

Socialt kapital vs kollektiva varor

Begreppet socialt kapital används då och då i samband med diskussioner om regionala konkurrensförutsättningar och ekonomisk utveckling i olika regioner. Det gäller inte minst när man beskriver och analyserar kluster, ett fenomen som särskilt under de senaste 10-15 åren kommit i ekonomers och andra forskares fokus. Klusterbegreppet skall vi utförligt återkomma till i nästa kapitel.

Med *högt socialt kapital* menas här de icke-ekonomiska, icke-tekniska, icke-formella omständigheter som, allt annat lika, sänker transaktionskostnaderna för affärer inom ett kluster eller på annat sätt ger påtagligt positiva effekter på ekonomin hos de företag som genom lokalisering kan tillgodogöra sig högt socialt kapital. Det är med andra ord den osynliga värdeskapande resurs som gör att det trots att det inte finns några skillnader i teknisk utvecklingsnivå, faktorpriser, managementförmåga, organisationslösningar, lagar och andra formella spelregler etc., så sänks kostnaderna, höjs produktiviteten eller ökar lärförmågan hos företagskollektivet. En ekonom med institutionell inriktning skulle säga att det höga sociala kapitalet är en återspeglning av de extraordinära informella institutioner som finns i klustret, t ex en hög tillit mellan företagarna utmejslad under lång tid och i ett intimt samarbete.

Att högt socialt kapital är ett relativgrepp är lätt att förstå. För oberoende av var ett företag är lokaliserat, oavsett om det ligger i en liten ort i Norrlands inland, i Stockholm eller i Gnosjö, finns det alltid ett *visst* socialt kapital med positiva ekonomiska effekter på alla företag. Det kan handla om basala uppträdandekoder av typen att stå för vad man sagt och lovat, att inte luras, att tala sanning och liknande. Sådant är självklarheter för nästan alla människor i alla länder, självklarheter även i affärsrelationer, och det är en del av grundvalarna för det sociala kapitalet. Det som gäller i ett kluster med högt socialt kapital är att det finns något *därutöver*.

Det följer av den här betoningen av det sociala kapitalets informella karaktär att politiskt fattade beslut eller åtgärder *inte* är en del av det sociala kapitalet, inte heller politiska beslut på den närmast berörda, lokala nivån räknas dit. Detsamma gäller för andra lokala eller regionala arrangemang med en nära koppling till företagen som branschföreningar, handelskamrar etc.

Är socialt kapital en kollektiv vara?

Vad för slags tillgång är då socialt kapital? Är det en klassisk kollektiv tillgång? Ja, man kan tycka att det sociala kapitalet borde kunna kallas just det, en kollektiv vara.¹ Det är emellertid en något ogenomtänkt slutsats.

I sin mest renodlade, teoretiska form har en kollektiv vara två särdrag. Det är för det första en tillgång som det är omöjligt att ta betalt för. Det uttrycks ibland så att det är omöjligt att hindra någon från att få tillträde till den kollektiva varan när den väl finns framme och

¹ Det brukar sägas att en genuint *kollektiv vara* har två karaktäristika. Det första är att en persons konsumtion av varan inte minskar andra personers möjligheter att också konsumera den, alltså det jag här kallar Änkans krus-tillgång. Att jag kör min bil på gatan – ”konsumerar” nyttigheten gata – hindrar inte andra bilister också kan göra det. I engelsk terminologi brukar man tala om en kollektiv vara som *non-rival*, begreppet skall ses som ett uttryck för att en genuint kollektiv vara är icke-rivaliserande, du kan ha kvar kakan och ändå äta upp den. Så är det inte med en vanlig vara, konsumeras den är den borta, det brukar sägas att den är *rivalrous*.

Det andra attributet är att en kollektiv vara står till allas förfogande, eller uttryckt på annat sätt, man kan inte förhindra att någon annan utnyttjar den, den är icke-exkluderbar (*non-excludability*). Vi kan notera att icke-rivaliserande är ett rent tekniskt attribut medan ”exklusivitet” har både med själva tillgången och regelsystemen att göra. Begreppet ”exklusivitet” är, det förstår vi, nära kopplat till ägandet och det residuala kontraktet. För en diskussion kring dessa begrepp se: Romer, 1990, s 71 ff.

Vi brukar normalt förknippa kollektiva varor med sådant som är gemensamhetsägt. Men det tankeväckande är, som vi just konstaterat, att det också finns privatägda tillgångar som har attributet icke-rivaliserande, alltså är Änkans krus-tillgångar. Det är grundläggande för det resonemang om företags tillväxt som vi för här.

människor vet att den finns framme. Ekonomer brukar också tala om den kollektiva varan som en tillgång som är icke-exkluderbar. För det andra kan det aldrig bli kö till en kollektiv vara, den är icke-rivaliserande. Det är med andra ord en Änkans krus-tillgång i meningen att kakan kan ätas och ändå finnas kvar.² Eller som det sägs i en lärobok i nationalekonomi: "...sådana tillgångar som ytterligare en konsument kan dra nytta av utan att därmed minska den mängd som är disponibel för andra."

Verklighetens kollektiva tillgångar lever inte upp till denna strikta definition. Det är uppenbart att det exempelvis är *mer eller mindre* svårt att ta betalt för en kollektiv vara. Fyrar är en klassisk kollektiv vara med bl a argumentet att det är besvärligt att inkassera avgiften från de förbipasserande fartygen för "nyttan" av att ha fått hjälp med navigeringen. Med samma typ av argument brukar gator, vägar, broar etc. kallas kollektiva varor. De uppfyller också alla i mer eller mindre hög grad det andra kriteriet – att ett utnyttjande av en inte inskränker nyttan för den som kommer efter. Eller mera handfast uttryckt – om ett passerande fartyg navigerar med hjälp av fyren reducerar det inte möjligheterna att i samma farvatten navigera rätt för de fartyg som kommer efter.

Kan kollektiva varor vara privatägda? Definitionsmässigt kan det inte vara så eftersom man inte kan ta betalt för en genuint kollektiv vara och det måste, naturligt nog, till för att den skall kunna vara privatägd. Däremot finns gott om privata varor som uppfyller Änkans krus-kriteriet. Patent, affärskoncept, recept etc. är exempel. Det intressanta är att tiden verkar för att allt fler av de genuint kollektiva varorna kan "privatiseras". Det kommer inte att dröja länge innan det med avancerad teknologi blir möjligt att i det närmaste friktionslöst kunna ta betalt av en bilist vid utnyttjandet av t ex ett innerstadsområde. Det betyder att de kollektiva tillgångar som tidigare av rationella skäl måste byggas gemensamt kan privatiseras.

Det senare understryker en annan aspekt på gemensamägda tillgångar, de finns av två typer. Den ena är den där samhällsmedborgarna *måste* satsa gemensamt eftersom det inte finns något alternativ om det är en vara eller tjänst man vill ha. Försvar, rättsväsende, polis och brandkår kan vara exempel. I så gott som alla samhällen, oberoende av utvecklingsnivå, skapas dessa resurser genom gemensamma, politiskt beslutade satsningar. Det finns flera anledningar men det ekonomiska skälet är det vi just nämnde, att det är omöjligt, eller mycket kostsamt, att ta betalt. Den andra typen av gemensamägda tillgångar är de som skulle kunna komma fram på marknadens villkor men inte får göra det av politiska skäl. En stor del av den offentliga sektorns vård-skola-omsorg-verksamheter hör till den kategorin, i varje fall när vi talar om länder som följer den nordeuropeiska synen på välfärdsstaten.

En oägd tillgång

Vem äger det sociala kapitalet? Det är uppenbarligen inte en tillgång som kan ägas privat. Det finns ingen juridisk eller fysisk person som är innehavare av det residuala kontraktet för tillgången socialt kapital. Är det då en kollektiv tillgång i meningen *gemensamägd* tillgång? Det blir svårt att hävda. Det jämför det sociala kapitalet med den offentliga sektorns alla varor och tjänster. Det sociala kapitalet skulle hamna i samma kategori som polis och brandkår vilket inte kan vara rätt eftersom det skiljer sig på en väsentlig punkt, det finns inget gemensamt, politiskt, beslut om att nu skall vi sätta av resurser för att höja det sociala kapitalet, det bara finns där, det sociala kapitalet är självgenererat.

² Historien om Änkans krus finns i bibeln (Första Konungaboken) och handlar om Elia som hungrig och törstig höll på att förgås i öknen men möter en fattig änka och ber om något att dricka och äta. Hon försäkrar honom att hon bara har lite mjöl i en kruka och lite olja i ett krus och att det räcker endast till henne själv och hennes son. Men Elia uppmanar henne att först göra mat åt honom och därefter åt sig själv och sin son. "Ty så säger Herren, Israels Gud: Mjölet i krukans skall icke taga slut och oljan i kruset skall icke tryta intill den dag då Herren låter det regna på jorden." (1 Kon. 17:12-16).

Vi väljer att säga att det sociala kapitalet är en alldeles egen kategori av tillgångar, en oägd tillgång. Vid närmare eftertanke finns det också andra oägda tillgångar av social karaktär. Språket är kanske det bästa exemplet. Tänker man på de stora språken, t ex engelska, blir tillgångens ekonomiska effekter tydliga. Det är ganska säkert idag en ekonomisk fördel för internationellt orienterade företag att ha engelska som modersmål och inte bara anbefallt arbetsspråk. Det gör tydligt att en oägd tillgång kan ge ekonomisk avkastning.

Parentetiskt antyder språkets roll en annan aspekt på det sociala kapitalet. Det brukar sägas att språket fungerar som en effektiv broms vad gäller vår benägenhet att flytta till ett land med ett annat språk. Det visar sig gälla även för den högt kvalificerade och språkutbildade arbetskraften. Det är sammantaget ett förhållandevis litet antal människor som faktiskt för gott lämnar den arbetsmarknad där man kan tala sitt modersmål. Det är rimligt att anta att denna form av ”stickiness” kännetecknar allt välutvecklat socialt kapital. Eller omvänt, ”sticky places” kännetecknas av högt socialt kapital. Eftersom vi vet från empiriska studier att kluster kännetecknas av hög stabilitet i meningen att relativt få företag lämnar sin etablering och relativt få i arbetskraften lämnar klustret (men däremot ofta byter arbete inom klustret), blir slutsatsen att kluster har högt socialt kapital.

Det visste redan Alfred Marshall. Han skrev 1890: ”När en bransch sålunda har valt ut en region åt sig kommer den sannolikt att stanna där länge: så stora är de fördelar som människor i samma kvalificerade verksamhet har av att ett nära grannskap till varandra. Hantverkets mysterier blir inte längre några mysterier utan sprids som funnes de i luften, och barnen lär sig många av dem omedvetet.”³ En mycket bättre beskrivning av sambandet mellan ”stickiness” och högt socialt kapital är svår att tänka sig.

Efter en annan dimension finns det två typer av tillgångar – antingen är tillgången oändlig (i meningen Änkans krus) eller ändlig. De allra flesta tillgångar vi känner till är av den ändliga typen. Vi utnyttjar tillgången och den är förbrukad. Vi äter upp apelsinen och då kan ingen annan äta samma apelsin. Också många skolekonomiska tillgångar är av den ändliga typen. Brandkåren brukar kallas kollektiv vara i meningen oändlig vara men är det naturligtvis inte. Brandkåren, åtminstone om vi förutsätter att hela styrkan tas i anspråk, kan inte släcka bränder på två ställen samtidigt. Det finns både privatägda och gemensamhetsägda Änkans krus-tillgångar.

Det sociala kapitalet i ett kluster är en Änkans krus-tillgång. Det kan utnyttjas av en företagare utan att det inskränker för någon annan. Det sociala kapitalet har emellertid ett par egenskaper därutöver. Det ger högre avkastning ju mer det utnyttjas, det är det första. Vi har med andra ord en tillgång som inte bara, bildligt talat, låter oss dricka ur Änkans krus, kruset rymmer mera för varje gång någon dricker. Det betyder konkret att det sociala kapitalet ökar i värde om aktiviteten i det lokala samhället är hög, om företagen i klustret gör många affärer med varandra, om arbetsmarknadens transaktionsintensitet är hög, om många människor är medlemmar i Rotary, Missionskyrkan, de politiska partierna, idrottsklubbarna etc.

Den andra egenskapen är att det sociala kapitalet förtvinar om det inte utnyttjas. Ett språk som inte talas dör. Det sociala kapitalet har samma beskaffenhet. Det duger inte bara för ett företag att vara lokaliserat till ett kluster. Det fordras något mera, en lokal förankring, en öppenhet med information även gentemot konkurrenter på orten, en positiv syn på att medarbetare rör på sig inom klustret, en vilja till lokal outsourcing etc.

Den här diskussionen om olika typer av tillgångar och om det sociala kapitalets plats i den strukturen sammanfattas i **tabell 1** (nästa sida). Vi kan konstatera, för att fullständiga bilden, att det också finns vissa oägda ändliga tillgångar. Rymden, de stora oceanerna och det som döljer sig under dem kan vara exempel.

³ Citatet från Alfred Marshall är hämtat från Berggren, C. et al, 1999 b, ”Den globaliserade ekonomins regionala paradox”, *Ekonomisk Debatt*, årg 27, nr 6, s 25.

	”Änkans krus”-tillgångar (<i>icke-rivaliserande</i>)	Ändliga tillgångar (<i>rivaliserande</i>)
Privatägda tillgångar (=kan produceras på privat initiativ, <i>exkluderbara</i>)	patent, affärskoncept, recept etc.	Vanliga produkter och tjänster
Gemensamägda tillgångar (1) kan inte produceras på privat initiativ, <i>icke-exkluderbara</i> (2) kan men får inte av politiska skäl produceras på privat initiativ	<i>Kollektiva varor</i> Exempel: skattefinansierad grundforskning	<i>”Kan inte”-typ:</i> Försvar, rättsväsende, polis, brandkår, etc. <i>”Kan men får inte”-typ:</i> Vård, skola, omsorg, kyrkogårdar etc.,
Oägda tillgångar	Socialt kapital	Vissa allmänningar (luft, rymd, de stora vattnen etc.)
Tabell 1 En schematisk bild av hur det sociala kapitalet passar in i en större struktur av tillgångar		

De strategiska slutsatserna

Vilka blir då de strategiska slutsatserna för företagen om man vet att högt socialt kapital, allt annat lika, ger en ekonomisk avkastning och om man också vet att det sociala kapitalet är en tillgång som måste vårdas aktivt för att inte dess värde skall neutraliseras eller, i värsta fall, minska? Två slutsatser bör kunna dras.

Den första är att lokalisering av en verksamhet, det kan gälla både produktion och utveckling, inte bara kan handla om relativa faktorpriser, om närheten till nödvändig kompetens eller attraktiva marknader, om handelshinder, om politiska risker etc. Dessa överväganden vid en lokalisering är naturligtvis lika viktiga som de alltid har varit, låt vara att deras tyngd varierar med tiden och med typ av verksamhet. Det nya är att det sociala kapitalet också måste vägas in. Att finna en lokalisering i ett kluster där det sociala kapitalet är högt, eller har förutsättningar att bli högt, kan vara en avgörande faktor för den långsiktiga konkurrenskraften. Det gäller särskilt för tillämpad forskning och utveckling. Men även för andra typer av nyskapande verksamhet, t ex för sådant som har med färg och form att göra.

Betyder det att högt socialt kapital är en nyckeltillgång för berörda företag? Nej, inte enligt definitionen i strikt mening. Nyckeltillgångar är definitionsmässigt *ägda* tillgångar (eller möjliga att äga). Det har vi just konstaterat att det sociala kapitalet inte är, det kan inte ägas av ett företag. Däremot kan man säga att företaget kan äga en ”inteckning” i det sociala kapitalet genom att äga eller hyra en fastighet i en region med högt socialt kapital och där t ex bedriva företagets forskning på ett specifikt område. De stora europeiska (och för den delen även

amerikanska) högteknologiföretag som i slutet av 1980-talet och i början av 1990-talet etablerade satellitenheter i Silicon Valley kan vara konkreta exempel. Dessa verksamheter, som ju är ägda tillgångar, kan mycket väl för de företag som etablerade sig vara nyckeltillgångar. Allmänt gäller att det stora intresset från företagen i vissa produktorienterade branscher, inte minst högteknologibranscher, att klumpa sig samman geografiskt i kluster är, det vet vi, till stor del ett uttryck för viljan att komma åt ett högt socialt kapital.

I modelltermer kan vi uttrycka oss så att bland ett företags nyckeltillgångar kan finnas lokalisering. Lokalisering kan av allt att döma i vissa fall räknas in i samma tunga klass som affärskoncept, teknologi, rutiner och andra nyckeltillgångar.

Den andra slutsatsen är den vi redan har antytt. Ett företag kan inte bara lokalisera sig i ett kluster och "stänga dörren". Det pris man måste betala för att få tillgång till ett högt socialt kapital är att aktivt vilja vara en del av det finmaskiga och levande nätverk som kännetecknar kluster med högt socialt kapital. Vad det betyder praktiskt? Ja, AnnLee Saxenian förklarar det mycket bra när hon jämför Route 128, det välkända klustret utanför Boston, med det än mer välkända Silicon Valley.⁴ Route 128 var i början av 1990-talet då hon gjorde sina studier visserligen ett kluster i meningen en koncentration av företag men, skriver hon, ett kluster av oberoende företag med tydliga företagsgränser där var och en värnade om sina kompetenser och höll på sitt. Silicon Valley hade inte dessa kännetecken, där var de organisatoriska gränserna i det praktiska dag-till-dag-arbetet upplösta, i varje fall mindre tydliga, och det var närmast en merit att t ex byta arbete och ta med sig kompetensen till ett annat företag eller att starta eget. Hon uttrycker sig på följande sätt: "At least until recently, it was unusual in the Route 128 area to leave a corporate job at a big firm to work for a start-up, whereas in Silicon Valley it was almost glorified."⁵

Till viss del kan man misstänka att sådana skillnader kan förklaras av att nya synsätt och attityder slog rot snabbare på den amerikanska västkusten än på östkusten, t ex omsvängningen i synen på att starta eget hos unga välutbildade personer. Men det förklarar inte allt som Saxenians och andra studier visar. Silicon Valley har ett högt socialt kapital och det ger uppenbarligen synbara avtryck i den ekonomiska avkastningen, annars skulle inte alla dessa professionellt skötta företag fortsätta att vara etablerade i ett kluster som kännetecknas av extraordinärt höga faktorpriser och diverse höga träningskostnader.

En fråga kvarstår obesvarad – kan högt socialt kapital skapas på annat sätt än i kluster och andra företagstäta regioner? Svaret är nej. Att högt socialt kapital är en lokal företeelse följer av dess definition. Visserligen kan vi ibland tala om att hela regioner som t ex Europa, eller civilisationer som t ex västerlandet, kännetecknas av grundläggande värderingar och attityder gentemot t ex arbete och ägande som är av utomordentlig betydelse för den relativa konkurrenskraften. Historikern David Landes hävdar att sådana samband finns. Hans tes är att uppfinningsrikedom och entreprenörskap, själva grunden för ekonomisk tillväxt och dynamik, skapas i ett kulturellt klimat som främjar konkurrens och tävlan. Och just dessa egenskaper fanns tidigt i den västliga kulturen och därmed skapades grundvalen för det ekonomiska övertag som väst fortfarande har, det är kontentan av hans analys.⁶

⁴ AnnLee Saxenian har skrivit en uppmärksam studie där hon jämför två högteknologikluster – Route 128 utanför Boston och Silicon Valley söder om San Francisco. Se Saxenian, A., 1994, *Regional Advantage – Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*, Harvard University Press, Cambridge, Ma.. Se också: Saxenian, A., 1999, "Culture and competition in Silicon Valley", ingår i: Swedenborg, B. & Tson Söderström, H., (eds), *Creating an Environment for Growth*, SNS Förlag, Stockholm;

⁵ Saxenian, 1999, s 119.

⁶ Landes sammanfattar sin syn på följande sätt: "Om vi kan lära någonting av den ekonomiska utvecklingens historia så är det att *kulturen betyder allt* [min kursivering]." Se Landes, David S., 1998, *Nationens välstånd och fattigdom*, Prisma, Stockholm, s 588-89.

Det är onekligen ett socialt kapital som David Landes talar om. Men det är inte socialt kapital på den nivå vi diskuterar här. Det är inte heller socialt kapital för ett enskilt land vi talar om. Det senare är däremot referenspunkten för vad vi menar med *högt* socialt kapital, det kan såldes bara finnas i särskilda geografiska enklaver inom ett land. För att upprepa, socialt kapital är i denna mening definitionsmässigt en lokal företeelse.

Texten finns i kapitel 6 i *Det exploderande storföretaget* (SNS, 2004), s 136 ff.