



# Etika i moralnost kao proizvod društvene svesti – rezultati ankete

## Ethics and morality as a product of social awareness - survey results

Miodrag Savović<sup>1</sup>, Marija Pajović<sup>2</sup>, Ana Antić<sup>1,3</sup>, Nebojša Vacić<sup>1</sup>, Zvonko Zlatanović<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Toplička akademija strukovnih studija Prokuplje

<sup>2</sup>Dom zdravlja Niš

<sup>3</sup>Zavod za transfuziju krvi Niš

### Apstrakt

Etika i u okviru nje moralnost, je društvena pojava koja se formira načinom međusobnih odnosa ljudi, a to je dalje određeno socio-ekonomskom i političkom strukturom društva, kulturnim i društveno-ekonomskim odnosima. Cilj ovog rada je da, analizom odgovora na postavljena anketna pitanja, donese zaključke o moralu, kao proizvodu društvene svesti.

Istraživanje je obuhvatilo 100 ispitanika koji su odgovarali o moralnosti, kao o proizvodu društvene svesti, na području grada Niša, u periodu od 20. 10. 2017. do 10. 11. 2017. godine. Posebno su analizirana pitanja prema polu, starosti, obrazovanju, radnom statusu i prihodima ispitanika. Rezultati ispitivanja su prikazani prema odgovorima na pojedinačna pitanja ankete.

Rezultati istraživanja su pokazali da najveći deo ispitanika nije zadovoljan svojim životnim standardom u odnosu na životni standard u Srbiji. Najveći broj ispitanika je sa nedovoljno prihoda i budžetom koji je mali za veće investicije i nedovoljan za adaptacije u domaćinstvu. Većina ispitanika smatra da nije dužna da pomaže drugima, dok sa druge strane ima i onih koji bi da pomognu, ali im nedostaju finansijska sredstva i za sebe same, pa u takvoj situaciji o drugima i ne pomišljaju.

Opšti zaključak je da je moral na najnižim granama društvene lestvice. Ljudi čiji su generalno prihodi dobri, naspram ljudi čiji su prihodi nedovoljni, ponašaju se slobodnije u odnosu na one koji nemaju.

**Gljučne reči:** etika, moralnost, društvena svest

### Abstract

Ethics and morality are social phenomena that are formed by the way people interact with each other, and this is further determined by the socioeconomic and political structure of society, cultural and socioeconomic relations. The goal of this work is to analyze the answers to the survey questions and draw conclusions about morality as a product of social consciousness.

The research included 100 respondents who answered about morality as a product of social awareness in the area of the city of Nis in the period from October 20 until November 10, 2017. The questions were analyzed according to the gender, age, education, work status, and income of respondents. The test results are presented according to the answers to individual survey questions.

The results of the research showed that most of the respondents are not satisfied with their standard of living in relation to the standard of living in Serbia. The largest number of respondents have insufficient income and a budget that is small for larger investments and insufficient for adaptations in the household. The majority of respondents believe that they are not obliged to help others, while on the other hand, there are those who would like to help but lack financial resources for themselves, so in such a situation they do not think about others.

The general conclusion is that morality is at the lowest rungs of the social hierarchy. People who generally have good incomes, as opposed to people whose incomes are insufficient, behave more freely than those who do not.

**Key words:** ethics, morality, social awareness

### Uvod

Etika i, u okviru nje, moralnost je društvena pojava i u određenom smislu je „proizvod ljudskog društva”. Cela ličnost prosečnog pojedinca formira se načinom međusobnih odnosa ljudi, a to je dalje određeno socio-ekonomskom i političkom strukturom društva, kulturnim i društveno-ekonomskim odnosima. Ljudske ideje i druge kulturne tvorevine, pa etičke i mo-

ralne norme, jedan su oblik ljudske društvene prakse, jedan njen vid, tesno povezan sa njenim ostalim oblicima, posebno sa materijalnom praksom. Sociološka gledišta na genezu morala potvrđuju da društvo nesumnjivo gradi čoveka. Savest je glas društva u nama. Razmišljajući o sociološkoj genezi, ne smemo zaboraviti da je moral proizvod čoveka kao specifičnog bića na ovoj planeti. Istraživanje nam omogućava da postanemo svesni niza uticaja na naš



izbor. Sa jedne strane, za studente je važno da shvate interne i eksterne uticaje koji podstiču pojedince da se ponašaju na određeni način. Sa druge strane, za marketing eksperte je važno da shvate zašto i kako pojedinci donose odluke tako da na toj bazi mogu da donose bolje strategijske marketing odluke (1–7). Sociologija morala istražuje i glavne društvene činioce morala. Kao značajno u formiranju morala navodi se određeni tip društva sa ideološko-političkog aspekta i društveni procesi u kojima pitanje materijalne proizvodnje igraju važnu ulogu. Unutar društvene zajednice su, takođe, značajan činilac morala. To su zajednice kao što su porodica, škola, staleži, zanimanja (profesije), društvene klase, udruženja itd. (8–12).

Osnovni marketing koncept ističe da organizacije postoje da zadovolje potrebe pojedinca. Potrebe mogu biti zadovoljene samo u stepenu u kome marketing eksperti shvataju ljude ili organizacije i to sprovode bolje nego konkurenti. Odgovor organizacije ili pojedinca je često krajnje merilo da li će marketing strategija biti uspešna. Podaci o pojedincima pomažu marketing ekspertima da definišu tržište i identifikuju opasnost i mogućnost u sopstvenoj i drugim zemljama koje će uticati na prihvatanje ponude od strane pojedinca ili organizacije (13–18).

Cilj ovog rada je da odgovorima na postavljena anketna pitanja, njihovom obradom i ukrštanjem pojedinih pitanja dođemo do nekih značajnih zaključaka o moralu, kao proizvodu društvene svesti.

## Materijal i metode rada

Izvršeno je anketiranje/terensko istraživanje 100 ispitanika o moralnosti, kao proizvodu društvene svesti na području grada Niša u periodu od 20.10.2017. do 10.11.2017. godine. Posebno su analizirana pitanja prema polu, starosti, obrazovanju, radnom statusu i prihodima ispitanika. Rezultati ispitivanja su prikazani prema odgovorima na pojedinačna pitanja ankete.

## Rezultati ispitivanja

### 1. Polna struktura ispitanika

U ukupnoj strukturi ispitanika najviše je bilo ispitanika muškog pola (59%), dok je ženskih ispitanica bilo nešto manje (41%), što predstavlja statistički značajnu razliku u ukupnoj strukturi ispitanika koja broji ukupno 100 anketiranih učesnika.

### 2. Starosna struktura ispitanika

Najviše je bilo ispitanika starosti od 31 do 45 godina – 36%, 27% ispitanika ima između 25 i 30 godina života, dok za njima slede ispitanici od 18 do 24 godina starosti, odnosno 15%. Najmanje ispitanika bilo je među starijim ispitanicima preko 60 godina života.

### 3. Obrazovna struktura ispitanika

Kada je u pitanju obrazovna struktura ispitanika koji su učestvovali u anketi, najveći broj ispitanika ima srednju stručnu spremu, odnosno 48%, nakon čega slede

ispitanici sa višom školskom spremom – 26%, dok je najmanje ispitanika bilo sa osnovnom školom, to jest svega 1%. Ispitanika koji imaju magistraturu i viši stepen obrazovanja bilo je 9%, dok je 16% ispitanika sa visokom stručnom spremom, odnosno fakultetom.

### 4. Kategorija ispitanika

Među ispitanicima najviše je bilo zaposlenih ispitanika i to 43%. Za njima slede nezaposlena lica – 25% i studenti 24%, dok je najmanje ispitanika bilo među penzionerima 8%.

### 5. Prihodi domaćinstva ispitanika

Najveći broj ispitanika rekao je da su im prihodi domaćinstva dovoljni (33%), međutim, odmah nešto iza njih slede ispitanici koji su svoje prihode ocenili nezadovoljavajućim (29%), 28% je reklo da su im prihodi domaćinstva dobri, dok 6% smatraju da su veoma dobri. Najmanje je ispitanika koji su rekli da su im prihodi domaćinstva odlični (4%). Na osnovu dobijenih odgovora kod ovog pitanja, može se zaključiti da je najveći broj učesnika u istraživanju srednjeg staleža.

### 6. Imovina koju Vaše domaćinstvo poseduje

Kod prvog anketnog pitanja 100% ispitanika je odgovorilo da poseduje televizor, šporet, veš mašinu, frižider, dok je 96% reklo da poseduje kompjuter, 87% auto ili motor, dok 11% ispitanika u svom vlasništvu poseduje stoku/životinu.

U okviru pitanja, na ponudenu podstavku da li su navedenu imovinu kupili/nabavili tokom prošle 2016. godine ispitanici su odgovorili na sledeći način:

93% ispitanika televizor nije kupilo prošle godine, dok je 7% to učinilo;

97% ispitanika šporet nije kupilo prošle godine, dok je 3% to učinilo;

96% ispitanika veš-mašinu nije kupilo prošle godine, dok je 4% to učinilo;

95% ispitanika frižider nije kupilo prošle godine, dok je 5% to učinilo;

84% ispitanika kompjuter nije kupilo prošle godine, dok je 16% prošle godine.

Na osnovu odgovora možemo zaključiti da je najveći deo imovine kupljen u prethodnim (ranijim) godinama.

### 7. Da li Vi ili neko od članova Vašeg domaćinstva poseduje kuću ili imanje?

Kod drugog anketnog pitanja ispitanici su odgovorili da li neko iz domaćinstva poseduje zemlju ili stan. U ukupnoj strukturi ispitanika od 100, njih 46 je reklo da poseduje kuću/stan, dok je 29 reklo da poseduje zemlju/imanje.

Na potpitanje da li je to kupljeno u prethodnoj 2016. godini, od ukupnog broja ispitanika koji su rekli da poseduju zemlju, a to je 29, njih 7% je reklo da je kupilo prošle godine, dok je 93% reklo da nije kupljeno u prethodnoj godini.

Od ukupnog broja ispitanika koji su rekli da poseduju stan/kuću (46), 7% odgovora je reklo da je nekretninu kupilo prošle godine, dok je 93% reklo da je do nekretnine došlo ranijih godina.

**8. Koliko iznose prosečni mesečni troškovi Vašeg domaćinstva (stanarina, struja, voda, hrana, telefon...)?**

Na osnovu odgovora ispitanika izračunata je prosečna vrednost mesečnih troškova domaćinstva ispitanika koja iznosi 70.000 dinara, što je više od prosečne mesečne zarade u Srbiji u tom trenutku. Da li ispitanici troše i više nego što zarade, ili ih „tradicionalno” pomažu najbliži, ostaje za neku dublju analizu.

**9. Da li su realni troškovi Vašeg domaćinstva porasli, ostali isti, ili su bili niži u tekućoj 2017. godini u odnosu na 2016. godinu (u zavisnosti od prihoda, obrazovanja, starosti, kategorije i pola ispitanika)?**

Na osnovu dobijenih rezultata istraživanja pristupili smo komparaciji podataka, u zavisnosti od prihoda, obrazovanja, starosti, kategorije i pola ispitanika.

Da je stanarina poskupela, smatra 5% muških ispitanika, a isto toliko i ženskih. Kada je omladina u pitanju, 8% ispitanika, uzrasta od 18 godina do 24, smatra da je stanarina veća. Ako pogledamo obrazovnu strukturu ispitanika, najviše je onih sa osnovnom školom koji smatraju da je stanarina poskupela, što je donekle i pretpostavljen odgovor, imajući u vidu da je ta kategorija ispitanika jedna od najranjivijih u društvu i ekonomski (finansijski) na marginama društva.

Među ponuđenim odgovorima kod ovog anketnog pitanja, jedan segment je ubedljivo najizraženiji, a to je povećanje cena hrane. Na ovaj odgovor i konstataciju odgovorala je većina svih ispitanika, pa tako 18% muškaraca, a takođe i žena, smatra da je hrana skuplja, a isti stav ima i po 16% ispitanika starosti od 18 do 24 godine, to jest od 46 do 60 godina.

Najosetljivija grupa su, svakako, starija lica (penzioneri), nezaposlena lica i lica sa osnovnom školom, koji ujedno imaju i najmanja ili nikakva primanja, pa je shodno situaciji, cena hrane njima najizraženija.

Da su cene telefonskih usluga poskupele, najviše zapažaju omladinci, odnosno najmlađi učesnici, od 18 do 24 godine, sa procentualnim udelom od 18%, kao i penzioneri, koji isto to smatraju sa 7%.

Kada je odeća u pitanju, najviše je bilo žena, kao i najmlađih ispitanika koji su rekli da je odeća poskupela, odnosno 20% žena i 25% omladinaca, što možemo povezati sa tim da je omladini vrlo bitan modni izgled, dok su, sa druge strane, dame te koje imaju veću sklonost ka kupovini u odnosu na ostale struktureu društvu.

**10. Nakon podmirivanja osnovnih životnih potreba, da li ste u proteklih godinu dana ostatak novca ulagali u adaptaciju doma ili kupovinu nameštaja (u zavisnosti od prihoda, obrazovanja, starosti, kategorije i pola ispitanika)?**

Imajući u vidu tešku finansijsku situaciju većine stanovnika Srbije, jako je malo onih kojima nešto pretekne za veće investicije, kao što su adaptacija stambenog prostora ili kupovina novog nameštaja. No, u ukupnoj strukturi ispitanika koji su učestvovali, 56% odgovora od strane muškaraca je bio da su vršili adaptaciju kuće, dok je to isto radilo 48% žena. Ispitanici koji su u radnom

odnosu više su ulagali u kupovinu nameštaja, nego penzioneri i nezaposleni, što je i očekivano, imajući u vidu njihov budžet.

Na osnovu rezultata, primećuje se da je sa većom stručnom spremom veće i ulaganja u kupovinu nameštaja, kao i adaptaciju kuće. Na primer, ispitanici sa osnovnom školom su svega 1% ulagali u adaptaciju kuće, dok sa druge strane ispitanici sa magistraturom su ulagali više od 19% svog dohotka.

Isto povećanje može se uočiti i kod povećanja prihoda domaćinstva. Sa povećanjem prihoda, povećava se i kupovna moć ispitanika, pa je tako 11% ispitanika sa odličnim primanjem ulagalo u adaptaciju kuće, dok su ispitanici sa nedovoljnim приходima bili zastupljeni u visini od 1%.

Kada pogledamo rezultate istraživanja, u odnosu na starosnu strukturu ispitanika, uočava se da su sve stariji ispitanici ujedno i najviše ulagali višak novca u svoje domove, što se povezuje sa činjenicom da je većina ispitanika starosti od 18 do 24 godine iz grupe studenata ili nezaposlenih, kao i najstarijih penzionera, pa je taj udeo ispitanika sa malim procentom ulaganja u svoje domove.

Sa druge strane, ispitanici starosti od 31 do 45 godina starosti su 91% svoje zarade ulagali u nameštaj za svoje domove, kao i 86% ispitanika starosti od 46 do 60 godina starosti, što je i najvećim delom generacija koja je u radnom odnosu, pa je samim tim finansijski sposobnija od ostalih u grupi ispitanika. Na osnovu ovoga zaključuje se da su najčešće ispitanici koji su u radnom odnosu, između 31 i 60 godina starosti, oba pola u najvećoj mogućnosti bili da izdvoje deo novca i ulože u svoje domove (adaptaciju, kupovinu novog nameštaja i slično), dok su ispitanici starosti do 24 godine, kao i preko 60 godina starosti u najmanjoj mogućnosti bili za bilo kakvo izdvajanje viška novca i ulaganje u svoje domove. Takođe, toj grupi ispitanika pripadaju i ispitanici sa osnovnom školom i nedovoljnim primanjima.

**11. Smatrate li se dužnim pomoći socijalno ugroženim u gradu (u zavisnosti od prihoda, obrazovanja, starosti, kategorije i pola ispitanika)?**

U teška ekonomska vremena u kakvim je naša zemlja, nekako se izgubila humanost u narodu. Kada svako ima svoje probleme koji ga svakodnevno tište, malo je onih koji uopšte razmišljaju kako je drugima. Većina ispitanika smatra da nije dužna da pomaže drugima. Kada je polna struktura u pitanju, 20% muških ispitanika smatra da nije dužna da pomaže socijalno ugroženima, dok 17% žena isto to misli. U starosnoj strukturi najviše je ispitanika starosti od 46 do 60 godina starosti koji smatraju da nisu dužni pomoći socijalno ugroženima, dok za njima slede ispitanici starosti od 25 do 30 godina, kao i ispitanici preko 60 godina starosti. U obrazovnoj strukturi 76% ispitanika koji imaju magistraturu i viši stepen obrazovanja smatra da nije dužno pomagati socijalno ugroženima, što je iznenađujuće, imajući u vidu da oni najviše i zarađuju. Sa druge strane, ispitanici sa osnovnom školom, takođe, smatraju da nisu dužni pomagati socijalno ugroženim grupama, njih 78%.

Ovakvi rezultati su pokazatelj da celokupno stanovništvo, a samim tim i ispitanici, jako teško žive i da nisu u mogućnosti ni sebi da pomognu, a kamoli drugima. Upravo prethodno navedeno potvrđuju sledeći pokazatelji. Naime, 64% muškaraca i 54% žena ne pomaže socijalno ugroženima, zato što nemaju ni za sebe. Isto to rekli su i ispitanici starosti od 18 do 24 godine starosti, njih 71%, dok isto to misle i ispitanici sa osnovnom školom, njih 20%. Socijalno ugroženima pomažu, ali retko to čine 23% ispitanih žena, dok su isto to odgovorili i muškarci (15%). Među starosnom strukturom možemo videti da retko pomažu najstariji ispitanici (1%), dok sa druge strane najmlađi najviše pomažu (9%).

Ispitanici sa odličnim prihodima (15%) su među ispitanicima koji retko pomažu socijalno ugroženima, dok je najmanje onih sa nedovoljnim prihodima (1%). U obrazovnoj strukturi situacija je donekle slična, pa su ispitanici sa osnovnom školom, koji ujedno i najmanje zarađuju, oni koji pomažu, ali retko socijalno ugroženima (1%), dok su oni koji najređe pomažu ispitanici sa magistraturom i više, što možemo povezati sa boljim ličnim primanjima od ostalih. Ugroženim socijalnim slučajevima pomažu upravo oni koji najbolje i zarađuju i čiji su prihodi najbolji, odnosno 10% ispitanika.

### **12. Kakvu budućnost predviđate razvoju društvenog, kulturnog i političkog života grada (u zavisnosti od prihoda, obrazovanja, starosti, kategorije i pola ispitanika)?**

U Srbiji je sve teže pronaći mladog čoveka koji bi mogao reći da je zadovoljan svojim životom. Svaki drugi građanin do 25 godina je nezaposlen, 70% mladih nikada nije prešlo granicu zemlje, a s druge strane, za 20 godina njih 300.000 je napustilo Srbiju. I dalje je visoka stopa nezaposlenosti mladih i činjenica je da su oni najranjivija grupa. Mladi sve više gube veru u državne institucije. Tačnije, svaki drugi student nema poverenja ni u jednu državnu ustanovu, svaki četvrti je ubeđen da se posao ovde može naći samo preko veze, što dovodi do toga da je svaki treći mladi čovek toliko obeshrabren da ima samo jedan cilj – da ode iz zemlje.

Uzimajući u vidu sve činjenice, budućnost u Srbiji i nije tako optimistična. 20% muškaraca smatra da će budućnost zemlje biti bez značajnijih promena. Isto to misli i 18% ženskih ispitanika. Negativne promene očekuje 29% muškaraca i 36% žena, dok pozitivne promene u daljem periodu očekuje 44% muškaraca i 32% žena.

U starosnoj strukturi ispitanika najviše je ispitanika starosti od 46 do 60 godina starosti koji smatraju da će u Srbiji biti bez značajnijih promena, nakon čega isto to misle najmlađi ispitanici od 18 do 24 godine starosti – 30%. Negativne promene u zemlji najviše očekuju najmlađi od 18 do 24 godine starosti – 39%, dok pozitivne promene, ali u daljem vremenskom periodu najviše očekuju ispitanici starosti od 31 do 45 godina starosti – 38%. Bez važnijih promena budućnost zemlje vidi 37% ispitanih magistara, kao i 37% ispitanika sa srednjom stručnom spremom. Negativne promene najviše očekuju ispitanici sa srednjom stručnom spremom, što je i očekivano, imajući u vidu najavljena smanjenja rad-

ne snage na nivou cele države, a zna se da su radnici sa srednjom stručnom spremom, kao i osnovnom stručnom spremom, najranjivija grupa. 46% ispitanika sa nedovoljno prihoda smatra da neće doći do značajnih promena, dok isto to misle ispitanici sa dovoljno prihoda – 35%. Negativne promene najviše očekuju ispitanici sa odličnim prihodima, a isto ti ispitanici očekuju i pozitivne promene u daljem periodu – 52%.

### **13. Kako procenjujete svoj životni standard u poređenju sa životnim standardom u Srbiji (u zavisnosti od prihoda, obrazovanja, starosti, kategorije i pola ispitanika)?**

Srpska ekonomija se oporavlja od recesije, ali su pred njom i dalje veliki izazovi, a sada je najvažnije da se smanji fiskalni deficit, što je „uslov svih uslova” za postepeni ekonomski oporavak. Sve dok država ne reši pomenuti goreći problem, stanje u privredi, ekonomiji biće sve teže, što se odmah odražava na životni standard stanovništva. Kada se pogledaju rezultati, može se zaključiti da najveći deo ispitanika nije zadovoljan svojim životnim standardom, u odnosu na životni standard u Srbiji.

30% muškaraca svoj standard ocenjuje kao nezadovoljavajući, odnosno 28% jedva zadovoljavajući. 26% žena svoj standard ocenjuje kao nezadovoljavajući, odnosno 32% jedva zadovoljavajući.

21% ispitanika starosti od 18 do 24 godine svoj standard ocenjuje kao nezadovoljavajući, odnosno 29% jedva zadovoljavajući. 24% ispitanika starosti od 25 do 30 godina svoj standard ocenjuje kao nezadovoljavajući, odnosno 31% jedva zadovoljavajući.

22% ispitanika starosti od 31 do 45 godina svoj standard ocenjuje kao nezadovoljavajući, odnosno 28% jedva zadovoljavajući. 63% ispitanika starosti preko 60 godina svoj standard ocenjuje kao nezadovoljavajući, odnosno 29% jedva zadovoljavajući.

10% ispitanika sa magistraturom svoj standard ocenjuje kao nezadovoljavajući, odnosno 11% jedva zadovoljavajući. 57% ispitanika sa osnovnom školom svoj standard ocenjuje kao nezadovoljavajući, odnosno 31% jedva zadovoljavajući.

53% ispitanika sa nedovoljno prihoda svoj standard ocenjuje kao nezadovoljavajući, odnosno 29% jedva zadovoljavajući. 66% ispitanika sa dovoljno prihoda svoj standard ocenjuje kao zadovoljavajući, odnosno 5% jedva zadovoljavajući.

35% muškaraca svoj standard ocenjuje kao zadovoljavajući, odnosno 4% vrlo dobar. 35% žena svoj standard ocenjuje kao zadovoljavajući, odnosno 7% vrlo dobar. 66% ispitanika magistara, kao i ispitanika sa dovoljnim prihodima, svoj standard ocenjuje kao zadovoljavajući, odnosno 13% vrlo dobar, to jest 5%. 65% ispitanika sa dobrim prihodima svoj standard ocenjuje kao zadovoljavajući, odnosno 6% ispitanika sa dobrim prihodima svoj standard ocenjuje kao vrlo dobar.

### **14. Približno koliko ušteđevine ima Vaše domaćinstvo (u zavisnosti od prihoda, obrazovanja, starosti, kategorije i pola ispitanika)?**

Da je društveni položaj ispitanika i finansijsko stanje vrlo loše, nije nimalo iznenađujuće, imajući u vidu težak

period tranzicije, kroz koji Srbija i dalje prolazi. Sve lošije i sumornije se najavljuje tako da će u narednom periodu rezultati možda biti još drastičniji i još više će oslikavati težak period u kome živimo. Inače, više od polovine građana Srbije i dalje ušteđevinu čuva „po slamaricama” pokazuje istraživanje koje je Agencija za tržišna istraživanja IMAS International uradila za austrijsku Erste grupu. Prema istraživanju IMAS internacionala, tek svaka sedma osoba u Srbiji zadovoljna je svojom finansijskom situacijom, a svaki drugi građanin zadužio bi se, ukoliko za to postoji dobar razlog ili mu trenutno manjka novca.

Jako je malo ispitanika koji imaju ušteđevinu da je veća od 500 EUR. Većina ispitanika ili nema ušteđevinu ili je većina sa ušteđevinom od 1 do 100 EUR. 59% muških ispitanika ima ušteđevinu od 1 do 100 EUR, dok isto toliku ušteđevinu imaju i ženski ispitanici (64%).

Kada je polna struktura u pitanju i udeo ušteđevine oba pola, najmanje ušteđevine imaju preko 200 EUR i u ukupnoj strukturi iznosi 1% udela za svaki pol ponaosob. Kada je ušteđevina u pitanju i godine ispitanika, od 1 do 100 EUR imaju ispitanici od 18. do 24. godine, dok ispitanici starosti između 31. i 60. godine života imaju ušteđevinu preko 500 EUR, po 1% za svaku strukturu. Najstariji ispitanici imaju i najmanje ušteđevine, pa tako ispitanici preko 60 godina starosti uopšte nemaju ušteđevinu (57%), dok 39% njih ima ušteđevinu od 1 do 100 EUR.

Nepisano pravilo važi da onaj koji ima najveći stepen obrazovanja, najviše i ima, pa tako i u ovom slučaju, gde 52% ispitanika sa magistarskim zvanjem ima ušteđevinu od 101 do 200 EUR. Ispitanici čija su primanja veća, ujedno su ispitanici koji imaju i veću ušteđevinu, pa tako 28% ispitanika sa odličnim prihodima ima ušteđevinu u visini od 101 do 200 EUR, 17% ušteđevinu od 201 do 500 EUR, 9% ušteđevinu preko 500 EUR. Sa druge strane pak, ispitanici sa nedovoljnim primanjima nemaju ušteđevinu u najvećem broju slučajeva (31%) ili pak imaju najmanju ušteđevinu koja se meri vrednošću od 1 do 100 EUR i takvih je 67% u ukupnoj strukturi tih ispitanika.

**15. U proteklih godinu dana, da li je Vaša ušteđevina porasla, ostala ista, ili se umanjila (u zavisnosti od prihoda, obrazovanja, starosti, kategorije i pola ispitanika)?**

Prema istraživanju, koje je za Erste banku uradila Agencija za tržišna istraživanja IMAS, građani u najvećem broju, njih oko 75%, štede za vanredne okolnosti i hitne slučajeve, zatim za neku određenu kupovinu 45%, a najmanje za veće nabavke i renoviranje stana, za šta se izjasnilo 38% ispitanika (19).

Pokazalo se da žene smatraju da je štednja važnija nego muškarci, jer brinu za sigurnost u budućnosti, ali su zato njihovi ulogi manji, što pokazuje da muškarci raspolažu većim sumama novca. Broj građana koji uopšte ne štede povećan je za 10% u odnosu na prošlogodišnji septembar. Tako 36% njih ne šteti jer nema sredstava, a u manjem broju su oni koji smatraju da nema potrebe (20).

Najviše šteti populacija od 29 do 40 godina, a štednja opada sa rastom godina starosti, tako da najmanje štede

oni iznad 65 godina. Broj građana koji uopšte ne štede povećan je za 10% u odnosu na prošlogodišnju 2013. godinu. Tako 36% njih ne šteti, jer nema sredstava, a u manjem broju su oni koji smatraju da nema potrebe (19, 20).

Istaknuto je da su ljudi generalno izrazili nezadovoljstvo što ne mogu da štede više, a uočeno je da štedni iznosi padaju u odnosu na prethodne godine. Ipak, broj pesimista koji smatraju da za pet godina neće moći da uštede ni ovoliko, koliko to čine sada, smanjen je za 10%, na 25% ispitanika (20).

Kada su u pitanju odgovori ispitanika koji su učestvovali u anketi, u najvećem broju slučajeva ispitanicima se ušteđevina umanjila ili ostala ista. 51% anketiranih muškaraca je izjavilo da im je ušteđevina ostala ista, dok je 46% muškaraca izjavilo da im je umanjena ušteđevina. Kada su žene u pitanju, njih 49% je reklo da je došlo do smanjenja ušteđevine. Ispitanicima sa osnovnom školom, kao i sa nedovoljnim prihodima ušteđevina se smanjila 60%, to jest 55%, dok je ispitanicima čiji su prihodi odlični (56%) ostala ušteđevina ista, a kod 6% ispitanika ušteđevina je porasla.

**16. Da li su realni troškovi Vašeg domaćinstva porasli, ostali isti, ili su bili niži u tekućoj 2017. godini u odnosu na 2016. godinu?**

Svi ispitanici su se složili/odgovorili da su se troškovi odeće, telefona, grejanja, stanarine i hrane uvećali u 2017. godini naspram prethodne 2016. godine, o čemu govore i dobijeni rezultati, gde su ispitanici za sve ponuđene opcije odgovorili sa više od 90% za svaku opciju sa odgovorom VIŠE cene.

**17. Nakon podmirivanja osnovnih životnih potreba da li ste u proteklih godinu dana ostatak novca ulagali u adaptaciju doma ili kupovinu nameštaja?**

U ukupnoj strukturi onih ispitanika koji su na postavljeno pitanje dali odgovor, 38% je izvodilo neke radove na adaptaciji kuće i to samo najpotrebnije i najneizbežnije, dok je 62% onih koji su dali odgovor reklo da su kupovali nameštaj i to samo najpotrebnije. Nijedan ispitanik nije gradio kuću, dok na osnovu dobijenih rezultata možemo zaključiti da je finansijsko stanje i društveni položaj ispitanika, a i generalno svih stanovnika Srbije sve lošiji.

**18. Kakvu budućnost predviđate razvoju društvenog, kulturnog i političkog života grada?**

Kada se uzmu u obzir sve činjenice i faktori u našoj zemlji u proteklih dvadeset i više godina, težak tranzicioni i privatizacioni period u kome se Srbija i dalje nalazi, najveći deo stanovnika ne očekuje značajnije promene, imajući u vidu težinu svakog predstojećeg dana sa kojim se suočava država, društvo, privreda, ekonomija itd. Uzimajući sve ove činjenice u obzir, malo je onoga za šta može prosečan građanin Srbije da se veže i u šta da se uzda, a da je pozitivan efekat za budući period.

Najveći broj ispitanika nije optimista, kada je u pitanju stanje u zemlji i sopstvena budućnost. Naime, 36% ispitanika misli da neće biti važnijih promena u zemlji, dok 24% smatra da će uslediti negativne promene po zemlju, a samim tim i po društvo, ekonomiju i privredu. 21%

ispitanika smatra da će doći do pozitivnih promena u daljem vremenskom periodu, dok 19% misli da će uslediti pozitivne promene vrlo brzo i u kraćem vremenskom intervalu do 5 godina.

### 19. Pripadnikom kojeg ekonomskog sloja smatrate sebe, odnosno svoju porodicu?

Najveći broj ispitanika sebe svrstava u srednje-donji sloj društva i to smatra 45% ispitanika, 27% ispitanika smatra da je donji sloj. 19% ispitanika sebe smatra srednjim slojem, dok 7% ispitanika smatra da je srednje-gornji sloj, dok svega 2% ispitanika smatra da je gornji sloj.

Na osnovu rezultata možemo zaključiti da je najveći broj ispitanika na donjoj granici egzistencijalnog položaja.

### 20. Kako procenjujete svoj životni standard u poređenju sa životnim standardom u Srbiji?

Srpska ekonomija se oporavlja od recesije, ali su pred njom i dalje veliki izazovi, a sada je najvažnije da se smanji fiskalni deficit, što je „uslov svih uslova” za postepeni ekonomski oporavak. Sve dok država ne reši pomenuti goreći problem, stanje u privredi, ekonomiji biće sve teže, što se odmah odražava na životni standard stanovništva. Na osnovu svega, zadnje pitanje na koje su ispitanici davali odgovor je procena ličnog standarda življenja u Srbiji u odnosu na celokupan standard u zemlji. 44% smatra da je jedva zadovoljavajući, dok 36% smatra da je nezadovoljavajući. 17% smatra da je zadovoljavajući, dok svega 3% vrlo dobar.

## Zaključak

Na osnovu prezentovanih podataka došli smo do sledećih zaključaka:

- Najveći broj ispitanika je odgovorio da su realni troškovi domaćinstva daleko veći u 2017. godini u odnosu na 2016. godinu, što je posledica loše finansijske situacije privrede i zemlje, što se samim tim odražava na kupovnu moć potrošača. Povećanjem cena pogođene su najranjivije grupe,

odnosno nezaposlena lica, lica sa nedovoljno prihoda, kao i ispitanici starosti preko 60 godina.

- Budžet potrošača je mali za veće investicije, poput adaptacije kuće, pa je najveći broj ispitanika najviše radio kupovinu nameštaja, dok za obimnije poslove u domaćinstvu nedostaju sredstva.
- Na osnovu ovoga možemo zaključiti da je najveći broj ispitanika sa nedovoljno prihoda.

U teška ekonomska vremena u kakvim je naša zemlja, izgubila se humanost u narodu. Kada svako ima svoje probleme koji ga svakodnevno tište, malo je onih koji uopšte razmišljaju kako je drugima. Većina ispitanika smatra da nije dužna da pomaže drugima, dok sa druge strane, ima i onih koji bi da pomognu, ali im nedostaju finansijska sredstva i za sebe same, pa u takvoj situaciji o drugima i ne pomišljaju. Mladi sve više gube veru u državne institucije. Tačnije, svaki drugi student nema poverenja ni u jednu državnu ustanovu, svaki četvrti je ubeđen da se posao ovde može naći samo preko veze, što dovodi do toga da je svaki treći mladi čovek toliko obeshrabren da ima samo jedan cilj – da ode iz zemlje. Srpska ekonomija se oporavlja od recesije, ali su pred njom i dalje veliki izazovi, a sada je najvažnije da se smanji fiskalni deficit, što je „uslov svih uslova” za postepeni ekonomski oporavak. Sve dok država ne reši pomenuti goreći problem, stanje u privredi, ekonomiji biće sve teže, što se odmah odražava na životni standard stanovništva. Kada se pogledaju rezultati, može se zaključiti da najveći deo ispitanika nije zadovoljan svojim životnim standardom, u odnosu na životni standard u Srbiji. Da su društveni položaj ispitanika, i finansijsko stanje vrlo loši, nije nimalo iznenađujuće, imajući u vidu težak period tranzicije, kroz koji Srbija i dalje prolazi. Sve lošije i sumornije se najavljuje, tako da će u narednom periodu rezultati možda biti još drastičniji i još više će oslikavati težak period u kome živimo. Opšti zaključak je da je moral na najnižim granama društvene lestvice. Oni čiji su generalno prihodi dobri, ponašaju se slobodnije u odnosu na one koji nemaju.

## Literatura

1. Babin B. Ponašanje potrošača. Beograd: Data status; 2012.
2. Filipović V, Kostić-Stanković M. Marketing menadžment. Beograd: Fakultet organizacionih nauka; 2007.
3. Gidens E. Sociologija. Beograd: Ekonomski fakultet; 2003.
4. Katančević S. Ponašanje potrošača. Beograd: Univerzitet Singidunum; 2005.
5. Kešetović Ž. Sociologija društva. Beograd: Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo; 2007.
6. Košarac B. Društveni položaj stanovništva. Sarajevo: Filozofski fakultet; 2009.
7. Maričić B. Ponašanje potrošača. Beograd: Ekonomski fakultet; 2011.
8. Milisavljević M. Marketing. Beograd: Savremena administracija; 2003.
9. Milanović-Golubović V. Međunarodni marketing i globalni biznis. Beograd: Megatrend univerzitet; 2003.
10. Milanović V. Upravljanje marketingom. Beograd: Megatrend univerzitet; 2010.
11. Mitrović Lj. Savremeno društvo: strategije razvoja i akteri. Beograd: Institut za političke studije; 1996.
12. Nikolić R. Marketing. Beograd: Ekonomski fakultet; 2007.
13. Nešković S. Sociologija. Beograd: Visoka tehnička škola strukovnih studija; 2010.
14. Rakić B, Rakić M. Ponašanje potrošača. Beograd: Megatrend univerzitet; 2007.
15. Rakić, B. Ponašanje potrošača. Beograd: Megatrend univerzitet; 2009.
16. Rakas, S. Sociologija. Beograd: Megatrend univerzitet; 2009.
17. Vasiljev S, Cvetković Lj, Kancir R, Pantelić D. Marketing menadžment. Subotica: Ekonomski fakultet; 2007.
18. Živković R. Ponašanje potrošača. Beograd: Univerzitet Singidunum; 2011.
19. <https://www.b92.net/biz/vesti/srbija/ustedevina-gradana-srbije-manja-765779>
20. <https://www.b92.net/biz/vesti/srbija.php?yyyy=2013&>