

Nr 2

LIPIEC 2012 R.

PSYCHOLOGIA EKONOMICZNA

P Ó Ł R O C Z N I K

ISSN 2084-137X



foto. www.fotolia.pl/© Argus



AKADEMICZNE STOWARZYSZENIE PSYCHOLOGII EKONOMICZNEJ
FUNDACJA UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO W KRAKOWIE

KRAKÓW, 2012





Akademickie

Stowarzyszenie Psychologii Ekonomicznej (ASPE)

jest organizacją naukową gromadzącą badaczy z takich dziedzin jak: psychologia ekonomiczna, ekonomia behawioralna, ekonomia eksperymentalna, finanse behawioralne, psychologia organizacji. Członkami ASPE są również praktycy: menedżerowie, analitycy finansowi, badacze rynku czy specjaliści z zakresu reklamy.

Do głównych celów ASPE należą popularyzacja zastosowań psychologii w ekonomii, a w szczególności w przedsiębiorczości, finansach, reklamie, marketingu, public relations i zarządzaniu ludźmi oraz działanie na rzecz transferu najnowszych osiągnięć psychologii ekonomicznej do gospodarki. Cele te realizowane są poprzez prowadzenie badań naukowych oraz promowanie i wspieranie inicjatyw naukowych z obszaru szeroko rozumianej psychologii ekonomicznej.

Zapraszamy do odwiedzenia strony internetowej stowarzyszenia <http://www.aspe.info.pl/>

Szanowni Czytelnicy,

z radością oddajemy w Państwa ręce drugi numer naszego pisma „Psychologia ekonomiczna”. Bardzo dziękujemy za wszystkie uwagi i sugestie, które otrzymaliśmy po wydaniu numeru poprzedniego. W miarę możliwości staramy się je uwzględniać podczas redagowania pisma.

Bieżący numer obejmuje cztery teksty dotyczące różnych aspektów zachowań ekonomicznych: inwestowania na giełdzie, prowadzenia działalności gospodarczej, roli zaufania w organizacji oraz wpływu stereotypów na percepcję pracowników w firmie. Dziękujemy Autorom, a także Recenzentom oraz Redaktorom, którzy oceniali nadesłane prace.

Pragniemy też wyrazić naszą wdzięczność Władzom Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie za sfinansowanie wydania tego numeru „Psychologii ekonomicznej”. Dzięki temu hojnemu wsparciu, nasze pismo może dochować wysokich standardów redakcyjnych i cieszyć się tak atrakcyjną szatą graficzną.

Jednocześnie zapraszamy wszystkich badaczy zainteresowanych psychologią ekonomiczną i ekonomią behawioralną do nadsyłania swoich tekstów (zarówno empirycznych, jak i teoretycznych). Mamy nadzieję, że już niebawem nasze pismo zyska status tzw. pisma punkowanego i będzie coraz atrakcyjniejszą platformą wymiany myśli i wyników badań.

TOMASZ ZALEŚKIEWICZ
Redaktor Naczelny

PSYCHOLOGIA EKONOMICZNA – PÓŁROCZNIK

Akademickie Stowarzyszenie Psychologii Ekonomicznej

ul. Jagiellońska 57/59, 03-301 Warszawa

Katedra Rynków Finansowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków

www.psychologia-ekonomiczna.com.pl**Rada programowa**

PRZEWODNICZĄCY: prof. dr hab. Jan Czekaj, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,
 prof. dr hab. Tadeusz Tyszka, Akademia Leona Koźmińskiego,
 prof. dr hab. Dariusz Doliński, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej,
 prof. UŚ dr hab. Małgorzata Górnik-Durose, Uniwersytet Śląski,
 dr hab. Aleksandra Tokarz, Uniwersytet Jagielloński,
 prof. dr hab. Adam Szyszka, Szkoła Wyższa Handlowa w Warszawie,
 prof. SGGW dr hab. Piotr Zielonka, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego.

Redakcja

REDAKTOR NACZELNY: prof. SWPS dr hab. Tomasz Zaleśkiewicz,
 Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej
 REDAKTOR NAUKOWY: dr Agata Gąsiorowska, Politechnika Wrocławska
 REDAKTOR STATYSTYCZNY: dr Elżbieta Kubińska, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
 dr Łukasz Markiewicz, Akademia Leona Koźmińskiego
 dr Tomasz Kopczewski, Uniwersytet Warszawski
 dr Jarosław Plichta, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
 prof. UG dr hab. Anna Maria Zawadzka, Uniwersytet Gdański
 REDAKTOR JĘZYKA POLSKIEGO: mgr Małgorzata Maciejnas
 REDAKTOR JĘZYKA ANGIELSKIEGO: Frederic W. Widlak, Ph.D.
 SEKRETARZ REDAKCJI: mgr Karolina Orzeł, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
 (biuro@psychologia-ekonomiczna.com.pl)

Wydawca:

FUNDACJA UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO W KRAKOWIE

ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków

Tel +48 (12) 294 7463



SPISTREŚCI

Artykuły:

6

MONIKA CZERWONKA

Etyczne przesłanki inwestowania polskich inwestorów indywidualnych

22

MAŁGORZATA DENKIEWICZ-KUCZEWSKA

Stereotypowe myślenie, satysfakcja z pracy i dobrostan psychiczny u kobiet prowadzących i nieprowadzących działalność przedsiębiorczą

38

LECH GÓRNIAK, MAREK MOTYKA

Wymiar zaufanie-kontrola jako dwubiegunowy czynnik efektywności organizacji

54

ANNA HEŁKA, RENATA PIELASZEK

Wpływ informacji o altruistycznym zachowaniu kobiet i mężczyzn na ich ocenę w miejscu pracy

Recenzje:

69

AGATA GAŚSIOROWSKA

Recenzja książki „Psychologia ekonomiczna” dr hab. Tomasza Zaleskiewicza, prof. SWPS

Wydarzenia:

73

WIKTOR RAZMUS

VI konferencja ASPE „Psychologia Ekonomiczna”, Lublin, 11-12 maja 2012 roku

Badania:

81

Badania realizowane w Zakładzie Psychologii Ekonomicznej i Psychologii Organizacji w Instytucie Psychologii Uniwersytetu Gdańskiego

Ethical aspects of investing among polish individual investors

Abstract

This article presents the idea of ethical investing known also as Socially Responsible Investing (SRI). The research conducted by the author aimed to study the popularity of ethical investing among individual investors in Poland. The results of this research indicate a relatively high awareness of the SRI concept among investors, but a low level of applying the SRI idea in investment practice. Further analysis shows that some demographic factors, like religiosity or gender, influence the investors' attitude towards SRI.

Key words: *Socially Responsible Investing (SRI), ethical investing, business ethics, sub-prime crisis*

MONIKA CZERWONKA

Katedra Finansów

Szkoła Główna Handlowa

monika.czerwonka@sgh.waw.pl

1 Etyczne przesłanki inwestowania polskich inwestorów indywidualnych

Streszczenie

Artykuł wprowadza w problematykę inwestowania etycznego zwanego również inwestowaniem społecznie odpowiedzialnym - SRI (*Socially Responsible Investing*). Głównym celem przeprowadzonych przez Autorkę badań było przeanalizowanie popularności inwestowania etycznego wśród polskich inwestorów indywidualnych w Polsce. Wyniki badań wskazują na stosunkowo wysoki stopień świadomości idei inwestowania społecznie odpowiedzialnego wśród respondentów przy jednoczesnym niewielkim jej wykorzystaniu w praktyce inwestycyjnej. Dokładne analizy wyników badań pokazują, że niektóre zmienne demograficzne, takie jak przekonania religijne inwestorów czy płeć mają wpływ na skłonność respondentów do inwestowania etycznego.

Słowa kluczowe: inwestycje społecznie odpowiedzialne (SRI), inwestowanie etyczne, etyka biznesu, kryzys sub-prime

1. Wprowadzenie

Sytuacja na rynkach finansowych świata po kryzysie sub-prime 2007-2009 skłania do refleksji na temat podstawowych wartości naszego systemu ekonomicznego. Okazuje się bowiem, że najczęściej wymienianą przyczyną kryzysu jest ludzka chciwość oraz egoizm zarządzających. Pojawiają się zatem pytania o moralność i miejsce etyki we współczesnej ekonomii i świecie finansów. Typowo instrumentalne podejście do konsumenta oraz ukierunkowanie działalności inwestorów jedynie na krótkoterminową maksymalizację zysków, skutkuje zanikaniem moralności i odpowiedzialności społecznej.

Inwestowanie społecznie odpowiedzialne (*Socially Responsible Investment - SRI*) czy też inwestowanie etyczne (*ethical investing*) wydaje się pewną alternatywą w stosunku do tradycyjnych form inwestowania, szczególnie w czasie ostatnich zawirowań na rynkach finansowych. Wartość rynku SRI na świecie szacuje się na około 7,6 bilionów Euro¹. Rosnące zainteresowanie tą formą inwestycji może wskazywać, że coraz więcej inwestorów ma świadomość społecznej odpowiedzialności za współczesny obraz świata.

2. Inwestycje odpowiedzialne społecznie (SRI)

Inwestycje odpowiedzialne społecznie skupiają wokół siebie inwestorów zainteresowanych nie tylko długoterminową maksymalizacją zysków, lecz również szeroko pojętą odpowiedzialnością społeczną. Przejawia się ona w trosce zarówno o drugiego człowieka (sprzeciw wobec handlu

bronią czy pornografią, lobbowanie na rzecz zaprowadzenia dobrobytu w krajach Trzeciego Świata), jak i w trosce o środowisko naturalne (recycling, zarządzanie odpadami, energia odnawialna). Inwestycje odpowiedzialne społecznie to koncepcja, która nadal ewoluuje i trudno o jednoznaczną jej definicję. W zależności od charakteru inwestycji i rodzaju inwestora spotkać się można z takimi określeniami jak: zrównoważone- (*sustainable*), odpowiedzialne- (*responsible*), społeczne- (*impact*), etyczne- (*ethical*), zielone inwestowanie (*green investing*) czy inwestowanie z misją (*mission-related investing*). Według definicji organizacji Eurosif² odpowiedzialne inwestowanie powinno uwzględniać aspekty związane ze środowiskiem, społeczeństwem i ładem korporacyjnym³ (*czynniki ESG - Environment, Social, Governance*).

Inwestycje odpowiedzialne społecznie są ściśle skorelowane ze społeczną odpowiedzialnością firm (*Corporate Social Responsibility - CSR*). Inicjatywa społecznej odpowiedzialności firm dotyczy przedsiębiorstw, które dobrowolnie uwzględniają kwestie społeczne i ekologiczne w swojej działalności gospodarczej oraz w relacjach ze swoimi interesariuszami.

Inwestycje odpowiedzialne społecznie to ważny segment dla inwestorów indywidualnych, którzy chcą, aby ich pieniądze były lokowane odpowiedzialnie, zgodnie z ich światopoglądem

1 Na podstawie raportu dotyczącego rynku SRI w Europie: „European SRI Study 2010” oraz badań dotyczących rynku SRI w Stanach Zjednoczonych: „Report on Socially Responsible Investing Trends in the United States”, 2010.

2 Eurosif (*European Sustainable Investment Forum*) to paneuropejska grupa propagująca zasady zrównoważonego rozwoju na europejskich rynkach finansowych. Jest to organizacja typu non-profit zrzeszająca fundusze emerytalne, dostawców usług finansowych, ośrodki akademickie, instytucje badawcze i organizacje pozarządowe dysponujące bądź zarządzające aktywami o wartości przekraczającej 1 bilion Euro. W Stanach Zjednoczonych funkcjonuje paralelna instytucja - Social Investment Forum, czyli SIF.

3 Koncepcja ładu korporacyjnego polega na kontroli wewnętrznej przedsiębiorstw oraz zwiększeniu transparentności informacyjnej spółek.

i normami etycznymi. Inwestorzy wybierają lub eliminują spółki z portfela ze względu na ich odpowiedzialność w kwestiach ochrony środowiska czy obrony praw człowieka. Z punktu widzenia inwestora indywidualnego SRI z reguły przyjmuje dwie formy. Pierwszą z nich jest ulokowanie swoich środków w fundusze społecznie odpowiedzialne. Druga forma to zarządzanie swoim portfelem w oparciu o indeksy giełdowe SRI. Najbardziej popularną metodą wyboru spółek do funduszu lub indeksu jest *screening*⁴.

Inwestycje odpowiedzialne społecznie zarówno w Europie, jak i w Stanach Zjednoczonych, zaczęły zyskiwać na coraz większej popularności począwszy od lat 90-tych XX wieku (Czerwonka, 2011). Aktywa zarządzane zgodnie z normami społeczno-etycznymi w Stanach Zjednoczonych zajmują około 12% wszystkich środków zarządzanych profesjonalnie w tym kraju (*Social Investment Forum, 2010*). W Europie wielkość rynku SRI stanowiła w 2008 roku 17,6% wszystkich zarządzanych aktywów, natomiast w 2010 roku udział ten wzrósł do zaskakującej wartości ponad 40% całości zarządzanych aktywów w Europie (Eurosif, 2010; Asset Management in Europe, 2010).

Dynamiczny rozwój rynku SRI nie został wyhamowany nawet w okresie kryzysu finansowego 2007-2009⁵. Z przeprowadzonych badań

wśród uczestników rynku SRI w Europie wynika, że globalny kryzys finansowy uświadomił inwestorom potrzebę uwzględnienia czynników środowiskowych czy społecznych w ocenie ryzyka inwestycyjnego oraz potrzebę większej transparentności nabywanych produktów. Z badań przeprowadzonych z kolei wśród amerykańskich menadżerów wynika, że głównym powodem wprowadzania przez nich czynników ESG do analiz finansowych jest rosnące zapotrzebowanie ze strony klientów na tego rodzaju informacje.

3. Inwestowanie społecznie odpowiedzialne w Polsce

Koncepcja społecznie odpowiedzialnego inwestowania w Polsce jest jeszcze bardzo mało znana i w niewielkim stopniu propagowana. Wyróżnić można nieliczne publikacje polskich autorów w tym zakresie (por. Ali, Szyszka, 2005; Ali, Szyszka, 2006; Szyszka, 2009). Wynika to między innymi z faktu, że nasz rynek kapitałowy jest jeszcze stosunkowo młody, a inwestorzy postrzegają giełdę jedynie w kategoriach osiąganych zysków. Mimo wszystko rynek SRI w Polsce powoli się rozwija, o czym świadczy uwzględnienie naszego kraju po raz pierwszy w europejskim raporcie – *European SRI Study 2010*. Warto wspomnieć, że to właśnie w Polsce w 2009 roku powstał pierwszy w Europie Środkowo-Wschodniej giełdowy indeks spółek odpowiedzialnych społecznie – *RESPECT Index*.

4 Wyróżniamy pozytywną i negatywną selekcję (*screening*). Pozytywna selekcja polega na wyróżnieniu spółek spełniających określone kryteria, np. dbające o rozwój pracowników, ochronę środowiska czy implementujące politykę prorodzinną firm. Selekcja negatywna polega na eliminacji spółek, których działalność jest wątpliwa pod względem etycznym czy społecznym. Niektóre z negatywnych kryteriów to np: nieinwestowanie w przemysł pornograficzny czy hazardowy, brak poparcia dla działań zbrojnych i zbrodniczych reżimów, eliminacja spółek produkujących tytoń i alkohol.

5 Warto zaznaczyć, że inwestowanie oparte o zasady etyczne czy społeczne nie musi być połączone z utratą potencjalnych zysków. Nie powinno się nam ono kojarzyć z pewnego rodzaju filantropią. Fundusze etyczne

są jak najbardziej nastawione na przynoszenie zysków, ale przede wszystkim w perspektywie długofalowej. Odczuwa się więc zatem od idei osiągania jak największych zysków w jak najkrótszym czasie, jak to miało miejsce w okresie przed kryzysem sub-prime. Jak podaje *Social Investment Forum* z przeprowadzonych badań na 160 funduszach etycznych funkcjonujących w USA około 65% pobilo swój benchmark w 2009 roku. Większość z nich pobilo również rynek w perspektywie 3 i 10-letniej (*Social Investment Forum, 2010*).

Od 2009 roku stopa zwrotu indeksu RESPECT wyniosła 125%. Tylko w roku 2010 indeks wzrósł o 37% przy 14-procentowym wzroście WIG-u 20. Od początku istnienia indeksu można było uzyskać około 30% wzrost kapitału przy negatywnych wynikach WIG-u 20 w danym okresie czasu⁶. Oznacza to, że inwestowanie w spółki odpowiedzialne społecznie na warszawskiej giełdzie nie musi kojarzyć się inwestorom z utratą potencjalnych zysków.

Rynek inwestycji odpowiedzialnych społecznie w Polsce szacuje się na ok. 1 miliard Euro, co stanowi około 0,3% zarządzanych aktywów w kraju⁷.

Społeczna odpowiedzialność biznesu oraz inwestowanie zgodnie z ideą SRI to zagadnienia bardzo popularne w Stanach Zjednoczonych i w wielu krajach europejskich. Problem polega jednak na niedostatecznej popularyzacji idei SRI wśród inwestorów z tzw. rynków wschodzących (*emerging markets*)⁸. A to właśnie kraje rozwijające się mogłyby skorzystać najwięcej na SRI (Arosio, 2011). Jednak największym wyzwaniem dla inwestycji społecznie odpowiedzialnych na rynkach wschodzących jest popularyzacja idei SRI oraz możliwości wprowadzenia czynników ESG do analiz finansowych (*Building an SRI business... 2009*).

Przeprowadzone przez firmę Deloitte w 2011 roku badania rynku SRI w Polsce na niewielkiej

grupie inwestorów instytucjonalnych⁹ pokazują generalnie wysoki poziom świadomości funkcjonowania niektórych form SRI, jak np. indeks giełdowy RESPECT (82%). Niestety już tylko jedynie 23% ankietowanych wiedziało o funkcjonowaniu na rynku polskim funduszy etycznych, które inwestują w spółki szczytujące się zrównoważonym i społecznie odpowiedzialnym podejściem do prowadzonej działalności¹⁰.

Badano również skalę zainteresowania tą częścią rynku SRI, która dotyczy aspektów ekologicznych na rynku finansowym w Polsce (Dziawgo, 2011). Zauważono, że postrzeganie CSR i ochrony środowiska na polskim rynku finansowym przez opinię publiczną nie jest satysfakcjonujące. Aż 61% badanych z grupy reprezentatywnej nie słyszało o koncepcji CSR. 77% badanych respondentów nie było również w stanie wskazać żadnej konkretnej instytucji finansowej zaangażowanej w ochronę środowiska naturalnego. Warto zaznaczyć, że wspomniane wyniki badań dotyczyły osób niezwiązanych z rynkiem kapitałowym.

Autorka postanowiła sprawdzić skalę zainteresowania oraz świadomość idei inwestycji społecznie odpowiedzialnych na grupie inwestorów indywidualnych w Polsce. Przyjęto założenie, że popyt ze strony klientów indywidualnych jest warunkiem wzrostu popytu ze strony inwestorów instytucjonalnych. W przypadku rynku inwestycji odpowiedzialnych społecznie wzrost świadomości idei SRI wśród indywidualnych inwestorów powinien wpłynąć pozytywnie na rozwój całego rynku SRI w Polsce.

6 Na podstawie informacji z www.odpowiedzialni.gpw.pl z dnia 20.01.2012.

7 W Polsce funkcjonuje kilka funduszy SRI, m.in.: PZU Energia Medycyna Ekologia, SKOK Etyczny 1 SFIO, SKOK Etyczny 2 FIO, PKO Biotechnologii i Innowacji Globalny. Z kolei wśród funduszy emerytalnych można wymienić fundusz SRI- OFE Pocztylion.

8 Według klasyfikacji FTSE Group Polska należy do zaawansowanych rynków wschodzących tzw. Advanced Emerging Markets (FTSE Global Equity Index Series, Country Classification 2010).

9 Rozesłano 120 ankiet i uzyskano zwrot odpowiedzi na poziomie 33%.

10 Raport Deloitte jest dostępny na stronie: http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Poland/Local%20Assets/Documents/Raporty,%20badania,%20rankingi/pl_Decyzje_inwestycyjne_a_CSR_2011.pdf z dnia 10.09.2011.

4. Wpływ wybranych czynników demograficznych na skłonność do inwestowania zgodnie z ideą SRI

Jedną z ważniejszych podmiotowych determinant decyzji etycznych jest płeć. Jak pokazują niektóre badania, kobiety rzeczywiście częściej niż mężczyźni są skłonne działać z pewnymi zasadami etycznymi (Betz, O'Connell, Shepard, 1989; McCabe, Dukerich, Dutton, 1991; Arlow, 1991). Z badań Rueggera i Kinga (1992) wynika, że kobiety są również bardziej świadome w zakresie etycznej i społecznej odpowiedzialności.

Istnieją jednak inne badania, które dowodzą, że mniejsze znaczenie w kontekście społecznie odpowiedzialnych inwestycji odgrywają czynniki demograficzne inwestorów, większe natomiast ich ogólne podejście do społecznej odpowiedzialności (Williams, 2005). Podobne wnioski wysuwają McLahan i Gardner (2004), którzy twierdzą, że różnice między typami inwestorów są bardziej spowodowane przez różnice w poznawczych, osobowościowych i środowiskowych wymiarach.

Postanowiono zatem zbadać skłonność do inwestycji w fundusze etyczne oraz wykorzystanie narzędzi SRI w praktyce wśród Polek inwestujących na GPW w Warszawie.

Przeprowadzono również szereg badań na temat wpływu przekonań religijnych na zachowania inwestycyjne. Analizy zachowań studentów wykazują słabą zależność pomiędzy przekonaniami religijnymi i wiarą chrześcijańską a społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw - CSR (Agle, Van-Buren, 1999). Inne badania przeprowadzone wśród holenderskiej wyższej kadry menadżerskiej potwierdzają wpływ przekonań religijnych na większą skłonność w kierunku społecznie odpowiedzialnego biznesu (Graafland, Van der Duijn, Schouten, 2007). Również badania We-

avera i Agle (2002) dowodzą, że religijność ma wpływ na zachowania etyczne.

Osoba utożsamiająca się z chrześcijańską wizją świata nie może być obojętna wobec produktów czy usług zagrażających życiu konsumentów czy pracowników. Podobnie, wierząc, że człowiek jest odpowiedzialny za obraz ziemi, nie można nie zwracać uwagi na zanieczyszczenia i degradację środowiska naturalnego (Kim, Fisher, McCalman, 2009).

Sam papież Benedykt XVI w swojej encyklice *Caritas in veritate* wspiera ideę etycznych inwestycji¹¹. Stwierdza, że wyzwaniem, jakie pojawiło się w dobie kryzysu ekonomiczno-finansowego jest pokazanie, zarówno w zakresie myśli, jak i zachowań, że nie można zaniedbywać lub osłabiać tradycyjnych zasad etyki społecznej, takich jak przejrzystość, uczciwość czy odpowiedzialność. „Ekonomia bowiem potrzebuje etyki dla swego poprawnego funkcjonowania (...). Trzeba zabiegać (...), aby nie tylko powstawały sektory lub działy „etyczne” ekonomii lub finansów, lecz aby cała gospodarka i finanse były etyczne (Benedykt XVI, 2009). Ekonomia nie jest przecież nauką matematyczną, pomimo postępującej jej geometryzacji. Ekonomia nadal pozostaje nauką społeczną, której celem nie jest jedynie sucha, matematyczna kalkulacja zysku, ale dobro człowieka i społeczeństwa (Biedrzycki, 2008).

Ponadto aspekty religijne były historycznie pierwszymi czynnikami w ocenie inwestycji społecznie odpowiedzialnych i odgrywają nadal ważną rolę - szczególnie w Stanach Zjednoczonych (Peifer, 2010).

Dlatego też wydaje się, że idea inwestycji odpowiedzialnych społecznie powinna być chętniej akceptowana w środowisku osób wierzących

11 Więcej por. M.Czerwonka (2011), Etyczne inwestowanie jako nowy kierunek współczesnych finansów, w: *Finanse - nowe wyzwania teorii i praktyki*. Rynek finansowy, Red. K.Jajuga, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław.

w Polsce. Postawiono zatem zweryfikować hipotezę, że stosunek do wiary ma wpływ na decyzje o zaangażowaniu w inwestycje społecznie odpowiedzialne.

5. Ogólnopolskie badanie „Inwestowanie etyczne 2011” - metodologia badań

Ogólnopolskie badanie „Inwestowanie Etyczne 2011” zostało przeprowadzone we współpracy ze Stowarzyszeniem Inwestorów Indywidualnych w Polsce (SII). Badanie zostało zrealizowane na 361-osobowej próbie respondentów. Narzędziem badawczym była zestandaryzowana ankieta, która była umieszczona na stronie internetowej SII w okresie pomiędzy styczniem a kwietniem 2011 r. Ankieta zawierała pytania zamknięte i półotwarte oraz część metryczkową. Badaną grupę inwestorów¹² stanowili w większości ludzie młodzi w wieku do 40 lat (77% respondentów). Mężczyźni stanowili 83% badanych. Wielkość portfela inwestycyjnego ulokowanego na GPW w Warszawie wynosiła przeważnie od 10 tys. do 50 tys. zł. 40% badanych zadeklarowało się jako osoby wierzące, 34% jako osoby wierzące i praktykujące oraz 24% jako agnostycy lub ateści.

Głównym celem badań było dostarczenie informacji na temat popularności idei etycznego inwestowania w Polsce. Postawiono szereg pytań badawczych odnośnie:

- świadomości idei inwestowania społecznie odpowiedzialnego wśród polskich inwestorów indywidualnych,
- sposobów inwestowania zgodnie z ideą SRI w Polsce,
- skali zainteresowania SRI w Polsce.

W badaniu analizowano również potencjalną wielkość inwestycji w fundusz SRI, pozytywne oraz negatywne kryteria wyboru spółek społecznie odpowiedzialnych przez polskich inwestorów indywidualnych oraz prognozy respondentów odnośnie przyszłości rynku SRI w Polsce i na świecie. Ze względu na przyjęte w opracowaniu ograniczenia dotyczące objętości tekstu zaprezentowano jedynie wybraną część badań¹³.

Podjęto również próbę zbadania korelacji pomiędzy takimi zmiennymi demograficznymi jak płeć, przekonania religijne, wiek, stan cywilny respondentów, wielkość portfela ulokowanego na GPW w Warszawie oraz aktywność inwestycyjna a skłonność do inwestycji w fundusze typu SRI oraz wykorzystanie narzędzi SRI w praktyce.

Postawiono hipotezy badawcze zakładające zależność pomiędzy religijnością a skłonnością inwestorów do inwestycji typu SRI. Postawiono dodatkowe hipotezy badawcze odnośnie wpływu płci na skłonność inwestorów do inwestycji typu SRI oraz wykorzystania idei SRI w praktyce inwestycyjnej.

Ustalono następujące zmienne zależne: skłonność do inwestycji w fundusze SRI oraz wykorzystanie narzędzi SRI w praktyce inwestycyjnej. Zmiennymi niezależnymi uwzględnionymi w przeprowadzonym badaniu były: płeć, przekonania religijne, wiek, stan cywilny respondentów, wielkość portfela ulokowanego na GPW w Warszawie oraz aktywność inwestycyjna.

12 96% badanych inwestowało aktywnie na GPW w Warszawie.

13 Więcej por. M.Czerwonka „Raport z badania: Perspektywy rozwoju rynku inwestycji odpowiedzialnych społecznie (SRI) w Polsce”, <http://www.odpowiedzialne-inwestowanie.pl/index.php/sri/przegląd/artykuły/466-raport-z-badania-perspektywy-rozwoju-rynku-inwestycji-odpowiedzialnych-spoecznie-sri-w-polsce.html> z dnia 09.01.2012.

6. Wyniki badań

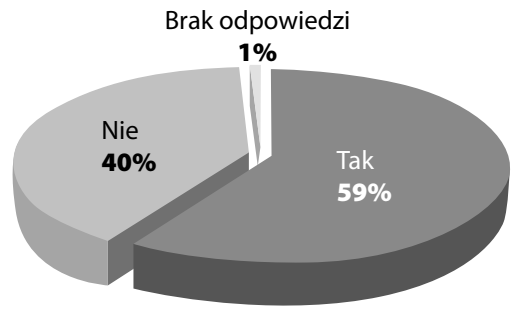
6.1. Świadomość idei SRI wśród inwestorów

Pierwsze z pytań w ramach ankietowego badania „Inwestowanie Etyczne 2011” dotyczyło zainteresowania inwestowaniem społecznie odpowiedzialnym (możliwa więcej niż jedna odpowiedź). Z badań wynika, że 43% inwestorów nie interesowało się etycznym wymiarem swoich inwestycji (por.rys.1). Jakkolwiek pozostała część ankietowanych zaznaczyła odpowiedzi pozytywne. Najbardziej popularnym źródłem informacji na temat etycznego inwestowania, z jakiego korzystali inwestorzy, były media tj. internet, prasa, telewizja (43% wybranych odpowiedzi). Kolejnymi ważnymi źródłami informacji dotyczącymi etycznego wymiaru inwestowania były rozmowy ze znajomymi (21%) oraz informacje dostarczane przez banki czy fundusze inwestycyjne (6%). Pozostałymi źródłami informacji na temat etycznego inwestowania były: analiza religijnych i filozoficznych aspektów inwestowania, edukacja akademicka czy konferencje CSR.

Z przeprowadzonych badań wynika również, że polscy inwestorzy indywidualni w większości słyszeli o idei SRI. Na pytanie

odnośnie znajomości pojęcia inwestycji odpowiedzialnych społecznie czy też odpowiedzialności społecznej firm aż 59 % ankietowanych odpowiedziało twierdząco.

Rys.2. Rozkład odpowiedzi na pytanie: *Czy słyszał Pan(i) o inwestycjach odpowiedzialnych społecznie/ inwestowaniu etycznym (socially responsible investing - SRI), czy też odpowiedzialności społecznej firm (corporate social responsibility - CSR)?*



Źródło: Opracowanie własne

Wyniki te pokrywają się z wcześniejszymi danymi odnośnie zainteresowania etycznym wymiarem inwestycji. Można zatem stwierdzić, że większość polskich inwestorów indywidualnych zarówno interesowała się już wcześniej

Rys.1. Rozkład odpowiedzi na pytanie: *Czy interesował się Pan(i) etycznym/społecznym wymiarem swoich inwestycji?*



Źródło: Opracowanie własne

etycznym wymiarem swoich inwestycji, jak i słyszała o koncepcji SRI. Jest to ważna informacja, która pokazuje stosunkowo wysoki poziom świadomości etycznej polskich inwestorów indywidualnych.

6.2. Wykorzystanie narzędzi SRI w Polsce

Niestety w przeciwieństwie do stosunkowo wysokiej świadomości idei SRI inwestorzy już tylko w niewielkim stopniu wykorzystują różne formy czy narzędzia SRI. 67% badanych nie korzysta z żadnych form czy narzędzi SRI i CSR w praktyce inwestycyjnej. Około 26% ankietowanych czyta Raporty dotyczące stosowania Dobrych Praktyk. Jedynie 9% respondentów korzysta z indeksu giełdowego Respect Index. Tylko 4% badanych inwestuje w fundusze inwestycyjne typu SRI (możliwa więcej niż jedna odpowiedź, por.rys.3).

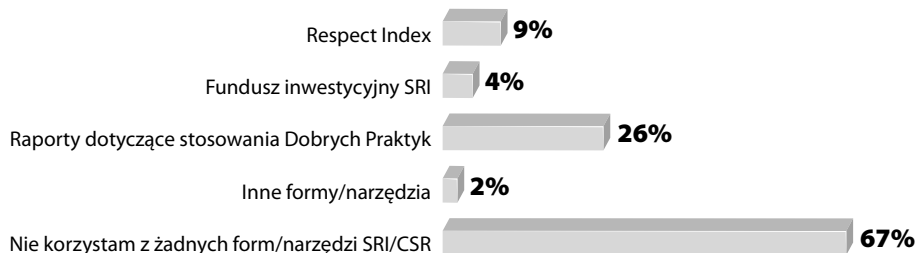
Pozostałymi sposobami wykorzystania przez badanych idei SRI w praktyce było czytanie raportów SRI czy CSR, wykorzystanie indeksu etycznego FTSE4Good, poszukiwanie opinii o spółkach w internecie, porównywanie wypowiedzi przedstawicieli spółek z raportami obowiązkowymi czy poszukiwanie informacji o pozabiznesowych działaniach emitenta.

6.3. Skala zainteresowania SRI w Polsce

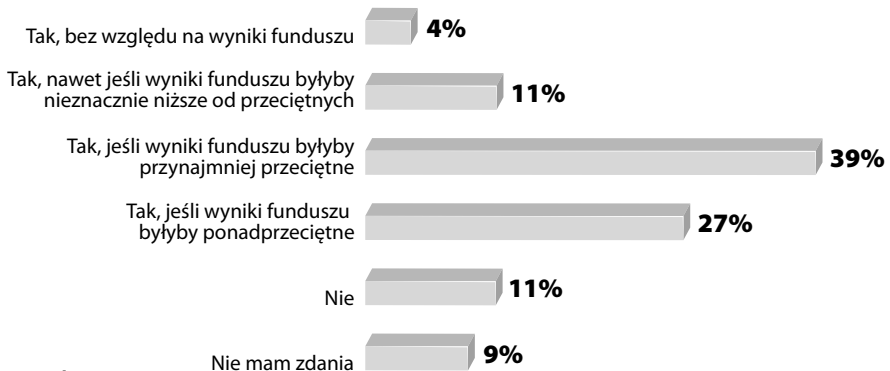
Głównym celem badań było przeanalizowanie skali zainteresowania inwestorów indywidualnych ideą SRI. Na pytanie czy zainwestowałoby Państwo w fundusz, którego polityka inwestycyjna oprócz tradycyjnych kryteriów ekonomicznych opierałaby się o względy etyczne, najwięcej ankietowanych (39%) odpowiedziało, że tak, jeśli wyniki byłyby przynajmniej przeciętne. 11% badanych zainwestowałoby w przykładowy fundusz SRI nawet jeśli wyniki byłyby nieznacznie niższe od przeciętnych. Znalazła się również nieliczna grupa badanych (4% respondentów), którą tak przekonała idea SRI, że zainwestowałaby w przykładowy fundusz bez względu na jego wyniki inwestycyjne.

Inwestorzy, którzy zainwestowałoby w przykładowy fundusz etyczny bez względu na jego wyniki finansowe, w przypadku gdyby te wyniki były nieznacznie niższe od przeciętnych oraz w przypadku gdyby jego wyniki były przynajmniej przeciętne, stanowili ponad połowę badanych osób. Można przyjąć założenie, że jest to grupa inwestorów, która wykazała zdecydowane zainteresowanie ideą SRI oraz może ona stanowić potencjalną grupę docelową dla funduszy etycznych w Polsce. Warto

Rys.3. Rozkład odpowiedzi na pytanie: *Z jakich form inwestowania etycznego (SRI) lub narzędzi CSR Pan(i) korzysta?*



Rys.4. Rozkład odpowiedzi na pytanie: *Czy zainwestowałby Pan(i) w fundusz, którego polityka inwestycyjna oprócz tradycyjnych kryteriów ekonomicznych opierałaby się o względy etyczne?*



Źródło: Opracowanie własne

podkreślić, że w tej grupie znalazło się w sumie 54% badanych.

Zbadano również kwestię tzw. premii etycznej. 11% inwestorów zainwestowałoby w przykładowy fundusz SRI, nawet jeśli miałby on wyniki niższe od przeciętnych. Badani mogli podać maksymalne dopuszczalne przez nich odchylenie od benchmarku w procentach. Średni poziom premii etycznej wyniósł około 3,6%. Oznacza to, że dana grupa inwestorów byłaby skłonna zainwestować w przykładowy fundusz SRI nawet jeśli jego wyniki byłyby niższe od średniej rynkowej o około 3,6 pkt procentowych.

Przeprowadzono podobne badania dotyczące skłonności do inwestowania w fundusze etyczne w Wielkiej Brytanii. Analiza przeprowadzona przez Lewisa i MacKenziego (2000) pokazała, że inwestorzy byliby skłonni inwestować w spółki zgodne z ich zasadami etycznymi, nawet jeśli miałyby one przynieść mniejsze zyski niż inwestycje w inne akcje. Autorzy podkreślili jednak, że wyniki ich badań mogą nie być reprezentatywne, ponieważ grupa badanych obejmowała wyłącznie inwestorów aktywnie zaangażowanych na polu inwestycji odpowiedzialnych społecznie.

Uzyskane wyniki świadczą o zainteresowaniu dużej większości inwestorów w Polsce ideą inwestycji społecznie odpowiedzialnych. Takie

zainteresowanie inwestorów może być impulsem do powstania kolejnych funduszy etycznych oraz rozwoju rynku SRI w Polsce.

6.4. Skala zainteresowania ideą SRI w Polsce w zależności od zmiennych demograficznych

Zbadano korelację pomiędzy skłonnością inwestorów do inwestycji w fundusze typu SRI a przekonaniami religijnymi.

Wykorzystano dokładny test Fishera (*Fisher's exact test*) do testowania hipotezy mówiącej, że osoby wierzące są bardziej skłonne zainwestować w fundusze etyczne niż agnostycy¹⁴. Analizowano odpowiedzi na pytanie dotyczące skłonności inwestorów do ulokowania swoich środków w fundusz etyczny (pytanie nr 5: *Czy*

14 Test dokładny Fishera - Fisher's exact test (R. A. Fisher, 1935) określa dokładne prawdopodobieństwo wystąpienia konkretnego rozkładu liczb w tabeli przy znanym n i ustalonych licznosciach brzegowych. Wyznaczoną wartość p porównujemy z poziomem istotności α . Prawdopodobieństwo związane z dokładnym testem Fishera wykazuje tendencje do przyjmowania wyższych wartości, niż asymptotyczny test χ^2 , ponieważ jest testem bardziej konserwatywnym.

Tabela 1. Religijność inwestorów a ich skłonność do inwestycji w fundusze etyczne

Stosunek do wiary N=361	Liczba osób skłonnych zainwestować w fundusz etyczny	Liczba osób niezainteresowanych inwestowaniem etycznym	Wartość p testu dokładnego Fishera (Fisher's exact test)
Agnostycy/ateiści	39	41	0,2599
osoby wierzące	75	57	
Agnostycy/ateiści	39	41	0,0172
osoby wierzące i praktykujące	73	37	

Źródło: Opracowanie własne

zainwestowałby Pan(i) w fundusz, którego polityka inwestycyjna oprócz tradycyjnych kryteriów ekonomicznych opierałaby się o względy etyczne?). Odpowiedzi zostały przyporządkowane do dwóch grup (por.rys.4). Pierwszą grupę stanowiła suma pierwszych trzech odpowiedzi (-Tak, bez względu na wyniki funduszu; -Tak, nawet jeśli wyniki funduszu byłyby nieznacznie niższe od przeciętnych; -Tak, jeśli wyniki funduszu byłyby przynajmniej przeciętne). Drugą grupę stanowiła suma pozostałych dwóch odpowiedzi (-Tak, jeśli wyniki funduszu byłyby ponadprzeciętne; -Nie).

Przyjęto założenie, że odpowiedzi z pierwszej grupy oznaczają zaangażowanie i wyrażają skłonność inwestorów do lokowania swoich środków w fundusze typu SRI. Natomiast odpowiedzi z drugiej grupy oznaczają brak zainteresowania ideą etycznego inwestowania¹⁵.

Hipoteza zerowa zakładała, że nie istnieje zależność pomiędzy religijnością a skłonnością inwestorów do inwestycji typu SRI. Hipoteza alternatywna zakładała, że taka zależność istnieje.

Inwestorzy mogli określić swój stosunek do wiary i zadeklarować się jako osoby wierzące, osoby wierzące i praktykujące oraz agnostycy/ateiści.

Nie stwierdzono istotnych statystycznie różnic w zainteresowaniu ideą SRI pomiędzy agnostykami a grupą osób deklarujących się jako wierzące. Dokonując dalszych analiz zauważono jednak, że istnieją statystycznie istotne różnice w skłonności do inwestycji typu SRI pomiędzy agnostykami a grupą osób deklarujących się jako osoby wierzące i praktykujące.

Wartość p dokładnego testu Fishera wyniosła 0,0172. Zatem na poziomie istotności $\alpha = 0.05$ można odrzucić hipotezę zerową i przyjąć hipotezę alternatywną, mówiącą o występowaniu zależności pomiędzy religijnością a skłonnością inwestorów do inwestycji typu SRI. Istotnie osoby wierzące i praktykujące są bardziej otwarte na ideę inwestycji typu SRI niż osoby niewierzące. Wynika to być może z faktu, że świadomość ulokowania kapitału zgodnie z własnymi przekonaniem czy sumieniem jest ważna w przypadku danej grupy badanych. Osoby deklarujące się jako wierzące i praktykujące wydają się rzeczywiście inkorporować swoje przekonania religijne w praktykę inwestycyjną.

W dalszej kolejności badano zależność pomiędzy zmienną demograficzną, jaką jest płeć a skłonnością do inwestycji typu SRI.

15 Osoby, które byłyby skłonne zainwestować w fundusz etyczny jeśli jego wyniki byłyby ponadprzeciętne wyżej niż społeczną odpowiedzialność cenią maksymalizację własnego zysku. Uznano zatem, że ta grupa osób nie jest zainteresowana ideą SRI.

Tabela 2. Płeć a skłonność inwestorów do inwestycji w fundusze etyczne

Płeć N=361	Liczba osób skłonnych zainwestować w fundusz etyczny	Liczba osób niezainteresowanych inwestowaniem etycznym	Wartość p testu dokładnego Fishera (Fisher's exact test)
Mężczyźni	148	124	0,0026
Kobiety	42	13	

Źródło: Opracowanie własne

Okazało się, że istnieją istotne statystycznie różnice między kobietami i mężczyznami w zainteresowaniu inwestowaniem etycznym. Wartość p dokładnego testu Fishera wyniosła 0,0026. Na poziomie istotności $\alpha = 0,05$ można zatem przyjąć, że kobiety w porównaniu do mężczyzn są bardziej skłonne ulokować swój kapitał w przykładowy fundusz etyczny.

Nie stwierdzono żadnych istotnych zależności pomiędzy skłonnością do inwestycji SRI a pozostałymi zmiennymi demograficznymi, takimi jak wiek, stan cywilny respondentów, wielkość portfela ulokowanego na GPW w Warszawie oraz aktywność inwestycyjna.

6.5. Skala wykorzystania narzędzi SRI w Polsce w zależności od zmiennych demograficznych, tj.: płeć oraz przekonania religijne

W dalszej kolejności postanowiono zbadać czy przekonania religijne mają również wpływ na wykorzystanie idei SRI w praktyce inwestycyjnej. Jak pokazują wcześniejsze analizy, polscy inwestorzy indywidualni są w większości zainteresowani ideą inwestycji SRI, lecz w niewielkim stopniu korzystają z różnych form inwestowania społecznie odpowiedzialnego. Postanowiono zatem sprawdzić czy osoby deklarujące się

jako wierzące rzeczywiście częściej inwestują zgodnie z ideą SRI.

Niestety nie zauważono żadnych istotnych statystycznie różnic pomiędzy grupami osób wierzących a agnostykami. Tym samym odrzucono hipotezę zakładającą większe wykorzystanie idei SRI w praktyce inwestycyjnej przez osoby wierzące.

Zbadano również czy kobiety częściej inwestują zgodnie z ideą SRI niż mężczyźni.

W tym przypadku okazuje się, że istnieją statystycznie istotne różnice pomiędzy kobietami i mężczyznami w zakresie inwestowania społecznie odpowiedzialnego (wartość p dokładnego testu Fishera wyniosła 0,0298). 40% kobiet korzystało z różnych form inwestowania etycznego (SRI) lub narzędzi CSR. W przypadku mężczyzn była to grupa około 25% badanych.

Nie stwierdzono żadnych istotnych zależności pomiędzy wykorzystaniem narzędzi SRI w praktyce inwestycyjnej a pozostałymi zmiennymi demograficznymi, takimi jak wiek, stan cywilny respondentów, wielkość portfela ulokowanego na GPW w Warszawie oraz aktywność inwestycyjna.

7. Podsumowanie

Podsumowując syntetycznie uzyskane wyniki, należy stwierdzić, że poziom świadomości idei

SRI wśród polskich inwestorów indywidualnych jest stosunkowo wysoki. Inwestorzy w większości interesowali się wcześniej etycznym wymiarem swoich inwestycji oraz słyszeli o koncepcji SRI. Ponadto ponad połowa respondentów zainwestowałaby swoje środki pieniężne w przykładowy fundusz etyczny, jeśli jego wyniki byłyby przynajmniej przeciętne lub nieznacznie niższe od przeciętnych. Pokazuje to, że istnieje potencjalny rynek odbiorców na produkty typu SRI w Polsce.

Pomimo stosunkowo wysokiej świadomości koncepcji SRI inwestorzy już tylko w małym stopniu korzystają z różnych form czy narzędzi SRI. Z jednej strony może to wynikać z rozbieżności między deklaracjami chęci a rzeczywistymi decyzjami inwestycyjnymi ankietowanych. Z drugiej strony powodem może być niski stopień rozwoju rynku inwestycji społecznie odpowiedzialnych w Polsce oraz znikoma oferta narzędzi czy produktów SRI. Oznacza to mało skuteczne wykorzystanie przez instytucje finansowe popularnego wśród inwestorów tematu inwestowania etycznego. Zwiększenie liczby funduszy etycznych w Polsce, większa promocja indeksu RESPECT, czy wprowadzenie czynników ESG do analiz inwestycyjnych oraz strategii biznesowych to działania, które wpłynęłyby pozytywnie na rozwój rynku SRI w Polsce.

Badania pokazały również ciekawe zależności pomiędzy niektórymi czynnikami demograficznymi a skłonnością inwestorów do inwestowania etycznego. Stwierdzono istotną zależność między zmienną dotyczącą przekonań religijnych a zainteresowaniem ideą SRI. Osoby deklarujące się jako wierzące i praktykujące były bardziej otwarte na ideę inwestycji typu SRI niż agnostycy. Może to oznaczać, że ta szczególna grupa osób, które zadeklarowały się jako wierzące i praktykujące rzeczywiście stara się inkorporować swoje przekonania religijne w praktykę inwestycyjną.

Stwierdzono również istotną zależność między płcią a zainteresowaniem ideą SRI. Kobiety w porównaniu do mężczyzn chętniej podejmują decyzje o inwestycji w przykładowy fundusz etyczny. Dalsze badania dotyczące stopnia wykorzystania idei SRI w praktyce inwestycyjnej pokazują, że istotnie to kobiety częściej niż mężczyźni czytają Raporty dotyczące stosowania Dobrych Praktyk czy też inwestują w fundusze etyczne. Fakt ten może stanowić istotną informację dla etycznych funduszy inwestycyjnych w Polsce szukających potencjalnej grupy docelowej odbiorców.

Komentując uzyskane wyniki badań własnych należy zauważyć, że wiele poruszonych kwestii wymaga dalszych szczegółowych analiz. Inwestowanie etyczne w Polsce pozostaje nadal tematem nowym. Zdaniem Autorki ciekawe byłoby przeprowadzenie analiz mających na celu zbadanie świadomości koncepcji SRI wśród innych grup społecznych w Polsce, takich jak np. studenci czy instytucje religijne (por. Van Cranenburgh, Arenas, Louche, Vives, 2010).

Bibliografia

- Agle, B. R., Van-Buren H. J. (1999), *God and Mammon: the modern relationship*, Business Ethics Quarterly (BEQ), 9(4), s. 563 - 582.
- Ali, A.Z., Szyszka, A. (2006), *Ethical Factors in Capital Market. Socially Responsible Investment Versus Unscrupulous Investment*, Argumenta Oeconomica 2006 nr 1-2, Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, s. 63-87.
- Ali, A.Z., Szyszka, A. (2005), *Are Investors Ethical? Only When They Can Afford It*, (w:) Proceedings of 2005 Australasian Business and Behavioural Sciences Association Conference - Cairns: Australasian Business and Behavioural Sciences Association, 2005 [online]: <http://www.e-wydawnictwo.eu/Document/Document-Preview/123>
- Arlow, P. (1991), *Personal Characteristics on College Students' Evaluations of Business Ethics and Corporate Social Responsibility*, Journal of Business Ethics nr 10, s.63-69.
- Arosio, M. (2011), *Impact Investing in Emerging Markets. Responsible Research*, Signapore. Asset Management in Europe (2010), Facts and Figures. EFAMA'S Third Annual Review.
- Benedykt XVI (2009), *Encyklika Caritas in Veritate*, Kraków: Wydawnictwo M.
- Betz, M., O'Connell, L., Shepard, J. M. (1989), *Gender Differences in Proclivity for Unethical Behavior*, Journal of Business Ethics nr 8, s.321-324.
- Biedrzycki, T. (2008), *Etyka i Ekonomia*, Kwartalnik Znaki Nowych Czasów, nr 15.
- Building an SRI business case in Emerging Markets* (2009), HSBC Global Asset Management.
- Czerwonka, M. (2011), *Etyczne inwestowanie jako nowy kierunek współczesnych finansów*, (w:) K. Jajuga (red.), *Finanse-nowe wyzwania teorii i praktyki*. Rynek finansowy, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.
- Czerwonka, M. (2012), *Raport z badania: Perspektywy rozwoju rynku inwestycji odpowiedzialnych społecznie (SRI) w Polsce*, [online, dostęp: 09.01.2012]: <<http://www.odpowiedzialne-inwestowanie.pl/index.php/sri/przeglad/artykuly/466-raport-z-badania-per-spektywy-rozwoju-ryнку-inwestycji-odpowiedzialnych-społecznie-sri-w-polsce.html>>
- Decyzje inwestycyjne a społeczna odpowiedzialność firm*, Raport z badania (2011), Deloitte [online]: http://www.deloitte.com/assets/DcomPoland/Local%20Assets/Documents/Raporty%20badania%20rankingi/pl/Decyzje_inwestycyjne_a_CSR_2011.pdf
- Dziawgo, L. (2011), *Aspekty ekologiczne na rynku finansowym. Pomiędzy naiwnością a koniecznością*, (w:) K.Jajuga (red.), *Finanse-nowe wyzwania teorii i praktyki*. Rynek finansowy, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.
- European SRI Study 2010* (2010), Eurosif.
- Gasparski, W., Lewicka-Strzałecka, A., Bąk, D., Rok, B. (2008), *Biznes, Prawo, Etyka*, [online]: <http://cebi.pl/text/CEBI_Referat_wspolny_2008.doc>.
- Graafland, J., Van der Duijn Schouten, C.M. (2007), *The Heavenly Calculus and Socially Responsible Business Conduct: An Explorative Study Among Executives*, De Economist 155, s.161-181.
- Green, social and ethical funds in Europe*. 2010 Review (2010), VIGEO, Morningstar.
- Hong, H., Kacperczyk, M. (2009), *The Price of Sin: The Effects of Social Norms on Markets*, Journal of Financial Economics, s.15-36.
- Jo, H., Saha, T., Sharma, R., Wright, S. (2010), *Socially Responsible Investing vs. Vice Investing*, Working Paper, Santa Clara University.
- Kim, D., Fisher, D., McCalman, D. (2009), *Modernism, Christianity and Business Ethics: A Worldview Perspective*, Journal of Business Ethics 90, s.115-121.
- Lewis, A., Mackenzie, C. (2000) a, *Morals, money, ethical investing and economic psychology*, Human Relations, Volume 53, s.179-191.
- Lewis, A., Mackenzie, C. (2000) b, *Support for Investor Activism among U.K. Ethical Investors*, Journal of Business Ethics 24, s.215-222.
- Lobe, S., Roithmeier, S. (2008), *Vice vs Virtue Investing*, Working Paper, University of Regensburg.
- Louche, C., Lydenberg, S. (2006), *Socially Responsible Investment: Differences Between Europe and United States*,

Vlerick Leuven Gent Management School, Vlerick Leuven Gent Working Paper Series.

McCabe, D. L., Dukerich, J.M., Dutton, J. E. (1991), *Context, Values and Moral Dilemmas: Comparing the Choice of Business and Law School Students*, Journal of Business Ethics, nr 10, s. 951-960.

McLahan, J., Gardner, J. (2004), *A comparison of socially responsible and conventional investors*, Journal of Business Ethics 52(1), s.11–21.

Performance of Social Investment Forum Member Mutual Funds, Social Investment Forum, 2010.

Peifer, J. L. (2010), *Morality in the financial market? A look at religiously affiliated mutual funds in the USA*, Socio-Economic Review, s.1-25.

Report on Responsible Investing Trends in the U.S., Social Investment Forum, 2010.

Ruegger, D., King E. W. (1992), *A Study of the Effect of Age and Gender upon Student Business Ethics*, Journal of Business Ethics, nr 11, s.179-186.

Sullivan, R. (2010), *SRI funds popular in Europe*, Financial Times, 17.10.2010.

Szyszka, A. (2009), *Finanse behawioralne. Nowe podejście do inwestowania*, Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

Van Cranenburgh, K. C., Arenas, D., Louche, C., Vives, J. (2010), *From Faith to Faith Consistent Investing. Religious Institutions and their Investment Practices*, 3iG International Interfaith Investment Group.

Weavera, G. R., Agle, B. R. (2002), *Religiosity and Ethical Behavior in Organizations: A Symbolic Interactionist Perspective*, Academy of Management Review, Vol. 27, No. 1, s. 77-97.

Williams, G. (2005), *Are socially responsible investors different from conventional investors? A comparison across six countries*, Working paper, University of Bath.

Stereotypical thinking about sex, work satisfaction, and psychological well-being among women entrepreneurs and non-entrepreneurs

Abstract

This research investigated the differences in stereotypical thinking as specific social and cultural features in the process of developing women's entrepreneurship, work satisfaction, and psychological well-being. The research was conducted on a group of 63 women from mazowieckie, łódzkie, and pomorskie voivode-ships. The data collection used the following techniques: Stereotypical Thinking Questionnaire (formulated by the author), Work Satisfaction Questionnaire (A. Wilczyńska & L. Wojciechowska, 2008), and Psychological Well-being Questionnaire (M. Łada & L. Wojciechowska, 2007).

The present study reveals that stereotyping produces many barriers for women in developing their labour activity. Being a woman entrepreneur yields higher work satisfaction and psychological well-being, especially social well-being connected with self-realization and autonomy.

Keywords: *conditions of entrepreneurship, women entrepreneurship, stereotypes, work satisfaction, psychological well-being*

MGR MAŁGORZATA DENKIEWICZ-KUCZEWSKA

Doktorantka, Instytut Studiów Społecznych

Uniwersytet Warszawski

malgorzata.denkiewicz@gmail.com

2

Stereotypowe myślenie, satysfakcja z pracy i dobrostan psychiczny u kobiet prowadzących i nieprowadzących działalność przedsiębiorczą

Streszczenie

Niniejsze badania dotyczyły różnic w nasileniu myślenia stereotypowego jako społeczno - kulturowego uwarunkowania przedsiębiorczości kobiet, satysfakcji z pracy oraz poczucia dobrostanu psychicznego u kobiet prowadzących i nieprowadzących działalność przedsiębiorczą. Badaniami objęto grupę N=63 kobiet z woj. mazowieckiego, łódzkiego i pomorskiego. W celu weryfikacji hipotez wykorzystano autorski kwestionariusz „*Stereotypowe Myślenie*” (2007), autorski kwestionariusz „*Sylwetka osoby przedsiębiorczej*” (2007), kwestionariusz do badania satysfakcji z pracy (Wilczyńska, Wojciechowska, 2008) i kwestionariusz do badania dobrostanu psychicznego (Łada, Wojciechowska, 2007).

Wyniki badań pokazują, iż myślenie stereotypowe wpływa hamująco na aktywność zawodową kobiet, w tym prowadzenie własnej działalności przedsiębiorczej. Fakt prowadzenia firmy prowadzi do wzrostu satysfakcji z życia zawodowego i poczucia dobrostanu psychicznego, w szczególności dobrostanu społecznego związanego z odczuciem samorealizacji i autonomią w podejmowaniu decyzji.

Słowa kluczowe: uwarunkowania przedsiębiorczości, przedsiębiorczość kobiet, stereotypy, satysfakcja z pracy, dobrostan psychiczny

1. Przedsiębiorczość jako konstrukt psychologiczny oraz społeczno - ekonomiczny

W podejściu psychologicznym do badania przedsiębiorczości zakłada się, iż aktywność tego rodzaju wymaga posiadania zbioru określonych dyspozycji, wśród których dominującą rolę odgrywają: aktywna, twórcza postawa jednostki wobec trudnych sytuacji, wysoka motywacja osiągnięć, akceptacja ryzyka oraz wewnętrzne umiejscowienie kontroli. Takie stanowisko zajmuje m.in. Warneryd (1988), Tyszka (1997), Kołodziej i Goszczyńska (2007), którzy posiadanie takich dyspozycji uważają za istotny warunek podjęcia decyzji o założeniu własnej firmy, objęciu funkcji kierowniczej lub menedżerskiej oraz oczekiwania osiągnięcia sukcesu w tej działalności.

Na odnośnienie sukcesów w działalności przedsiębiorczej znaczny wpływ – oprócz dyspozycji psychologicznych – ma również otoczenie socjokulturowe, które kształtuje postawy sprzyjające lub utrudniające funkcjonowanie w środowisku pracy (Wilkin, 2000). Elementami tego otoczenia są: rodzina, szkoła i instytucje samorządowe, gdyż tam kształtują się wzory zachowań sprzyjające przedsiębiorczości rozumianej jako ogólna postawa życiowa.

Ważną koncepcję rozumienia przedsiębiorczości zaproponował Robert P. Vecchio (2003), który ten rodzaj aktywności traktuje jako specyficznego typu przywództwo, wymagające posiadania odpowiednich atrybutów: potrzeby autonomii, przekonania o własnej skuteczności oraz wewnętrznej samokontroli. Zaproponowany przez niego model zwany Wielką Piątką Przedsiębiorcy okazał się propozycją inspirującą i poddającą weryfikacji empirycznej, o czym świadczą wyniki badań Łaguny (2010), w których potwierdzono, że przy zakładaniu własnej

firmy niezwykle istotne jest przekonanie o skuteczności swojego działania, pewność siebie czy zdolności przywódcze.

2. Badania nad przedsiębiorczością kobiet - portret kobiety przedsiębiorcy

Z badań socjologicznych prowadzonych w Polsce przez Ewę Lisowską (2004) wynika, że właścicielki firm to na ogół kobiety w wieku 40 lub więcej lat, zamężne, posiadające przeważnie jedno lub dwoje dzieci oraz wieloletnie doświadczenie w pracy zawodowej w sektorze państwowym. Mężczyźni przedsiębiorcy to także osoby przeważnie po czterdziestce, ale w porównaniu z kobietami niższy jest wśród nich udział osób stanu wolnego. Na wizerunek współczesnej polskiej przedsiębiorczyny pewien wpływ mogą mieć przeszłe doświadczenia historyczne i kulturowe oraz związany z nim przekaz międzypokoleniowy w rodzinie. W okresie rozbiorowym (XIX i początek XX wieku), gdy mężczyźni brali udział w powstaniach narodowych, kobiety przejmowały pieczę nad majątkami ziemskimi i sprawnie nimi zarządzały. Dzięki temu w naszej kulturze utrwalił się wizerunek kobiety zdolnej do pełnienia ról „męskich”, gdy zachodzi taka konieczność. Z kolei w okresie realnego socjalizmu kobiety musiały wykazywać się wysoką przedsiębiorczością, by zdobyć niezbędne dobra i zarobić na utrzymanie rodziny, gdyż jedna pensja była niewystarczająca dla zaspokojenia podstawowych potrzeb. Obecnie, wraz z rozwojem gospodarki rynkowej, wizerunek „Matki Polki” jest zastępowany wizerunkiem Polki przedsiębiorczej, która chętnie się kształci, budując swój kapitał intelektualny, dąży do samorozwoju, chce pracować i zmierza do niezależności finansowej (Lisowska, 2004).

Wyniki dostępnych badań psychologicznych pokazują, iż odnoszenie sukcesów przez kobiety w prowadzonej przez nie działalności przedsiębiorczej jest efektem silnej motywacji osiągnięć, autonomii i wewnętrznego umiejscowienia kontroli (Brockhaus, 1980; Wesołowska, 2003; Strzałecki i Kot, 2000; Studenski, 2010). Stwierdzono natomiast, iż grupę przedsiębiorców charakteryzuje gotowość do podejmowania umiarkowanego ryzyka (Brockhaus, 1980; Carland, Carland, 1997; Forlani, Mullins, 2000; Studenski, 2006; Tysza, 2000), przy czym jest to ryzyko raczej instrumentalne niż stymulacyjne (Zaleskiewicz, 2004). Chociaż badanie Stawiarskiej – Lietzau (2006) ujawniło mniejszą skłonność kobiet do podejmowania ryzyka, to nie do końca rozstrzygnięto kwestię, czy poziom ryzyka podejmowanego przez kobiety - przedsiębiorczynie różni się od ryzyka akceptowanego przez mężczyzn - przedsiębiorców.

W badaniach przedsiębiorczości dostrzeżono też specyfikę procesów poznawczych związanych z prowadzeniem własnej firmy, takich jak: wrażliwość na dostrzeganie okazji do rozpoczęcia działalności, umiejętność wybierania spośród różnych opcji działania, analizowanie własnych błędów (Baron, 2000; Goszczyńska, 2010).

Nowsze badania ujawniają, że istotną rolę w aktywności przedsiębiorczej odgrywają takie właściwości indywidualne, jak kompetencje społeczne i inteligencja emocjonalna (Wesołowska, 2003). Cechy te nie są biologicznie zdeterminowane i podlegają oddziaływaniu czynników środowiskowych, przyczyniając się do lepszego dostosowania jednostki do otoczenia (Baron, 2000). Cechy te mogą sprzyjać odnoszeniu sukcesów przez kobiety przedsiębiorczynie, choć nie zostało to potwierdzone empirycznie.

Za istotną przeszkodę w odnoszeniu sukcesów przez kobiety - przedsiębiorczynie uważane są nie deficyty właściwości psychologicznych, ale bariery w postaci stereotypów dotyczących ról przypisanych każdej z płci (Mandal, 2004). Ste-

reotypy te powodują, że kompetencje i zdolności kobiet w pracy są często niedoceniane, a formułowane o nich oceny oparte są na cechach nieistotnych z punktu widzenia funkcjonowania zawodowego, np. aparycję (Strykowska, 1992).

Zespół socjolożek pod kierunkiem prof. A. Titkow (2003) analizował bariery napotymane przez przedsiębiorcze kobiety, aspirujące do stanowisk kierowniczych. Badaczki te stwierdziły istnienie zjawiska tzw. „szklanego sufitu”, polegającego na napotykanii zbioru przeszkód, uniemożliwiających - od pewnego szczebla hierarchii zawodowej - dalszy awans kobiet na wyższe funkcje kierownicze. Pokutuje np. przekonanie, że kobiety nie nadają się do sprawowania funkcji kierowniczych, głównie z powodu ich ograniczonej dyspozycyjności na skutek obciążenia obowiązkami rodzinnymi, tendencji do opiekania się podwładnymi, a nie delegowania zadań oraz braku stanowczości w negocjacjach. Nastęstwem tych uprzedzeń jest mała liczba awansów kobiet na stanowiska kierownicze oraz spadek zainteresowania ich samych takimi stanowiskami z powodu obawy przed porażką.

Jedną z form ucieczki przed „szklanym sufitem” i dyskryminacją ze względu na płeć jest założenie własnej firmy, gdyż jest to o wiele łatwiejsze niż awansowanie na stanowisko kierownicze. Własna działalność przedsiębiorcza jest dla kobiet nie tylko szansą na uzyskiwanie wysokich dochodów, ale i możliwością łączenia roli matki i żony z odnoszeniem sukcesów zawodowych. Dla wielu kobiet podjęcie własnej działalności gospodarczej jest przemyślaną samodzielną decyzją, a nie jedynie koniecznością (Lisowska, 2004; Titkow, 2003).

3. Pojęcie sukcesu w opinii przedsiębiorcy

Sukces działalności przedsiębiorczej jest najczęściej mierzony wskaźnikami ekonomicznymi,

jak również wskaźnikami rozwoju przedsiębiorstwa, takimi jak: rozszerzanie obszaru działalności, powiększanie rynku zbytu czy liczba klientów.

W przypadku przedsiębiorczych kobiet istotną miarą sukcesu są również czynniki subiektywne, takie jak: stopień zadowolenia z prowadzonej działalności przedsiębiorczej, realizacji własnych aspiracji (motywacji) oraz zadowolenie z życia osobistego (satysfakcja życiowa).

3.1. Czynniki warunkujące sukces w działalności przedsiębiorczej kobiet

Socjologowie definiujący przedsiębiorczość zwracają uwagę na wpływ zmian społecznych w Polsce na kształtowanie się postaw przedsiębiorczych. Proces transformacji społecznej i gospodarczej w naszym kraju zmienił znacząco tradycyjne role społeczne, co jest przede wszystkim widoczne w środowiskach wiejskich. Zmianom uległy struktury społeczne, w tym rodzina oraz rygorystyczne bariery między obowiązkami żony i męża, a podział ich funkcji zaczęły wyznaczać potrzeby członków rodziny, a nie tradycyjne stereotypowe myślenie (Tryfan, 1996). Czynnikiem społecznym warunkującym rozwój przedsiębiorczości jest proces socjalizacji. Kobiety podlegają innemu niż mężczyźni procesowi społecznego uczenia. Mężczyzna ma być odpowiedzialny za rodzinę, kreować się na jej lidera. Natomiast kobieta jest przygotowywana do wypełnienia swych obowiązków domowych – wychowywania dzieci, szeroko pojętego zajmowania się domem.

Liczba kobiet pracujących na własny rachunek poza rolnictwem była w 1998 r. blisko pięciokrotnie wyższa niż w 1985 r., podczas gdy mężczyzn – tylko dwukrotnie (Lisowska, 2004). Według Lisowskiej (2004) czynnikami motywującymi do tworzenia własnych przedsiębiorstw są: dążenie do samodzielności, potrzeba wyższych zarobków, wrodzona przedsiębiorczość (wewnętrzna potrzeba bycia aktywnym), sprzyjająca sytuacja na

rynku, brak innych możliwości zarabiania na życie oraz zagrożenie bezrobociem. Trzy pierwsze czynniki to wewnętrzne i subiektywne pobudki do „brania spraw w swoje ręce”. Pozostałe to zewnętrzne uwarunkowania, które można podzielić na: wymuszone (brak innych możliwości) lub niewymuszone (sprzyjające warunki do zakładania własnych firm). Często kobiety mogą być motywowane także chęcią udowodnienia własnej wartości, pokazania współmałżonkowi/partnerowi, że potrafią zarządzać nie tylko gospodarstwem domowym, lecz także przedsiębiorstwem.

Według Pietrasińskiego (1996) w procesie zakładania własnej firmy decydujące znaczenie mają procesy motywacyjne i poznawcze. Zgodnie z jego teorią powodem zakładania firmy przez niektóre osoby jest większa zdolność przedsiębiorców do dostrzegania okazji do takiej działalności.

Badania nie wskazują, iż mężczyźni radzą sobie w biznesie lepiej niż kobiety, czy też odwrotnie. Przedsiębiorcy zachowują się podobnie niezależnie od płci. Kobiety mogą z sukcesem zakładać i prowadzić własne firmy, prawidłowo podejmować decyzje. Różnica polega na tym, iż częściej w swoich działaniach kierują się one intuicją niż logiką, uwzględniając rady innych osób lub instytucji. Kobiety przedsiębiorcze charakteryzuje większa odpowiedzialność, elastyczność, tolerancja, asertywność – mają lepiej rozwinięte kompetencje społeczne. Potrafią one analizować dany problem w szerokim kontekście społecznym, dostrzegają wiele wariantów i możliwych wyników, doceniając zarówno racjonalizm, jak i intuicję.

Wyniki badań Lisowskiej (1996) wskazują, iż główną motywacją kobiet do samozatrudnienia i tworzenia własnych przedsiębiorstw są przede wszystkim dążenie do samodzielności oraz potrzeba godziwych zarobków.

Współzależność wymienionych uwarunkowań psychologicznych i społecznych ma zatem znaczący wpływ na kształtowanie się zachowań

przedsiębiorczych u kobiet. Decyzja o rozpoczęciu działalności przedsiębiorczej przez kobiety jest motywowana zaistnieniem sprzyjających warunków społecznych, którymi bardzo często są wzorce rodzinne i właściwa edukacja, jak i rozwojem cech osobowości, takich jak wysoka motywacja osiągnięć, gotowość do wykonywania działań ryzykownych, które warunkują odniesienie sukcesu w tego rodzaju działalności.

Dla potrzeb badań przedstawionych w tej pracy sukces przedsiębiorczych kobiet jest zatem wypadkową stopnia zadowolenia z prowadzonej działalności przedsiębiorczej bądź nieprzedsiębiorczej (satisfakcja z pracy) oraz realizacji własnych aspiracji (motywacji) i zadowolenia z życia osobistego (poczucie dobrostanu psychicznego).

Zgodnie z modelem przystosowania zawodowego (Karney, 2004), satisfakcja z pracy jest rozumiana jako zgodność (adekwatność) między wartościami oczekiwanymi przez pracownika a wzmocnieniami uzyskiwanymi przez niego w pracy. Na satisfakcję z pracy składają się aspekty wewnętrzne (osobowościowe), związane z treścią pracy, potrzebą wzrostu, samorealizacji, rozwoju, szacunku i uznania oraz zewnętrzne (sytuacyjne), odnoszące się do relacji interpersonalnych z innymi współpracownikami, atmosfery w pracy, jakości stosunków z przełożonymi, stopnia ich nadzoru oraz do fizycznych i społecznych warunków pracy, wielkości wynagrodzenia, świadczeń dodatkowych czy prestiżu.

Na poczucie dobrostanu psychicznego składają się: dobrostan osobowościowy, emocjonalny i społeczny. W ramach dobrostanu osobowościowego wyodrębniono sześć dymensji: samoakceptacja, rozwój osobisty, cel w życiu, panowanie nad otoczeniem, autonomia oraz pozytywne relacje z innymi (Ryff, 1989). Dobrostan społeczny dotyczy społecznych relacji, które według koncepcji wielu badaczy są jednym z najważniejszych, jeśli nie najważniejszym, korelatem szczęścia (Argyle, 2004; Czapiński, 2004). C.L.M. Keyes (Keyes, Waterman, 2003; za: Wojciechowska, 2005)

określili pięć wymiarów tego dobrostanu, które opisują pozytywne funkcjonowanie w kontekście społecznych zadań i wyzwań: akceptacja społeczeństwa, urzeczywistnianie się społeczeństwa, wkład w społeczeństwo, społeczna koherencja, integracja ze społeczeństwem. Dobrostan emocjonalny to według C.L.M. Keyes i M.B. Waterman doświadczenie po równo pozytywnych i negatywnych uczuć wobec życia, poczucie szczęścia i satysfakcji z życia oraz poprzez ocenę bilansu przeżywanego w określonym czasie uczuć pozytywnych i negatywnych (Wojciechowska, 2005).

3.2. Bariery w rozwoju działalności przedsiębiorczej kobiet

Analizując czynniki warunkujące rozwój przedsiębiorczości kobiet należy również wymienić czynniki hamujące zachowania przedsiębiorcze. Zasadnicze problemy rozwoju przedsiębiorczości kobiet nie wynikają z płci, poziomu wykształcenia, wieku, stanu cywilnego, uznawanych poglądów, norm, celów, lecz tkwią w stereotypach myślenia społeczeństwa, dotyczących roli kobiet i mężczyzn w rodzinie. Przełamanie tego stereotypu jest zdecydowanie trudniejszym problemem niż pokonywanie wielu barier rozwoju przedsiębiorczości.

Już sama decyzja o podjęciu przez kobietę pracy oraz osiąganie przez nią celów zawodowych są utrudnione przez szereg czynników wewnętrznych i zewnętrznych. Bariery zewnętrzne to społeczne stereotypy i ich konsekwencje, do których zaliczyć możemy np. postawy w stosunku do kompetencji kobiet czy przewagę męskich modeli zawodowych oraz przekonania mężczyzn polegające na antycypowaniu przez nich niepożądanych efektów awansowania kobiet (O'Leary, 1974).

Przyglądając się sytuacji na rynku pracy sytuacja kobiet jest trudniejsza niż mężczyzn, niższy jest wskaźnik aktywizacji zawodowej kobiet, wyższe jest wśród nich bezrobocie, kobiety stanowią

większy udział w grupie trwale bezrobotnych. Według opinii specjalistów, kobiety są gorzej wynagradzane niż mężczyźni, są chętniej zwalniane i mniej chętnie zatrudniane. Oferty pracy często zawierają kryterium płci, które zwykle rozstrzyga się na niekorzyść kobiet. Jest to rażący przykład praktyk dyskryminacyjnych.

Badania Lisowskiej wskazują na trzy rodzaje barier przedsiębiorczości kobiet i ich udziału w tworzeniu i rozwijaniu sektora prywatnego w Polsce, a mianowicie:

- bariery społeczne – czyli kulturowo uwarunkowane stereotypy, według których powołaniem kobiety jest małżeństwo i macierzyństwo, a jej miejscem rodzina i dom. Towarzyszą one kobiecie w procesie socjalizacji w domu i w szkole, a w następstwie kształtują niską samoocenę, która stanowi barierę w byciu przedsiębiorczą i w podejmowaniu decyzji o założeniu własnej firmy;
- bariery edukacyjne – czyli brak informacji, a także głębszej wiedzy jak zakładać, prowadzić i rozwijać z sukcesem własną firmę. Dotyczy to w szczególności środowisk małych i średnich miast oraz wsi, w większym stopniu odnosi się do kobiet o niższym poziomie wykształcenia;
- bariery ekonomiczne – a więc stosunkowo wysokie obciążenia podatkowe i niestabilność przepisów podatkowych, brak elastyczności reguł postępowania na rynku, brak dogodnych systemów kredytowania małych i średnich przedsiębiorstw.

O ile bariery ekonomiczne w takim samym stopniu dotyczą kobiet, jak i mężczyzn, o tyle bariery edukacyjne są częściej doświadczane przez kobiety. Bariery społeczne odnoszą się wyłącznie do kobiet i dają o sobie znać szczególnie na etapie podejmowania decyzji o działalności na własny rachunek (Lisowska, 1996).

Najsilniej oddziałującą barierą społeczną są stereotypy określane jako „nazbyt uproszczone

i sztywne pojęcia o grupach ludzi, w których obrębie wszystkim jednostkom przypisuje się tzw. charakterystykę grupową i miast postrzegać je jako niepowtarzalne, ich różnorodność i złożoność redukuje się do kilku zaledwie kategorii” (Stangor, Schaller, 1999, za: Mandal, 2004). Stereotypy związane z płcią odnoszą się do podzielanych przez ogół danego społeczeństwa uproszczonych sądów i koncepcji zachowania kobiet i mężczyzn. Funkcjonują one na kilku poziomach, z których najważniejsze to stereotypy cech psychicznych oraz ról związanych z płcią.

Stereotypy cech związanych z płcią to układy właściwości psychicznych oraz behawioralnych, uznawane w danej kulturze za bardziej typowe dla jednej z płci. Przeprowadzone przez J. E. Williamsa i D. L. Best (1982) w 28 krajach badania udowodniły, że istnieją stereotypy kobiet i mężczyzn podobne we wszystkich kulturach.

Stereotypy ról płciowych stanowią zbiór przekonań o tym, jakie rodzaje aktywności są właściwe dla kobiet i mężczyzn; definiują oczekiwania, które mają spełniać jednostki w konkretnych sytuacjach społecznych. Obejmują one głównie role związane z podziałem obowiązków zawodowych i rodzinnych. Wymogi w nich zawarte nie są jednak do końca jasne i nie każdy przyswaja je w jednakowym stopniu.

Poza funkcją kategoryzacji stereotypy stanowią także podstawę procesu samoidentyfikacji jednostki (Tajfel, Turner, 1979), jako że właśnie z nich ludzie czerpią informacje dotyczące ważnych składników własnego Ja. Mimo to, najczęściej i najszybciej uruchamiane są w sytuacji spostrzegania drugiej płci i powodują przecenianie częstotliwości, z jaką u przedstawicieli danej płci pojawiają się cechy lub zachowania stereotypowe. Ich aktywizacja jest błyskawiczna, ponieważ kategoria płci jest kategorią najbardziej naturalną, o dużej mocy, dostępności, wyraźnych wskaźnikach i silnym komponencie emocjonalnym, co sprawia, że jest najłatwiej wzbudzana i najsilniej steruje spostrzeganiem i zachowaniem. Gdy

stereotyp zostanie zaktywizowany, powoduje takie przetwarzanie informacji, które sprzyja jego potwierdzeniu, gdyż dostępne stają się nie tylko informacje poznawcze, ale i afektywne, co dodatkowo zwiększa siłę jego wpływu. Zgodnie z teorią LeDoux (1998) emocje są pierwszą reakcją na bodziec i poprzedzają w czasie procesy percepcyjne i myślowe. Reakcje poznawcze są wobec nich wtórne i w większym zakresie wyuczone, dlatego wydaje się, że to emocje są najsilniejszą determinantą powstawania stereotypów, jak i uprzedzeń.

Na wykształcenie stereotypów ma ogromny wpływ sam proces socjalizacji, trwający od samego początku życia, prowadzi do identyfikacji z jedną z płci i stworzenia koncepcji własnej płci, nazwanej przez Antoniego Kępińskiego (1988) autoportretem seksualnym i będącej istotnym czynnikiem regulującym zachowanie człowieka (Mandal, 1995). Przebieg i efekty tego procesu zależą ściśle od „polityki płciowej” danej grupy społecznej, mającej na celu ukształtowanie kobiet i mężczyzn w taki sposób, by funkcjonowali zgodnie z mechanizmami, celami oraz strukturą danej grupy. W tym procesie wywierany jest wpływ na intelekt, emocje i postawy społeczne jednostek i od samego początku istotną rolę odgrywają w nim funkcjonujące w danej kulturze stereotypy związane z płcią.

Stereotypizacja roli zawodowej kobiety wywiera bardzo silny wpływ na decyzję o podjęciu pracy, przebieg kariery oraz funkcjonowanie kobiety w środowisku pracy, w którym panować może mniej lub bardziej seksistowskie nastawienie do pracowników płci żeńskiej.

W kształtowaniu się aspiracji zawodowych ważną rolę odgrywa wczesna socjalizacja (Laws, 1976, za: Strykowska, 1992).

Hamujący wpływ na aktywność zawodową kobiet mają też czynniki wewnętrzne, takie jak lęk przed sukcesem, niska samoocena, konflikt ról oraz antycypowanie negatywnych konsekwencji swego awansu. W sytuacji, gdy kobieta

decyduje się na pełnienie podwójnej roli (domowej i zawodowej), liczba obowiązków na niej spoczywających wzrasta, powodując często przeciążenie. Innym negatywnym skutkiem takiej sytuacji są konflikty, powstające na skutek niezgodności oczekiwań w stosunku do roli rodzinnej z oczekiwaniami związanymi z pracą. Mogą one dotyczyć niewystarczającej dla obu ról ilości czasu, napięć wywołanych w jednej roli, a przenoszonych na drugą, oraz stylów zachowań, używanych w jednej roli, lecz nieodpowiednich dla oczekiwań stawianych wobec drugiej z nich. Wszystkie te konflikty odbijają się niekorzystnie na wykonywanej pracy, rozwoju, samopoczuciu i zdrowiu jednostki. Istnieją jednak także pozytywne aspekty pełnienia przez kobietę podwójnej roli. Według Strykowskiej (1992) są to: bardziej wszechstronny rozwój osobowości, mądrzejsze macierzyństwo, dojrzsze partnerstwo i większa ogólna satysfakcja.

Stereotypy związane z płcią powodują zjawisko zwane seksizmem (Faulkender, 1985). Jest to ideologia traktująca jedną płć (w naszej kulturze – kobiety) jako gorszą. Przekonania te oddziałują na kobietę przez całe jej życie, zaś okres pracy zawodowej jest jednym z tych, dla których wpływ ten jest szczególnie istotny (Strykowska, 1992). Należy ponadto zauważyć, że kobiety prowadzące dom i posiadające rodzinę, wykonują dodatkowo szereg „prac nieodpłatnych”, czego skutkiem jest przeciążenie – konsekwencja nadmiaru wymagań w stosunku do czasu, którym dysponuje jednostka oraz jej możliwości (Ratajczak, 1988). W takiej sytuacji istotnym dla przebiegu kariery kobiety staje się tzw. konflikt ról, którego koncepcję wysunęli Sarbin i Allen (1968). Jest to konflikt pomiędzy rolą przypisaną (biologiczną), a wybraną (zawodową). Według tych badaczy, obie te role są różnie oceniane i nagradzane przez otoczenie: kobieta robiąca karierę i odnosząca sukcesy jest często oceniana negatywnie jako matka, gdyż uważa się, że robi to kosztem rodziny i dzieci. Ponadto, zgodnie z teorią atry-

bucji, społeczeństwo - na podstawie udanej kariery - wnioskuje o kobiecie, że jest agresywna, apodyktyczna, a więc nie może być dobrą matką (Horner, 1978). Otoczenie wywiera nacisk na perfekcyjne wypełnianie roli przypisanej, nie nagradzając jednak kobiety za spełnienie tego obowiązku, podczas gdy niewywiązanie się z powinności macierzyńskich jest surowo potępiane. Stąd też kobiety zaniedbują często rolę wybraną lub stają wręcz przed wyborem: praca czy rodzina.

Wykształcone w dzieciństwie stereotypy zachowań związanych z płcią wpływają na wybór zawodu i preferencje zawodowe. Konsekwencją stereotypów są również różnice w sposobie oceniania kobiet i mężczyzn. Kobiety aktywne zawodowo są gorzej oceniane i częściej karane przede wszystkim przez inne kobiety. Zjawisko to nosi nazwę syndromu królowej pszczoł i polega na tym, że kobieta, która zajęła wysokie stanowisko w męskim świecie biznesu, czuje się zagrożona, a przez to nieżyczliwie ustosunkowana do innych kobiet, które także chciałyby przezwyciężyć ten stereotyp (Staines i in., 1974).

Podsumowując negatywną rolę istnienia stereotypów dotyczących pracy kobiet, można wymienić następujące zjawiska:

- Konflikt praca - rodzina,
- Odmienne oczekiwania dotyczące pracy zawodowej kobiet,
- Dyskryminacja w zatrudnianiu,
- „Szklany sufit” - glass ceiling - bariery utrudniające awans zawodowy i zajmowanie wysokich stanowisk,
- „Szklane ruchome schody” - glass escalator - zjawisko polegające na „windowaniu” mężczyzn na stanowiska kierownicze w zawodach „kobięcych”,
- „Lepka podłoga” - sticky floor - zjawisko przewagi kobiet w zawodach o niskich możliwościach awansu,
- Segregacja zawodowa,
- Status „tokena” - jako grupa mniej liczna kobiety są łatwiej dostrzegalne w miejscu

pracy, w związku z czym muszą wykazywać się kompetencją, pracowitością, a ich niepowodzenia są łatwiej zauważane,

- Stereotyp człowieka sukcesu, którym jest mężczyzna; sądzi się, że kobieta sukcesu osiąga powodzenie kosztem życia rodzinnego,
- Molestowanie seksualne (Mandal, 2004).

4. Problem badawczy

Prezentowane wyniki badań dotyczą niezwyczajnie aktualnego i ważnego, w odniesieniu do obecnej sytuacji na rynku pracy, zagadnienia przedsiębiorczości kobiet. W badaniach zanalizowano nasilenie myślenia stereotypowego jako społeczno - kulturowego uwarunkowania przedsiębiorczości, satysfakcji z pracy oraz poczucia dobrostanu psychicznego u kobiet prowadzących i nieprowadzących działalność przedsiębiorczą¹.

Myśleniem stereotypowym wykazują się zarówno pracodawcy, jak i pracownicy, co sprawia, że podjęcie przez kobiety aktywności zawodowej, w tym działalności przedsiębiorczej, jest utrudnione. Co więcej, wychowane w tej samej kulturze, przesyconej stereotypami związanymi z płcią, kobiety w sposób nieświadomy przejmują takie myślenie w trakcie procesu socjalizacji, co może utrudniać im odnoszenie sukcesu w działalności przedsiębiorczej. Dla potrzeb przeprowadzonych badań na sukces składają się: satysfakcja z pracy oraz poczucie dobrostanu w życiu osobistym.

1 Przedstawione wyniki są częścią badań realizowanych w ramach mojej pracy doktorskiej p.t.: „Psychologiczne i społeczne uwarunkowania powodzenia kobiet w działalności przedsiębiorczej”, pod kierownictwem naukowym dr hab. Maryli Łukasiak-Goszczyńskiej na Wydziale Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego. W mojej pracy doktorskiej dokonuję analizy porównawczej uwarunkowań psychologicznych i społecznych mających wpływ na odnoszenie sukcesu przez przedsiębiorcze kobiety i mężczyzn oraz identyfikacji barier utrudniających odnoszenie sukcesu.

W przeprowadzonych badaniach nie kierowano się wskaźnikami natury ekonomicznej, które są najczęściej wykorzystywane do oceny stopnia odniesionego sukcesu. Różnice w nasileniu tych właśnie przekonań stereotypowych, poczuciu satysfakcji z pracy oraz dobrostanu psychicznego u kobiet przedsiębiorczych i nie przedsiębiorczych jest przedmiotem badań i analiz, zawartych w tym artykule.

Przedstawiony problem badawczy oraz założenia związku stereotypowego myślenia o płci, satysfakcji z pracy i poczucia dobrostanu psychicznego z przedsiębiorczością kobiet, stanowiły podstawę do sformułowania następujących hipotez badawczych:

1. *Kobiety przedsiębiorczynie cechuje niższy wskaźnik nasilenia myślenia stereotypowego od kobiet nieprowadzących działalności przedsiębiorczej.*

Zasadnicze problemy rozwoju przedsiębiorczości kobiet i odnoszenia przez nie sukcesu nie wynikają z płci, poziomu wykształcenia, wieku, stanu cywilnego, uznawanych poglądów, norm, celów, lecz tkwią w stereotypach myślenia społeczeństwa, dotyczących roli kobiet i mężczyzn w rodzinie. Przełamanie tego stereotypu jest zdecydowanie trudniejszym problemem niż pokonywanie wielu barier rozwoju przedsiębiorczości. Według dostępnych wyników badań stereotypy cech związanych z płcią są istotną barierą w podejmowaniu aktywności zawodowej, w tym przedsiębiorczej, przez kobiety (Lisowska, 2004). Wydaje się zatem, że im większy wskaźnik nasilenia myślenia stereotypowego, tym trudniej kobietom podjąć działalność przedsiębiorczą. Kobiety przedsiębiorcze i mężczyźni przedsiębiorczy powinni zatem osiągać niższe wyniki na skali stereotypowego myślenia niż kobiety i mężczyźni nie prowadzący działalności gospodarczej. Podobnie wskaźnik ten powinien być niższy dla kobiet przedsiębiorczych w porównaniu do przedsiębiorczych mężczyzn.

2. *Kobiety przedsiębiorczynie cechuje wyższy wskaźnik satysfakcji z pracy od kobiet nieprowadzących działalności przedsiębiorczej.*

Badania dowodzą, że prowadzenie przez kobiety działalności przedsiębiorczej jest pozytywnie skorelowane z satysfakcją z pracy.

Poczucie satysfakcji z pracy zawodowej wpływa na obraz własnej osoby, poczucie wartości i spełnienia. Satysfakcjonująca aktywność zawodowa daje możliwości wyrażania siebie i bycia twórczą jednostką (Turner i Helms, 1999). Taką aktywnością jest niewątpliwie działalność przedsiębiorcza, dająca poczucie samorealizacji, autonomii w podejmowaniu decyzji oraz lepsze zaspokojenie potrzeb ludzkich, w tym materialnych.

3. *Kobiety przedsiębiorczynie różnią się poczuciem dobrostanu psychicznego od kobiet nieprowadzących działalności przedsiębiorczej.*

Dostępne wyniki badań pokazują, iż fakt posiadania własnego przedsiębiorstwa wpływa pozytywnie na poczucie dobrostanu psychicznego w życiu osobistym. Prowadzenie firmy wpływa na podwyższenie poczucia dobrostanu psychicznego, w tym w szczególności dobrostanu społecznego związanego z poczuciem urzeczywistniania się w społeczeństwie, własnej skuteczności oraz autonomii w podejmowaniu decyzji, co jest niezwykle istotne w działalności przedsiębiorczej (Vecchio, 2003). Poziom dobrostanu osobowościowego i emocjonalnego wzrasta u osób aktywnych zawodowo wraz z osiąganiem satysfakcji z pracy. Z poczuciem satysfakcji z pracy najsilniej koreluje dobrostan emocjonalny, w następnej kolejności dobrostan społeczny, a najmniej dobrostan osobowościowy (Wilczyńska, 2008).

5. Metoda badań

Prezentowane badania zostały przeprowadzone metodą quasi-eksperymentalną, żadna ze zmiennych nie została poddana manipulacji eksperymentalnej. Założono, że badane kobiety przedsiębiorczynie i nieprzedsiębiorczynie będą się różnić istotnie pod względem badanych cech, co pozwoli na weryfikację hipotez.

W badaniu wykorzystano następujące zmienne:

- nasilenie stereotypowego myślenia, rozumiane jako zdolność do przeciwstawienia się istniejącym stereotypom dotyczącym ról pełnionych przez kobiety oraz ich aktywności zawodowej,
- satysfakcja z pracy,
- poczucie dobrostanu psychicznego w życiu osobistym, na który składa się poczucie dobrostanu osobowościowego, społecznego i emocjonalnego.

Zmienną niezależną jest rodzaj prowadzonej przez kobiety aktywności zawodowej:

- a. działalność przedsiębiorcza rozumiana jako prowadzenie własnej firmy niezależnie od jej formy prawnej,

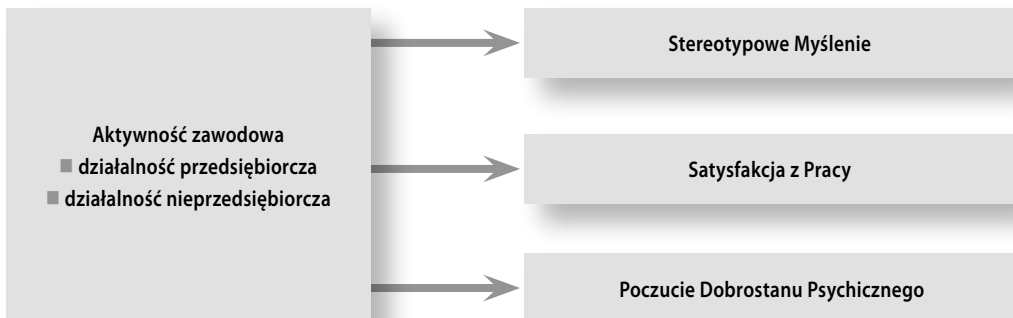
- b. działalność nie przedsiębiorcza rozumiana jako prowadzenie innej aktywności zawodowej

Badaniami porównawczymi objęto kobiety prowadzące i nieprowadzące działalność przedsiębiorczą. W badaniu wzięło udział łącznie N=63 osoby w wieku 24-58 lat z województwa mazowieckiego, pomorskiego i łódzkiego. Kobiety właścicielki prywatnych przedsiębiorstw, w liczbie N=34, stanowiły 53,4 % badanych. Pozostałe kobiety nieprowadzące działalności przedsiębiorczej, w liczbie N=29 to pracownice uczelni wyższych, służby zdrowia, osoby zatrudnione na różnych szczeblach w firmach prywatnych.

6. Charakterystyka zastosowanych narzędzi badawczych

- *Kwestionariusz „Stereotypowe Myślenie”* mierzący nasilenie przekonań stereotypowych, związanych z funkcjonowaniem zawodowym kobiet i mężczyzn (autorzy M. Denkwicz, K. Maciejewska, 2007).

Rys. 1. Model badawczy przedstawiający hipotetyczne związki między zmiennymi



Narzędzie własne, opracowane wspólnie z mgr Katarzyną Maciejewską, zawiera listę 27 stwierdzeń wyrażających stereotypowe poglądy związane z pracą, bezrobociem i „typowymi” cechami kobiet. Lista ta sporządzona została w oparciu o dane z literatury (Mandal, 1995; Budrowska, 2004; Lisowska 2004), a każde ze stwierdzeń wyraża ogólne, stereotypowe przekonanie, dotyczące funkcjonowania, kompetencji, cech i umiejętności kobiet w pracy. Wypełnienie kwestionariusza polega na zaznaczeniu na skali: zdecydowanie tak / tak / trudno powiedzieć / nie / zdecydowanie nie stopnia, w jakim badany podziela cytowany pogląd. Za odpowiedzi przyznawane są punkty: od 0 za odpowiedź „zdecydowanie nie” do 5 za „zdecydowanie tak”. Tak więc wynik osoby badanej teoretycznie mieści się w przedziale: od 0 do 135 punktów. Początkowo skala składała się z 31 pozycji. Każdą z nich oceniło na skali 1-3 (1 - zupełnie się nie nadaje, 2 - nadaje się z pewnymi zastrzeżeniami, 3 - doskonale się nadaje) ośmiu sędziów kompetentnych. Do oceny ich zgodności użyto wskaźnika Aranowskiej (wskaźnik zgodności) oraz kryterium agregatowego KA (Aranowska, 2005). Do ostatecznej wersji kwestionariusza włączono te pozycje, dla których $KA \geq 0,7$, tzn. takie, dla których średnia ocena była większa lub równa 2,5, zaś $\lambda \geq 0,75$.

- *Kwestionariusz „Sylwetka osoby przedsiębiorczej”* (autor M.Denkiewicz, 2007)

Kwestionariusz składa się z 14 pytań zamkniętych i otwartych, został opracowany na potrzeby tego badania i ma na celu scharakteryzowanie grupy przedsiębiorców - kobiet i mężczyzn ze względu na ich cechy demograficzne (m.in. sposób zostania przedsiębiorcą, poziom wykształcenia, tradycje rodzinne).

- *Kwestionariusz satysfakcji z pracy* (autorzy: A. Wilczyńska, L.Wojciechowska, 2008)

Kwestionariusz składa się z 24 pytań dotyczących pięciu aspektów pracy. Wybrane aspekty

to: samorealizacja, poczucie uznania, kontakty z pracownikami, relacje z przełożonymi oraz warunki pracy. Rzetelność całego testu wyniosła Alpha Cronbacha = 0,83. Dla poszczególnych skal satysfakcji z pracy otrzymano następujące wyniki: dla samorealizacji Alpha = 0,87, dla poczucia uznania Alpha = 0,86, dla kontaktów z pracownikami Alpha = 0,89, dla relacji z przełożonymi Alpha = 0,87, dla warunków pracy Alpha = 0,88. Wskaźnikiem poziomu satysfakcji z pracy jest średnia wszystkich odpowiedzi oraz odpowiedzi w poszczególnych wymiarach. Najwyższa wartość wskaźnika wynosi 4, najniższa 1.

- *Kwestionariusz do pomiaru dobrostanu psychicznego* (autorzy: M. Łada, L. Wojciechowska, 2007)

Narzędzie składa się z 83 pozycji, dotyczących trzech wymiarów dobrostanu: osobowościowego (37 pozycji), społecznego (30 pozycji), emocjonalnego (16 pozycji). Do oceny rzetelności kwestionariusza wykorzystano wzór Alpha Cronbacha. Rzetelność poszczególnych skal dobrostanu wyniosła: dla dobrostanu osobowościowego Alpha = 0,88, dla dobrostanu społecznego Alpha = 0,88, dla dobrostanu emocjonalnego Alpha = 0,88.

7. Wyniki badań

W badaniu wzięło udział łącznie N=63 osoby w wieku 24-58 lat z województwa mazowieckiego, pomorskiego i łódzkiego. W celu zweryfikowania postawionych hipotez, w analizie statystycznej wyników wykorzystano analizy korelacyjne.

Badane były różnice w nasileniu myślenia stereotypowego (w skrócie MS), satysfakcji z pracy (SP) oraz dobrostanu psychicznego (DP) u kobiet prowadzących i nieprowadzących działalność przedsiębiorczą, a także, kontrolnie, zmienne społeczne i dotychczasowe doświadczenie zawodowe oraz jego wpływ na powyższe trzy

zmiennie. Hipotezy sprawdzane były na poziomie istotności 0,05.

Rozkłady z próby wszystkich trzech głównych zmiennych aproksymować można do rozkładu normalnego, co sprawdzone zostało testem zgodności χ^2 na poziomie istotności 0,05. Parametry tych rozkładów przedstawia Tabela 1.

Wszystkie rozkłady są jednomodalne. Rozkład zmiennej MS jest skośny dodatnio, platykurtyczny, zmiennej SP - skośny ujemnie i platykurtyczny, zaś zmiennej DP skośny ujemnie i leptokurtyczny. W celu uproszczenia obliczeń przyjęto, że mimo małej próby rozkłady są normalne, o czym wnioskować pozwalają powyższe dane.

Sprawdzenie hipotez badawczych przebiegało w następujący sposób:

Hipoteza 1: „Kobiety przedsiębiorczynie cechuje niższy wskaźnik nasilenia myślenia stereotypowego od kobiet nieprowadzących działalności przedsiębiorczej”

Wyniki badań dotyczących nasilenia myślenia stereotypowego mierzonego kwestionariuszem „Stereotypowe myślenie”, będące podstawą weryfikacji tej hipotezy prezentuje tabela 1. Jak można zauważyć, istnieje istotna różnica w poziomie przekonań stereotypowych pomiędzy rozpatrywanymi grupami – kobiety przedsiębiorczynie $M=31$ ($SD=4,65$), kobiety nieprzedsiębiorczynie $M=47,5$ ($SD=6,75$). Nasilenie myślenia stereotypowego wśród kobiet przedsiębiorczych jest mniejsze niż u kobiet nieprowadzących własnej działalności gospodarczej, co potwierdza słuszność hipotezy 1.

Hipoteza 2: „Kobiety przedsiębiorczynie cechuje wyższy wskaźnik satysfakcji z pracy od kobiet nieprowadzących działalności przedsiębiorczej”

W celu weryfikacji hipotezy 2 obliczono wskaźnik satysfakcji z pracy dla kobiet prowadzących i nieprowadzących działalność przedsiębiorczą. Ciekawą jest obserwacja, iż z satysfakcją

Tabela 1. Statystyki opisowe

Czynnik	Kobiety prowadzące działalność przedsiębiorczą (KP)		Kobiety nieprowadzące działalności przedsiębiorczej (KNP)		Wartość statystyki t	Poziom istotności p
	M	SD	M	SD		
Nasilenie myślenia stereotypowego (MS)	31,0	4,64	47,5	6,75	4,5 >	0,05
Satysfakcja z pracy (SP)	2,34	0,51	1,96	0,47	-2,25 >	0,05
Poczucie dobrostanu psychicznego (DP)						
Poczucie dobrostanu osobowościowego (DO)	0,576	0,27	0,462	0,27	2,65 >	0,01
Poczucie dobrostanu emocjonalnego (DE)	0,639	0,26	0,508	0,26	2,65 >	0,01
Poczucie dobrostanu społecznego (DS.)	0,658	0,31	0,191	0,31	2,65 >	0,01

z pracy koreluje pozytywnie fakt posiadania własnego przedsiębiorstwa. Różnice między grupą kobiet - właścielek firm oraz grupą kobiet nie prowadzących takiej działalności ilustruje tabela 1. Mediana wskaźnika satysfakcji dla kobiet przedsiębiorczyń wyniosła $M=2,34$ ($SD=0,51$), dla nieprzedsiębiorczyń $M=1,96$ ($SD=0,47$).

Otrzymane dane empiryczne potwierdziły oczekiwaną zależność. Kobiety przedsiębiorczy nie cechuje większa satysfakcja z pracy niż kobiety nie prowadzące takiej działalności.

Hipoteza 3: „Kobiety przedsiębiorczynie różnią się poczuciem dobrostanu psychicznego od kobiet nieprowadzących działalności przedsiębiorczej”

W celu weryfikacji hipotezy 3 obliczono wskaźnik poczucia trzech wymiarów dobrostanu psychicznego: osobowościowego, emocjonalnego, psychicznego dla kobiet przedsiębiorczych i nieprowadzących działalności przedsiębiorczej. Wyniki badań pokazują, iż kobiety przedsiębiorcze różnią się znacząco w poczuciu dobrostanu społecznego od kobiet nieprowadzących działalności przedsiębiorczej (KP $M=0,658$, $SD=0,31$; KNP $M=0,191$, $SD=0,31$). Mniejsze, prawie tożsame różnice występują w poczuciu dobrostanu osobowościowego i emocjonalnego. Prowadzenie własnej firmy ma zatem wyraźny wpływ jedynie na zwiększenie poczucia dobrostanu społecznego łączącego się przede wszystkim z poczuciem akceptacji i urzeczywistnienia się w społeczeństwie, poprawy stosunków jednostki z otoczeniem oraz autonomii w podejmowaniu decyzji.

8. Dyskusja wyników i wnioski końcowe

Przeprowadzone w ramach tej pracy badanie miało na celu znalezienie odpowiedzi na hipotezy postawione w punkcie 4. Zebrane wyniki prowadzą do następujących wniosków końcowych:

1. *Istnieje związek pomiędzy posiadaniem własnej firmy a nasileniem myślenia stereotypowe-*

go. Właścicielki firm wykazują niższy poziom przekonań stereotypowych niż pozostałe badane kobiety.

Badanie wykazało, iż kobiety przedsiębiorczynie różnią się nasileniem myślenia stereotypowego od innych aktywnych zawodowo kobiet. Niewątpliwie większa statystycznie próba pozwoliłaby wykazać również związek wyższej stereotypowości myślenia z niskim nasileniem przedsiębiorczości. Niższa stereotypowość myślenia może ułatwiać pokonywanie społecznych barier przedsiębiorczości kobiet, co jest zgodne z postulatami Lisowskiej (2004). Możliwa jest również sytuacja, iż kobiety przedsiębiorczynie są silniej zmotywowane do krytycznego spojrzenia na stereotypowe przekonania funkcjonujące w społeczeństwie i do świadomej walki z nimi.

2. *Kobiety przedsiębiorcze mają większe poczucie satysfakcji z pracy i dobrostanu psychicznego niż kobiety nie prowadzące działalności przedsiębiorczej*

Fakt prowadzenia firmy wpływa na podwyższenie satysfakcji z życia zawodowego i poczucia dobrostanu psychicznego, w tym w szczególności dobrostanu społecznego związanego przede wszystkim z poczuciem urzeczywistnienia się w społeczeństwie, utrzymywania lepszych stosunków z otoczeniem społecznym oraz autonomii w podejmowaniu decyzji. Osoby bardziej zadowolone z życia mają większą pewność siebie i łatwiej im podjąć się wyzwania, jakim jest przyłączenie się do grona prywatnych przedsiębiorców. Można zatem sądzić, że przedsiębiorczynie różnią się pod względem charakterystyk osobowościowych od innych kobiet, co jest zgodne z wynikami przedstawionych we wstępie badań nad tym zagadnieniem (Pietrański, 1996; Wesołowska, 2003).

3. *Zebrane dane nie pozwalają jednak jednoznacznie stwierdzić, iż istnieje bezpośredni związek nasilenia przekonań stereotypowych*

z poczuciem satysfakcji z pracy i dobrostanu psychicznego wśród przedsiębiorczych kobiet

Okazuje się, że wśród kobiet osiągających najwyższe wyniki na skali satysfakcji z pracy i dobrostanu psychicznego dominują osoby o średnim poziomie nasilenia myślenia stereotypowego (w grupie 18 kobiet najbardziej przedsiębiorczych stanowiły 55,6%). Również wysoka stereotypowość nie przesądza o porażce w działalności przedsiębiorczej, gdyż w siedemnastoosobowej grupie o najwyższych wynikach na skali myślenia stereotypowego 29,4% stanowiły kobiety o najwyższym wskaźniku sukcesu.

4. *Istotną obserwacją płynącą z zebranych wyników jest to, że kobiety różnią się stopniem ulegania powszechnie panującym stereotypom dotyczącym ich funkcjonowania w pracy zawodowej, co może skutkować mniejszą lub większą szansą na odnoszenie przez nie sukcesu/porażki w działalności przedsiębiorczej*

Społeczne bariery rozwoju zawodowego kobiet w postaci stereotypów okazują się w tym momencie na tyle silne, iż modyfikują myślenie ich samych, potęgując efekt. Kobiety, narażone na ciągły kontakt z takimi uogólnionymi przekonaniem dotyczącymi ich rozmaitych słabości, zaczynają je w mniejszym lub większym stopniu podzielać, być może często nieświadomie, co jest zgodne z wynikami badań Strykowskiej (1992), przedstawionymi we wstępie. Niektóre kobiety słabiej ulegają wpływowi tych stereotypów – jest to uwarunkowane czynnikami natury osobowościowej, historią życia i doświadczeń jednostki oraz wpływami środowiska, w którym przyszło im żyć. Uwarunkowania te to już temat dalszych badań.

Bibliografia

- Argyle, M. (2004), *Psychologia szczęścia*, Wrocław: Wydawnictwo Astrum.
- Baron, R.A. (2000), *Psychological perspectives on entrepreneurship: cognitive and social factors in entrepreneurs' success*, Current Directions in Psychological Science, 9 (1), s.15-18.
- Brockhaus, R.H. (1980), *Risk taking propensity of entrepreneurs*, Academy of Management Journal, 23 (3), s.509-520.
- Budrowska, B. (2004), *Bariery i ograniczenia karier kobiet - wyniki badań nad zjawiskiem „szklanego sufitu”. Płeć a możliwości ekonomiczne w Polsce: czy kobiety straciły na transformacji?*, Raport Departamentu Walki z Ubóstwem i Zarządzania Gospodarką.
- Carland, J.W., Carland, J.C. (1997), *A model of potential entrepreneurship: Profiles and educational implications*, Conference Proceedings: Entrepreneurship: The Engine of Global Economic Development, 42nd World Conference, International Council for Small Business, San Francisco.
- Czapiński, J. (2004), *Czy szczęście popłaca? Dobrostan psychiczny jako przyczyna pomyślności życiowej*, (w:) J.Czapiński (red.), *Psychologia pozytywna* (s.235-254), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Forlani, D., Mullins, J.W. (2000), *Perceived risks and choices in entrepreneurs' new venture decisions*, Journal of Business Venturing, 15, s. 305-322.
- Goszczyńska, M., Górnik-Durose, M. (red) (2010), *Psychologiczne uwarunkowania zachowań ekonomicznych*, Przedsiębiorczość, pieniądze, konsumpcja, Warszawa: Difin.
- Karney, J. E. (2004), *Podstawy psychologii i pedagogiki pracy*, Pułtusk: Wyższa Szkoła Humanistyczna im. Aleksandra Gieysztor.
- Keyes, C.L.M., Waterman, M.B. (2003), *Dimensions of well-being and mental health in adulthood*, (w:) M. Bornstein, L. Davidson, C.L.M. Keyes, K.A. Moore (red.), *Wellbeing: positive development throughout the life course* (s. 481-501), Manwah New York: Erlbaum.
- Kołodziej, S., Goszczyńska, M. (2007), *Kulturowe uwarunkowania skłonności do ryzyka osób przedsiębiorczych*,

- (w:) M.Goszczyńska, R. Studenski, (red.), *Psychologia zachowań ryzykownych* (s. 216-235), Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- Lisowska, E. (1996), *Udział kobiet w rozwoju sektora prywatnego w Polsce - motywacje i bariery*, "Kobieta i Biznes" nr 2-3.
- Lisowska, E. (2004), *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce. Płeć a możliwości ekonomiczne w Polsce: czy kobiety straciły na transformacji?* Raport Departamentu Walki z Ubóstwem i Zarządzania Gospodarką.
- Łaguna, M. (2010), *Przekonania na własny temat i aktywność celowa*, Badania nad przedsiębiorczością, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Mandal, E. (1995), *Socjalizacja ról społecznych związanych z płcią*, (w:) E. Mandal, R. Stefańska-Klar, (red.) *Współczesne problemy socjalizacji* (s. 39-60), Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Mandal, E. (2004), *Podmiotowe i interpersonalne konsekwencje stereotypów związanych z płcią*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Ryff, C.D. (1989), *Happiness Is Everything, or Is It? Explorations on the Meaning of Psychological Well-Being*, *Journal of Personality and Social Psychology*, Uniwersytet Kalifornijski, 57 (6), s. 1069-1081.
- Sarbin, T.R., Allen, V.L.(1968), *Role theory*, in: *Handbook of social psychology*, London: Addison Wesley, vol.1, s. 488- 567.
- Stawiarska-Lietzau, M. (2006), *Wybrane podmiotowe uwarunkowania skłonności do ryzyka u kobiet i mężczyzn*, (w:) M. Goszczyńska, R. Studenski (red.) *Psychologia zachowań ryzykownych* (s.171-192), Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- Strykowska, M. (1992), *Psychologiczne mechanizmy zawodowego funkcjonowania kobiet*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Strzalecki, A., Kot, D. (2000), *Osobowościowe wymiary twórczej przedsiębiorczości*, *Przegląd Psychologiczny*, 43 (3), s.351-360.
- Studenski, R. (2006), *Skłonność do ryzyka a zachowania transgresyjne*, (w:) M.Goszczyńska, R. Studenski, (red.), *Psychologia zachowań ryzykownych* (s.128-142), Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- Studenski, R. (2010), *Kwestionariusz przedsiębiorczości, pomiar, ocena i predykcja postaw, motywacji oraz dyspozycji do innowacyjnej przedsiębiorczości*.
- Titkow, A. (red.) (2003), *Szklany sufit: bariery i ograniczenia karier kobiet*, monografia zjawiska, Warszawa: Fundacja Instytut Spraw Publicznych.
- Tryfan, B. (1993), *Miejsce kobiet wiejskich w rozwoju przedsiębiorczości na wsi*, (w:) K. Duczkowska-Małysz (red.), *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. W stronę wsi wielofunkcyjnej*, Warszawa: Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN, Fundacja na Rzecz Nauki Polskiej.
- Tyszka, T. (2000), *Psychologia ekonomiczna*, (w:) J. Strelau (red.), *Psychologia*. Podręcznik akademicki, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Vecchio, R.P.(2003), *Entrepreneurship and leadership: common trends and common trends*, *Human Resources Management Review*, 13.
- Warneryd, K.E. (1988), *The psychology of innovative entrepreneurship*, (w:) W.F. van Raaij, G.M. van Veldhoven, K.E. Warneryd (red.), *Handbook of Economic Psychology* (s.404-447), Kluwer, Academic Publishers Dordrecht.
- Wesołowska, E. (2003), *Psychologiczny portret prywatnego przedsiębiorcy*, Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińskiego – Mazurskiego.
- Wilczyńska, A. (2008), *Dobrostan psychiczny a satysfakcja z pracy zawodowej*, nieopublikowana praca magisterska napisana pod kierunkiem dr hab. L. Wojciechowskiej, Wydział Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego.
- Wilkin, J. (2000), *Zagubiona wieś, miejsce polskiej wsi i rolnictwa w polityce państwa lat dziewięćdziesiątych*, (w:) K.Gorlach, A. Pyrc (red.) *Węzowe kwestie społeczne wsi polskiej u progu XXI wieku*, Kraków: Instytut Socjologii UJ.
- Wojciechowska, L. (2005), *Teoria dobrostanu w badaniach rozwojowych nad rodziną: Dobrostan rodziców w stadium pustego gniazda*, *Psychologia rozwojowa*, 4, s.35-45.
- Zaleśkiewicz, T. (2004), *Przedsiębiorczość i podejmowanie ryzyka*. (w:) T.Tyszka (red.), *Psychologia ekonomiczna*, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Zimmerer, T.W., Scarborough, N.M. (1996), *Entrepreneurship and New Venture Formation*, Prentice Hall, New Jersey.

The trust-control dimension as a bipolar factor of organizational effectiveness

Abstract

This article proposes the psychological point of view regarding the relation between trust and control, treated as a factor of organizational effectiveness.

The authors claim that full control and total lack of control, which is understood as full trust, are not separate, and therefore they are independent features of an organizational management system, but refer to a common bipolar dimension. The control-trust dimension is vital for the functioning of any organization, influencing its activities, the quality of social relations, and, indirectly, its economic effectiveness.

Presenting a critical stance towards solutions that propose to overcome the crisis of trust by increased control, the authors emphasize the positive function of trust for healthy interpersonal relations. While pointing out the negative psychological effects of excessive control systems, the authors are far from rejecting the objective methods of controlling human behavior in organizations or abandoning their attempts to objectify indicators of employee performance.

The authors try to show that both rigid and excessive control, which does not take into account the element of trust, and implicit trust, which does not take into account the control factor, must lead to increasing the pathology of organizational behavior. For the sake of the employees' growth possibilities and their satisfaction with the activities performed, employees need to be sure that their supervisors will use flexible and balanced proportions in the trust-control dimension when interacting with them. Such situation-specific treatment of these two factors may provide a range of freedom that will strengthen the responsibility granted to the employees.

Key words: *interpersonal trust, organizational control, trust vs. control, organizational effectiveness*

DR LECH GÓRNIAK

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Katedra Psychologii i Dydaktyki

e-mail: gorniakl@uek.krakow.pl

DR HAB. MAREK MOTYKA

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Katedra Psychologii i Dydaktyki

e-mail: motykama@uek.krakow.pl

3 Wymiar zaufanie-kontrola jako dwubiegunowy czynnik efektywności organizacji

Streszczenie

Artykuł proponuje psychologiczne spojrzenie na związek między zaufaniem a kontrolą, traktowany jako czynnik efektywności organizacji.

Autorzy zajmują stanowisko, zgodnie z którym pełna kontrola i całkowity brak kontroli rozumianej jako pełne zaufanie, nie stanowią odrębnych, a więc niezależnych od siebie właściwości systemu zarządzania w danej organizacji, lecz odnoszą się do pewnego wspólnego wymiaru z tak nazwanymi krańcami. Wymiar kontrola-zaufanie ma duże znaczenie dla funkcjonowania każdej organizacji, wpływając na styl jej działania, charakter występujących w niej relacji społecznych i – pośrednio – jej efektywność.

Prezentując krytyczne stanowisko wobec rozwiązań, w których kryzys zaufania proponuje się pokonać wzmoczoną kontrolą, autorzy podkreślają pozytywną funkcję zaufania dla zdrowych stosunków międzyludzkich. Wskazując na psychologicznie negatywne skutki nadmiernie rozbudowanych systemów kontrolnych, są jednak dalecy od postulowania rezygnacji z metod obiektywnej kontroli zachowań ludzi w organizacjach, albo do namawiania do porzucania prób obiektywizowania wskaźników ich osiągnięć.

Starają się wykazać, że zarówno sztywna i nadmierna kontrola, nie uwzględniająca elementu zaufania, jak i naiwne zaufanie nie uwzględniające czynnika kontroli, z czasem muszą prowadzić do wzrostu patologii zachowań organizacyjnych.

Dla zachowania możliwości rozwoju i uzyskania potrzebnej satysfakcji z wykonywanych działań, pracownicy potrzebują mieć pewność, że ich przełożeni będą postępować względem nich z uwzględnieniem elastycznej i wyważonej proporcji w wymiarze zaufanie-kontrola. Takie adekwatne do sytuacji traktowanie tych dwóch czynników może zapewnić zakres wolności, który korzystnie będzie wpływał na wzmocnienie przekazywanej pracownikom odpowiedzialności.

Słowa kluczowe: *zufanie interpersonalne, kontrola organizacyjna, zaufanie vs kontrola, efektywność organizacji*

1. Wprowadzenie

W ostatnich latach znacząco zwiększyła się liczba prac poświęconych problematyce funkcjonowania instytucji rozumianych jako mniej lub bardziej złożone organizacje, w tym także problematyce funkcjonowania ludzi w organizacjach (Kozusznik, 2005a, 2005b, 2007; Lipińska, Grzywacz, 2007; Zawadzka, 2010). Można sądzić, że łączy się to między innymi z narastającą instytucjonalizacją życia społecznego oraz warunkujących ją struktur organizacyjnych, a także z rosnącą świadomością występujących w tym obszarze zależności i powiązań. Choć wysoka instytucjonalizacja i formalizacja dotyczy przede wszystkim organizacji z założenia biurokratycznych, takich jak urzędy czy służby państwowe (Tworuszka, 2008:1), to jednak problem ten wydaje się szerszy i sięga również środowisk, których elastyczność działania jest wysoce pożądana (np. szkoły wyższe, instytucje naukowe i twórcze, itp.). Instytucjonalizacja łączy się przede wszystkim z ograniczaniem swobody członków organizacji – a co za tym idzie, ich osobistej odpowiedzialności – za sprawą bardzo sformalizowanych przepisów i procedur oraz licznych form kontroli (Crozier, Friedberg, 1982: 70; za: Tworuszka, op. cit.). Formalizacji nie można uznawać za coś złego z natury; problematyczny jest jej przerost, zwłaszcza tam, gdzie więcej swobody należałoby pozostawić członkom danej instytucji. Z psychospołecznego oraz ekonomicznego punktu widzenia, w zależności od celów i charakteru organizacji, powinny zmieniać się proporcje pomiędzy zaufaniem a kontrolą. Wymiar ten jest bardzo ważny, z jednej strony - z punktu widzenia zdrowia psychicznego i moralnego człowieka (Rogers, 1961; Maslow, 1986), z drugiej - bardzo mocno rzutuje na stopień zaangażowania i wydajności członków organizacji, co ma bezpośrednie przełożenie na efektywność organizacji (Kuc, 2001:71). Używając terminu „efektyw-

ność organizacji” mamy na myśli ekonomiczny wymiar jej działalności. Odnosimy się zarówno do twardych wskaźników stosowanych w rachunkowości, wyrażanych liczbowymi danymi finansowymi (np. koszty transakcyjne - Handy, 1995), jak i do innych uznawanych wskaźników wartości firm, takich jak innowacyjność czy kapitał społeczny, rozumiany jako zasób strategiczny (Barney i Hansen, 1995; Simons, 2003; Kozusznik, 2005; Sankowska, 2007). Do tych kwestii wracamy jeszcze poniżej.

Nasilająca się instytucjonalizacja wywołuje lawinowy wzrost biurokracji wraz z towarzyszącą jej standaryzacją działań i usług. Wiąże się to z rozwijaniem rozmaitych form monitoringu i kontroli, takich choćby jak intensywna sprawozdawczość, uzależnianie decyzji w prostych sprawach od uzyskania podpisu obszernej hierarchii decydentów, audyt wewnętrzny i zewnętrzny, itp.

Działania te mają – zgodnie z zamiarami jej orędowników – w coraz bardziej drobiazgowy sposób regulować, „dla dobra nas wszystkich”, coraz to większe obszary życia społecznego. Nie negując potrzeby znaczenia funkcji kontrolnych w obrębie organizacji, w naszym opracowaniu postanowiliśmy skupić się na kwestii powiązań i zależności pomiędzy kontrolą a zaufaniem. Powiązania te wydają się bowiem bardzo istotne dla funkcjonowania zarówno jednostek, jak i zespołów oraz całych, złożonych organizacji. Wpływają one w swych konsekwencjach na charakter relacji społecznych w ogóle, nabierając obecnie coraz większego znaczenia, jako jeden z „gorących” i ważkich tematów związanych z poszukiwaniem optymalnych warunków społecznego istnienia i współdziałania (Sztompka, 2007). Nie bez powodu coraz częściej i coraz głośniej mówi się o tzw. kryzysie zaufania, który niezależnie od publicznych deklaracji, w praktyce zwykle próbuje się rozwiązywać wzmożoną kontrolą.

Wspominając o nasilaniu się niepokojących zjawisk dotyczących nadmiernej kontroli ludz-

kiej aktywności, dalecy jesteśmy od postulowania rezygnacji z metod obiektywnej kontroli zachowań ludzi w organizacjach albo namawiania do porzucenia prób obiektywizowania wskaźników ich osiągnięć. Jesteśmy jednak przekonani, że działania uznawane za prewencyjne, wyrażające się najczęściej nadmierną kontrolą, realizowane w sposób sztywny i niedostosowany do charakteru zadań wykonywanych przez organizację, z czasem muszą prowadzić do wzrostu patologii zachowań organizacyjnych.

Biorąc pod uwagę znaczenie wskazanych wyżej zjawisk, celem naszego opracowania stała się próba przedstawienia psychologicznych aspektów problemu „kontrola versus zaufanie” w kontekście konsekwencji, do jakich może prowadzić nadmierna koncentracja tylko na jednym krańcu tego wspólnego wymiaru.

2. Psychologiczna specyfika środowiska pracy a zaangażowanie pracowników

W ogólnym ujęciu można przyjąć, że zachowania ludzi w organizacjach stanowią swoistą wypadkową warunków technicznych danej organizacji i specyficznie ludzkich, psychologicznych potrzeb przynależących do niej jednostek. Jako istotne cechy organizacji wyróżnia się zwykle takie jej właściwości jak: wspólny cel, koordynacja, podział pracy i integracja. Według Scheina, jednego z twórców współczesnego nurtu badań nad społecznością organizacyjną (1980, 1988), organizacja to: „zaplanowana koordynacja aktywności określonej liczby osób, nastawiona na osiągnięcie wspólnego celu przez podział pracy i funkcji oraz dzięki hierarchii władzy i odpowiedzialności.”

W związku z tym, że organizacje cechuje rozwinięty, wysoce złożony podział pracy i zróżnicowanie

wanie funkcji, bardzo dużego znaczenia nabierają w nich *działania integracyjno-kontrolne*. Aspekt integracyjny organizacji można ujmować na dwa sposoby. Z jednej strony można mówić o spójności systemu, na którym opiera się jej działalność, z drugiej natomiast o spójności jej „tkanki społecznej” w takim znaczeniu, w jakim psycholodzy społeczni określają *spoiistość grupy* (Cartwright, Zander, 1960, 1968, za: Mika, 1981). Jako że kwestia systemowego rozumienia organizacji wykracza poza zakres naszych rozważań, skupimy się na czynnikach natury społecznej.

Istnieje duże podobieństwo specyfiki społecznego środowiska organizacyjnego i struktury społecznej określanej w psychologii mianem małej grupy. W obu przypadkach występuje wspomniane wyżej zjawisko spoiowości, które – na co szczególnie chcemy zwrócić uwagę – bardzo wyraźnie wiąże się z zaufaniem interpersonalnym.

Mówiąc o spoiowości grupy, psychologowie społeczni – przez analogię do zjawisk fizycznych¹ – wskazują na stopień, w jakim grupa składająca się z wielu członków istnieje jako pewna całość (Mika, op. cit.). Ten sposób funkcjonowania bardzo sprzyja zaangażowaniu członków takiej grupy w realizację jej zadań i jest dla nich w dużym stopniu samomotywujący. Grupy o wysokiej spójności cechuje m.in.:

- atrakcyjność dla jej członków,
- dobra jakość kontaktów międzyludzkich wyrażająca się wysokim poczuciem bezpieczeństwa i wzajemnym zaspokajaniem potrzeby akceptacji,
- możliwość zaspokojenia indywidualnych potrzeb jej członków, co wpływa na pod-

1 Nawiązujemy tutaj do tradycji badań zapoczątkowanych w latach 40-tych ubiegłego wieku przez Kurta Lewina, twórcy tzw. teorii pola, odnoszącej się do funkcjonowania małych grup. Cytowani wcześniej Cartwright i Zander byli jego uczniami.

niesienie poziomu motywacji, w tym również motywacji społecznej,

- większa motywacja do przyczynienia się do sukcesu całości grupy, podążania za jej celami, uczestniczenia w jej aktywności.

(Cartwright, Zander, op. cit.)

Jeśli porównać te cechy z wynikami badań dotyczących wpływu szeroko rozumianych „czynników miękkich”² na efektywność organizacji (w rozumieniu przedstawionym powyżej), okazuje się, że odpowiadają one pozytywnym następstwom działania zaufania interpersonalnego w zespołach i całych organizacjach (Zand, 1972; Kordel, 2002; D’Amico, 2003).

Pisząc o wpływie czynników miękkich, w szczególności zaufania interpersonalnego, na ekonomiczną efektywność organizacji, w pierwszym rzędzie należy mieć na myśli wpływ jakości kontaktów międzyludzkich w firmie na aktywność i zaangażowanie pracowników w realizację celów organizacji. Wciąż zbyt często w rozważaniach o celach organizacji podnoszone są wąsko rozumiane, ekonomiczne argumenty, kładące nacisk na ujmowany krótkoterminowo zysk finansowy. Szczególnie mocno przestrzegał przed takim myśleniem „ojciec sukcesu amerykańskiej gospodarki” Peter Drucker. Można powiedzieć, że jego tezy zawarte już w latach 80., w książce „Zarządzanie w czasach burzliwych”, w dużym stopniu wyprzedziły zapotrzebowanie na sposoby rozwiązywania problemów współczesnych organizacji³, które funkcjonując w nieustannie zmiennym otoczeniu, „burzliwość” mają wpisaną w codzienne działania. Napisał on we wprowadzeniu, że „w czasach burzli-

wych główne zadanie zarządu polega na tym, by zapewnić instytucji zdolność przetrwania, zapewnić jej strukturalną siłę i zdrowie” (Drucker, 1995:9). Podkreślał w ten sposób konieczność zarządzania z myślą o jutrze. Charakterystycznym wymogiem zarządzania w zmiennych okolicznościach jest inwestycja w to, co może być najbardziej trwałe. Za takie czynniki obecnie uznaje się wartości organizacyjne i kapitał społeczny organizacji, w przypadku którego istnieje powszechna zgoda, że przekłada się na wyniki finansowe organizacji (Dyduch, 2001). Sieć relacji społecznych w firmie, opartych na wartościach społecznościowych i odpowiedzialności, jest podstawą sukcesu ekonomicznego organizacji. Do tego również „proroczo” przekonywał ekonomistów Drucker w późniejszej pracy „Społeczeństwo postkapitalistyczne” (1999).

Podkreślając znaczenie miękkich czynników – w tym zaufania – dla efektywności organizacji, należy mieć na względzie m.in. wypowiedzi Druckera i jego kontynuatorów (Peters, 2005). Jednocześnie, odnosząc się do efektywności organizacji, warto pamiętać, że zaufanie do pracowników może być źródłem nie tylko wyjątkowej przewagi konkurencyjnej, bo trudno je ustanowić i naśladować (Kordel, 2002; Handy, 1995, za Grudzewski i in., 2009), ale też, że wyniki wielu badań, które wskazują na korzyści z zaufania wyrażające się czysto ekonomicznymi wskaźnikami (por. Grudzewski, op cit., s. 53-64), w szczególności – spadkiem kosztów transakcyjnych (Dyer, Chu, 2003, za: Grudzewski i in., op. cit., s. 59).

W tym miejscu, powracając do wcześniej wspomnianej funkcji integracyjno-kontrolnej organizacji, chcemy podkreślić fakt, że mówiąc o jej skuteczności, powinniśmy uwzględnić dwa ważne aspekty tej funkcji, tj. zarówno *kontrolę*, jak i *zaufanie*.

2 Czyli dotyczącej w szczególności kontaktów międzyludzkich w organizacji i roli tzw. czynnika ludzkiego.

3 Pierwsze wydanie polskie tej książki ukazało się w 1995 roku; patrz bibliografia (przyp. aut.).

3. Sposoby rozumienia zaufania i kontroli w organizacji

Związek pomiędzy zaufaniem a kontrolą jest od dawna powszechnie dostrzegany (Ratajczak, 1983; Möllering, 2006; Grudzewski i in., 2007). Wśród badaczy jednak brak jest ostatecznego rozstrzygnięcia kwestii, jaka jest istota i charakter tego powiązania. Teoretycznie mogą się one w jakiś sposób zastępować (substytucja), łączyć i uzupełniać (komplementarność), bądź pozostawać ze sobą w sprzeczności, gdy jedno wyklucza drugie (kontradykcja). Są też próby określenia tych zróżnicowanych zależności istniejących w relacji zaufanie-kontrola jako dwoistość (*duality*) (Möllering, 2005). Zaufanie w szczególności może również spełniać nawet te funkcje, które w tradycyjnych organizacjach pełni kontrola. Są to:

- zwiększenie szansy wykonania zadań zgodnie z zamierzeniami, oraz
- poprawianie nieprawidłowości na podstawie informacji zwrotnych o przebiegu i wynikach działań (Grudzewski i in., op. cit.).

Z psychologicznego punktu widzenia zarówno zaufanie, jak i kontrola pomagają zmniejszać poziom niepewności (ryzyka) dotyczący oczekiwanych wyników oraz zwiększać przewidywalność zachowań ludzi i zespołów. Według Skineera i Spiry (2003), można je zatem traktować jako odmienne strategie zarządzania ryzykiem i niepewnością (za: Grudzewski i in., op. cit.).

Aby bliżej przyjrzeć się analizowanym pojęciom, należy zacząć od określenia ich istoty oraz specyfiki ich wzajemnego związku.

Zaufanie i jego związek z kontrolą

Zaufanie z racji swojego „miękkiego” charakteru ujmowane bywa bardzo różnie przez

różnych badaczy⁴. W kontekście rozważań na temat zachowań w organizacji najczęściej przywoływaną w literaturze przedmiotu jego definicją jest sformułowanie Mayera, Davisa i Schoormana (1995). Według tych autorów zaufanie to: „Gotowość jednej ze stron do wystawienia się na potencjalnie krzywdzące działania drugiej strony, oparta na oczekiwaniu, że ta druga strona będzie przejawiać działania ważne dla ufającego, niezależnie od możliwości jej *monitorowania lub kontrolowania*” (podkreślenie własne).

Takie ujęcie stawia zaufanie i kontrolę w pewnego rodzaju paradoksalnej opozycji, w której wraz ze wzrostem możliwości (bądź potrzeby) kontrolowania drugiej strony, maleje potencjalna możliwość darzenia jej zaufaniem.

Dwie odmiany kontroli organizacyjnej - kontrola korygująca i kontrola zabezpieczająca

Kontrola w kontekście zarządzania uznawana jest za proces regulacji i monitoringu dla osiągnięcia założonych celów, zapewniający zgodność rzeczywistych działań z planowanymi (Stoner i in., 2001). Green i Welsh (1988) definiują ją jako cybernetyczny, regulujący proces, który kieruje i ogranicza interaktywne działania do pewnych standardów i celów. Tak rozumiana, zapewnia realizację zadań według planów, przez sprawdzanie ich stanu i pobudzanie działań naprawczych (korygujących) w przypadku dostrzeżonych odchyśleń (sprzężenie zwrotne).

W naukach dotyczących organizacji prezentowanych jest wiele idei kontroli (Emerson, 1926; Adamiecki, 1970; Kuc, 2001; Grudzewski i in., 2007). Wszyscy badacze zgadzają się jednak, że kontrola ma prowadzić do zmaksymalizowania zgodności pomiędzy planowanym efektem

4 Wśród nich są np. Deutsch (1954, 1960), Rotter (1967), Mayer, Davis i Schoorman (1995), Kramer i Cook (2004), Möllering (2006), Sztompka (2007), Covey (2009).

a ostatecznym wynikiem. W tym ujęciu staje się ona bardzo przydatnym w organizacji mechanizmem służącym jakości działań, niezależnym od kwestii zaufania. Ten rodzaj kontroli można nazwać *korygującą*.

Jednak, gdy przyjrzyć się procedurom kontrolnym stosowanym w przypadku wymagań administracyjnych (biurokratycznych), można dostrzec istotną różnicę w istocie kontroli.

O ile w podstawowej, organizacyjnej definicji kontroli jest mowa o zapewnianiu zgodności z planowanymi celami czy o korygującym sprzężeniu zwrotnym, można łatwo dostrzec, że wiele z procedur kontrolnych typu administracyjnego nie ma takiego charakteru. Sprawozdawczość, „wielopiętrowa” odpowiedzialność decyzyjna, wiele kopii dokumentów wędrujących do różnych „komórek”, czy wymóg, aby podwładni komunikujący się elektronicznie ze swoimi współpracownikami lub klientami wysyłali kopie korespondencji emailowej do wiadomości szefa (Górniak, 2007), nie służy bezpośrednio korygowaniu odchyżeń od planu czy celu. Ten rodzaj działań można by nazwać *kontrolą zabezpieczającą* lub *kontrolą istniejącego porządku*. Mimo, że są sytuacje, w których jest ona pożądana (patrz niżej: omówienie sytuacyjnej koncepcji Eisenhrdta), to wszędzie tam, gdzie dużą rolę odgrywa samomotywacja (np. w środowiskach twórczych), może stać się czynnikiem niekorzystnym.

Rozpatrując zjawisko kontroli, badacze wyróżniają podejście zewnętrzne (formalne) - oparte na pomiarach, procesach i „polityce” organizacji, i wewnętrzne (nieformalne) - oparte na wartościach społecznych, normach organizacyjnych, kulturze organizacji i przyjętych celach, dotyczących zachowań i wyników (Eisenhardt, 1985; Jaworski, 1988).

To drugie podejście, jeżeli występuje, nie stanowi zagrożenia dla zaufania, ani też nie jest jego przeciwieństwem. Natomiast podejście zewnętrzne wykorzystywane niezależnie

od sytuacji w długim okresie czasu, okazuje się wysoce problematyczne z punktu widzenia utrzymywania odpowiedniego dla dobrej współpracy poziomu zaufania, a jego negatywne skutki dla skuteczności działań zespołowych są bardzo znamienne. Jak pisze Tworuszka (2008), tworzenie nowych, formalnych uregulowań i działanie według przyjętych procedur wpływa na ograniczanie marginesu swobody członków organizacji oraz pozwala na sprawowanie nad nimi skutecznej kontroli. Z jednej strony sprzyja to większej przewidywalności zachowań. Jednak łączy się też z kwestią wykorzystywania władzy, spostrzeganego często przez podwładnych jako jej nadużywanie (Tworuszka, 2008). Można powiedzieć, że jeśli kontrola zaczyna występować jako „dowód” na to, kto ma władzę, a nie jest uzasadniona sytuacyjnie, przyczynia się ona bardzo wydatnie do niebezpiecznego obniżenia poziomu zaufania oraz – co za tym idzie – stopnia zaangażowania w pracę.

W kontekście rozważań dotyczących relacji międzyludzkich w organizacji, o kontroli należy mówić jako o *sprawdzaniu zachowań ludzi*, wynikającym z przekonania, że mogą oni niewłaściwie realizować postawione przed nimi zadania. Tak rozumiany cel kontroli wywołuje u sprawdzanego przekonanie, że sprawdzający nie ufa albo w jego kompetencje, albo w jego uczciwość. To frustrujące przekonanie może być źródłem resentymentu, w tym zarówno niepokoju, jak i złości. Uczucia te jak rdza nadgryzają sieć pozytywnych międzyludzkich relacji tworzących przyjazne dla człowieka środowisko psychospołeczne. Można sądzić, że im częściej pojawiać się będą tak spostrzegane działania sprawdzające lub im bardziej będą one szczegółowe i podane sztywnym procedurom, tym bardziej będą wzmacniać przekonanie sprawdzanego, że druga strona, przynajmniej do pewnego stopnia, mu nie ufa.

4. Kontrola i zaufanie a kwestia mierzalności wyników i programowalności zadań

Aby przybliżyć kwestię znaczenia i sytuacyjnej przydatności kontroli w organizacji w nawiązaniu do roli czynnika ludzkiego, można odwołać się do koncepcji Eisenhardta przywoływanej w kontekście analizy mechanizmów kontroli w zależności od sytuacji, w jakiej jest stosowana (Grudzewski i in., op. cit.).

Eisenhardt (1995, za: Grudzewski i in.) zaproponował wyodrębnienie dwóch zmiennych, które ułatwiają wybór odpowiednich sposobów kontroli. Są to: *programowalność zadań* oraz *mierzalność wyników*. Programowalność zadań odnosi się do poziomu przejrzystości działań (procesów). Innymi słowy, niska programowalność oznacza, iż zadanie jest złożone, mało przejrzyste, czyli przede wszystkim nierutynowe, typowe dla zmiennych sytuacji (np. sprzedawanie). Mierzalność wyniku dotyczy precyzji i obiektywności pomiaru efektów działania. Jeśli współpraca jest łatwa pod względem procesowym oraz istnieją jasne standardy dla produktów i usług, nie ma potrzeby jej kontrolowania, i co ciekawe, nie ma również miejsca na występowanie relacji zaufania. Sytuacja ta bowiem na tyle minimalizuje ryzyko, że konieczny warunek zaistnienia zaufania jest spełniony.

Kontrola wyników wydaje się najwłaściwszą dla działań z wysoką mierzalnością wyników oraz niską programowalnością zadań, czyli wtedy, gdy nie możemy dokładnie określić procesów (Ouchi, 1977, 1978; za: Grudzewski i in., op. cit.). W takim przypadku ścisła kontrola zachowań nie jest przydatna. Ustalenie wymiernych kryteriów kontroli wyników, ich poziomów oraz odchyień pozwala zmniejszyć ryzyko pogorszenia wyników. Najbardziej rozpowszechnione działania kontrolne stosowane w tym przypadku to planowanie i budżetowanie. W tego typu

sytuacjach stosowana jest zazwyczaj metoda zarządzania poprzez cele, zwana inaczej zarządzaniem zorientowanym na rezultat (Drucker, 1998; Schouten, van Beers, 2002). W tym przypadku występuje bardzo wyraźnie zaufanie dotyczące kwestii wyboru dróg, do wyników.

Kontrola zachowań (Ouchi, op. cit.) jest użyteczna w innych warunkach - przy niskiej mierzalności wyników (trudności w ich ocenie) i wysokiej programowalności zadań, czyli dużej wiedzy o procesach. Kontrola zachowań (nazywana również kontrolą procesową) zapewnia, że określone zachowania prowadzą do pożądanych wyników. Natomiast nie może ona koncentrować się na końcowych wynikach, które - z racji swojej specyfiki - są trudne do zmierzenia, np. wytwory pracy reporterskiej (Das, 2001; za: Grudzewski i in., op. cit.). Kontrola taka zmniejsza tzw. ryzyko racjonalne, związane z prawdopodobieństwem nieuczciwych i niepożądanych działań, których skutki są trudno mierzalne. Do często wykorzystywanych sposobów kontroli zachowań należą: polityka organizacji, procedury, struktury raportowania, szkolenia, obsadzanie stanowisk pracy. Procedury i „polityka” określają cel i sposób, w jaki ma być on osiągnięty. Struktury raportowania wyznaczają role poszczególnych podmiotów systemu, gwarantują nadzór i monitoring działań. Jest to na pewno rodzaj wymienionej wcześniej kontroli zabezpieczającej porządek. Odpowiednia rekrutacja i obsada stanowisk umożliwi dobór pracowników, których zachowania są zgodne z oczekiwanymi. Właściwe szkolenia rozwijają zdolności i umiejętności pracowników oraz mogą ich przekonać do pożądanych zachowań.

Istnieje też kontekst pracy, który można uznać za najprostszy do kontrolowania, w którym występuje zarówno wysoka programowalność zadań, jak i łatwa mierzalność wyników. Takim przypadkiem jest np. praca monterów (Das, op. cit.), czy szeroko rozumiana branża inżynierska - techniczna (kontrola techniczna). W tym

przypadku, z racji możliwości prostego odniesienia jakości wykonywanej pracy czy wytworu do konkretnych standardów lub norm, obszar niepewności, który włączałby zaufanie jest bardzo niewielki. Nawet jeśli monterzy czy inżynierzy nie okazaliby się uczciwi i nie wywiązaliby się należycie ze swojej pracy, odpowiedni „biegły” powołany do rozstrzygnięcia problemu z łatwością wskazałby winnego. Taka możliwość staje się naturalnym hamulcem dla ewentualnych zachowań oportunistycznych.

Sytuacją najbardziej nietypową, patrząc z tradycyjnej perspektywy organizacyjnej jest ta, w której zarówno mierzalność wyników, jak i programowalność zadań są trudne do zapewnienia, zwłaszcza w początkowej fazie działań. Ma to miejsce w przypadkach, w których nie istnieje wśród członków organizacji pełna zgodność odnośnie celów. Choć może to wydawać się sprzeczne z samą istotą organizacji, to jednak w warunkach szybko zmieniającego się otoczenia, tam, gdzie dominuje silna potrzeba rozwoju i/lub koniecznym warunkiem istnienia jest odróżnianie się od innych podmiotów, cele organizacyjne mogą ewoluować i zmieniać się w czasie. Wynika to choćby z tego, że inne podmioty z danej branży też dążą do wyróżnienia się – poprzez postęp wiedzy lub innowacyjność, co musi wpływać na zmianę treści celów. W takich okolicznościach oczekuje się od pracowników, że będą poszukiwać i dostarczać pomysłów dotyczących nie tylko usprawniania procesów wewnętrznych (wzrost efektywności), ale też takich, które pokażą nowe kierunki działania. Podobna sytuacja występuje w organizacjach o charakterze twórczym (instytucje naukowe i artystyczne). W takim przypadku najważniejszym czynnikiem regulującym sposób poszukiwań jest wypracowanie takiego systemu norm i wartości, który stanie się czymś w rodzaju ogólnego wewnętrznego „drogowskazu”.

Jaworski mówi w takim przypadku o potrzebie *kontroli społecznej* (1988, za: Grudzewski i in.). Ma ona, odwołując się do powszechnie uznanej

kultury i wspólnego systemu wartości, umożliwić uczestnictwo w ustalaniu i realizacji celów oraz zmniejszenie rozbieżności w traktowaniu celów przez członków organizacji. Kontrola społeczna pozwala zapewnić odpowiednią efektywność w okolicznościach wieloznacznych, w których brak jest wyraźnych granic postawionych działaniom, a ustalanie celów najczęściej odbywa się oddolnie, w sposób zdecentralizowany oraz rozwija się w czasie. Dzięki świadomości bycia jedną i zgodną społecznością, pracownicy stają się bardziej oddani organizacji i dzielą poglądy, które wpływają na ich większe zaangażowanie i skuteczność działań (Blanchard, O'Connor, 1998; Blanchard i in., 2007).

Kontrola tego typu ogranicza zarówno ryzyko racjonalne, jak i ryzyko wyników. Sposoby kontroli społecznej to unaocznianie i rozwijanie kultury przez „rytuały”, „ceremonie” i współpracę, w celu ustanowienia wspólnych norm i wspólnych przekonań. Gdy zostaną one zinternalizowane przez członków organizacji, umożliwiają ograniczenie bezpośredniego nadzoru i ciągłego „patrzenia innym na ręce”.

Konteksty pracy, w których kontrola społeczna jest optymalną formą kontroli to np. środowiska naukowe (Das i in., op. cit.), ale także szybko rozwijające się i innowacyjne podmioty komercyjne, w których zasady postępowania wywodzą się z deklaracji wspólnych wartości uznanych przez pracowników. Aby mógł się w pełni sprawdzić system kontroli społecznej, członkowie organizacji powinni czuć się częścią społeczności organizacyjnej. Główną różnicą pomiędzy traktowaniem członków organizacji jako „ogółu pracowników” (czy wręcz „zasobów ludzkich”), a spostrzeganiem ich jako społeczność, jest - występująca w drugim przypadku - możliwość ich wpływania na sposób funkcjonowania danej organizacji, oparta na znajomości realiów organizacyjnych. W takich okolicznościach niezbędny jest warunek powszechnej przejrzystości rozumianej m.in. jako eliminowanie „tajemnic” z życia or-

organizacyjnego, szczerść, wewnętrzna otwartość i dzielenie się wiedzą kluczową dla przyszłości organizacji (Bennis i in., 2008). W ten sposób kontrola społeczna wyraźnie łączy się ze zjawiskiem zaufania organizacyjnego, stając się istotnym elementem procesu jego budowy.

Gdy w takim kontekście organizacyjnym pojawiają się formy kontroli typu „niespołeczne”, wskazane w innych okolicznościach, członkowie organizacji mogą je potraktować (i zazwyczaj tak się dzieje) jako bardzo wyraźny sygnał braku zaufania. Z psychologicznego punktu widzenia, odbiorowi takich praktyk musi towarzyszyć zniechęcenie, brak zaangażowania i demotywacja.

Wymiar kontrola-zaufanie i jego dwubieguny charakter

Zarysowane różnice w zakresie funkcji i form kontroli, wskazują wyraźnie na konieczność dostosowania form i metod kontroli do formy aktywności, którą pragniemy kontrolować, a w tym do charakteru i złożoności wykonywanych zadań. Należy przy tym pamiętać, że wszelka kontrola ludzkiej aktywności wymaga uwzględnienia wpływu, jaki wywiera ona na postawy i charakter międzyludzkich relacji i to zarówno wpływu bezpośredniego w obszarze stosunków kontrolowany – kontrolujący, jak i pośredniego na całe środowisko społeczne danej organizacji. Konieczne jest więc, aby przy budowaniu systemu kontroli zachować w polu uwagi kwestie psychospołeczne⁵. Mówiąc o kontroli należy np. odróżnić od siebie okresową „obserwację” wykonawcy w celu zaangażowania go w realizację zadań

opartą na odpowiedzialności i samokontroli, od zinstytucjonalizowanego, formalnego nadzorowania, w celu sprawdzenia, czy ktoś znów nie popełnił błędu. W tym ostatnim przypadku sytuacja kontroli w sposób naturalny łączy się z brakiem zaufania. Ponieważ kontrola tego typu zwykle ma charakter „punktowy” (bywa przeprowadzana w określonych odcinkach czasowych), również nie daje absolutnej pewności, że poza tym okresem „wszystko będzie przebiegać prawidłowo”. Podobnie też, przedstawienie komuś nakazu przestrzegania określonej procedury, nauczanie i potwierdzenie jej znajomości certyfikatem, nie daje całkowitej pewności, że ten ktoś do tej procedury się zastosuje. W tej sprawie możemy mu tylko zaufać.

Podsumowując krótko problem powiązań występujących pomiędzy kontrolą i zaufaniem należy podkreślić, że można spojrzeć na oba czynniki jak na dwa krańce wieloaspektowego kontinuum, istotnego dla człowieka zarówno w wymiarze indywidualnym, społecznym, jak i organizacyjnym. Przy takim, nie dychotomicznym, a kontinualnym podejściu, bardzo ważne pytanie: „Zaufanie czy kontrola i w jakiej sytuacji?”, zostaje przekształcone w pytanie: „Ile zaufania, a ile kontroli i w jakich sytuacjach?” Odpowiadając na nie należy uwzględnić również kwestię samokontroli, związanej z odpowiedzialnością dojrzałej moralnie jednostki oraz uwewnętrznieniem przez nią wartości, według których ocenia swe zachowanie. Warto w tym miejscu podkreślić, że przyjęcie na siebie odpowiedzialności możliwe jest jedynie w warunkach poczucia przynajmniej względnej wolności i zaufania.

Wracając do zagadnienia kontroli, rozumianej tu głównie jako rodzaj kontroli zewnętrznej, warto zwrócić uwagę, że pozostawienie pewnego marginesu na zaufanie jako stymulatora odpowiedzialności i samokontroli tworzy sprzyjające warunki dla ich rozwoju, podobnie jak likwidacja zaufania poprzez zastąpienie go drobiazgową kontrolą i szczegółowymi regulacjami wszelkich

5 Szczególnie ważnym obszarem psychologicznym wydaje się być tu obszar zaufania i wolności, który traktować można jako fragment wieloaspektowego, wspólnego kontinuum rozciągającego się od skrajnej kontroli do pełnego zaufania. Uznając wieloaspektowość omawianej dimensji, można tu dostrzec jeszcze jeden rodzaj powiązania, a mianowicie zależność pomiędzy wolnością i władzą (Crozier, Friedberg, op. cit.).

możliwych form ludzkiej aktywności, prowadzi do zdużenia wewnętrznej odpowiedzialności i samokontroli opierającej się na wartościach. Co więcej, zaufanie pełni w stosunkach międzyludzkich funkcję ochronną, zwiększając poczucie bezpieczeństwa i pozytywne nastawienie do innych, tym samym redukuje stres i ułatwia nawiązywanie bliskich, przyjaznych kontaktów.

Należy podkreślić, że istnieje ścisły związek między podmiotowym traktowaniem człowieka w organizacji, a tworzeniem klimatu zaufania. Zdaniem Kożusznik (2007), podmiotowość jest wynikiem następujących warunków (s. 52):

- zapewnienie poczucia sprawstwa, przez uświadomienie sensu pracy, dostarczenie pracownikom poczucia kompetencji i odpowiedzialności,
- uświadomienie uczestnictwa w społecznym systemie przedsiębiorstwa za pomocą różnych form partycypacji w organizacji, czyli dzielenie się władzą z pracownikami,
- kształtowanie warunków pracy zapewniających poczucie podmiotowości,
- współdziałanie pracowników w tworzeniu koncepcji zmian.

W każdym z wymienionych przypadków, kierownictwo potwierdza fakt, że gotowe jest podjąć ryzyko dopuszczenia pracowników do współdecydowania o sprawach istotnych dla realizacji ogólnych celów organizacji, co buduje bądź wzmacnia relację zaufania. Współdecydowanie, patrząc z punktu widzenia przedstawicieli zarządu, może nieść za sobą niekorzystne dla ich interesów następstwa. Zaufanie wyrażać się więc będzie w tym przypadku gotowością do wystawienia się na możliwe negatywne następstwa decyzji o współdecydowaniu, z jednocześnie wpływającym z uzasadnionych przesłanek oczekiwaniem, że druga strona będzie działać na rzecz wartości organizacyjnych. Zaufaniu towarzyszy zawsze jednak pewne ryzyko, że oczekiwania mogą się nie sprawdzić. Ryzyko to można sprowadzić do pewnych rozsądnych rozmiarów,

jednak nie da się go całkowicie wyeliminować, gdyż jest ono wpisane w kondycję ludzką. Chcąc jednak za wszelką cenę sprowadzić je do zera, próbuje się zastąpić zaufanie pełną kontrolą lub inną formą manipulacji. Jednak w obu przypadkach cierpi zaufanie, podobnie jak ściśle związana z nim sieć subtelnych, międzyludzkich relacji.

Rezygnując z zaufania na rzecz pełnej kontroli lub manipulacji ludzie zaczynają traktować się w sposób bezduszny i przedmiotowy, a jednocześnie ich życie staje się coraz bardziej ukierunkowane na zewnątrz wartości, których stają się niewolnikami i paradoksalnie coraz bardziej pełne stresu. Postawa życiowa, w której zaufanie staje się martwym i pustym pojęciem, nie mającym zastosowania do opisu rzeczywistości, zapoczątkowuje proces odczłowieczania się ludzi, w efekcie którego, w zbiurokratyzowanym systemie, tracą oni zarówno poczucie wolności, jak i odpowiedzialności, a przez sztywne i coraz mniej efektywne działania narażają w końcu i organizację na straty znacznie większe niż te, które poniosłaby w związku z narażeniem się na ryzyko związane z zaufaniem.

Warto podkreślić, że wzrost wymagań administracyjnych w sposób naturalny zwiększa potrzebę kontroli. Zjawisko to ma co najmniej dwie przyczyny. Po pierwsze, nowe wymagania odgórne mogą być spostrzegane przez podległych pracowników jako nowe obowiązki, które bez odpowiednich uzasadnień i instrukcji ze strony kierownictwa będą łatwo „bojkotowane”. Po drugie, w gąszczu rozmaitych ograniczających i monitorujących zarządzeń, zwłaszcza w dużej „odległości” od „centrum zarządzania”, może wzrastać wśród pracowników pokusa do wykorzystania efektu „mgły organizacyjnej” dla nieoficjalnego czerpania osobistych korzyści. Zwłaszcza druga z tych potencjalnych przyczyn staje się czynnikiem budzącym podejrzliwość kierownictwa, a w prostej linii także pracowników administracji. Ci ostatni, chcąc zapewnić sobie bezpieczniejszą sytuację względem zarządzających (ich

bezpośredniej władzy zwierzchniej), stają się tym bardziej gorliwi w poszukiwaniu lepszych metod kontroli. W wielu wypadkach wiąże się to z podsuwaniem kierownictwu swoich pomysłów w tym zakresie.

Poziom spostrzegano przez pracowników zaufania kierownictwa do nich, stanowi jeden z ważniejszych, pozamaterialnych czynników motywacyjnych (McGregor, 1960; Robbins, 2004) i jest bardzo wrażliwy na przypisywanie przyczyn bycia kontrolowanym. W zasadzie, świadomość każdej z wymienionych przyczyn pogarsza relację zaufania zarówno z administracją, jak i w dalszym efekcie – z kierownictwem, którego administracja jest narzędziem. W zależności od tego, która z powyżej opisanych potencjalnych przyczyn wyjdzie na pierwszy plan w rozumowaniu pracownika, pogorszenie jakości współpracy może być tylko większe lub mniejsze.

Równie patologiczny charakter ma graniczące z naiwnością absolutne zaufanie, pozbawione wszelkiej kontroli. Tworzy ono co prawda potrzebną człowiekowi przestrzeń wolności, ale jeśli przestrzeń ta pozbawiona jest odpowiedzialności, dla psychiki ludzkiej jest ona równie zgubna co całkowite pozbawienie jej pożądanej wolności. Można zasadnie sądzić, że różne sytuacje i zadania wymagać będą różnej proporcji obu składników opisywanej dymensji (kontrola/zaufanie), lecz w każdej sytuacji, w której mamy do czynienia z kontrolą, niezbędny jest, choćby najmniejszy, element zaufania i podobnie za każdym razem, kiedy mamy do czynienia z zaufaniem, niezbędny jest pewien element kontroli.

Jak już pisaliśmy, ryzyko i niepewność wpisane są w naturę człowieka i jego egzystencjalną sytuację w świecie, gdzie takie dylematy jak wolność, wybór i odpowiedzialność stanowią wciąż o istocie istnienia. Stąd też usuwanie ich przez pozorne rozwiązania technologiczno - organizacyjne w postaci np. 100% kontroli, likwidują w gruncie rzeczy samego człowieka, przekształcając go

w bezmyślną maszynę lub w bezdusznego i cynicznego manipulatora. W szerszej perspektywie społeczno - politycznej dobrą ilustracją zarysowanego tu problemu mogą być głębokie patologie systemów totalitarnych w rodzaju stalinizmu czy hitleryzmu, z rozbudowywanym z upływem czasu systemem kontroli oraz kontroli nad tą kontrolą. Ludzie w takich systemach cierpią i są przez nie łamani bądź deprawowani, nie znajdując tam warunków dla zdrowego i prawidłowego rozwoju. Człowiek, aby żyć zdrowo, musi być w pewnym stopniu wolny, także i po to, aby móc ryzykować, konfrontować się z ograniczeniami i uczyć się odpowiedzialności. Sytuacja braku zaufania i pełnej kontroli warunków takich możliwości z pewnością nie dostarcza.

Brak zaufania wywołuje konieczność częstego sprawdzania drugiej strony, gdzie formalne środki kontroli (wyników i działań) mogą być uznane za bezosobowe zamienniki (substytuty) dla zaufania. Istnieją jednak sytuacje, w których pewna doza kontroli może stać się zachętą do budowania zaufania i współpracy. Ma to miejsce np. w przypadku współpracy między nowymi partnerami (Grudzewski i in., 2007). Gdy zwiększa się ilość kontaktów i rozwija współpraca, korzystny związek między sposobami kontroli a zaufaniem może i powinien ulegać zmianie w kierunku wzrostu zaufania i spadku ilości zabezpieczeń. Spadek ten ujawnia gotowość do wystawienia się na ryzyko zachowań oportunistycznych oraz przekonanie o dobrej woli drugiej strony, co jest istotą zaufania.

Jak wynika z badań empirycznych, kontrola działań oraz kontrola wyników są skuteczniejsze w obecności zaufania (Vryza i Fryxell, 1997; za: Grudzewski i in.). Poza tym, kontrola zaczyna nabierać znaczenia w takich okolicznościach, w których decydujemy się na wspólne działania, co wymaga już wstępnego zaufania do współpracowników, wyrażającego się w wierze w powodzenie działań. Rzadko spotykamy sytuacje, w których istnieje tylko zaufanie lub tylko

kontrola. Oba te czynniki zwykle współlistnieją, wpływając na siebie nawzajem i na ogólne wyniki przedsięwzięcia.

W odniesieniu do konkretnego człowieka zwiększenie poziomu kontroli, zwłaszcza nieuzasadnione widocznymi potrzebami, wywołuje napięcie i poczucie niezadowolenia oraz obniżenie poczucia własnej wartości. W szczególności może to dotyczyć jednostek bardzo twórczych i niezależnych. Przeciwdziałanie takim zjawiskom jest trudne, ponieważ kontrola formalna nie jest wolna od przykrych skojarzeń i odczuć. Ich źródłem są nieprzyjemne fakty, których ujawnienie prowadzi do krytyki, działa więc stresująco i zniechęcająco (Kuc, 2001). Badania dowiodły, że występowanie tego efektu związane jest z ocenami, które są sprzeczne, niesprawdzone, nieprzewidywalne lub nieosiągalne (Kuc, 1999). O ile dwudziesty wiek doświadczył podniesienia kontroli menedżerskiej, głównie przez zastosowanie zasad zarządzania naukowego, o tyle dwudziesty pierwszy wiek staje wobec zmian sposobów kontrolowania (Kuc, 2001). Można przypuszczać, że potrzeba kontroli nadal będzie silna, ale będzie odbywać się za pomocą innych sposobów, takich jak np. kontrola społeczna. Tego typu oddziaływania mogą stworzyć większe pole dla ujawniania i rozwijania twórczych postaw i zachowań ludzi, zespołów i całych organizacji.

Ze względu na wysoką ważność takiej wiedzy dla współpracy pomiędzy innymi organizacjami (również nie będącymi podmiotami gospodarczymi), a także współpracy między jednostkami dużych organizacji – na przykład wyższych uczelni – wskazane jest bliższe zbadanie tych zależności również na tym gruncie.

Według Kuca (1999) dzisiaj nikt nie podważa niezbędności kontroli w zarządzaniu. Jednocześnie można sądzić, że dobrze zaplanowane cele i środki, w dobrze ukształtowanych strukturach, przy skutecznym systemie motywowania, mogą prowadzić do ograniczeń zakresu i intensywności kontroli (Kuc, 1999). Kluczową składową ta-

kich nowych, alternatywnych systemów powinno stać się zaufanie.

W tradycyjnym modelu zarządzania dominowało przekonanie, że „szary” członek organizacji (podwładny, pracownik) ma być posłuszny swoim zwierzchnikom. Oznaczało to, że zgodnie z ich wolą ma wykonywać pochodzące od nich polecenia. Obecnie, w czasach szybkich zmian, z jakimi na co dzień mamy do czynienia, bardzo cennym dobrem stała się tzw. proaktywność na poziomie każdego członka organizacji⁶. Proaktywność przede wszystkim łączy się z przyjmowaniem odpowiedzialności za następstwa swoich działań i z samodzielnymi wyborami. W ujęciu bardziej szczegółowym można ją traktować jako świadome wywieranie wpływu na okoliczności zewnętrzne, tak aby sprzyjały one osiągnięciu zamierzonych celów (Frankl, 2004; Covey, 1989). Łączą się z nią następujące zachowania: osobista inicjatywa, indywidualna innowacyjność, gotowość do zabierania głosu, podsuwanie pomysłów rozwiązań, poczuwanie się do odpowiedzialności za rozwiązywanie pojawiających się problemów, itp.

Bliższe przyjrzenie się okolicznościom, w których ludzie wykazują się proaktywnością wykazało, że określone cechy sytuacji pracy mogą mieć na nią znaczący wpływ. Chodzi przede wszystkim o takie cechy sytuacji, które wpływają na korzystne spostrzeganie własnych możliwości działania (Parker i in., 2006). Inne badania wykazały, że proaktywne jednostki chętnie podejmują inicjatywę, jeżeli uważają, że kontrolują sytuację (Frese i Fay, 2001). Sytuacja bycia nadmiernie kontrolowanym pozostaje w wyraźniej sprzeczności z potrzebą posiadania kontroli. Warto zaznaczyć, że nie chodzi tutaj o potrzebę władzy,

6 W wielu polskich organizacjach utrzymują się postawy „tradycyjne”, w świetle których tzw. proaktywność może być zagrożeniem dla kierownictwa. Mówi się tam o możliwości „psucia” słusznych posunięć kierownictwa „kłopotliwą” inicjatywą wychylających się pracowników.

tylko o swobodę wykorzystywania własnej inicjatywy, bez krępujących przepisów i podejrzliwości przełożonych.

5. Podsumowanie

Kończąc nasze rozważania zdajemy sobie sprawę, że wskazując na problem nie zaprezentowaliśmy jasnego rozwiązania. Nie to było jednak naszym celem, tym bardziej, że być może precyzyjne i eleganckie rozwiązanie opisanego problemu nie istnieje. Chcieliśmy przede wszystkim zwrócić uwagę na często przeoczany fakt, że organizacyjne rozwiązania wszędzie tam, gdzie w grę wchodzi ludzie - ze swymi przekonaniem, uczuciami i specyficznymi ludzkimi potrzebami, muszą brać je wszystkie pod uwagę. W przeciwnym przypadku wcześniej czy później pojawi się jakaś forma patologii - będzie chorować organizacja lub zatrudnieni w niej ludzie, albo choroba dotknie i organizację, i ludzi. W przypadku zagadnień związanych z kontrolą, jak się to staraliśmy wykazać, na plan pierwszy wysuwa się problem zaufania i prawdopodobnie ukryte pod nim potrzeby szacunku i wolności, a także władzy. Nie decydując z góry ile kontroli, a ile zaufania, postulujemy by przy planowaniu systemu kontroli w sposób świadomy i elastyczny uwzględniać pewne jej ograniczenia, zostawiając mniejszy lub większy (zależnie od przedmiotu kontroli) margines wolności, pozwalający na rozwój zaufania będącego cementem pozytywnych relacji międzyludzkich. Takie ogólne stwierdzenie w sposób oczywisty może budzić wiele pytań i wątpliwości. My również nie jesteśmy ich pozbawieni, ale kieruje nami przekonanie, że nawet samo postawienie tego typu trudnych tematów uwzględniających nie tylko problemy i interesy organizacji, lecz także należących do niej jednostek, potrzebujących odpowiednich warunków psychologicznych dla efektywnego działania i rozwoju, może stanowić ważny krok do przodu w dochodzeniu do potrzebnych rozwiązań.

Aby dopełnić nasze - choć w dużej mierze psychologiczne, lecz jednak dotyczące ekonomii - wywody, kończymy bardzo aktualnym na dziś cytatem z wspomnianego w tekście „ekonomicznego” autorytetu:

„Dziś bardzo wiele się mówi o „nadawaniu uprawnień (*entitlement*) i upełnomocnieniu (*empowerment*)”. Terminy te wyrażają odchodzenie od organizacji opartej na wydawaniu poleceń i kontrolowaniu, ale są w podobnym stopniu powiązane z władzą i stanowiskiem jak stare terminy - „wydawanie poleceń” i „kontrola”. Zamiast nich powinniśmy mówić o odpowiedzialności i wkładzie. Władza bez odpowiedzialności w ogóle nie jest władzą, jest brakiem odpowiedzialności.” (Drucker, 1999).

Bibliografia:

- Adamiecki, K. (1970), *O nauce organizacji*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Bennis, W., Goleman, D., O'Toole, J. (2008), *Szczerłość w biznesie. Szczerłość, zaufanie, jasne zasady*, Warszawa: MT Biznes.
- Barney, J., Hansen, M. (1995), *Trustworthines as asource of competitive advantage*, Strategic Management Journal, 15 (special issue).
- Blanchard, K. (2007), *Przywództwo wyższego stopnia*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Blanchard, K., O'Connor, M. (2000), *Zarządzanie poprzez wartości*, Warszawa: Studio EMKA.
- Cartwright, D., Zander, A. (1960), *Group Dynamics*, Evanstone: Harper.
- Covey, S.R. (2009), *Szybkość zaufania*, Poznań: Wydawnictwo FranklinCovey, Rebis.
- Crozier, M., Friedberg, E. (1982), *Człowiek w organizacji*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- D'Amico, L. (2003), *Examining determinants of managerial trust: Evidence from laboratory experiment*, Paper presented at the National Public Management research Conference, Washington D.C., October 10, 2003.
- Das, T.K., Teng Bing-Sheng, (2001), *Trust, control and Risk in strategic alliances: An integrated framework*, Organizational Studies 22(2).
- Deutsch, M. (1954), *Trust and cooperation – same theoretical notes*, New York: Research Center for Human Relations.
- Drucker, P. (1995), *Zarządzanie w czasach burzliwych*, Kraków – Warszawa: Czytelnik, Nowoczesność, Akademia Ekonomiczna.
- Drucker, P. (1998), *Praktyka zarządzania*, Kraków – Warszawa: Czytelnik, Nowoczesność, Akademia Ekonomiczna.
- Dyduch, W. (2001), *Kapitał społeczny organizacji pożywką dla przedsiębiorczości i innowacyjności*, [online]: http://www.zti.com.pl/instytut/pp/referaty/ref42_full.html#11
- Dyer J.H., Chu W.C. (2003), *The role of trustworthiness in reducing transaction costs and improving performance: empirical evidence from the United States, Japan, and Korea*, Organizational Science, nr 14(1), s. 57-68.
- Eisenhardt, K.M. (1985), *Control: Organizational and economic approaches*, Management Sciences 31.
- Emerson, H. (1926), *Dwanaście zasad wydajności*, Warszawa: INO.
- Frankl, V. (2004), *Man's Search for Meaning. An Introduction to Logotherapy*, London: Random House / Rider.
- Frese, M., Fay, D. (2001), *Personal Initiative (PI): A concept for work in the 21st century*, Research in Organizational Behavior 23.
- Górniak, L. (2007), *Opcja do wiadomości szefa*, Pracodawca 12(120), wywiad przeprowadzony przez E. Dziwisz.
- Green, Welsh, (1988), *Cybernetic and dependence: Reframing the control concept*, Academy of Management Review 13.
- Grudzewski, W.M., Hejduk, I.K., Sankowska, A., Wańtucho-wicz, M. (2007), *Zaufanie w organizacjach wirtualnych*, Warszawa: Difin.
- Grudzewski, W.M., Hejduk, I.K., Sankowska, A., Wańtucho-wicz, M. (2009), *Zarządzanie zaufaniem w przedsiębiorstwie*, Kraków: Oficyna Wolters Kluwer Business.
- Handy, C. (1995), *Trust and the virtual organizations*, Harvard Business Review, 73(3).
- Jaworski, B.J. (1988), *Toward a theory of marketing. Environmental context, Control types, and consequences*, Journal of Marketing 52(7).
- Kordel, P. (2002), *Zarządzanie przez zaufanie*, (w:) A. Peszko (red.), *Ekonomia – Informatyka – Zarządzanie*, Kraków: Wydawnictwo AGH.
- Kożusznik, B. (2005a), *Kierowanie zespołem pracowniczym*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Kożusznik, B. (2005b), *Wpływ społeczny w organizacji*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Kożusznik, B. (2007), *Zachowania człowieka w organizacji*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, wyd. II.
- Kożusznik, D. (2005), *Korelaty zaufania w organizacji: weryfikacja modelu Hwee Hoon Tan (2000)*, Praca Magisterska, Kraków, Instytut Psychologii Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Kramer, R.M., Cook, K.S. (2004), *Trust and distrust in organizations*, New York: Russell Sage Foundation.
- Kuc, B.R. (2001), *Kontrola menedżerska. Przelamywanie barier*, Warszawa: Wydawnictwo Menedżerskie PTM.

- Lipińska-Grobelny, A. (red.) (2007a), *Klimat organizacyjny i jego konsekwencje dla funkcjonowania pracowników*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Mayer, R.C., Davis, J.H., Schoorman, F.D. (1995), *An integration model of organizational trust*, Academy of management, The academy of management Review, July, Vol. 20, No. 3.
- Maslow, A. (1986), *W stronę psychologii istnienia*, Warszawa: PAX.
- McGregor, D. (1960), *The human side of enterprise*, New York: McGraw-Hill.
- Mika, S. (1981), *Psychologia społeczna*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Möllering, G. (2005), *The Trust/Control Duality. An integrative perspective on positive expectations of others*, International Sociology, September 2005, Vol. 20(3).
- Möllering, G. (2006), *Trust: reason, routine, reflexivity*, Amsterdam: Elsevier.
- Ouchi, W.G. (1977), *The relationship between organizational structure and organizational control*, Administrative Science Quarterly, 22.
- Ouchi, W.G. (1978), *The transmission of control through organizational hierarchy*, Academy of Management Journal 21(2).
- Parker, S. K., Johnson, A., Collins, C. G. (2006a), *Enhancing proactive patient care: An intervention study*, Paper presented at the Academy of Management Conference, Atlanta, USA.
- Parker, S. K., Williams, H. M., Turner, N. (2006b), *Modeling the antecedents of proactive behavior at work*, Journal of Applied Psychology 91(3).
- Peters, T. (2005), *Biznes od nowa!*, Warszawa: Wydawnictwo Studio EMKA.
- Ratajczak, Z. (1983), *Zaufanie interpersonalne*, (w:) X. Gliszczyńska (red.), *Człowiek jako podmiot życia społecznego*, Wrocław: Ossolineum.
- Robbins, S.P. (2004), *Zachowania w organizacji*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Rogers, C.R. (1961), *On becoming a person*, Boston: Houghton Mifflin.
- Rotter, J. (1967), *A New scale for the measurement of interpersonal trust*, Journal of Personality 35.
- Sankowska, A. (2007), *Wpływ zastosowania koncepcji wirtualnego organizowania innowacyjność przedsiębiorstwa*, Rozprawa Doktorska, Politechnika Warszawska, Warszawa.
- Schein, E.H. (1980), *Organizational Psychology*, Third Edition, New Jersey, Prentice-Hall.
- Schein, E. H. (1988), *Organizational Culture*, Sloan School of Management Working Papers, Massachusetts Institute of Technology.
- Schouten, J., van Beers, W. (2003), *Zarządzanie zorientowane na rezultat*, Kraków: IFC Press, Nowe Motywacje.
- Simons, T. (2003), *Wysokie koszty utraty zaufania*, Harvard Business Review, 3 (maj).
- Stoner, J.A.F., Freeman, R.E., Gilbert, R.D. (2001), *Kierowanie*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Sztompka, P. (2007), *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*, Kraków: ZNAK.
- Tworuszką, A. (2008), *Zrozumieć organizację sformalizowaną*, [online]: www.racjonalista.pl/pdf.php/s,4593.
- Vryza, M., Fryxell, G.E. (1997), *The interaction of trust and control mechanism in the management of successful international joint venture*, Paper presented at the annual meeting of the Academy of Management, Boston, MA.
- Zand, D.E. (1972), *Trust and managerial problem solving*, Administrative Science Quarterly 17(2).
- Zawadzka, A.R. (red.), (2010), *Psychologia zarządzania w organizacji*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Impact of information about the altruistic behavior of men and women on their workplace assessment

Abstract

The aim of this paper is to replicate a study examining the differences in the consequences of the occurrence or absence of altruistic behavior in the workplace, as related to the assessment and recommendation of awards for male and female workers. In addition, possible cross-cultural differences between Poland and the United States are assessed in this regard. In our study, like in the original American study, there was a significant interaction effect between gender and information about the occurrence or absence of altruistic behavior in the workplace, with respect to developmental assessment and recommendation of awards. There was also a strong interaction effect for perceived negative features. In Poland, the altruistic behavior of women, unlike men in the U.S., has a positive effect on the developmental assessment, but does not increase women's opportunities for promotion. However, if a woman does not provide assistance, she will be punished with a lower assessment and decreased chances of any bonuses. Such sanctions are not applied to men. A lack of altruistic behavior influences the negative perception of women, but not men. The information about altruistic behavior at work improves the image of the male, but not the female worker. In addition, the Polish study reported a stronger effect than in the U.S. of the occurrence or lack of altruistic behavior on the perception of the employee. Helpers are assessed positively in both countries.

Keywords: *altruism at work, gender stereotypes, cultural differences, employee evaluation, financial and non-financial motivators*

ANNA HEŁKA

Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej

Wydział Zamiejscowy we Wrocławiu

e-mail: ahelka@swps.edu.pl

RENATA PIELASZEK

Absolwentka i magister psychologii

w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej

Wydział Zamiejscowy we Wrocławiu

e-mail: renpiel1@gmail.com

4

Wpływ informacji o altruistycznym zachowaniu kobiet i mężczyzn na ich ocenę w miejscu pracy

Streszczenie

Celem niniejszej pracy była replikacja badania Chen i Heilman (2005) dotyczącego różnic w konsekwencjach wystąpienia lub braku altruistycznego zachowania w miejscu pracy na ocenę i rekomendację nagrody dla pracownika kobiety i mężczyzny oraz zbadanie ewentualnych różnic międzykulturowych w tym zakresie pomiędzy Polską a Stanami Zjednoczonymi. W badaniu własnym, podobnie jak w amerykańskim pierwowzorze, odnotowano istotny efekt interakcyjny pomiędzy płcią i informacją o wystąpieniu lub braku altruistycznego zachowania w miejscu pracy dla oceny rozwojowej i rekomendacji nagrody. Wystąpił również silny efekt interakcyjny dla spostrzeganych cech negatywnych. W Polsce altruistyczne zachowanie kobiet, a nie jak w USA mężczyzn, wpływa pozytywnie na ocenę rozwojową, jednak nie zwiększa szans kobiet na awans. Natomiast jeśli kobieta nie udzieli pomocy, to zostanie ukarana niższą oceną rozwojową i obniżeniem szans na jakiegokolwiek bonusu. Takie sankcje nie są stosowane wobec mężczyzn. Brak altruistycznego zachowania wpływał na negatywne postrzeganie kobiety, ale nie mężczyzny. Z kolei informacja o udzieleniu pomocy wpływała na poprawę wizerunku mężczyzny, ale nie kobiety. Dodatkowo w badaniu polskim odnotowano silniejszy niż w USA wpływ informacji o braku lub wystąpieniu zachowania altruistycznego na postrzeganie pracownika. W obu krajach wyżej oceniano osoby, które udzieliły pomocy.

Słowa kluczowe: *altruizm w pracy, stereotypy płci, różnice międzykulturowe, ocena pracownicza, motywatory finansowe i pozafinansowe*

1. Wprowadzenie

Od wielu lat mówi się o nierównym traktowaniu w pracy kobiet i mężczyzn. Zgodnie z najnowszymi raportami dotyczącymi sytuacji na polskim i europejskim rynku pracy (raport wynagrodzenia.pl) kobiety są nadal gorzej niż mężczyźni opłacane na tych samych stanowiskach pracy. Co więcej, pomimo wysokich kwalifikacji i lepszego wykształcenia kobiety nadal stanowią mniejszość wśród wysokiej kadry menadżerskiej. Mówi się wręcz o występowaniu w przypadku kobiet zjawiska tzw. *szklanego sufitu* (Budrowska, Duch, Titkow, 2003). Tym mianem określa się wszelkie przeszkody, jakie napotykają kobiety na drodze do stanowisk kierowniczych. Możliwość awansu jest na pozór widoczna przez tytułowy szklany sufit, ale jednocześnie nieosiągalna (Hymowitz i Schellardt, 1986, za: Budrowska, Duch, Titkow, 2003).

1.1. Wpływ stereotypów płci na postrzeganie kobiet i mężczyzn w pracy

Źródeł tej nierówności w traktowaniu obu płci można poszukiwać we wpływie stereotypów płci na postrzeganie kobiet i mężczyzn w pracy. Zdaniem Heilman (2001) niewielka liczba kobiet piastujących kierownicze stanowiska to wynik stereotypów płci, które określają zarówno jaka kobieta ma być (stereotypy opisowe), a także jak ma się zachowywać (stereotypy nakazowe). Zgodnie ze stereotypem kobieta powinna być: uprzejma, miła, nastawiona społecznie i sympatyczna (Bakan, 1966, za: Heilman, 2001), a w swoich zachowaniach winna koncentrować się na innych, okazywać empatię i altruizm (Carey i współpracownicy, 1988; Dobbins, 1985; Eagly, Karau, 1991; Gilligan i współpracownicy, 1988; Held, 1990; Ridgeway, 1991, za: Kidder, McLean, Parks, 2001). Natomiast stereotypowy mężczyzna jest: niezależny, aktywny i zorientowany na siebie (de Beauvoir, 1952; Flax, 1983;

Gilligan, 1982; Gilligan i współpracownicy, 1988, za: Kidder, McLean, Parks, 2001). Z kolei prototypowy lider postępuje indywidualistycznie, myśli strategicznie, podejmuje szybko decyzje, jest odważny, elastyczny, zorientowany na wynik, dominujący, asertywny, nakazowy, auto-promujący się i pewny siebie (Bakan, 1966; Eagly, 1987, za: Eagly, Karau, 2002). Nietrudno zauważyć, że stereotyp mężczyzny jest dużo bliższy wizerunkowi dobrego menadżera niż stereotyp kobiety. Niezgodność roli kobiecej z wymaganiami roli szefa wywołuje uprzedzenia wobec kobiet liderów (Eagly, Karau, 2002; Heilman, 1983, 1995, za: Heilman, 2001). Liczne badania potwierdzają, że kobiety menadżerowie oceniane są gorzej od ich kolegów (Heilman, Block, Martell, 1995), zwłaszcza w przypadku stereotypowo męskiego stylu przywództwa (autokratyczny lub dyrektywny) (Eagly, Makhijani, Klonsky, 1992). Mężczyźni są też postrzegani jako bardziej podobni do menadżerów odnoszących sukcesy niż kobiety (Heilman, Block, Martell, Simon, 1989).

Odstępstwo od narzuconych w stereotypie zachowań jest źle spostrzegane i wręcz karane (Cialdini, Trost, 1998). Kobiety stosujące strategię lub zachowania stereotypowo akceptowalne u mężczyzn są oceniane niekorzystnie. Dotyczy to nie tylko roli lidera, ale również innych kwestii, takich jak na przykład: stosowanie autopromocji (Rudman, 1998), asertywność (Butler, Geis, 1990), używanie zadaniowo zorientowanego niewerbalnego stylu komunikowania (Carli, LaFleur, Loeber, 1995). Umiejętności i zachowania, które w przypadku mężczyzn wywołują zachwyt otoczenia, są negatywnie postrzegane gdy dotyczą kobiet (Horner, 1972, za: Heilman, 2001). Sukcesy kobiet na typowo męskich polach są umniejszane lub wręcz się im zaprzecza (Heilman, 2001), a ich autorki są mniej lubiane (Heilman, Wallen, Fuchs, Tamkins, 2004). A to z kolei negatywnie odbija się na ich karierze, zarówno w postaci gorszych wyników w ocenie pracowniczej, jak i przy rekomendacji do nagród.

Z drugiej strony, kobiety postępujące zgodnie ze stereotypem własnej płci nie są z tego powodu nagradzane, chociaż to samo zachowanie u mężczyzn jest doceniane (Heilman, Chen, 2005).

1.2. Altruizm lub jego brak a ocena pracownicza kobiet i mężczyzn

W ocenie pracowniczej, wpływającej w sposób istotny na dalszy rozwój i możliwość awansu pracowników, uwzględnia się nie tylko umiejętności i zachowania związane ze sprawami technicznymi czy merytorycznymi (ang. *task performance*), ale również zachowania, które w szerszej perspektywie wspierają organizację (ang. *contextual performance*), w tym m.in.: utrzymywanie entuzjazmu, spełnianie zasad organizacji czy pomoc innym (Motowidło, Van Scotter, 1994). Z punktu widzenia porównań międzypłciowych szczególnie interesująca jest kwestia altruizmu, gdyż jest on wpisany w stereotypową rolę kobiet, a u mężczyzn byłby zachowaniem powyżej oczekiwań (Organ, Konowsky, 1989). W swoich pionierskich badaniach Chen i Heilman (2005) pokazały, że informacja o altruistycznym zachowaniu w miejscu pracy wpływa pozytywnie na ocenę pracowniczą i rekomendację do nagrody mężczyzn, ale nie zmienia postrzegania kobiet. Z kolei informacja o braku altruistycznej reakcji w pracy powoduje obniżenie oceny pracowniczej i zmniejsza szanse na otrzymanie przez kobietę nagrody, ale nie ma takiego wpływu na ocenę i premiowanie mężczyzn. Nasuwa się pytanie, czy takie same efekty jak odnotowane w badaniu amerykańskim wystąpią również w polskich realiach. Zgodnie z raportem Unesco z 2011 roku (Hausmann, Tyson i Zahidi, 2011) określającym tzw. wskaźnik płci (ang. *gender index*) mówiący o stopniu równouprawnienia kobiet i mężczyzn w miejscu pracy, Stany Zjednoczone zajmują wysoką 6 pozycję spośród 135 krajów z całego świata pod względem możliwości i uczestnictwa kobiet w gospodarce. Natomiast Polska zajęła

w tym rankingu dopiero 65 miejsce. Można więc przypuszczać, że różnice zaobserwowane w badaniu amerykańskim w Polsce mogą być jeszcze wyraźniejsze. W opisanym w dalszej części badaniu własnym podjęliśmy próbę replikacji wyników uzyskanych w badaniu Chen i Heilman (2005) na gruncie polskim, a także identyfikacji ewentualnych różnic międzykulturowych w tym zakresie. Biorąc pod uwagę wyniki badania amerykańskiego spodziewaliśmy się, że:

- Hipoteza 1: *Informacja o altruistycznym zachowaniu w miejscu pracy wpłynie pozytywnie na ocenę i rekomendację nagrody, ale tylko w przypadku pracownika mężczyzny.*
- Hipoteza 2: *Informacja o braku altruistycznego zachowania wpłynie negatywnie na ocenę i rekomendację nagrody, ale tylko w przypadku pracownika kobiety.*
- Hipoteza 3: *W polskiej replikacji amerykańskiego badania Heilman i Chen efekt nagradzania za altruistyczne zachowania mężczyzn i karania za brak altruistycznego zachowania kobiet będzie silniejszy ze względu na różnice międzykulturowe.*

Dodatkowo w badaniu, tak samo jak Chen i Heilman (2005) mierzyliśmy, jakie natężenie cech pozytywnych i negatywnych przypisywane jest kobietom i mężczyznom, którzy zachowali się altruistycznie lub nie. W badaniu amerykańskim nie odnotowano istotnego efektu płci, ani efektu interakcyjnego pomiędzy płcią pracownika a informacją o zachowaniu altruistycznym. Sama informacja o wystąpieniu pomocy w porównaniu do jej braku wpływała jedynie na ocenę cech negatywnych (osoby, które udzieliły pomocy niezależnie od płci oceniane były jako posiadające mniej cech negatywnych niż te, które tej pomocy nie udzieliły lub nie było w ogóle informacji na ten temat). W naszym badaniu chcieliśmy sprawdzić czy również w Polsce powtórzy się powyższy układ wyników w zakresie postrzeganych cech pozytywnych i negatywnych.

2. Metoda

2.1. Osoby badane

W badaniu wzięło udział 135 dorosłych osób pracujących w wieku 30-40 lat (śr. wieku = 36,32, OS = 4,42). Do udziału w badaniu zaproszono byłych i obecnych pracowników amerykańskiej korporacji farmaceutycznej (N=67) oraz pracujących w różnych branżach studentów zaocznych V roku psychologii na wrocławskim wydziale SWPS (N=68). W badanej próbie znalazło się 45 mężczyzn i 90 kobiet, a więc w badaniu polskim zachowano identyczne proporcje płci jak w badaniu amerykańskim. Ponadto proporcje płci zostały również zachowane we wszystkich warunkach eksperymentalnych.

2.2. Schemat badania

Badanie przeprowadzono w schemacie międzyobiektywnym 2 x 3, w którym zmiennymi niezależnymi były: *płeć ocenianego pracownika* (kobieta vs mężczyzna) oraz *informacja o wystąpieniu zachowania altruistycznego w pracy* (informacja o braku altruistycznego zachowania, brak informacji o altruistycznym zachowaniu, informacja o altruistycznym zachowaniu). Osoby badane zostały losowo przydzielone do jednego z sześciu warunków eksperymentalnych. Do trzech grup oceniających mężczyznę trafiło po 22 uczestników, a w trzech grupach oceniających kobietę było po 23 osoby.

2.3. Schemat badania właściwego

Na podstawie opisu metody badania Heilman i Chen (2005) opracowano szczegółową procedurę badania własnego analogiczną do pierwowzoru. Dzięki temu możliwe było porównywanie wyników badania amerykańskiego i polskiego. Osoby badane zostały losowo przydzielone do jednej z sześciu grup. Badani ze wszystkich grup

otrzymywali arkusz oceny pracownika składający się - tak samo jak w badaniu amerykańskim - z następujących części:

1. Strona wprowadzająca zawierająca informacje o celu badania, jakim rzekomo było testowanie efektywności oceny pracowników metodą 360 stopni. Prezentowano tu także zalety metody 360 stopni oraz informowano, że w dalszej części arkusza osoba badana zapozna się tylko z częścią informacji zebranych w ramach tej metody, a dokładniej z oceną sporządzoną przez współpracownika osoby ocenianej.
2. Strona zawierająca zdjęcie¹ i podstawowe informacje dotyczące ocenianego pracownika, w tym imię i nazwisko (*Karol/Karolina Nowak*), dział (*zakupy*), stanowisko (*koordynator*), datę zatrudnienia (*1.1.2007*), staż pracy w firmie (*5 lat*) oraz czas pracy na zajmowanym obecnie stanowisku (*4 lata*).
3. Arkusz oceny umiejętności i mocnych stron pracownika wypełniony rzekomo przez współpracownika pracującego na równorzędnym stanowisku. Arkusz ten zawierał ocenę dziewięciu aspektów, w tym: planowanie i organizacja, nastawienie na cele organizacji, rzetelność, efektywność, dokładność, odpowiedzialność, wszechstronność, zdolność do

1 Na podstawie wyników badania pilotażowego wybrano zdjęcia kobiety i mężczyzny, którzy nie różnili się istotnie zdaniem uczestników pretestu (N=20) pod względem takich cech jak: atrakcyjność fizyczna, inteligencja, sympatyczność, profesjonalizm i bycie godnym zaufania. Procedura doboru zdjęć była analogiczna do zastosowanej w amerykańskim pierwowzorze badania. Osoby ze zdjęć użytych w badaniu zostały ocenione pod względem wyżej wymienionych cech na skali od 1 do 10 (od 1 – minimalna do 10 maksymalna ocena), a ich średnie wyniki mieściły się w przedziale od 7 do 8. Oceny zdjęć na wszystkich skalach porównano parami (zdjęcie kobiety vs mężczyzny) testem T Studenta dla prób zależnych. Wybrano parę zdjęć, która nie różniła się w sposób istotny statystycznie pod względem żadnej z czterech ocenianych cech ($p < 0,05$).

pracy i stabilność emocjonalna. Ocena dokonywana była na skali 5-stopniowej od 1 - źle do 5 - wspaniale. Siedem aspektów oceniono na 4, a dwa na 5 (identycznie jak w badaniu amerykańskim). Na tej stronie znajdował się również punkt: *dodatkowe uwagi*, w którym oceniający współpracownik mógł opisać jakąś sytuację stanowiącą przykład typowego zachowania osoby ocenianej w pracy. Ten element formularza różnił się w zależności od warunku eksperymentalnego. W grupie z informacją o altruistycznym zachowaniu umieszczano opis sytuacji, w której po awarii kserokopiarki oceniany spontanicznie pomógł oceniającemu w sortowaniu i zszywaniu ręcznym 500 kopii dokumentów po godzinach pracy, rezygnując jednocześnie z udziału w przyjęciu urodzinowym. W grupie z informacją o braku altruistycznego zachowania w tej części opisywano tę samą sytuację problemową, z tym że w tym wariancie osoba oceniana odmówiła pomocy ze względu na udział w przyjęciu urodzinowym i zasugerowała jedynie, żeby poszukać poza firmą zakładu kserograficznego. Natomiast w grupie bez informacji o altruistycznym zachowaniu, w miejscu na dodatkowe uwagi wpisano jedynie słowo: „brak”. Oczywiście opis sytuacji był identyczny jak w badaniu amerykańskim.

4. Strona z pytaniami do uczestników badania, w których mieli możliwość wyrażenia własnej opinii na 7-stopniowej skali na temat: (pyt.1) ogólnej oceny osiągnięć ocenianego pracownika na skali od 1 – przeciętnie do 7 – wspaniale; (pyt. 2 i 3) prawdopodobieństwa dalszych postępów i odnoszenia sukcesów na skali od 1 - bardzo nieprawdopodobne do 7 – bardzo prawdopodobne; (pyt. 4-6) rekomendacji do przyznania podwyżki wynagrodzenia, awansu, udziału w odpowiedzialnym projekcie i bonusu wyrażanej na skali od 1 - z pewnością nie rekomenduję do

7 – z pewnością rekomenduję; (pyt. 7 i 8) natężenia cech pozytywnych (kompetentność, twórczość, skuteczność, decyzyjność) i cech negatywnych (paskudność, samolubność, manipulatorstwo) na skali od 1 – bardzo małe do 7 – bardzo duże.

5. Ostatnia strona zawierała pytania dotyczące płci, wieku i statusu zawodowego osób badanych.

2.4. Zmienne zależne

Pomiaru podstawowych zmiennych zależnych dokonywano analogicznie jak w badaniu amerykańskim na podstawie odpowiedzi badanych na pytania dotyczące ocenianej osoby, a dokładniej poszczególne zmienne mierzono w następujący sposób:

- ocena rozwojowa (w skrócie OR) – suma odpowiedzi na pytania 1-3 dotyczące ogólnej oceny pracy oraz prawdopodobieństwa dalszych postępów i odniesienia sukcesu w pracy mierzonych na skalach 7-stopniowych. Ostatecznie zmienna *ocena pracownika* wyrażona była na skali od 3 do 21, gdzie 3 oznaczało najniższą, a 21 najwyższą możliwą ocenę pracownika,
- rekomendacja nagrody (w skrócie RN) – suma odpowiedzi na pytania 4-7 dotyczące rekomendacji do otrzymania podwyżki, awansu, udziału w odpowiedzialnym projekcie, bonusu mierzonych również na skali 7-stopniowej. Zatem zmienna *rekomendacja nagrody* wyrażona była ostatecznie na skali od 4 do 28, gdzie 4 oznaczało najmniejsze, a 28 największe możliwe prawdopodobieństwo rekomendacji nagród.

Ponadto w badaniu mierzono, w jaki sposób badani wartościowali osoby oceniane pod względem nasilenia u nich czterech cech pozytywnych i trzech negatywnych, w efekcie otrzymano dwie kolejne zmienne zależne:

- nasilenie cech pozytywnych (w skrócie CP) – mierzone za pomocą sumy odpowiedzi na pytania dotyczące czterech cech pozytywnych (kompetentność, twórczość, skuteczność, decyzyjność) ocenianych na skali 7-stopniowej, ostateczny wynik wyrażony był ponownie na skali od 4 dla minimalnego do 28 dla maksymalnego natężenia cech pozytywnych,
- nasilenie cech negatywnych (w skrócie CN) – mierzone za pomocą sumy odpowiedzi na pytania dotyczące 3 cech negatywnych (paskudność, samolubność, manipulatorstwo), ocenianych na skali 7-stopniowej, ostateczny wynik wyrażony był ponownie na skali od 3 dla minimalnego do 21 dla maksymalnego natężenia cech negatywnych.

2.5. Miejsce i czas badania

Badanie odbyło się na przełomie listopada i grudnia 2011 r. Kwestionariusze badawcze wypełniano na terenie SWPS lub korporacji farmaceutycznej, ręcznie lub na komputerze w zależności od preferencji i możliwości osób badanych. Nie stwierdzono istotnych statystycznie różnic pomiędzy ankietami wypełnionymi elektronicznie i papierowo, a także w zależności od miejsca wypełniania kwestionariusza.

3. Wyniki

W celu weryfikacji postawionych hipotez badawczych i odpowiedzi na pytanie badawcze przeprowadzono 2-czynnikowe analizy wariancji ANOVA dla zmiennych zależnych: ocena rozwoju i rekomendacja nagrody oraz dla zmiennych zależnych: spostrzegane cechy pozytywne i negatywne pracownika. W dalszej części przedstawione zostaną kolejno wyniki analiz dotyczących wpływu płci ocenianego pracownika, informacji o altruistycznym zachowaniu

oraz interakcji tych dwóch czynników na zmienne zależne. Każdorazowo po opisie wyników uzyskanych w badaniu polskim przedstawione zostaną dla porównania wyniki z badania amerykańskiego.

3.1. Płeć ocenianego pracownika a ocena rozwoju, rekomendacja nagrody i postrzegane cechy pracownika

Odnotowano istotne efekty główne dla płci pracownika dla zmiennych zależnych: ocena rozwojowa ($F(1,136) = 6,46, p = 0,012, \eta^2 = 0,048$) i cechy pozytywne ($F(1,136)=7,603, p=0,007, \eta^2=0,056$). Kobieta była oceniana w przypadku obu zmiennych niżej (śr. OR = 12,42, OS = 3,63; śr. CP = 16,10, OS = 3,52) niż mężczyzna (śr. OR = 13,59, OS = 3,02; śr. CP = 19,45, OS = 10,03). Natomiast w kwestii rekomendacji nagrody ($F(1,136)=0,077, n.i.$) i cech negatywnych ($F(1,136)=0,209, n.i.$) nie odnotowano istotnych różnic w ocenie pracownika mężczyzny (śr. RN=17,50, OS = 3,36; śr. CN = 8,21, OS = 2,96) i kobiety (śr. RN = 17,35, OS = 4,18; śr. CN = 8,01, OS = 3,63). Wyniki te pokrywają się jedynie częściowo z wynikami uzyskanymi w badaniu amerykańskim, w którym odnotowano istotne różnice w ocenie na korzyść mężczyzny zarówno w przypadku rekomendacji nagrody, jak i oceny rozwojowej, natomiast nie wystąpiły istotne efekty dla oceny cech pozytywnych i negatywnych.

3.2. Wpływ informacji o altruistycznym zachowaniu pracownika na ocenę rozwoju, rekomendację nagrody i postrzegane cechy pracownika

Manipulacja eksperymentalna w zakresie informacji o altruistycznym zachowaniu pracownika okazała się mieć istotny wpływ na wszystkie zmienne zależne.

Zgodnie z oczekiwaniami najwyższe oceny rozwojowe ($F(2,136) = 36,069, p < 0,001, \eta^2 = 0,359$) odnotowano w wariancie z informacją o zachowaniu altruistycznym ($\bar{x} = 15,60, OS = 2,84$), a najniższe w wariancie z informacją o braku zachowania altruistycznego ($\bar{x} = 10,84, OS = 3,03$). Analizy post hoc wykazały istotne różnice ($p < 0,05$) pomiędzy wszystkimi trzema grupami porównawczymi w zakresie oceny rozwojowej.

Informacja o altruistycznym zachowaniu miała również istotny wpływ na zmienną: rekomendacja nagrody ($F(2,136) = 18,722, p < 0,001, \eta^2 = 0,225$). W wariancie z informacją o altruistycznym zachowaniu średnia dla rekomendacji nagrody była zgodnie z oczekiwaniami wyższa ($\bar{x} = 19,67, OS = 3,36$) niż w pozostałych dwóch grupach. Natomiast pomiędzy grupami: informacja o braku zachowania altruistycznego ($\bar{x} = 15,58, OS = 4,08$) i brak informacji o altruistycznym zachowaniu ($\bar{x} = 17,02, OS = 2,63$), nie odnotowano istotnych różnic.

W zakresie cech pozytywnych ($F(2,136) = 8,558, p < 0,001, \eta^2 = 0,117$) istotna była jedynie różnica pomiędzy grupami z informacją o braku lub wystąpieniu zachowania altruistycznego. W wariancie z informacją o altruistycznym zachowaniu średnia dla skali cech pozytywnych była wyższa ($\bar{x} = 20,60, OS = 11,59$) niż w gru-

pie z informacją o braku altruistycznego zachowania ($\bar{x} = 14,51, OS = 3,92$).

W przypadku cech negatywnych ($F(2,136) = 36,196, p < 0,001, \eta^2 = 0,359$) w wariancie z informacją o zachowaniu altruistycznym średnie wyniki na skali natężenia cech negatywnych były najniższe ($M = 5,84, OS = 2,33$), a w grupie z informacją o braku zachowania altruistycznego średnia była najwyższa ($M = 10,40, OS = 3,46$). Analizy post hoc wykazały istotne różnice ($p < 0,05$) pomiędzy wszystkimi trzema grupami porównawczymi w zakresie natężenia cech negatywnych. W tabeli 1 przedstawiono średnie wyniki dla wszystkich zmiennych zależnych w podziale według prezentowanej informacji o zachowaniu altruistycznym.

Powyżej opisane różnice ponownie jedynie częściowo pokrywają się z wynikami w badaniu amerykańskim, w którym nie odnotowano istotnego efektu głównego dla cech pozytywnych. Warto również zauważyć, że efekty odnotowane w badaniu polskim są silniejsze niż w badaniu amerykańskim, w którym efekt główny dla zmiennej *informacja o zachowaniu altruistycznym*, dla zmiennej *ocena rozwojowa* wyjaśniał jedynie 8% wariancji, dla zmiennej *rekomendacja nagrody* - 17% wariancji, a dla zmiennej *cechy negatywne* - 32% wariancji.

Tabela 1. Średnie wartości oceny osoby ocenianej w zależności od informacji o zachowaniu altruistycznym (w nawiasach podano wartości odchylenia standardowego). Średnie oznaczone jednakowymi literami nie różnią się na poziomie istotności $p=0,05$.

INFORMACJA O ZACHOWANIU ALTRUISTYCZNYM	OCENA ROZWOJOWA	REKOMENDACJA NAGRODY	CECHY POZYTYWNE	CECHY NEGATYWNE
Informacja o braku altruizmu	10,84 a (3,03)	15,58 a (4,08)	14,51 a (3,92)	10,40 a (3,46)
Brak informacji o altruizmie	12,53 b (2,41)	17,02 a (2,63)	18,11 ab (2,72)	8,09 b (2,31)
Informacja o altruizmie	15,60 c (2,84)	19,67 b (3,36)	20,60 b (11,59)	5,84 c (2,33)

3.3. Wpływ informacji o altruistycznym zachowaniu pracownika na ocenę rozwoju, rekomendację nagrody i postrzegane cechy pracownika kobiety i mężczyzny

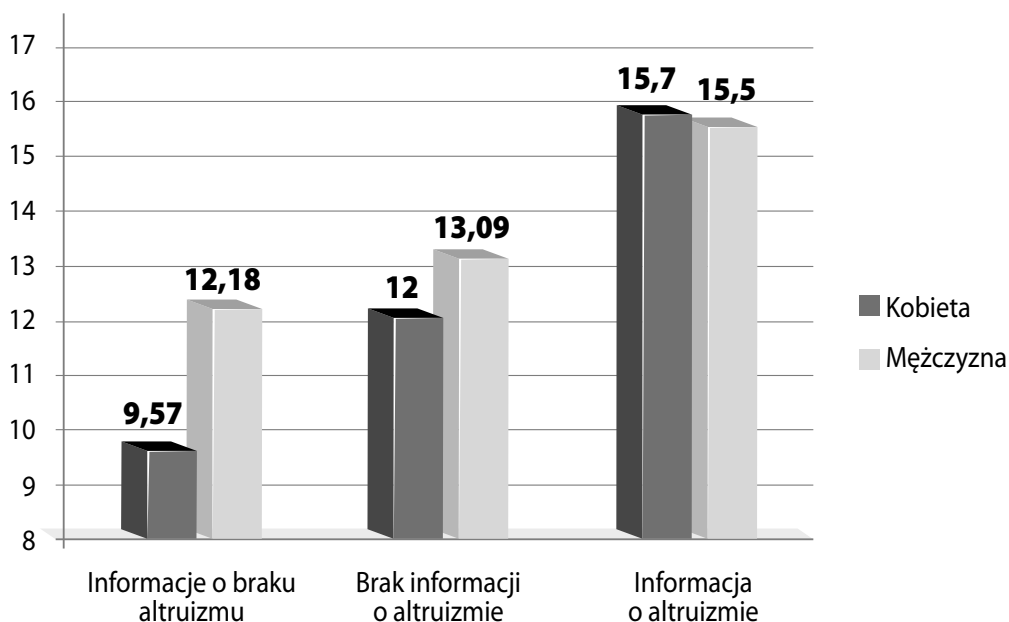
Analiza wariancji ujawniła również zgodnie z przewidywaniami istotne efekty interakcyjne pomiędzy płcią kandydata a informacją o altruistycznym zachowaniu dla zmiennych zależnych: ocena rozwoju ($F(2,136) = 3,114, p = 0,048, \eta^2 = 0,046$), rekomendacja nagrody ($F(2,136) = 11,540, p < 0,001, \eta^2 = 0,152$) oraz cechy negatywne ($F(2,136) = 14,557, p < 0,001, \eta^2 = 0,184$). W przypadku zmiennej zależnej *cechy pozytywne* nie wystąpił powyższy efekt interakcyjny ($F(2,136) = 0,985, n.i.$).

W zakresie oceny rozwojowej kobieta w grupie z informacją o wystąpieniu zachowania al-

truistycznego oceniana była wyżej ($M = 15,70, OS = 1,87$) niż w grupach z informacją o braku altruizmu ($M = 9,57, OS = 2,89$) (różnica średnich = 6,13, $p < 0,001$) i w grupie bez informacji o altruistycznym zachowaniu ($M = 12,00, OS = 3,00$) (różnica średnich = 3,70, $p = 0,001$), pomiędzy którymi nie odnotowano istotnych różnic statystycznych (różnica średnich = 2,43, $p = 0,098$). Natomiast w przypadku pracownika płci męskiej wystąpiła jedynie istotna różnica w ocenie rozwojowej pomiędzy wariantami z informacją o braku ($M = 12,18, OS = 2,61$) lub wystąpieniu altruistycznego zachowania ($M = 15,50, OS = 3,64$) (różnica średnich = 3,32, $p = 0,007$) (por. Rys.1).

Silniejszy efekt interakcyjny odnotowano w zakresie rekomendacji nagrody. Kobieta z wariantu z informacją o braku altruistycznego zachowania ($M = 13,70, OS = 3,82$) zdaniem badanych zasługiwała mniej na nagrodę niż

Rys. 1. Wykres liniowy dla średnich wartości oceny rozwojowej w podziale według płci pracownika i informacji o altruistycznym zachowaniu.



Źródło: opracowanie własne.

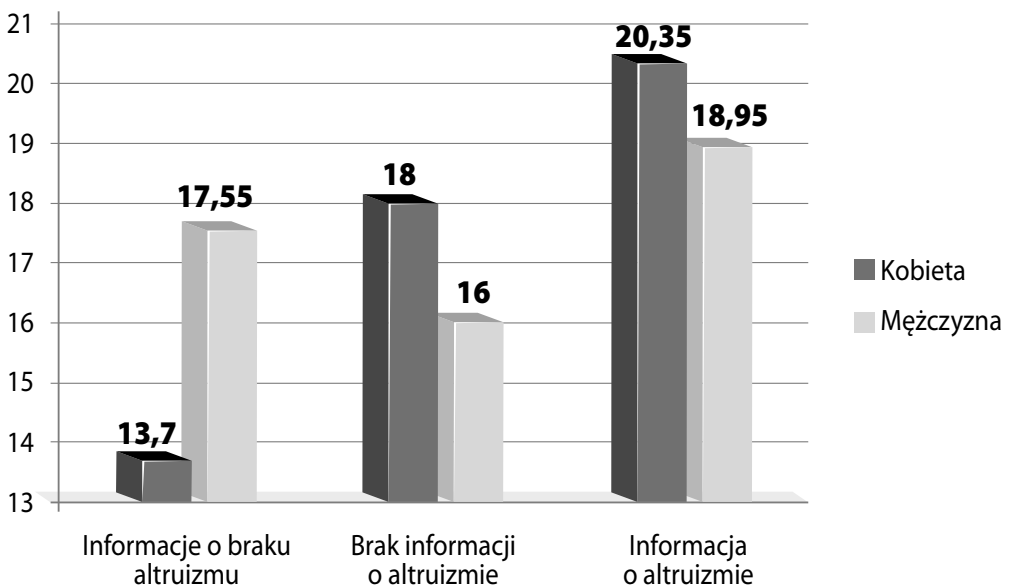
kobieta w wariancie z brakiem informacji ($M = 18,00$, $SD = 2,73$) (różnica średnich = 4,30, $p = 0,001$) i kobieta w wariancie z informacją o braku altruistycznego zachowania ($M = 13,70$, $OS = 3,82$) (różnica średnich = 6,65, $p < 0,001$). Natomiast w przypadku pracownika mężczyzny nie odnotowano istotnych różnic pomiędzy wariantami eksperymentalnymi różniącymi się informacją w zakresie zachowania altruistycznego. Warto również zauważyć, że w wariancie z informacją o braku zachowania altruistycznego rekomendacja nagrody dla kobiety ($M = 13,70$, $OS = 3,82$) była istotnie niższa niż dla mężczyzny ($M = 17,55$, $OS = 3,42$) (różnica średnich = 3,85, $p = 0,008$) (por. Rys.2).

Największy efekt interakcyjny wystąpił dla zmiennej *cechy negatywne*. Kobiety z wariantu z informacją o braku zachowania altruistycznego oceniano jako posiadającą więcej negatywnych cech ($M = 11,87$, $OS = 2,88$) niż w wariancie

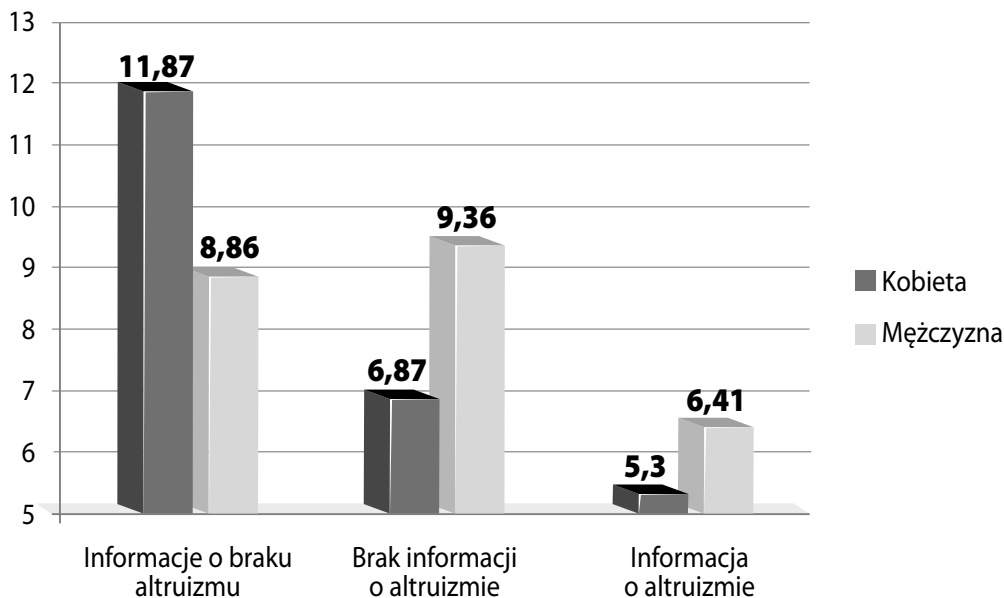
braku informacji o altruistycznym zachowaniu ($M = 6,87$, $OS = 1,91$) (różnica średnich = 5,00, $p < 0,001$) i w wariancie z informacją o altruistycznym zachowaniu ($M = 5,50$, $OS = 2,06$) (różnica średnich = 6,57, $p < 0,001$). Natomiast w przypadku mężczyzn mniej cech negatywnych spodziewano się u mężczyzny w wariancie z informacją o altruistycznym zachowaniu ($M = 6,41$, $SD = 2,50$) niż w wariancie z informacją o braku altruistycznego zachowania ($M = 8,86$, $OS = 3,40$) (różnica średnich = 2,95, $p = 0,013$). Warto również zauważyć, że w wariancie z informacją o braku zachowania altruistycznego kobietę oceniano jako posiadającą istotnie więcej negatywnych cech ($M = 11,87$, $OS = 2,88$) niż mężczyzna ($M = 8,86$, $OS = 3,40$) (różnica średnich = 3,01, $p < 0,001$) (por. Rys.3).

Opisane powyżej efekty interakcyjne jedynie częściowo powielają wyniki uzyskane w badaniu amerykańskim, w którym w porównaniu z wy-

Rys. 2. Wykres liniowy dla średnich wartości rekomendacji nagrody w podziale według płci pracownika i informacji o altruistycznym zachowaniu.



Rys. 3. Wykres liniowy dla średnich wartości cech negatywnych w podziale według płci pracownika i informacji o altruistycznym zachowaniu.



Źródło: opracowanie własne.

nikami polskimi odnotowano silniejszy efekt interakcyjny dla zmiennej *ocena rozwojowa* (7% wyjaśnionej wariancji) oraz słabszy efekt dla *rekomendacji nagrody* (8% wyjaśnionej wariancji) i nie odnotowano efektu interakcyjnego dla *cech negatywnych*. Należy również zauważyć, że różnice pomiędzy wszystkimi grupami badawczymi nie zawsze wyglądały analogicznie w obu krajach. W przypadku oceny rozwojowej zarówno w Polsce, jak i w USA, mężczyźni, którzy nie pomogli i ci, o których nie było informacji o altruistycznym zachowaniu, zostali jednakowo ocenieni. Natomiast w przypadku kobiet niższe oceny odnotowano w wariancie bez pomocnego zachowania. Natomiast jeśli porównamy warianty: informacja o zachowaniu altruistycznym i brak informacji, to w badaniu amerykańskim mężczyźni pomagający oceniani byli lepiej, a u kobiet różnic nie odnotowano. Z kolei w ba-

daniu polskim to pomagająca kobieta oceniana była lepiej, a w przypadku mężczyzn różnic nie odnotowano. Analizując efekty interakcyjne dla rekomendacji nagrody w obu badaniach, zaobserwowano brak różnic w rekomendacji nagrody dla mężczyzny, który nie pomógł lub nie ma na ten temat żadnej informacji. Natomiast w przypadku kobiety informacja o braku altruistycznego zachowania obniżała istotnie szanse na otrzymanie nagrody. Natomiast jeśli porównamy warianty: informacja o zachowaniu altruistycznym i brak informacji, to w badaniu amerykańskim rekomendowano bardziej nagrodzenie mężczyzny, który pomógł, a u kobiet takich różnic nie odnotowano. W badaniu polskim informacja o altruistycznym zachowaniu w porównaniu z brakiem takiej informacji nie wpływała na rekomendację nagrody ani dla kobiet, ani dla mężczyzny.

W celu sprawdzenia, czy zakładana interakcja pomiędzy zmiennymi niezależnymi pozostanie istotna dla podstawowych zmiennych zależnych przy uwzględnieniu jako współzmiennej cech pozytywnych lub negatywnych, przeprowadzono analizy kowariancji (ANCOVA). Po wprowadzeniu jako kowarianta zmiennej *spozstrzegane cechy pozytywne*, tak samo jak w badaniu amerykańskim, oba efekty interakcyjne dla oceny rozwojowej ($F(2,136)=3,037$, $p=0,05$, $\eta^2=0,045$) i rekomendacji nagrody ($F(2,136)=11,938$, $p<0,001$, $\eta^2=0,157$) pozostały istotne statystycznie. Natomiast po wprowadzeniu jako kowarianta zmiennej *spozstrzegane cechy negatywne*, również analogicznie jak w badaniach amerykańskich, istotny pozostał jedynie efekt dla rekomendacji nagrody ($F(2,136)=5,70$, $p=0,04$, $\eta^2=0,082$), a w przypadku oceny rozwojowej nie wystąpił istotny efekt interakcyjny ($F(2,136)=1,74$, n.i.).

4. Dyskusja i podsumowanie

Celem niniejszego badania była replikacja na próbie Polaków wyników uzyskanych w badaniu Chen i Heilman (2005) przeprowadzonym w Stanach Zjednoczonych. Zakładałyśmy, że w Polsce, gdzie stereotyp płci stanowi podstawową barierę awansu zawodowego kobiet (Bilińska, Rawłuszko, 2011), a altruizm stanowi ważny punkt w stereotypie Polaka (Lewandowski, 2007), efekt nagradzania za altruistyczne zachowania w pracy tylko mężczyzn i karanie za brak altruistycznego zachowania wyłącznie kobiet, odnotowany w badaniu amerykańskim, nie tylko się powtórzy, ale będzie nawet silniejszy. W naszym badaniu odtworzyliśmy dokładnie procedurę badawczą zastosowaną w oryginalnym badaniu Chen i Heilman (2005), co umożliwiło porównanie wyników uzyskanych w badaniach w obu krajach.

W badaniu polskim odnotowano istotne różnice w zakresie oceny rozwojowej i cech pozytywnych na korzyść mężczyzn. Natomiast nie wystąpiły istotne różnice w zakresie rekomen-

cji nagrody i spostrzeganych cech negatywnych u obu płci. Podsumowując - w obu skalach dotyczących kompetencji i oceny merytorycznej, pomimo identycznych ocen w arkuszu oceny pracownika, który otrzymywali badani, kobieta została oceniona gorzej niż mężczyzna. W badaniu amerykańskim również odnotowano różnice na korzyść mężczyzn, ale w zakresie oceny rozwojowej i cech negatywnych. Efekt ten jest zgodny z wynikami badań dotyczących stereotypów płci występujących u polskich pracodawców, którzy również postrzegają kobiety o tych samych kompetencjach co mężczyźni, jako mniej kompetentne (Niemczewska, Mrowiec, Pater, 2007, za: Bilińska, Rawłuszko, 2011). Warto jednak podkreślić, że wyższa ocena kompetencji mężczyzn nie przekładała się na silniejszą rekomendację nagrody i awansu, co oznaczałoby, że badani byli w tym zakresie sprawiedliwi wobec pracowników obu płci.

Podobnie jak w badaniu amerykańskim informacja o wystąpieniu altruistycznego zachowania wpływała ogólnie pozytywnie na ocenę pracownika, a informacja o braku altruistycznego zachowania powodowała pogorszenie notowań danej osoby. Ten efekt odnotowano dla wszystkich czterech zmiennych zależnych. Natomiast w badaniu amerykańskim informacja o altruistycznym zachowaniu nie wpływała na spostrzegane nasilenie cech pozytywnych, a w przypadku pozostałych zmiennych zależnych jej wpływ był słabszy niż w badaniu polskim. Te różnice międzykulturowe mogą wynikać z faktu, że altruizm, a nawet tzw. „donkiszoteria” wymieniane są jako jedno z naszych narodowych cech charakteru (Lewandowski, 2007), a więc informacja o altruistycznym zachowaniu lub jego braku jest niezwykle istotna w ocenie zachowania Polaków.

W badaniu polskim - zgodnie z oczekiwaniami - odnotowano również istotne efekty interakcji płci pracownika z informacją o altruistycznym zachowaniu dla wszystkich zmiennych zależnych, za wyjątkiem spostrzeganych cech pozy-

tywnych. Ponownie wyniki jedynie częściowo pokrywają się z efektami obserwowanymi w badaniu amerykańskim, w którym efekt interakcyjny dla zmiennej *ocena rozwojowa* był silniejszy, a dla zmiennej *rekomendacja nagrody* słabszy. Nie wystąpił też w USA efekt interakcyjny dla cech negatywnych. Ponadto różnice pomiędzy grupami badawczymi nie zawsze wyglądały tak samo w Polsce i w USA.

W zakresie oceny rozwojowej przy porównaniu wariantu z informacją o zachowaniu altruistycznym i w sytuacji braku informacji, w badaniu amerykańskim mężczyźni pomagający oceniani byli lepiej, a u kobiet różnic nie odnotowano. Z kolei w badaniu polskim, to pomagająca kobieta oceniana była lepiej, a w przypadku mężczyzn różnic nie odnotowano. Analizując efekty interakcyjne dla rekomendacji nagrody, jeśli porównamy warianty: informacja o zachowaniu altruistycznym i brak informacji, to w badaniu amerykańskim rekomendowano bardziej nagrodzenie mężczyzny, który pomógł, a u kobiet takich różnic nie odnotowano. W badaniu polskim informacja o altruistycznym zachowaniu w porównaniu z brakiem takiej informacji nie wpływała na rekomendację nagrody ani dla kobiet, ani dla mężczyzn. Natomiast w badaniach w obu krajach informacja o braku altruistycznego zachowania w przypadku kobiet wpływała na obniżenie ich oceny i szans na otrzymanie nagrody w porównaniu z wariantem z brakiem informacji, jednak efektu tego nie odnotowano w przypadku mężczyzn. Podsumowując - w Polsce altruistyczne zachowanie kobiet, a nie mężczyzn, wpływa pozytywnie na ocenę rozwojową, ale ponownie widzimy, że nie przekłada się to na rekomendację nagrody. Jednak jeśli kobieta nie zachowa się altruistycznie, to spotka ją za to kara w postaci niższej oceny rozwojowej i obniżenia szans na nagrodę czy awans. Warto podkreślić, że takie sankcje nie są jednak stosowane wobec mężczyzn, którzy odmówią pomocy współpracownikowi.

Najwyraźniejszą różnicę międzykulturową stanowi silny efekt interakcyjny dla spostrzeganych cech negatywnych, który w ogóle nie wystąpił w badaniu amerykańskim. W wariancie z informacją o braku zachowania altruistycznego kobietę oceniano bardziej negatywnie niż mężczyznę w tym samym wariancie badawczym i oczywiście gorzej niż kobietę, która udzieliła pomocy lub o której nie mamy w tym względzie żadnych informacji. W sytuacji, gdy podano informację o altruistycznym zachowaniu, mężczyznę oceniano lepiej niż w wariancie kontrolnym (brak informacji), natomiast efekt taki nie wystąpił w przypadku kobiet. Podsumowując, brak altruistycznego zachowania wpływał na negatywne postrzeganie kobiety, ale nie mężczyzny. Natomiast informacja o udzieleniu pomocy wpływała na poprawę wizerunku mężczyzny, ale nie kobiety. Jest to zgodne z opisywanymi we wstępie różnicami w stereotypowym postrzeganiu obu płci (porównaj przegląd za: Kidder, McLean, Parks, 2001).

Opisane wyniki w zakresie silnego wpływu spostrzeganych cech negatywnych na ocenę pracownika i jego szanse na awans, korespondują z wynikami badań CBOS (Boguszewski, 2010), które wykazały, że podstawową cechą dla wizerunku Polaka i jednocześnie najważniejszą cechą w naszym codziennym życiu jest uczciwość (Raport CBOS, 2010). Brak uczciwości, czy kontrolowana w badaniu skłonność do manipulacji bardzo negatywnie wpływa na nasz wizerunek. Nie dziwi również fakt, że kompetencje okazały się w warunkach polskich dużo mniej istotne niż w Stanach Zjednoczonych, gdyż w Polsce mówi się wręcz o kulcie niekompetencji (Dąbrowski, 1981, za: Lewandowski, 2007).

Podsumowując - wyniki polskiego badania potwierdzają istotny wpływ informacji o wystąpieniu lub braku altruistycznych zachowań w pracy na ocenę pracownika i jego szanse rozwoju. Wyraźne są również różnice w zakresie wpływu tych informacji na ocenę pracownika kobiety i mężczyzny.

Bibliografia:

- Bilińska, A., Rawluszko, M. (2011), *Menedżerka sukcesu 2011 – szanse i ograniczenia kariery zawodowej kobiet w Polsce. Bariery doświadczane przez kobiety w karierze zawodowej*, [online, dostęp: 01.03.2012]: http://www.mfk.org.pl/uploads/kobieta_i_biznes/kib_4-10_2011.
- Boguszewski, R.(red.) (2010), *Co jest ważne, co można, a czego nie wolno – normy i wartości w życiu Polaków*, Komunikat z badań CBOS BS/99/2010, [online, dostęp: 01.03.2012]: <http://www.cbos.pl/PL/publikacje/raporty_2010.php>.
- Budowska, B., Duch, D., Titkow, A. (2003), *Szklany sufit: bariery i ograniczenia karier polskich kobiet. Raport z badań jakościowych*, Warszawa, Instytut Spraw Publicznych.
- Butler, D., Geis, F. L. (1990), *Nonverbal affect responses to male and female leaders: Implications for leadership evaluations*, *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(1).
- Carli, L. L., LaFleur, S. J., Loeber, C. C. (1995), *Nonverbal behavior, gender, and influence*, *Journal of Personality and Social Psychology*, 68.
- Cialdini, R. B., Trost, M. R. (1998), *Social influence: Social norms, conformity, and compliance*, (w:) D. T. Gilbert, S. T. Fiske, G. Lindzey (red.), *The handbook of social psychology*, Vol. 2, Boston, McGraw-Hill.
- Eagly, A. H., Karau, S. J. (2002), *Role congruity theory of prejudice toward female leaders*, *Psychological Review* 109(3).
- Eagly, A. H., Makhijani, M. G., Klonsky, B. G. (1992), *Gender and the evaluation of leaders: A meta-analysis*, *Psychological Bulletin* 111(1).
- Hausmann, R., Tyson, L. D., Zahidi, S. (2011), *The Global Gender Gap Report 2011. World Economic Forum*, [online, dostęp: 28.05.2012]: <http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/global-gender-gap-reporteducation-2011-en.pdf>
- Heilman, M. E., Chen, J. J. (2005), *Same Behavior, Different Consequences: Reactions to Men's and Women's Altruistic Citizenship Behavior*, *Journal of Applied Psychology* 90(3).
- Heilman, M. E. (2001), *Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder*, *Journal of Social Issues* 57.
- Heilman, M. E., Block, C. J., Martell, R. F. (1995), *Sex stereotypes: Do they influence perceptions of managers?*, *Journal of Social Behavior and Personality*, 10.
- Heilman, M. E., Block, C. J., Martell, R. F., Simon, M. C. (1989), *Has anything changed? Current characterizations of men, women, and managers*, *Journal of Applied Psychology* 74(6).
- Heilman, M. E., Wallen, A. S., Fuchs, D., Tamkins, M. M. (2004), *Penalties for success: Reactions to women who succeed at male tasks*, *Journal of Applied Psychology* 89(3).
- Lewandowski, E. (2007), *Co wiemy o charakterze Polaków*, *Polityka*, 19.04.2007, [online, dostęp: 01.03.2012]: <http://www.polityka.pl/spoleczenstwo/nie-zbednikinteligenta/216105.1.co-wiemy-o-charakterzopolakow.read#ixzz1pYMSfqOf>
- Motowidło, S. J., Van Scotter, J. R. (1994), *Evidence that task performance should be distinguished from contextual performance*, *Journal of Applied Psychology* 79(4).
- Organ, D. W., Konovsky, M. A. (1989), *Cognitive versus affective determinants of organizational citizenship behavior*, *Journal of Applied Psychology* 74.
- Rudman, L. A. (1998), *Self-promotion as a risk factor for women: The costs and benefits of counter-stereotypical impression management*, *Journal of Personality and Social Psychology* 74(3).
- Sedlak, K. (red.) (2011), *XIX ogólnobranżowy raport placowy 2010 rok*, Kraków, Sedlak & Sedlak.

5

Recenzja książki

„Psychologia ekonomiczna”

dr hab. Tomasza Zaleśkiewicza,
prof. SWPS



AGATA GAŚSIOROWSKA



„Psychologia ekonomiczna” profesora Zaleskiewicza to druga na polskim rynku wydawniczym pozycja o tym tytule, po zredagowanej przez profesora Tadeusza Tyszkę książce z 2004 roku, w której powstaniu profesor Zaleskiewicz jako autor i współautor kilku rozdziałów także miał swój udział. Jako że psychologia ekonomiczna to dziedzina stosunkowo nowa i prężnie rozwijająca się - zarówno za granicą, jak i w Polsce - pojawia się wiele nowych badań i interesujących odkryć. Z tego względu nowy podręcznik w znaczny sposób uzupełnia wiedzę o ludzkich zachowaniach, prezentowanych w poprzedniej książce.

Monografia Tomasza Zaleskiewicza składa się z 10 rozdziałów, z których pierwszy, zatytułowany „Między ekonomią a psychologią” dotyczy pojęć ogólnych i jest swego rodzaju wprowadzeniem do całej książki. W rozdziale tym Autor prezentuje specyfikę behawioralnego podejścia do wyjaśniania zachowań ekonomicznych, a także wskazuje na podstawowe różnice między takim podejściem a klasycznym modelem ekonomicznym, opierającym się przede wszystkim na założeniu o racjonalności człowieka. Wątek racjonalności, nieracjonalności i ograniczonej racjonalności rozwinięty jest w kolejnych rozdziałach. Autor wskazuje na trudności, jakie napotykają ludzie chcąc myśleć i podejmować decyzje w zgodzie z modelem racjonalnych decyzji ekonomicznych, a także omawia mechanizmy heurystyczne, dzięki którym z jednej strony są oni w stanie funkcjonować w złożonym i zmiennym otoczeniu, z drugiej zaś - ryzykują popełnienie błędu. Trzeci rozdział książki poświęcony jest podejmowaniu decyzji finansowych, w szczególności w warunkach ryzyka, a jego lektura z pewnością może uświadomić czytelnikowi, jakie zniekształcenia może popełnić podczas takich decyzji. Autor obala także mit konieczności wyłączenia emocji podczas podejmowania decyzji, tłumacząc, że emocje nie tylko są nieodłącznym,

ale wręcz niezbędnym elementem procesu decyzyjnego.

W dalszej części swojej monografii profesor Zaleskiewicz porusza takie tematy, jak rozumienie oraz interpretowanie pojęć i zachowań ekonomicznych przez dzieci, psychologiczne osobliwości pieniędzy, ich symboliczne i instrumentalne znaczenie oraz różnice indywidualne w tym zakresie, codzienne zachowania ekonomiczne, takie jak oszczędzanie, ubezpieczanie się czy płacenie podatków, a także zachowania na rynkach finansowych, które podejmowane są ciągle przez niewielką część naszego społeczeństwa. Rozdziały te będą bardzo interesujące nie tylko dla studentów czy badaczy zajmujących się problematyką zachowań ekonomicznych, ale także dla każdego człowieka, który chce zrozumieć swoje własne zachowania czy też decyzje podejmowane przez innych ludzi.

Ostatnie trzy rozdziały książki poruszają tematy nowe, których nie znajdziemy w starszym podręczniku do psychologii ekonomicznej. Dokładniej mówiąc, chodzi tu o rolę wartości społecznych i moralnych w zachowaniach ekonomicznych, teorię gier i ekonomię eksperymentalną oraz neuroekonomię. Ta ostatnia dziedzina, bardzo prężnie rozwijająca się, ma w sobie duży potencjał jeśli chodzi o rozumienie ludzkiego zachowania, jednak często wyniki badań interpretowane są dość opacznie, co tworzy - szczególnie w mediach - obraz neuroekonomii i neuromarketingu jako magicznych wręcz sposobów wpływania na konsumenta. Lektura recenzowanej pracy z pewnością pomoże czytelnikowi zrozumieć, jakie faktyczne możliwości i korzyści płyną z badania neuronalnych korelat decyzji i ocen ekonomicznych.

Jak wspomniano wcześniej, omawiana monografia stanowi wyjątkową pozycję na polskim rynku wydawniczym, jako rozbudowane, ale jed-

nocześnie spójne opracowanie poświęcone problematyce decyzji i zachowań ekonomicznych w kontekście teorii psychologicznych. Złożone zagadnienia prezentowane są w sposób ciekawy i czytelny, poparte zarówno przykładami z życia codziennego czy rynków finansowych, jak i wynikami najnowszych badań europejskich, amerykańskich, ale także polskich. „Psychologia ekonomiczna” jest napisana bowiem przystępnym, zrozumiałym językiem, co jednak w żaden sposób nie umniejsza rzetelności i aktualności przedstawionej w niej wiedzy naukowej. Monografia ta może znaleźć czytelnika w szerokim kręgu odbiorców począwszy od studentów psychologii, ekonomii, zarządzania, finansów, poprzez przedsiębiorców, ekonomistów, inwestorów i analityków finansowych. Co bardzo ważne, może też być przydatna dla każdego kto chce zrozumieć, jakie mechanizmy rządzą naszymi zachowaniami ekonomicznymi i jak podejmować decyzje, byśmy byli z nich zadowoleni.

6

Sprawozdanie z VI konferencji
ASPE „Psychologia Ekonomiczna”,
Lublin, 11-12 maja 2012 roku

WIKTOR RAZMUS

W dniach 11-12 maja 2012 roku w murach Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II odbyła się coroczna konferencja Akademickiego Stowarzyszenia Psychologii Ekonomicznej pod tytułem „Psychologia Ekonomiczna”. W skład komitetu organizacyjnego wchodził: prof. dr hab. Tadeusz Tyszka, dr hab. Tomasz Zaleśkiewicz, prof. SWPS, dr hab. Małgorzata Górnik-Durose, prof. UŚ, dr hab. Anna Maria Zawadzka, prof. UG, dr Elżbieta Kubińska, dr Oleg Gorbaniuk, dr Paweł Fortuna.

Biorąc pod uwagę ilość prelegentów, która zgłosiła się do udziału w sesjach naukowych, była to największa jak dotąd konferencja ASPE. W wymianie myśli brali udział przedstawiciele środowisk naukowych oraz praktycy biznesu. Reprezentowane były: Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Wydział Zamiejscowy we Wrocławiu; Politechnika Wroclawska; Uniwersytet Warszawski; Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie; Akademia Leona Koźmińskiego; Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu; Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu; Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie; Uniwersytet Śląski w Katowicach; Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej; Tel-Aviv University; Uniwersytet Jagielloński w Krakowie oraz Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II. Środowisko praktyków reprezentowały organizacje: Millward Brown SMG/KRC; Bureau Veritas Polska Sp. z o.o.; Artal Investments Sp. z o.o.

Konferencję otworzył dziekan Wydziału Nauk Społecznych KUL prof. dr hab. Andrzej Sękowski. W słowie wstępnym wyraził nadzieję, że konferencja przyczyni się do wymiany doświadczeń pomiędzy badaczami. Po uroczystej mowie inauguracyjnej głos zabrał prof. dr hab. Adam Biela. Ze względu na to, że konferencja ASPE po raz pierwszy odbywała się w Lublinie, kierownik Katedry Psychologii Organizacji i Zarządzania KUL przybliżył gościom bogatą tradycję psychologii na tym uniwersytecie. W swoim wykładzie o białych plamach w historii polskiej psychologii



Uroczyste otwarcie konferencji przez Dziekana Wydziału Nauk Społecznych KUL prof. dr hab. Andrzeja Sękowskiego

nawiązał do psychologicznych zainteresowań założyciela KULu ks. Idziego Radziszewskiego. Po takim historycznym wprowadzeniu rozpoczęły się sesje plenarne.

Konferencja składała się z 8 sesji plenarnych tworzących 6 bloków tematycznych oraz sesji plakatowej. Pięć sesji plenarnych odbyło się pierwszego dnia, trzy – następnego.

Pierwszy blok tematyczny traktował o psychologii pieniądza i został podzielony na dwie sesje. Sesji pierwszej przewodniczyła dr hab. Anna Maria Zawadzka, prof. UG. Jako pierwsza prelegentka wystąpiła Anna Maria Hełka z referatem „Wpływ aktywacji idei pieniądza i postaw wobec pieniędzy na zachowanie w grze dyktator”. Z prezentowanych badań wynikało, że aktywacja idei pieniędzy u osób z symboliczną postawą

wobec pieniędzy wywołuje obniżenie wysokości transferów w porównaniu z grupą kontrolną. Co ciekawe, osoby z grupy eksperymentalnej, które oddały minimum połowę kwoty drugiej osobie, deklarowały silniejsze negatywne emocje i niższą satysfakcję z podjętej decyzji niż osoby, które dokonały analogicznych transferów w grupie kontrolnej. W drugim wystąpieniu „Chciwość jest dobra? Aktywacja idei pieniędzy a prezenty”, Agata Gąsiorowska zaprezentowała wyniki 3 badań eksperymentalnych, zgodnie z którymi osoby z grupy eksperymentalnej (aktywacja idei pieniędzy) w porównaniu z osobami z grupy kontrolnej: (1) były skłonne wydać istotnie mniej na prezent urodzinowy dla najlepszego przyjaciela; (2) mniej pieniędzy przeznaczały na prezenty bożonarodzeniowe dla swoich bliskich; (3) miały większe oczekiwania co do prezentów, które chciały same otrzymać. Trzeci referat zaprezentowali Tomasz Zaleskiewicz i Agata Gąsiorowska. Celem referatu było udzielenie odpowiedzi na pytanie:

Czy egzystencjalny niepokój chroni ludzi przed wydawaniem pieniędzy? Wyniki przeprowadzonych eksperymentów ujawniły, że osoby, u których wywołano myślenie o śmierci, były bardziej skłonne oszczędzać pieniądze niż osoby z grupy kontrolnej, które chętniej wydawały je na kupowanie „przyjemności”. W ostatnim referacie z sesji pierwszej Joanna Rudzińska-Wojciechowska omówiła związek długości horyzontu czasowego z konkretnymi zachowaniami i przekonaniem konsumentów na temat oszczędzania.

Przewodniczącym sesji drugiej był dr hab. Tomasz Zaleskiewicz, prof. SWPS. Pierwszy referat w tej sesji – autorstwa Marii Forlicz – zatytułowany był „Moment i długość okresu dyskontowania a subiektywne stopy dyskonta – wyniki eksperymentalne”. Autorka przedstawiła wyniki badań eksperymentalnych, które przemawiają za tym, że wydłużenie okresu dyskontowania wpływa ujemnie na zannualizowane subiektywne stopy oprocentowania. W drugim wystąpieniu



W trakcie prezentacji, w pierwszym rzędzie od lewej: dr Oleg Gorbaniuk, dr Anna Helka, prof. SWPS dr hab. Tomasz Zaleskiewicz

Dominika Maison zaprezentowała badania segmentacyjne przeprowadzone na ogólnopolskiej próbie reprezentatywnej. Ich wynikiem było wyodrębnienie 6 segmentów Polaków ze względu na otwartość wobec zachowań ekonomicznych. Interesującym okazało się to, że segmenty te w mniejszym stopniu różnicują obiektywne miary możliwości finansowych, a bardziej uwarunkowania psychologiczne jednostki. Trzeci referat pod tytułem „Postawy wobec pieniędzy i narcyzm a wybierane strategie inwestowania środków finansowych w zależności od źródła ich posiadania” wygłosiła Katarzyna Sekścińska. Autorka pokazała zależność między poszczególnymi wymiarami postaw wobec pieniędzy i wymiarami narcyzmu a preferowaniem określonych strategii inwestycyjnych.

Drugi blok tematyczny przybliżał problematykę moralnych aspektów zachowań ekonomicznych. Składał się z jednej sesji plenarnej, której przewodniczyła dr hab. Aleksandra Tokarz, prof.

UJ. W pierwszym wystąpieniu Tadeusz Tysza i Sabina Kołodziej wraz z grupą studentów z Koła Naukowego Psychologii Ekonomicznej Eureka omówili referat „Zniekształcenia ocen moralnych w decyzjach podejmowanych w sytuacji pokusy”. Badacze przypuszczali, że podejmowanie materialnie korzystnej decyzji, która jest jednocześnie nieetyczną, będzie wiązać się ze skłonnością decydenta do stosowania zniekształceń (np. zmiany nazwy w taki sposób, aby nie sugerowała złamania normy). Wyniki ich eksperymentu były jednoznaczne: większość osób badanych zachowywała się nieetycznie, jednak nie dokonywała zniekształceń ocen moralnych. Anna Macko i Michał Białek w drugim referacie tej sesji dokonali analizy zależności pomiędzy szkodą a winą. Wyniki przeprowadzonych przez nich eksperymentów pokazały, że m.in. poniesienie straty własnej przez sprawcę powoduje przypisywanie mu większej winy. Celem trzeciego wystąpienia było udzielenie odpowie-



W trakcie dyskusji, w pierwszym rzędzie od lewej: prof. dr hab. Adam Biela, prof. dr hab. Tadeusz Tysza, prof. dr hab. Andrzej Falkowski

dzi na pytanie z tytułu referatu „Czy ekonomiści naprawdę kłamią częściej?”. Autor wystąpienia, Łukasz Starba opowiedział uczestnikom o wynikach eksperymentu, który przeprowadził na studentach dwóch wrocławskich uczelni. Okazało się, że obwinianie ekonomistów o częstsze kłamanie jest bezzasadne. Z kolei Małgorzata Niesiołbódzka w swoim wystąpieniu skoncentrowała się na dyscyplinie podatkowej. W referacie pod tytułem „Jak wzmocnić dyscyplinę podatkową? Wpływ charakteru komunikatu perswazyjnego i moralności podatkowej na zachowanie podatników” pokazała, że działania egzekutorów prawa podatkowego powinny koncentrować się na kampaniach wzmacniających poczucie obowiązku obywatelskiego i na ukazywaniu negatywnych skutków uchylania się od opodatkowania.

Trzeci blok tematyczny poświęcony był problematyce zachowań konsumenckich. Składały się na niego dwie sesje plenarne. Podczas pierwszej sesji, której przewodniczyła dr hab. Dominika Maison, prof. UW, zaprezentowano 3 odczyty. Piotr Michoń w swoim wystąpieniu podjął problematykę dóbr pozycjonalnych. Przedstawił on stopień pozycjonalności pięciu dóbr: dochodu, czasu pracy, urlopu, wykształcenia i samochodu służbowego. Jako drudzy zabrali głos Andrzej Falkowski i Robert Mackiewicz. W referacie pod tytułem „Wykorzystanie ułamka Webera jako metody wrażliwości cenowej: perspektywa, korzyści i straty” pokazali, że wrażliwość cenowa nie jest wartością stałą, ale zależy od kierunku relacji w stosunku do punktu odniesienia. Wyniki przedstawionych eksperymentów potwierdzają, że wielkość ułamka Webera jest istotnie niższa w przypadku straty niż w przypadku zysku. Z wystąpienia Łukasza Jacha uczestnicy konferencji dowiedzieli się o wynikach walidacji narzędzia Indeks Aspiracji Życiowych. Wychoząc z obserwacji, że niektóre wymiary charakteryzują się mało satysfakcjonującym poziomem rzetelności, Autor na podstawie badań własnych zaproponował nowe czteroczynnikowe ujęcie,

na które składają się: Harmonia psychofizyczna, Rozwój duchowy, Zaspokojenie materialne i Relacje społeczne.

Przewodniczącą drugiej sesji „Zachowania konsumenckie” był prof. dr hab. Andrzej Falkowski. Zaprezentowano 3 referaty. Jako pierwszy mówił Grzegorz Banerski. Przedstawił on problematykę wpływu kontekstu programowego i lojalności wobec programu na skuteczność reklamy. Z zaprezentowanych badań wynikało, że kontekst programowy praktycznie nie obniża percepcji skuteczności reklamy. Najważniejszym czynnikiem jest lojalność widza wobec programu. Im jest ona większa, tym większa jest postrzegana skuteczność reklamy. Referat pod tytułem „Wpływ wyuczonej bezradności na spójność pojęciową komunikatu reklamowego” przedstawiła Alicja Grochowska (współautor: Magdalena Gąsiorowska). Autorka skoncentrowała się w nim na roli zasobów poznawczych odpowiedzialnych za integrowanie informacji. Ostatni odczyt dotyczył problematyki podejmowania decyzji konsumenckich. Jego autorzy: Katarzyna Stasiuk, Renata Maksymiuk, Agata Łukasik i Yoram Bar-Tal, na podstawie przeprowadzonych badań pokazali, że kobiety bardziej niż mężczyźni różnicują strategię podejmowania decyzji w zależności od ważności ich obiektu.

Po zakończeniu sesji plenarnych zaplanowanych na pierwszy dzień konferencji, uczestnicy wzięli udział w sesji plakatowej. Zaprezentowano 7 tematów o zróżnicowanej problematyce badawczej. W sesji plakatowej znalazły się postery: (1) Wpływ postaw matek wobec pieniędzy na oszczędzanie pieniędzy przez ich dzieci (autor: Agata Trzczińska); (2) Konstruowanie siebie przez marki. Psychologiczne aspekty posiadania marek (autor: Wiktor Razmus); (3) Proces realizacji celów przedsiębiorczych (autor: Aneta Przepiórka); (4) Psychologiczno-społeczny portret kobiety przedsiębiorcy (autor: Małgorzata Denkiewicz-Kuczevska); (5) Wpływ przyjętej strategii zarządzania w sytuacji kryzysowej na

wizerunek firmy (autor: Emilia Samardakiewicz); (6) Inwentarz Wykorzystania Czasu jako narzędzie do pomiaru behawioralnych i poznawczych aspektów pracoholizmu – podsumowanie trzech badań walidacyjnych (autorzy: Diana Malinowska, Sabina Jochymek, Aleksandra Tokarz); (7) Uczciwość w życiu społecznym (autor: Agata Błachnio).

Drugi dzień konferencji został rozpoczęty sesją „Odpowiedzialność społeczna w skali makro i mikro”, której przewodniczyła dr hab. Małgorzata Górnik-Durose, prof. UŚ. Na sesje złożyło się 5 wystąpień. Rafał Jakubowski i Karol Fjałkowski przedstawili wyniki eksperymentalnych badań wyborów społecznych dotyczących sposobu wytwarzania dóbr publicznych. Referat Roberta Pabierowskiego traktował o tym, w jaki sposób odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstw wpływa na oceny i zachowania nabywców. Autor pokazał, że wpływ ten w większości przypadków jest pośredni i wymaga obecności wielu czynników (m.in. pozytywnej reputacji, wiarygodności itp.). Zuzanna Halicka w referacie „O czym i jak mówić w kampaniach CRM? - Wpływ perspektywy zysk-strata i odniesienia do Ja na skuteczność reklamy w kampanii typu Cause Related Marketing” pokazała wyniki badań, z których wynika, że przedstawienie społecznych korzyści z kampanii CRM z perspektywy potencjalnych strat, jak również brak odniesienia do Ja konsumenta, przyczynia się do wyższej ogólnej oceny tej kampanii. W kolejnym wystąpieniu Diana Malinowska, Monika Trzebińska i Aleksandra Tokarz omówiły wnioski z przeglądu badań nad funkcjonowaniem społecznym i efektywnością pracoholików w miejscu pracy. Przedstawiły one bogate podstawy metodologiczne prowadzonych w tym obszarze badań naukowych. Tematyka ostatniego wystąpienia dotyczyła doniesień z badań nad „używaniem nie swoich pieniędzy”. Zbigniew Zaleski, Katarzyna Joško i Mirosław Smył próbowali udzielić odpowiedzi na pyta-

nie „Jak się czujemy z kredytem”? Wyniki ich wstępnych badań pokazują, że osoby posiadające kredyt odczuwają zarówno pozytywne emocje związane z możliwością realizacji pewnego celu, jak również emocje negatywne powiązane z uzależnieniem się od banku.

Sesji siódmej dotyczącej psychologicznych aspektów podejmowania decyzji przewodniczył prof. dr hab. Tadeusz Tyszka. Jako pierwszego w tej sesji uczestnicy wysłuchali referatu Przemysława Kusztelaka „Zasady wyboru – podejście eksperymentalne”. Głównym tematem jego wystąpienia była teoria gier. Wyniki badań Autora przemawiają na korzyść uczenia teorii gier w ośrodkach naukowych. Wiedza z tego zakresu pozytywnie wpływa na podejmowane decyzje (ludzie osiągają wyższe zyski). Temat „O czterech poziomach i zachowaniach z nich wynikających” przedstawił Krzysztof Kontek. Autor mówił o tym, jak na podstawie kształtu funkcji użyteczności decyzyjnej wynikającej z wygranej, satysfakcji, aspiracji i niepewności, określić różne zachowania osób podejmujących ryzykowne decyzje. W referacie „Strategie prognostyczne na trzech kontynentach” Elżbieta Kubińska i Łukasz Markiewicz przedstawili wyniki badania preferencji do stosowania strategii prognostycznych momentum oraz kontrarian wśród polskich, chińskich oraz australijskich studentów. Okazało się, że dominującą strategią w trzech próbach była krótkoterminowa strategia momentum, choć zauważono pewne odstępstwa w przypadku Chin.

Prof. dr hab. Adam Biela przewodniczył ostatniej sesji plenarnej konferencji pod tytułem „Percepcja ryzyka”. Agata Michalaszek w swoim odczycie, który otwierał tę sesję, szukała odpowiedzi na pytanie „Czy ocena ryzyka i akceptacja ryzyka są procesami tożsamymi czy różnorodnymi”? Seria przeprowadzonych przez Autorkę badań doprowadziła do otrzymania rozbieżnych rezultatów. Na podstawie jednych danych można było wnioskować o zależności obu procesów,

podczas gdy na podstawie drugich – o ich niezależności. O postawach wobec ryzyka i jego indywidualnych oraz sytuacyjnych uwarunkowaniach mówiła następna prelegentka – Martyna Nowak. Przedstawiła badania, z których wynikało, że wraz ze wzrostem akceptacji ryzyka w różnych dziedzinach życia oraz tendencji do poszukiwania doznań, rosła liczba ryzykownych wyborów w sytuacjach zadaniowych. Temat „Spostrzeganie ryzyka i korzyści zjawisk/działań ryzykownych będących wytworem człowieka lub natury” przedstawiła Patrycja Śleboda. Autorami ostatniego referatu pod tytułem „Intensywność wyobrażeń negatywnych konsekwencji ryzykownych zachowań jako źródło międzypłciowych różnic w percepcji ryzyka” byli Jakub Traczyk, Agata Sobków i Tomasz Zaleskiewicz. Wyniki ich badań (prowadzonych z wykorzystaniem m.in. metod neurofizjologicznych) wskazują, że łatwość i intensywność, z jaką możemy wyobrazić sobie negatywne konsekwencje ryzykownych sytuacji, wpływają na ocenę i podejmowanie ryzyka. Jednakże, proces ten ma inny charakter w przypadku mężczyzn i kobiet.

Dwudniowe sesje naukowe zostały zakończone wystąpieniem przewodniczącego ASPE – dr hab. Tomasza Zaleskiewicza, prof. SWPS. Wyraził on podziękowania gospodarzom za miłe przyjęcie, organizatorom konferencji za jej sprawny przebieg, gościom za przybycie i wymianę poglądów oraz zaprosił wszystkich na następną konferencję, która odbędzie się w Warszawie. Zamknięcia konferencji dokonał jej główny lokalny organizator – dr Oleg Gorbaniuk. W krótkim przemówieniu podziękował on wszystkim obecnym za wspólny trud naukowy.

Konferencje organizowane w ramach ASPE dają możliwość wymiany myśli i poglądów wśród najwybitniejszych badaczy zachowań ekonomicznych. VI konferencja ASPE, która odbyła się w Lublinie jest tego wyraźnym potwierdzeniem. Aktywny udział psychologów, ekonomistów oraz specjalistów od zarządzania pokazał złożoność

i wielowymiarowość podejść do zjawisk ekonomicznych. Wymianie idei sprzyjała konstrukcja przebiegu wystąpień, po zakończeniu których zawsze był czas na pytania i komentarze dla prelegentów. Niejednokrotnie dyskusje były tak burzliwe, że przenoszono je do kularów.

Analizując tematykę wystąpień prelegentów, będącą pewnym odwzorowaniem trendów badawczych polskich ośrodków akademickich i biznesowych, należy zauważyć, że obok tradycyjnych zainteresowań skupionych wokół psychologicznych aspektów podejmowania decyzji, percepcji ryzyka, zachowań konsumenckich i posiadania pieniędzy, szczególnie młodzi badacze rozwijają ciągle jeszcze „młodą” problematykę odpowiedzialności społecznej.

VI konferencja ASPE pod tytułem „Psychologia ekonomiczna” była niewątpliwie dobrą okazją do zapoznania się z najnowszymi wynikami badań z zakresu szeroko pojętej psychologii ekonomicznej. Stworzyła także okazję do ciekawych spotkań i rozmów. Można uznać ją za cenne i inspirujące do dalszych badań wydarzenie naukowe.

7

Badania realizowane
w Zakładzie Psychologii
Ekonomicznej i Psychologii
Organizacji w Instytucie
Psychologii Uniwersytetu
Gdańskiego

1. Projekt badawczy: **Postawy wobec zakupów i konsumpcji w sytuacji wzmocnienia Ja i zagrożenia Ja w dziedzinie moralności i sprawności** - Anna Maria Zawadzka

Koncepcje samoregulacji zajmują istotne miejsce wśród teorii psychologicznych. Samoregulacja odzwierciedla procesy, które dotyczą ustalania celów, określania sposobów ich realizacji i monitorowania postępów w osiąganiu tych celów (Carver i Scheier, Higgins, Baumeister i Vohs). W teorii samoregulacji Higgins wyróżnia dwa systemy samoregulacji – system promocyjny (dążenia), który aktywizuje się gdy osoba odwołuje się do aspiracji, marzeń oraz system prewencyjny (unikania), który aktywizuje się gdy osoba myśli o swoich powinnościach i obowiązkach. W badaniach dotyczących zachowań konsumenckich przeprowadzonych do tej pory przez badaczy amerykańskich ustalono, że aktywizowanie ukierunkowania promocyjnego wiąże się z preferencjami i wyborami produktów hedonistycznych i luksusowych marek produktów, a aktywizowanie ukierunkowania prewencyjnego wiąże się z preferencjami i wyborami utylitarnych oraz funkcjonalnych produktów i marek. W odniesieniu do teorii samoregulacji Higginsa w obecnym projekcie badawczym podjęto się analizy związku sytuacji wzmacniających Ja (sukcesu) i tworzących zagrożenie dla Ja (porażki) w dwóch dziedzinach sprawności i moralności z wybranymi preferencjami konsumenckimi.

W badaniach prowadzonych w tym projekcie do tej pory ustalono, że skłonność do wydawania pieniędzy na dobra zarówno materialne, jak i hedonistyczne jest największa w sytuacji porażki moralnej, oraz tendencja do wydatków na dobra hedonistyczne jest wysoka również w sytuacji sukcesu moralnego. Stwierdzono także, że skłonność do preferencji produktów zaawansowanych technologicznie (innowacyjnych) jest największa

w przypadku porażki sprawnościowej. Dalsze badania idą w kierunku weryfikacji uzyskanych wyników badań z zastosowaniem nowych metod aktywizacji Ja (wzmocnienia i zagrożenia Ja) oraz poszerzenia analiz o kolejne zmienne – preferowane wartości i dominujące chronicznie dostępne obszary Ja (moralność, sprawność, ukierunkowanie promocyjne, ukierunkowanie prewencyjne).

2. Projekt badawczy: **Społeczne uwarunkowania materializmu i przywiązywania się do marek a dobrostan dzieci i młodzieży** –

Anna Maria Zawadzka, Dorota Dykańska-Bieck, Magda Skwierawska, Artur Czaja

Wyniki badań w nurcie teorii autodeterminacji dowodzą, że środowisko społeczne wzmacniając niezgodne z ludzką naturą aspiracje, tj. dążenia do celów zewnętrznych, może obniżać dobrostan psychiczny człowieka. Do tej pory w badaniach amerykańskich adolescentów (por. Flouri, 1999; Kasser i in., 1995; Rindfleisch i in., 1997; Rindfleisch i Burroughs, 1999) ustalono, że sytuacja socjoekonomiczna rodziny, style rodzicielskie matek, brak komunikacji w rodzinie czy rozbitcie rodziny i brak ojca mogą być źródłami materializmu dziecka. Celem projektu badawczego jest analiza uwarunkowań indywidualnych i społecznych kształtowania się preferencji i dążeń materialistycznych u dzieci i młodzieży.

W ramach projektu zostały już zbadane zależności pomiędzy postawami i aspiracjami materialistycznymi dzieci (w wieku przedszkolnym i młodszym szkolnym) a postawami rodzicielskimi matek i ojców, poszukiwanymi wartościami w zakupach przez matki i ojców, poziomem materializmu funkcjonalnego rodziców oraz stylami spędzania przez nich wolnego czasu. Uzyskane wyniki wskazują na występowanie zależności pomiędzy badanymi zmiennymi dotyczącymi rodziców a preferencjami materialistycznymi

u dzieci. Obecnie prowadzone badania dotyczą indywidualnych uwarunkowań kształtowania się aspiracji i preferencji materialistycznych u adolescentów. Pytaniami, na jakie mają odpowiedzieć badania są: jak przywiązanie do marki, preferencje marek luksusowych i materializm u adolescentów można tłumaczyć postrzeganymi przez nich postawami rodziców, obszarami Ja, na jakich budują swoją wartość, gotowością do samonaprawy. Ponadto badania te odpowiadają na pytania, jak przywiązywanie się do marek i tendencje materialistyczne adolescentów wiążą się z wybranymi miarami dobrostanu psychicznego (tj. z poziomem stresu, wdzięcznością, zachowaniami odwetowymi, zadowoleniem z życia).

3. Projekt badawczy: **Postawy i cechy materialistyczne i niematerialistyczne - pokora, samonaprawa vs. nadużywanie władzy - jako uwarunkowania zadowolenia i braku zadowolenia z życia** - Anna Maria Zawadzka, Anna Szabowska-Walaszczyk, Tomasz Sęk, Martyna Wojtaś, Justyna Zalewska

W teoriach wywodzących się z nurtu psychologii humanistycznej wskazuje się na znaczenie samoaktualizacji w osiąganiu dobrostanu psychicznego przez osobę (Maslow, Rogers). Koncepcje wywodzące się z teorii autodeterminacji (Ryan, Deci) wskazują, że typ aspiracji, do jakich jednostka dąży ma znaczenie w osiąganiu przez nią dobrostanu psychicznego. Aspiracje wewnętrzne prowadzą do dobrostanu, zaś aspiracje zewnętrzne oddalają od niego. Pokora i gotowość od samonaprawy są postawami związanymi z wartościami realizującymi cele wewnętrzne. Seligman wskazuje na pokorę jako jedną z cnót, które prowadzą do szczęścia. Samonaprawa jest motywem wzrostu i rozwoju (por. Sedekides). Z kolei tendencja do nadużywania władzy wiąże

się z realizacją celów zewnętrznych. Przyjmując powyższe założenia obecny projekt badawczy ma na celu odpowiedź na pytania, czy i jak pokora, samonaprawa i nadużywanie władzy wiążą się z dobrostanem psychicznym? W ramach prac nad niniejszym projektem do tej pory przygotowano narzędzia do badania pokory oraz samonaprawy. Wyniki przeprowadzonych dotychczas badań wskazują na związek pokory z aspiracjami wewnętrznymi (tj. aspiracjami dotyczącymi rozwoju osobistego, związków z innymi i aspiracjami społecznymi) oraz z zadowoleniem z życia, a także na związek gotowości do samonaprawy z zadowoleniem i satysfakcją z życia.

Prowadzone są badania dotyczące związków samonaprawy z zaangażowaniem w pracę (która wiąże się z podwyższaniem dobrostanu osoby w środowisku pracy) i pracoholizmem. W ramach dalszych badań będą prowadzone analizy związków samonaprawy z dobrostanem w kontekście międzykulturowym (badania w Indiach, Wielkiej Brytanii). W ramach badań dotyczących związków pomiędzy nadużywaniem władzy i dobrostanem prowadzone są badania jak nadużywanie władzy wiąże się z dobrostanem w sytuacji posiadania władzy i bycia podwładnym.

4. Projekt badawczy: **Postawy konsumpcjonistyczne i dążenia materialistyczne w kontekście pracy a satysfakcja z życia** - Anna Maria Zawadzka, Anna Szabowska – Walaszczyk, Blanka Kondratowicz, Rafał Rymkiewicz

W odniesieniu do sposobu postrzegania natury człowieka i jego dobrostanu w nurcie psychologii humanistycznej i psychologii pozytywnej, w niniejszym projekcie stawia się pytanie o postawy i dążenia związane z przyszłą bądź realizowaną pracą, które prowadzą do dobrostanu psychicznego osoby. W badaniach przeprowadzonych do tej

pory w ramach projektu udało się ustalić, że dopasowanie zarówno komplementarne (wartości i dążeń osoby do wartości oraz dążeń promowanych w organizacji), jak i suplementarne (dopasowanie potrzeb osoby do potrzeb realizowanych przez organizację) do organizacji może być powodem wzrostu zaangażowania w pracę (które to może być postrzegane jako miara dobrostanu). Udało się także ustalić, że preferowane materialistyczne cechy przyszłej pracy (adolescentów) oraz materialistyczne oczekiwania dotyczące systemu motywowania pracowników (studentów) związane są z dążeniami do celów zewnętrznych. Celem dalszych badań jest analiza preferencji dotyczących cech przyszłej pracy, oczekiwań dotyczących systemu motywowania w przyszłej pracy, różnicowości pomiędzy oczekiwaniami co do obecnej i przyszłej pracy w kontekście dobrostanu oraz wybranych charakterystyk osobowych.

5. Pojęcie symbolicznego pieniądza, czasu i transcendencji w badaniach preferencji konsumenckich

– Anna Maria Zawadzka, Jakub Wierzbicki, Agata Bursa

Badania dotyczące pojęcia pieniądza wskazały na istotny wpływ tego pojęcia na społeczne zachowania osób (Vohs). Zaobserwowano również, że aktywizacja pojęcia czasu i transcendencji wpływa na zachowania konsumenckie w inny sposób niż aktywizacja pieniądza (Kasser). Nieliczne badania dotyczące aktywizacji pojęcia pieniądza symbolicznego – tj. karty płatniczej nie dostarczają jednoznacznych wniosków na temat tego czy aktywizacja pojęcia karty płatniczej przynosi podobne efekty jak aktywizacja pojęcia pieniądza. Podobnie nie przeanalizowano do tej pory czy istnieją podobieństwa czy też różnice w zachowaniach osób pod wpływem aktywizacji pojęć: pieniądza, czasu, karty płatniczej. Dlatego też celem tego projektu jest sprawdzenie jak

aktywizacja pojęcia symbolicznego pieniądza (tj. karty płatniczej), czasu i transcendencji wpływa na zmianę wartości i zachowania prospołeczne osób. Zatem celem tego projektu jest sprawdzenie, czy aktywizowanie pojęcia karty płatniczej niesie za sobą podobne efekty psychologiczne, jak aktywizacja pojęcia pieniądza, oraz czy są to inne efekty w porównaniu z aktywizowaniem pojęcia transcendencji. Celem tego projektu jest także sprawdzenie jak aktywizacja pojęcia czasu i pieniądza wpływa na wartości i dobrostan osób.

6. Projekt badawczy: Postawy wobec rodzaju i stereotypy w reklamie – badania międzykulturowe

– Magdalena Zawisza (Winchester University, UK), Russell Luyt (Winchester University, UK), Anna Maria Zawadzka

Badania prowadzone w tym projekcie dotyczą skuteczności reklam zawierających tradycyjne stereotypy płci i łamiące te stereotypy oraz postaw wobec ról rodzajowych (tj. seksizmu życzliwego i wrogiego) w zależności od dominujących wartości kulturowych. Badania przeprowadzone do tej pory wskazują, że łamiące stereotypy płci portrety kobiet podobają się najbardziej (w porównaniu ze zgodnymi z tradycyjnym stereotypem płci portretem kobiet i mężczyzn oraz łamiącymi je wizerunkami kobiet). Kolejne badania przeprowadzone w ramach projektu wskazały, że reklamy zawierające łamiące tradycyjne stereotypy płci portrety mężczyzn są bardziej skuteczne niż te portrety mężczyzn, które przedstawiają tradycyjne stereotypy płci. Prowadzone w tym projekcie badania nad postawami wobec mężczyzn w trzech krajach (Polsce, Wielkiej Brytanii i RPA) wskazały, że wartości kulturowe różnicują postawy życzliwe i wrogie wobec mężczyzn zarówno w przypadku badanych kobiet, jak i mężczyzn. Kolejne badania mają na celu poszerzenie badanych zależności o nowe zmienne:

m. in. będą odnosić się do seksizmu wobec kobiet w zależności od postaw rodzajowych badanych kobiet i mężczyzn.

7. Projekt badawczy:

**Dlaczego nie płacimy podatków?
Rola moralności
i sprawiedliwości podatkowej**

– Małgorzata Niesiołowska

Badania dotyczące podatków koncentrują się na szeregu zagadnień, wśród których istotne znaczenie przypada analizie zachowań związanych z płaceniem podatków: zgody na regulowanie swoich zobowiązań wobec fiskusa bądź legalnego lub nielegalnego uchylania się od płacenia podatków. Zdaniem wielu ekspertów zjawisko uchylania się od opodatkowania jest jednym z najpoważniejszych problemów finansów publicznych we współczesnym świecie. Celem badań własnych jest weryfikacja założeń autorskiego modelu uchylania się od opodatkowania, modelu akcentującego rolę sprawiedliwości podatkowej oraz moralności podatkowej. Model skonstruowany w oparciu o wyniki najnowszych prac z zakresu psychologii podatków, sprawiedliwości społecznej i organizacyjnej uwzględnia wszystkie obecnie wyróżniane rodzaje sprawiedliwości: horyzontalną, wertykalną, wymiany (sprawiedliwość dystrybucyjną), proceduralną i interakcyjną (sprawiedliwość interpersonalna i sprawiedliwość informacyjna). W zaproponowanym modelu wprowadzono także zmienne modyfikujące relacje łączące sprawiedliwość podatkową i moralność podatkową z uchylaniem się od opodatkowania. Uzyskane wyniki nie tylko umożliwią poznanie społecznej sprawiedliwości podatkowej, moralności podatkowej i ich wpływu na zachowania podatników, ale także mogą stanowić istotną wskazówkę dla twórców i egzekutorów prawa podatkowego w Polsce.

8. Projekt badawczy: **Motywacja do podejmowania szkoleń a efektywność szkoleń**

– Dorota Godlewska-Werner

Celem badania jest określenie związku pomiędzy motywacją do podjęcia szkolenia, nastawieniem do niego, cechami osobowości a efektami szkolenia i zadowoleniem z niego. Motywacja do podejmowania szkoleń zależy od wieku, płci i cech osobowości. Nastawienie do szkolenia koreluje z oceną przydatności jego treści w pracy. Istnieje zależność pomiędzy motywacją do podjęcia szkolenia a aktywnością w trakcie jego trwania.

9. **Work-life balance** – Karol Karasiewicz,
Aleksandra Lewandowska-Walter,
Dorota Godlewska-Werner,
Andrzej Piotrowski

Celem projektu jest skonstruowanie narzędzia pomiarowego do oceny charakteru i poziomu zachowania danej osoby w sytuacji odczuwania przez nią zaburzenia równowagi praca-dom. W wyniku badań przeprowadzonych na zróżnicowanej próbie dorosłych Polaków otrzymano narzędzie, które wydaje się wystarczająco trafne i spójne wewnętrznie.

10. **Kompetencje zawodowe matek**

– Dorota Godlewska-Werner

Celem badania jest porównanie kompetencji zawodowych kobiet posiadających i nieposiadających dzieci oraz subiektywnych ocen dotyczących zmian w obrębie posiadanych kompetencji w zależności od sytuacji rodzinnej. Wyniki pokazują, że matki zauważają zmiany pozytywne w obrębie posiadanych kompetencji zawodowych odkąd w ich życiu pojawiły się dzieci.

11. Percepcja sukcesu zawodowego i nadzieja na sukces u studentów psychologii

– Dorota Godlewska-Werner

Celem badania było określenie zależności pomiędzy wyznacznikami nadziei na sukces, takimi jak: silna wola i znajdowanie rozwiązań oraz skojarzeniami z sukcesem zawodowym, a także pomiędzy zmiennymi takimi jak: tryb studiów czy wiek badanego a percepcją sukcesu. Wyniki pokazują, że istnieje zależność pomiędzy wiekiem osób badanych a liczbą wymienionych negatywnych stron sukcesu oraz jego konsekwencji. Siła woli i nadzieje na sukces korelują z trybem studiów, a znajdowanie rozwiązań z liczbą negatywnych skojarzeń. Tryb studiów wpływa na wymienianie pozytywnych i negatywnych skojarzeń oraz konsekwencji.

12. Postawy roszczeniowe i wartości

– Magdalena Żemojtel - Piotrowska

Projekt obejmuje sprawdzanie trafności narzędzia do badania postaw roszczeniowych (autorstwa M. Żemojtel-Piotrowskiej) w 27 krajach. Ponadto projekt obejmuje badanie związków postaw roszczeniowych i wartości w trzech typach społeczeństw: agrarnych, industrialnych i poindustrialnych oraz analizy związków postaw roszczeniowych z wymiarami kulturowymi Bonda, Leunga, Ingleharda i Schwartza oraz ze wskaźnikami - rozwoju społeczno-ekonomicznego, funkcjonowania politycznego. Przeprowadzone do tej pory badania potwierdziły trafność trójczynnikowego modelu postaw roszczeniowych w 19 z 27 zbadanych krajów. Badania te pozwoliły na wykrycie silnej specyfiki próby amerykańskiej co do postaci roszczeniowości, wskazały na odmienne uwarunkowania motywacyjne postaw roszczeniowych w zależności od typu społeczeństwa. Dalsze prace badawcze we współpracy z innymi dr Sergiu Balatescu (Oradea University, Rumunia)

obejmują poszukiwanie wyznaczników kulturowych, demograficznych i ekonomicznych postaw roszczeniowych w społeczeństwach wybranych krajów postkomunistycznych i związku tych postaw z aktywnością i zadowoleniem z życia.

13. Wpływ transcendencji religijnej i niereligijnej na zachowania konsumenckie

– Magdalena

Żemojtel - Piotrowska we współpracy z Jarosławem Piotrowskim, Katarzyną Skrzypińską, Joanną Różycką

W ramach dotychczasowych badań dokonano adaptacji skali do pomiaru transcendencji duchowej przy współpracy z prof. Ralphem Piedmondem (Loyola University Meryland, USA). Dotychczasowe badania wskazały na wpływ aktywizacji transcendencji religijnej na wzrost tendencji do nabywania dóbr luksusowych. Obecnie poszukiwane są mediatory tego zjawiska – samoocena, nastawienie promocyjne/prewencyjne, materializm.

14. Uwikłanie w skandal a percepcja polityka

– Magdalena Żemojtel-Piotrowska

W projekcie uwzględniane są różne typy skandalu: korupcyjny, seksualny oraz religijny. Wyniki wstępne sugerują, że mimo negatywnego wpływu uwikłania w skandal na wizerunek polityka, zachodzi interakcja między płcią i typem skandalu: kobietom bardziej szkodzi skandal korupcyjny, a mężczyznom seksualny. Aktualnie realizowane są badania na większych próbach (internetowa próba ogólnopolska), poszukiwane są także mediatory zjawiska (m.in. stosunek do kobiet, poglądy polityczne, orientacja na dominację społeczną), badane jest również znaczenie skandalu religijnego dla wizerunku polityka.

15. Projekt badawczy: **Psychologiczne podstawy efektywności menedżerskiej** - Zdzisław Nieckarz

Badanie jest próbą określenia związku pomiędzy wybranymi cechami osobowości ważnymi w funkcjonowaniu zawodowym (np. dyrektywność, optymizm, nadzieja na sukces, przedsiębiorczość) a poziomem i rodzajem motywacji oraz wskaźnikami związanymi z wysoką efektywnością działania i sukcesem. Do weryfikacji postawionych hipotez badawczych wykorzystana zostanie bateria testów i kwestionariuszy. Celem badania jest dążenie do uzyskania odpowiedzi na pytanie o kluczowe determinanty wysokiej/niskiej efektywności działania na wybranych stanowiskach (np. menedżerskich, specjalistycznych). Praktycznym aspektem projektu będzie możliwość podejmowania lepszych decyzji personalnych na obszarze zarządzania zasobami ludzkimi.

16. Projekt badawczy: **Osobowościowe determinanty postawy przedsiębiorczej** - Zdzisław Nieckarz
we współpracy z pracownikami
Wydziału Zarządzania UG

Kształtowanie postawy przedsiębiorczej jest podstawą budowania konkurencyjnego środowiska gospodarczego. Celem badania jest zatem próba określenia, jakie czynniki mogą mieć wpływ na jej powstawanie (np. środowiskowe, indywidualne). Przedsiębiorczość jest bowiem wiązana nie tylko z konkretnymi cechami czy zachowaniami (np. skłonność do ryzyka, kreatywność, poszukiwanie wyzwań), ale również jest sprawą praktyki i doświadczenia. Istotnym problemem staje się więc poszukiwanie związku pomiędzy różnymi grupami czynników, które mogą mieć istotny wpływ na pojawienie się lub nie postawy przedsiębiorczej.

17. **Psychologiczne aspekty zachowań agresywnych i ryzykownych wśród kierowców** – Aleksandra Peplińska
(projekt realizowany przy współpracy z Ryszardem Makarowskim)

Celem projektu jest określenie osobowościowych i temperamentalnych predyktorów zachowań agresywnych i ryzykownych w ruchu drogowym oraz stworzenie unikatowej na skalę naszego kraju typologii kierowców. Pierwsze wyniki na grupie motocyklistów wskazały na istotne związki pomiędzy osobowością, temperamentem a skłonnościami do zachowań agresywnych i ryzykanckich. Na podstawie analiz konstelacji cech osobowościowych i temperamentalnych stworzono typologię motocyklistów. Obecnie badania rozszerzono na różne kategorie kierowców – zawodowych, po zatrzymaniu prawa jazdy oraz amatorów.

18. **Psychospołeczne konsekwencje przekształceń współczesnych karier zawodowych**
– Aleksandra Peplińska

Celem badania jest diagnoza konsekwencji – zarówno pozytywnych, jak i negatywnych – przekształceń rynku pracy, modeli karier zawodowych i stylu życia współczesnego człowieka oraz czynników warunkujących skuteczność adaptacji do wspomnianych zmian. Wstępne wyniki badań wskazują, iż największe negatywne konsekwencje współczesnych modeli karier – karier bez granic – występują na płaszczyźnie życia osobistego. Następują istotne zmiany stylu życia, form spędzania wolnego czasu, przekształcenia związków małżeńskich, tzw. małżeństw dwu – karier oraz koszty natury zdrowotnej. Największe koszty ponoszą pracownicy korporacji.

LISTA RECENZENTÓW:

- dr Beata Bajcar, Politechnika Wroclawska
- dr Róża Bazińska, Uniwersytet Gdański
- dr Agata Gąsiorowska, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej
- dr Dorota Godlewska-Werner, Uniwersytet Gdański
- prof. UŚ dr hab. Małgorzata Górnik-Durose, Uniwersytet Śląski
- dr Michał Grotowski, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
- dr Tomasz Grzyb, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej
- dr Tomasz Kopczewski, Uniwersytet Warszawski
- prof. UW dr hab. Kinga Lachowicz-Tabaczek, Uniwersytet Wroclawski
- dr Małgorzata Niesiobędzka, Uniwersytet Gdański
- prof. UEK dr hab. Adam Sagan, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
- prof. dr hab. Andrzej Szromnik, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
- prof. dr hab. Adam Szyszka, Szkoła Wyższa Handlowa w Warszawie
- prof. UJ dr hab. Aleksandra Tokarz, Uniwersytet Jagielloński
- prof. dr hab. Tadeusz Tyszka, Akademia Leona Koźmińskiego
- dr Mirosław Wawrzyński, Zespół Młodych Naukowców przy Komitecie Prognoz „Polska 2000 Plus” Polskiej Akademii Nauk
- prof. SWPS dr hab. Tomasz Zaleskiewicz, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej
- prof. UG dr hab. Anna Maria Zawadzka, Uniwersytet Gdański

i

INFORMACJA DLA AUTORÓW

1. Redakcja prosi o nadsyłanie artykułów dotyczących psychologii ekonomicznej, przez co rozumie artykuły z zakresu finansów behawioralnych, ekonomii eksperymentalnej, psychologii pieniądza, psychologii pracy, zachowań konsumenckich, przedsiębiorczości.
2. Preferowany edytor tekstu to Microsoft Word.
3. W tekście głównym zaleca się stosowanie czcionki Times New Roman 12 pt. Akapity powinny być wyrównane poprzez wyjustowanie, interlinia powinna wynosić 1,5 wiersza oraz pierwszy wiersz w akapicie powinien mieć wcięcie 1 cm.

W celu podkreślenia wyrazów zaleca się stosowanie kursywy, natomiast nie zaleca się stosowania pogrubienia ani podkreślenia. Cytaty ujmujemy w cudzysłów (nie kursywą).

4. Na pierwszej stronie zaleca się umieszczenie po lewej: imię i nazwisko autora, miejsce zatrudnienia, dane kontaktowe do autora (adres e-mail) z użyciem czcionki Times New Roman 12 pt.

Następnie piszemy tytuł artykułu pogrubioną czcionką Times New Roman 14 pt., akapit powinien być wyśrodkowany.

Po tytule artykułu zalecamy umieszczenie streszczenia oraz słów kluczowych w języku polskim stosując format jak dla tekstu głównego. Następnie piszemy tytuł artykułu, streszczenie oraz słowa kluczowe w języku angielskim.

5. Zaleca się numerację wszystkich rozdziałów i podrozdziałów, przy czym jeżeli istnieje Wprowadzenie, to rekomendujemy nadać mu numer 1.
6. Rysunki i tabele powinny być wstawione jak najbliżej miejsca powołania. Rysunki nie powinny przekraczać wymiarów 13x17 cm. Tytuły rysunków umieszczamy pod rysunkiem, numerując kolejno Rys. 1., Rys. 2. itd. (czcionka 10 pkt.). Poniżej tą samą czcionką piszemy Źródło.



Rys. 1. Przykład

Źródło: opracowanie własne.

Zalecamy, aby tabele były tworzone w odcieniach szarości. Tabele nie powinny przekraczać szerokości 13 cm. W wypełnieniu tabeli używamy czcionki 9 pt. Tytuł tabeli umieszczamy nad tabelą, a źródło poniżej tabeli stosując czcionkę 10 pt.

Tabela 1. Przykład

	Kraj 1	Kraj 2
Osoba 1		
Osoba 2		

Źródło: opracowanie własne

7. W przypisach dolnych proponujemy stosowanie czcionki Times New Roman 10 pt.
8. Zalecany format bibliografii:
Tyszka, T. (2010), *Decyzje Perspektywa psychologiczna i ekonomiczna*. Warszawa: SCHOLAR.
Weber E. U., Blais A. R. i Betz N. E. (2002), *A Domain-Specific Risk-Attitude Scale: Measuring Risk Perceptions and Risk Behaviors*, Journal of Behavioral Decision Making 15(4), s. 263-290
Zaleskiewicz, T. (2006), *Behavioral Finance*, (w:) M. Altman (red.), Handbook of Contemporary Behavioral Economics. Foundations and Developments (s. 706-728). New York: M.E.Sharpe Publishers.
Odwołania w tekście do pozycji w bibliografii w formacie (Tyszka 2010: 37)
9. Objętość artykułów nie powinna przekraczać 40 tys. znaków (około 24 strony przy zastosowaniu zalecanego formatu). Jednocześnie zalecamy, aby artykuły liczyły co najmniej 14,4 tys. znaków (około 8 stron).
10. Nadesłane teksty podlegają ocenie dwóch anonimowych recenzentów.



FUNDACJA

UNIwersytetu Ekonomicznego
w KRAKOWIE



Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie poza realizacją celów statutowych, do których należą m.in.:

- *Prowadzenie szerokiej działalności edukacyjnej na rzecz środowisk akademickich, w zakresie nauk społecznych, ekonomicznych i technicznych,*
- *Inicjowanie działań na rzecz integracji europejskiej oraz rozwijania kontaktów i współpracy pomiędzy społecznościami,*
- *Fundowanie stypendiów oraz inna pomoc materialna studentom z ubogich rodzin, w tym szczególnie studentom Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie pochodzącym ze wsi,*
- *Poprawa warunków socjalnych i bytowych studentów niepełnosprawnych oraz dostępności zajęć organizowanych przez Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,*

postanawia wzbogacić swoją działalność gospodarczą o następujący zakres usług :

Oferta Konferencyjna

- *Świadczenie usług finansowych w zakresie budżetu konferencyjnego*
- *Opracowanie programu imprezy oraz koordynacja w trakcie jej trwania*
- *Pełny zakres usług noclegowych i cateringowych*
- *Przygotowanie szczegółowych raportów pokonferencyjnych*

Oferta Wydawnicza

- *Wydawanie publikacji książkowych i albumowych*
- *Profesjonalne opracowanie graficzne*
- *Usługi składu oraz korekty*
- *Szybki druk według indywidualnych wytycznych*

Oferta Doradcza

- *Przygotowywanie strategii działania firmy oraz strategii funkcjonalnych*
- *Sporządzanie analiz ekonomicznych i finansowych*
- *Wyceny majątków oraz przedsiębiorstw*
- *Studia wykonalności projektów inwestycyjnych*
- *Wykonywanie, opracowywanie badań rynkowych i marketingowych*

Nasze usługi świadczymy kompleksowo lub tylko w wybranym zakresie. Podejmując współpracę z nami mają Państwo nie tylko gwarancję doskonałej usługi, ale i unikatową możliwość wsparcia Fundacji na polu społeczności uniwersyteckiej.

Zapraszamy do współpracy!!!

ul. Rakowicka 27
31-510 Kraków
tel. 012 293 74 63
fax 012 293 74 89



KOMUNIKAT III



UNIwersytet Gdański

Instytut Psychologii Uniwersytetu Gdańskiego oraz Instytut Psychologii Uniwersytetu Śląskiego
mają zaszczyt zaprosić Państwa do wzięcia udziału w
III Konferencji „PSYCHOLOGIA-KONSUMPCJA-JAKOŚĆ ŻYCIA”
„Pomiędzy dobrobytem a dobrostanem”,
która odbędzie się w dniach
10-11 września 2012 roku w Gdańsku.

W charakterze prelegentów wystąpią wybitni naukowcy:

Profesor James Burroughs - specjalista w dziedzinie konsumpcjonizmu i dobrostanu z Virginia University USA i Profesor Ralph Piedmont - specjalista w dziedzinie duchowości i dobrostanu z Loyola University Maryland USA oraz Profesor Piotr Salustowicz zajmujący się problematyką socjologiczną wykluczenia i ubóstwa z University of Applied Sciences, Bielefeld, Germany, Profesor Tomasz Zaleskiewicz zajmujący się psychologią pieniądza - Wydział Zamiejscowy SWPS.

Miejsce konferencji :

Wydział Nauk Społecznych, ul. Bażyńskiego 4, Gdańsk, Polska

Tematy ramowe dotyczą następujących zagadnień:

- Konsumpcja, transfer wartości i zmiany społeczne.
- Przejawy dobrostanu i zło stanu osoby w kulturze konsumpcji.
- Psychologiczne i społeczne koszty/zyski społeczeństw konsumpcji.
- Wartości, dobrostan i jakość życia.
- Materializm, merkantylizm i dobrostan.
- Konsumpcja w aspekcie samoregulacji i samokontroli.
- Pieniądze, czas i szczęście.
- Wpływ społeczny a materializm i konsumeryzm.
- Samoocena i konsumpcja.
- Konsumpcja vs. duchowość a dobrostan.
- Strategie szczęśliwego i zdrowego życia.
- Pomiar dobrobytu i dobrostanu.

Informacje organizacyjne

Opłata konferencyjna: 435 zł (opłata zawiera koszty organizacyjne, materiały konferencyjne, uroczystą kolację, lunch w dniach konferencji, kawę, herbatę w przerwach). Opłatę należy wpłacić do dnia 31 maja* na konto:

UNIwersytet Gdański

Bank PKO SA IV O/Gdańsk

5912401271111001043682415 nr subkonta: K-729

*Po 31.05.2012 opłata wynosi 500 zł.

Wysokość opłaty dla studentów i doktorantów wynosi 335 zł.

Osoby dokonujące wpłaty z osobistego konta proszone są o podanie w mailu danych do faktury: nazwy i miejsca pracy, adresu, NIP-u

Rejestracja: rejestracja zgłoszeń indywidualnych (referat, plakat) lub zbiorowych (symposium) na stronie: <http://www.konsumpcja.ug.edu.pl> do dnia 20 maja 2012. Rejestracja udziału biernego do dnia 1 września 2012.

Pozytywnie zrecenzowane artykuły będą miały możliwość publikacji w zeszytach tematycznych wybranych czasopism.

Kontakt: e-mail: konsumpcja@ug.edu.pl

W imieniu Komitetu Organizacyjnego Konferencji
dr hab. Anna Maria Zawadzka, prof. UG