

Приватно предузетништво у савременој Србији

Концепт руралне економије као модел мишљења у савременом предузетништву

Апстракт: Усмерен дискусијом о односу руралног и урбаног у савременој Србији, као и немогућношћу да се занемаре основни обрасци економског и социјалног понашања савремених предузетника, овај рад сажето разматра понашање малих предузетника и њихову примену модела одлучивања који своје исходиште имају у руралној економији. Начин доношења одлука код предузетника, који заправо не поседују знања неопходна за управљање послом и предузећем, укључује већи број фактора који нису у директној узрочној вези с послом којим се баве. Бављење неким послом и управљање предузећем само формално подражава концепт модерног либералног капитализма, али је заправо подређено концепту фамилијаризма и система вредности карактеристичног за локално сељачко друштво. Због тога се као коначан резултат бављења предузетништвом јавља изразита трансформација капитала, то јест његов трансфер из економске у социјалну сферу. Разматрања и закључци у овом раду засновани су на истраживањима спроведеним у Београду, Ваљеву, Јагодини и Пироту.

Кључне речи: предузетништво, рурално, урбано, управљање, трансформација капитала, потрошња

Може се рећи да је приватно предузетништво у савременој Србији "масовна" појава тек од деведесетих година XX столећа, када је у Србији формално укинута социјалистичко државно уређење и позитивним прописима омогућено слободно отварање приватних предузећа. Прва последица изједначавања приватне својине и до тада доминантне друштвене својине било је бесконачно море киоска и разних ситних бакалница, продавница ауто делова, пржионица кафе, монтажних ресторана за брзу храну или агенција за свакојаке послове (најчешће незаконите). Требало је то да буде шарени барјак слободе за приватно предузетништво, односно убедљиви показатељ да је Србија раскинула с "гвозденом стегом социјализма" који је гушио неприкосновене људске слободе и права, а понајвише право на акумулацију приватне имовине. То је, наравно, само наизглед тако. Тадашња актуелна власт у Србији, изабрана на вишестраначким изборима, још увек као да није имала искрену намеру да изјед-

начи приватну и друштвену имовину. Но, политичка манипулација власти није предмет ове кратке расправе. Намера ми је да размотрим реакцију нових предузетника на формално позитивноправно омогућавање слободног предузетништва. Поврх тога, треба нагласити да без обзира на интензитет разних идеолошких притисака у социјалистичкој Југославији, чији је Србија била саставни, а неко би рекао и основни део, приватно предузетништво никада није у потпуности укинута и нестало. Оно је чак одређеним позитивноправним прописима било и омогућено, мада у малом обиму, односно до нивоа малих породичних мануфактура.

Предузетништво у социјализму

Током периода развоја српских градова у социјалистичком духу после Другог светског рата приватно предузетништво је било маргинализовано. Одмах након рата нова комунистичка власт је с неколико десетина закона и прописа сва велика приватна предузећа превела у државну својину, а потом у такозвану "друштвену имовину", да би их касније кроз идеју о самоуправљању индиректно дала самим радницима на управљање. Од 1953. године иста судбина је задесила и мала приватна предузећа. У приватном власништву су остале само неке занатске радионице које су имале веома малу економску моћ, а разним административним мерама им је онемогућено да улажу у сопствени развој. На тај начин је држава створила предуслове за централизовану економију.

Приватно предузетништво је у послератним годинама било неафирмисано али није нестало. Чекало је повољну прилику, а њу је, парадоксално, створила сама држава селективном и преидеологизованом контролом појединих аспеката друштва. Пораст броја градског становништва није представљао велики проблем све док се кретао у оквирима приградских насеља, али се економски односи нагло мењају већ с изградњом првих стамбених блокова. Број оних упорних који су терасе својих станова и земљиште око стамбених зграда доживљавали као њиве – и на њима чували живину или козе, клали свиње, узгајали поврће (cf. Ђаповић 1995: 161) – брзо се смањило. Нагли пораст становништва у градовима створио је на тржишту потребу за великом количином хране. Велики државни агроиндустријски комбинати нису могли да обезбеде довољно хране па је тржишту претила несташница пољопривредних производа. То су искористили ситни пољопривредни произвођачи на периферији градова, а пре свега они на периферији Београда јер је његово становништво било најзахтевније. Пољопривредници са малим поседима налазили су се највише у бившим селима која су просторним ширењем градова обухваћена стамбеним блоковима и формално постала део ур-

бане територије. У Београду су то на пример Мали Мокри Луг, Бањица, Кнежевац, Миријево, Вишњица, Кумодраж, Жарково, итд. (Лутовац 1962а: 160). Важан детаљ представља то што су ти произвођачи хране (или њихови преци) већ имали искуства са снабдевањем града храном још од пре Другог светског рата (Lutovac 1962b), тако да њихово присуство на београдском тржишту хране има дуготрајан континуитет. Додуше, од почетка педесетих година 20. столећа комунистичка власт је свела њихову економску улогу на продају воћа и поврћа на зеленим пијацама. Великим агроиндустријским комбинатима власт је обезбедила монопол, али из политичких, не из економских разлога. Мали пољопривредници су се веома брзо развили, почели су чак и да купују земљу или да је узимају у закуп. Староседеоцима се временом придружују и досељеници који су у приградска насеља дошли због рада у индустрији (Lutovac 1975: 134), и који су веома брзо препознали потенцијал тржишта хране. Можда изгледа парадоксално, али како су се предузетници у производњи хране развијали, све више су запостављали саму производњу и све више су се бавили трговином, односно препродајом хране коју су куповали од сељака из удаљених крајева, да би на крају чак по високим ценама продавали земљу разним предузећима која су се премештала на периферију и самом граду којем је земља била потребна за изградњу нових стамбених насеља (Ковачевић 1985: 83).

Пољопривредни предузетници су успели веома брзо да акумулирају знатан капитал, али је тај капитал једноставно морао да се истопи у сверама изван производње јер је држава разним административним мерама јасно ограничавала предузетништво. Профит је до одређене мере био улаган у развој, али преко одређене границе, коју намеће не само држава својим законима већ и традиционални културни обрасци потрошње, капитал напушта економску сферу. Ковачевић је анализирао како се профит приватних предузетника београдске периферије трансформисао у социјални и симболички капитал (Ковачевић 1985: 84–87). Предузетници су велике количине новца улагали у изградњу монументалних гробница да би, у одређеним културним околностима, истакли свој статус у локалној заједници. Није, међутим, сав капитал улаган у монументалне гробнице. Мислим да се Ковачевић определио за разматрање тог феномена због тога што представља најизразитију девијацију трансфера капитала. Новац је такође улаган и у изградњу великих породичних кућа, у куповину луксузних аутомобила и друге луксузне робе, али и у значајне породичне церемонијале, пре свега у свадбу мушког детета. Велика количина зарађеног новца трошена је на забаву која је најчешће била без посебног садржаја. Један део оствареног профита, што је из економског угла најгоре решење, није уопште улаган, већ је тај новац чуван у виду ванинституционалне штедње, односно чуван је као готов новац.

Савремено предузетништво

Након пада Берлинског зида и распада Совјетског Савеза, у духу перестројке, читаву источну Европу потреса низ политичких и економских промена. Државе Источног блока формално престају да буду социјалистичке и улазе у процес транзиције ка либералном капитализму западноевропског модела. Тадашња Југославија, управо због тога што је била економски најразвијенија, а није била затворена комунистичка држава с изразито централизованом економијом, налазила се на прагу Европске економске заједнице. Крајем осамдесетих година 20. столећа укинута су формална законска ограничења управљања приватним капиталом и дозвољено је формирање приватних предузећа, без обзира на њихову величину. С друге стране, многа предузећа у државном власништву су банкротирала и велики број радника закорачио је у неизвесну будућност. Они који су остали без посла окренули су се својим руралним ресурсима да би обезбедили опстанак своје породице, али се, ипак, нису вратили да живе у селу. Руралне ресурсе су користили са дистанце. Када су остали без посла и прихода, пред њих се поставила дилема да ли да своје расходе сведу на егзистенцијални минимум и чекају помоћ државе или да сами предузму нешто.¹ Због чега се многи нису вратли животу у селу и производњи хране сасвим је разумљиво јер је политички процес девастације села већ био приведен крају па је свако упуштање у пољопривредну производњу изгледало бесмислено. Сада је требало платити цену антируралне политике социјалистичке државе. Један број оних који су остали без посла или без зарада (мада и даље формално запослени) изабрао је стратегију преживљавања и прибегао комбинованом искоришћавању оскудних ресурса, без икаквих изгледа за напредовање. Они храбрији и предузимљивији су изабрали другу стратегију па је велики број људи основао сопствена приватна предузећа и упустио се у предузетништво. Највећи број њих, међутим, основао је приватна предузећа као супституцију за изгубљено радно место у неком од државних предузећа и са примарним циљем да на тај начин обезбеди стабилну егзистенцију своје породице. Међу оним који су започели сопствени бизнис било је и људи чија егзистенција није била угрожена али су у предузетништву препознали шансу за лично богаћење.

Гералд Крид у расправи о породичним вредностима и домаћој економији указује на два приступа економској вредности породице који постоје у литератури. Први приступ полази од тога да је економија детерминисана породицом, односно да се за одсуство развоја може окривити

¹ С овом дилемом се на крају 20. столећа суочио велики број грађана Источне Европе (cf. Burawoy 2000).

претерана оданост породици, што није компатибилно с капитализмом. Други приступ види вредност породице у њеној потпуној прилагодљивости економским могућностима (шансама) и потребама. У заступању овог приступа, по Кридовом мишљењу, најексплицитнији је Ласлет који инсистира на томе да су величина и карактер породице узгредна околност пољопривредне праксе, обичаја који се односе на дистрибуцију и редистрибуцију земље, закона и обичаја наслеђивања земље и патрилинеарног наслеђивања (Creed 2000: 331). Ласлетов приступ се очигледно односи на сељачке породице и када је у питању српско сељаштво он је сасвим прихватљив. За урбане предузетничке породице се ипак још увек не може рећи да су њихова величина и карактеристике у потпуности последица тржишног економског система. Чини ми се да је обрнуто, односно да је предузетничко понашање детерминисано породицом и сродничким односима (имајући у виду и друге факторе). Значај који се у предузетништву придаје породици доводи до тога да се из угла модерног капитализма приватно предузетништво може окарактерисати као потпуно накарадно и неперспективно.

На почетку транзиционог процеса чинило се да ће Србија веома брзо успоставити либерални капитализам, али се испоставило да су таква очекивања нереална. Управљање малим предузећима било је подређено принципима проруралног фамилијаризма, уз запостављање закона и логике модерног капиталистичког начина стицања профита. Предузећа је чинио само један човек, који је у исто време био власник, директор и једини запослени. У другом случају, такође веома раширеном, предузеће су чинили чланови једне породице. Велики број тих предузећа стога није имао канцеларије и пословање је обављано у стану. Понеко би само поједине просторије стана или куће прилагодио својој делатности. Тако су неки своје гараже, а неки своје собе у приземљу куће претварали у продавнице, радионице, канцеларије. Предузетници су се радо састајали у кафанама и уз велике количине хране и пића уговарали разне послове, углавном трговачке. Те кафане су биле нешто попут малих неформалних берзи. Основни принцип пословања сводио се на то да треба у што краћем року и уз минимално улагање капитала и других ресурса стећи што веће богатство. Након стицања добити коју предузетник и његова породица препознају као довољно велику да може да подржи лагодан живот нагло се прелази у фазу стагнације и прекидају се све активности и улагања у развој бизниса.

Бизнис је вођен стихијски и без икаквих знања везаних за управљање предузећем. Осим идеје о брзом богаћењу не постоји никаква прецизна стратегија управљања послом. Приликом избора делатности и започињања неког посла није се много водило рачуна о једном од елементарних принципа капитализма – о конкуренцији. Највећи број предузећа

бавио се трговином на велико или мало, или пружањем услуга. Постојало је уверење да се тим пословима најлакше и најбрже стиже до великог богатства. Али број новооснованих трговинских предузећа био је превелик и само је мало предузетника успело да се обогати на тај начин. Чак и данас није редак случај да предузетници отварају продавницу прехранбене робе или ресторан брзе хране иако је то недавно већ учинио њихов први сусед. У градовима у Србији не ретко у само једној малој улици, у којој живи неколико стотина становника, могу се наћи по три или четири продавнице хране, две три пржионице кафе или два три ресторана за брзу храну (који најчешће пипремају храну на роштиљу). Приликом избора делатности предузетници се руководе чињеницом да је њихов сусед успешан у послу па ће самим тим и они бити успешни јер примењују исту "формулу успеха" коју је открио њихов сусед. Али они занемарују чињеницу да је број потрошача у једној области – рецимо у једном градском кварту – коначан и да са отварањем сваке нове продавнице долази до прерасподеле потрошача. Избор делатности предузетника много подсећа на Мендраову расправу о прихватању иновација у сељаштву. Прихватање иновација обично започиње тиме што појединци који имају довољно ресурса прихвате неку иновацију, а потом, када други уоче да је иновација корисна, њено прихватање, како Мендра то сликовито каже, "поприма логику закотрљале грудве снега", односно број оних који прихватају иновацију нагло расте све док је не прихвате сви. Коначан резултат јесте то да после извесног времена сва домаћинства раде исто (Mendras 1986: 242). Овакав резултат има смисла у сељачкој економији, али је потпуно бесмислен у тржишној економији. У сељаштву појединачна домаћинства због економске аутаркичности нису једна другима конкуренција, док у тржишној економији предузетници који се баве истом делатношћу јесу међусобна конкуренција. Велики број случајева које сам истраживао у Јагодини, Ваљевоу и Београду јасно показује да предузетници ипак свој бизнис воде на исти начин као што сељак води своје имање, дакле као тотални систем који треба одржавати као породични ентитет, а не водити као предузеће које учествује у тржишту и остварује профит. Приликом избора делатности и вођења бизниса искуства других се прихватају селективно и ирационално, а сопствено пословање се не сагледава као део ширег система тржишне економије, већ, тако да кажем, као сопствена њива. Границе предузећа се поистовећују са границама њиве и сопствено пословање се посматра готово искључиво унутар тих граница, односно поново као тотални систем који треба одржати као такав и који није у интеракцији са другим системима. Параметрима тржишне економије се манипулише на начин својствен руралној економији. Фактори који неминовно проистичу из тржишта третирају се на исти начин као што сељак третира факторе који долазе из

природе или из глобалног друштва. Приликом управљања предузећем води се рачуна о томе да уложени труд и остварени профит буду пропорционални, али се ипак интензивно тежи томе да уложени труд буде што мањи а профит што већи. Чак и ако уложени труд не даје очекивани профит, што није реткост, предузетници и даље настављају да се баве истим послом. Овакав приступ је важно својство сељачке економије (cf. Kerblay 1979; Wolf 1966), јер и сељак упорно обрађује своју њиву иако са ње не убира довољно летине. Предузетници понекад мењају делатност, али нову делатност бирају на исти начин као што су изабрали претходну.

Поникли директно из сељачке економије или социјализовани у урбаној употреби руралних модела породичне репродукције (Simić 1973; Matić 2005), многи предузетници нису способни да препознају различите форме капитала. У свом моделу социјалне репродукције Бордије идентификује различите форме капитала, као што су економски, културни, социјални или симболички капитал. Капитал се може конвертовати из једне форме у другу, а у свом тоталитету има тенденцију да се репродукује у идентичној или проширеној форми и да истраје у свом постојању (Bourdieu 1986: 241). Непрепознавање различитих форми капитала и њихове трансформације из једне форме у другу Бордије у великој мери приписује деловању "јадне логике", коју он третира као аксиом свакодневне перцепције. Јадна логика је способна да организује све мисли, перцепције и акције помоћу неколико општих принципа који су међусобно тесно повезани и сачињавају специфично интегрисану целину. Јадна логика користи аналогије и хомологије да би генерисала сличности и асоцијације које су у пракси заменљиве, али које у суштини не могу да издрже критику формалне логике. Конкретне сличности и асоцијације генерисане јадном логиком постају конвенционализоване у одређеном историјском контексту (Bourdieu 1990: 86–87, 97). Другим речима, јадна логика у међусобну везу доводи оно што је из угла формалне логике неспојиво. Када идеју о јадној логици пренесемо у сферу економије, увиђамо да су у сељачкој економији, формираној у одређеном историјском контексту, у једну целину повезани елементи који су у модерној капиталистичкој економији међусобно неспојиви. Сељачка економија, иако разликује поједине фондове (Wolf 1966: 4–10), полази од породице као елементарне јединице производње и потрошње, односно у сељаштву се породица и њена имовина јављају као оквир логичког система и као примарна детерминанта економске логике. Посматрана из аспекта самог сељаштва, рурална економска логика је тотални систем мишљења и не мора нужно да буде јадна иако јесте лаичка. Проблем се јавља онда када се поједини сегменти руралног економског размишљања имплементирају у тржишну економију. Већина урбаних предузетника у Србији ограничава своје предузетништво породицом, мада у њиховом случају не

можемо говорити о аутаркичности на онај начин на који то чинимо када расправљамо о сељачкој економији. Код приватних предузетника не постоји директна потрошња произведеног као у сељаштву, већ се јавља тржиште као посредник између производње и потрошње. Али и урбана предузетничка породица улаже сопствени рад у производњу, с тим што због форме те производње не конзумира директно своје производе него их на тржишту претвара у новац, а затим помоћу тог новца обезбеђује себи разну робу и услуге које се конзумирају у оквиру породице. Овакав симплифицирани принцип вођења породичне економије назвао бих се-миаутаркичним.

Када разматрамо потрошњу предузетничких породица увиђамо одсуство разликовања различитих форми капитала или, уколико такво разликовање ипак постоји, увиђамо трансфер капитала који је супротан логици модерног капитализма, али зато веома близак логици сељачке економије. Каква год да је потрошња једне предузетничке породице, та потрошња не оставља места економском развоју.

Разматрајући улагање великих количина новца у монументалне гробнице, Ковачевић је као елементарни фактор узео разна административна ограничења, али је ипак у својој анализи оставио простора за разматрање других детерминанти трансформације капитала из економске у социјалну, културну или неку другу форму (Ковачевић 1985). Када су крајем осамдесетих година 20. столећа укинута формална административна ограничења за улагање капитала у економској сфери, ова Ковачевићева расправа добија нову димензију због тога што је улагање у развој ипак изостало, а трансформисање капитала у неекономске облике се наставило. Да ли то указује на намеру предузетника да уопште и не улажу капитал у сопствени економски развој преко одређеног нивоа, већ да га трансформишу у социјални капитал, превасходно због истицања социјалног статуса сопствене породице? Ковачевић разматра и појаву идеје о конкуренцији код предузетника. Сама конкуренција је, као и капитал, такође пренета у социјалну сферу и постала један од примарних мотива социјалне емфазе (Ковачевић 1985: 84). Овај Ковачевићев закључак је неоспорно исправан за дати социјални и економски контекст у оквиру којег дискутује о социјално-емфатичкој функцији монументалних гробница. Требало би ипак узети у обзир и то да је улагање у одређени церемонијални фонд, који се у суштини користи за истицање социјалног статуса, уобичајено у сељаштву (Wolf 1966: 7–8). Потреба за успехом и за потоњим истицањем тог успеха јесте универзална потреба. Она свакако постоји и код урбаних предузетника у Србији, али оно што је веома важно јесте то да је њено задовољавање регулисано обрасцима који су, по мом мишљењу, формирану у руралном окружењу. Због специфичних карактеристика сељачке економије, почевши од тога да имање није пре-

дузеће и да се располаже веома ограниченим ресурсима, успех се често тражи изван економске сфере. Јавни ставови предузетника које сам интервјуисао упућују на то да се њихова тежња за успехом налази у економској сфери, али у исто време јасно потврђују да су елементарни принципи јадне логике за њих императив. Неспособни да разврстају различите форме капитала, предузетници потрошњу у разним сферама изван економске доживљавају као успех. Није за њих успех развој сопственог предузећа, већ куповина луксузних аутомобила и друге луксузне робе, изградња велике и често нефункционалне породичне куће (што у савременој Србији представља велики проблем позитивним урбанистичким тежњама), егзотично путовање итд. Тежећи да докажу свој успех, предузетници радо преувеличавају сопствене потребе и због тога предимензионарају потрошњу. Али битно је да аутомобил и кућа буду већи и бољи од суседових, без обзира на то што олако одлутају у кич. Предузетници примењују једноставан принцип да је велика потрошња одраз великог профита, па самим тим и директан одраз њиховог економског успеха и предузетничких способности. Профит у првом тренутку има форму чистог новца и социјално окружење није у могућности да уочи успех. Због тога се профит троши на робу и услуге које друштво препознаје као вредне, чиме се индиректно доказује економски успех.

Потрошња у оквиру предузетничких породица, сагледана у дискурсу изградње идентитета, указује и на помак ка модернијем приступу. Временски период протекао од појаве првих предузетничких активности, а нарочито од укидања административних ограничења за економски развој, ипак је релативно кратак да би се искристалисали сви параметри на основу којих бисмо могли да изводимо прецизне законитости урбаног предузетништва. Ма колико да је потрошња усмерена принципима руралне економије, она ипак у себи садржи процес развоја урбаног идентитета породице. То се нарочито уочава у домену потрошње материјалних добара. Новац се најрадије троши на робу која је у датом контексту окарактерисана као "урбана роба". Та роба је нешто конкретно, постојано, опипљиво и самим тим погодно за утврђивање или истицање идентитета. То није било која роба, већ она чије је конзумирање иницирало класично урбано становништво једног града, односно становништво које предузетници доживљавају као типично урбано становништво. Потрошња урбане робе уједно представља ослобађање од сопственог руралног залеђа. Кроз потрошњу материјалних добара људи покушавају да фиксирају и материјализују свој (урбани) идентитет (cf. Veenis 1999). Имати мобилни телефон, микроталасну пећницу или кућни биоскоп значи бити грађанин, а у исто време представља сопствено постављање наспрам руралног начина живота.

Прорурални приступ предузетника у вођењу посла и потрошње није искључиво упорност да се задрже стара схватања и није последица нес-

поспособности да се прихвати нешто ново. Рурално залеђе савремених предузетника неоспорно јесте комплекс значајних фактора који утичу на то да се предузетништво ограничи на ниво породице и да се бизнис води по узору на рурално домаћинство. С друге стране општа неизвесност проузрокована ратовима који су вођени између 1991. и 1999. године, и у којима је Србија активно учествовала, довела је до тога да се предузетници задржавају у сфери сигурног и стабилног породичног бизниса, као и да из сељачке економије преузимају готове и проверене моделе породичне репродукције. Неизвесност свакако представља један од битних елемената јадне логике о којој Бордије дискутује. У економији породичног предузетништва неоспорно учествује велики број фактора који долазе из сељаштва, али и из урбаног друштва. Због тога сам склон да користим термин *рурбана економија* када говорим о урбаним предузетницима. У дискурсу рурално-урбаног континуума предузетници у урбаним срединама у Србији, исто као и други становници руралног порекла, представљају пуку потврду исправности идеје о таквом континууму. У исто време они су повод за расправе о руралности и урбаности српских градова. Употреба руралних економских модела и прорурално понашање предузетника често изазива згражавање код оних који себе сматрају прорурбанистима у овој бесконачној полемици. Но, без обзира на угао из којег посматрамо предузетнике, неоспорно је да они због концентрације економског капитала и због начина трансформације тог облика капитала у социјални и културни капитал у великој мери утичу на концептуализацију српског урбаног друштва.

Литература

- Bourdieu, Pierre (1986) *The Forms of Capital*, У: John G. Richardson (ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York, Greenwood, 241–258
- Bourdieu, Pierre (1990) *The Logic of Practice*, Stanford, CA, Stanford University Press
- Burawoy, Michael, Pavel Krotov, Tatyana Lytkina (2000) *Involution and Destitution in Capitalist Russia*, У: *Ethnography* 1 (1), 43–65.
- Veenis, Milena (1999) *Consumption in East Germany*, У: *Journal of Material Culture* 4 (1), 79–112.
- Wolf, Eric R. (1966) *Peasants*, New Jersey, Prentice – Hall.
- Ђаповић, Ласта (1995) *Проблеми испитивања културе становња у граду*, У: *Гласник Етнографског института XLIV*, 159–167.
- Kerblay, Basile (1971) *Chayanov and the Theory of Peasantry as a Specific Type of Economy*, У: Teodor Shanin (ed.), *Peasants and Peasant Societies*, London, Penguin Books, 150–160.

- Ковачевић, Иван (1985) Социјално-емфатичка функција монументалних гробница, У: Етнологске свеске VI, 81–87.
- Creed, Gerald W. (2000) "Family Values" and Domestic Economies, У: Annual Review of Anthropology 29, 329–355.
- Лутовац, Милисав В. (1962а) Преображавање насеља и привреде у околини Београда, У: Зборник радова Етнографског института 4, 149–163.
- Lutovac, Milisav V. (1962b) Prigradska poljoprivreda Beograda, У: Zbornik radova Geografskog instituta 18, 155–172.
- Lutovac, Milisav V. (1975) Prigradska sela, У: Etnološki pregled 13, 131–136.
- Matić, Miloš (2005) Urban Economics in a Rural Manner: Family Economizing in Some Socialist Serbian Cities, У: Ethnologia Balkanica 9, 131–149.
- Mendras, Henri (1986) Seljačka društva, Zagreb, Globus.
- Simić, Andrei (1973) The Peasant Urbanites: A Study of Rural-Urban Mobility in Serbia, New York, Seminar Press.

Miloš Matić

PRIVATE ENTERPRISE IN CONTEMPORARY SERBIA

The concept of rural economy as a thought model in contemporary business

Inspired by the discussion on the relation between urban and rural in contemporary Serbia, as well as the impossibility to overlook the basic pattern of social and economic behavior of contemporary entrepreneurs, in this paper I take a concise look at the behavior of small entrepreneurs and their application of the decision-making models grounded in rural economies. Their ways of decision-making, having in mind that they do not actually possess the knowledge needed to run business enterprises, includes a number of factors that are not directly connected with the type of business they do. Doing business and running enterprise mimics the concept of modern liberal capitalism only formally, while in reality it is subjugated to the concept of familiarism and the system of values characteristic of the local peasant society. Therefore, as a final result of entrepreneurship occurs the radical transformation of capital, meaning its transfer from the economic domain to the social. Discussions points and conclusions in this paper are based on research conducted in Beograd, Valjevo, Jagodina and Pirot.