



UNIVERZITET U NIŠU  
EKONOMSKI FAKULTET  
Časopis „EKONOMSKE TEME”  
Godina izlaza XLIX, br. 4, 2011, str. 619-632  
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš  
Tel: +381 18 528 624 Fax: +381 18 4523 268

## KULTUROLOŠKE RAZLIKE KAO FAKTOR EKONOMSKOG USPEHA

**Dr Saša Obradović\***

**Dr Biljana Rakić\*\***

**Dr Srđan Šapić\***

**Rezime:** Stavovi i vrednosti koje čovek poseduje su važan faktor ekonomskog uspeha. Ljudi koji marljivo rade i planiraju budućnost najverovatnije će uspeti, a ne oni koji su lenji ili imaju pasivan stav. Međutim, ne bi trebalo reći da je stav prema radu, jedini faktor ekonomskog uspeha pojedinca. Ako je razlika u stavovima važna za individualni uspeh, logično pitanje je da li ona može biti važna i za ekonomski uspeh zemlje kao celine? Da li su razlike između zemalja u kulturi, tj. vrednostima, stavovima i verovanjima koje prevladavaju u društvu, delimično odgovorne i za razlike u ekonomskim rezultatima? Upravo testiranje ovih hipoteza predstavlja temu ovoga rada. Ideja da je kultura faktor bogatstva jedne nacije relativno je novijeg datuma.

**Gljučne reči:** kultura, ekonomski rast, poverenje, vrednosti, društvo.

### 1. Definisane i klasifikacija kulture

Imajući u vidu da je kultura veoma značajan društveni fenomen kojim se bave ljudi vrlo različitog obrazovnog profila, vrlo je teško dati njenu preciznu definiciju i određenje. Zato postoji, i tako, veliki broj definicija kulture. Jedna od najčešće korišćenih definicija je da kultura predstavlja set vrednosti, verovanja, pravila i institucija karakterističnih za određenu grupu ljudi (Wild et al. 2001, 42). Gary Ferraro (1998, 16) definiše kulturu kao sve što ljudi imaju, misle i rade kao članovi jednog društva. Tri elementa u ovoj definiciji su i tri glavne strukturne komponente kulture: 1. materijalni ciljevi (imati), 2. ideje, vrednosti i stavovi (misliti) i 3. normativi ili očekivano ponašanje (raditi).

---

\* Univerzitet u Kragujevcu, Ekonomski fakultet; e-mail: sobradovic@kg.ac.rs, ssapic@kg.ac.rs

\*\* Univerzitet u Nišu, Ekonomski fakultet; e-mail: biljana\_rakic@yahoo.com

Rad je deo istraživačkog projekta br. 179015 kao i projekta pod brojem 179066, finansiranih od strane Ministarstva prosvete i nauke Republike Srbije.

UDK:008 :33, pregledni rad

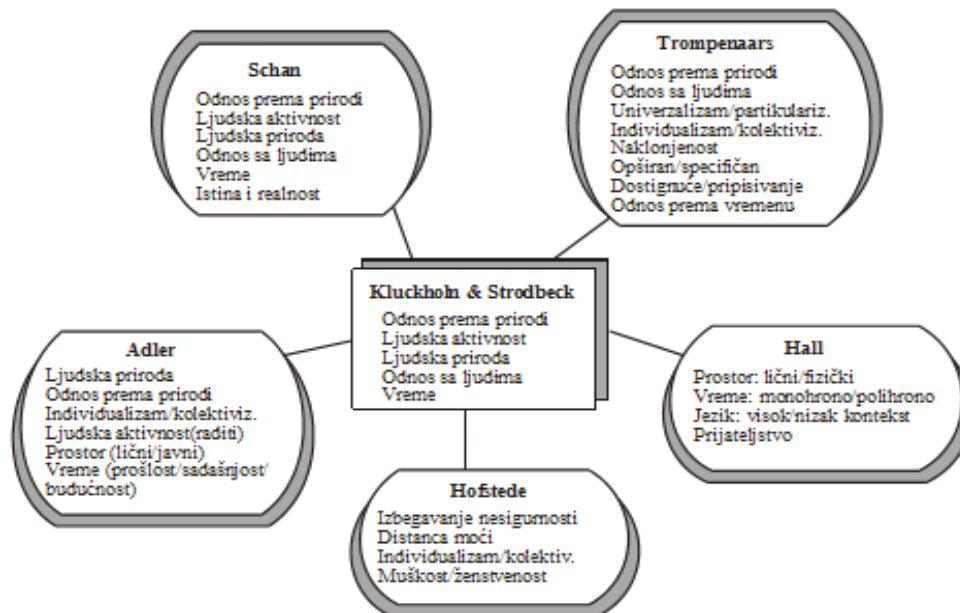
Primljeno: 23.5.2011. Prihvaćeno: 3.11.2011.

Terpstra i David (1991, 6) nude više poslovno orijentisanu definiciju. Kultura je naučen, deljiv, isprepleten set simbola, čije značenje obezbeđuje set orijentacija članova društva. Te orijentacije, uzete zajedno, omogućavaju rešavanje problema koje svako društvo mora da reši da bi opstalo.

Uprkos brojnim definicijama, postoje određeni zajednički elementi. Pre svega, ljudi se uče kulturi. Ona se ne prenosi biološki, već je prenose razne društvene grupe (porodica, škola, organizacije mladih itd.) sa jedne na drugu generaciju. Drugi element je da se kultura sastoji od mnogo različitih međusobno povezanih delova. Jedan element (npr. nečiji društveni status) kulture ima uticaja na drugi element (recimo, jezik koji osoba koristi). Stoga kulturološka shvatanja nisu nasumična zbirka ponašanja. Kultura je složena slagalica u kojoj se svi delovi drže zajedno. Konačno, kulturu dele pojedinci kao članovi društva. Ove tri strane kulture se uče, dele i međusobno uklapaju čineći suštinu kulture.

Kultura se može definisati nacionalnim granicama, naročito ako su zemlje izolovane prirodnim barijerama. Primer za to su ostrvske nacije (Japan, Irska, Tajvan) i poluostrva (Koreja). Ipak, većina nacija ima različite podgrupe (subkulture) u okviru svojih granica. Ove podgrupe mogu se definisati po lingvističkim (Flamanci nasuprot Valoncima u Belgiji) ili religijskim osobinama (budistički Sinajci nasuprot hinduističkim Tamilcima u Šri Lanki). Mali broj kultura je homogenog karaktera. Tipično je da subkulture imaju malo zajedničkog između sebe.

Slika 1. Ključne dimenzije kulture



Izvor: Schneider S. Barsoux, J. (2003, 34).

## **Kulturološke razlike kao faktor ekonomskog uspeha**

---

Brojni autori su se bavili proučavanjem kulture, što se može sistematizovano posmatrati (videti sliku 1). Postoje dva opšteprihvaćena načina izučavanja kulturoloških razlika: Klucklohn-Sthodtbeck i Hofstede okvir.

Hofstede okvir proistekao je iz studije o osoblju jedne svetske kompanije. Više od 110.000 ljudi koji rade u IMB u 40 zemalja odgovorilo je na 32 pitanja. Na osnovu tih odgovora, danski psiholog Gert Hofstede (1980) istraživao je četiri elementa kulture:

1. Individualizam nasuprot kolektivismu. Identifikuje da li kultura održava pojedince ili grupu. Biznis u individualističkim kulturama stavlja odgovornost za donošenje odluka na odgovornog pojedinca. U kolektivističkim kulturama, sramotu zbog donošenja loše odluke dele članovi grupe.
2. Distanca moći. Opisuje stepen nejednakosti među ljudima različitih zanimanja. U kulturama sa većom distancom moći, vođe i nadzornici uživaju posebne privilegije. U kulturama male distance moći prestiž i nagrade se ravnopravnije dele između rukovodilaca i običnih radnika.
3. Izbegavanje neizvesnosti. Identifikuje spremnost jedne kulture da prihvati neizvesnost u vezi sa budućnošću. Kultura koja izbegava neizvesnost obično ima manju "frekvenciju promena" zaposlenih, više formalnih pravila za regulisanje ponašanja zaposlenih i više teškoća u uvođenju promena. Organizacije u kulturama koje prihvataju rizik otvorene su za iskustva drugih kultura, ali imaju i veću "frekvenciju promena" zaposlenih.
4. Kvantitet nasuprot kvalitetu života. Kulture usmerene ka kvantitetu života naglašavaju uspešnost kao moć, bogatstvo i status. Kulture koje ističu kvalitet života generalno imaju opušteniji stil života; ljudi su više okrenuti razvijanju odnosa i opštem blagostanju drugih.

Slika nacionalne kulture Srbije na osnovu istraživanja u Srbiji (Mojčić 2003; Janićijević 1998) je kompatibilna sa rezultatima koji proističu iz Hofstedeovih istraživanja. Na osnovu Hofstedeovih mapa nacionalnih kultura, može se videti da su dimenzije nacionalne kulture Srbije sledeće:

1. Kolektivism - index 26. Ljudi u Srbiji smatraju da je kolektiv odgovoran za sudbinu svakog člana i da je dužan da se o njemu brine. Zauzvrat, član kolektiva treba da iskazuje potpunu lojalnost kolektivu i autoritetu koji ga predstavlja. Uz veliku distancu moći, kolektivism se lako pretvara u zavisnički odnos pojedinca prema najvišem autoritetu u kolektivu. Tako član kolektiva gubi svoju inicijativu i postaje slepi pratilac svog lidera (otac porodice, direktor, vođa partije, predsednik države).

2. Velika distanca moći - index 77 (na skali od 1 do 100) - Srpska nacionalna kultura spada među nekoliko kultura sa najvećom distancom moći u svetu, što znači da je veoma sklona autoritarizmu. Prema ovom pokazatelju, srpska nacionalna kultura je najbližnja kulturama Venecuele, Meksika, Indije i Filipina, a

najviše se razlikuje od kultura Austrije, Izraela, Danske i Švedske. Pripadnici srpske nacionalnosti smatraju da moć u društvu jeste i treba da bude nejednako raspoređena (“zna se ko kosi a ko vodu nosi”). Hijerarhija je sasvim prirodna i poželjna. Smatra se da oni koji imaju moć treba sami o svemu da odlučuju. Preferira se autokratski stil rukovođenja (“čvrsta ruka”). Oni koji imaju moć ne moraju da poštuju pravila (zakone) koja sami donose, ali moraju uvek da izgledaju što moćnije i da imaju simbole moći. Jedini način da se promeni sistem je detronizacija, odnosno smenjivanje onih koji imaju moć. Takođe se smatra da oni koji imaju moć imaju i prirodno pravo na privilegije.

3. Visok stepen izbegavanja neizvesnosti - index oko 90 (na skali od 1 do 100). Prema ovom merilu srpska kultura spada među nacionalne kulture sa najvišim stepenom izbegavanja neizvesnosti u svetu. To podrazumeva da među ljudima postoji veliki otpor prema promenama, averzija prema riziku i neizvesnosti. U uslovima nejasnoća ili dvosmislenosti, ljudi u Srbiji se osećaju nelagodno. To s druge strane ukazuje da isti nemaju toleranciju prema razlikama u mišljenju i ponašanju drugih ljudi. Više vole da sve bude uniformno i standardno.

4. Ženske vrednosti - index 22 (na skali od 1-potpuno “ženske” vrednosti do 100-potpuno “muške” vrednosti). Pripadnici srpskog kulturalnog nasleđa primarnim smatraju socijalni svet i pretpostavljaju ga materijalnom. Osnovni cilj i merilo vrednosti je socijalni položaj i status, odnosi među ljudima, veze i poznanstva, a ne rezultati rada ili sticanja po tom osnovu.

Prema Hofstedeovim istraživanjima, naša nacionalna kultura je najbližnja kulturama latinoameričkih i mediteranskih zemalja (Francuska, Italija, Grčka ...), a najudaljenija u odnosu na anglosaksonske i skandinavske kulture (Hofstede 2001, 340). Poređenjem SAD s jedne, i Srbije i Crne Gore, s druge strane, može se uvideti kako, ove dimenzije kulture utiču na stepen njihovog privrednog razvoja (videti tabelu 1).

**Tabela 1. Razlike između SAD i SCG  
po Hofstedeovim dimenzijama klasifikacije kultura**

	S A D	SRBIJA
Distanca moći	Niska	Visoka
Izbegavanje neizvesnosti	Nisko	Visoko
Individualizam nasuprot kolektivizmu	Individualizam	Kolektivizam
Muške nasuprot ženskim vrednosti	Muške vrednosti	Ženske vrednosti

*Izvor: Janićijević, N. (1998, 43)*

## **2. Značaj kulture za ekonomski rast zemlje**

Da bi dokazali da je kultura važna za ekonomski razvoj, prvo je potrebno pokazati da kultura ima potencijalno važne aspekte koji se razlikuju između zemalja i drugo, da ovi aspekti kulture značajno utiču na ekonomske rezultate. Nijedan od ovih zadataka nije lak, jer je kulturu teško izmeriti. Ne samo da kultura ima mnogo različitih dimenzija, već i kada se posmatra samo jedan aspekt kulture, često se oskudeva u objektivnim i kvantitativnim merama, pa se istraživanja skoro uvek oslanjaju na subjektivnu procenu istraživača. Takođe, u nekim slučajevima postoji direktan dokaz kulturološkog uticaja na ekonomiju, dok u drugim slučajevima ovakvi uticaji mogu biti samo izvedeni i posredni zaključci.

Kultura je mnogo više proces, nego distinktivna celina, koja se može u potpunosti odrediti samo jednostavnim zbirom njenih elemenata. Ti elementi su sinergetski povezani i deluju kao jedinstvena celina. Kultura utiče na sve oblasti života. Koncept kulture je veoma širok i zato ga etnolozi, na primer, dele na određene elemente da bi ga lakše proučavali i razumeli. Različiti autori navode i različite elemente kulture. Donald i McCulloch (1999, 262) pod elementima kulture ubrajaju i pravne karakteristike i političku strukturu. Ipak, sledeći elementi se javljaju kod većine autora (Hall 1995; Wild, Han 2001; Ferraro 1998; Hofstede 2001): jezik, otvorenost za realizaciju novih ideja, vrednosti, spremnost za marljiv rad, navike i običaji naročito u odnosu na štednju, religija, estetske vrednosti, obrazovanje, simboli i društvena struktura. Pojedini elementi kulture direktno utiču na ekonomski razvoj.

Teorija o uticaju kulture na ekonomske rezultate ima dva dela. Prva komponenta je objašnjenje kako kultura utiče na ekonomski rezultat. Druga komponenta je objašnjenje same kulture. Jedna od determinanti kulture je religija. Na primer, zemlje Južne Amerike su danas pretežno katoličke, zato što su u prošlosti bile kolonizovane od strane Španije i Portugala. U svetu egzistiraju mnogobrojne religije, ali hrišćanstvo, islam i budizam su tri najzastupljenije. Religiozna uverenja formirana u jednoj kulturi imaju veće ili manje implikacije na ponašanje potrošača i na uslove u kojima se mogu obavljati određeni poslovi. Religija može da utiče na stvaranje radnih navika. Protestantska religija zastupa stav da bi ljudi trebalo naporno da rade, da budu marljivi i da štede novac. Upravo na ovom stavu je baziran razvoj kapitalizma u mnogim zemljama severne hemisfere. Neke religije imaju otvoren stav prema drugim religijama, dok su neke zatvorene, tj. niskog praga tolerancije. Zemlje u kojima stanovništvo upražnjava religiju koja nema toleranciju prema drugim religioznim stavovima se, po pravilu, sporije razvijaju od zemalja, koje su otvorene za prihvatanje novih i drugačijih stavova i vrednosti.

Vrednosti su osnova za razvrstavanje stvari na dobre i loše, ispravne i pogrešne, važne i nevažne. Stavovi predstavljaju odnos prema nekim stvarima. Vrednosni stavovi utiču na kulturu. Jedan od načina da se ispituju razlike u vrednosnim stavovima jeste analiza skale vrednosti (slika 2).

Slika 2. Vrednosni stavovi

Jedan set vrednosti	Drugi set vrednosti
- većina ljudi je loša	- većina ljudi je dobra
- izbegavanje i negativno mišljenje o ljudima	- čovek je ljudsko biće
- stav prema ljudima je nepromenljiv	- individue su podložne promenama u mišljenju
- otpor i strah prema drugačijem	-prihvatanje i uvažavanje razlika
- nepoverenje	- poverenje
- sigurnost	- sklonost ka riziku

Izvor: Rughman A., Hodgetts, R. (1995,129)

Na osnovu ove slike može da se ustanovi koje su kulture otvoreni sistemi, a koje zatvoreni. Pozitivni ili negativni ili indiferentni stavovi prema drugim ljudima, počivaju na preferiranju određenih vrednosti. Nisu uvek u pitanju odnosi prema drugim ljudima. Može da se radi i o stavovima prema određenim zemljama i vrednostima iz tih zemalja. Otvoreni sistemi se brže ekonomski razvijaju od zatvorenih.

Odnos prema materijalnim stvarima se razlikuje od zemlje do zemlje. Može da se govori o materijalnim vrednostima, koje su sklone promenama u skladu sa ekonomskim i društvenim razvojem. U nekim kulturama je važnije posedovanje materijalnih sredstava (na primer, SAD) dok se u drugim, više cene porodične veze i prijateljstvo (na primer, Srbija). Kada se proučava materijalna kultura vodi se računa o načinu na koji ljudi prave stvari (tehnologija kojom raspoložuju), kao i ko ih pravi i zašto. Takođe, vodi se računa o osnovnoj ekonomskoj infrastrukturi: transportu, komunikacijama, raspoloživosti energije i socijalnoj infrastrukturi. Ukoliko su zemlje tehnološki razvijene, ljudi su skloni da veruju u sebe, odnosno da veruju da utiču na ono što im se dešava, a ne u sudbinu. Njihove vrednosti su, takođe, više materijalne zbog visokog životnog standarda. Iz toga se može zaključiti, da elementi materijalne kulture utiču na vrednosti i verovanja. Kulturološki nivo i odnos prema tehnologiji se manifestuje na mnogo načina. U SAD, Japanu, Nemačkoj ili drugim kulturama sa visokim nivoom tehnologije, većinu populacije čini stanovništvo sa visokim tehnološkim obrazovanjem, tako da vrlo brzo prihvataju i ulaze u upotrebu nove tehnologije. Ekonomija se tako može posmatrati kroz način na koji ljudi upotrebljavaju svoje sposobnosti i dobijaju određene koristi iz toga. Promene u načinu mišljenja i visini dohotka utiču na kreiranje novih koristi. Zemlje u kojima je viši nivo materijalne kulture imaju mogućnost bržeg privrednog razvoja od zemalja u kojima se posedovanje materijalnih sredstava ne ceni u većoj meri.

## Kulturološke razlike kao faktor ekonomskog uspeha

---

Obrazovanje je bitan element kulture. Nivo obrazovanja ima veliki uticaj na ponašanje ljudi. Obrazovani ljudi znaju i čitaju više. Sa razvojem tehnologije i produktivnosti raste i stopa učešća obrazovanih ljudi u ukupnoj populaciji (Obradović, 2008). U većini zemalja, zabeležen je tokom prethodnih decenija trend rasta potreba za obrazovanjem. Glaeser i saradnici (2002) sugerišu da efekat istorije na sadašnji ekonomski rast odražava akumulaciju humanog kapitala, što zauzvrat utiče i na institucionalne rezultate. Obrazovanje ima ključnu ulogu u evoluciji institucija. Opšte je poznato da su obrazovani ljudi spremniji za prihvatanje promena, što utiče da zemlja sa većim brojem obrazovanih ljudi ima mogućnost bržeg privrednog razvoja. Takođe i demokratija funkcioniše dobro, kada je građani prihvataju kao legitimni instrument za rešavanje konflikata, ali i to zahteva specifične kulturalne odlike i obrazovano stanovništvo.

Kritični aspekt kulture je i socijalna struktura, tj. društveni odnosi među ljudima. Društveni odnosi predstavljaju način na koji se članovi društva odnose jedni prema drugima. Društvene organizacije, institucije, opšta društvena klima utiču na način na koji se ljudi međusobno ophode i organizuju svoje životne aktivnosti. Pozicija čoveka i žene u društvu, porodica, društvene klase, referentne grupe, starosne grupe su različiti unutar svake kulture i utiču na privredni razvoj zato što deluju na ponašanje, vrednosti i svakodnevni život ljudi. Određeni segmenti socijalne strukture su vrlo bitni za istraživanje uticaja na privredni razvoj zemlje. Opšta društvena klima može da ima veliki značaj i veliki uticaj kroz određene dimenzije: nacionalnu ideologiju, odnos prema strancima, prirodu i stepen nacionalizma, odnos prema inovacijama i promenama.

Nacionalna ideologija predstavlja način na koji građani i pojedina društva vrednuju različite stimulanse i reaguju na njih (Donald, McCulloch 1999, 142). Postoje određene razlike u reakciji između ljudi u različitim zemljama. Tamo gde je izraženiji i jači nacionalni ponos, to može imati negativan uticaj na prihvatanje inostranih sistema vrednosti, što može usporiti privredni razvoj zemlje.

Odnos prema strancima je različit u različitim zemljama, kao i odnos prema svakom uticaju iz inostranstva. U nekim zemljama se čak ide na zatvaranje i izolaciju kao obliku reagovanja na strane uticaje (npr. Severna Koreja). Stranci, i kad nisu opasnost po lokalnu ekonomiju, uglavnom imaju tretman nečeg različitog (inferiornijeg ili superiornijeg). Zemlje koje imaju negativan stav prema strancima imaju po pravilu usporeniji ekonomski rast i razvoj.

Priroda i stepen nacionalizma: Nacionalizam je relativno novija pojava u ljudskoj istoriji. Jake nacionalne države nastaju sa raspadom velikih imperija. Naglašen nacionalizam i nacionalni ponos, stranim preduzećima uglavnom nameću da prihvate lokalne norme i metode poslovanja. Nacije i nacionalne države koje imaju strah od inostrane dominacije su uglavnom vrlo restriktivne prema inostranom biznisu i kapitalu, što može usporiti privredni rast te zemlje.

Odnos prema inovacijama i promenama: Tradicionalna društva ispoljavaju veću otpornost na promene, nego razvijene industrijske zemlje. Postoje zemlje u kojima postoji veliki otpor prema promenama i zato investitori idu ka zemljama koje su otvorenije i dinamičnije. Čak i kada ne postoji odbojnost prema novinama, bitno je razumeti da brzina procesa uvođenja, prihvatanja i difuzije inovacija u datom socio-kulturalnom ambijentu utiče na ekonomske performanse. Tradicionalna društva u kojima je taj proces spor, imaće i sporiji ekonomski razvoj.

Tipična socijalna struktura pojedinih društava odražava društveni položaj pojedinaca i društvenih grupa, kao i važeće odnose između njih. Moguće je identifikovati tri karakteristične faze u razvoju socijalnih struktura, kroz koje prolaze određena društva: tradicionalna, liderska i statusna društva (Ferraro 1998, 57).

*Tradicionalna društva* se zasnivaju na jakim rodbinskim vezama i naglašenoj društvenoj ulozi porodice. Mnoga društva su i danas tradicionalno usmerena. Arabijsko poluostrvo je tipičan primer. Porodica u tim društvima ima veliki uticaj na svoje članove, a najstariji član je obično dominantan. Porodica je centar društvenih aktivnosti, ima veliki uticaj na obrazovanje i ponašanje mladih članova, opredeljuje specifičan položaj žene, a javlja se i kao aktivni učesnik i nosilac privrednih aktivnosti. Većinu ovakvih zemalja karakteriše sporiji ekonomski rast.

*Liderska društva* su obično karakteristična za nacije koje imaju brz ekonomski razvoj. U takvim društvima obično dominiraju snažne ličnosti ili svojevrsni lideri. Tradicionalne vrednosti i međudnosi postepeno slabe. Mnoge zemlje u razvoju imaju svojevrsnu lidersku strukturu (Brazil, Kina, itd).

*Statusna društva* su karakteristična za najrazvijenije i najbogatije zemlje. U njima se pojedinci sve više ugledaju na ponašanje drugih. Identifikacija sa društvenim slojevima i pripadajućim referentnim grupama je vrlo bitna.

Uzimajući u obzir postojanje velikog broja komponenti kulture, u daljoj razradi analiziraju se dva najvažnija elementa od direktnog značaja za ekonomski rast (poverenje i odnos prema sadašnjem odricanju u korist buduće koristi (štednji)).

### **2.1 Poverenje**

Ekonomske interakcije često se oslanjaju na međusobno poverenje između interesnih strana. Tako, na primer, radnici veruju da će im na kraju meseca biti isplaćen lični dohodak od strane poslodavca. Trgovac koji primi ček, veruje da će kupac platiti preuzetu robu. Akcionari veruju da će dobiti svoje dividende iz profita firme. Bez poverenja, ekonomska aktivnost bila bi sigurno manja, a veća sredstva morala bi biti angažovana da bi se ekonomski subjekti uverili da će data transakcija biti ispunjena. Društvo bi izgubilo prednosti dobijenu stvaranjem složenih formi organizacija (na primer, omogućavanje ljudima da se specijalizuju u specifičnim oblastima ili iskorišćenje prednosti trgovine). Poverenje direktno utiče na



### **Kulturološke razlike kao faktor ekonomskog uspeha**

---

individualno ponašanje kroz vrednosti i prioritete kulture (Akerlof, Kranton, 2000). Upravo zato se funkcija poverenja može posmatrati kao „subjektivna verovatnoća sa kojom agent ocenjuje da li će drugi agent ili grupa agenata obaviti određenu radnju“ (Gambetta 2000). Očigledno je da bi društvo u kome pojedinac ili firma ne mogu da se oslone na druge u ispunjenju poslovnih obaveza, bilo siromašno.

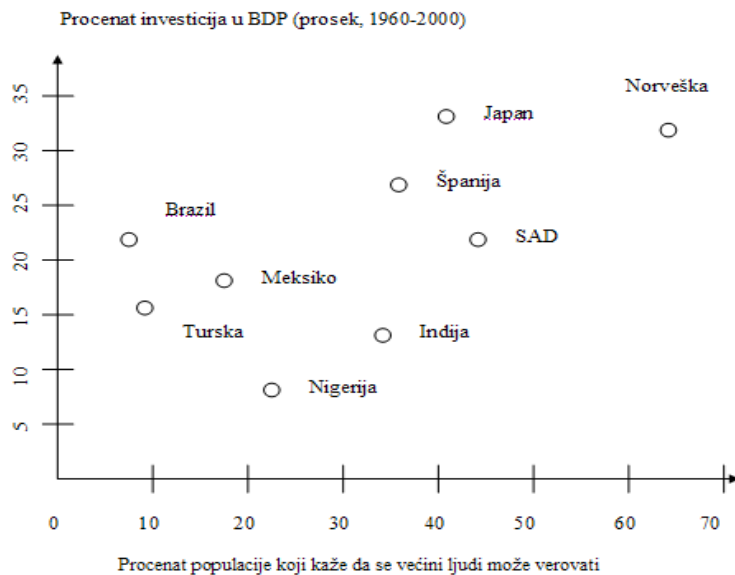
Ekonomista Kenneth Arrow (1972) svojevremeno je napisao da praktično svaka komercijalna transakcija u sebi ima elemenat poverenja, naročito ako zahteva neki period vremena. Sigurno se deo ekonomske nerazvijenosti može pripisati nedostatku međusobnog poverenja. Društvo u kojem svi posluju u skladu sa poslovnim moralom bilo bi bolje, nego ono u kojem ljudi nisu poštteni. Jedna od sila koja tera ljude da budu poštteni je efektivna moć države. Ako ekonomski entitet ne izvrši svoje ugovorne obaveze, može se tužiti sudu. Međutim, koreni poverenja idu mnogo dalje od moći države. Postoji veliki broj slučajeva ekonomske interakcije u kojima nijedna strana nije u poziciji da se osloni na pravni sistem ili advokate, ali u kojima ljudi bez obzira na to nastavljaju dalje poslovanje na osnovu svojih obećanja.

Fukuyama (1995) direktno povezuje poverenje i ekonomski razvoj. Pretpostavlja se da kultura deluje kao sila kojom se može objasniti zašto su ljudi iskreni, čak i ako to nije u njihovom interesu. Ako se društva razlikuju po prisutnom stepenu poverenja, za očekivati je da se ova razlika odrazi na ekonomske rezultate. Međutim, kako meriti poverenje i uticaj na ekonomski razvoj? Jedno od istraživanja je objavilo rezultate ankete obavljene u reprezentativnom uzorku zemalja (Knack, Zak 2001). U tom istraživanju analizirano je pitanje ispitanicima : „Generalno govoreći, da li biste rekli da većini ljudi možete verovati ili je neophodno biti oprezan u saradnji sa njima?“ Prosečan odgovor, tj. srednja vrednost za ceo posmatrani uzorak, bio je da 35,8% ispitanika misli da većini ljudi možemo verovati. Ipak, postojala je velika razlika u odgovorima po posmatranim zemljama. U Norveškoj, 61,2% ispitanika misli da većini ljudi možemo verovati, dok se u Brazilu samo 6,7% ljudi slaže sa takvim stavom.

Na ova tumačenja poverenja, verovatno utiču iskustva ljudi koji su odgovarali na anketu i ovo bi trebalo da ukaže dosta na stanje poslovnog i društvenog okruženja zemlje u kojoj oni žive. Drugi pristup je bio veoma direktan eksperiment (Knack, Keefer 1997). U 15 različitih država, veliki broj novčanika sa 50 dolara u njima i imenom i adresom vlasnika je namerno “izgubljeno” na javnim mestima. Istraživači su vodili evidenciju o onim novčanicima koji su vraćeni netaknuti. Koeficijent korelacije ove mere sa anketnim ispitivanjem o poverenju bio je 0,67, ukazujući da je procena ljudi o njihovoj sredini bila potpuno tačna.

Investicije se kao ekonomska kategorija najviše oslanjaju na poverenje, kao element kulture. Svaka investicija predstavlja oblik ulaganja koji zahteva vreme kao resurs. Slika 3 ilustruje da u uzorku velikog broja različitih zemalja postoji pozitivna korelacija između poverenja i investicija.

Slika 3: Odnos investicija i poverenja



Izvor: Knack, S., Keefer P. (1997) . Heston, A., Summers, R. Aten, B. (2002)

Kao varijabla kulture, poverenje ima i ozbiljna ograničenja. Poverenje nije samo stečeni element kulture. Ljudi mogu da razviju poverenje kroz kvalitetan pravni sistem (Axelrod 1984). Poverenje može biti posledica masivnih investicija u socijalni kapital (Glaeser, Laibson, Sacerdote 2002). Štaviše, kultura može da utiče na rezultate kroz druge mehanizme, a ne samo kroz poverenje, koje može da utiče na ekonomske odluke ljudi na različite načine. Poverenje je posebno značajno kada transakcija podrazumeva da je neko nepoznat kupac ili prodavac. Tako, na primer, poverenje igra značajnu ulogu u međunarodnoj trgovini. Guiso, Sapienza i Zingales (2004) koristili su podatke o odnosu poverenja i trgovine među evropskim zemljama. Analizirajući promet roba, finansijska sredstva, kao i direktne strane investicije, oni su pronašli da je poverenje ključno pitanje za sve ove transakcije: ako ekonomski agenti jedne zemlje veruju učesnicima transakcija u drugoj zemlji, onda postoji tendencija da razmenjuju više robe, finansijskih sredstava i investicija sa njima.

## 2.2 Odnos prema štednji

Zašto se kulturološki uticaji menjaju sporo (Roland 2005)? Roditelji imaju tendenciju da uče decu ono što su oni naučili od svojih prethodnika, bez obzira na postignuća i optimalnost takvih uverenja u sadašnjem trenutku (Bisin, Verdier 2000). Čak i kada su kulturalne norme bile efikasne u prošlosti, njihova primena se prolongira i kada postanu neefikasne (Grusec, Kuczynski 1997). Faktori koji igraju značajnu ulogu u obrascima ponašanja (država, crkva, interesne grupacije i sl.)

## **Kulturološke razlike kao faktor ekonomskog uspeha**

---

moгу imati interes u kontinuiranom promovisanju bilo kojeg verovanja koje im obezbeđuje rentijersku poziciju. Neke kulturološke norme mogu imati slabije rezultate, ali su kao takve veoma poželjne i prihvaćene u društvu (npr. visoki fertilitet često, prisutan u ekonomski slabim državama).

Posebno obeležje kulture, koje se često spominje kao motorna snaga ekonomskog razvoja, odnosi se na ubeđenje da će se napor koji pojedinac ulaže u budućnosti verovatno isplatiti (npr. niko se ne bi školovao ako ne smatra da će mu obrazovanje doneti lične koristi i satisfakcije). Ako pojedinci sopstveni ekonomski uspeh povezuju sa izborom koji čine, onda će oni verovatno više biti motivisani da rade naporno i marljivo, da investiraju u budućnost, da inoviraju i preduzimaju ekonomski isplative inicijative. Nasuprot tome, ako pojedinci procenjuju uspeh na bazi odsustva uticaja na sopstvenu budućnost, verovatno će imati pasivan, rezigniran stav prema ekonomskim aktivnostima. Gotovo nijedan parametar bolje ovo ne odslikava od stope štednje. Kroz nju je ugrađen stav koji pojedinac i društvo imaju prema ekonomskim perspektivama u budućem periodu.

Ekonomski rast zemlje je tesno povezan sa stopom štednje. Nesporno je da postoje velike razlike između zemalja u stopama štednje. Ako kulturalne razlike između zemalja utiču na stopu štednje, onda one utiču i na nivo ekonomskog rasta. Tako, na primer, u periodu posle Drugog svetskog rata, Japan, Južna Koreja, Tajvan, Singapur i Hong Kong su štedeli mnogo veći deo njihovog nacionalnog dohotka, nego bilo koja druga zemlja u svetu. Sve ove zemlje imaju kulture koje su bile pod jakim uticajem Kine, nagoveštavajući ideju da postoji zajednički "Konfučijevski" element koji može objasniti njihovo slično ponašanje. Testiranje ove teorije je naravno veoma teško, jer osim visoke štednje, zemlje istočne Azije, takođe, dele mnoge karakteristike koje nisu u direktnoj vezi sa kulturom

Kroz proces socijalizacije, kojim se održava i prenosi, kultura utiče na stavove i vrednosti pojedinca. Da li kulturalne razlike u individualnim preferencijama koje se odnose na stavove prema štednji imaju stvarni uticaj na formiranje stope štednje u pojedinačnim zemljama? Istraživanja na mikroekonomskom nivou (Knowles, Postlewaite 2004) ne samo da su dokumentovala da je odnos prema štednji koji poseduju deca i roditelji u visokom stepenu korelacije, već da je i uslovljeno ponašanje dece u korelaciji sa preferencijama njihovih planskih horizonata. U novijim makroekonomskim istraživanjima (Guiso, Sapienza, Zingales 2006) takođe su dobijeni interesantni rezultati. Korišćena je standardna ekonomska teorija životnog ciklusa. Više stope ekonomskog rasta dovode do veće štednje, manjeg racia zavisnosti i veće javne štednje. Zajedno, ove promenljive objašnjavaju većinu razlika u stopama štednje. Povezivanjem ovih varijabli sa procentom ljudi koji u svakoj zemlji smatraju da je važno da decu uče štedljivosti, ovaj odnos se značajno menja u istom pravcu naglašavajući prethodne rezultate. Ovi rezultati sugerišu da je za razumevanje razlika u stopama štednje, značajna kultura, kao i ekonomske varijable.

### Zaključak

Većina istraživanja koja su prisutna u savremenoj ekonomskoj literaturi, vezu kulture i ekonomskih rezultata bazira na detaljnim argumentima predstavljenim u narativnom obliku, i vrlo ih retko ilustruje statističkim podacima. Tako na primer, Landes (1998, 516) u razmatranju osnovnog pitanja (šta pokreće uspeh nacionalne ekonomije) zaključuje sledećim stavom: “ako smo nešto saznali iz istorije privrednog razvoja, to je da kultura čini sve razlike”. Iz prethodno izloženog, može se zaključiti da ekonomski rast menja kulturalne vrednosti neke zemlje. Najvažniji aspekt ove promene je primena modernijih metoda proizvodnje i razmene. Urbanizacija, otvorenost za spoljne uticaje i ideje, kao i pojačana edukacija, takođe, imaju jak uticaj na stavove i vrednosti stanovnika jedne zemlje. Modernija kultura podiže nivo prihoda, a viši prihod vodi modernijoj kulturi. Mehanizam kulturalnih promena proizvodi efekat koji pojačava druge faktore uticaja na prihod.

U nekim slučajevima, politike vlade su posebno usmerene ka menjanju kulture, u nameri da se stvori pogodnija klima za ekonomski rast. U drugim slučajevima, kulturalne promene kao rezultat politike vlade su slučajni sporedni proizvod ekonomske politike. Kultura (ljudske vrednosti, stavovi i uverenja) nije obično analizirana u ekonomskim krugovima. Međutim, sve veći broj ekonomista raspravlja o tome da je kultura važna za ekonomski rast. Po pravilu, pojedinac nema kontrolu nad kulturalnim nasleđem, jer ne može tako lako menjati sopstvenu etničku pripadnost, porodičnu istoriju ili religijsko opredeljenje, pa je zato teško menjati kulturalne navike kod pojedinaca i društva u celini. Kultura utiče na mnoge ekonomski važne odluke koje ljudi donose, uključujući koliko vredno rade, koliko štede, kakvo obrazovanje pružaju svojoj deci i koliko dobro saraduju sa svojim kolegama. Ako se zemlje razlikuju po tome kako njihove kulture utiču na ove odluke, takve kulturalne razlike sigurno utiču na ekonomski rezultat. Zaključak da je kultura važna za ekonomski rast je samo početak istraživanja u ovoj oblasti. Idealno bi bilo da je moguće izmeriti koliko je kultura važna, na isti način na koji je moguće izmeriti, koliko je akumulacija kapitala važna u određivanju nivoa dohotka zemlje.

Literatura

1. Akerlof, G., Kranton, R. E. (2000) Economics and Identity. *Quarterly Journal of Economics* CXV(3): 715-733.
2. Arrow, K. (1972) Gifts and Exchanges. *Philosophy and Public Affairs* 1: 343-362.
3. Axelrod, R. (1984) *The Evolution of Cooperation*. New York: Basic Books.
4. Donald, B., McCulloch, V. H. (1999) *International Business, The Challenge of Global Competition*, Seventh Edition. New York: McGraw-Hill.
5. Bisin, A., Verdier, T. (2000) Beyond the Melting Pot: Cultural Transmission, Marriage, and the Evolution of Ethnic and Religious Traits. *Quarterly Journal of Economics*, CXV(3), 955-988.
6. Edward, H., Hall, M. R. (1990) *Understanding Cultural Differences*. Yarmouth: Intercultural Press.
7. Ferraro, G. (1998) *The Cultural Dimension of International Business*, Third Edition. New Jersey: Prentice Hall.
8. Fukuyama, F. (1995) *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: Free Press.
9. Gambetta, D. (2000) "Can We Trust Trust?", in Gambetta, Diego (ed.) *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*. University of Oxford, 213-237.
10. Glaeser, E., Laibson, D., Sacerdote, B. (2002) An Economic Approach to Social Capital. *Economic Journal* 112: 437-458.
11. Grusec, J. E., Kuczynski, L. (1997) *Parenting and children's internalization of values: a handbook of contemporary theory*. New York: Wiley.
12. Guiso, L., Sapienza, P., Zingales L. (2004) *Cultural Biases in Economic Exchange*. NBER WP 11005.
13. Guiso, L., Sapienza, P., Zingales L. (2006) *Does Culture Affect Economic Outcomes?* SSRN WP.
14. Heston, A., Summers R., Aten, B. (2002) *Penn World Table Version 6.1*. University of Pennsylvania: Center for International Comparisons.
15. Hofstede, G. (1980) Motivation, Leadership and Organization: Do American Theories Apply Abroad? *Organizational Dynamics*, 9(1): 42-63.
16. Hofstede, G. (2001) *Culture's consequences*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
17. Janićijević N. (1998) Uticaj nacionalne kulture na organizaciju i poslovanje jugoslovenskih preduzeća. *Poslovna politika*, 27 (10): 36-44.
18. Knack, S., Zak, P. (2001) Trust and Growth. *Economic Journal*, 111(470): 295-321.
19. Knack, S. Keefer P. (1997) Does social capital have an economic payoff?: A cross-country investigation. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(4): 1251-1288.
20. Knowles, J., Postlewaite A. (2004) *Do Children Learn to Save from Their Parents*. University of Pennsylvania Working Paper.
21. Landes, D. (1998) *The Wealth and Poverty of Nations*. New York: Norton & Company Inc.
22. Mojić, D. (2003) Uticaj nacionalne culture na organizacione potkulture i stilove vođstva u preduzećima Srbije: empirijska analiza. *Sociologija* 45 (4): 317-346.
23. Obradović S. (2008) Education and Economic Growth. *Lex ET Scientia International Journal*, XV (2): 197-205.
24. Roland, G. (2005) *Understanding Institutional Change: Fast Moving and Slow Moving Institutions*, SSRN Working Paper.
25. Rughman A., Hodgetts, R. (1995) *International Business, A Strategic Management Approach*. New York: McGraw-Hill.

26. Schneider S., Barsoux, J. L. (2003) *Managing Across Cultures*. Harlow: Prentice Hall.
27. Terpstra, V., David, K. (1991) *The Cultural Environment of International Business*. Cincinnati: South Western Publishing.
28. Wild J., Wild, K. L., Han, J. (2001) *International Business, An Integrated Approach*. New Jersey: Prentice Hall.

### **CULTURAL DIFFERENCES AS A FACTOR OF ECONOMIC SUCCESS**

**Abstract:** Attitudes and values are important factors of economic success. People who work hard and plan the future will most likely succeed, not those, who are lazy or have a passive attitude. However, we should not say that the attitude towards work is the only factor in economic success of the individual. If the difference in attitudes is important for individual success, the logical question is whether it can be important for the economic success of the country as a whole. Are the differences between countries in culture, i.e. values, attitudes and beliefs that prevail in society, partly responsible for differences in economic performance? Just testing this hypothesis is the subject of this paper. Idea that culture can be a factor of wealth of a nation is relatively recent.

**Keywords:** culture, economic growth, trust, values, society.