

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO
SOCIALNI KAPITAL KOT DEJAVNIK RAZVOJNE
USPEŠNOSTI

Ljubljana, april 2004

JANEZ ČERNI

IZJAVA

Študent **Janez Černi** izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom mag. Aleksandra Kešeljevića, in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne: 6. 4. 2004.

Podpis:

KAZALO

1	UVOD	1
2	SOCIOLOŠKO KULTURNI DEJAVNIKI RAZVOJNE USPEŠNOSTI	2
2.1	CIVILIZACIJSKA KOMPETENCA.....	2
2.2	KOGNITIVNA MOBILIZACIJA.....	4
2.3	KVALITETA POLITIKE	5
2.4	PODJETNIŠKI DUH	6
2.5	DRUŽBENA KOHEZIVNOST	8
2.6	ODPRTOST DRUŽBE V MEDNARODNI PROSTOR	9
2.7	SOCIALNI KAPITAL.....	11
3	SOCIALNI KAPITAL	14
3.1	OPREDELITVE SOCIALNEGA KAPITALA	14
3.2	VIRI SOCIALNEGA KAPITALA	16
3.3	POZITIVNI IN NEGATIVNI UČINKI SOCIALNEGA KAPITALA.....	18
3.4	PRIMERJAVA SOCIALNEGA KAPITALA Z OSTALIMI OBLIKAMI KAPITALA	20
3.5	MERJENJE SOCIALNEGA KAPITALA	22
3.6	OPREDELITEV SOCIALNEGA KAPITALA NA PODJETNIŠKI RAVNI.....	24
4	SOCIALNI KAPITAL KOT DEJAVNIK RAZVOJNE USPEŠNOSTI	25
4.1	SOCIALNI KAPITAL NA ORGANIZACIJSKI RAVNI KOT MANAGERJEVA KONKURENČNA PREDNOST.....	25
4.2	SOCIALNI KAPITAL NA MEDORGANIZACIJSKI RAVNI KOT DEJAVNIK SODELOVANJA MED POSLOVNIMI PARTNERJI.....	28
4.3	SOCIALNI KAPITAL NA INSTITUCIONALNI RAVNI KOT DEJAVNIK POSLOVNEGA USPEHA	32
5	SKLEP.....	38
6	LITERATURA	40
7	VIRI	42

1 UVOD

V ekonomski literaturi lahko opazimo, da prevladujejo analize vpliva ekonomskih dejavnikov na razvojno uspešnost države. Strokovnjaki s področja ekonomske znanosti so osredotočeni predvsem na ekonomske dejavnike razvojne uspešnosti. V redkih primerih svoje analize razvojne uspešnosti omenjajo tudi neekonomske razvojne dejavnike. Neekonomski dejavniki razvojne uspešnosti so sicer odvisni od sociološko kulturnih značilnosti države, a kljub temu bi jih bilo potrebno natančneje preučevati v ekonomski znanosti, saj po mojem prepričanju v veliki meri vplivajo na razvojno uspešnost posamezne države. Poleg vpliva ekonomskih dejavnikov je torej potrebno poznati tudi vpliv sociološko-kulturnih dejavnikov, kar je osnova za oblikovanje natančnih in učinkovitih analiz vpliva na razvojno uspešnost posamezne države.

Socialni kapital je eden izmed sedmih sociološko-kulturnih dejavnikov razvojne uspešnosti. Pojem socialni kapital redko zaide v obsežne diskusije in modrovanja o razvojni uspešnosti posamezne države. Vzrok temu je njegova neoprijemljivost, ki otežuje njegovo opredelitev in merjenje. Veliko število različnih opredelitev dokazuje, da lahko socialni kapital predstavlja izredno širok pojem. V zadnjem času sicer zasledimo razprave o socialnem kapitalu in glede na relativno obsežno literaturo imamo občutek, da se vsi zavedajo njegovega pomena za razvojno uspešnost posamezne države. Redko kdo pa razmišlja o tem, kako bi izboljšal in zagotovil večjo raven socialnega kapitala v družbi ter s tem omogočil hitrejši in trajnejši gospodarski napredek.

Namen diplomskega dela je prikazati socialni kapital kot pomemben dejavnik razvojne uspešnosti posamezne države, kar predstavlja tudi temeljno hipotezo diplomskega dela. V prvem delu diplomskega dela opredelim civilizacijsko kompetenco, kognitivno mobilizacijo, kvaliteto politike, podjetniški duh, družbeno kohezivnost, odprtost družbe v mednarodni prostor in socialni kapital kot posamezne sociološko-kulturne dejavnike razvojne uspešnosti posamezne države. Izmed njih izberem socialni kapital in v nadaljevanju natančneje analiziram njegov teoretično-konceptualni okvir. Pri tem izpostavim različne opredelitve socialnega kapitala, se osredotočim na njegove vire in zunanje učinke, ga primerjam z ostalimi oblikami kapitala in preučujem njegovo merjenje. Ob koncu tretjega dela diplomskega dela vsebinsko opredelim socialni kapital na podjetniški ravni. V naslednjem koraku preučujem vpliv socialnega kapitala na razvojno uspešnost posamezne države, s pomočjo njegovega vpliva na poslovno uspešnost podjetij, pri čemer se osredotočim na relacije znotraj podjetja, med podjetji in med podjetjem ter državo. Socialni kapital na podjetniški ravni prikažem kot dejavnik, od katerega je odvisna poslovna uspešnost podjetij ter s tem razvojna uspešnost celotne države. V sklepu na kratko povzamem vsebino diplomskega dela, pri čemer poudarim njegove temeljne ugotovitve.

2 SOCIOLOŠKO-KULTURNI DEJAVNIKI RAZVOJNE USPEŠNOSTI

Večina razvitejših držav dosega dokaj visoke stopnje izobraženosti prebivalstva in tehnološkega razvoja. Ekonomski procesi so čedalje bolj kompleksni, kar onemogoča zadovoljivo razlago v okviru mehanizmov, s katerimi razpolaga ekonomska veda. Razlike v razvitosti se le v okviru tradicionalnih kazalcev ekonomske znanosti in samo skozi opazovanje in analiziranje aktivnosti tržnih subjektov ne da več dovolj dobro pojasniti (Adam et al., 2001, str. 13).

Zaradi mednarodne trgovine, globalizacije, povečanega pretoka kapitala in tujih direktnih investicij, postaja odvisnost med državami v svetu vedno večja. Vse to zmanjšuje institucionalno raznolikost med državami, kar pomeni, da vzrok za razlike v gospodarski razvitosti med državami leži nekje drugje. Uspešnost je vse bolj odvisna od socialnih in kulturnih dejavnikov. Razvojne dejavnike, ki so do določene mere odvisni od sociološko-kulturnih značilnosti države, imenujemo sociološko-kulturni dejavniki (Adam et al., 2001, str. 17). V ekonomski teoriji namesto sociološko-kulturnih razvojnih dejavnikov omenjamo predvsem ekonomske razvojne dejavnike, kot so: obseg in učinkovitost investicij, rast prebivalstva, kakovost delovne sile in motivacija za uspeh, velikost trga, tehnološki napredek, strukturne spremembe in družbeno-ekonomske razmere (Senjur, 1995, str. 199).

Sociološko-kulturni razvojni dejavniki so vedno bolj pomembni za razvojno uspešnost gospodarstva in predstavljajo glavne dejavnike razvoja, a kljub temu smo jih do sedaj premalo upoštevali. Najbolj pogosto omenjani sociološko-kulturni dejavniki razvojne uspešnosti so: civilizacijska kompetenca, kognitivna mobilizacija, kvaliteta politike, podjetniški duh, družbena kohezivnost, odprtost družbe v mednarodni prostor in socialni kapital. V nadaljevanju natančneje prikažem vsakega od njih.

2.1 CIVILIZACIJSKA KOMPETENCA

Civilizacijska kompetenca predstavlja skupek navad, vrednot, načinov vedenja in čustvovanja ter neformalnih pravil, ki so zajeta v kulturni tradiciji naroda. Prepletena in zakoreninjena je v vseh segmentih družbe (Adam et al., 2001, str. 23-26). Francis Fukuyama pojmuje civilizacijsko kompetenco kot sklop civilne družbe ter družbenih in moralnih navad, ki se nahajajo v ozadju institucij (Senjur, 2001, str. 28).

Civilizacijsko kompetenco lahko pojmujeemo tudi pod izrazom kulturni zemljevid. V primeru večje civilizacijske kompetence imamo bolj izdelan kulturni zemljevid, zato se ljudje lažje znajdejo v labirintu novih zahtev in družbenih sprememb, saj se poveča njihova prilagodljivost. To predstavlja dobro osnovo za vsako novo generacijo ter za vsak nov cikel tehnološkega in družbenega razvoja. V primeru šibke civilizacijske kompetence traja prilagoditev dalj časa in povzroča stroške ter slabo izkoriščenost virov. Civilizacijska kompetenca oblikuje fleksibilni repertoar vedenjskih zmožnosti in motivacijske strukture, kar

pogojuje pripravljenost posameznika za participacijo v moderni družbi. Civilizacijska kompetenca zajema štiri osnovne sestavine:

a) *Delovno in poklicno etiko.* Ta se kaže v visokem vrednotenju dela, odgovornosti, v spoštovanju dogovorov in rokov ter v delovni disciplini. V sedanjem času dajemo vse več poudarka inovativnosti, fleksibilnosti, poklicni profesionalnosti in podjetniškemu duhu, do česar pa ni mogoče brez osnovne delovne in poklicne etike.

b) *Sposobnost in motivacija za organiziranje.* Gre za posedovanje organizacijskega znanja na področju civilne družbe ter na poslovnem in političnem področju. Zajema organiziranje različnih združenj, ustanavljanje podjetij in političnih strank.

c) *Občutek za razlikovanje med neformalnim in formalnim, zasebnim in javnim ter podrejanje institucionalnim pravilom.* Iz teh elementov se lahko oblikuje pravna kultura, ki bo delovala proti pojavljanju korupcije. Avtorji komponento imenujejo tudi internalizacija formalno-pravne in birokratske discipline.

d) *Bazično funkcionalno znanje.* To znanje posameznikom in skupinam omogoča razumevanje družbenih sprememb in olajšuje prilagoditev nanje. Dejansko gre za sklop informiranosti, vednosti, sposobnosti dojemanja osnovnih tehničnih in družbenih procesov, ki se oblikujejo skozi procese izobraževanja, vpliv medijev in neformalnega učenja, odvisen pa je tudi od motivacije v širšem socialnem in družinskem okolju. Ta komponenta zgodovinsko sovпада z vključitvijo prebivalstva v različne izobraževalne aktivnosti in z razvojem šolstva.

Potrebno je poudariti, da se nove dimenzije civilizacijske kompetence oblikujejo s kombinacijo in povezovanjem omenjenih sestavin. Kombinacija sposobnosti za organiziranje ter za poklicno in delovno etiko, se odraža v podjetništvu in v sposobnosti za vodenje in upravljanje.

Civilizacijsko kompetenco lahko uporabimo pri pojasnjevanju razvojnih razlik med razvitimi zahodnoevropskimi in tranzicijskimi državami. Komunističnodiktatorski sistem državne ureditve je povzročil pomanjkanje sposobnosti in motivacije za organiziranje in manj izrazito delovno ter poklicno etiko, predvsem na področju inovativnosti, fleksibilnosti in poklicne profesionalnosti. Diktatura je več desetletij uničevala kakršno koli nenadzorovano sodelovanje, organiziranje in zaupanje med ljudmi (Adam et al., 2001, str. 27-30). Če se pomaknemo dlje v preteklost, najdemo primer bizantizma – zvitega, zarotniškega in goljufivega načina delovanja, ki ustvari klimo nezaupanja med posamezniki in nezaupanja v državne institucije (Juričan, 2003). Posledice so podobne kot v primeru komunističnega sistema državne ureditve, saj gre za ostanek kulturno-zgodovinske dediščine, ki ostane pogosto zakoreninjena med ljudmi in narekuje nizko raven civilizacijske kompetence. Razvite zahodnoevropske države niso bile nikoli podvržene omenjenima načinoma državne ureditve,

zato imajo večjo raven civilizacijske kompetence. Rezultat tega je njihova večja gospodarska razvitost v primerjavi s tranzicijskimi državami.

Civilizacijska kompetenca je torej vir, ki vpliva na bodočo in trenutno razvojno dinamiko. Vsaka družba začenja z neko štartno osnovo, ki je lahko bolj ali manj ugodna. Nizka raven civilizacijske kompetence negativno vpliva na razvojno uspešnost in je vzrok za gospodarsko nerazvitost. Civilizacijska kompetenca je torej pomemben socio-kulturni dejavnik razvojne uspešnosti posamezne države.

2.2 KOGNITIVNA MOBILIZACIJA

Na temelju tega procesa se oblikuje družba znanja, katere razvojna uspešnost je v prvi vrsti odvisna od inovacij in človeškega kapitala. Danes opazamo, da leži glavna ločnica med razvitostjo in nerazvitostjo v sposobnosti vključitve in aktiviranja inovacijskih potencialov pri usmerjanju družbenega razvoja. Raziskava o razvoju podjetništva in globalne konkurenčnosti opozarja, da je lahko področje slabega prenosa tehnologije in znanja ena največjih ovir za učinkovito delovanje podjetniškega sektorja in narodnega gospodarstva nasploh (Podim 24, 2003). Kognitivna mobilizacija je eden najpomembnejših razvojnih dejavnikov, ki se lahko odvija z različno intenzivnostjo, pri čemer se vsaka družba srečuje s problemom njegovega pospeševanja. V razvojnih strategijah modernih družb se kognitivni mobilizaciji daje izredno velik poudarek. Pri natančnejši opredelitvi pojma izhajamo iz njegovih štirih osnovnih elementov:

a) Upravljanje s produkcijo in aplikacijo znanja. Gre za oblikovanje tehnoloških, znanstvenih in izobraževalnih politik, ki morajo biti v skladu z globalnimi strateško-razvojnimi potrebami. Cilj tega elementa kognitivne mobilizacije je pospešiti in povečati pretok znanja ter informacij z namenom doseganja razpoložljivosti znanja za različne uporabnike. Za ta namen obstaja omrežje različnih organizacijskih oblik, in sicer: tehnološki parki, inovacijski inkubatorji, uradi za prenos tehnologije itd.

b) Organizacija izobraževanja in učenja. Kognitivna mobilizacija predpostavlja družbo permanentnega izobraževanja. Pri tem so pomembne tako formalne kot neformalne oblike učenja. V sferi produkcije znanja se rojeva vse več generatorjev znanja, tako da formalne institucije niso več edini vir pridobivanja informacij in novega znanja. Pojavljajo se različne oblike študija na daljavo prek interneta in drugih medijev.

c) Spodbujanje ter implementacija tehnoloških in socialnih inovacij. Prisotna morata biti interes in potreba po prenovi tehnologije ter inovativno-strateškem menedžmentu. Pojavlja se problem koordinacije med tistimi, ki problem opazijo in definirajo, ter tistimi, ki ga lahko rešijo. Na tem področju je zato odločilen sinergetični pristop.

d) *Oblikovanje telekomunikacijske in informacijske infrastrukture.* Pri tem je poudarek predvsem na spodbujanju informatizacije proizvodnih procesov, povečevanju računalniške opremljenosti, razvoju mobilnih telekomunikacij itd. To pripomore k hitrejšemu pretoku informacij in večji fleksibilnosti (Adam et al., 2001, str. 54-56).

Danes pogosto zasledimo razprave o konceptu učeče se družbe, kar dejansko predstavlja proces kognitivne mobilizacije. Veliko tujih uspešnih podjetij uporablja koncept »učečega se podjetja«, ki temelji na znanju, inovativnosti in stalnem spreminjanju podjetja. Koncept se prične uvajati na strateški ravni in ima posledični vpliv na spremembo podjetniških procesov, organizacijskih struktur in podjetniške kulture (USP, 2003). V družbi je potrebno pospešiti proces kognitivne mobilizacije, predvsem na področju prenosa znanja in inovacij v gospodarsko okolje. Brez inovacijske dejavnosti, ki temelji na družbi znanja in vključevanju inovacij v gospodarsko okolje, ni mogoče oblikovati uspešnega in perspektivnega gospodarstva. Kognitivna mobilizacija je zato pomemben socio-kulturni dejavnik razvojne uspešnosti države.

2.3 KVALITETA POLITIKE

V primeru ko obravnavamo politiko z vidika njene kvalitete in še zlasti ko želimo meriti in primerjati kvaliteto politike med državami, se srečamo z enim najbolj kompleksnih in mnogoplastnih družbenih področij. V našem primeru opredelitev kvalitete politike zajema politiko tako v smislu usklajevanja in izražanja različnih interesov, odnosov med političnimi akterji kot tudi v smislu politične tekmovalnosti in oblikovanja politik na različnih družbenih področjih. Kvaliteto politike je mogoče opredeliti skozi štiri komponente:

a) *Demokratičnost.* Razvoj demokracije ni možen brez določene stopnje svobode in zaščite človekovih pravic. Kvaliteta politike je odvisna od demokratičnosti političnih procesov, odgovornosti nosilcev političnih funkcij, participacije državljanov in njihove vključenosti v politiko prek različnih skupin. Na demokratičnost politike ključno vpliva tudi medijski prostor. Obstoj demokracije in možnosti njenega razvoja temelji na razvitosti demokratične politične kulture oziroma na prisotnosti demokratičnih vrednot med posamezniki (Adam et al., 2001, str. 90-94).

b) *Politična stabilnost.* V našem primeru jo pojmuje v ožjem smislu, in sicer gre za trdnost demokratičnih principov izvajanja oblasti. Nanaša se na obstojnost sistema in vztrajnost demokratičnih principov. Označuje odsotnost nevarnosti politične destabilizacije ali političnega nasilja in je povezana z dinamiko menjav oblasti. Ko za indikator politične stabilnosti uporabljamo pogostost menjavanja vlade, je potrebno omeniti, da sta obe njegovi ekstremni vrednosti neučinkoviti. Nedvomno drži, da visoka pogostost menjavanja vlade oziroma nizka politična stabilnost negativno vpliva na splošni družbeni razvoj. Nemenjavanje oblasti oziroma visoka politična stabilnost pa prav tako ni učinkovita. Potrebno je torej iskati ravnotežje.

c) *Učinkovitost*. Nanaša se na sposobnost države za doseganje splošno sprejetih družbenih ciljev. Sem spada kvaliteta delovanja državnih oziroma političnih institucij, in sicer njihova sposobnost oblikovanja in izvajanja politik, način kadrovanja na položaje v državnih institucijah ter avtonomija in kompetentnost državne uprave. Poleg tega štejemo sem tudi sposobnost države, da zagotovi učinkovito funkcioniranje različnih družbenih področij, predvsem gospodarskega, kar pomeni odsotnost različnih diskriminatornih ukrepov.

d) *Transparentnost*. Pomeni razvidnost razmerij med različnimi institucionalnimi akterji, zagotavljanje vedenja v skladu s konsenzualno sprejetimi družbenimi normami pravičnosti na različnih sistemskih področjih in sankcioniranje kršitev teh norm. S transparentnostjo je tako povezan obstoj primerne pravnega okvira ter učinkovitost institucij pravne države. Drugi pomemben vidik transparentnosti je razvidnost obsega različnih oblik korupcije in sposobnost njenega nadziranja. Tretje področje transparentnosti pa je sposobnost države za izpolnjevanje javno sprejetih obveznosti in pravil, iz česar izhaja tudi njena kredibilnost (Adam et al., 2001, str. 95-97).

Kvaliteta politike vpliva na stopnjo zaupanja v politične institucije ter stopnjo splošnega zaupanja. Velja tudi obratno, kajti od zaupanja ljudi v institucije je v veliki meri odvisno tudi njihovo delovanje. V tem smislu gre lahko razvoj v smeri pozitivne spirale, kjer kvalitetno in učinkovito delovanje državnih institucij krepi zaupanje ljudi vanje, kar posledično omogoča njihovo kvalitetno delovanje. Razvoj se lahko obrne tudi v negativni smeri, in sicer neučinkovito ter nekorektno delovanje državnih institucij vodi v nezaupanje ljudi vanje, kar pa predstavlja resno oviro za izboljšanje delovanja teh institucij. Kvaliteta politike lahko krepi raven zaupanja prek svojega razvojnega delovanja, kjer država skupaj z relevantnimi organizacijami in skupinami z različnih področij na partnerski način sodeluje pri udeležanju in načrtovanju razvojnih politik. Pripomore lahko k ustvarjanju podjetništva prijaznega okolja in zmanjševanju administrativnih ovir, kar vpliva na krepitev podjetništva (Adam et al., 2001, str. 119-121). Kvaliteta politike ima tako močan razvojni vpliv še zlasti na učinkovitost institucij in transparentnost, zato je pomemben socio-kulturni dejavnik razvojne uspešnosti države.

2.4 PODJETNIŠKI DUH

Potrebno je ločevati med pojmom podjetništvo in podjetniški duh. Podjetništvo je ožji pojem in je lažje določljiv. Sociološko-kulturni pristop k opredelitvi podjetništva opredeljuje tega kot rezultat prepletanja kulturnih, socialnih, ideoloških, religijskih in družbenih odnosov (Žnidaršič, 2003, str. 6). V literaturi se sicer pogosteje omenjata sledeča dva načina opredelitve podjetništva:

a) *Prvi način opredelitve*. Podjetništvo označi kot dejavnost v okviru majhnih in srednje velikih podjetij. Opredelitev je enostavnejša in ne vključuje dejavnosti, ki potekajo v okviru večjih organizacij.

b) *Drugi način opredelitve.* Podjetništvo označi kot proces kreiranja novih ali izboljševanja obstoječih aktivnosti v okviru organizacij ekonomske sfere. Opredelitev je širša in vključuje poskus inovacije subjekta v ekonomski sferi oziroma poskus izrabe poslovne priložnosti, ki vsebuje določeno tveganje (Adam et al., 2001, str. 122).

Pojem podjetniški duh predstavlja precej širši koncept kot podjetništvo. Zajema podjetniško aktivnost kot celoto, kjer podjetniški proces vključuje še vse ostale elemente socialnega in kulturnega okolja, ki nanj vplivajo in ga s tem oblikujejo. S tem pokriva raznovrstne oblike delovanja v ekonomski sferi. »Duh podjetništva je tisto, kar preseže materialno omejenost človeka, zato je ena od ključnih nalog za pospeševanje gospodarskega razvoja, spodbujanje samega podjetniškega duha« (Žnidaršič, 2003, str. 12). Podjetniški duh je bolj ali manj prisoten v vsaki družbi, tako v modernih družbah, kot v propadlih in še vedno obstoječih komunističnih sistemih, ki ne omogočajo nikakršne ekonomske svobode. Temeljne komponente podjetniškega duha so:

a) *Kreiranje novih podjetij.* V razvojno najuspešnejših družbah ob konstantnem ustanavljanju novih podjetij prihaja tudi do propadanja manj uspešnih podjetij. V primeru, ko visoke številke o propadlih podjetjih zamenjujejo podatki o velikem številu na novo ustvarjenih podjetij, takrat je v tem okolju podjetniški duh na visoki stopnji. Visoke stopnje propadanja podjetij so indikator turbulentnega in produktivnega okolja, kjer se odvija večni boj s ciljem doseči večjo uspešnost v ekonomski sferi.

b) *Konkurenčne prednosti in mobilizacija resursov.* Če želimo slediti razvoju je v podjetniški dejavnosti nujno neprestano uvažanje sprememb. Zadovoljstvo z doseženo stopnjo razvoja ohromi razvoj konkurenčnih prednosti in celoten kasnejši razvoj. To je dober indikator odsotnosti podjetniškega duha, kot pomembnega razvojnega dejavnika družbe. Razvoj konkurenčnih prednosti in mobilizacija resursov lahko poteka na različne načine. Lep primer je povezovanje med podjetji in tvorba podjetniških grozdov, kjer je pomemben razvoj, prenos in uporaba inovacijskih idej.

c) *Kvalitetno podjetniško okolje.* V kvalitetnem podjetniškem okolju država zagotavlja osnovne pogoje stabilnosti in predvidljivosti. Pomembna je obstojnost in učinkovitost institucij za financiranje ekonomske dejavnosti, učinkovitost ekonomske politike in kakovost pravnega okvira, ki podpira visoko stopnjo konkurence in varovanje lastninskih pravic. Zelo pomembna je tudi transparentnost sodnih in političnih institucij, ki imajo neposreden vpliv na podjetništvo (Adam et al., 2001, str. 124-128).

Statistične analize so potrdile pozitivne korelacijske koeficiente med stopnjo podjetniške aktivnosti in rastjo BDP. V današnjem času je teza o močni povezanosti med razvitostjo podjetništva in gospodarskim razvojem sprejeta povsod po svetu. Ta ne poudarja več le razvoja majhnih in srednje velikih podjetij, temveč razvoj podjetništva v njegovem najširšem

pomenu ali drugače rečeno razvoj podjetniškega duha (Žnidaršič, 2003, str. 11-12). Če je cilj posamezne države dohiteti razvitejša gospodarstva, mora ta oblikovati podjetništvo, ki bo dinamično, inovacijsko naravnano ter prilagodljivo različnim družbenim in ekonomskim spremembam, kar pa je mogoče le v primeru visoke ravni podjetniškega duha. Pokazali smo torej, da je podjetniški duh pomemben socio-kulturni dejavnik, saj ima močan vpliv na razvojno uspešnost države.

2.5 DRUŽBENA KOHEZIVNOST

Kohezivnost predstavlja notranjo privlačnost in povezanost pripadnikov neke družbene skupine ali globalne družbe (Leksikon, 1987, str. 448). Družbeno kohezivnost opredelimo kot stanje za katerega je značilna odsotnost prevelikih socialnih razlik in izključenosti, ter prisotnost mehanizmov solidarnosti in povezanosti na ravni neprofitno volunteerskega sektorja. Značilna je prisotnost navidezne skupnosti z močno identiteto, ki ni kulturno zaprta, temveč je sposobna dialoga z drugimi identitetami v družbi.

Kohezivna družba je tista družba, ki skrbi za enakost oz. pravičnost v smislu zagotavljanja podobnih štartnih možnosti. Državljanji imajo občutek pripadnosti in identitete, obstaja pa tudi možnost njihovega splošnega konsenza. Tiste družbe, ki so preveč raznolike po socialni, etnični, kulturni in politični plati, proizvajajo lahko pogosto veliko neproduktivnih konfliktov, kar ohromi učinkovito delovanje posameznikov in institucij ter negativno vpliva na njihov razvoj. Potrebno je omeniti, da ima na razvoj družbe negativen vpliv tudi prevelika enakost in navidezna brezkonfliktnost, kateri izniči individualno pobudo in tekmovalnost, kakor tudi prevelika neenakost in konfliktnost. Cilj modernih družb je torej vzpostaviti dovolj kompleksen oz. učinkovit okvir, ki bo omogočal uravnoteženje sodelovanja in tekmovalnosti (Adam et al., 2001, str. 155-156). Strategija gospodarskega razvoja, naj bi zato smiselno povezala vsebine vseh državnih programskih ter strateških aktov na podlagi temeljnih vrednot, ciljev in pogojev, med katerimi je še posebej izpostavljena družbena kohezivnost. Raven družbene kohezivnosti je odvisna od štirih dejavnikov:

a) Učinkovitost socialne države v preprečevanju socialne izključenosti. Pri tem dejavniku se osredotočimo na problematiko družbene (ne)enakosti, merjeno s stopnjo revščine in na javno mnenje o socialnih razlikah ter stopnji razslojevanja. Večja družbena enakost ter manjše socialne razlike krepijo medsebojno sodelovanje in zaupanje, kar določa višjo stopnjo družbene kohezivnosti.

b) Razvitost civilne družbe. Civilna družba omogoča udejstvovanje v nevladnih organizacijah in večjo solidarnost. Razvitost določimo s podatki o številu nevladnih organizacij in deležu aktivne populacije v teh civilno družbenih aktivnostih. Večja kot je razvitost civilne družbe, višjo imamo raven medsebojnega sodelovanja in zaupanja ter s tem tudi višjo raven družbene kohezivnosti.

c) *Povezanost z nacionalnokulturnim sistemom.* Povezanost daje občutek pripadnosti in identitete ter omogoča bazičen konsenz, ki je povezan z obstojem politične skupnosti in državljanstvom. Povezanost z nacionalno-kulturnim sistemom določimo na osnovi javnega mnenja. Bazično soglasje je težko merljivo in je rezultat povezanosti nacionalno-kulturnega sistema, z ostalima dvema že omenjenima dejavnikoma kohezivnosti. Občutek pripadnosti krepi medsebojno sodelovanje in zaupanje med ljudmi. Večja kot je povezanost z nacionalno-kulturnim sistemom, višja je raven kohezivnosti v družbi.

d) *Družbene anomalije.* Anomalije določamo na osnovi podatkov o deležu različnih oblik kriminalitete, korupcije, števila zapornikov, samomorov, itd. Odsotnost družbenih anomalij krepi sodelovanje in zaupanje med ljudmi ter s tem pozitivno vpliva na raven družbene kohezivnosti. Manjša kot je prisotnost družbenih anomalij, večja je raven družbene kohezivnosti (Adam et al., 2001, str. 156-157).

V državi, kjer se pojavlja izrazita dohodkovna neenakost in je pogosto prisotno nasilje ter pomanjkanje, vključno z visoko stopnjo kriminalitete in korupcije, so ljudje nezaupljivi do drugih in imajo odpor do druženja, saj je njihova glavna skrb preživetje. V takšnem primeru je težko doseči bazično soglasje, bodisi oblikovati razvito civilno družbo. Omenjene razmere vplivajo tudi na samo razvojno uspešnost države, saj družbena neenakost, nerazvitost civilne družbe, pomanjkanje občutka pripadnosti ter visoka stopnja družbenih anomalij, praviloma negativno vplivajo na razvojno uspešnost gospodarstva. To pomeni, da je družbena kohezivnost pomemben socio-kulturni dejavnik razvojne uspešnosti posamezne države.

2.6 ODPRTOST DRUŽBE V MEDNARODNI PROSTOR

Nobena družba ni popolnoma neodvisna od drugih. Zaradi različnih geografskih položajev, znanja, značilnosti populacije in zgodovine imajo družbe različne konkurenčne prednosti. Tam kjer gospodarstvo nima konkurenčnih prednosti mu odprtost v mednarodni prostor omogoča pridobitev virov po nižjih stroških, kot če bi le-te v gospodarstvu proizvajali samostojno. Osnovni pogoj, da lahko gospodarstvo poseže po koristih mednarodne menjave je odprtost družbe v mednarodni prostor. Pretirana zaprtost družbe organizirane na podlagi nacionalne države pomeni odrekanje ali prevzemanje večjih stroškov za pridobivanje nekaterih virov. Posledice so stagnacija, nazadovanje in nezmožnost dolgoročne konkurenčnosti. Skrajna odprtost družbe pa tudi ni primerna saj pomeni, da ta ne selektivno sprejme vso kompleksnost okolja, s čimer se lahko porušijo meje nacionalnega sistema. Razvojna uspešnost zahteva vzdrževanje ravnotežja med obema skrajnostma (Adam et al., 2001, str. 178).

Odprtost družbe poleg prednosti, ki jih prinaša mednarodna menjava povečuje tudi vlaganje v znanost, izobraževanje, univerzo ter mednarodni pretok znanja, saj je družba prisiljena krepiti konkurenčno sposobnost domačega prebivalstva (Zupančič, 2003). Znanstvenoraziskovalno, študijsko in umetniško delo temelji na domačih tradicijah, dosedanjih dosežkih ter ob

sodelovanju z mednarodnim prostorom in primerjanju z njim. Delovanje visokošolskih zavodov naj bi zagotavljalo mednarodno odprtost na vseh študijskih, znanstveno raziskovalnih, strokovnih in umetniških področjih. Družbe si izmenjujejo različne vire, ki jih lahko delimo na ekonomske, socialne, politične in kulturne. Pri tem gre le za okvirno klasifikacijo, kajti v realnosti se ti elementi med seboj tesno prepletajo. Odprtost družbe v mednarodni prostor lahko grobo delimo na:

a) *Ekonomska odprtost*. Ta vključuje izmenjavo proizvodov, surovin in storitev, kot tudi produkcijskih faktorjev, kapitala, znanja in delovne sile. Vnos teh virov sam po sebi ne zagotavlja gospodarskega razvoja, saj je razvoj možen le, če se ti viri navežejo na že obstoječe elemente znotraj sistema. Ti elementi vire izkoristijo in se z njihovo pomočjo okrepijo. Znotraj sistema je bistvena njihova navezava na kognitivno mobilizacijo in podjetniški duh.

b) *Politična odprtost*. Politična odprtost ima dve ravni in sicer osnovno raven, kjer gre za uporabo podobnih in enakih političnih praks kot v tujini, kar vodi do uporabe določenih skupnih standardov. Države, ki sprejmejo to raven odprtosti sprejemajo določene zunanje standarde, ohranijo pa samostojnost pri načinu aplikacije teh standardov. Kot višjo raven politične odprtosti označimo situacijo, kjer država na podlagi svojih odločitev prenese na nadnacionalne organe tudi načine aplikacije skupnih standardov. Politična odprtost je bistvenega pomena za razvoj demokratičnih in učinkovitih političnih institucij, saj omogoča določene standarde in obstoj zunanjih nadzornih mehanizmov nad izvajanjem demokratičnih standardov.

c) *Kulturna in socialna odprtost*. Obe vključujeta pripravljenost za vzpostavitev komunikacije z drugimi kulturnimi okolji, sposobnost vzpostavljanja komunikacije v smislu znanja tujih jezikov in osnovnega razumevanja kultur ter vključenost v socialna omrežja, ki premostijo meje med družbami. Ti vidiki odprtosti so prepleteni z že omenjenima vidikoma, ekonomskim in političnim. Predvsem so pomembni kadar spodbujajo tiste vrste odpiranja za vplive tujih kultur, ki krepijo lastno civilizacijsko kompetenco države. Ne smemo pa pozabiti na ravnotežje med odprtostjo navzven in družbeno kohezivnostjo. To ravnotežje bi lahko temeljilo na pozitivnem nacionalizmu oz. nacionalnem ponosu, kakršen je v določenih primerih tudi slovenski odnos do EU (Adam et al., 2001, str. 180-183).

Pogostokrat smo priča diskusijam, ki zajemajo temo odprtosti družbe v mednarodni prostor. Države bivšega socialističnega bloka so bile lep primer pretirane zaprtosti družbe, saj je pretirana zaprtost teh držav, povzročila težavno izmenjavo virov in s tem posledično odrekanje virom, bodisi pridobivanje le-teh z visokimi stroški. Politična vojna med zagovorniki prostega pretoka kapitala in nacionalnega ponosa se nadaljuje, nihče pa se ne sprašuje o ravnotežju med obema skrajnostma. Pretirana zaprtost, bodisi odprtost družbe negativno vpliva na njeno razvojno uspešnost. Odprtost družbe v mednarodni prostor vpliva na njeno razvojno uspešnost, zato predstavlja pomemben socio-kulturni dejavnik razvojne uspešnosti posamezne države.

2.7 SOCIALNI KAPITAL

V zadnjih nekaj letih je postal koncept socialnega kapitala izjemno priljubljen na vseh področjih, ki so vsaj malo povezana s sociološko znanostjo (Adler in Kwon, 2000, str. 89). Veliko število sociologov, politikov in razvojnih ekonomistov poskuša ta koncept uporabiti pri iskanju rešitev za probleme, ki zadevajo njihova področja preučevanja. S pomočjo socialnega kapitala pojasnjujejo študije o razmerah v družini, mladostniških vedenjskih problemih, izobraževanju, demokraciji, ekonomskem razvoju in problemih kolektivne akcije. Koncept socialnega kapitala pridobiva svojo vrednost v okviru organizacijskih študij, saj v organizacijski teoriji predstavlja neke vrste teoretično osnovo za preučevanje odnosov oz. relacij. Prav tako uporabljajo ta koncept tudi pri razlagi poklicnega uspeha posameznika v organizaciji, kreiranju intelektualnega kapitala, oblikovanju omrežij podjetij v začetkih njihovega delovanja, poslovnih odnosov z dobavitelji in pri razlagi ravni inovacij ter izmenjave virov (Adler, Kwon, 2000, str. 90).

Koncept socialnega kapitala se že vseskozi pojavlja v sociologiji, ki poudarja pomen relacij med ljudmi, in zato kot tak ni nov. Nov pristop pomeni poudarjanje pomena besede kapital, kar pomeni, da imajo relacije vrednostno izraženo komponento. Pri natančni opredelitvi socialnega kapitala naletimo na problem, da ima socialni kapital za različne ljudi in kulture različen pomen. Tako postane socialni kapital relativna kategorija, kar otežuje njegovo opredelitev in merjenje. Enotne in splošno sprejete opredelitve socialnega kapitala ni (Kešeljevič, 2003, str. 7). Kljub temu je bilo v letih preučevanja koncepta socialnega kapitala ponujenih veliko število različnih opredelitev. Te opredelitve se uvrščajo v dve veliki skupini.

a) Prva skupina avtorjev se osredotoča na socialni kapital kot vir, ki pospešuje aktivnost ljudi. Gre za vir, ki se nahaja v socialnem omrežju in veže posameznika z ostalimi osebami v drugih socialnih omrežjih. Ta pogled na socialni kapital je med sociologi zelo pogost, saj temelji na ideji, da se lahko aktivnost posameznikov ali skupin pospešuje z njihovim članstvom v določenih socialnih omrežjih predvsem na osnovi njihovih zunanjih neposrednih in posrednih relacij z osebami v drugih omrežjih. Glede na to se lahko takšen koncept socialnega kapitala uporabi pri razlagi razlik v uspešnosti posameznih podjetij ali posameznikov (Adler, Kwon, 2000, str. 90).

b) Druga skupina avtorjev se osredotoča na socialni kapital kot značilnost notranjih relacij, ki se pojavljajo in označujejo obliko združenja posameznikov (npr.: organizacija, skupina, regija, narod). Značilnost relacij, ki vladajo znotraj posameznega združenja opredeljuje dobrobiti in slabosti participacije posameznika v določenem združenju. Takšen pogled na socialni kapital je pogostejši med politiki in razvojnimi ekonomisti (Adler, Kwon, 2000, str. 92).

Oba pogleda sta pravilna in dejansko ne moremo izključiti ene skupine opredelitev na račun druge. Poleg tega so nekatere opredelitve nevtralne, saj se nanašajo na oba pogleda hkrati, zato jih lahko uvrstimo v tretjo skupino opredelitev socialnega kapitala. Podjetje je na primer soočeno z obema vrstama relacij, saj poseduje zunanje relacije z ostalimi podjetji in institucijami, hkrati pa predstavlja področje, znotraj katerega se oblikujejo notranje relacije. Sposobnost podjetja uspešno delovati v sodobnem poslovnem okolju je funkcija obeh vrst relacij (Adler, Kwon, 2000, str. 93).

V predhodnih poglavjih sem opredelil različne sociološko-kulturne dejavnike razvojne uspešnosti. Od teh v nadaljevanju podrobno preučujem socialni kapital, in sicer iz treh razlogov:

a) *Aktualnost.* V sedanjem tržnem gospodarstvu predstavlja socialni kapital vse bolj učinkovito orožje v konkurenčnem boju med podjetji. V tej smeri govori interes Svetovne banke za preučevanju tega koncepta (The World Bank Group, 2003), poleg tega njegovo aktualnost potrjuje tudi revija Journal of Economic Literature, ki je socialni kapital uvrstila v samo sistematizacijo ekonomske znanosti (Journal of Economic Literature, 2003, str. 755).

b) *Socialni kapital kot dejavnik razvojne uspešnosti.* Na kratko lahko rečemo, da socialni kapital predstavlja relacije, ki pomembno vplivajo na poslovno uspešnost podjetja, zato je eden izmed pomembnih socio-kulturnih dejavnikov razvojne uspešnosti posamezne države. V poslovnem okolju je uspešnost podjetja odvisna od socialnega kapitala, zato ta postaja pomemben sociološko-kulturni dejavnik razvojne uspešnosti države.

c) *Socialni kapital kot dejavnik, ki je povezan z vsemi sociološko-kulturnimi dejavniki razvojne uspešnosti.* Zaradi te značilnosti je socialni kapital med vsemi obravnavanimi sociološko-kulturnimi dejavniki najpomembnejši. V nadaljevanju poskušam prikazati njegovo povezavo z omenjenimi sociološko-kulturnimi dejavniki razvojne uspešnosti.

c1) *Socialni kapital in civilizacijska kompetenca.* Socialni kapital je povezan s civilizacijsko kompetenco, ki je zgodovinsko pogojena in določa raven zaupanja v družbi, ki je eden izmed virov socialnega kapitala. Od ravni zaupanja je namreč odvisno število in kakovost relacij v družbi. Dediščina tranzicijskih držav je nizka raven civilizacijske kompetence, kar je posledica desetletij trajajoče komunističnodiktatorske državne ureditve. V teh državah vlada zaradi nizke ravni civilizacijske kompetence nizka raven zaupanja in s tem posledično obstaja nizka raven socialnega kapitala. Socialni kapital je prek ravni zaupanja povezan s civilizacijsko kompetenco.

c2) *Socialni kapital in kognitivna mobilizacija.* Vzpostavitev procesa kognitivne mobilizacije je možna šele ob sinergijskem delovanju različnih akterjev, kar nas pripelje do povezave s socialnim kapitalom. Brez socialnega kapitala sta kvaliteta prenosa znanja med njegovimi viri in uporabniki ter spodbujanje in implementacija tehnoloških in socialnih inovacij

neučinkovita. Države z visoko stopnjo socialnega kapitala imajo možnost za boljši prenos znanja, zato se znanje lažje in hitreje implementira v gospodarsko okolje (Adam et al., 2001). Socialni kapital je tako neposredno povezan s procesom kognitivne mobilizacije, saj predstavlja temeljno sestavino njegove vzpostavitve.

c3) Socialni kapital in kvaliteta politike. Socialni kapital je povezan tudi s kvaliteto politike, saj je zaupanje temeljni vezni člen med njima. Zaupanje je družbeno naučeno in potrjeno pričakovanje, ki ga ima posameznik o osebi, organizaciji, instituciji ali družbi, v kateri živi (Bohar, 2002, str. 15). Demokratičnost politike, politična stabilnost, učinkovitost institucij in transparentnost vplivajo na stopnjo zaupanja v družbi. Višja kot je raven kvalitete politike, večja je stopnja zaupanja v družbi in s tem posledično tudi raven socialnega kapitala. Socialni kapital se nanaša tudi na delovanje in odnose znotraj politične sfere, saj opredeljuje sposobnost koordinacije in učinkovitost sodelovanja med različnimi političnimi akterji in tako predstavlja oziroma določa kvaliteto politike (Adam et al., 2001, str. 119-121).

c4) Socialni kapital in podjetniški duh. Socialni kapital je povezan tudi s podjetniškim duhom, saj vpliva na njegovo kakovost in količino v določeni družbi. Kot pomembne ekonomske posledice socialnega kapitala je potrebno izpostaviti koordinacijo, sinergijo in sodelovanje, ki so osnova za opredmetenje in razvoj podjetniškega duha (Adam et al., 2001, str. 153). V primeru odsotnosti kvalitetnih relacij je raven koordinacije, sinergije in sodelovanja med posamezniki nizka, kar povzroča pomanjkanje in težaven razvoj podjetniškega duha. Poleg intelektualnega, finančnega in fizičnega kapitala predstavlja socialni kapital temelj, brez katerega podjetniški duh ne more obstajati ali se razvijati. Na drugi strani pa velja, da mora v družbi obstajati določena stopnja podjetniškega duha, če želimo, da se pozitivni razvojni potencial socialnega kapitala realizira kot pozitiven razvojni napredek. Inovacije, ki se s pomočjo relacij implementirajo v gospodarstvo, se lahko le ob prisotnosti podjetniškega duha realizirajo na tržišču. Socialni kapital je torej močno povezan z obstojem in razvojem podjetniškega duha.

c5) Socialni kapital in družbena kohezivnost. Socialni kapital je povezan tudi z družbeno kohezivnostjo, saj v primeru ko obstaja v družbi visoka raven socialnega kapitala, izražajo posamezniki večjo pripravljenost za interakcije z ostalimi ljudmi. Med njimi obstaja večja raven druženja in sodelovanja, kar pomeni višjo stopnjo družbene kohezivnosti. V takšni družbi imamo med ljudmi veliko število relacij oziroma visoko raven socialnega kapitala, ki posledično določa visoko stopnjo družbene kohezivnosti in hkrati pomeni tudi visoko razvito civilno družbo. Socialni kapital je torej povezan tudi z visoko stopnjo družbene kohezivnosti.

c6) Socialni kapital in odprtost družbe v mednarodni prostor. Socialni kapital je povezan z zaprtostjo oziroma odprtostjo družbe v mednarodno okolje. Svojo vlogo ima pri vzpostavitvi zunanjih razmerij v družbi. Še zlasti majhni sistemi, ki se soočajo s kompleksnostjo zunanjega okolja v katerega morajo biti odprti, potrebujejo izredno učinkovite mehanizme koordinacije in regulacije s tujino. Za njihovo učinkovito delovanje je potrebna visoka raven

socialnega kapitala, ki učinkovito poveže skupine iz različnih držav. Ker gre za mednarodni prostor, je izgradnja socialnega kapitala zelo zahtevna, a se poenostavi z vzpostavitvijo različnih skupnih standardov in razvitejših oblik integracije, kakršna je na primer EU (Adam et al., 2001, str. 189). Socialni kapital je torej povezan z odprtostjo družbe v mednarodni prostor.

Ob koncu podpoglavja lahko ugotovimo, da vsi omenjeni sociološko-kulturni dejavniki predstavljajo pomembne dejavnike razvojne uspešnosti države. Socialni kapital je eden izmed njih in se pojavlja v povezavi z vsemi in v ozadju vseh, zato je po našem prepričanju najpomembnejši. Na osnovi povezanosti socialnega kapitala z vsemi socio-kulturnimi dejavniki razvojne uspešnosti ugotavljam, da odsotnost socialnega kapitala povzroča manjšo učinkovitost katerega koli socio-kulturnega dejavnika, kljub morda njegovi optimalni ravni. Socialni kapital je izredno pomemben socio-kulturni dejavnik razvojne uspešnosti posamezne države, zato v nadaljevanju več pozornosti namenjam njegovemu teoretično-konceptualnemu okviru.

3 SOCIALNI KAPITAL

3.1 OPREDELITVE SOCIALNEGA KAPITALA

V nadaljevanju želim prikazati, kako izredno širok pojem predstavlja socialni kapital. Pri tem bom navedel opredelitve pomembnejših avtorjev, ki so se ukvarjali s preučevanjem te vrste kapitala. Koncept socialnega kapitala ima dve pomembni značilnosti:

a) Prva pomembna značilnost. Kljub njegovim sociološkim temeljem ga preučuje in vključuje v svoje raziskave tudi cela vrsta drugih znanosti. Med tremi najpomembnejšimi avtorji, ki so oblikovali koncept socialnega kapitala lahko kot pravega sociologa označimo le Bourdieuja. Putnam je drugi pomemben avtor, ki je preučeval socialni kapital, in je strokovnjak s področja političnih ved. Coleman kot tretji je sicer sociolog, vendar se močno navezuje na ekonomsko teorijo.

b) Druga pomembna značilnost. Veliko različnih vprašanj, problemov in reševanja le-teh lahko povežemo s socialnim kapitalom. Z uporabo konceptualnega okvira socialnega kapitala se lahko približamo katerikoli situaciji v družbi (Adam, Rončević, 2002, str. 208).

Tabela 1: Različne opredelitve socialnega kapitala po posameznih avtorjih

Avtorji	Opredelitve socialnega kapitala
<i>Bourdieu</i>	<i>Socialni kapital opredeli kot pogostost in pomembnost stikov, na katere se posameznik lahko zaneša z namenom izboljšanja svojega položaja.</i>
<i>Putnam</i>	<i>Socialni kapital v organizaciji opredeli kot mreže, zaupanje in norme, ki pospešujejo koordinacijo in sodelovanje zaradi obojestranskih koristi. Poudarja horizontalne relacije med posamezniki.</i>
<i>Coleman</i>	<i>Socialni kapital opredeli s funkcijo, saj posamezniki vstopajo v medsebojne odnose zaradi uresničevanja lastnih interesov. Pomembne so horizontalne in vertikalne relacije v organizaciji ter koncept zaprtosti mreže. Kadar krog ni zaprt, ni možno sankcioniranje, kršenje norm je bolj pogosto, saj je nekaznovano.</i>
<i>Portes</i>	<i>Socialni kapital opredeli kot sposobnost posameznikov, da dosežejo koristi s članstvom v mrežah in drugih strukturah. Skupne izkušnje in prepričanja pripomorejo k oblikovanju socialnega kapitala, saj ustvarjajo občutek solidarnosti.</i>
<i>Nahapiet, Ghoshal</i>	<i>Socialni kapital opredelita kot relacije in sredstva, ki jih lahko mobiliziramo. Pričakovanja predstavljajo obvezo, da bomo v prihodnosti izpeljali določena dejanja. Sodelovanje ni mogoče brez skupnih ciljev in vizije v organizaciji.</i>
<i>Woolcocok</i>	<i>Socialni kapital opredeli v povezavi z zaupanjem in normami.</i>
<i>Fukuyama</i>	<i>Socialni kapital opredeli v povezavi z zaupanjem.</i>
<i>Inglehart</i>	<i>Socialni kapital opredeli kot kulturo zaupanja, ki oblikuje mreže in združenja, ki zagotavljajo pretok informacij.</i>
<i>Adam, Makarovič Rončević Tomšič</i>	<i>Socialni kapital opredelijo kot neotipljiv resurs, ki rešuje problem zaupanja in koordinacije v organizaciji in izboljšuje učinkovitost organizacije s spodbujanjem koordiniranega sodelovanja v in izven organizacije.</i>
<i>Paldam</i>	<i>Socialni kapital opredeli v povezavi z mrežami, ki so najbolj pomemben vir socialnega kapitala.</i>
<i>Lesser</i>	<i>Socialni kapital opredeli kot vrednost, ki nastaja in obstaja zaradi posameznikovih relacij v družbi in podjetju.</i>
<i>North</i>	<i>Socialni kapital posredno opredeli skozi institucije kot obliko formalnih in neformalnih pravil igre.</i>
<i>Svetovna banka</i>	<i>Socialni kapital opredeli na treh nivojih: horizontalne relacije med posamezniki, horizontalne in vertikalne relacije med posamezniki in organizacijami ter relacije s širšim družbenim okoljem, ki oblikuje norme in vrednote.</i>

Vir: Kešeljevič, 2003, str. 8.

Glede na opredelitve, ki jih prikazuje zgornja tabela, ugotovimo, da je koncept socialnega kapitala resnično izjemno širok. V literaturi zasledimo, da prihaja med avtorji do nesoglasij predvsem glede opredelitve, razvoja in nastanka tega pojma. Večina avtorjev meni, da socialni kapital spodbuja sodelovanje, zmanjšuje verjetnost konfliktov in transakcijske stroške. Oblikovanje socialnega kapitala prinaša koristi vsem, tudi tistim, ki ne sodelujejo v procesu njegovega nastajanja, kar pomeni, da je javna dobrina. Zato se pri tem pojavlja problem zastonjkarstva, saj lahko posameznik izkoristi socialni kapital tako, da se izogne odgovornosti za njegovo ohranjanje, ki jo lahko prenese na druge, saj vsi delijo skupno usodo

iz njegovega naslova. Ker se ta vrsta kapitala prenaša preko relacij, ga ne moremo oblikovati s preprosto investicijo, kot kapital pojmuje ekonomska teorija. Razlike med avtorji se pri opredelitvi socialnega kapitala pojavijo predvsem zaradi različnih virov socialnega kapitala.

3.2 VIRI SOCIALNEGA KAPITALA

Kje se nahaja socialni kapital? Človeški kapital se na primer nahaja v »glavah« posameznikov, medtem ko se socialni kapital nahaja v značilnostih njihovih odnosov z ostalimi ljudmi. Da lahko posameznik poseduje socialni kapital, mora biti povezan in imeti nek odnos z ostalimi osebami. Vir socialnega kapitala so tako osebe, s katerimi prihaja v stik, kar pomeni, da izkoristi prednosti medsebojnega odnosa. Seveda pa ni nujno, da te osebe dopustijo izkoriščanje teh prednosti, ki izhajajo iz naslova njihovega socialnega kapitala (Portes, 1998, str. 7).

V literaturi zasledimo, da avtorji poudarjajo različne vire socialnega kapitala. Najpogostejši omenjeni vir so mreže. Tega omenjajo: Bourdieu, Lesser, Coleman, Portes, Putnam, Paldam in Nahapiet. Avtorji, kot so Woolcocok, North, Putnam, Portes in Svetovna banka, omenjajo kot najbolj pogoste vire socialnega kapitala, norme in vrednote. O prepričanjih, kot viru socialnega kapitala, govorijo Portes, Nahapiet in Ghoshal. Zaupanje kot vir socialnega kapitala zasledimo pri: Woolcocoku, Fukuyami, Putnamu, Adamu in Inglehartu. Pomembno je omeniti, da Fukuyama enači socialni kapital in zaupanje. Putnam na drugi strani razume zaupanje le kot enega izmed virov socialnega kapitala. Avtorji namenjajo izredno malo pozornosti formalnim virom socialnega kapitala (npr. zakonom), saj so najpogostejše omenjeni predvsem neformalni viri.

a) *Mreže*. Nekateri avtorji poudarjajo socialne mreže kot glavni vir socialnega kapitala, in sicer predvsem zaradi tega, ker socialni kapital bazira na odnosih med posamezniki in skupinami. Za avtorje, ki se osredotočijo na notranje vezi znotraj določene družbe termin mreža običajno pomeni neformalne medsebojne odnose, npr. članstvo v organizacijah, klubih in združenjih, ki se pojavljajo v neki družbi (Adler, Kwon, 2000, str. 97). Skupina, ki poseduje zalogo raznolikih socialnih mrež je manj ranljiva, se lažje upira zunanjim šokom in lažje rešuje probleme ter izkorišča nove priložnosti (Woolcock, Narayan, 2000, str. 226). Strokovnjaki, ki preučujejo mreže se strinjajo, da je za razumevanje socialnega kapitala ključna podrobna analiza omenjenih mrež. Socialne mreže vplivajo na socialni kapital akterjev oz. članov mreže na dva načina. Skozi neposredne vezi glavnega akterja in skozi posredne vezi, ki jim jih nudi kvaliteta celotne strukture širšega omrežja, znotraj katerega se nahajajo. Na osnovi svojih neposrednih in posrednih vezi si lahko posamezniki zagotovijo pomoč ali dostop do virov, ki jih potrebujejo (Adler, Kwon, 2000, str. 97).

Coleman je prepričan, da »zaprtje« socialne mreže pospešuje formiranje pozitivnih norm, ohranja zaupanje ostalih in tako krepi socialni kapital. Če je struktura mreže bolj odprta, je večja verjetnost, da bo kršenje norm ostalo neopaženo in nekaznovano. Posledica tega je

zmanjšanje medsebojnega zaupanja in oslabitev socialnega kapitala. V nasprotju s Colemanovim pogledom na zaprtje mreže je Burt prepričan, da majhna gostota omrežij zagotovi večje koristi iz naslova socialnega kapitala. Če je možno zagotoviti in posredovati pretok informacij, pri čemer je kroženje informacij znotraj skupin večje kot med skupinami, je to osnova za zagotovitev koristi socialnega kapitala. V takšnem primeru je ključni vir socialnega kapitala mreža vezi, katere značilnost so strukturne luknje (Adler, Kwon, 2000, str. 98). Strukturna luknja pomeni prazno območje med dvema skupinama socialnih vezi. Predstavlja priložnost za posredovanje toka informacij med obema izoliranimi skupinama, zato je takšno stanje osnova za donosnost arbitražnih aktivnosti na različnih trgih blaga in storitev (Walker, Kogut, Shan, 2000, str. 230). Koristi lahko torej dosežemo na osnovi zaprtih ali odprtih socialnih mrež.

b) Norme. Določeno število strokovnjakov meni, da socialni kapital bazira na normah, ki so prisotne v neki družbi. Portes in Putnam se osredotočita na normo splošne vzajemnosti. To pravilo govori o primeru, ko posameznik opravi neko delo drugi osebi, ki po načelu vzajemnosti opravi nekaj zanj. Norma splošne vzajemnosti veže neko skupnost in dejansko služi preoblikovanju egoističnih posameznikov v ljudi z vsaj malo občutka obveznosti do drugih in v ljudi, ki so člani skupnosti, združeni na osnovi skupnih interesov z občutkom za skupno dobro (Adler, Kwon, 2000, str. 99). Potrebno je omeniti tudi razliko med normami in vrednotami. Norme lahko razumemo kot odsev vrednot. Več norm lahko izvira iz ene vrednote. Vrednote vsebujejo le splošne smernice, medtem ko norme vsebujejo specifična navodila za delovanje (Obča sociologija, 2003).

c) Prepričanja. Pri ljudeh, ki se med seboj ne razumejo in nimajo skupnih interesov, je nemogoče, da bi se raven socialnega kapitala med njimi povišala. V odsotnosti skupnega prepričanja je namreč težko, da bi ljudje medsebojno sodelovali in bogatili raven socialnega kapitala. Socialni kapital izhaja iz splošnega prepričanja, ki omogoča posameznikom izmenjevati skupne ideje in daje vrednost skupnim izkušnjam. Tako medsebojna komunikacija in razumevanje med ljudmi omogočita oblikovanje skupnih pričakovanj, predvidevanj in pogledov na dogajanja, kar pospeši njihovo skupno aktivnost (Adler, Kwon, 2000, str. 99).

d) Formalna pravila. Formalne institucije in njihova pravila (npr. zakoni) imajo lahko močan vpliv na socialni kapital, zaradi njihovega vpliva na prve tri omenjene vire, ki spadajo v skupino neformalnih virov. Formalna pravila institucij lahko preoblikujejo strukturo socialne mreže in vsebino socialnih vezi, zato lahko vplivajo tudi na norme in prepričanja. Spoštovanje človekovih pravic je tako na primer zmanjšalo raso nestrpnost v socialnih mrežah določenih družb. Vlada, ki jo lahko razumemo kot vir socialnega kapitala, lahko v veliki meri vpliva na obnašanje družbe. Njeni ukrepi lahko vplivajo na krepitev zaupanja ali pa povzročijo porast nezaupanja med državljani (Adler, Kwon, 2000, str. 100).

e) *Zaupanje*. Kot sem že omenil, avtor Fukuyama enači socialni kapital in zaupanje, medtem ko Putnam razume zaupanje kot vir socialnega kapitala. Zaupanje je psihološko stanje posameznikov, medtem ko je socialni kapital značilnost strukture družbe. Socialni kapital povzroča odnose z visoko ravniyo zaupanja, ta pa vpliva na formiranje visoke ravni socialnega kapitala. Obstaja tesna povezava med zaupanjem in ostalimi viri socialnega kapitala. Značilnosti mreže, skupne norme in prepričanja ter formalna pravila, vplivajo na zaupanje in s tem na socialni kapital. Medsebojno zaupanje je rezultat domačnosti, podobnosti, značilnosti mreže, skupnih norm in enakih prepričanj ter formalnih pravil. Zaupanje v državo in njeno politiko je lahko rezultat vloge formalnih pravil pri oblikovanju socialnega kapitala (Adler, Kwon, 2000, str. 102).

Mreže, norme, prepričanja, formalna pravila in zaupanje so vsi viri socialnega kapitala in so tudi medsebojno povezani. Lahko rečemo, da obstajata dve ravni njihove medsebojne povezave. Formalna pravila na primer vplivajo na oblikovanje socialnega kapitala in hkrati oblikujejo mreže, norme, prepričanja in zaupanje. Mreže, norme in prepričanja oblikujejo socialni kapital in hkrati tudi zaupanje, ki neposredno vpliva na socialni kapital.

3.3 POZITIVNI IN NEGATIVNI UČINKI SOCIALNEGA KAPITALA

Socialni kapital je javna dobrina, pri kateri se pojavljajo zunanji učinki. V ekonomiji govorimo o zunanjih učinkih ali eksternalijah v primerih, ko z neko aktivnostjo povzročimo bodisi škodo bodisi korist subjektu, ki ni neposredno vključen v to aktivnost. V prvem primeru govorimo o negativnih zunanjih učinkih, v drugem pa o pozitivnih (Tajnikar, 2003, str. 366). V nadaljevanju predstavim pozitivne učinke socialnega kapitala oziroma njegove koristi, katerih je deležna družba.

a) *Dostop do informacij*. Socialni kapital posamezniku pomaga in olajša dostop do širše palete različnih virov informacij. Raziskave socialnih mrež so pokazale, da so socialne vezi ključnega pomena za dostop do informacij pri iskanju zaposlitve. Informacijske koristi iz naslova socialnega kapitala so preučevali tudi pri raziskavah odnosov med podjetji. Te so pokazale, da medorganizacijske mreže predstavljajo podjetjem možnost pridobivanja novih informacij, znanj in sposobnosti, ključnih, za uspešno delovanje v sodobnem poslovnem okolju (Adler, Kwon, 2000, str. 104). Razvejano socialno omrežje managerju omogoča dostop do uporabnih informacij o poslovnih priložnostih, težavah in tveganjih (Sandefur, Laumann, 2000, str. 74). Informacijske koristi posameznikov v družbi ustvarjajo pozitivne zunanje učinke, ki jih iz tega naslova sprejema družba. Socialni kapital povzroči posredovanje in pretok informacij od ostalih družbenih skupin do posameznika, in če ta odnos temelji na vzajemnosti, ima lahko korist od pretoka koristnih informacij celotna družba (Adler, Kwon, 2000, str. 104).

b) *Moč in vpliv*. Nekatere osebe imajo večjo moč in vpliv kot ostale. Lep primer pridobivanja moči in vpliva iz naslova socialnega kapitala so uspešni podjetniki, ki so uspeli povezati in

združiti nepovezane skupine posameznikov. Postali so glavni posredniki, ki imajo ključno besedo pri oblikovanju poslov. Prej nepovezane skupine tako služijo njihovim interesom, kar jim omogoča pridobivanje moči in vpliva. To dvoje v pozitivnem smislu besede omogoča posameznikom avtoriteto, ki jim pomaga širšo družbo voditi proti skupnemu cilju in pospešuje kolektivno aktivnost. Koristi iz naslova moči imajo tako pozitivne zunanje učinke tudi na celotno družbo.

c) *Solidarnost.* Močne družbene norme in prepričanja, povezana z visoko stopnjo zaprtja socialne mreže, spodbudijo posameznika, da spoštuje skupna pravila in navade, kar zmanjša nujnost formalne kontrole. Organizacije z močno zavezanostjo svoji kulturi, prisotnostjo močnih norm in solidarnostjo do drugih članov, pridobijo zaradi manjših stroškov kontrole ter zaradi višje stopnje zavezanosti posameznikov organizaciji. Pozitivni zunanji učinki, ki so povezani z interno solidarnostjo ter kolektivno akcijo skupine posameznikov, pomenijo tudi zavezanost družbi, ki se kaže na ravni posameznikov in na ravni organizacij. Solidarnost posameznikov, njihove navade sodelovanja in skupne kolektivne akcije, so dejansko viri zavezanosti določeni družbi. Na ravni podjetij je vpliv te vrste zunanjih učinkov lepo viden, saj vodi ljudi k delu v vedno bolj povezanih oddelkih, kar vpliva na večjo zavezanost podjetju in njegovim poslovnim ciljem (Adler, Kwon, 2000, str. 105).

Socialni kapital ima seveda tudi svoje slabosti. Ti negativni učinki, kot jih imenujem, oziroma tveganja socialnega kapitala, kot to imenujeta avtorja Adler in Kwon (2000), se v literaturi poredko omenjajo. V nadaljevanju predstavljam te negativne učinke.

a) *Stroški vzpostavljanja in ohranjanja odnosov.* Formiranje socialnega kapitala zahteva investicijo za vzpostavitev odnosov in ohranjanje le-teh, pri čemer se lahko pojavijo visoki stroški investicije. Kot katera koli druga investicija je lahko tudi ta v določeni situaciji stroškovno neučinkovita. Projektna skupina ima lahko preveč močnih direktnih socialnih vezi z drugimi skupinami, kar se odraža v podaljšanju časa, potrebnega za opravljanje nalog. Čeprav te vezi zagotavljajo koristi na osnovi pridobivanja informacij, je njihovo vzdrževanje relativno drago. To dejstvo govori v prid nekoliko šibkejšim relacijam, ki ne vodijo do nepotrebnih informacij in jih je pogosto ceneje vzdrževati.

b) *Informacijske koristi zmanjšajo moč in vpliv.* Omrežje, v katerega je vključen posameznik, je lahko zelo gosto in prepleteno z drugimi omrežji. Informacijske koristi posameznika za omrežje lahko povečujejo njegovo moč in vpliv. Vse je odvisno od tega, kakšna je relacija med posameznikom in omenjenim omrežjem. Če relacija omrežju nudi izredno koristne informacije, sta moč in vpliv posameznika v omrežju velika. Na primer strokovnjaki s področja informacijske tehnologije so nepogrešljiv člen pri razvoju gospodarstva. Informacije, ki jih posredujejo v gospodarstvo, so izredno pomembne in jim povečujejo moč ter vpliv v državi. Na drugi strani pa je mogoče, da relacija med posameznikom in omrežjem le ni tako kvalitetna. V tem primeru informacije, ki jih posameznik posreduje v omrežje, niso dovolj koristne, saj obstaja veliko število drugih relacij, ki nudijo kvalitetnejše informacije.

Informacijska korist posameznika za omrežje torej ne predstavlja zadostne koristi, kar pomeni, da posamezniku zmanjšuje njegovo moč in vpliv. Na primer povprečno sposobni strokovnjaki z določenega področja znanosti ne zadoščajo potrebam podjetij, ki iščejo le nadpovprečno sposobne. Moč in vpliv teh ljudi je zmanjšana, ker njihovo znanje ni dovolj kvalitetno.

c) Negativni učinki solidarnosti znotraj skupine. Visoka stopnja solidarnosti med posamezniki znotraj skupine lahko omeji posameznika samo na odnose znotraj skupine, kar mu popolnoma zadostuje za njegove potrebe in tako oslepi njegov pogled na okolico. Posledica tega je manjša kreativnost, zmanjšanje pretoka novih idej, zaviranje dostopa do novih informacij, povečanje neprilagodljivosti in večja ranljivost celotne mreže. V primeru večjih sprememb okolja lahko to privede celo do uničenja mreže. Ugotovljeno je, da gospodarska področja z majhnim številom inovacij pogosto izkazujejo visoko raven socialnega kapitala. Na teh področjih so relacije tako močne, da preprečijo dotok zunanjih informacij in onemogočajo nove izboljšave. Takšen je primer lojalnosti podjetij do prvotnih in uveljavljenih dobaviteljev. Zaupanje podjetij v dobavitelja ohromi njegovo aktivnost na področju inovacij in izboljšav. Dobavitelji so deležni visoke ravni zaupanja, ki jim omogoča neko vrsto udobja in ustaljenosti, kar povzroči njihovo stagnacijo. Področja, kjer so relacije šibkejše, hitreje sprejemajo nove posameznike s svežimi idejami in jim omogočajo visoko stopnjo kreativnosti (Florida, Cushing, Gates, 2002, str. 20; Portes, 2000, str. 62). Visoka stopnja solidarnosti in stroge norme lahko diktirajo tudi razdelitev virov in sredstev znotraj skupine posameznikov, kar lahko povzroči zmanjševanje podjetniške aktivnosti in akumulacije kapitala (Adler, Kwon, 2000, str. 106). Posli se na osnovi solidarnosti večinoma sklepajo med kulturno sorodnimi skupinami, ne glede na ustreznost in kvaliteto, kar povzroča rušenje norm obstoječe družbe in njene konkurenčnosti (Adler, Kwon, 2000, str. 108).

Razmerje med pozitivnimi in negativnimi zunanjimi učinki določa, kakšen bo vpliv socialnega kapitala na posameznika in skupino. Skupna neto vrednost zunanjih učinkov socialnega kapitala je lahko negativna in takrat govorimo o negativnem socialnem kapitalu. Kakšno bo razmerje med zunanjimi učinki socialnega kapitala, je odvisno od vsebine norm in prepričanj znotraj posameznih družbenih skupin, njihovih vlog v družbenem življenju in njihovega sovpadanja z družbenim okoljem.

3.4 PRIMERJAVA SOCIALNEGA KAPITALA Z OSTALIMI OBLIKAMI KAPITALA

Je socialni kapital resnično oblika kapitala v tradicionalnem pomenu te besede (Lesser, 2000, str. 7)? Socialni kapital lahko v določenih značilnostih primerjamo z ostalimi oblikami kapitala (fizični, finančni, človeški). Podobnosti in razlike socialnega kapitala z ostalimi oblikami kapitala so sledeče (Lesser, 2000, str. 8; Vilman, 2003, str. 11-12; Adler, Kwon, 2000, str. 93-94):

a) Kot za ostale oblike kapitala tudi za socialni kapital velja, da predstavlja vir, v katerega lahko investiramo ostale vire, na osnovi česar v prihodnosti pričakujemo pozitiven donos. Investicija v socialni kapital pomeni investicijo v gradnjo socialnih odnosov (Lin, 2000, str. 786). Primer investiranja v socialni kapital je organiziranje raznih strokovnih konferenc in seminarjev, kjer se združujejo ljudje bodisi različnih bodisi podobnih strok. Omogočajo jim graditev neformalnih vezi, izmenjavo izkušenj in osebni kontakt, kar krepi in zvišuje raven njihovega medsebojnega zaupanja.

b) Kot ostale oblike kapitala je socialni kapital do določene stopnje zamenljiv z drugimi oblikami kapitala in uporaben za različne namene. Je konvertibilen v/za ostale oblike kapitala, vendar je ta zamenljivost težja kot pri ostalih oblikah kapitala. Uporaben je pri prenosu različnih načinov dela in navad z enega področja organizacije v drugo. Socialni kapital uporabimo pri iskanju informacij o novih zaposlitvah, predčasni upokojitvi, možnostih napredovanja itd. Socialno omrežje posamezniku omogoča dostop do različnih uporabnih informacij, ki jih lahko uporabi kot konkurenčno prednost pred ostalimi.

c) Tako kot človeški kapital tudi socialni kapital zahteva vzdrževanje, da ostaja produktiven. V primeru da vanj ne investiramo časa, energije in drugih virov, se kmalu zgodi, da že formirani učinkoviti odnosi in zaupanje med posamezniki »izhlapijo«. Vzdrževanje socialnega kapitala zahteva sodelovanje in voljo najmanj dveh oseb v njunem odnosu.

d) Socialni kapital je javna dobrina, kar seveda ne velja za ostale oblike kapitala. Socialni kapital ni v posesti enega posameznika, temveč se nanaša na vse člane socialnega omrežja, od katerih je tudi odvisen. Zanj je značilno, da vsi člani omrežja delijo skupno usodo iz njegovega naslova.

e) Kot ostale oblike kapitala je tudi socialni kapital primer zamenljive oblike kapitala in lahko predstavlja nadomestek. V primeru pomanjkanja bodisi človeškega bodisi finančnega kapitala, imamo možnost uporabe dobrih socialnih vezi. Socialni kapital lahko zato predstavlja tudi dopolnilo ostalim oblikam kapitala.

f) Podobno kot pri človeškem tudi pri socialnem kapitalu ne moremo predvidevati stopnje njegovega razvrednotenja, kar je običajna praksa pri fizičnem kapitalu. Za razliko od slednjega se socialni kapital z uporabo povečuje in postaja učinkovitejši, kar pomeni, da gre za naraščajoče donose. Z neuporabo se ta kapital krči oziroma izgublja vrednost (Flaganelj, 2002, str. 7). Odnos med dvema posameznikoma lahko z osnovne ravni poznanstva proizvaja čedalje višje ravni zaupanja. Lahko pa se njun odnos poslabšuje ali se iz različnih vzrokov v trenutku konča. Socialni kapital lahko na tak način izredno hitro in nepredvidljivo izgublja svojo vrednost.

g) Fizični kapital je popolnoma oprijemljiv in viden. Človeški kapital je nekoliko manj oprijemljiv in je zaradi svoje nesnovnosti pogosto v podrejenem položaju. Oblikuje se na

osnovi medsebojne interakcije najmanj dveh posameznikov in se za razliko od ostalih oblik kapitala ne nahaja pri posameznikih, temveč v relacijah med njimi, zaradi česar je med vsemi vrstami kapitala najmanj oprijemljiv.

h) Človeški kapital je močno odvisen od socialnega, saj je njegova učinkovitost poleg individualne sposobnosti posameznika odvisna tudi od tega, kje v družbeni strukturi se ta oseba nahaja. Socialni kapital posameznika je odvisen od njegove lokacije v socialnem omrežju (Lin, 2000). V primeru da je lociran na mestu, ki mu nudi gosto omrežje socialnih vezi, postane njegov človeški kapital produktivnejši (Burt, 1997, str. 339). V primeru odsotnosti socialnega kapitala je človeški kapital neproduktiven, medtem ko je lahko socialni kapital produktiven tudi brez človeškega (Coleman, 2000, str. 31).

Na osnovi socialnega kapitala je mogoča učinkovitejša izraba vseh ostalih vrst kapitala. Ljudje običajno pri uporabi človeškega, finančnega in fizičnega kapitala uporabljajo tudi socialni kapital. Pri tem se uporabe socialnega kapitala običajno ne zavedajo oziroma ne poznajo njegovega koncepta. Specifična lastnost socialnega kapitala je njegova neoprijemljivost, ki povzroča številne težave pri njegovem opredeljevanju in merjenju, katerima se bolj podrobno posvečam v naslednjih dveh podpoglavjih.

3.5 MERJENJE SOCIALNEGA KAPITALA

S tem izzivom se je ukvarjalo veliko avtorjev, ki so poskušali socialni kapital meriti na različne načine. Privzemanje enotne mere ter načina merjenja je dejansko nemogoče. Eden izmed razlogov, ki merjenje otežujejo, je prav gotovo neotipljiv značaj socialnega kapitala. Merjenje zaupanja in konceptov, kot so skupnost, mreža in organizacija, je problematično. Merjenje predvideva vnaprejšnjo opredelitev tistega, kar se meri, saj je od tega, kako opredelimo, odvisno tisto, kar merimo (Grootaert, 2001, str. 18). Prve tehtne opredelitve socialnega kapitala bazirajo na večdimenzionalnem pristopu, ki vključuje različne ravni in elemente analize (Woolcock, Narayan, 2000, str. 239). Zaupanje, vključenost v družbo in članstvo v določenih skupnostih so na splošno sprejeti načini, na osnovi katerih merimo socialni kapital. Mnogi so tako merili zaupanje v vlado, trend volitev, članstvo v organizacijah in ure namenjene prostovoljnemu delu (The World Bank Group, 2003). Kljub temu da je merjenje socialnega kapitala izredno težko, ni nemogoče. Narejenih je bilo kar nekaj študij, ki so ponudile uporabne približke za socialni kapital. Svetovna banka združuje ugotovitve posameznih avtorjev ter jih razvršča glede na način merjenja v tri skupine (The World Bank Group, 2003):

a) *Kvantitativne študije.* Obstajajo študije, v katerih avtorji poskušajo kvantificirati socialni kapital za potrebe preučevanja njegovega vpliva v družbi. Avtorja Knack in Keefer (1997) kot približka zanj uporabljata indikatorja zaupanja in družbenih norm. Omenjena indikatorja uporabita kot približek za moč družbenih združenj z namenom testiranja vpliva socialnega kapitala na gospodarsko rast. Združenja pospešujejo gospodarsko rast, saj zvišujejo raven

zaupanja v družbi. Putnam je določil najenostavnejši način merjenja socialnega kapitala, in sicer gre za Putnamov instrument, kjer merimo število prostovoljnih organizacij. Pri tem nas zanima, koliko članov imajo organizacije, oziroma v koliko prostovoljnih organizacij je vključena določena oseba (Paldam, 2000, str. 16-19). Narayan in Pritchett (1997) sta merila socialni kapital tako, da sta posameznike spraševala o značilnostih in razširjenju njihovih aktivnosti v združenjih ter o stopnji njihovega zaupanja v institucije in ljudi. Te rezultate sta povezala z ravni dohodka v tej družbi in ugotovila, da raven socialnega kapitala povečuje blaginjo družbe. Temple in Johnson (1998) uporabljata etnično raznolikost, družbeno mobilnost in razširjenost uporabe telefonskih storitev kot približke za gostoto socialnih mrež. Formirata indeks družbene zmožnosti in prikažeta, da lahko ta pojasni značilni del variabilnosti gospodarske rasti.

b) Komparativne študije. Poznamo tudi študije, v katerih so avtorji primerjali področja z različnimi ravni socialnega kapitala. Komparativna študija vloge lokalnih institucij v Boliviji, Burkini Faso in Indoneziji je pokazala, da so bili posamezniki, ki so aktivno sodelovali v različnih lokalnih združenjih, uspešnejši v pridobivanju premoženja, kreditnih sredstev in varstva pred pomanjkanjem (Grootaert, 2001, str. 19). Putnam (1994) primerja raven socialnega kapitala med severno in južno Italijo, pri čemer socialni kapital meri s stopnjo vključenosti v družbo. To določi s pomočjo udeleževanja posameznikov na volitvah, pri branju časopisov, članstvu v zborovskih skupinah, nogometnih klubih in z njihovim zaupanjem v javne ustanove. V severni Italiji so bili vsi omenjeni indikatorji vključenosti v družbo višjih vrednosti. Na tem področju se je zato v primerjavi z južno Italijo izkazala višja stopnja vladne ter institucionalne učinkovitosti in razvoja. Portes (1995), Light in Karageorgis (1994) so primerjali ekonomske položaje različnih emigrantskih skupin. Pokazali so, da se določene skupine hitreje razvijajo in napredujejo, kar je odvisno od strukture družbe, v katero so se naselili. Uspešne družbe so sposobne tujcem zagotoviti pomoč za čim hitrejše vključevanje. Takšne družbe imajo od priseljencev dolgoročne koristi in hkrati izkazujejo višje ravni socialnega kapitala.

c) Kvalitativne študije. V primeru kvalitativnih študij se avtorji natančneje usmerijo v preučevanje značilnosti vpliva socialnega kapitala v družbi. Portes in Sensenbrenner (1993) sta raziskovala, kaj se zgodi, ko določeni posamezniki znotraj emigrantske skupnosti ekonomsko uspejo in skušajo skupnost zapustiti. Njihovi intervjuji so razkrili, da močne vezi skupnosti povzročijo pritisk, katerega se težko osvobodijo. Opuščanje norm in nalog povezanih s članstvom v skupnosti je zaradi močnih socialnih vezi izredno težko. Pri opazovanju obnašanja otrok v getu sta Fernandez-Kelly in Schauflier (1996) odkrila primer vpliva negativnih norm na vedenje najstnikov, kar povzroča zapuščanje šol ter zavračanje formalne in legalne zaposlitve. Rezultat je porast kriminala in nasilja. Heller (1996) je raziskoval primer južne Indije, kjer je bila dolžina življenja najdaljša in smrtnost dojenčkov najmanjša. Pri pregledu zgodovine prikaže, kako je vlada odigrala ključno vlogo pri teh rezultatih. Oblikovala je razmere, kjer so se lahko organizirale posamezne družbene skupine in delovale v skupnem, kolektivnem interesu. Na žalost je bila država običajno v večini

primerov sovražna do tujih investicij in zagotavljanja osnovne infrastrukture, s čimer je zdravim in sposobnim državljanom onemogočila izrabo njihovega človeškega kapitala. Posledično je to seveda negativno vplivalo na razvojno uspešnost države.

Vsi primeri merjenja socialnega kapitala prikazujejo izjemno pomembnost tega koncepta. Njegov vpliv se kaže po vseh segmentih družbe in je resnično pomembna sestavina, ki je ne smemo spregledati pri proučevanju socio-kulturnih dejavnikov razvojne uspešnosti posamezne države. V nadaljevanju diplomskega dela poskušam opredeliti socialni kapital, saj v naslednjem poglavju preučujem njegov vpliv na poslovno uspešnost podjetij in s tem posledično na razvojno uspešnost celotne države.

3.6 OPREDELITEV SOCIALNEGA KAPITALA NA PODJETNIŠKI RAVNI

Moj namen je opredeliti socialni kapital in ga s tem postaviti v okvir, ki bo omogočal preučevanje njegovega vpliva na razvojno uspešnost podjetja in s tem posledično na gospodarsko uspešnost posamezne države. Njegov vpliv preučujem na treh ravneh, s čimer sovпада tudi njegova opredelitev. Socialni kapital na podjetniški ravni opredelim na organizacijski, medorganizacijski in institucionalni ravni.

a) Organizacijska raven. Socialni kapital na organizacijski ravni predstavlja relacije med posameznimi subjekti v organizaciji. Vzpostavitev odnosa je možna šele po osebnem kontaktu najmanj dveh subjektov v organizaciji. Primer so lahko relacije med zaposlenimi v podjetju.

b) Medorganizacijska raven. Socialni kapital na medorganizacijski ravni predstavlja relacije med dvema osebama iz različnih organizacij. Vzpostavitev odnosa je možna šele po osebnem kontaktu najmanj dveh subjektov, ki pripadata dvema različnima organizacijama. Primer so lahko relacije med zaposlenimi v različnih podjetjih.

c) Institucionalna raven. Socialni kapital na institucionalni ravni predstavlja relacije med organizacijo in širšim okoljem. Vzpostavitev odnosa je možna šele po osebnem kontaktu najmanj dveh subjektov, pri čemer eden od njiju pripada organizaciji in drugi širšemu institucionalnemu okolju. Primer so lahko relacije med zaposlenimi v podjetju in zaposlenimi v javnem sektorju.

Relacije med ljudmi so lahko različne, saj poznamo tako dobre kot slabe relacije, oziroma kvalitetne in manj kvalitetne. Vir kvalitetnih relacij je medsebojno zaupanje. Več kot je relacij in močnejše kot so, večji so pozitivni zunanji učinki socialnega kapitala. Pozitivni zunanji učinki se kažejo v višji razvitosti in razvojni uspešnosti podjetij in celotne države. V nadaljevanju želim izpostaviti vpliv socialnega kapitala kot dejavnika poslovne uspešnosti podjetja in s tem posledično kot dejavnika razvojne uspešnosti celotne države.

4 SOCIALNI KAPITAL KOT DEJAVNIK RAZVOJNE USPEŠNOSTI

4.1 SOCIALNI KAPITAL NA ORGANIZACIJSKI RAVNI KOT MANAGERJEVA KONKURENČNA PREDNOST

V prvem koraku preučevanja vpliva socialnega kapitala na poslovno uspešnost podjetij se osredotočim na socialni kapital med zaposlenimi v podjetju. Socialni kapital predstavlja dragocen vir informacijskih koristi, saj predstavljajo relacije informacijske kanale, ki zagotavljajo zbiranje informacij (Nahapiet, 2000, str. 134). Managerji v veliko primerih svoj socialni kapital uporabijo za nasvete o strateških odločitvah, pomoč pri izpeljavi zahtevnih in tveganih poslovnih projektov itd. S pomočjo socialnega kapitala imajo dostop do pomembnih informacij, ki jim pomagajo ali celo omogočijo učinkovito izpeljavo posla. Na osnovi tega kapitala manager prispeva k poslovni uspešnosti podjetja, krepi svoj ugled in zvišuje svojo poslovno uporabno vrednost. Socialni kapital je torej managerjeva konkurenčna prednost, saj pomeni neprecenljiv vir uporabnih informacij, ki so ključnega pomena za uspešno poslovanje podjetja (Cross, Prusak, 2002, str. 105).

Poleg informacijskih koristi managerju njegov socialni kapital nudi tudi koristi v smislu kontrole, in sicer v primeru, ko poveže dve osebi v izvedbo določenega posla. V tej situaciji lahko posameznika komunicirata le preko njega, pri čemer on vodi, kontrolira in spremlja njuno delo. To mu omogoča prepoznavanje njunih značilnosti in bogatitev lastne zaloge izkušenj (Burt, 2000, str. 260). Omenil sem že pojem strukturnih lukenj, kjer gre za območja praznega prostora med dvema mrežama relacij. Burt zagovarja tezo, da je manjša gostota omrežja nujna za pozitiven prispevek socialnega kapitala k poslovni uspešnosti podjetja (Burt, 2000). Pri tem predstavlja manager posrednika med še nepovezanimi osebami, ki stojijo vsaka na svoji strani luknje (Burt, 2000, str. 257). Omrežja bogata z strukturnimi luknjami predstavljajo tako področja poslovnih priložnosti (Burt, 2000, str. 260).

Manager mora poznati celotno sliko neformalnega omrežja relacij v svojem podjetju, saj mu to omogoča učinkovitejše vodenje in višjo poslovno uspešnost. Na žalost večina podjetij še vedno ne razume pomena neformalnih relacij. Pogosto so to podjetja s starejšim vodstvom, ki pogosto vztraja pri togih hierarhičnih organizacijskih strukturah. Neformalne relacije jim pomenijo nekaj, česar ni mogoče nadzorovati, opazovati in voditi. Njihov strah je dejansko posledica nezaupanja in nepoznavanja pomena neformalnih relacij. Kot posledica tega sledi ignoriranje neformalnih omrežij. Seveda ni nujno, da je poslovna praksa v podjetju takšne narave, saj je možno neformalno mrežo relacij znotraj podjetja ali v povezavi z drugimi podjetji sistematično razvijati. Vodstvo mora opazovati neformalno mrežo ter v njej osredotočiti svojo pozornost na ključne akterje. Na osnovi tega je možno razviti učinkovito neformalno mrežo relacij (Cross, Prusak, 2002, str. 105). Neformalne relacije pospešujejo in vodijo pretok informacij in inovacij med ljudmi ter zmanjšujejo informacijsko asimetrijo (Skidmore, 2001, str. 59).

Poznamo štiri glavne akterje v neformalni mreži relacij, katerih aktivnosti so ključne za dvig ravni produktivnosti organizacije:

a) *Centralni povezovalac*. To je oseba, ki s svojimi neformalnimi relacijami povezuje večino ljudi v socialno mrežo.

b) *Mrežni povezovalac*. Gre za osebo, ki povezuje neformalno mrežo z ostalimi deli podjetja ali s podobnimi mrežami v ostalih podjetjih. Pri tem si vzame čas za svetovanje in posredovanje informacij posameznikom iz različnih oddelkov (npr. proizvodnja, trženje, raziskave in razvoj) ali podjetij. Njegova vloga se torej kaže na organizacijski, lahko pa tudi na medorganizacijski ravni.

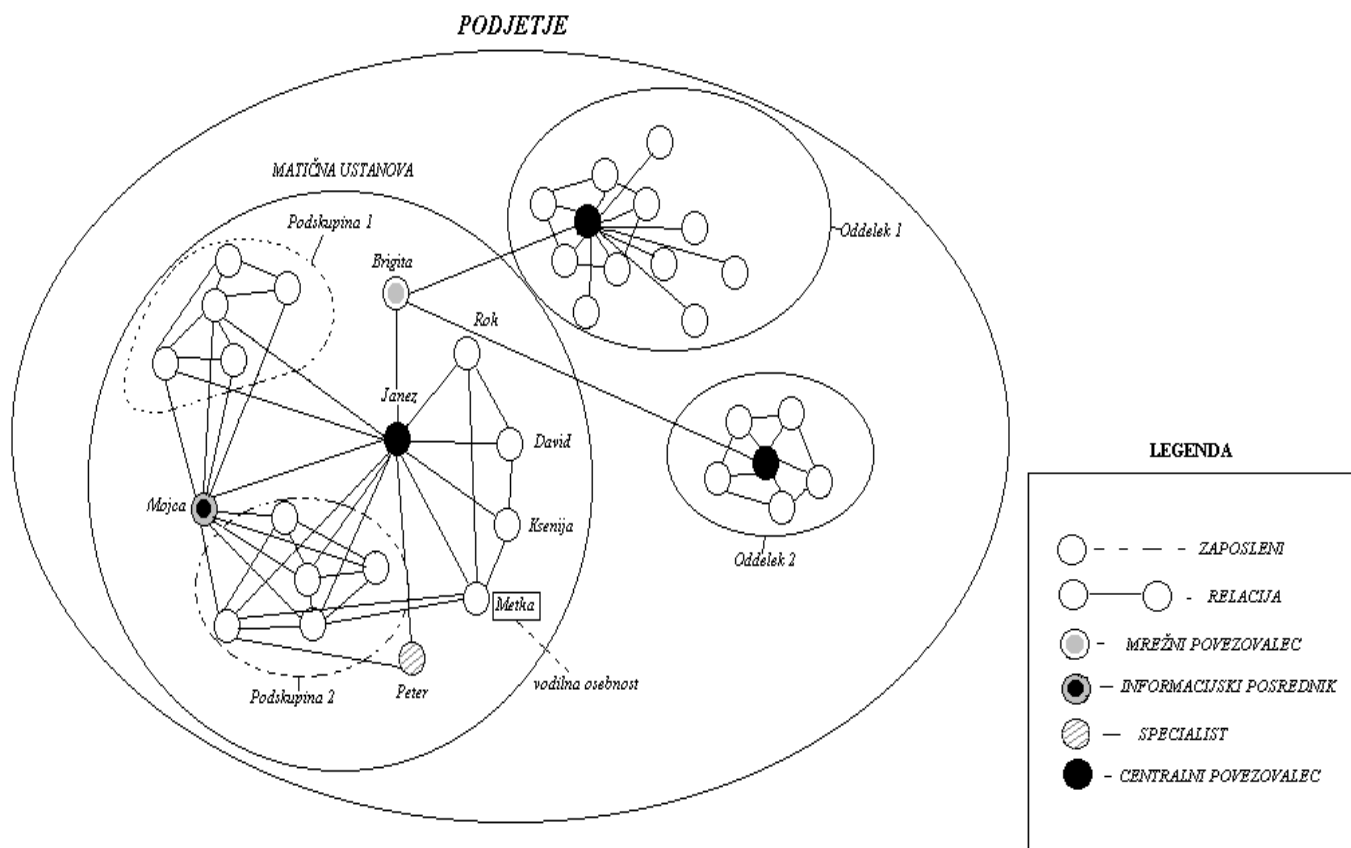
c) *Informacijski posrednik*. Oseba, ki drži različne podskupine v neformalni mreži tesno skupaj. Posreduje informacije med njimi in s tem preprečuje, da bi neformalna mreža razpadla na več manjših manj učinkovitih mrež.

d) *Specialist*. Njegova naloga je oblikovanje specifičnih strokovnih analiz, ki jih posreduje v uporabo vsem, ki rezultate potrebujejo za svoje delo.

Slika 1 prikazuje vloge zgornjih akterjev v podjetju. Kljub temu da je Metka vodilna osebnost v podjetju, ima Janez v tej mreži podjetja vlogo centralnega povezovalca, saj ima največ kontaktov z ostalimi zaposlenimi v podjetju. Gre za osebo, ki ima največjo zalogo informacij o zaposlenih in o podjetju samem. Peter ima vlogo specialista, ki posreduje strokovne poslovne analize vsem, ki te podatke nujno potrebujejo. Pri tem mu ni potrebno komunicirati z vsakim posebej, temveč strokovne analize posreduje Janezu (Cross, Prusak, 2002, str. 108). Brigitina vloga je vloga mrežnega povezovalca. Kontakte ima s centralnima povezovalcema v drugih dveh socialnih omrežjih, ki sta locirana izven matične ustanove podjetja, vendar predstavljata isto podjetje. Predstavlja vir informacij iz drugih dveh socialnih mrež (Cross, Prusak, 2002, str. 109).

Mojca predstavlja informacijskega posrednika. Povezuje dva dela neformalne mreže oz. dve podskupini v podjetju, kar je vidno na sliki 1. Informacijski posrednik nima toliko direktnih kontaktov kot centralni povezovalac, ampak je v veliko posrednih povezavah z ostalimi člani mreže. Če odstranimo Mojco, lahko mreža razpade na tri segmente, kar je z vidika učinkovitosti neformalnega omrežja slabo (Cross, Prusak, 2002, str. 111).

Slika 1: Neformalno omrežje podjetja



Vir: Cross, Prusak, 2002, str. 108.

Kljub temu da imajo ti akterji znotraj organizacije močan vpliv, so starejšemu vodstvu neformalne relacije običajno nevidne. Ne opazijo jih, saj se močno opirajo na formalne strukture poročanja o managerjih in drugih zaposlenih. Gre za nerazumevanje socialnega kapitala med ljudmi, kar je še posebej značilno za velike globalne korporacije. Problem postane še večji, ker se znotraj organizacije pojavlja veliko neformalnih relacij. Prvi korak pri vodenju neformalnih mrež je določiti socialno mrežo oz. jo definirati. To se opravi s pomočjo analize socialne mreže, kjer gre za uporabo grafičnega orodja, ki izriše odnose med posamezniki v organizaciji. Tako identificiramo in preučimo odnose v celotnem omrežju.

Zaposleni imajo pogosto težave pri pridobivanju ključnih podatkov iz določene poslovne enote. To je po vsej verjetnosti posledica kopičenja zalog informacij pri enem izmed centralnih povezovalcev v mreži. Če je poslovna enota močno izolirana od ostalih delov podjetja, obstaja možnost, da mrežni povezovalci ne komunicirajo s pravimi osebami zunaj skupine. Če strokovne tehnično-poslovne analize izostajajo, je potrebno specialiste neposredneje vključiti v socialno mrežo (Cross, Prusak, 2002, str. 106). Če ima podjetje

težave s koordinacijo in vodenjem, je lahko vzrok v neučinkovitosti informacijskih posrednikov, katerih naloga je povezava in komunikacija s posameznimi podskupinami v podjetju.

Managerji morajo natančno poznati mrežo in učinkovito voditi relacije, da se izognejo zgoraj opisanim težavam. Oblikovati morajo močno in učinkovito mrežo relacij znotraj podjetja, pri čemer je potrebno zgladiti nasprotujoče si interese visoko motiviranih posameznikov in jih postaviti v enoten okvir, ki bo omogočal poslovno uspešnost podjetja (Rus, 1999, str. 88). Potrebno je tudi investiranje v nastanek novih in ohranjanje starih relacij v podjetju. Poleg strokovno-družabnih srečanj zaposlenih lahko z učinkovito uporabo video konferenc in interneta pozitivno vplivamo na razvoj in ohranjanje relacij med zaposlenimi v podjetju (Lesser, 2000, str. 15).

Ugotavljam, da ima socialni kapital na organizacijski ravni neposreden vpliv na poslovno uspešnost podjetja. Managerji pridobivajo skozi svoje neformalne relacije, ki so sestavni del omrežij, pomembne informacije, ki jim omogočajo sprejemanje učinkovitih poslovnih odločitev. Pomemben prispevek k učinkovitemu delu managerjev in uspešnosti podjetja predstavljata analiza in učinkovito upravljanje neformalnih relacij. Informacije se tako pridobivajo od pravega vira in v krajšem času, kar posledično pomeni zmanjševanje transakcijskih stroškov in učinkovitejše poslovanje podjetja. Pomembna je tudi kvaliteta relacij, pri čemer je zaupanje vir kvalitetnih relacij med zaposlenimi v podjetju. Večja kot je raven zaupanja, kvalitetnejše so relacije med njimi. Kvalitetnejše kot so relacije v podjetju in več kot jih je, hitrejši in učinkovitejši je pretok informacij med zaposlenimi, manjši so transakcijski stroški in višja je raven medsebojnega sodelovanja. Socialni kapital med zaposlenimi v podjetju neposredno vpliva na učinkovitost odločanja in na poslovno uspešnost podjetja ter s tem posledično na razvojno uspešnost države.

4.2 SOCIALNI KAPITAL NA MEDORGANIZACIJSKI RAVNI KOT DEJAVNIK SODELOVANJA MED POSLOVNIMI PARTNERJI

V skladu s svojo opredelitvijo se v nadaljevanju osredotočam na socialni kapital med zaposlenimi v različnih podjetjih. Dejansko govorim o mrežnih povezovalcih v podjetjih, ki v tem primeru vzpostavljajo relacije z ostalimi podjetji. Medsebojno zaupanje je vir socialnega kapitala med poslovnimi partnerji. Višja kot je stopnja medsebojnega zaupanja med poslovnimi partnerji, večje je število relacij med njimi in kvalitetnejše so. Višja raven socialnega kapitala na medorganizacijski ravni vpliva na višjo raven sodelovanja med podjetji, zato predstavlja ključ do poslovne uspešnosti podjetja.

V današnjem času smo priča vse večjemu številu strateških partnerstev in skupnih vlaganj (Lesser, 2000). Podjetja poskušajo oblikovati medsebojne relacije, na osnovi katerih bi zmanjšala tveganje in si s tem zagotovila stabilen dostop do ključnih virov za uspešno poslovanje. Specifična značilnost relacij med podjetji je torej zagotavljanje dostopa do virov,

ki jih je na trgu težko pridobiti, saj njihova pridobitev vključuje bodisi visoke stroške bodisi preveliko negotovost. Pri tem je pomembno, da je podjetje sposobno oblikovati mrežo relacij z ostalimi podjetji oziroma prepričati in motivirati bodoče partnerje o obojestranskih koristih po vzpostavitvi medsebojnih relacij (Rus, 1999, str. 87-88).

Pomembnost socialnega kapitala na medorganizacijski ravni potrjujejo rezultati najnovejše študije ekonomske rasti med malimi in srednje velikimi podjetji v jugovzhodni Evropi (Rus, 2001, str. 142). V študiji je poslovna uspešnost podjetij omejena na področje rasti majhnih in srednje velikih podjetij, pri čemer velja, da bodo ta podjetja rasla le, če bodo ovire rasti odstranjene. Avtor študije Rus (2001) se osredotoča predvsem na družbene ovire rasti podjetniškega sektorja. Študija primerja podatke treh držav jugovzhodne Evrope (BiH, Makedonija, Slovenija). Vir podatkov predstavlja 794 naključno izbranih majhnih in srednje velikih podjetij iz omenjenih treh držav. Zastopani so vsi gospodarski sektorji razen kmetijstva, in sicer podjetja, ki imajo od 2 do 250 zaposlenih (Rus, 2001, str. 145). Omenjeno študijo bolj podrobno prikažem v nadaljevanju diplomskega dela.

Tabela 2: Poslovno okolje v Sloveniji, BiH in Makedoniji v letu 2000

		Slovenija %	BiH %	Makedonija %
<i>Ali je konkurenca poštena?</i>	<i>da</i>	59.1	31.2	42.3
<i>Ali je podjetje odvisno od dolgoročnih partnerjev?</i>	<i>da, najmanj 1 dolgoročni partner</i>	74.3	36.1	37.6
	<i>ne, partnerje moraš menjavati</i>	12.1	55.2	57.6
	<i>ne, bolj si odvisen od kratkoročnih partnerjev</i>	13.6	8.7	4.8
<i>Ali zaupaš svojim partnerjem?</i>	<i>ne ali zelo malo</i>	1.0	8.3	7.1
	<i>delno</i>	15.8	24.8	19.3
	<i>dosti ali celotno</i>	83.1	67.0	73.5

Vir: Rus, 2001, str. 146.

Tabela 2 prikazuje, da skoraj 60 % slovenskih podjetnikov meni, da poslujejo v poštenem konkurenčnem okolju, kjer lahko razvijajo dolgoročna poslovna razmerja z enim ali več partnerji. Dobrih 74 % jih meni, da so dolgoročna sodelovanja ključ do poslovnega uspeha, saj so pripravljeni zaupati svojim poslovnim partnerjem. Mnenje bosanskih in makedonskih podjetnikov je v primerjavi s slovenskimi dosti slabše, saj v teh državah podjetniki delujejo v

manj stabilnem okolju, menjava poslovnih partnerjev je pogostejša, zato z njimi vzdržujejo nižje ravni socialnega kapitala kot njihovi kolegi v Sloveniji (Rus, 2001, str. 145-146). Medsebojno zaupanje med poslovnimi partnerji je v Sloveniji na višji ravni kot v ostalih dveh državah.

V primeru merjenja medsebojnega zaupanja na osnovi dejanske moči relacij med poslovnimi partnerji kažejo rezultati močno povezavo med rastjo podjetja in bližino oz. močjo relacije. V Sloveniji je na primer dobrih 64 % podjetij takšnih, ki imajo s poslovnimi partnerji močne relacije in hkrati rastejo, v BiH je takšnih skoraj 44 % in v Makedoniji natanko 65 %. V vseh treh državah je odstotek podjetij, ki rastejo in imajo hkrati močne relacije, večji kot odstotka podjetij, ki kljub močnim relacijam stagnirajo ali nazadujejo. To nam lepo prikazuje tabela 3.

Tabela 3: Odstotek podjetij z močnimi relacijami do poslovnih partnerjev v Sloveniji, BiH in Makedoniji v letu 2000

<i>država</i> \ <i>rast podjetja</i>	nazadujoča %	stagnantna %	rastoča %
<i>Slovenija</i>	31.6	48.4	64.2
<i>BiH</i>	35.8	33.3	43.5
<i>Makedonija</i>	53.1	60.8	65.0

**Opomba: Odstotki so izračunani za vsako kategorijo posebej in se ne seštevajo do 100 %. Vsaka celica ima torej svojo najvišjo možno vrednost, ki je enaka 100 %. V Sloveniji je 64,2 % podjetij, ki imajo močne relacije in hkrati rastejo, ter preostali delež 35,8 % rastočih podjetij, ki nimajo močnih povezav.*

Vir: Rus, 2001, str. 147.

Na rast podjetij vpliva bližina relacij med poslovnimi partnerji, ki je rezultat časa, ki ga poslovneži preživijo skupaj v formalnem kontekstu poslovnih pogajanj, poslovnih večerij in zabav, kar se vse odraža v globljih relacijah med ljudmi. Medsebojno zaupanje je vir socialnega kapitala oziroma merilo za bližino odnosov, ki dobro pojasnjuje rast podjetij. Višja kot je raven medsebojnega zaupanja med podjetji, tesnejši so odnosi med njimi in višja je njihova rast. Zaključimo lahko, da socialni kapital pozitivno vpliva na rast podjetij.

Razvoj malih in srednje velikih podjetij je v veliki meri odvisen od njihovega medsebojnega sodelovanja in sodelovanja z večjimi podjetji. Vstop v mrežo večjih proizvajalcev jim omogoča povezavo lastne rasti z rastjo večjega podjetja. Podizvajalski posli in uporaba virov drugega podjetja sta indikatorja ravni sodelovanja med neodvisnimi podjetji. Za podizvajanje gre v primeru, ko določeno delo posredujemo drugemu podjetju, ki to delo opravi in za to prejme plačilo podjetja, ki mu je delo posredovalo. Uporaba virov drugega podjetja prikazuje, v kolikšni meri se podjetja zanašajo na druga podjetja pri izdelavi izdelka in izpolnitvi naročil. Gre za način sodelovanja, ki hitro rastočim podjetjem omogoča pospeševanje rasti brez visokih stroškov kapitala. V primeru uporabe virov drugega podjetja morajo biti odnosi med podjetjema na visoki ravni, saj le v tem primeru podjetje posreduje v uporabo svoje vire. To je zahtevnejša oblika sodelovanja, saj je v eno transakcijo vključenih več strank – upravljamo namreč z viri, ki niso naša last. V primerjavi s podizvajanjem zahteva torej

uporaba virov drugega podjetja višjo raven medsebojnega zaupanja in posledično socialnega kapitala (Rus, 2001, str. 149-150).

Tabela 4: Vključenost podjetij v medsebojno sodelovanje po posameznih državah v letu 2000

<i>način sodelovanja</i> \ <i>država</i>	Slovenija %	BiH %	Makedonija %
<i>Podjetje kot podizvajalec</i>	47.4	24.5	46.0
<i>Podjetje kot uporabnik virov drugega podjetja</i>	47.1	32.5	25.2

**Opomba: Odstotki se ne seštevajo do 100 % in pomenijo odgovor (da) na vsako vprašanje podjetju o vrsti njegovega sodelovanja. V Sloveniji je 47,4 % podjetij, ki so pritrdilno odgovorila na vprašanje o tem, ali so vključena v podizvajalske posle. Preostali delež 52,6 % predstavlja podjetja, ki omenjenega načina sodelovanja ne prakticirajo.*

Vir: Rus, 2001, str. 149.

Tabela 4 prikazuje, da je skoraj polovica slovenskih in makedonskih podjetij vključenih v podizvajalske posle, medtem ko je v Bosni takšnih le četrtina (Rus, 2001, str. 148). Drugi del tabele 4 prikazuje, da je delež slovenskih podjetij, ki se zanašajo na vire v drugih podjetjih 47-odstoten, kar kaže, da je v Sloveniji ta oblika sodelovanja močnejše zastopana kot v ostalih dveh državah. Iz tabele 5 je razvidno, da kar 22,7 % slovenskih podjetij ustvari v povprečju med 26 % in 50 % prometa na osnovi tega sodelovanja in le 10,5 % takšnih podjetij je makedonskih.

Tabela 5: Odstotek podjetij, ki so vključeni kot podizvajalci ali uporabniki virov drugih podjetij v letu 2000

<i>način sodelovanja</i> \ <i>država</i>		Slovenija %	BiH %	Makedonija %
<i>Podizvajanje kot % prometa</i>	<i>manj kot 25%</i>	57.7	61.5	53.4
	<i>25%-50%</i>	17.5	16.9	23.7
	<i>51%-99%</i>	15.5	10.8	18.3
	<i>100%</i>	9.3	10.8	4.6
<i>Uporaba virov drugega podjetja kot % prometa</i>	<i>manj kot 25%</i>	69.1	80.2	84.2
	<i>26%-50%</i>	22.7	18.5	10.5
	<i>51%-99%</i>	8.2	1.2	5.3

**Opomba: V vsakem stolpcu, ki predstavlja način sodelovanja po državah, se odstotki seštevajo do 100 %. Na osnovi podizvajanja v Sloveniji 57,7 % podjetij ustvari manj kot 25 % prometa, preostalih 42,3 % podjetij pa od 25 % do 100 %.*

Vir: Rus, 2001, str. 150.

Zakaj ima Makedonija v primerjavi s Slovenijo skoraj enak odstotek primerov podizvajanja podjetij? Odpor do dolgoročnega poslovnega sodelovanja ter pomanjkanje zaupanja v poslovne partnerje kaže, da je podizvajanje bolj nujna in prisiljena strategija kot pa želeni

način sodelovanja. Visoka stopnja obeh vrst sodelovanja pomeni večjo stopnjo poslovnega tveganja. Preživetje podjetij je odvisno od potrošnikov in dobaviteljev, ki pa so običajno druga majhna in srednje velika podjetja. Kot že rečeno, imajo makedonska podjetja približno podobno raven podizvajanja, vendar dosti manjšo raven uporabe virov drugih podjetij. Uporaba virov drugega podjetja je zahtevnejši način sodelovanja, za katerega je potrebna visoka raven zaupanja med poslovnimi partnerji, ki pa ga v Makedoniji primanjkuje. Odpor do dela z ljudmi, ki jim ne zaupajo, je viden iz dejstva, da se izogibajo načinu sodelovanja, kjer gre za uporabo virov drugih podjetij, saj to vnaša nove odnose v tvegano okolje (Rus, 2001, str. 150).

Podatki iz tabele 2, ki prikazujejo višjo raven zaupanja med poslovnimi partnerji v Sloveniji kot v BiH in Makedoniji, sovpadajo z dejstvom, da ima Slovenija večjo stopnjo sodelovanja, in sicer predvsem uporabe virov drugih podjetij, v primerjavi z ostalima dvema državama, kar je razvidno iz tabel 4 in 5. Sodelovanje med podjetji je odvisno od njihovega medsebojnega zaupanja, ki je vir kakovostnih medsebojnih relacij. Višja kot je raven medsebojnega zaupanja, višja je raven sodelovanja, kar pomeni tudi močnejše oz. bližje relacije, ki glede na podatke iz tabele 3, pozitivno vplivajo na rast podjetij. Sodelovanje med podjetji je torej odvisno od socialnega kapitala.

Ob koncu ugotavljam, da dobri in pošteni odnosi med poslovnimi partnerji pomenijo kvalitetne in močne relacije, katerih vir je medsebojno zaupanje. Višja kot je raven medsebojnega zaupanja med poslovnimi partnerji, kvalitetnejše so relacije med njimi. Kvalitetnejše kot so relacije med podjetji in več kot jih je, večji so pozitivni učinki socialnega kapitala na poslovno uspešnost podjetja in s tem na razvojno uspešnost države. Višja kot je raven socialnega kapitala med podjetji, višja je stopnja njihovega medsebojnega sodelovanja, hitrejši in učinkovitejši je pretok informacij ter manjši so transakcijski stroški. Socialni kapital med podjetji torej močno vpliva na rast podjetniškega sektorja in s tem posledično na razvojno uspešnost celotne države.

4.3 SOCIALNI KAPITAL NA INSTITUCIONALNI RAVNI KOT DEJAVNIK POSLOVNEGA USPEHA

V tem primeru izpostavljam institucionalni vidik socialnega kapitala, pri čemer se osredotočam na relacije med državo in podjetji. Te se oblikujejo glede na pravila, ki jih predstavlja institucionalni okvir države. Institucije so torej vodilo v interakcijah med ljudmi. V ekonomskem žargonu lahko rečemo, da institucije določajo in omejujejo nabor posameznikovih možnosti. Institucionalna omejitev posamezniku prepoveduje oziroma mu določa dejavnosti in pogoje, pod katerimi se njene aktivnosti lahko izvajajo. Pri tem ločimo formalne institucionalne omejitve (npr. zakoni) in neformalne (npr. norme). Država je institucija, ki določa pravila igre na svojem trgu, na katerem so igralci posamezna podjetja. S svojimi omejitvami torej država vpliva na poslovanje podjetij (North, 1998, str. 9-11).

Sinergija med državo in podjetji je lahko katalizator razvojne uspešnosti podjetij (Evans, 1996, str. 1119). Pomembno vlogo v razvoju so te relacije odigrale v vzhodni Aziji pri preoblikovanju nizko produktivnega kmetijsko intenzivnega gospodarstva v eno izmed najhitreje industrijsko rastočih gospodarstev na svetu. Šlo naj bi za gosta omrežja relacij, ki so povezovala javne ustanove in privatni sektor. Oblikovala so se različna skupna poslovno-državna vlaganja, vmesne organizacije med državo in podjetji ter neformalna politična omrežja, ki so zagotovila veliko rast podjetniškega sektorja. Pri tem niso bile pomembne samo relacije med podjetniki in lokalnimi uradniki temveč tudi splet njihovih relacij, ki je omogočal dostop do centralnega državnega aparata in pridobitev različnih kreditnih sredstev ter virov (Evans, 1996, str. 1122).

Države razvijajo široka institucionalna omrežja v podporo razvoju podjetniškega sektorja. Gosto omrežje institucij v podporo razvoju povečuje raven socialnega kapitala v celotnem podjetniškem sektorju, saj vsebuje zalogo podjetniških idej in priložnosti. Lokalni uradniki oz. zaposleni v teh institucijah naj bi bili dnevno v stiku s podjetniki, pri čemer naj bi opravljali vlogo posrednikov uporabnih informacij in novosti. Poskušali naj bi medsebojno povezovati različne podjetnike s komplementarnimi idejami, kar bi pripomoglo k tesnejšemu sodelovanju. Podatki v tabeli 6 so rezultat ankete, na osnovi katere ocenjujemo, v kakšnem obsegu so posamezne institucije vključene v poslovanje podjetij v Sloveniji, BiH in Makedoniji. Tabela je oblikovana na podlagi vprašanj podjetnikom, ki zadevajo naslednje teme: s kom komunicirajo o zaupnih poslovnih zadevah, kdo je vir koristnih informacij, kdo jim daje koristne namige o poslovnih priložnostih in kdo bi jim pomagal v težavah (Rus, 2001, str. 159).

Podatki v omenjeni tabeli kažejo, da so lokalni in regionalni centri za podjetništvo bolj ali manj izolirani od podjetnikov. V svojih odgovorih slovenski podjetniki izmed skupno 964 različnih kontaktov niso omenili nikogar iz lokalnih centrov in samo dve osebi iz regionalnega centra za razvoj podjetništva. Podoben je tudi rezultat pri bosanskih podjetnikih, kjer je 11 izmed 1907 kontaktov pripadlo lokalnim podjetniškim institucijam, v Makedoniji pa je bilo takšnih 6 izmed 1479. Zanimivo je, da so imeli podjetniki več stikov z državnimi politikami kot pa z uradniki v lokalnih in regionalnih centrih za razvoj podjetništva.

Tabela 6: Število kontaktov podjetnikov z različnimi subjekti v okolju v Sloveniji, BiH in Makedoniji v letu 2000

	Slovenija	BiH	Makedonija	Skupaj
<i>Družina</i>	178	362	134	674
%	18.5	19.0	9.1	15.5
<i>Lastniki podjetij</i>	240	339	402	987
%	24.9	17.8	27.2	22.6
<i>Poslovni partnerji</i>	283	541	408	1232
%	29.4	28.4	27.6	28.3
<i>Zaposleni</i>	190	405	314	909
%	19.7	21.2	21.2	20.9
<i>Politiki</i>	15	75	63	153
%	1.5	3.9	4.3	3.5
<i>Ministrstvo za gospodarstvo</i>	0	11	22	33
%	0	0.6	1.5	0.8
<i>Ministrstvo za podjetništvo</i>	0	4	14	18
%	0	0.2	0.9	0.4
<i>Gospodarska zbornica</i>	7	9	24	40
%	0.9	0.5	1.6	0.9
<i>Lokalni center za podjetništvo</i>	0	11	6	17
%	0	0.6	0.4	0.4
<i>Regionalni center za podjetništvo</i>	2	7	8	17
%	0.2	0.4	0.5	0.4
<i>Lokalna vlada</i>	18	53	28	99
%	1.9	2.8	1.9	2.3
<i>Finančne institucije</i>	13	46	32	91
%	1.3	2.4	2.2	2.1
<i>Inštituti ali univerze</i>	18	44	24	86
%	1.9	2.3	1.6	2.0
Skupaj	964	1907	1479	4582
%	100	100	100	100

Vir: Rus, 2001, str. 160.

Glede na omenjene podatke iz zgornje tabele lahko z gotovostjo trdimo, da institucionalno omrežje, ki je oblikovano za pomoč razvoju majhnih in srednje velikih podjetij, v vseh treh državah slabo opravlja svojo nalogo. V institucijah, katerih osnovni namen je spodbujanje razvoja, bi moral biti glavni cilj uslužbencev osebno poznanstvo s podjetniki. Njihov cilj bi moral biti doseganje medsebojnega zaupanja, ki je vir kvalitetnih medsebojnih odnosov, saj je to temelj kasnejšega medsebojnega sodelovanja in sodelovanja z drugimi podjetniki. Gostota

institucij sama po sebi ne pomeni učinkovite podpore razvoju podjetij. Pomanjkanje učinkovite predvsem lokalne institucionalne podpore predstavlja resno oviro za rast podjetniškega sektorja.

Tabela 7 prikazuje mnenja podjetnikov o prisotnosti institucionalnih ovir za razvoj podjetij. Večina jih še vedno meni, da je pomanjkanje podpore s strani države glavna ovira razvoju. Najmanjši odstotek podjetnikov je takšnega mnenja v Sloveniji (Rus, 2001, str. 161). V Bosni največja ovira razvoju ni država, temveč pomanjkanje medsebojnega zaupanja. Ker je tako vir socialnega kapitala izredno majhen, je tudi poslovna uspešnost podjetij izredno nizka. Gre za državo, v kateri podjetniki izražajo največje nezadovoljstvo z ravniyo podpore s strani javnega in privatnega sektorja. To mnenje je rezultat obsežne pomoči s strani drugih držav in posledično obsežne institucionalne podpore podjetniškemu sektorju, kar je povzročilo visoka pričakovanja o pomoči državnih institucij (Rus, 2001, str. 162). Glavni cilj vsakega podjetja tako postane pridobiti čim več sredstev iz naslova različnih programov pomoči, zato konkurenca podjetij v pridobivanju pomoči povzroči medsebojno nesodelovanje. Takšno obnašanje ustvari pomanjkanje zaupanja in s tem odsotnost kvalitetnih odnosov, kar predstavlja oviro za rast podjetniškega sektorja. Institucionalna podpora sama po sebi namreč ne zagotavlja socialnega kapitala (Rus, 2001, str. 163).

Tabela 7: Institucionalne ovire za razvoj majhnih in srednje velikih podjetij v Sloveniji, BiH in Makedoniji v letu 2000

Institucionalne ovire	Slovenija %	BiH %	Makedonija %
<i>Pomanjkanje državne podpore</i>	47.1	59.9	66.1
<i>Pomanjkanje podpore lokalnih oblasti</i>	35.8	59.6	38.9
<i>Pomanjkanje podpore gospodarske zbornice</i>	35.5	48.6	44.6
<i>Pomanjkanje podpore poslovnih združenj</i>	30.5	46.1	35.5
<i>Pomanjkanje zaupanja v gospodarstvu</i>	30.2	63.5	53.3
<i>Pomanjkanje vezi s tujimi partnerji</i>	23.3	40.6	37.7
<i>Pomanjkanje svetovalnih storitev</i>	24.0	28.1	26.3
<i>Pomanjkanje podpore družine in prijateljev</i>	10.8	17.9	18.6

**Opomba: Odstotki so izračunani za vsako kategorijo posebej in se ne seštevajo do 100 %. Celica nam pove odstotek podjetij, ki so potrdila prisotnost institucionalne ovire za razvoj. V Sloveniji 47,1 % podjetij meni, da je prisotno pomanjkanje državne podpore, preostalih 52,9 % podjetij omenjeno trditev zanika.*

Vir: Rus, 2001, str. 162.

Pretirano investiranje v gradnjo institucionalnega omrežja je lahko tako vsaj deloma zgrešeno. Prevelik poudarek na gostoti in podpori in premajhen poudarek na kvaliteti relacij institucionalnega omrežja lahko pripelje do njegove neučinkovitosti. V takšnem primeru institucije namesto spodbude onemogočijo formiranje kvalitetnih relacij med podjetniki in državo (Rus, 2001, str. 164).

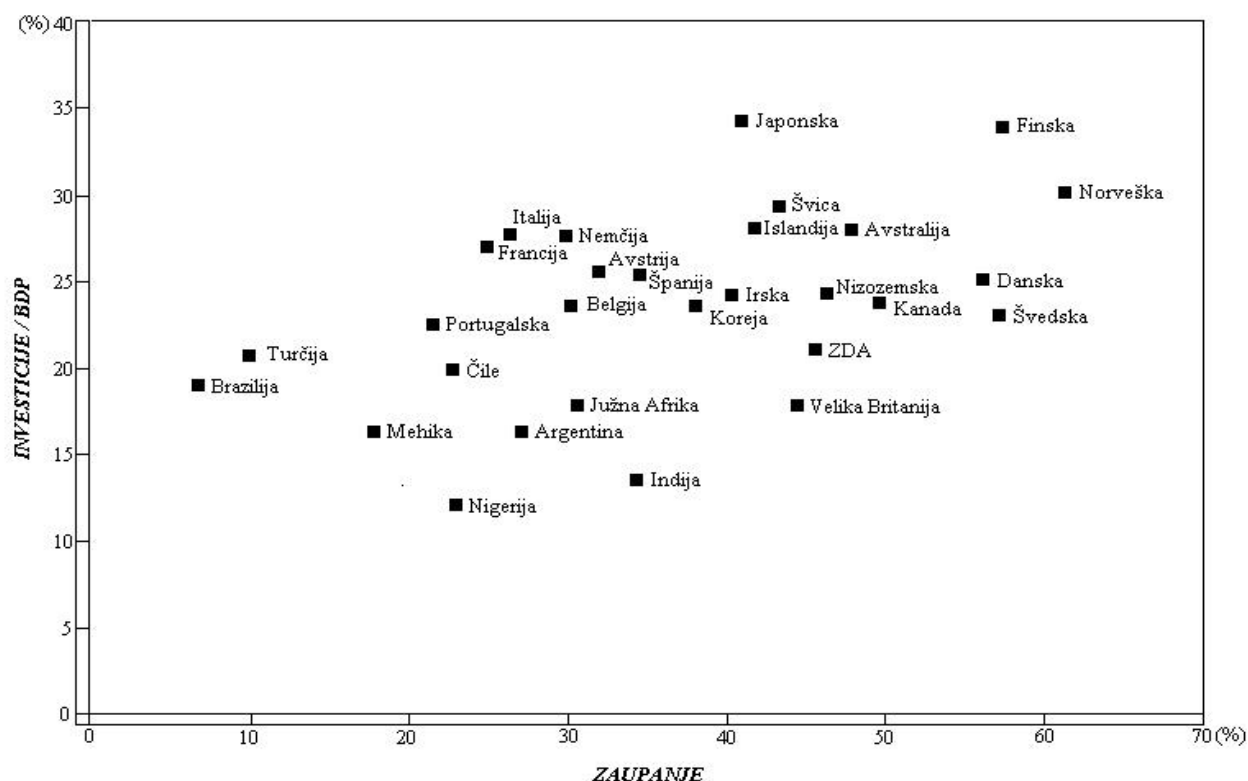
Zaključujem z ugotovitvijo, da pomeni učinkovita institucionalna podpora v gospodarstvu kvalitetne relacije med podjetniki in državo. Izgradnja gostega institucionalnega omrežja sama še ne zagotavlja visoke ravni socialnega kapitala. Večja kot je raven zaupanja podjetnikov v državo, kvalitetnejše so lahko relacije med njimi. Kvalitetnejše kot so te relacije in več kot jih je, večji so pozitivni učinki socialnega kapitala. Pretok informacij med podjetji in državo je hitrejši in učinkovitejši, manjši so transakcijski stroški in večja je raven sodelovanja, kar pozitivno vpliva na poslovno uspešnost podjetij in na razvojno uspešnost države. Socialni kapital med podjetji in državo torej močno vpliva na poslovno uspešnost podjetniškega sektorja in s tem na razvojno uspešnost celotne države.

V literaturi se pojavljajo številne študije, ki potrjujejo našo ugotovitev, da je socialni kapital na institucionalni ravni pomemben dejavnik podjetniške in s tem narodnogospodarske uspešnosti. Dokaz za to je raziskava neposrednega vpliva socialnega kapitala na gospodarsko rast (Knack, Keefer, 1997). V svoji statistični analizi avtorja kot odvisno spremenljivko določita delež investicij v BDP. Nato vključita šest vrst neodvisnih spremenljivk, med katerimi je tudi zaupanje na ravni sistema. Avtorja sta ugotovila, da če pod pojmom socialni kapital razumemo zaupanje, socialni kapital vpliva na delež investicij v BDP in s tem na gospodarsko rast ter razvoj države. Če ima zaupanje na ravni sistema znotraj države majhno variacijo, največje razlike se pojavljajo med državami, je v tem primeru lahko uporaben faktor pojasnjevanja gospodarske rasti in razvoja države (Rus, 2001, str. 153).

Kako vpliva zaupanje na gospodarsko aktivnost države? Dejansko je vsaka ekonomska transakcija na nek način povezana z elementom zaupanja (Knack, Keefer, 1997, str. 1252). Družbe, katerih značilnost je visoka raven zaupanja, so manj odvisne od formalnih institucij pri spodbujanju in izvajanju sporazumov. Izjave centralne banke o ohranitvi višine obrestnih mer in sporočila ministrstva o zvišanju davkov imajo večjo kredibilnost v državi, ki izkazuje višjo raven zaupanja. Ta namreč pomeni močne nagibe k inovacijski dejavnosti in akumulaciji fizičnega kapitala, hkrati pa ustvarja tudi visok donos človeškega kapitala, saj zaupanje izboljša dostop do kreditnih sredstev namenjenih šolanju (Knack, Keefer, 1997, str. 1253). Zaupanje vpliva na gospodarsko aktivnost tudi posredno, skozi politične kanale. S svojim vplivom lahko izboljša učinkovitost ekonomskih politik in delovanje vlade, saj vpliva na raven in značaj politične participacije (Knack, Keefer, 1997, str. 1254). Kako sta avtorja merila zaupanje na ravni sistema? Vrednosti neodvisne spremenljivke zaupanja sta določila z odstotkom ljudi, ki so na vprašanje o tem, ali lahko zaupamo večini ljudi, odgovorili pritrdilno (Knack, Keefer, 1997, str. 1256).

Rezultati njune empirične analize so prikazali statistično značilen parcialni regresijski koeficient neodvisne spremenljivke zaupanja. Zanimiv je sledeči grafikon, ki nam lepo prikazuje povezavo med odvisno spremenljivko delež investicij v BDP in njeno pojasnjevalno spremenljivko zaupanje, in sicer v obdobju od leta 1960 do 1992, na primeru vzorca 29 držav. Na sliki 2 se lepo vidi pozitivna povezava med deležem investicij v BDP in zaupanjem (Knack, Keefer, 1997, str. 1268).

Slika 2: Odvisnost deleža investicij v BDP od zaupanja v obdobju od leta 1960 do 1992 v 29 državah sveta



Vir: Knack, Keefer, 1997, str. 1268.

Avtorja menita, da je vpliv zaupanja na delež investicij v BDP in s tem na gospodarsko rast močnejši v revnejših državah, kjer so pogodbeni posli s strani države slabo nadzorovani in spodbujani ter kjer je omejeni dostop do formalnih kreditnih virov slabo razvit finančni sektor. Na drugi strani pa velja dejstvo, da v razvitih državah večja specializacija povečuje število transakcij in/ali odnosov med osebami, zato naj bi tam zaupanje zmanjšalo transakcijske stroške v večjem obsegu kot v manj razvitih državah (Knack, Keefer, 1997, str. 1260).

Ugotavljam, da socialni kapital kot oblika zaupanja vpliva na investicijsko aktivnost oziroma na razvojno uspešnost države. Vpliva na dvig ravni sodelovanja v družbi in zmanjšuje transakcijske stroške. Na temelju zgornjih raziskav lahko zaključim, da socialni kapital med podjetji in državo vpliva na razvojno uspešnost države, in sicer tako posredno, preko vpliva na poslovno uspešnost podjetij, kot tudi neposredno, z vplivom na delež investicij v BDP, in s tem na gospodarsko rast ter razvoj države. Socialni kapital je zato pomemben dejavnik poslovne uspešnosti podjetja in razvojne uspešnosti države.

5) SKLEP

V literaturi poznamo ekonomske dejavnike in sociološko-kulturne dejavnike razvojne uspešnosti. V diplomskem delu opredelim različne sociološko-kulturne dejavnike razvojne uspešnosti, pri čemer se osredotočim predvsem na socialni kapital. Socialni kapital je povezan z vsemi sociološko-kulturnimi dejavniki razvojne uspešnosti, je eden izmed njih in se pojavlja v ozadju vseh, zato je po mojem mnenju eden najpomembnejših socio-kulturnih dejavnikov, saj njegova odsotnost povzroča tudi manjšo učinkovitost vseh ostalih socio-kulturnih dejavnikov. Zaradi njegove aktualnosti, vpliva na razvojno uspešnost in dejstva, da je povezan z vsemi ostalimi socio-kulturnimi dejavniki, natančneje predstavim njegov teoretično-konceptualni okvir.

Socialni kapital predstavlja izredno širok pojem. Avtorji pri njegovi opredelitvi poudarjajo različne vire, zato posledično obstaja veliko število zelo različnih opredelitev. To povzroča zmedo v preučevanju te vrste kapitala. K temu dodatno pripomore tudi njegova abstraktnost, oziroma neoprijemljivost, ki povzroča številne težave tudi pri njegovem merjenju. Študije o merjenju socialnega kapitala lahko razvrstimo v tri skupine, in sicer v: kvantitativne, komparativne in kvalitativne. Ugotovili smo, da so glavni viri socialnega kapitala mreže, norme, prepričanja, formalna pravila in zaupanje. Pokazali smo, da je vpliv socialnega kapitala v družbi lahko pozitiven ali negativen, pri čemer razmerje med pozitivnimi in negativnimi zunanjimi učinki določa, kakšen bo vpliv socialnega kapitala na družbo. Na osnovi socialnega kapitala lahko učinkoviteje izrabljamo vse ostale vrste kapitala.

V tretjem poglavju opredelim socialni kapital s podjetniškega vidika, kot relacije na organizacijski, medorganizacijski in institucionalni ravni. V nadaljevanju se osredotočim na ugotavljanje njegovega vpliva na poslovno uspešnost podjetij. Analizo vpliva socialnega kapitala na poslovno uspešnost podjetij in s tem na razvojno uspešnost celotne države oblikujem skozi postopni prehod z mikro ravni gospodarstva na makro raven, pri čemer sledim njegovi opredelitvi na organizacijski, medorganizacijski in institucionalni ravni.

V podjetju, kjer je prisotna bodisi prekomerna mera strahu zaposlenih glede morebitne izgube službe bodisi prekomerna stopnja tekmovalnosti, ni mogoče ustvariti kvalitetnih relacij med zaposlenimi. V takšnem podjetju je prisotna nizka raven zaupanja, kar je vzrok majhnega števila kvalitetnih relacij. Posledice so neučinkovit in počasen pretok informacij, nizka raven sodelovanja med zaposlenimi in visoki transakcijski stroški. Poslovanje takšnega podjetja je neuspešno, saj je delovna klima znotraj podjetja neugodna. Analiza vpliva socialnega kapitala na poslovno uspešnost podjetja opozarja, da se je potrebno vrniti k delu z ljudmi ter k ustvarjanju delovnega okolja, ki bo omogočalo kvalitetne odnose med zaposlenimi.

Od relacij je odvisno tudi sodelovanje med podjetji. V primeru poštenega konkurenčnega boja je zaupanje med podjetji na višji ravni, kar omogoča kvalitetne medsebojne odnose in večjo željo po sodelovanju. Kvalitetne relacije med podjetji pomenijo hitrejši in učinkovitejši pretok

informacij, manjše transakcijske stroške in višjo raven sodelovanja. Medsebojno sodelovanje podjetjem omogoča poslovanje z nižjimi stroški, pridobitev novih znanj, kar nedvomno vpliva na njihovo poslovno uspešnost.

Relacije med podjetji in državo predstavljajo pomemben dejavnik podjetniškega uspeha. Relacije med podjetniki ter lokalnimi uradniki in državnim aparatom nasploh vplivajo na poslovanje podjetja. Pod pogojem, da je razvit učinkovit institucionalni okvir in vzpostavljen kontakt med lokalnimi uradniki in podjetniki, je možno oblikovati kvalitetne relacije, zato je pretok informacij med državo in podjetji hitrejši in učinkovitejši, transakcijski stroški so manjši, raven sodelovanja pa višja. Pri tem je pomembno, da imajo uradniki, pristojni za sodelovanje s podjetji, pravo mero znanja, ki jim omogoča učinkovito sodelovanje, na obeh straneh pa je nedvomno pomembno tudi zaupanje, ki omogoča kvaliteten odnos.

Ugotavljam, da so pozitivni zunanji učinki socialnega kapitala lahko prisotni na njegovih vseh treh ravneh. Učinkovitejši pretok informacij, manjši transakcijski stroški in višja raven sodelovanja so glavni pozitivni zunanji učinki socialnega kapitala. Skozi lastno opredelitev socialnega kapitala pokažem, da socialni kapital vpliva na poslovno uspešnost podjetij in s tem na razvojno uspešnost celotne države. Ob koncu diplomskega dela v podporo zgornji trditvi predstavim tudi empiričen dokaz, ki potrjuje vpliv socialnega kapitala na delež investicij v BDP in s tem na gospodarsko rast ter razvoj države. Zato lahko z gotovostjo trdim, da je socialni kapital povezan z razvojno uspešnostjo in je tako eden najpomembnejših sociološko-kulturnih dejavnikov razvojne uspešnosti. Zaradi tega moramo v prihodnosti dati v gospodarskih strategijah temu področju večji poudarek, saj bomo šele s pomočjo zagotavljanja višje ravni socialnega kapitala sposobni zagotoviti hitrejši gospodarski razvoj države.

6 LITERATURA

1. Adam et al.: Socio-kulturni dejavniki razvojne uspešnosti. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče, 2001. 205 str.
2. Adam Frane, Rončević Borut: Social Capital as an Useful Scientific Metaphor. Nikolai Genov, ed., Advances in Sociological Knowledge over half a century. Paris : International Social Science Council, 2002, str. 207-234.
3. Adler S. Paul, Kwon Seok-Woo: Social Capital : The Good, the Bad, and the Ugly. Lesser L. Eric, ed., Knowledge and Social Capital : Foundations and Applications. Boston : Butterworth-Heinemann, 2000, str. 89-115.
4. Bohar Damjan: Socialni kapital v funkciji gospodarskega razvoja. Diplomsko delo. Ljubljana : EF, 2002. 45 str., 7 pril.
5. Burt S. Ronald: The Contingent Value of Social Capital. Administrative Science Quaterly, 42(1997), str. 339-365.
6. Burt S. Ronald: The Contingent Value of Social Capital. Lesser L. Eric, ed., Knowledge and Social Capital : Foundations and Applications. Boston : Butterworth-Heinemann, 2000, str. 255-286.
7. Coleman S. James: Social Capital in the Creation of Human Capital. Lesser L. Eric, ed., Knowledge and Social Capital : Foundations and Applications. Boston : Butterworth-Heinemann, 2000, str. 17-41.
8. Cross Rob, Prusak Laurence: The People Who Make Organizations Go-or Stop. Harvard Business Review, 2002, June, str. 105-112.
9. Fernandez-Kelly Patricia, Schauflier Richard: Divided Fates : Immigrant Children and the New Assimilation, Portes Alejandro, ed., The New Second Generation. New York : Russell Sage Foundation, 1996, str. 30-53.
10. Flaganelj Mojca: Vloga socialnega kapitala v podjetju. Diplomsko delo. Ljubljana : FDV, 2002. 65 str.
11. Florida Richard, Cushing Robert, Gates Gary: When Social Capital Stifles Innovation. Harvard Business Review, 2002, August, str. 20.
12. Grootaert Christiaan: Social capital : The missing link? Paul Dekker, Eric M. Uslaner, ed., Social Capital and Participation in Everyday Life. London : Routledge, 2001, str. 9-29.
13. Heller, P.: Social Capital as a Product of Class Mobilization and State Intervention : Industrial Workers in Kerala, India. World development, 24(1996), 6, str. 1055-1067.
14. Juričan Dobran: Socialni kapital kot orodje demokracije. [URL: <http://www.radiostudent.si/projekti/demokracija/teksti/41socialnikapital.html>], 20.10.2003.
15. Kešeljevič Aleksandar: Opredelitev socialnega kapitala na organizacijski ravni in njegovi zunanji učinki. Organizacija, Kranj, 36(2003), 1, str. 6-13.
16. Knack Stephen, Keefer Philip: Does Social Capital have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation. Quarterly Journal of Economics, 112(1997), 4, str. 1251-1288.

17. Lesser L. Eric: Leveraging Social Capital in Organizations. Lesser L. Eric, ed., Knowledge and Social Capital : Foundations and Applications. Boston : Butterworth-Heinemann, 2000, str. 3-16.
18. Light Ivan, Karageorgis Stavros: The Ethnic Economy. Smelser Neil J., Swedberg Richard, ed., The Handbook of Economic Sociology. New Jersey : Princeton University Press, 1994. 835 str.
19. Lin Nan: Inequality in Social Capital. Contemporary Sociology, Washington, 29(2000), 6, str. 785-795.
20. Nahapiet Janine: Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. Lesser L. Eric, ed., Knowledge and Social Capital : Foundations and Applications. Boston : Butterworth-Heinemann, 2000, str. 119-157.
21. Narayan Deepa, Pritchett Lant: Cents and Sociability : Household Income and Social Capital in Rural Tanzania. Policy Research Working Paper, 1997, July, str. 1-41.
22. North C. Douglass: Inštitucije, inštitucionalne spremembe in gospodarska uspešnost. Prva izdaja. Ljubljana : Krtina, 1998. 156 str.
23. Paldam Martin: Social Capital: One or Many? Definition and Measurement. Portorož : 4th International Conference Institutions in Transition, 2000. 22 str.
24. Peter Evans: Government Action, Social Capital and Development : Reviewing the Evidence on Synergy. World Development, 24(1996), 6, str. 1119-1132.
25. Portes, Alejandro, Sensenbrenner J.: Embeddedness and Immigration : Notes on the Social Determinants of Economic Action. American Journal of Sociology, 98(1993), 6, str. 1320-1350.
26. Portes, Alejandro: The Economic Sociology of Immigration : Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship. New York : Russell Sage Foundation, 1995. 310 str.
27. Portes Alejandro: Social Capital : Its Origins and Applications in Modern Sociology. Annual Review Sociology, New Jersey, 24(1998), str. 1-24.
28. Portes Alejandro: Social Capital : Its Origins and Applications in Modern Sociology. Lesser L. Eric, ed., Knowledge and Social Capital : Foundations and Applications. Boston : Butterworth-Heinemann, 2000, str. 43-67.
29. Putnam, Robert: Making Democracy Work : Civic Traditions in Modern Italy. New Jersey : Princeton University Press, 1994. 258 str.
30. Rus Andrej: Social Capital, Corporate Governance and Managerial Discretion. Ljubljana : ZKFDV, 1999. 146 str.
31. Rus Andrej: Trust, Contract and Small-Medium Enterprises (SME) development in South East Europe. Družboslovne razprave, 17(2001), 37-38, str. 141-166.
32. Sandefur L. Rebecca, Laumann O. Edward: A Paradigm for Social Capital. Lesser L. Eric, ed., Knowledge and Social Capital : Foundations and Applications. Boston : Butterworth-Heinemann, 2000, str. 69-87.
33. Senjur Marjan: Makroekonomija majhnega odprtega gospodarstva. Ljubljana : EF, 1995. 502 str.
34. Senjur Marjan: Razvojna ekonomika; teorije in politike gospodarske rasti in razvoja. Ljubljana : EF, 2001. 436 str.

35. Skidmore David: Civil Society, Social Capital and Economic Development. Global Society, 15(2001), 1, str.53-72.
36. Tajnikar Maks: Mikroekonomija s poglavji iz teorije cen. Ljubljana : EF, 2003. 469 str.
37. Temple Jonathan, Johnson Paul: Social Capability and Economic Growth. Quarterly Journal of Economics, 113(1998), 3, str. 965-990.
38. Vilman Lea: Socialni kapital kot konkurenčna prednost podjetniške organizacije. Diplomsko delo. Ljubljana : EF, 2003. 51 str., 1 pril.
39. Zupančič Jernej: Družba in prostorski razvoj Slovenije. [URL: <http://www.gov.si/upp/Assets/SzaDPP/Prostor2020/Izvlecki2020/6Druzba.htm>], 15.10.2003.
40. Žnidaršič Jana: Razvijanje podjetnih lastnosti ljudi v izobraževalnem sistemu. Magistrsko delo. Ljubljana : EF, 2003. 104 str., 17 pril.
41. Walker Gordon, Kogut Bruce, Shan Weijian: Social Capital, Structural Holes and the Formation of an Industry Network. Lesser L. Eric, ed., Knowledge and Social Capital : Foundations and Applications. Boston : Butterworth-Heinemann, 2000, str. 225-254.
42. Woolcock Michael, Narayan Deepa: Social Capital : Implications for Development Theory, Research and Policy. The World Bank Research Observer, New York, 15(2000), 2, str. 255-249.

7 VIRI

1. Journal of Economic Literature, 41(2003), 2, str. 755.
2. Leksikon. Ljubljana : Cankarjeva založba, 1987. 1080 str.
3. Obča sociologija-odgovori na izpitna vprašanja, [URL: <http://www.izpiti.com/Osocio.doc>], 24.10.2003.
4. Podim 24, [URL: <http://www.podim.org/pages/podim24.html>], 22.10.2003.
5. The World Bank Group, [URL: http://www.worldbank.org/poverty/scapital/SChowmeas1.htm#measurement_tools], 24.10.2003.
6. USP, [URL: <http://www.i-usp.si/slo/aktualno/simpozij/>], 23.10.2003.

