

UNIVERZA V LJUBLJANI
FILOZOFSKA FAKULTETA
ODDELEK ZA PSIHOLOGIJO

NIKOLA KOMES

**Medsebojno zaupanje v poslovnih odnosih med Slovenijo in
Hrvaško**

Magistrsko delo

Mentor:izr. prof. dr. Eva Boštjančič

Ljubljana, 2017

Zahvala

Ianu – You kept me going.

Izvleček

Magistrsko delo raziskuje problematiko medsebojnega zaupanja v poslovnih odnosih med hrvaškimi in slovenskimi poslovnimi partnerji. Raziskava ugotavlja raven zaupanja in razlike v zaupanju med poslovnimi partnerji iz Slovenije in Hrvaške ter povezanost zaupanja z osebnostnimi lastnostmi in kulturno inteligentnostjo. Uporabljeni so bili Vprašalnik organizacijskega zaupanja (OTI), HEXACO kratki osebnostni inventar in Lestvica kulturne inteligentnosti (CQS). Anketo je preko spleta izpolnilo 343 oseb, ki sodelujejo s poslovnimi partnerji iz Hrvaške oz. Slovenije. Hrvaški del vzorca je izpolnjeval anketo v hrvaščini, slovenski del vzorca pa v slovenščini. Rezultati so pokazali, da Slovenci zaupajo hrvaškim poslovnim partnerjem v manjši meri kot Hrvati zaupajo slovenskim. Zaupanje ni bilo statistično pomembno povezano s kulturno inteligentnostjo. Od osebnostnih lastnosti se je le sprejemljivost izkazala kot pomemben napovednik zaupanja. Razlika v zaupanju med državama bi lahko bila posledica razlik v ekonomski razvitosti in osebnostnih lastnostih, stereotipov in predsodkov ali trenutnih društveno-političnih dogajanj. Raziskava predstavlja prvi sistematični in znanstveni poskus raziskovanja psiholoških dejavnikov v poslovnih odnosih med Slovenijo in Hrvaško; rezultati le-te bodo prispevali k boljšemu razumevanju razlik v zaupanju med državama in s tem tudi služili kot pomoč pristojnim institucijam oz. osebam in podjetjem, ki razmišljajo o vzpostavljanju poslovnih odnosov s sosednjo državo.

Ključne besede: zaupanje, osebnost, kulturna inteligentnost, Slovenija, Hrvaška

Mutual trust in business relationships between Slovenia and Croatia

Abstract

This master's thesis explores issues related to mutual trust in business relationships between Croatian and Slovenian business partners. Using the Organizational Trust Inventory, the Brief Hexaco Personality Inventory and the Cultural Intelligence Scale, the research establishes the level of trust and differences in between business partners from Slovenia and Croatia. It also researches the relation trust has with personality traits and cultural intelligence. The questionnaire was filled out online by 343 participants who collaborate with business partners from Croatia or Slovenia. The Croatian part of the sample filled out the questionnaire in the Croatian language, and the Slovenian part of the sample filled it out in the Slovenian language. The results have shown that Slovenians trust their Croatian business partners to a lesser extent than the Croats trust their Slovenian business partners. Trust was not significantly connected with cultural intelligence. Concerning personal characteristics, only agreeableness correlated significantly with trust. The difference in the level of trust shown by both countries respectively might be a consequence of the following: differences in economic development and personality traits; stereotypes and prejudice; current socio-political events. This research is the first systematic and scientific attempt in researching psychological factors in business relationships between Slovenia and Croatia, the results of which will contribute to a better understanding of differences in trust between the two countries. The results will also be of help to responsible institutions, i.e. individuals and companies, who are planning on establishing business relations with the neighbouring country.

Keywords: trust, personality, cultural intelligence, Slovenia, Croatia

KAZALO VSEBINE

Uvod	10
Zaupanje	10
Organizacijsko zaupanje	11
Osebnost	14
Model Velikih pet	15
HEXACO model	15
Kulturna inteligentnost	18
Metakognitivni CQ	18
Kognitivni CQ	18
Motivacijski CQ	19
Vedenjski CQ	19
Odnosi med Slovenijo in Hrvaško	20
Medsebojni spori in odprta vprašanja	21
Primerjava gospodarstev	21
Raziskovalni problem	22
Metoda	23
Udeleženci	23
Pripomočki	23
Vprašalnik organizacijskega zaupanja – OTI	23
HEXACO kratki osebnostni inventar – BHI	24
Lestvica kulturne inteligentnosti – CQS	24
Postopek	24
Rezultati	25
Zaupanje	26
Osebnost	27
Kulturna inteligentnost	28
Razprava	31
Praktična vrednost raziskave	33
Omejitve raziskave in nadaljnje raziskovanje	33
Zaključki	34
Reference	36
Izjava o avtorstvu dela, tehnični brezhibnosti magistrskega dela, etični ustreznosti izvedene magistrske raziskave in konfliktu interesov	40

Uvod

Dobri sosede ali ne? Poslovni, politični, ekonomski in drugi odnosi med Slovenijo in Hrvaško so ena od tem, ki so v javnem prostoru aktualne že 25 let in se vedno znova pojavljajo. Obstaja veliko število bolj ali manj poljudnih političnih in socioloških analiz, ki se ukvarjajo s to temo, vendar nobena od njih z znanstvenega vidika ne gre dalje od predstavljanja osebnega mnenja in izkušenj s sosednjo državo. Prav ta diskrepanca med neraziskanostjo področja in popularnostjo teme me je motivirala, da se lotim raziskovanja psiholoških vidikov zaupanja v poslovnih odnosih med Hrvaško in Slovenijo.

V magistrskem delu bom skušal raziskati raven zaupanja med slovenskimi in hrvaškimi podjetniki. Poleg tega bom preverjal njihovo kulturno inteligentnost in osebnostno strukturo ter njihov vpliv na medsebojno zaupanje. V nadaljevanju sledi pregled literature s področja omenjenih konstruktov in kratek zgodovinski pregled slovensko-hrvaških odnosov kot nujna referenca za pridobivanje vpogleda v obravnavano temo odnosov in kot vir potencialnih dejavnikov, ki vplivajo na zaupanje med državami.

Zaupanje

Čeprav je koncept zaupanja predmet debate in preučevanja že od 16. stoletja, v psihologiji in drugih družboslovnih vedah ni jasnega konsenza glede tega, kaj točno zaupanje pomeni. V zadnji polovici stoletja je vse več naporov avtorjev, namenjenih razjasnjevanju zaupanja in vloge le-tega v vseh aspektih družbenega in zasebnega življenja. Vendarle raziskave na tem področju zaupanje pogosto obravnavajo na konceptualno popolnoma različne načine (McKnight in Chervany, 1996). Merjenje zaupanja zato pogosto pripelje do popolnoma neprimerljivih rezultatov med študijami. Giffin (1967) pravi, da je bilo zaupanje v preteklosti »obravnavano kot mističen faktor, ki se vedno znova upira natančnemu definiranju«.

Zaupanje avtorji najpogosteje definirajo z vidika vedenja in z vidika prepričanja. V zadnjih dveh desetletjih je bilo veliko poskusov razširjanja definicij zaupanja z namenom, da se pokrije oba vidika in hkrati omogoči enotno podlago za raziskovanje in kasneje tudi primerjanje rezultatov (McKnight in Chervany, 1996). Dobingova (1993) teorija zaupanje obravnava kot pripravljenost za odvisnost od druge osebe, prepričanje o vrednosti zaupanja in določena situacijsko specifična vedenja. Mayer, Davis in Schoorman (1995) se osredotočajo na zaupanje kot pripravljenost za biti ranljiv in vključujejo tudi koncept tveganja kot mediatorja med zaznavo zaupanja in pripravljenosti za vedenje, ki povzroča ranljivost. Mishra (1996) medtem zaupanje pojmuje kot pripravljenost osebe, da je ranljiva na podlagi prepričanja, da je druga oseba kompetentna, odprta, zanesljiva in skrbna. Vse naštete teorije se med seboj prekrivajo in nas pripeljejo do novejših definicij, ki obsegajo zaupanje z obeh vidikov: vedenja in prepričanja. Bamberger (2010) zaupanje pojmuje kot zanašanje na drugo osebo ali skupino, da se bo dogajanje razvijalo na pričakovan način oz. verovanje, da bodo prihodnji dogodki potekali v skladu s pričakovanji. Zaupanje vedno vključuje dve strani: zaupajočega (posameznik, ali skupina, ki zaupa) in zaupnika (posameznik, ali skupina, ki mu zaupajoči zaupa). Lamovec (1989) v svojem pregledu teorij medosebnega zaupanja ločuje med tremi glavnimi usmeritvami na tem področju: teorijo socialne izmenjave, teorijo socialnega učenja in atribucijsko teorijo. Teorija socialne izmenjave analizira korist in škodo, ki jo prinaša določen medosebni odnos ter vpliv tega odnosa na vedenje in motivacijo. Ključni dejavnik pri tem je predvidljivost oziroma

pričakovanje o tem, kako se bodo razvijali dogodki v prihodnosti. Pri zaupanju torej gre za razmerje med koristmi in škodo – človek, ki zaupa, lahko utрпи veliko škodo, če se bo njegovo zaupanje izkazalo za neupravičeno. Za teorijo socialnega učenja je ključen vpliv izkušenj, ki jih otrok pridobi v procesu socializacije. Na osnovi izkušenj se razvije določena stopnja generaliziranega zaupanja. Glede na stopnjo generaliziranega zaupanja potem ločujemo ljudi: od tistih, ki na splošno zaupajo vsakomur, do tistih, ki ne zaupajo nikomur. Opredelitev zaupanja po teoriji socialnega učenja je dokaj ozka in ne upošteva motivacijske naravnosti in negotovosti izida ter je zaradi tega bila deležna veliko kritik v zadnjih desetletjih. Iz perspektive atribucijske teorije sloni zaupanje predvsem na oceni, koliko so drugi vredni zaupanja. Poudarek je torej na značilnostih objekta in ne na lastnostih osebe, ki zaupa.

Metaanalize številnih definicij zaupanja kažejo, da je zaupanje prepričanje zaupajočega, da bo druga stran: (1) ravnala na način, ki ne bo škodil zaupajočemu, (2) ravnala v korist zaupajočega, (3) ravnala zanesljivo in (4) ravnala na predvidljiv in vzajemno sprejemljiv način (Paliszkiwicz, 2011). Obstajajo različne vrste zaupanja: bazično zaupanje, primarno in sekundarno zaupanje, medosebno zaupanje, sistemsko zaupanje, organizacijsko zaupanje itn. V magistrskem delu se bom ukvarjal predvsem z organizacijskim zaupanjem, pri katerem gre za zaupanje med organizacijami, ki poslovno sodelujejo.

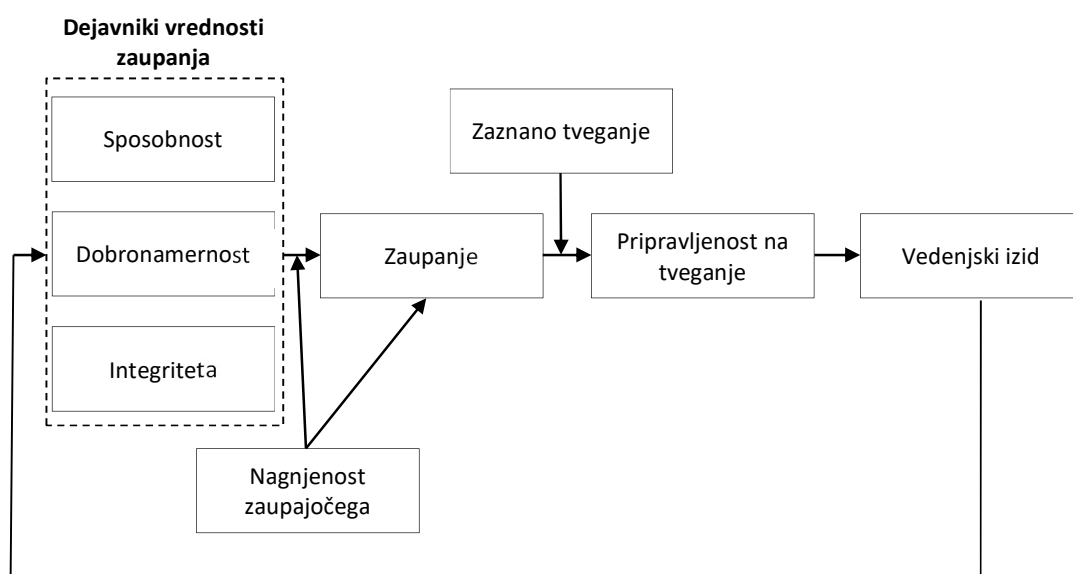
Organizacijsko zaupanje

Raziskovanje na temo zaupanja med organizacijami in znotraj organizacij se je v zadnjih desetletjih uveljavilo kot ena od pomembnih domen na področju menedžmenta in vodenja. Svoj skokoviti vzpon področje organizacijskega zaupanja dolguje predvsem v spremembi organizacijske paradigme vseh po svetu, saj v eri klasičnih birokratskih organizacij ni bilo skoraj nobene zavesti o problemu zaupanja – obstajale so rigidne procedure za vse postopke, opisi delovnih mest so bili dokaj ozki, organizacijsko okolje stabilno in posledično ni bilo skoraj nobene potrebe za ukvarjanje s področjem zaupanja (Bachmann in Zaheer, 2006). Struktura in odnosi v sodobnih organizacijah so se v zadnjih desetletjih popolnoma spremenili – velika stopnja negotovosti in potreba po prožnosti sta zdaj značilni za večino sodobnih, v prihodnost usmerjenih organizacij. Prav negotovost in spremenljivost okolja sta bila glavna sprožilca za naraščanje interesa za področje zaupanja, poleg tega pa trenutni trendi na področju menedžmenta še bolj poudarjajo naraščajoči pomen zaupanja na delovnem mestu (Evropska komisija, 2017).

Eden od pomembnejših trendov na področju organizacijskega menedžmenta je naraščajoča raznolikost na delovnem mestu – posamezniki iz različnih kulturnih, nacionalnih in organizacijskih aspektov so v tesnem stiku in usmerjeni v doseganje skupnih ciljev. Raznolika delovna sila ima manjšo možnost zanašanja na medosebno podobnost in skupno ozadje pri vzpostavljanju učinkovitega tima in v tem kontekstu zaupanje igra odločilno vlogo kot mehanizem, ki takim omogoča posameznikom, da sodelujejo bolj učinkovito (Mayer, Davis in Schoorman, 1995). Kontinuirane spremembe na delovnem mestu v smeri vse bolj sodelujočih stilov menedžmenta in implementacije delovnih timov, ki se sami uravnavajo, tudi zahtevajo precejšen poudarek na zaupanju, saj je to nujen pogoj za zmanjševanje ali popolno odstranjevanje mehanizmov kontrole v delovnem timu (Kavčič, 2015).

Na področju organizacijskega zaupanja prav tako obstaja ogromno modelov, vendar le redki skušajo integrirati precej širok nabor definicij zaupanja. Za potrebe magistrskega dela bom uporabil integrativni model organizacijskega zaupanja po Mayer, Davis in Schoorman (1995) in multidimenzionalno teorijo organizacijskega zaupanja po Bromiley in Cummings

(1995). Integrativni model organizacijskega zaupanja obsega tako lastnosti zaupnika kot lastnosti zaupajočega, obravnava razmerje med tveganjem in zaupanjem ter vključuje tudi situacijske dejavnike, ki jih mnogi drugi modeli organizacijskega zaupanja zanemarijajo. V tem modelu avtorji jasno ločujejo med zaupanjem in različnimi pojmi, ki se pogosto uporabljajo kot sopomenke. To je npr. izraz »confidence«, ki se v slovenščino prevaja kot zaupanje, torej enako kot izraz »trust«. Ključna razlika je, da »confidence« pomeni možnost, da bodo prihodnji dogodki potekali v skladu s pričakovanji in vključujejo tudi komponento preteklih odnosov, medtem ko »trust« pomeni prenos odgovornosti, zanašanje na drugo osebo ali skupino in vključuje komponento ocene tveganja. Če npr. oseba vsak dan zapusti hišo brez sredstev za obrambo, ker ne razmišlja o potencialnih nevarnostih, gre za »confidence«, da se nič ne bo zgodilo. Če pa oseba npr. nekomu izposodi avtomobil, čeprav obstaja možnost, da bo druga oseba slabo ravnala z avtomobilom, gre v tej situaciji za »trust«. Shema integrativnega modela organizacijskega zaupanja je prikazana na sliki 1.



Slika 1. Integrativni model organizacijskega zaupanja

Dejavniki vrednosti zaupanja – sposobnost, dobronamernost in integriteta – se v tem modelu nanašajo na lastnosti zaupnika. Sposobnost je skupina veščin, kompetenc in lastnosti, s katerimi zaupnik lahko vpliva na zaupajočega. Dobronamernost se nanaša na mero, do katere je zaupnik pripravljen ravnati v dobri veri do zaupajočega. Lahko jo opredelimo tudi kot pozitivno naravnost zaupnika do zaupajočega. Tretji dejavnik vrednosti zaupanja je integriteta – zaznavanje zaupajočega, da se zaupnik drži načel, za katera zaupajoči meni, da so sprejemljiva. Na integriteto vpliva predvsem doslednost zaupnikovega ravnanja v preteklosti, informacije o zaupniku od drugih oseb in mera, do katere je zaupnikovo vedenje kongruentno z njegovimi besedami. Višja sposobnost, dobronamernost in integriteta pomenijo višjo verjetnost zaupanja med zaupajočim in zaupnikom. Na odnos med dejavniki vrednosti zaupanja in zaupanjem vpliva tudi nagnjenost zaupajočega oz. splošna pripravljenost zaupati drugim ali generalizirano pričakovanje o tem, ali so drugi vredni zaupanja. Na nagnjenost zaupajočega razen preteklih izkušenj vplivajo tudi osebni dejavniki in kulturno ozadje (Hofstede, 1980). Nagnjenost zaupajočega skupaj z dejavniki vrednosti zaupanja vplivajo na raven zaupanja med osebami ali organizacijami,

temu pa sledijo konkretni vedenjski izidi. Tveganje je ena od bistvenih komponent zaupanja, saj je zaupanje v vedenjskem kontekstu pripravljenost osebe ali organizacije, da je ranljiva za dejanja druge osebe ali organizacije. Konkretno, če npr. podjetje da drugemu podjetju posojilo, pomeni v tem kontekstu zaupanje pripravljenost prvega podjetja na tveganje, saj bi se lahko zgodilo, da drugo podjetje ne ravna v dobri veri in ne vrne posojila. Med zaupanjem in vedenjsko odločitvijo torej vplivata zaznano tveganje v določeni situaciji in splošna pripravljenost osebe na tveganje. Izid situacije (npr. drugo podjetje vrne posojilo prvemu podjetju v dogovorjenem roku) potem ciklično vpliva na celoten proces preko dejavnikov vrednosti zaupanja. Opisani integrativni model je prvi koncept organizacijskega zaupanja, ki ločuje zaupanje od dejavnikov, ki pripeljejo do zaupanja, in tudi razmeji med zaupanjem in pripravljenostjo na tveganje v določeni situaciji (Mayer, Davis in Schoorman, 1995).

Čeprav je integrativni model organizacijskega zaupanja eden od redkih modelov, ki organizacijsko zaupanje definirajo in pojasnijo dovolj zadovoljivo za kriterije znanstvenega preučevanja, žal ne nudi nobenih konkretnih napotkov ali metod za preučevanje ravni in strukture organizacijskega zaupanja. Cummings in Bromiley (1996) sta pri oblikovanju svoje multidimenzionalne teorije organizacijskega zaupanja delno izhajala tudi iz prej opisanega modela. Organizacijsko zaupanje je v tem modelu definirano kot pričakovanje osebe ali skupine, da: (1) bo druga oseba ali skupina spoštovala bodisi implicitne bodisi eksplicitne obljube, (2) je oseba ali skupina iskrena v morebitnih pogajanjih in (3) se oseba ali skupina izogiba prekomernemu izkoriščanju prednosti, ko je priložnost za to na voljo. Na temelju te opredelitve so avtorji oblikovali tri dimenzije organizacijskega zaupanja, ki jih lahko prevedemo kot držanje obljub, iskreno pogajanje in izogibanje prekomernemu izkoriščanju (slika 2).



Slika 2. Dimenzije organizacijskega zaupanja po Cummings in Bromiley (1996)

Držanje obljub se v tem kontekstu nanaša na neko vrsto vedenjske zanesljivosti, saj implicira, da bo oseba ali skupina izpolnila svoje obveznosti in držala obljube. Iskreno pogajanje pomeni, da so vedenje in izjave osebe ali skupine skladne z njeni dejanskimi namerami, torej gre za iskrenost v komunikaciji znotraj celotnega procesa pogajanja z drugo osebo ali skupino. Če oseba ali skupina ne izkorišča potencialne kratkoročne priložnosti za dobiček na račun druge osebe ali skupine, se izogiba prekomernemu izkoriščanju. Vse tri dimenzije zaupanja pa avtorji preučujejo skozi tri komponente – zaupanje kot afektivno stanje, zaupanje kot kognicijo in zaupanje kot vedenje. Cummings in Bromiley sta potem na

podlagi opisane teorije zaupanja oblikovala vprašalnik organizacijskega zaupanja (OTI), ki ga bom uporabil za merjenje ravni in strukture zaupanja v tej raziskavi.

Osebnost

Gradnja in vzdrževanje učinkovitih in plodnih poslovnih odnosov je odvisna od mnogo objektivnih (npr. ekonomska situacija v državi in podjetju, industrija, dejavnost podjetja) in subjektivnih (npr. zaznava druge osebe ali podjetja) dejavnikov. Med subjektivnimi dejavniki je eden od najbolj pomembnih zagotovo osebnost, saj ta neposredno vpliva na obnašanje osebe in s tem tudi na stil komunikacije, stil pogajanja, zaupljivost, pripravljenost za tveganje v poslovnem odnosu itn. Osebnost je po Museku (2010) celostni vzorec relativno trajnih značilnosti, po katerih se posamezniki razlikujejo med seboj oz. relativno trajna in edinstvena celota duševnih, vedenjskih in telesnih značilnosti posameznika. Gre torej za vse tisto pri posamezniku, kar predstavlja njegovo istovetnost in po čemer ga ločimo od drugih. Osebnost obsega tiste vidike doživljanja in obnašanja, ki so trajni in individualni. Torej, če opazujemo obnašanje posameznikov, bomo pripisovali njihovi osebnosti zlasti tiste oblike obnašanja, ki so videti trajne (posebej, če se pojavljajo v različnih situacijah) in tiste, v katerih se dosledno kažejo posamezniki kot različni od drugih posameznikov (posebej, če se to dogaja v sicer podobnih situacijah).

Konceptov osebnosti je veliko in so zaradi tega tudi možna izhodišča za klasificiranje teorij osebnosti lahko številna in različna. Eden od glavnih in najpogosteje uporabljenih sodobnih teoretskih pristopov k preučevanju osebnosti je na dimenzije osredotočen pristop. Na dimenzije osredotočen (lahko uporabimo tudi izraz dimenzionalni) pristop predpostavlja, da lahko osebnost najbolje opišemo z osebnostnimi lastnostmi in da osebnostne lastnosti predstavljajo tudi temeljno enoto preučevanja osebnosti (Avsec, Kavčič in Petrič, 2017). Dimenzionalni pristop na osebnostne lastnosti gleda kot na bipolarne dimenzije, kontinuum med dvema skrajnima poloma (Musek, 2010). Z izrazom osebnostna lastnost (lahko uporabimo tudi izraz osebnostna poteza) označujemo posameznikov razmeroma trajni slog razmišljanja, čustvovanja in vedenja. Osebnostne lastnosti ne vključujejo trenutnih stanj (kot so čustva), stališč (npr. stališča do vere), sposobnosti (npr. prostorske in matematične sposobnosti) ali telesnih značilnosti (McCrae in Costa, 1997). Ashton (2013) pravi, da osebnostne lastnosti opisujejo težnje k tipičnemu vedenju, razmišljanju in čustvovanju, kar pomeni, da se nanašajo na verjetnost, da bo posameznik pokazal neko vedenje, način razmišljanja ali čustvovanja. Osebnostne lastnosti nam torej omogočajo, da opišemo posameznike in razlike med njimi, kar nam omogoča napovedovanje njihovega vedenja ter spreminjanje našega (Avsec, Kavčič in Petrič, 2017).

Najpomembnejše dimenzionalne teorije osebnosti so nastale na podlagi multivariatnega raziskovanja osebnosti. Cattell (1943) je prvi s pomočjo faktorskih analiz skušal odkriti temelje osebnostne strukture in je v ta namen s pomočjo analize pomenske podobnosti dobil 16 temeljnih faktorjev osebnosti in jih opredelil kot kontinuum, vzdolž katerih se ljudje med seboj razlikujemo in so v različni meri izraženi pri različnih posameznikih. Na podlagi Cattellovega dela so drugi raziskovalci potem oblikovali najbolj pomemben sodobni model osebnosti: petfaktorski model (model Velikih pet) in HEXACO model osebnosti, ki izhaja iz modela Velikih pet.

Model Velikih pet

Petfaktorsko strukturo osebnosti, ki jo je prvi predlagal Norman (1967), so podprle številne študije in metaanalize. Poleg tega pet faktorjev v različnih študijah kaže ustrezno veljavnost in zanesljivost modela. Tako danes med raziskovalci obstaja visoka stopnja soglasja, da petfaktorski model zadovoljivo povzema splošno organizacijo osebnostnih potez pri odraslih v različnih deželah in jezikovnih skupnostih (Avsec, Kavčič in Petrič, 2017). Model Velikih pet se je v zadnjih desetletjih uveljavil kot standard za raziskovanje osebnosti, kar se kaže tudi v naraščajočem številu vprašalnikov in lestvic, ki merijo pet velikih faktorjev osebnosti.

Model Velikih pet po McCrae in Costa (1997) sestavljajo naslednje osebnostne lastnosti: ekstravertnost, sprejemljivost, vestnost, nevroticizem in odprtost. Ekstravertnost vključuje lastnosti, kot so energično in dinamično delovanje, navdušenje in zgovornost, sociabilnost ter sposobnost samouveljavljanja in vplivanja na druge. Sprejemljivost se nanaša na sposobnost učinkovitega sodelovanja z drugimi, sposobnost razumevanja drugih in nudenja pomoči, nežnost, zaupanje in skromnost. Vestnost se nanaša na sposobnost samouravnavanja in samokontrole, zanesljivost, natančnost, redoljubnost, trdnost, delavnost oz. na splošno socialno zaželen nadzor impulzov, ki spodbuja k cilju usmerjeno vedenje. Nevroticizem vključuje različna negativna čustva, kot so anksioznost, razdražljivost in napetost. Nasprotni pol nevroticizma se pri tem nanaša na sposobnost kontroliranja čustev in odsotnost negativnih čustvenih stanj (čustvena stabilnost). Odprtost se nanaša na ustvarjalnost, radovednost, odprtost za novosti oz. na splošno na širino in kompleksnost posameznikovega mentalnega in doživljajskega sveta. Tabela 1 prikazuje bolj podrobno strukturo posameznih faktorjev modela Velikih 5.

Čeprav model Velikih pet podpirajo rezultati številnih študij in uživa močno podporo strokovne javnosti, je bil deležen precej kritik. Avsec, Kavčič in Petrič (2017) povzemajo kritike tega modela in pravijo, da so največje težave modela Velikih 5 pomanjkanje teoretičnih razlag procesov v ozadju osebnostnih dimenzij, nejasne povezave z ustreznimi biološkimi indikatorji, robni pogoji faktorjske analize, ki določajo njene izide, in dejstvo, da se z večjim številom faktorjev še vedno bistveno izboljša napovedna vrednost modela. Model Velikih 5 je ne glede na kritike ustrezen za opisovanje osebnosti v različnih kulturah in pri različno starih posameznikih. Obsega skorajda vse vidike medosebnih razlik v osebnosti med posamezniki in ima najbolj obsežno empirično podporo med vsemi dimenzionalnimi modeli osebnosti nasploh (Avsec, Kavčič in Petrič, 2017; Musek, 2010).

HEXACO model

Večina raziskav osebnostnih faktorjev v zadnjih treh desetletjih je potrdila prve štiri faktorje modela Velikih pet (ekstravertnost, sprejemljivost, vestnost in nevroticizem), vseh pet faktorjev v originalni obliki pa ne. Nekateri avtorji (Ashton in Lee, 2007; Lee in Ashton, 2008) so mnenja, da je šestfaktorski model bolj ustrezen za opisovanje osebnosti in da hkrati pojasni več variance. Ashton in Lee sta na podlagi leksičnih raziskav in faktorjske analize oblikovala šestfaktorski model HEXACO, v katerem je pet od šest faktorjev pretežno enakih faktorjem iz modela Velikih pet.

Ime modela izhaja iz grške predpone hexa, ki pomeni šest, in hkrati izraža imena šestih faktorjev v angleškem jeziku: H za Honesty – humility (iskrenost – ponižnost), E za Emotionality (emocionalnost), X za eXtraversion (ekstravertnost), A za Agreeableness

(sprejemljivost), C za Conscientiousness (vestnost) in O za Openness to experience (odprtost). Iskrenost – ponižnost se nanaša na izogibanje manipuliranju z drugimi za osebno korist, spoštovanje pravil, nezainteresiranost za luksuz in poseben socialni status itn. Emocionalnost vključuje občutke, kot so strah pred fizičnimi nevarnostmi, tesnoba kot odziv na stresorje iz okolja, potreba po emocionalni podpori, empatija in sentimentalnost. Ekstravertnost se kaže kot pozitiven občutek o sebi, samozavest, uživanje v socialnih interakcijah, navdušenje, energija in zgovornost. Sprejemljivost se nanaša na popustljivost pri konfliktih, pripravljenost na kompromise in sodelovanje z drugimi, sposobnost zlahka nadzorovati lasten temperament in nagnjenost k odpuščanju drugim. Vestnost je v tem modelu pojmovana kot sposobnost organiziranja lastnega časa in fizičnega okolja, usmerjenost k doseganju ciljev, prizadevanje za natančnost in popolnost pri opravljanju nalog ter skrbno razmišljanje pri odločanju. Zadnji faktor HEXACO modela, odprtost, se nanaša na radovednost glede različnih področij znanja in umetnosti, svobodno uporabo domišljije v vsakodnevem življenju ter zanimanje za nenavadne stvari in ideje (Lee in Ashton, 2008). V tabeli 1 prikazujem podrobnejšo strukturo faktorjev HEXACO modela in pripadajoče faktorje v modelu Velikih 5.

Čeprav nekateri avtorji model razumejo le kot manjšo spremembo modela Velikih pet, ki pravzaprav razdeli faktor sprejemljivosti na dva faktorja, ima HEXACO dovolj močno empirično zaledje za brezskrbno uporabo pri preučevanju osebnosti. Poleg tega HEXACO nudi bolj podroben pogled v sfero sprejemljivosti, saj se iskrenost – ponižnost nanaša na bolj implicitne vidike sprejemljivosti, ki jih sicer lahko ločimo od navzven očitnejših vidikov, kot so npr. kooperativnost in altruizem (Ashton in Lee, 2007; Avsec, Kavčič in Petrič, 2017). Prav zaradi tega vpogleda v sprejemljivost je HEXACO idealen za uporabo v raziskovanju organizacijskega zaupanja, saj je iskrenost kot osebna lastnost ključen dejavnik iskrenega pogajanja, o katerem sem že govoril pri definiciji organizacijskega zaupanja.

Tabela 1. *Faktorji HEXACO modela in pripadajoči faktorji v modelu Velikih 5*

Faktor v modelu HEXACO	Komponente	Pripadajoči faktor v modelu V5	Komponente
Iskrenost–ponižnost	Iskrenost, pravičnost, izogibanje pohlepi, skromnost	/	
Emocionalnost	Bojazen, anksioznost, odvisnost, sentimentalnost	Nevroticizem (Čustvena stabilnost)	Tesnobnost, sovražnost, impulzivnost, depresivnost, samokritičnost
Ekstravertnost	Samopodoba, socialna drznost, družbenost, živahnost	Ekstravertnost	Toplina, druženje, samozavest, aktivnost, iskanje vznurjenja, pozitivnost
Sprejemljivost	Nežnost, fleksibilnost, potrpežljivost, nagnjenost k odpuščanju	Sprejemljivost	Zaupanje, odkritost, altruizem, prilagojenost, skromnost, blagost
Vestnost	Sposobnost organizacije, skrbnost, perfekcionizem	Vestnost	Kompetentnost, red, čut dolžnosti, storilnost, samodisciplina, preudarnost
Odprtost	Ustvarjalnost, nekonvencionalnost, radovednost, uživanje v estetiki	Odprtost	Domišljija, ideje, estetski čut, globoko doživljanje, kultura, radovednost

Raziskave na področju povezanosti osebnosti in zaupanja kažejo na pomemben vpliv osebnostnih lastnosti na različne vrste zaupanja. Tako je npr. raziskava avtorjev Freitag in Bauer (2016), izvedena na vzorcu 1200 ljudi, pokazala visoko povezanost sprejemljivosti in zaupanja neznanim osebam ter povezanost sprejemljivosti in oprtosti z zaupanjem do prijateljev. Pri organizacijskem zaupanju gre pogosto za oblikovanje vezi v situaciji, kjer tako zaupniku kot zaupajočemu manjkajo informacije o drugi strani (npr. informacije o poslovanju drugega podjetja, smer, v katero se bo le-to razvijalo, ali nagnjenost druge strani k izogibanju dogovorjenim obveznostim) in zato bi na podlagi tega lahko zaključke omenjene raziskave prenesli tudi na področje organizacijskega zaupanja. Cho, Cam in Oltramari (2016) so mnenja, da je osebnost pomemben mediator med zaznavanjem tveganja v določeni situaciji in vedenjsko odločitvijo. Osebe z različnimi osebnostnimi lastnostmi bodo v isti situaciji zaznale različno stopnjo tveganja; posledično se bo razlikovala tudi njihova nagnjenost k zaupanju. Rezultati te študije so pokazali, da sprejemljivost in nevroticizem pomembno korelirata z nagnjenostjo k tveganju pri podajanju osebnih informacij preko spleta. Podobne rezultate so dobili tudi Mooradian, B. Renzl in Matzler (2006) v študiji povezanosti osebnosti, zaupanja in izmenjave oz. deljenja znanj. V modelu, ki so ga postavili, igra sprejemljivost kot edina od osebnostnih lastnosti iz modela Velikih pet ključno vlogo kot mediator med zaupanjem in deljenjem znanj in informacij, ki je v organizacijskem kontekstu nujen predpogoj za kakovostno sodelovanje podjetij.

Kulturna inteligentnost

Kulturna inteligentnost je po Earley in Ang (2003) posameznikova sposobnost, da učinkovito funkcionira v situacijah, ki so zaznamovane s kulturno raznolikostjo. Drugi avtorji kulturno inteligentnost opredeljujejo kot prilagoditvene sposobnosti in nabor znanj, ki omogočajo vodenje v različnih medkulturnih situacijah (Thomas idr., 2012). Še ena dokaj specifična opredelitev kulturne inteligentnosti le-to pojmuje kot naravno sposobnost razlage neznanih in dvoumnih gest drugih posameznikov na način, kot bi si jih razlagali posameznikovi bližnji (Earley in Mosakowski, 2004).

Na temelju Sternbergove razširjene triarhične teorije inteligentnosti sta Earley in Ang leta 2003 razvila štirifaktorski model kulturne inteligentnosti (uporabljamo lahko tudi izraz kulturni količnik – CQ). Ta model obsega metakognitivno, kognitivno, motivacijsko in vedenjsko dimenzijo kulturne inteligentnosti.

Metakognitivni CQ

Metakognitivna dimenzija oz. metakognitivni kulturni količnik se nanaša na miselni proces oblikovanja kulturnega znanja in razumevanja medkulturnih procesov ali interakcij. Posamezniki z visoko izraženo metakognitivno dimenzijo kulturne inteligentnosti se nenehno in zavestno sprašujejo o pravilnosti lastnih kulturnih predpostavk, med potekom interakcij izvajajo refleksijo nad situacijo in samim seboj ter izkoriščajo priložnost za oblikovanje kulturnega znanja med potekom medkulturnih interakcij. Tako bi v delovnem okolju npr. oseba z visoko ravno metakognitivne dimenzije kulturne inteligentnosti na medkulturnem sestanku opazovala potek komunikacije med udeleženci ter razmislila o primernosti odziva, preden bi se vključila v pogovor in potek sestanka (Ang in Van Dyne, 2008).

Sama metakognitivna dimenzija kulturne inteligentnosti je sestavljena iz treh komponent: (1) izpostavljenosti medkulturnim izkušnjam, na podlagi katerih se oblikujejo kulturne odločitve ali sodbe; (2) izpostavljenosti novim kulturam, pri kateri je pomembna predvsem kulturna razdalja, saj so ob večjih kulturnih razdaljah posamezniki manj pripravljeni na prilagajanje in si bolj pogosto položaj razlagajo s pomočjo stereotipov; in (3) odprtosti, saj so bolj odprti posamezniki bolj dojemljivi za spremembe in jih medkulturna raznolikost manj prizadene. Na splošno bi lahko torej rekli, da je metakognitivna dimenzija kulturne inteligentnosti posameznikova raven kulturne ozaveščenosti v neki situaciji, ki je zaznamovana z multikulturnostjo. Metakognitivna dimenzija kulturne inteligentnosti vključuje strategije, ki jih posameznik uporablja za socialne interakcije v novih kulturnih okoljih, vključuje načrtovanje in aktivno premišljevanje o ljudeh in situacijah znotraj različnih kulturnih kontekstov ter spodbuja posameznika na refleksijo in adaptacijo oz. popravek svojih strategij interakcije v multikulturnem okolju (Ang in Van Dyne, 2008).

Kognitivni CQ

Kognitivna dimenzija oz. kognitivni kulturni količnik vključuje znanje o normah, vrednotah, praksah in postopkih v različnih kulturah. Gre torej za posameznikovo stopnjo kulturnega znanja in poznavanja kulturnega okolja, ki jo lahko pridobi z izobraževanjem in osebnimi izkušnjami. Tako kot metakognitivna dimenzija je tudi kognitivna dimenzija kulturne inteligentnosti razdeljena na več komponent. Prva se nanaša na poslovno znanje oz. razumevanje ekonomskega, poslovnega in pravnega sistema države ali kulture, s katero

imamo stik. Druga komponenta se nanaša na interpersonalna znanja oz. obsega znanje o vrednotah, normah, primernih vzorcih socialnega vedenja in verskih prepričanjih. Tretja, sociolingvistična komponenta kognitivne dimenzije kulturne inteligentnosti pa vključuje znanja o jeziku in pravila verbalnega in neverbalnega izražanja v kulturi, s katero imamo stik.

Kognitivna dimenzija kulturne inteligentnosti je ključna dimenzija, ker je znanje o kulturnih podobnostih in razlikah temelj za sprejemanje odločitev in posledično tudi učinkovitost oz. uspešnost v multikulturnem okolju (Ang idr., 2007). Če je kognitivna dimenzija kulturne inteligentnosti nizko izražena, se lahko zgodi, da posameznik ne bo zmožen funkcionirati v multikulturnem kontekstu, saj ne bo razumel osnovnih pravil, po katerih funkcionirajo pripadniki druge kulture.

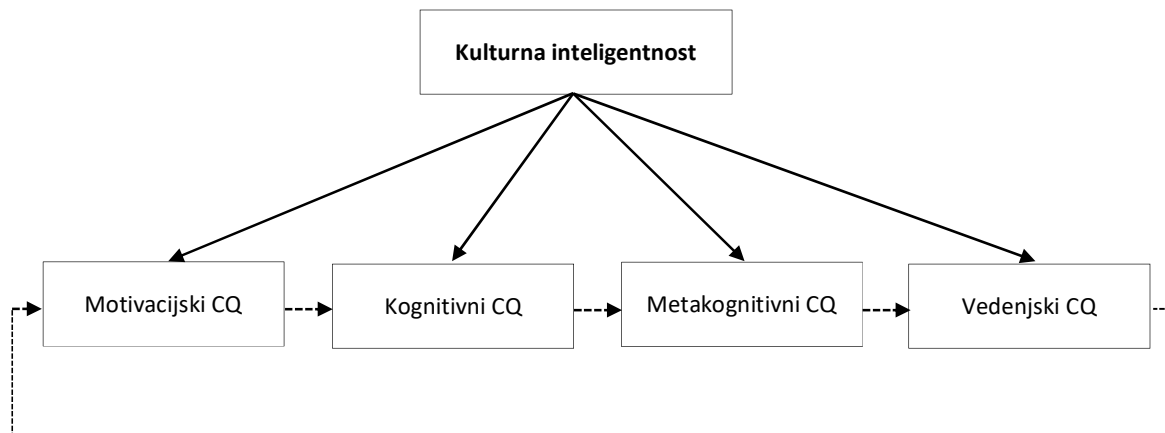
Motivacijski CQ

Motivacijska dimenzija kulturne inteligentnosti oz. motivacijski kulturni količnik se nanaša na posameznikovo zmožnost usmerjanja pozornosti in energije v spoznavanje kulturno raznolikih situacij. Predstavlja posameznikov notranji zagon in veselje do vključevanja v medkulturne situacije oz. interakcije. Skratka, gre za notranjo motivacijo za spoznavanje, učenje in delovanje znotraj kulturno raznolikih okolij (Ang idr., 2007). Ta vidik kulturne inteligentnosti se ozko povezuje s kognitivno dimenzijo, saj posameznik potrebuje določeno stopnjo znanja o kulturi, da se v medkulturni situaciji počuti dovolj kompetentno in motivirano, da uspešno opravi neko nalogo. Brez ustrezne notranje motivacije tudi zelo obširno znanje o kulturnih značilnostih ne bo pripeljalo do učinkovitega ravnanja v multikulturni situaciji. Posamezniki z višje izraženo motivacijsko dimenzijo kulturne inteligentnosti prostovoljno in namenoma iščejo raznolike medkulturne izkušnje in okolja. Takim posameznikom komunikacija z ljudmi iz drugih kultur omogoča prijetne občutke in zadovoljstvo, hkrati pa se osebe z višjo ravno motivacijske dimenzije kulturne inteligentnosti lažje prilagodijo na nove delovne položaje, so bolj odprte in vztrajne pri prilagajanju novim okoliščinam (Ang in Van Dyne, 2008).

Vedenjski CQ

Vedenjska dimenzija kulturne inteligentnosti oz. vedenjski kulturni količnik obsega uporabo primernih verbalnih in neverbalnih dejanj glede na potek interakcije v multikulturni situaciji. Verbalna in neverbalna komunikacija sta takojšnja vira informacije, ki sogovorniku omogočata oceno medkulturne sposobnosti. Pripadniki druge kulture ob interakciji najprej opazijo, zaznajo ter sodijo na podlagi vedenjske dimenzije. Tako se na podlagi vedenjske dimenzije oblikujeta prvi vtis in mnenje, ki sta pogosto tudi ključna za nadaljevanje interakcije ali npr. poslovnega partnerstva (Ang in Van Dyne, 2008).

Zgoraj opisani faktorji kulturne inteligentnosti so med seboj povezani in soodvisni v procesu medkulturne interakcije (slika 3). Motivacijski CQ določa naš interes in nagnjenost k vključevanju v multikulturno situacijo ter zaupanje v lastne sposobnosti prilagajanja na multikulturno okolje. Za uspešno medkulturno interakcijo ni dovolj le interes, ampak je potrebno tudi znanje o drugih kulturah (kognitivni CQ), ki ga potem skupaj s sposobnostjo načrtovanja in uravnavanja medkulturnih interakcij (metakognitivni CQ) uporabimo v konkretni situaciji (vedenjski CQ). Izid medkulturne interakcije potem vpliva na motivacijski CQ oz. nadaljnjo pripravljenost osebe za vključevanje v medkulturne interakcije.



Slika 3. Model kulturne inteligentnosti po Earley in Ang (2003)

Kulturna inteligentnost je v času izjemno hitro napredujoče globalizacije in pojava multikulturnih okolij eden od pomembnih napovednikov uspešnosti na delovnem mestu in je zaradi tega tudi predmet interesa raziskave. V kontekstu delovnega mesta visoka raven kulturne inteligentnosti omogoča ustvarjanje pozitivnih in produktivnih poslovnih in osebnih partnerstev na temelju pripisovanja pomembnosti kulturnim razlikam (White, 2016). Učinkovita komunikacija v različnih kulturnih okoljih in ustvarjanje skupnega ozadja prav tako nista možna brez določene mere kulturne inteligentnosti, kar bi lahko igralo pomembno vlogo v procesu vzpostavitve zaupanja med poslovnimi partnerji iz različnih držav. Dosedanje raziskave na tem področju, izvedene v različnih kulturnih okoljih, kažejo, da je kulturna inteligentnost povezana z učinkovitim delovanjem medkulturnih timov, in sicer preko nagnjenosti k deljenju informacij in stopnje kooperativnosti. Chua, Morris in Mor (2012) so v svoji študiji sklepali, da menedžerji z višjo stopnjo metakognitivne dimenzije kulturne inteligentnosti z višjo verjetnostjo oblikujejo medsebojno zaupanje v odnosih s posamezniki iz drugih kultur. Kulturna inteligentnost prav tako dokazano pospešuje delovanje multikulturnih timov preko spodbujanja deljenja informacij, kar je neposredno povezano tudi z zaupanjem (Bogilović, Černe in Škerlavaj, 2017). Delovanje multikulturnih timov in poslovno sodelovanje med kulturami je pogosto težavno, ker proces usklajevanja interesov neredko ovirajo različni cilji, versko, nacionalno in kulturno ozadje, vrednote ter socialne norme. Zato lahko od posameznikov z višjo kulturno inteligentnostjo pričakujemo hitrejšo prilagajanje situaciji, višjo nagnjenost k razumevanju posameznikov iz druge kulture in posledično tudi višjo kooperativnost in stopnjo zaupanja (Elianto in Wulansari, 2016; Rockstuhl in Ng, 2008; Tuan, 2016).

Odnosi med Slovenijo in Hrvaško

Mednarodni odnosi med Slovenijo in Hrvaško so se uradno začeli leta 1991, ko so bili vzpostavljeni medsebojni diplomatski odnosi. Od takrat odnose med državama obremenjuje nekaj odprtih vprašanj in sporov, ki včasih pridejo v središče političnega in javnega življenja. Kljub temu je sodelovanje med državama v drugih pogledih (posebej v ekonomskem) zelo dobro. Po podatkih Izvoznega okna (2017) znaša v letu 2016 blagovna menjava med Slovenijo in Hrvaško 3,6 milijard € in je v zadnjih petih letih rasla 10 % na letni ravni.

Raziskava z imenom Medkulturni odnosi, ki jo je izvedla Fakulteta za uporabne družbene študije v Novi Gorici, se je med drugim ukvarjala tudi z vprašanjem, v kolikšni meri Slovenci zaupajo narodom s prostora bivše Jugoslavije. Rezultati so pokazali, da Slovenci najbolj zaupajo Makedoncem, najmanj pa Hrvatom (Salihović, 2012).

Medsebojni spori in odprta vprašanja

Največji in časovno najdaljši konflikt med Slovenijo in Hrvaško se nanaša na poskus določitve morske meje v Piranskem zalivu. Z razpadom Jugoslavije in nastankom neodvisnih držav Slovenije in Hrvaške je prej nerazmejeni akvatorij med njima postal jedro razmejitvenega spora. Od takrat je bilo območje Piranskega zaliva prizorišče več obmejnih incidentov. Pri sporu gre po eni strani za slovensko prizadevanje po zagotovitvi nemotenega stika z mednarodnimi vodami, na drugi pa za hrvaško željo, da bi preko razmejitve Piranskega zaliva zagotovila stik hrvaških teritorialnih voda z italijanskimi. Po neuspešnih političnih dogovarjanjih in zavrženih že sprejetih sporazumih sta državi z dogovorom odločitev o morski meji prepustili razsodbi mednarodnega arbitražnega sodišča. Hrvaška je leta 2015 odstopila od arbitraže zaradi prisluškovalne afere, v katero je bil vpleten slovenski arbiter (Žurnal 24, 2015). Arbitražno sodišče je julija 2017 objavilo sodbo, v kateri predlagajo nastanek precej velikega območja stika, ki bo omogočilo Hrvaški celovitost ozemeljskih voda, Sloveniji pa svobodo komunikacij, ki med drugim pomeni svobodo preletov in plovbe v mednarodne vode (Delo, 2017).

Med letoma 1998 in 2003 je bila predmet spora med Slovenijo in Hrvaško nuklearna elektrarna Krško, ki je bila zgrajena leta 1981 s skupnimi sredstvi. Od osamosvojitve držav je prišlo do razhajanj in težav med državama glede cene dobavljene energije v hrvaškem omrežju, sestave nadzornega odbora elektrarne ter ravnanja z odpadki in izrabljenim gorivom. Slovenija je leta 1996 nacionalizirala NE Krško, dve leti kasneje pa je prekinila dobavo električne energije Hrvaški zaradi hrvaške zavrnitve stroškov dobavljene električne energije. V skladu s sporazumom iz leta 2001 sta se obe strani dogovorili glede cene in stroškov; dostava naj bi se začela v juliju 2002. Slovenija je Hrvaško potem tožila za stroške neplačane električne energije v višini 105 milijonov dolarjev. Dobava električne energije na Hrvaško se je začela šele v aprilu 2003, spor pa je potem reševal Mednarodni center za reševanje investicijskih sporov (ICISID).

Poleg dveh zgoraj omenjenih sporov je precej prahu v javnem prostoru dvignil tudi spor okrog Ljubljanske banke, ki po razpadu Jugoslavije nikoli ni vrnila sredstev z varčevalnih računov približno 130.000 hrvaških državljanov. Leta 2008 je Slovenija začela z blokado hrvaškega pristopa v Evropsko unijo, čeprav so se vse druge države članice EU zavzele za nadaljevanje pogajanj. Blokada je trajala več kot 10 mesecev; končala se je z dogovorom o arbitraži v novembru leta 2009 (Jutarnji list, 2009).

Primerjava gospodarstev

Pri analizi gospodarske moči in bogastva ni dvoma, da je razmerje nesporno, in sicer v korist Slovenije, ki je po določenih indikatorjih za približno 50 % bogatejša od Hrvaške. Po podatkih Združenih narodov je imela Slovenija leta 2015 bruto domači proizvod (BDP) na prebivalca 20.690 dolarjev (19.304 evre), Hrvaška pa 11.479 dolarjev (10.710 evrov). Hrvaška je torej imela 55,5 odstotka slovenskega BDP na prebivalca. Tudi glede na finančno premoženje (bančne vloge, vrednostni papirji, zavarovalne police in pokojninsko

zavarovanje) na prebivalca je Slovenija v prednosti pred Hrvaško. Po podatkih Allianzovega poročila o svetovnem bogastvu je imel leta 2015 povprečen Slovenec 13.135 evrov, povprečni Hrvat pa ima 8.059 evrov neto finančnega premoženja. Javni dolg je v Sloveniji v zadnjem desetletju precej narasel, a je še vedno manjši od hrvaškega, saj ima Slovenija javni dolg v višini 83,1 odstotka BDP, Hrvaška pa v višini 86,7 odstotka BDP (Siol, 2017).

Minimalna bruto plača za delo s polnim delovnim časom v Sloveniji leta 2016 znaša 791

EUR, na Hrvaškem pa 414 EUR oz. 3.120 HRK. Povprečna mesečna bruto plača v Sloveniji znaša 1.558 EUR, na Hrvaškem pa 1.014 EUR oz. 7.644 HRK (Statistični urad Republike Slovenije, 2016, oktober; Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2016, september). Tudi pri brezposelnosti je Slovenija v prednosti pred Hrvaško, saj je po podatkih Eurostata bila v Sloveniji februarja 2017 brezposelnost 7,8-odstotna, na Hrvaškem pa 11,6-odstotna. Po napovedih Evropske komisije bo slovensko gospodarstvo v letu 2017 zraslo za tri odstotke, hrvaško pa za 3,1 odstotka. Rast iz leta 2016 in 2017 bosta na Hrvaškem torej večji kot v Sloveniji, a še vedno premajhni, da bi lahko znižali razliko v bogastvu med državama (Siol, 2017). Razlika v gospodarski in plačilni moči med državama ima lahko pomemben vpliv pri procesu oblikovanja zaupanja, saj lahko od poslovnega partnerja v bogatejši državi upravičeno pričakujemo, da bo poslovanje z manj bogato državo zaznal kot poslovno tveganje, saj obstaja možnost, da se poslovni partner iz manj bogate ali razvite države ne bo držal dogovorjenih obveznosti zaradi slabšega ekonomskega stanja v državi.

Raziskovalni problem

Cilji magistrskega dela so ugotoviti raven zaupanja med hrvaškimi in slovenskimi poslovnimi partnerji ter preučiti vpliv osebnostnih dejavnikov in kulturne inteligentnosti na zaupanje. Glede na to, da na temo medsebojnega zaupanja v poslovnih odnosih med državami obstaja zelo malo literature, si bom namesto hipotez zastavil štiri raziskovalna vprašanja:

- 1) V kolikšni meri si hrvaški in slovenski poslovni partnerji med seboj zaupajo? Ali obstajajo razlike v zaupanju med njimi?
- 2) Kako osebnostni dejavniki vplivajo na zaupanje?
- 3) Ali je kulturna inteligentnost pomemben mediator pri vplivu osebnosti na zaupanje?
- 4) Kateri demografski dejavniki vplivajo na zaupanje?

Stopnjo zaupanja med hrvaškimi in slovenskimi poslovnimi partnerji bom preverjal s pomočjo vprašalnika organizacijskega zaupanja, vpliv osebnosti in kulturne inteligentnosti pa s HEXACO kratkim osebnostnim inventarjem in CQS lestvico kulturne inteligentnosti, ki jih bom podrobneje opisal v naslednjem poglavju. Glede na pregledano literaturo (npr. Freitag in Bauer, 2016; Renzl in Matzler, 2006; Rockstuhl in Ng, 2008; Salihović, 2012) pričakujem, da bodo rezultati pokazali neskladje med ravnmi zaupanja med državama, vpliv predvsem iskrenosti, sprejemljivosti in odprtosti na zaupanje ter pomembno povezanost kulturne inteligentnosti z zaupanjem, čeprav to verjetno ne bo visoko, saj Hrvaška in Slovenija delita zelo podobno kulturno okolje in za učinkovito poslovanje s sosednjo državo verjetno ni potrebna visoka raven kulturne inteligentnosti. Praktični cilj raziskave je torej prispevati k boljšemu razumevanju razlik v zaupanju med Hrvaško in Slovenijo, kar bi lahko pripeljalo do boljšega razumevanja procesa oblikovanja zaupanja med državama.

Metoda

Udeleženci

V raziskavi je skupno sodelovalo 343 udeležencev. 228 udeležencev so Slovenci, ki poslovno sodelujejo s Hrvati, 115 udeležencev pa so Hrvati, ki poslovno sodelujejo s Slovenci. V vzorcu je 59 % moških in 41 % žensk; poprečna starost udeležencev je 43 let ($SD = 10,1$ let). Najnižja starost je 20 let, najvišja pa 70 let. Večina udeležencev (69 %) ima zaključeno višješolsko, visokošolsko oz. univerzitetno izobrazbo, 12 % jih ima zaključen magisterij znanosti ali doktorat znanosti, 19 % udeležencev pa je zaključilo osnovno šolo, srednjo strokovno šolo ali gimnazijo. Polovica udeležencev zaseda vodstveni položaj na delovnem mestu, 44 % udeležencev je označilo, da so v podjetju le zaposleni brez vodstvenega položaja, 22 % udeležencev pa je lastnikov podjetja, v katerem delajo. Pri analizi rezultatov sem upošteval samo udeležence, ki so anketo izpolnili v celoti.

Pripomočki

Vprašalnik organizacijskega zaupanja – OTI

Vprašalnik organizacijskega zaupanja OTI sta razvila Cummings in Bromiley (1996) na podlagi multidimenzionalne teorije organizacijskega zaupanja. Vprašalnik v izvorni verziji sestavlja 62 postavk, ki merijo tri dimenzije organizacijskega zaupanja: držanje obljub (npr. »Menim, da bo moj poslovni partner izpolnil dogovorjene obveznosti do mene oz. moje organizacije«), iskreno pogajanje (npr. »Imam občutek, da se moj poslovni partner z mano pogaja pošteno«) in izogibanje prekomernemu izkoriščanju (npr. »Menim, da se moj poslovni partner okoristi, če imam jaz probleme«). V raziskavi sem uporabil krajšo verzijo vprašalnika, v kateri udeleženci na sedemstopenjski Likertovi lestvici (od »1 – nikakor se ne strinjam« do »7 – popolnoma se strinjam«) ocenjujejo 12 postavk. Vprašalnik je strukturiran tako, da se v vsako postavko vstavi ime osebe oz. skupine, ki jo udeleženec ocenjuje. V mojem primeru so slovenski udeleženci ocenjevali zaupanje do poslovnih partnerjev iz Hrvaške, hrvaški udeleženci pa so ocenjevali zaupanje do poslovnih partnerjev iz Slovenije. Avtorji vprašalnika so v več študijah potrdili zanesljivost inštrumenta, saj imajo vse tri dimenzije vprašalnika vrednosti Cronbachovega koeficienta notranje konsistentnosti višje od ,90 (Cummings in Bromiley, 1996). Najvišjo zanesljivost ima dimenzija Iskreno pogajanje ($\alpha = ,936$), sledita pa ji dimenziji Držanje obljub ($\alpha = ,936$) in Izogibanje pretiranemu izkoriščanju ($\alpha = ,901$). Vprašalnik je bil za potrebe magistrskega dela preveden iz angleščine v slovenščino in hrvaščino. Enoten prevod je bil sestavljen iz dveh neodvisnih prevodov za vsak jezik. Potem je bila preverjena njegova skladnost z originalno različico v angleščini. Pred vprašalnikom organizacijskega zaupanja sem udeležencem zastavil eno dodatno vprašanje, in sicer: »Označite verjetnost v %, da vaš poslovni partner iz Slovenije/Hrvaške ne bo izpolnil dogovorjene poslovne obveznosti«.

HEXACO kratki osebnostni inventar – BHI

HEXACO kratki osebnostni inventar BHI je razvit na osnovi vprašalnika HEXACO-PI-R (Lee in Ashton, 2008), ki meri šest osebnostnih dimenzij iz modela HEXACO. Krajša verzija vprašalnika, ki sem jo uporabil v raziskavi, vključuje 24 postavk, in sicer štiri postavke za vsako od šestih osebnostnih dimenzij – iskrenost/ponižnost (npr. »Težko se zlažem«), emocionalnost (npr. »Ne morem, da ne bi jokal ob gledanju žalostnih ali romantičnih filmov«), ekstravertnost (npr. »Zlahka se približam nepoznanim ljudem«), sprejemljivost (npr. »Tudi takrat, ko z mano ne ravna lepo, ostanem miren«), vestnost (npr. »Poskrbim, da so stvari na svojem mestu«) in odprtost (npr. »Rad imam ljudi s čudnimi idejami«). Avtorji poročajo, da ima vprašalnik ustrezne psihometrične značilnosti, saj so podprli faktorsko strukturo in zanesljivost vprašalnika. Čeprav je zanesljivost vprašalnika zadovoljiva, so koeficienti notranje konsistentnosti podlestvic nižji v primerjavi z daljšo verzijo vprašalnika, in sicer: 0,55 za Iskrenost-ponižnost, 0,54 za Emocionalnost, 0,69 za Ekstravertnost, 0,53 za Sprejemljivost, 0,61 za Vestnost in 0,60 za dimenzijo Odprtost (De Vries, 2013). Postavke udeleženci ocenjujejo na petstopenjski Likertovi lestvici (od »1 – nikakor se ne strinjam« do »5 – popolnoma se strinjam«). Enoten prevod je bil sestavljen iz dveh neodvisnih prevodov za vsak jezik. Potem je bila preverjena njegova skladnost z originalno različico v angleščini.

Lestvica kulturne inteligentnosti – CQS

Vprašalnik kulturne inteligentnosti CQS vsebuje 20 postavk, ki merijo štiri dimenzije kulturne inteligentnosti: metakognitivno (npr. »Zavedam se znanja o kulturah, ki ga uporabljam pri stikih z ljudmi iz drugih kulturnih okolij«), kognitivno (npr. »Poznam kulturne vrednote in verska prepričanja drugih kultur«), motivacijsko (npr. »Prepričan sem, da se lahko prilagodim kulturi, ki je zame nova«) in vedenjsko (npr. »V medkulturni situaciji po potrebi spremenim neverbalno komunikacijo«) dimenzijo. Vsako od dvajsetih postavk udeleženci ocenijo na sedemstopenjski Likertovi lestvici (od »1 – nikakor se ne strinjam« do »7 – popolnoma se strinjam«). Na podlagi več študij avtorji poročajo o zelo dobrih psihometričnih lastnostih lestvice kulturne inteligentnosti CQS (Van Dyne, Ang in Koh, 2008). Rezultati študije iz leta 2008 podpirajo stabilno štirifaktorsko strukturo. Notranja konsistentnost posameznih dimenzij je pri vseh dimenzijah višja od ,70. Najvišjo zanesljivost ima kognitivna dimenzija ($\alpha = ,95$), sledijo pa ji motivacijska ($\alpha = ,92$), vedenjska ($\alpha = ,85$) in metakognitivna dimenzija kulturne inteligentnosti ($\alpha = ,79$). Lestvico sem za potrebe magistrske naloge prevedel iz angleščine v hrvaščino na podlagi dveh neodvisnih prevodov. Ustreznost le-teh je bila preverjena. Belak (2017) je v svoji magistrski nalogi lestvico prilagodila in prevedla v slovenščino, tako da sem za potrebe slovenskega dela raziskave uporabil že dostopen prevod.

Postopek

Raziskava je bila izvedena s pomočjo spletne ankete v dveh različicah. Zbiranje podatkov je potekalo od 1. junija 2017 do 1. avgusta 2017. Za hrvaški del vzorca je bila celotna anketa prevedena v hrvaščino; za slovenski del vzorca je bila celotna anketa prevedena v slovenščino. Udeležence sem zbral s pomočjo osebnih poznanstev, objav na družbenih omrežjih ter s pomočjo baze hrvaških izvoznikov v Slovenijo in baze slovenskih izvoznikov v Hrvaško. Udeleženci so bili k reševanju povabljeni preko elektronske pošte. Vabilo je

vsebovalo podrobnosti o tem, kakšen je namen ankete, kako bodo podatki uporabljeni in informacije o anonimnosti. Povabilo za sodelovanje v raziskavi sem posredoval približno 4700 osebam. Anketo je potem v celoti izpolnilo 4 % oseb, s katerimi sem stopil v stik.

Pred anketo so bila napisana navodila za reševanje. Na začetku so udeleženci vnesli demografske podatke in odgovorili na dodatno vprašanje o tem, kakšna je verjetnost, da njihov poslovni partner iz Hrvaške oz. Slovenije ne bo izpolnil dogovorjene obveznosti. Potem so sledili vprašalniki HEXACO, OTI in CQS. Podatke sem obdelal s pomočjo računalniških programov Excel in SPSS.

Rezultati

Rezultati so prikazani treh sklopih – zaupanje, osebnost in kulturno inteligentnost. Poleg tega pa prikazujem še analizo zanesljivosti uporabljenih vprašalnikov in povezanost zaupanja, osebnosti in kulturne inteligentnosti. Oznaka SLO v tem sklopu se nanaša na slovenske udeležence, ki sodelujejo s poslovnimi partnerji na Hrvaškem. Oznaka HR se nanaša na hrvaške udeležence, ki sodelujejo s poslovnimi partnerji v Sloveniji.

Analiza zanesljivosti uporabljenih merskih pripomočkov je pokazala, da ima vprašalnik organizacijskega zaupanja najvišji koeficient notranje konsistentnosti ($\alpha = ,931$), zanesljivost pa je visoka tudi znotraj faktorjev. Tudi lestvica kulturne inteligentnosti ima visoko zanesljivost, tako na splošni ravni ($\alpha = ,912$) kot znotraj faktorjev. Kratki osebnostni inventar BHI ima nezadovoljivo zanesljivost ($\alpha = ,450$); znotraj faktorjev pa izstopa predvsem emocionalnost (tabela 2).

Tabela 2. Analiza zanesljivosti uporabljenih merskih pripomočkov

Vprašalnik	Faktor	α
OTI		,931
	Držanje obljub	,872
	Iskreno pogajanje	,886
	Izogibanje izkoriščanju	,864
BHI		,450
	Iskrenost	,394
	Emocionalnost	,185
	Ekstravarnost	,490
	Sprejemljivost	,244
	Vestnost	,468
	Odprtost	,425
CQS		,912
	Metakognitivni	,866
	Kognitivni	,869
	Motivacijski	,859
	Vedenjski	,876

Zaupanje

Tabela 3. Opisne statistike mer zaupanja

	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	Kolmogorov-Smirnov Z	<i>p</i>
Verjetnost_obveznosti ^a	0	99	31,99	28,04	,156	,000*
OTI_Splošno	18	84	59,39	12,96	,098	,000*
OTI_Držanje_obljub	5	28	20,42	4,71	,136	,000*
OTI_Iskreno_pogajanje	7	28	20,26	4,52	,168	,000*
OTI_Izogibanje_izkoriščanju	4	28	18,71	5,36	,101	,000*

Opombe: ^aVerjetnost_obveznosti: »Označite verjetnost, da se vaš poslovni partner iz Hrvaške/Slovenije ne bo držal dogovorjenih obveznosti«.

* $p < ,05$

Vse mere zaupanja, vključno z začetno postavko verjetnosti, da se poslovni partner ne bo držal dogovorjenih obveznosti, odstopajo od normalne porazdelitve, saj so rezultati Kolmogorov-Smirnov Z testa statistično značilni (tabela 3).

Tabela 4. Primerjava mer zaupanja glede na državo udeležencev

		<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	Mann - Whitney U	<i>p</i>
Verjetnost_obveznosti	SLO	0	97	36,93	27,96	7484,5	,000*
	HR	0	99	21,28	25,20		
OTI_Splošno	SLO	18	84	57,94	13,11	10177,5	,000*
	HR	23	84	64,09	11,31		
OTI_Držanje_obljub	SLO	5	28	19,73	4,66	11161,5	,000*
	HR	10	28	22,67	4,17		
OTI_Iskreno_pogajanje	SLO	7	28	19,66	4,57	10766,0	,000*
	HR	7	28	22,20	3,78		
OTI_Izogibanje_izkoriščanju	SLO	4	28	18,55	5,31	8560,5	,356
	HR	4	28	19,21	5,53		

Opombe: * $p < ,05$

Pri testiranju razlik v zaupanju, osebnostnih lastnostih in kulturni inteligentnosti med državama sem zaradi odstopanja od normalne porazdelitve uporabil Mann-Whitneyev U test. Med državama obstajajo statistično pomembne razlike v zaupanju, saj slovenski udeleženci zaupajo poslovnim partnerjem iz sosednje države manj kot hrvaški udeleženci, tako na splošno kot pri posameznih faktorjih zaupanja – držanju obljub in iskrenemu pogajanju (tabela 4). Največja razlika med državama je pri faktorju iskrenega pogajanja, pri izogibanju izkoriščanju pa ni statistično pomembnih razlik, kar pomeni, da udeleženci iz obeh držav v enaki meri mislijo, da se njihov poslovni partner iz sosednje države izogiba

pretiranemu izkoriščanju. Slovenski udeleženci v povprečju menijo, da je verjetnost, da se poslovni partner iz sosednje države ne bo držal dogovorjenih obveznosti 37 %, medtem ko pri hrvaškem delu vzorca ta verjetnost v povprečju znaša le 21 %. Rezultati Mann-Whitneyevega U testa so pokazali, da je tudi ta razlika statistično pomembna. Tako tudi dobimo odgovor na prvo raziskovalno vprašanje – Slovenci zaupajo hrvaškim poslovnim partnerjem v manjši meri kot Hrvati zaupajo slovenskim, torej obstajajo pomembne razlike v zaupanju med državama.

Osebnost

Tabela 5. Opisne statistike osebnostnih dimenzij

	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	Kolmogorov-Smirnov <i>Z</i>	<i>p</i>
BHI_Iskrenost	9	20	15,87	2,22	,124	,000*
BHI_Emocionalnost	5	19	11,21	2,10	,137	,000*
BHI_Ekstravertnost	8	20	16,23	2,04	,130	,000*
BHI_Sprejemljivost	6	17	11,78	1,98	,104	,000*
BHI_Vestnost	7	20	15,49	2,03	,118	,000*
BHI_Odprtost	7	20	14,31	2,24	,117	,000*

Opombe: * $p < ,05$

Rezultati Kolmogorov-Smirnov *Z* testa so pokazali, da se nobena od mer osebnostnih lastnosti v modelu HEXACO ne porazdeljuje normalno (tabela 5).

Tabela 6. Primerjava osebnostnih dimenzij glede na državo udeležencev

		<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	Mann - Whitney <i>U</i>	<i>p</i>
BHI_Iskrenost	SLO	10	20	16,14	2,13	5573,5	,000*
	HR	9	20	14,96	2,30		
BHI_Emocionalnost	SLO	5	17	11,14	2,09	8446,5	,454
	HR	8	19	11,41	2,12		
BHI_Ekstravertnost	SLO	8	20	16,29	1,99	7436,5	,383
	HR	9	20	16,03	2,21		
BHI_Sprejemljivost	SLO	6	16	11,59	1,93	9776,5	,004*
	HR	8	17	12,41	2,04		
BHI_Vestnost	SLO	7	20	15,46	1,98	8588,5	,329
	HR	9	19	15,61	2,18		
BHI_Odprtost	SLO	7	20	14,25	2,21	8168,0	,763
	HR	10	20	14,51	2,35		

Opombe: * $p < ,05$

Med udeleženci iz Hrvaške in Slovenije obstajajo statistično pomembne razlike v nekaterih osebnostnih lastnostih, saj rezultati Mann-Whitneyevega U testa kažejo, da se udeleženci v slovenskem delu vzorca ocenjujejo kot bolj iskrene in manj sprejemljive v primerjavi z udeleženci iz hrvaškega dela vzorca (tabela 6). Med državama obstajajo torej pomembne razlike v osebnostnih lastnostih.

Kulturna inteligentnost

Tabela 7. Opisne statistike mer kulturne inteligentnosti

	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	Kolmogorov-Smirnov <i>Z</i>	<i>p</i>
CQS_Metakognitivni	1	7	5,60	0,86	,169	,000*
CQS_Kognitivni	1	7	4,58	1,00	,116	,000*
CQS_Motivacijski	3	7	5,53	0,92	,145	,000*
CQS_Vedenjski	2	7	4,99	1,07	,103	,000*

Opombe: * $p < ,05$

Tudi pri kulturni inteligentnosti so opisne statistike in testi normalnosti pokazali, da se nobena od mer le-te ne porazdeljuje normalno (tabela 7). Rezultati Mann – Whitneyevega U testa so pokazali, da se udeleženci iz hrvaškega dela vzorca ocenjujejo kot bolj motivirani za medkulturne interakcije v primerjavi z udeleženci iz slovenskega dela vzorca.

Odnos med zaupanjem, osebnostjo in kulturno inteligentnostjo

V tem sklopu prikazujem povezanost treh temeljnih konstruktov, obravnavanih v raziskavi – zaupanja, osebnosti in kulturne inteligentnosti. Za testiranje povezanosti med konstruktoma sem uporabil Pearsonov koeficient korelacije in multiplo regresijsko analizo.

Tabela 8. *Korelacije med merami zaupanja in osebnostnimi lastnostmi*

	BHI Iskrenost	BHI Emocionalnost	BHI Ekstravertnost	BHI Sprejemljivost	BHI Vestnost	BHI Odprtost
OTI_Splošno	,045	,067	,151**	,211**	,114*	,075
OTI_Držanje obljub	-,033	,005	,191**	,197**	,111	,110
OTI_Iskreno pogajanje	,035	,007	,175**	,206**	,159**	,107
OTI_Izogibanje izkoriščanju	,108	,152**	,049	,163**	,045	-,005

*Opombe: *p < ,05, **p < ,01*

Iz tabele 8 je razvidno, da obstajajo statistično pomembne, vendar dokaj nizke korelacije med merami zaupanja in osebnostnimi lastnostmi. Pozitivno z zaupanjem korelirajo predvsem ekstravertnost, sprejemljivost in vestnost, znotraj mer zaupanja pa ima z osebnostnimi lastnostmi najvišje korelacije iskreno pogajanje.

Med merami zaupanja in dimenzijami kulturne inteligentnosti ni statistično pomembnih korelacij, razen negativne povezanosti izogibanja izkoriščanju in kognitivne dimenzije kulturne inteligentnosti (tabela 9).

Tabela 9. *Korelacije med merami zaupanja in dimenzijami kulturne inteligentnosti*

	CQS Metakognitivni	CQS Kognitivni	CQS Motivacijski	CQS Vedenjski
OTI_Splošno	-,015	-,099	,027	-,020
OTI_Držanje obljub	,022	-,062	,046	-,007
OTI_Iskreno pogajanje	,031	-,068	,068	-,011
OTI_Izogibanje izkoriščanju	-,081	-,130*	-,032	-,035

*Opombe: *p < ,05, **p < ,01*

Iz tabele 10 je razvidno, da obstajajo statistično pomembne korelacije med dimenzijami kulturne inteligentnosti in osebnostnimi lastnostmi. Odprtost, vestnost in ekstravertnost imajo nizke do srednje visoke pozitivne korelacije skoraj z vsemi dimenzijami kulturne inteligentnosti, sprejemljivost pa se pozitivno povezuje z motivacijsko dimenzijo kulturne inteligentnosti. Emocionalnost ima negativno povezavo z merami kulturne inteligentnosti; iskrenost negativno korelira le z motivacijsko dimenzijo kulturne inteligentnosti.

Tabela 10. *Korelacije med dimenzijami kulturne inteligentnosti in osebnostnimi lastnostmi*

	BHI Iskrenost	BHI Emocional nost	BHI Ekstravert nost	BHI Sprejemlji vost	BHI Vestnost	BHI Odprtost
CQS Metakognitivni	-,056	-,181**	,283**	,039	,214**	,218**
CQS Kognitivni	-,094	-,170**	,081	,019	,120*	,199**
CQS Motivacijski	-,155**	-,195**	,362**	,130*	,143*	,338**
CQS Vedenjski	-,113	-,050	,227**	,037	,051	,187**

*Opombe: *p < ,05, **p < ,01*

Na podlagi raziskovalnih vprašanj sem oblikoval regresijski model za napovedovanje zaupanja na podlagi osebnostnih lastnosti. Regresijski model je statistično pomemben, pojasni pa le 6 % variance v zaupanju (tabela 11). Sprejemljivost se je izkazala kot edini statistično pomemben prediktor zaupanja (tabela 12). Med ostalimi osebnostnimi lastnostmi ni bilo statistično pomembnih prediktorjev, le ekstravertnost je blizu meje statistične značilnosti ($p = ,075$). Glede na to, da je vpliv sprejemljivosti na zaupanje statistično značilen, lahko rečem, da je odgovor na drugo raziskovalno vprašanje potrjen – obstaja pomemben vpliv osebnostnih lastnosti na zaupanje.

Tabela 11. Povzetek regresijskega modela za napovedovanje zaupanja na podlagi osebnostnih lastnosti

<i>R</i>	<i>R</i> ²	Popravljeni <i>R</i> ²	<i>SE</i>	Statistike spremembe			
				Sprememba <i>F</i>	df1	df2	<i>p</i>
,276 ^a	,076	,057	12,581	4,006	6	291	,001*

*Opombe: *p < ,05*

Tabela 12. Koeficienti regresijskega modela za napovedovanje zaupanja na podlagi osebnostnih lastnosti

	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>β</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
(Constant)	13,988	10,810		1,294	,197
BHI_Iskrenost	,095	,334	,016	,286	,775
BHI_Emocionalnost	,670	,356	,109	1,882	,061
BHI_Ekstravertnost	,704	,395	,111	1,784	,075
BHI_Sprejemljivost	1,249	,375	,191	3,334	,001*
BHI_Vestnost	,502	,374	,079	1,341	,181
BHI_Odprtost	,171	,344	,030	,498	,619

*Opombe: *p < ,05*

Regresijski model za napovedovanje zaupanja na podlagi kulturne inteligentnosti se ni izkazal kot statistično značilen [$F(4,289) = 12,956$; $p = ,279$]. Glede na to, da rezultati regresijske analize niso pokazali statistično pomembne povezanosti med kulturno inteligentnostjo in zaupanjem, ni podlage za oblikovanje strukturnega modela vpliva osebnosti na zaupanje s kulturno inteligentnostjo kot mediatorsko spremenljivko. Tretje raziskovalno vprašanje glede na rezultate lahko ovržemo, saj se kulturna inteligentnost ni izkazala kot pomemben mediator pri vplivu osebnosti na zaupanje.

Razprava

Glavno raziskovalno vprašanje, ki sem ga zastavil, se nanaša na razliko v zaupanju med slovenskimi in hrvaškimi poslovnimi partnerji. Izkazalo se je, da Slovenci svojim poslovnim partnerjem v sosednji državi zaupajo v veliko manjši meri v primerjavi s Hrvati. Hkrati je slovenski del vzorca pripisal veliko večjo verjetnost temu, da poslovni partner iz sosednje države ne bo izpolnil dogovorjene obveznosti. Kot je že omenjeno v uvodu, je razlika v zaupanju lahko posledica razlik v gospodarski razvitosti držav. Glede na to, da je Slovenija po veliko ekonomskih indikatorjih bolj gospodarsko razvita kot Hrvaška, predvidevam, da predstavlja za Slovence sodelovanje s sosednjo državo večje tveganje kot za Hrvate. Nižje zaupanje oz. večja previdnost bi tako lahko delovala kot zaščitni mehanizem.

S. Salihović (2012) navaja, da Slovenci od vseh narodov bivše Jugoslavije v najmanjši meri zaupajo prav Hrvatom, kar je skladno tudi z mojimi ugotovitvami. Raziskava Centra za mednarodne odnose Univerze v Ljubljani o stereotipih med vsemi narodi nekdanje Jugoslavije opozarja na negativne stereotipe o Slovencih in Hrvatih, kar bi lahko posledično vplivalo na nižje zaupanje (Rašković in Svetličič, 2011). Med Slovenijo in Hrvaško so med vsemi primerjanimi državami nekdanje Jugoslavije, relativno gledano, najnižje stopnje medkulturne razdalje, a hkrati tudi najvišji deleži izrazito negativnih stereotipov o predstavnikih druge države. Negativen vpliv stereotipov na zaupanje zagovarja tudi Skoko (2010), ki v svoji strokovni analizi odnosov med Hrvaško in Slovenijo poudarja glavne izsledke raziskav o stereotipih med državami: Slovenci menijo, da so Hrvati spolitizirani, ljubosumni in leni, obenem pa cenijo njihovo gostoljubnost. Hrvati nasprotno za Slovence menijo, da so ljubosumni, zadržani in pragmatični, najbolj pa cenijo njihovo delavnost. Rezultati javnomnenjske raziskave iz leta 2008, torej pet let pred vstopom Hrvaške v EU, so pokazali precejšnjo mero ljubosumja med Slovenci in Hrvati. Tako 68 odstotkov vprašanih Hrvatov meni, da so Slovenci ljubosumni, in sicer največ zaradi hrvaškega morja in turizma, 70 odstotkov Slovencev pa, da so sosede ljubosumni na slovensko članstvo v EU in visok standard (Delo, 2008). Vse navedene raziskave nedvomno kažejo na obstoj stereotipov in nezaupanja, kar lahko potencialno negativno vpliva na zaupanje v poslovnih odnosih med državama.

Kot je že omenjeno v rezultatih, se Slovenci ocenjujejo kot bolj iskreni in manj sprejemljivi v primerjavi s Hrvati. Tudi ta razlika v osebnosti, predvsem preko sprejemljivosti, ki lahko vpliva na oceno vrednosti zaupanja, je lahko potencialni vir diskrepanc v zaupanju. Osebnostna dimenzija sprejemljivosti vključuje komponente, kot so npr. kooperativnost, prijaznost, radodarnost in nesebičnost, povezana pa je tako s sodelovanjem kot s predsodki. Sprejemljivost je povezana z vedenjem v tekmovalnih in sodelovalnih situacijah; posledično lahko sklepamo tudi o morebitnem vplivu na zaupanje preko stopnje kooperativnosti in nesebičnosti (Graziano idr., 2007). Posamezniki z visoko izraženo sprejemljivostjo imajo hkrati nižjo stopnjo predsodkov in manj negativne stereotipe o skupinah z drugim rasnim, etničnim in nacionalnim ozadjem. Rezultati so v skladu tudi z raziskavo Cho, Cam in Oltramati (2016), saj bi zaradi nižje ravni sprejemljivosti lahko Slovenci v isti poslovni situaciji zaznali višje tveganje kot Hrvati in bi to posledično lahko pripeljalo do nižjega zaupanja. Znotraj integrativnega modela organizacijskega zaupanja bi sprejemljivost potem lahko vplivala tako na stopnjo ocene vrednosti zaupanja druge strani kot na nagnjenost zaupajočega in pripravljenosti na tveganje v določeni situaciji. Sprejemljivost je v nekaterih študijah potrjena tudi kot pomemben napovednik zaupanja neznanim osebam. Posamezniki z višjo stopnjo zaupanja bodo z višjo verjetnostjo zaupali neznanim osebam oz. se vključili v vedenjsko interakcijo z njimi (Freitag in Bauer, 2016). Čeprav sem potrdil vpliv sprejemljivosti na zaupanje, nobena od ostalih osebnostnih lastnosti ni statistično pomembno povezana s tem, kar je v neskladju z prejšnjimi raziskavami, ki so potrdile tudi vpliv drugih osebnostnih lastnosti na zaupanje (npr. Mooradian, Renzl in Matzler, 2006). Čeprav sem pričakoval vpliv sprejemljivosti na zaupanje, preseneča nizek vpliv iskrenosti na zaupanje. Model osebnosti HEXACO sem izbral prav zaradi ločevanja sprejemljivosti na eksplicitno in implicitno (iskrenost), izkazalo pa se je, da slednja nima pomembnega vpliva na stopnjo zaupanja poslovnemu partnerju v drugi državi.

Nekateri avtorji (npr. Chua, Morris in Mor, 2012; Rockstuhl in Ng, 2008) v svojih raziskavah potrjujejo vpliv kulturne inteligentnosti na interpersonalno zaupanje. Rezultati moje raziskave niso pokazali pomembnega vpliva kulturne inteligentnosti na zaupanje.

Statistično pomembna, ampak nizka korelacija med izogibanjem pretiranemu izkoriščanju in kognitivno dimenzijo kulturne inteligentnosti pa predstavlja edino pomembno povezavo med temi konstrukti. Posledično ni bilo možno oblikovati modela vpliva osebnosti na zaupanje s kulturno inteligentnostjo kot mediatorsko spremenljivko. Vzrok nepovezanosti kulturne inteligentnosti in zaupanja bi lahko bil podobno kulturno okolje, ki si ga delita Hrvaška in Slovenija. Avtorji prejšnjih raziskav na tem področju so odnos med kulturno inteligentnostjo in zaupanjem preučevali v bolj heterogenih kulturnih okoljih, torej je bilo verjetno več razhajanja med kulturnim ozadjem, vrednotami, normami in interesi, kot ga je med Slovenijo in Hrvaško (npr. Elianto in Wulansari, 2016; Tuan, 2013). Korelacije med osebnostjo in kulturno inteligentnostjo kažejo na dokaj šibko, vendar statistično pomembno povezanost. Do podobnih zaključkov glede vzorcev povezanosti teh dveh konstruktov so pri raziskovanju osebnostnih korelatov kulturne inteligentnosti prišli tudi drugi avtorji (Ang, Van Dyne in Koh, 2006). V omenjeni študiji so avtorji med drugim sklenili, da je odprtost edina osebnostna lastnost, ki statistično pomembno korelira z vsemi dimenzijami kulturne inteligentnosti, kar je skladno tudi z rezultati moje raziskave.

Pri analiziranju vpliva demografskih spremenljivk se je izkazalo, da med spoloma obstajajo pomembne razlike v zaupanju. Ženske v večji meri na splošno zaupajo poslovnemu partnerju iz sosednje države kot moški, hkrati pa so v večji meri kot moški mnenja, da se poslovni partner pogaja bolj iskreno in se izogiba pretiranemu izkoriščanju. Razlogi za to so lahko razlike v osebnosti med spoloma, saj rezultati medkulturnih študij osebnosti kažejo na pomembno višjo izraženost sprejemljivosti pri ženskah (Costa, Terracciano in McCrae, 2001).

Praktična vrednost raziskave

Čeprav ima raziskava nekaj pomanjkljivosti, nam nudi vpogled v temo, ki ni raziskana, a je vse bolj aktualna tako za strokovno in psihološko skupnost kot za splošno javnost in nudi veliko informacij, potrebnih za razumevanje preteklosti in prihodnosti odnosov med Slovenijo in Hrvaško. Izsledke raziskave, tako tiste povezane z diskrepanco v zaupanju med državama, kot tiste, ki se nanašajo na vpliv osebnosti in kulturne inteligentnosti na zaupanje, lahko integriramo v širši teoretski okvir spoznanj o organizacijskem zaupanju, hkrati pa so zaključki uporabni tudi v praksi. Kot prva raziskava, ki se sistematično ukvarja z zaupanjem med poslovnimi partnerji iz različnih držav, predstavlja ustrezno izhodišče za oblikovanje nadaljnjih raziskav na tem področju in služi kot iztočnica za oblikovanje konkretnih organizacijskih ukrepov. Razumevanje razlik v zaupanju lahko pripelje do boljšega procesa oblikovanja zaupanja med državami, kar je možno uporabiti tudi v praksi kot osnovo za izobraževanje zaposlenih na temo medkulturnih razlik v poslovnih odnosih in za pripravo materialov za svetovanje podjetnikom, ki imajo za cilj razvoj čvrstih mednarodnih poslovnih odnosov med Slovenijo in Hrvaško.

Omejitve raziskave in nadaljnje raziskovanje

Pri interpretaciji rezultatov in oblikovanju zaključkov je potrebno upoštevati določene omejitve raziskave, predvsem z metodološkega vidika. Raziskava je izvedena izključno preko spleta na vzorcu, ki ni nujno reprezentativen, saj ni zaobsegla oseb, ki nimajo vpisanega e-naslova v bazo hrvaških oz. slovenskih izvoznikov, in oseb, ki niso aktivni uporabniki spleta. Velikost vzorca je zadovoljiva za potrebe magistrskega dela ampak bi ta vseeno moral biti

višji za kakršnokoli izpeljevanje konkretnih zaključkov in formiranje ukrepov iz raziskave. V rezultatih je omenjena tudi težava z veljavnostjo pri vprašalniku BHI, tako da je pri interpretaciji zaključkov glede osebnostnih lastnosti potrebna dodatna previdnost. Na nižjo zanesljivost HEXACO kratkega osebnostnega inventarja opozarjajo tudi avtorji skrajšane različice, vendar sem se vseeno odločil za uporabo tega pripomočka zaradi krajšanja ankete (De Vries, 2013). Pri vseh vprašalnikih sem se odločil za uporabo kratke različice, ker sem sklepal, da bo glede na specifičnost vzorca (večinoma zaposleni na višjih in vodstvenih položajih) prišlo do osipa le-tega, če bo anketa predolga. V anketo zaradi istih razlogov nisem vključil podatkov o velikosti in dejavnosti podjetja, delovni dobi udeležencev in načinu sodelovanja s poslovnim partnerjem iz sosednje države.

V prihodnjih raziskavah bi bilo zanimivo raziskati tudi raven zaupanja glede na regijo države, saj bi lahko bilo v obmejnih regijah zaupanje višje zaradi pogostejših stikov in tesnejših vezi s sosednjo državo. Za večjo veljavnost rezultatov bi potrebovali večji vzorec, bolj zanesljiv merski pripomoček za merjenje osebnostnih lastnosti (npr. Big Five Inventory – BFI) in vključitev terenskega dela zbiranja podatkov, ki bi vključil populacijo, ki ne uporablja spleta. Več možnosti za podrobnejši vpogled v zaupanje med državama bi dobili tudi z vključitvijo zgoraj navedenih vprašanj o podjetju in udeležencu, ki sem jih iz ankete izpustil. Poleg tega bi za večjo veljavnost in posplošljivost rezultatov potrebovali vzorec vsaj 1000 ljudi iz vsake države. Pri tem bi morali biti vključeni različni tipi poslovnih odnosov, tako izvozniški in uvozniški odnosi, in tisti, ki temeljijo samo na digitalni izmenjavi dobrin (npr. računalniške storitve). V raziskavo bi lahko vključili udeležence iz več sosednjih držav (npr. Madžarska, Avstrija, Italija), kar bi posledično omogočilo širši pregled in primerjavo zaupanja med poslovnimi partnerji iz celotne regije.

Zaključki

V sodobnem svetu postaja prestopanje državnih oz. kulturnih mej in pregrad rutina. Uspešnost in dolgoročnost medkulturnih odnosov je določena z vrsto bolj ali manj kompleksnih dejavnikov. Zato je pomembno razumeti odnose med državama, dejavnike v ozadju le-teh in odkriti načine, ki bodo pomagali k vzpostavitvi še bolj čvrstih in plodnih odnosov med državama.

Zaupanje med organizacijami ali posamezniki iz različnih držav je pogosto odvisno od samih razlik v kulturi ali organizaciji. Pomembno vlogo imajo tudi lastnosti posameznika. Raziskave kažejo, da imajo v mednarodnih odnosih višjo verjetnost za uspeh posamezniki, ki se v večji meri zavedajo lastnega znanja o drugi kulturi oz. državi in sproti preverjajo ustreznost interakcij v multikulturnem okolju. Na samo zaupanje vplivajo tudi osebnostni dejavniki, ki delujejo kot posrednik med zaznavo tveganja v določeni situaciji (Ali je nekomu vredno zaupati?) in vedenjskim izidom (Ali se bom postavil v situacijo, kjer bom zaradi svojega zaupanja ranljiv?). Brez zaupanja se v odnosih lahko pojavi sumničavost, dvom v motive druge osebe ali organizacije, njihovo integriteto in sposobnost doseganja dogovorjenih rezultatov oz. uresničenja dogovorjenih obveznosti. Torej, odločitev, ali bo zaupal ali ne, ni odvisna le od posameznika, ampak tudi od njegovega razumevanja druge strani in načina, kako se vzpostavlja zaupanje v drugi državi ali kulturi.

Glavni prispevek raziskave je predvsem razumevanje specifik v zaupanju med slovenskimi in hrvaškimi poslovnimi partnerji. Izkazalo se je, da Slovenci zaupajo hrvaškim poslovnim partnerjem v manjši meri kot Hrvati zaupajo slovenskim poslovnim partnerjem. Pri povezanosti zaupanja in osebnosti je ključna predvsem sprejemljivost, medtem ko se

kulturna inteligentnost ni pokazala kot pomemben napovednik zaupanja. Ženski del vzorca zaupa poslovnim partnerjem iz sosednje države v večji meri kot moški del vzorca. Raziskavo bi lahko nadgradili z večjim vzorcem in uporabo bolj zanesljivih merskih inštrumentov, kar bi omogočilo večjo možnost posploševanja in s tem zvišalo verjetnost, da zaključke raziskave upoštevajo pristojne institucije in zbornice ki regulirajo oz. spodbujajo poslovno sodelovanje med državama. Čeprav delita Hrvaška in Slovenija dokaj podobno geografsko in kulturno okolje, je raziskava pokazala, da obstajajo pomembne razlike v zaupanju med državama ter da je področje zaupanja potencialni vir za mnogo uporabnih ugotovitev v prihodnosti.

Reference

- Ang, S. in Van Dyne, L. (ur.). (2008). *Handbook of cultural intelligence*. New York: M. E. Sharpe.
- Ang, S., Van Dyne, L. in Koh, C. S. K. (2006). Personality correlates of the four factor model of cultural intelligence. *Group and Organization Management*, 31, 100–123.
- Ang, S., Van Dyne, L., Koh, C. S. K., Ng, K. Y., Templer, K. J., Tay, C. in Chandrasekar, N. A. (2007). Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance. *Management and Organization review*, 3(3), 335–371.
- Ashton, M. C. (2013). *Individual differences and personality*. Waltham, MA: Academic Press.
- Ashton, M. C. in Lee, K. (2007). Empirical, theoretical and practical advantages of the HEXACO model of personality structure. *Personality and Social Psychology Review*, 11(2), 150–166.
- Avsec, A., Kavčič, K. in Petrič, M. (2017). *Temeljni vidiki osebnosti*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani.
- Bachmann, R. in Zaheer, A. (ur.). (2006). *Handbook of Trust Research*. Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Bamberger, W. (2010). *Interpersonal Trust – Attempt of a Definition*. Pridobljeno s <http://www.ldv.ei.tum.de/en/research/fidens/interpersonal-trust/>.
- Belak, U. (2017). *Razumevanje koncepta kulturne inteligentnosti pri Slovencih*. Magistrsko delo, Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta.
- Bogilović, S., Černe, M. in Škerlavaj, M. (2017). Hiding behind a mask? Cultural intelligence, knowledge hiding and individual and team creativity. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 26(5), 710–723.
- Bromiley, P. in Cummings, L. (1995). Transaction costs in organizations with trust. *Research on Negotiation in Organizations*, 5, 219–247.
- Cattell, R. B. (1943). The description of personality: basic traits resolved into clusters. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 38, 476–506.
- Cho, J., Cam, H. in Oltramari, A. (2016). *Effect of Personality traits on trust and risk to phishing vulnerability: modeling and analysis*. 2016 IEEE International Multi-disciplinary conference of cognitive methods in situation awareness and decision support.

- Chua, R. Y. J., Morris, M. W. in Mor, S. (2012). Collaborating across cultures: cultural metacognition and affect-based trust in creative collaboration. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 118(2), 116–131.
- Costa, P. T., Terracciano, A. in McCrae, R. R. (2001). Gender differences in personality traits across cultures: robust and surprising findings. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(2), 322–331.
- Cummings, L. in Bromiley, P. (1996). The Organizational Trust Inventory (OTI): Development and validation. V R. M. Kramer in T. R. Tyler (ur.), *Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research* (str. 302–330). Thousand Oaks, California: Sage.
- De Vries, R. E. (2013). The 24-item Brief HEXACO Inventory (BHI). *Journal of Research in Personality*, 47, 871–880.
- Delo (2017). *Kaj je odločilo arbitražno sodišče*. Pridobljeno s <http://www.delo.si/novice/politika/kaj-je-odlocilo-arbitrazno-sodisce.html>.
- Delo (2008). *Ljubosumje med Hrvati in Slovenci*. Pridobljeno s <http://www.delo.si/novice/slovenija/ljubosumje-med-hrvati-in-slovenci.html>
- Dobing, B. (1993). *Building trust in user-analyst relationships* (neobjavljena doktorska disertacija). Carlson School of Management, University of Minnesota.
- Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2016). *Prvi rezultati*. Pridobljeno s https://www.dzs.hr/hrv/system/first_results.htm.
- Earley, P. C. in Ang, S. (2003). *Cultural Intelligence: Individual interactions across cultures*. Stanford: Stanford University Press.
- Earley, P. C. in Mosakowski, E. (2004). Cultural intelligence. *Harvard business review*, 82(10), 139–146.
- Elianto, W. in Wulansari, N. A. (2016). Building knowledge sharing intention with interpersonal trust as a mediating variable. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 67–76.
- Evropska komisija (2017). *Diversity management*. Pridobljeno s http://ec.europa.eu/justice/discrimination/diversity/index_en.htm.
- Freitag, M. in Bauer, P. C. (2016). Personality traits and the propensity to trust friends and strangers. *The Social Science Journal*, 53(4), 467–476.
- Giffin, K. (1967). The contribution of studies of source credibility to a theory of interpersonal trust in the communication process. *Psychological Bulletin*, 68(2), 104–120.

- Graziano, W. G., Habashi, M. M., Sheese, B. E. in Tobin, R. M. (2007). Agreeableness, Empathy and Helping: A Person*Situation Perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 565–582.
- Hofstede, G. (1980). Motivation, leadership and organization: Do American theories apply abroad? *Organizational dynamics*, 9(1), 42–63.
- Izvozno Okno (2017). *Bilateralni ekonomski odnosi Hrvatske s Slovenijo*. Pridobljeno s http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Hrvaska/Bilateralni_ekonomski_odnosi_s_Slovenijo_4101.aspx.
- Jutarnji list (2009). *Premijeri Kosor i Pahor postigli dogovor o deblokadi*. Pridobljeno s <http://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/premijeri-kosor-i-pahor-postigli-dogovor-o-deblokadi/2840498/>.
- Kavčič, B. (2015). Zaupanje. *Zavarovalniški horizonti*, 15(1), 23–40.
- Lamovec, T. (1989). Zaupanje v medosebnih odnosih. *Anthropos*, 20(3/4), 181–193.
- Lee, K. in Ashton, M. C. (2008). The HEXACO Personality Factors in the Indigenous Personality Lexicons of English and 11 Other Languages. *Journal of Personality*, 76(5), 1001–1054.
- Mayer, R. C., Davis, J. H. in Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20, 709–734.
- McCrae, R. R. in Costa, P. T. (1997). Personality trait structure as a human universal. *American psychologist*, 52(5), 509–516.
- McKnight, D. in Chervany, N. (1996). *The meanings of trust*. Minnesota: Carlson School of Management, University of Minnesota.
- Mishra, A. K. (1996). Organizational responses to crisis: The centrality of trust. V R. M. Kramer in T. R. Tyler (ur.), *Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research* (str. 261–287). Thousand Oaks, California: Sage.
- Mooradian, T., Renzl, B. in Matzler, K. (2006). Who Trusts? Personality, trust and knowledge sharing. *Management Learning*, 37(4), 523–540.
- Musek, J. (2010). *Psihologija življenja*. Ljubljana: Inštitut za psihologijo osebnosti.
- Norman, W. T. (1967). 2800 personality trait descriptors: normative operating characteristics for a university population. Michigan: Department of Psychology, University of Michigan.
- Paliszkievicz, J. O. (2011). Trust Management: Literature Review. *Management*, 6(4), 315–331.

- Rašković, M. in Svetličič, M. (2011). Stereotipi in mednarodno ekonomsko sodelovanje s trgi nekdanje Jugoslavije. *Javnost – the public*, 18, 5–22.
- Rockstuhl, T. in Ng, K. Y. (2008). The effects of cultural intelligence on interpersonal trust in multicultural teams. V L. Van Dyne in C. Koh (ur.), *Handbook of cultural intelligence : theory, measurement, and applications* (str. 206–220). New York: Armonk.
- Salihović, S. (2012). *Odnos Slovencev do pripadnikov nekdanje Jugoslavije* (neobjavljena diplomska naloga). Fakulteta za uporabne družbene študije, Nova Gorica.
- Siol (2017). *Zakaj je Slovenija bogatejša od Hrvaške*. Pridobljeno s <http://siol.net/novice/svet/zakaj-je-slovenija-bogatejsa-od-hrvaske-439800>.
- Skoko, B. (2010). *Hrvatska i susjedi*. Zagreb: AGM.
- Statistični urad Republike Slovenije (2016). *Plače*. Pridobljeno s <http://www.stat.si/StatWeb/Field/Index/74>.
- Thomas, D. C., Elron, E., Stahl, G., Ekelundm B. Z., Ravlin E. C. in Cerdin, J. L. (2008). Cultural intelligence domain and assessment. *International Journal of Cross Cultural Management*, 8(2), 123–143.
- Tuan, L. T. (2016). From cultural intelligence to supply chain performance. *The International Journal of Logistics Management*, 27(1), 95–121.
- Van Dyne, L., Ang, S., in Koh, C. (2008). Development and validation of the CQS: the cultural intelligence scale. V L. Van Dyne in C. Koh (ur.), *Handbook of cultural intelligence: theory, measurement, and applications* (str. 16–38). New York: Armonk.
- White, S. K. (2016). *How to fix cross-cultural communication issues*. Pridobljeno s <http://www.cio.com/article/3062352/relationship-building-networking/how-to-fix-cross-cultural-communication-issues.html>.
- Žurnal 24 (2015). *Hrvaška bo od arbitraže odstopila*. Pridobljeno s <http://www.zurnal24.si/slovenija/hrvaska-bo-od-arbitraze-odstopila-253969>.

Izjava o avtorstvu dela, tehnični brezhibnosti magistrskega dela, etični ustreznosti izvedene magistrske raziskave in konfliktu interesov

Izjavljam, da je magistrsko delo v celoti moje avtorsko delo ter da so uporabljeni viri in literatura navedeni v skladu s strokovnimi standardi in veljavno zakonodajo. Izjavljam, da je magistrsko delo tehnično in jezikovno brezhibno. Raziskava, izvedena v okviru magistrskega dela, je bila etično nesporna in izvedena skladno s Kodeksom poklicne etike psihologov Slovenije.

Ljubljana, 28. 09. 2017

Nikola Komes