

Zbysław Dobrowolski*

Uniwersytet Jagielloński

Instytut Spraw Publicznych

Prolegomena etnocentryzmu publicznego

The Prologemon of Public Ethnocentrism

Abstract: This article presents the original, preliminary results of research on the phenomenon of ethnocentrism in the public sphere, which is not fully recognized from the point of view of the discipline of management sciences. The research approach aims to fill the existing gap in the field of theoretical foundations of ethnocentrism's impact in the functioning of modern public organizations. The article presents the author's unique definition of the public ethnocentrism, as well as, new typology of social ethnocentrism. It was found that the public ethnocentrism should be considered as one of the intervening variables, affecting the determinism of management style. Formulated research issues include the specifics of public organizations, the phenomenon of coopetition, inter-organizational collaborations as well as budgetary incrementalism. Finally, the basic problems arising from the methodological reflection are identified and solved.

Key-words: public ethnocentrism, inter-organizational collaboration, coopetition, organizational pathology

Wprowadzenie

Na organizacjach publicznych spoczywa obowiązek racjonalnego gospodarowania ograniczonymi zasobami. Postulat ten nabiera znaczenia szczególnie w warunkach funkcjonowania w turbulentnym i coraz mniej poddającym się predykcji otoczeniu. W sektorze prywatnym istotny wpływ na postępowanie konsumentów wywierają ich postawy. Analogicznie postawy etnocentryczne mogą znacząco wpływać na dokonywane wybory w sektorze publicznym. O ile etnocentryzm konsumentki stanowi

* peterdobrowolski@pro.onet.pl

przedmiot wielu badań naukowych, o tyle zjawisko etnocentryzmu w sektorze publicznym nie jest w pełni rozpoznane. Tymczasem organizacje publiczne są znaczącym nabywcą dóbr i usług wytwarzanych w sektorze prywatnym, a wydatki rządowe stanowią istotną część produktu krajowego brutto. Przedstawione w artykule rozważania dotycząca współczesnych problemów zarządzania organizacjami publicznymi zmierzają nie tylko do wskazania luki badawczej, a co za tym idzie sformułowania problemów badawczych, ale także przedstawienia podstawowych założeń dotyczących metodologii badań.

Istota etnocentryzmu jako zjawiska społeczno-kulturowego

Etnocentryzm jako zjawisko został opisany ponad sto lat temu przez amerykańskiego socjologa W.G. Sumnera. Określił on to zjawisko jako sposób widzenia, patrzenia na rzeczy, zgodnie z którym własna grupa stanowi centrum wszystkiego, a wszystko dookoła jest oceniane i hierarchizowane w odniesieniu do niej [Wolanin-Jarosz 2015, s. 7]. Konsekwencją wartościowania ludzi, ich postaw, sposobów działania oraz artefaktów jest afirmacja własnej kultury i deprecjacja kultury obcej grupy [Adorno, Frenkel-Brunswik, Levinson, Sanford 1950, s. 150; Mamzer 2001, ss. 33–43, Khan, Rizvi 2008, ss. 52–65]. Koncepcja etnocentryzmu konsumenckiego, któremu poświęcono większą uwagę w niniejszym artykule, pojawiła się po raz pierwszy w badaniach T.A. Shimp'a i S. Sharma, którzy uznali, że jest nim przekonanie podzielane przez konsumentów co do konieczności nabywania towarów pochodzenia krajowego [Shimp, Sharma 1987, ss. 280–289, Szromnik, Wolanin-Jarosz 2013, s. 99]. Owe przekonanie wynika m.in. z obawy o utratę miejsc pracy w następstwie wzrostu eksportu. Dlatego też etnocentryzm konsumencki może prowadzić do nabywania towarów lub usług krajowych, nawet gdy ich jakość jest niższa od produktów lub usług zagranicznych, a cena wyższa [Szromnik, Wolanin-Jarosz 2013, ss. 100–102]. W literaturze przedmiotu wymienia się pojęcie etnocentryzmu społecznego, do którego zalicza się etnocentryzm: obyczajowy, edukacyjny, wyznaniowy, polityczny i gospodarczy, przy czym ten ostatni polega na preferencyjnym traktowaniu programów zorientowanych na własny kraj, myśl ekonomiczną, krajowe przedsiębiorstwa i instytucje [Wolanin-Jarosz 2015, s. 14].

Powyższą typologię należy uzupełnić o etnocentryzm publiczny, który można zdefiniować jako przekonanie podzielane przez decydentów organizacji publicznych

co do konieczności zaspokajania zbiorowych potrzeb publicznych za pomocą dóbr i usług pochodzenia krajowego lub z otoczenia lokalnego organizacji publicznej. Definiując po raz pierwszy w Polsce w taki sposób etnocentryzm publiczny, przyjmuję *implicite* pojęcie organizacji publicznej sformułowane przez Kożuch – organizacja publiczna to złożona całość posiadająca cechy właściwe dla innych organizacji, a wyróżniająca się określonym systemem celów i wartości, a w konsekwencji właściwym charakterem związków wewnątrz organizacji oraz relacji z innymi podmiotami należącymi do jej otoczenia [Kožuch 2004, s. 87].

Etnocentryzm może prowadzić do nietolerancji, a w konsekwencji do konfliktów i napięć, na co zwrócił uwagę Turner [Turner 1998, s. 47]. Z punktu widzenia organizacji publicznych skutkiem etnocentryzmu mogą być nieracjonalne wybory i naruszenie przepisów prawa, na przykład ustawy Prawo zamówień publicznych. Z uwagi na zakres niniejszego artykułu pomijam zarówno dalsze rozważania na temat uniwersalnego charakteru zjawiska etnocentryzmu, jak i poglądy psychologów, w tym m.in. Sil-lamy'ego czy Zimbarda lub antropologów, na przykład Herskovitsa czy Geertza. Skupiam natomiast uwagę na postrzeganiu zjawiska etnocentryzmu publicznego jako desygnatu patologii organizacyjnej, przy czym ową patologię z punktu widzenia nauki o zarządzaniu pojmuję jako pewien rodzaj rzeczywistości związanej z gromadzeniem lub wydatkowaniem środków finansowych, przepływem informacji, motywowaniem pracowników, obiektywnej i niezależnej od podmiotu albo podmiotowo zdeterminowanej, gdzie granice społecznej tolerancji dla jej skutków mogą być odmiennie postrzegane przez określonych interesariuszy czy całe społeczności [Dobrowolski 2015, ss. 58–59]. Uwzględniając to, etnocentryzm publiczny można pojmować jako oddziaływanie negatywnie wpływające na uznane przez większość interesariuszy prawidłowe funkcjonowanie organizacji publicznej i realizację jej celów. Tylko czy na pewno takie pojmowanie jest zawsze trafne? Tak, gdy się uwzględni, że może prowadzić do naruszenia zasad rzetelności życia publicznego, a także katalizować nielegalne zjawiska: korupcji lub oszustwa.

W kierunku badań etnocentryzmu publicznego

Stwierdzono na początku niniejszego artykułu, że wpływ etnocentryzmu na sposób uwzględniania potrzeb społecznych w fazie tworzenia programów publicznych, a następnie ich realizacji nie jest w pełni rozpoznany z punktu widzenia dyscypliny

nauk o zarządzaniu. Jak zatem badać nierozpoznane zjawisko? Wstępnie można się posiłkować wynikami badań dotyczących etnocentryzmu konsumenckiego wśród determinantów. Wymienia się: czynniki psychospołeczne, demograficzne oraz tzw. łagodzące lub zaostrzające (m.in. niemożność zastąpienia produktu importowanego produktem krajowym). Wyniki badań etnocentryzmu konsumenckiego ujawniły istnienie pozytywnej korelacji pomiędzy natężeniem tego zjawiska a patriotyzmem lub konserwatyzmem. Ustalono także m.in., że osoby utożsamiające się z interesami grupy, do której należą, są bardziej podatne na etnocentryzm konsumencki niż osoby kierujące się w swoich wyborach własnymi korzyściami [Wolanin-Jarosz 2015, ss. 17–20]. Dotychczas przeprowadzone badania wymienionego zjawiska w Polsce wykazały także m.in. zależność pomiędzy wiekiem badanych a ich skłonnością do etnocentryzmu konsumenckiego [Szromnik, Wolanin-Jarosz 2013, ss. 100–102]. Wydaje się, że owe czynniki można także uwzględnić w odniesieniu do etnocentryzmu publicznego. Ponadto należy uwzględnić: otwartość na obcą kulturę, przy czym w grę wchodzi nie tylko rozróżnienie pomiędzy kulturą krajów, ale także regionów, patriotyzm narodowy lub lokalny. Rudymetarnym czynnikiem może być także dostępność określonych usług, towarów na danym obszarze. Dalsze badania nad etnocentryzmem publicznym powinny pozwolić na ustalenie wag wspomnianych czynników (zmiennych). Na tym etapie badań, uwzględniając wpływ etnocentryzmu na proces decyzyjny oraz jego skutki, można sformułować uogólnienie, że grupę zidentyfikowanych przez Kieżuna zmiennych interweniujących [Kieżun 1997, ss. 162–165], wpływających na determinizm stylu kierowania, należy uzupełnić o etnocentryzm publiczny.

Nie tylko dla należących do sektora prywatnego uczestników rynku, ale także organizacji publicznych, funkcjonujących w otoczeniu złożonych, wielopodmiotowych sieci międzyorganizacyjnych, członkostwo w sieci zapewnia osiąganie korzyści. Wiąże się to ze współdziałaniem, które zmierza do osiągnięcia wzajemnie niesprzecznych celów [Lichtarski 1992, s. 12]. Przesłanką skuteczności współdziałania wielu podmiotów o różnej strukturze jest wdrożenie mechanizmów koordynacji [Klimas 2013, s. 186]. Koordynacja wieloraka obejmuje nie tylko wymiar rynkowy, czy hierarchiczny, ale także społeczny, gdzie warunkiem *sine qua non* jej skuteczności jest wysoki poziom wzajemnego zaufania oraz szybki, niezakłócony przepływ informacji [Czakon 2007, s. 236]. W praktyce, jak wykazały wyniki badań, współdziałanie pomiędzy organizacjami publicznymi napotyka na liczne bariery, a skutkiem aberracji współdziałania jest nieprawidłowe wykonywanie zadań publicznych. Na przykład brak należytego współdziałania pomiędzy organami Inspekcji Farmaceutycznej oraz organami

kontroli skarbowej spowodował, że sprawowany przez organy państwa nadzór nad obrotem produktami leczniczymi był nieskuteczny. Sytuacja ta dotyczyła zwłaszcza niekontrolowanego wywozu leków za granicę, którego konsekwencją było niezagwarantowanie pełnego i nieprzerwanego dostępu do leków ratujących zdrowie lub życie. Dostrzegając niezbędność współdziałania organizacji publicznych przy realizacji zadań publicznych Najwyższa Izba Kontroli sformułowała wniosek o potrzebie wzmocnienia współpracy pomiędzy organizacjami publicznymi [NIK P/15/109]. Choć przyczyny aberracji współdziałania we wspomnianym wyżej przykładzie należy upatrywać w legalizmie prowadzącym do konformizmu i rutyny, to nie można wykluczyć, że była także efektem etnocentryzmu publicznego. Z perspektywy dotychczasowych rozważań można sformułować następujące problemy badawcze: jak etnocentryzm publiczny wpływa na zidentyfikowany przez O.E. Williamsona oportunizm stron kontraktu? W jakim zakresie etnocentryzm publiczny wpływa na bliskość, traktowaną jako zmienną wyjaśniającą skuteczność współdziałania [Boschma, Frenken 2010, ss. 120–135]. Czy etnocentryzm publiczny oddziałuje negatywnie, czy też może być czynnikiem zwiększającym efektywność współdziałania, a jeśli tak, to kiedy i w jakich warunkach? Jak etnocentryzm publiczny wpływa na skuteczność koordynacji wielorakiej?

Rozwiązanie sformułowanych wyżej problemów badawczych ma walor aplikacyjny, jeśli weźmie się pod uwagę skutki braku współdziałania organizacji publicznych czy też partnerstwa publiczno-prywatnego. Problematyka etnocentryzmu publicznego wydaje się istotna również z perspektywy kooperacji, która łączy w sobie dwa przeciwstawne, występujące równocześnie działania: konkurencję i współpracę. Relacje kooperacyjne przynoszą pozytywne efekty, choćby w postaci obniżenia kosztów transakcyjnych, dostępu do zasobów i rozszerzenia zakresu działania, ale mogą też stanowić zagrożenia, wśród których wymienia się m.in. zachowania oportunistyczne jej uczestników, możliwość utraty wartości niematerialnych i prawnych, osłabienie wizerunku [Brandenburger, Nalebuff 1996; Gnyawali, Park, 2009; Ritala 2012]. Celem zatem jest ustalenie, jak etnocentryzm publiczny wpływa na strategię kooperacji? W końcu należy zbadać, jaki wpływ wywiera etnocentryzm publiczny na proces tworzenia budżetu? Wstępne wyniki badań wskazują, że taki wpływ zachodzi nawet w budżetowaniu inkrementalnym.

Analizując etnocentryzm publiczny, badacz stanie przed wyborem podejścia badawczego: nomotetycznego lub idiograficznego. Na tym etapie trudno jednoznacznie wskazać, które z podejść wydaje się trafniejsze. Podejście idiograficzne będzie wła-

ściwe, gdy celem jest poznanie zjawiska etnocentryzmu publicznego w konkretnym kontekście po to, aby wyjaśnić jego mechanizm. Jeśli natomiast celem będzie sformułowanie prawa ogólnego, to badania będą prowadzone zapewne w podejściu nomotetycznym. Inną ważną kwestią z punktu widzenia doboru metod badań w naukach o zarządzaniu, determinującą orientację aksjologiczną, jest wybór paradygmatu. Na potrzeby niniejszego artykułu przyjęto *implicite* typologię paradygmatów Burrela i Morgana. W paradygmacie neopozytywistyczno-funkcjonalistyczno-systemowym weryfikacja prawdy będzie przebiegać za pomocą obiektywnych metod ilościowych. Jednakże przyjęte założenie o homeostatycznej harmonii nie jest powszechnie obowiązujące. W rzeczywistości organizacje funkcjonują w warunkach braku równowagi. Przyjęcie paradygmatu interpretatywno-symbolicznego pozwala co prawda na koncentrację wysiłku badawczego na opisywaniu współzależności w złożonych strukturach, ale badania nie muszą prowadzić do uzyskania jednego spójnego obrazu. Z kolei w nurcie krytycznym założenia leżące u jego podstaw mają charakter ideologiczny, uwarunkowany orientacją aksjologiczną badacza, co może wpływać na wynik badań [Niemczyk 2013, s. 21; Sułkowski 2013, ss. 278–283]. Uwzględniając to, badanie etnocentryzmu publicznego jako zjawiska słabo rozpoznanego powinno przebiegać w ramach strategii pluralizmu epistemologicznego, z wykorzystaniem triangulacji danych i metod zarówno ilościowych, jak i jakościowych. Podzielam zatem pogląd Ł. Sułkowskiego, że oznacza to gotowość nieortodoksyjnej integracji metod badawczych zaczerpniętych z różnych paradygmatów [Sułkowski 2013, s. 41].

Narzędziem badawczym służącym do pomiaru postaw etnocentrycznych jest opracowany przez T.A. Shimpę i S. Sharmę kwestionariusz CETSCALE, składający się z 17 pytań, do których odpowiedzi zaznaczane są na siedmiopunktowej skali Likerta. Dotychczasowe wykorzystanie tego kwestionariusza w różnych krajach pozwalało na uzyskanie rzetelnych wyników zweryfikowanych za pomocą innych narzędzi badawczych [Wolanin-Jarosz 2015, s. 21]. Jednakże pytania składowe dotyczące etnocentryzmu publicznego muszą być zmodyfikowane w stosunku do pytań dotyczących etnocentryzmu konsumenckiego. Dotyczą bowiem wyborów dokonywanych przez decydentów organizacji publicznych. Decydenci ci w swoich działaniach powinni się kierować interesem publicznym rozumianym jako zagregowany zbiór indywidualnych interesów osób tworzących określoną społeczność. Kierują się jednakże często kroć interesem własnym, który zgodnie z mechanizmem dryfowania w następstwie podejmowania decyzji uznaniowych nie musi być (i jak wykazują badania często nie jest) paralelny z interesem publicznym. Ponadto należy mieć na uwadze, że słabą

stroną prowadzenia badań wyłącznie przy wykorzystaniu kwestionariusza CETSCALE będzie subiektywizm otrzymanych odpowiedzi. Jego zmniejszeniu może pomóc stosowanie kilku pytań do oceny jednego problemu. Należy także wziąć pod uwagę argument przeciwników badań ilościowych, mówiący o tym, że pozwalają na ocenę odczuć decydentów na temat danego zjawiska, a nie ustalenie jego poziomu. Argumentu przeciwnego dostarcza konstatacja, że relatywizm decyzji kierowniczej istnieje, a subiektywne odczucia decydentów mają wpływ na poziom zjawiska, co wykazali D.W. Lyon, G.T. Lumpkin, G.G. Dess [Lyon, Lumpkin, Dess 2000, ss. 1055–1085; Dyduch 2013, s. 164]. Zastosowanie przywołanej wcześniej strategii pluralizmu epistemologicznego pozwoli na wykorzystanie różnych metod, w tym jakościowych, pozwalających na głębszą analizę badanego zjawiska.

Zakończenie

Podsumowując dotychczasowe rozważania, należy stwierdzić, że etnocentryzm jest zjawiskiem złożonym, stanowiącym przedmiot zainteresowania różnych dyscyplin naukowych, m.in. psychologii czy socjologii, a z punktu widzenia wpływu na funkcjonowanie organizacji i osiągnięte przez nią wyniki także nauki o zarządzaniu lub ekonomii. W badaniach zjawiska etnocentryzmu publicznego, które mogą pomóc w wyjaśnianiu mechanizmu wyboru publicznego, można zastosować zmodyfikowane narzędzia stosowane w analizie etnocentryzmu konsumenckiego, z uwzględnieniem strategii pluralizmu epistemologicznego. Prowadzone w artykule rozważanie nie są próbą formułowania nowego paradygmatu, lecz wskazaniem kierunku, w jakim powinny zmierzać badania etnocentryzmu publicznego i jego wpływu na życie publiczne.

Bibliografia

Adorno T.W., Frenkel-Brunswick E., Levinson D.J., Sanford R.N. (1950), *The Authoritarian Personality*, Harper & Row, New York.

Brandenburger A.M., Nalebuff B.J. (1996), *Co-opetition*, Doubleday, New York.

Czakon W. (2007), *Sieci międzyorganizacyjne a niepewność w zarządzaniu przedsiębiorstwem* [w:] K. Kozakiewicz (red.), *Zmiany w systemach zarządzania polskich przedsiębiorstw*, Wydawnictwo AE, Poznań.

Dobrowolski Z. (2015), *Patologie organizacji. Kierunki przeciwdziałania* [w:] G. Ignatowski, Ł. Sułkowski, Z. Dobrowolski (red.), *Oblicza patologii zawodowych i społecznych*, Difin, Warszawa.

Dobrowolski Z. (2014), *Zdolność organizacji publicznych do współdziałania publiczno-prywatnego*, „Zarządzanie Publiczne”, nr 2 (26).

Khan M.N., Rizvi S.R. (2008), *Consumer Ethnocentrism: Relevance and Implications for Marketers*, „ICFAI Journal of Consumer Behavior”, Vol. 3 Issue 1.

Kieżun W. (1997), *Sprawne zarządzanie organizacją. Zarys teorii i praktyki*, SGH, Warszawa.

Koźuch B. (2004), *Zarządzanie publiczne. W teorii i praktyce polskich organizacji*, Wydawnictwo Placet, Warszawa.

LeVine R.A. (2001), *Ethnocentrism* [w:] N.J. Smelser, P.B. Baltes (red.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, Elsevier Science Ltd., Boulevard, Langford Lane, Kindlington, Oxford.

Lichtarski J. (1992), *Teoretyczne i praktyczne problemy integracji gospodarczej przedsiębiorstw* [w:] J. Lichtarski (red.), *Współdziałanie gospodarcze przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa.

Lyon D.W., Lumpkin G.T., Dess G.G. (2000), *Enhancing Entrepreneurial Orientation Research: Operationalizing and Measuring a Key Strategic Decision Making Process*, „Journal of Management”, vol. 26, no. 5.

Sharma S., Shimp T.A., Shin J. (1995), *Consumer Ethnocentrism: A Test of Antecedents and Moderators*, „Journal of the Academy of Marketing Science”, No. 1.

Shimp T.A., Sharma S. (1987), *Consumer ethnocentrism: construction and validation of the CETSCALE*, „Journal of Marketing Research”, No 24(3).

Turner J.H. (1998), *Socjologia. Koncepcje i ich zastosowanie*, Zys i S-ka Wydawnictwo, Poznań.

Wolanin-Jarosz E. (2015), *Etnocentryzm konsumencki w środowisku międzynarodowym – stadium rynkowe euroregionu karpackiego*, Difin, Warszawa.

Źródła internetowe

Boschma R.A., Frenken K. (2010), *The Spatial Evolution of Innovation Networks: A Proximity Perspective*, [w:] R.A. Boschma, R. Martin (red.), *The Handbook of Evolutionary Economic Geography*, Edward Elgar, Cheltenham [online], <http://www.univpgr-palembang.ac.id/perpus-fkip/Perpustakaan/East%20Phylosopy/Economic%20Geography/THE%20HANDBOOK%20OF%20EVOLUTIONARY%20ECONOMIC.pdf>, [07.05.2016].

Gnyawali D.R., Park R. (2009), *Coopetition and technological innovation in small and medium-sized enterprises: a multilevel conceptual model*, „Journal of Small Business Management”, vol. 47, no. 3 [online], <http://web.b.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=09733760&AN=31197960&h=7f7ZvdQsejswAqFtkn4KbHNflcY3qYg0YqWpRpBsQa5FC19Rqpev9TwlGIYAs-YdqI3eyEELpLBLZRLaPnibA%3d%3d&crl=f&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=ErrCrlNotAuth&crlhashurl=login.aspx%3fdirect%3dtrue%26profile%3dehost%26scope%3dsite%26authtype%3dcrawler%26jrnl%3d09733760%26AN%3d31197960>, [07.05.2016].

NIK P/15/109 Wykonywanie przez Państwową Inspekcję Farmaceutyczną zadań określonych w ustawie Prawo Farmaceutyczne, <https://www.nik.gov.pl/aktualnosci/nik-opanstwowej-inspekcji-farmaceutycznej.html>, [07.05.2016].

Klimas P. (2013), *Uwarunkowania skutecznej współpracy międzyorganizacyjnej*, „Studia Ekonomiczne”, nr 141, http://www.ue.katowice.pl/fileadmin/_migrated/content_uploads/15_P.Klimas_Uwarunkowania_skutecznej_wspolpracy.pdf, [07.05.2016].

Mamzer H. (2001), *Wielokulturowość – czy wyzwolenie z więzów etnocentryzmu?*, „Przegląd Bydgoski”, nr XII, http://www.hfhrpol.waw.pl/wielokulturowosc/documents/doc_68.pdf, [07.05.2016].

Ritala P. (2012), *Coopetition strategy – when is it successful? Empirical evidence on innovation and market performance*, „British Journal of Management”, vol. 23, no. 3, <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-8551.2011.00741.x/full>, [07.05.2016].

Szromnik A., Wolanin-Jarosz E. (2013), *Diagnoza poziomu etnocentryzmu konsumenckiego Polaków z wykorzystaniem metody CETSCALE*, „Konsumpcja i rozwój”, nr 1, www.google.pl/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwi76vz1vcjMAhVI2ywKHVFBAXAQFggkMAA&url=http%3A%2F%2Fcejsh.icm.edu.pl%2Fcejsh%2Felement%2Fbwmeta1.element.desklight-ac73b807-9071-4617-b594-d065f56fd198%2Fc%2F8.Szromnik_WolaninJarosz_Diagnoza_poziomu_etnocentryzmu_konsumenckiego_Polakow_z_wykorzystaniem_metody_CETSCALE.pdf&usg=AFQjCNHEw3pgaMfK5hmrAM6WUkcDI_KLoA, [07.05.2016].