевић

изјављујем да је штампана верзија мог докторског рада истоветна електронској верзији коју сам предао/ла за објављивање на порталу **Дигиталног репозиторијума Универзитета у Београду.**

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског звања доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета у Београду.

Потпис докторанда

У Београду, 17.09.2012.

В. Глигоријевић

Прилог 3.

Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитетску библиотеку „Светозар Марковић" да у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду унесе моју докторску дисертацију под насловом:

Економско-географске и демографске промене аграрног простора Србије

која је моје ауторско дело.

Дисертацију са свим прилозима предао/ла сам у електронском формату погодном за трајно архивирање.

Моју докторску дисертацију похрањену у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons) за коју сам се одлучио/ла.

1. Ауторство

2. Ауторство - некомерцијално

3. Ауторство – некомерцијално – без прераде

4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима

5. Ауторство – без прераде

6. Ауторство – делити под истим условима

(Молимо да заокружите само једну од шест понуђених лиценци, кратак опис лиценци дат је на полеђини листа).

Потпис докторанда

У Београду, 17.09.2012.

В. Ткалац