

Mariola Paruzel-Czachura
Maria Chełkowska
Uniwersytet Śląski

Damski i męski świat biznesu – merkantylizm psychiczny oraz percepcja kryzysu ekonomicznego i własnego sukcesu

Wprowadzenie

Przekonanie, że w dzisiejszym zindywidualizowanym świecie każdy, niezależnie od płci, wieku czy pochodzenia, może wpływać na swoją przyszłość i osiągnąć sukces, widoczne jest nie tylko w codziennym życiu, lecz także w nauce, czego przejawem może być rozwój nurtu psychologii pozytywnej [Linley, Joseph 2007; Trzebińska 2008] czy dostępność licznych treningów mających na celu nauczenie się metod osiągania zamierzonych celów. Z perspektywy badań psychologicznych, w których osadzone są niniejsze rozważania, pojawiają się jednak pytania o to, czy wszystko zależy od siły motywacji, czy osoby realizujące te same zadania podobnie odczuwają swój sukces. Odpowiedzi można szukać w różnicach indywidualnych między ludźmi i wskazywać na te bardziej i mniej istotne, najczęściej w celu późniejszej ich modyfikacji (np. propozycje przedstawione w pracy Martina Seligmana [2002]). Co jednak, gdy istnieją istotne dla sukcesu czynniki, które trudno jest poddać zmianom, takie jak płeć biologiczna lub w większym stopniu już modyfikowalna – forma zatrudnienia?

Współczesne badania nad rolami płciowymi wskazują, że płeć jako „soczewka kultury” [Mandal 2007:8, za: Bem 1983], wpływa na nasz odbiór rzeczywistości, w tym subiektywne odczuwanie sukcesu czy jakości życia [Paruzel-Czachura 2013b]. Psycholodzy wielokrotnie podkreślali różnice między kobietami a mężczyznami w aspektach takich, jak postrzeganie świata, osobowość, wchodzenie w relacje z innymi ludźmi, ekspresja emocji, zapadalność na zaburzenia psychiczne, posiadanie określonych zdolności i wiele innych [Mandal 2003, 2007, 2012]. Obok płci istotnym

czynnikiem wpływającym na kształt naszej egzystencji jest praca zawodowa lub jej brak, a także liczne powiązane z nią zjawiska, takie jak stres czy wypalenie zawodowe [Sęk 2006; Bratkowiak 2007]. O ogromnej roli związku poczucia satysfakcji z pracą zawodową pisze Grażyna Bartkowiak [2007], podkreślając za Janem Tylką, że zmienne te mają znaczenie nie tylko z perspektywy indywidualnej, lecz także zbiorowej, np. dla naszej gospodarki. Mówiąc krótko: im bardziej będziemy zadowoleni, tym lepsze społeczeństwo stworzymy. W literaturze wskazuje się na liczne różnice związane z płcią i aktywnością zawodową odnośnie do poziomu zarobków czy materializmu [Mandal 2007], satysfakcji z pracy, poczucia sukcesu [Bartkowiak 2007]. Badacze podkreślają więc wpływ kobiecości i męskości oraz sfery zawodowej na psychiczne funkcjonowanie ludzi. Jednocześnie aktualnie od kilku lat obserwujemy wiele zmian polityczno-ekonomicznych, które mogą mieć wpływ także na wybrane aspekty życia psychicznego, takie jak poczucie zagrożenia kryzysem, poczucie sukcesu [Paruzel-Czachura 2011]. Klasyczne badania donoszą, że w sytuacji kryzysu lepiej pracują osoby zadowolone ze swojej pracy i życia przed kryzysem [Bartkowiak 2007:104, za: March, Simon 1958]. W związku z tym analiza oraz modyfikacja subiektywnych odczuć ludzi dotyczących ich satysfakcji, sukcesu, czy stosunku do dóbr materialnych – merkantylizmu psychicznego [Górnik-Durose 2007, 2008] – potrzebna jest nie tylko ze względu na indywidualny dobrostan, lecz także prawidłowe funkcjonowanie społeczeństwa i organizacji [Fromm 2012].

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie wyników badań empirycznych, które wskazują na

istotne zmienne dla percepcji kryzysu ekonomicznego, własnego sukcesu, poziomu merkantylizmu psychicznego i subiektywnej oceny dochodów, jakimi są płeć oraz aktywność zawodowa. Badania te mają służyć próbie zrozumienia mechanizmów ważnych dla funkcjonowania pracujących kobiet i mężczyzn w dobie kryzysu, który na świecie rozpoczął się w 2007 r. i stopniowo docierał do Europy [Falenta, Polinceusz *on-line*]. Badania przeprowadzono w latach 2009–2010 na terenie całej Polski.

Część pierwsza tekstu zawiera założenia teoretyczne i opis problemu badawczego wraz z przypuszczeniami dotyczącymi badanych zjawisk, zaś w części drugiej przedstawiono wyniki badań własnych przeprowadzonych wśród 397 kobiet i mężczyzn będących przedsiębiorcami, pracownikami firm państwowych oraz prywatnych.

Poczucie sukcesu

Świat XXI w. stał się okresem „mody na sukces”, w którym ważnym aspektem życia człowieka jest dążenie do posiadania zasobów materialnych, „szczęśliwej” rodziny czy społecznego prestiżu. Jak podkreśla Małgorzata Chrupała [2000], współcześnie sukces nie tylko wiąże się z korzyściami materialnymi, podwyższeniem pozycji w hierarchii władzy itp., lecz także pobudza przedsiębiorczość, pokonywanie przeszkód, wyzwala radość, zadowolenie, podwyższa poziom samoakceptacji i sprzyja zdrowiu psychicznemu. Sukces, podobnie jak jakość życia, może być definiowany na różne sposoby.

Za podstawę teoretyczną niniejszych rozważań został wybrany model sukcesu autorstwa Dominiki Dej, Ute Stephan oraz Marian Gorgievsky z Technicznego Uniwersytetu w Dreźnie i Uniwersytetu Erasmus w Rotterdamie [zob: Dej 2007, 2010, 2011a, 2011b; Stephan, Lukeš, Dej, Richter 2007; Dej, Stephan, Gorgievsky 2012; Dej, Stephan, Gorgievsky, Wegge w przygotowaniu]. Ocena sukcesu według autorek może być dokonywana w sposób obiektywny i subiektywny [Dej 2007]. Obiektywne kryteria zazwyczaj dotyczą czynników ekonomicznych, takich jak zysk, obroty firmy, wzrost liczby pracowników czy innowacja. Subiektywne zaś obejmują satysfakcję i osiągnięcie celów osobistych oraz tych związanych z firmą. Arnold Cooper i Kendall Artz [1995] twierdzą, że kryteria subiektywne mogą być lepszymi predyktorami późniejszych decyzji i zachowań przedsiębiorcy

niż obiektywne ekonomiczne i biznesowe kryteria. Uwzględnienie kryteriów subiektywnych jest niezwykle ważne ze względu na istnienie zjawisk, które wskazują na ich istotną rolę w prowadzeniu przedsiębiorstwa. Istnieją firmy, które mimo obiektywnego rozwoju, są zamykane, ponieważ nie dają spełnienia przedsiębiorcy lub odwrotnie – nadmierne zaangażowanie w prowadzenie firmy skutkuje utrzymywaniem nierentownego przedsiębiorstwa.

Dej, Stephan i Gorgievsky [2012] uznali, za teorią celów Edwina Locke'a i Gary'ego Lathama [1984], że jesteśmy zadowoleni wtedy, gdy realizujemy ważne dla nas cele. Dlatego też w swojej koncepcji sukcesu uznają daną osobę za osiągniętą sukces, gdy zdobywa ona ważne dla siebie wartości. Omawiane wartości zostały pogrupowane w pięć wymiarów: sukces firmy, sukces społeczny, relacje z pracownikami i klientami, osobisty sukces finansowy i osobisty sukces niefinansowy. Sukces firmy obejmuje np. rentowność, wzrost liczby pracowników, dochodu, zysków, innowacje. Sukces społeczny to: przyczynianie się do dobra społecznego, społeczna odpowiedzialność za pracowników, tworzenie nowych miejsc pracy. Natomiast relacje z pracownikami i klientami opisane są przez pozytywne stosunki z klientami, satysfakcję pracowników i ich lojalność wobec firmy, pozytywną i wspierającą atmosferę pracy. Osobisty sukces finansowy to zwiększenie własnych dochodów, życie na wysokim poziomie, bezpieczeństwo finansowe. Osobisty sukces niefinansowy zawiera takie czynniki, jak równowaga między życiem prywatnym a zawodowym, czas dla siebie, podejmowanie decyzji i wyzwania, rozwój osobisty.

Koncepcja ta dotyczy jednak tylko przedsiębiorców, stąd też została ekstrapolowana, na potrzeby niniejszych badań, na grupę pracowników. Zakłada się, że pracownik, który jest zatrudniony w firmie, osiągniętej, według niego, sukces, będzie postrzegał siebie jak osobę odnoszącą sukcesy [Mowday, Porter, Steers 1982]. Sytuacja taka może mieć miejsce jednak tylko po spełnieniu warunku identyfikacji pracownika z daną organizacją, zgodnie z koncepcją adaptacyjności [Rogacka-Trawińska, Leśniowski 1980]. Dokonując analizy danych uzyskanych w niniejszych badaniach, wzięto pod uwagę wynik ogólny sukcesu i dwie podskale, dotyczące ważności wyznaczonych wartości i stopień ich realizacji, pominięto zaś opisane wyżej pięć wymiarów, których analiza była niemożliwa ze względu na modyfikację skali dla pracowników.

Merkantylizm psychiczny

Częstym wyznacznikiem sukcesu są wartości materialne. Jak wskazuje Małgorzata Górnik-Durose [2002], pojęcie materializmu było rozumiane na wiele sposobów. Nadawano mu miano religii, stylu życia, orientacji na „mieć”, a nie „być”, uzależnienia, postawy, zachowań, przekonań, cechy indywidualnej czy wartości. Materializm pozostaje nadal otwartą kategorią, a istotny problem dotyczy np. tego, czy związany jest on z samym posiadaniem dóbr czy też z ich gromadzeniem. Co więcej, uwarunkowany jest nie tylko czynnikami indywidualnymi, lecz także kulturowymi. W literaturze wyróżnia się materializmy „dobry” i „zły”, zwane instrumentalnym i terminalnym lub funkcjonalnym i charakterologicznym. Wszystkie pozytywne aspekty związane z materializmem mówią o tym, że posiadamy rzeczy, by przetrwać lub zaspokoić ważne dla nas potrzeby niematerialne. Jeśli jednak posiadanie staje się wartością samą w sobie i jest warunkiem satysfakcji życiowej, to mamy do czynienia ze „złą” stroną materializmu.

Redefinicja pojęcia materializmu w postaci koncepcji merkantylizmu psychicznego, opracowana przez Górnik-Durose [2007, 2008], przejawia się w uwzględnieniu wartości, motywacji, merkantylnej wizji świata człowieka i autoprezentacji jednostki (tzw. pawiej autoprezentacji). Osoba posiadająca wysoki poziom merkantylizmu psychicznego przyznaje wyższość wartościom zewnętrznym, materialistycznym i motywacji zewnętrznej, uzależnia poczucie własnej wartości od posiadanych dóbr i popularności. Merkantylizm psychiczny może być nazwany „zespołem przekonań na temat tego, jak świat jest zorganizowany i jakimi zasadami się rządzi” [Górnik-Durose 2008:13]. Jest on definiowany jako „kompleks psychiczno-behawioralny (czyli zespół procesów psychicznych i tendencji do zachowywania się w określony sposób), którego rdzeniem jest przekonanie, iż w relacjach społecznych najważniejsze jest uzyskiwanie rezultatów w postaci korzyści zewnętrznych (tzn. pieniędzy, wizerunku i popularności, czyli *money, image & fame*)” [Górnik-Durose 2008:16]. Merkantylizm psychiczny, jako zmienna wielowymiarowa, wskaźnikowany jest przez konfigurację czterech elementów. Pierwsze dwa to dominacja wartości materialistycznych, która akcentuje wartość posiadania dóbr materialnych przez człowieka, oraz dominacja merkantylnej wizji świata (wizja może przybrać formę merkantylną lub idealistyczną, która przeczy takiemu stanowi rzeczy). Jednostki o wysokim pozo-

mie merkantylizmu psychicznego będzie cechowała merkantylna wizja świata, której przykładem mogą być stwierdzenia podkreślające, że warto mieć wpływowych znajomych lub też robić w życiu to, co się finansowo opłaca. Kolejne dwa elementy to dominacja merkantylnych relacji ze światem (pragmatyzm decyzyjny charakteryzujący się podkreśleniem roli przedmiotów materialnych w dobrym życiu – jego przeciwieństwem jest wewnętrzne zaangażowanie, które cechuje się mniejszym przywiązaniem do pieniędzy, np. na rzecz relacji z bliskimi), oraz dominacja preferencji do merkantylnej autoprezentacji (tzw. pawia autoprezentacja, która dotyczy ludzi lubiących chwalić się posiadaniem przez siebie dobrami, podkreślającymi wartość ich właściciela).

Subiektywna ocena zmian związanych z kryzysem ekonomicznym oraz subiektywna ocena dochodów

Wraz ze wzrostem procesu konsumpcji i wartości nadawanej posiadaniu przedmiotów kategoria materializmu nabrała nowego znaczenia. Jak wskazuje Jean Baudrillard [2006], współcześnie dobra posiadają pewien sens, który daleko wykracza poza ich pierwotne przeznaczenie. Psychologia posiadania dóbr materialnych bada problem posiadania z perspektywy jednostki, która, żyjąc w społeczeństwie postindustrialnym, tworzy swoją tożsamość, używając także, a czasem tylko, dóbr materialnych do określenia swojej tożsamości [zob. Górnik-Durose 2002]. Z perspektywy zdrowia psychicznego jednostki taka sytuacja może zagrażać poczuciu szczęścia, dobrostanowi psychicznemu i satysfakcji. Otóż w tym ujęciu dla człowieka istotne jest zarówno samo posiadanie dóbr, jak i ich jakość. Spełnienie tych kryteriów bywa w praktyce niezwykle trudne, zwłaszcza gdy przychodzi czas kryzysu ekonomicznego. Stąd też w psychologii pojawiło się pojęcie „grypy dobrobytu” (*affluenzy*), określające materializm chorobą społeczną XXI w. [de Graaf, Wann, Naylor 2005]. Skutkiem tej choroby może być obniżenie satysfakcji z życia, które koreluje pozytywnie z uznawaniem pieniędzy za ważną wartość [Nickerson, Schwarz, Diener, Kahneman 2003], a sama koncentracja na dobrach materialnych w sytuacji zagrożenia Ja obniża poczucie własnej wartości u osób zorientowanych materialistycznie [Górnik-Durose 2002]. Badania

wskazują także, że skupienie się na osiągnięciu celów materialnych wiąże się z niższym poziomem satysfakcji z życia [zob. Nickerson i in. 2003]. Uznano zatem, że warto poddać analizie subiektywną ocenę zmian związanych z kryzysem ekonomicznym i subiektywną ocenę dochodów, a następnie zbadać, czy pojawiają się różnice w tych ocenach w zależności od płci. Od kilku lat podkreśla się istnienie kryzysu ekonomicznego, z perspektywy psychologicznej istotne jest jednak to, jak dana osoba spostrzega swoją sytuację materialną, gdyż percepcja ta może modyfikować jej poczucie jakości życia i sukcesu.

Problematyka badawcza

Badanie dotyczyło percepcji kryzysu ekonomicznego, poczucia sukcesu, poziomu merkantylnizmu psychicznego oraz subiektywnej oceny dochodów przez pracujące kobiety i mężczyzn. Na użytek badania przyjęto podział aktywności zawodowej zgodny z koncepcją Mirosławy Marody [Marody, Hauser 1999; Marody 2000, 2007], czyli: przedsiębiorcy, pracownicy firm prywatnych i pracownicy firm państwowych.

Postawiono pytanie ogólne: Czy w zakresie percepcji kryzysu ekonomicznego, poczucia sukcesu, poziomu merkantylnizmu psychicznego i subiektywnej oceny dochodów pojawią się istotne różnice między pracującymi kobietami a mężczyznami? Dotychczasowe badania wskazują, że osoby na wyższych stanowiskach cechują się wyższym poziomem satysfakcji z pracy [Springer 2011]. Można zatem przypuszczać, że przedsiębiorcy będą mieć większe poczucie sukcesu niż pracownicy. Biorąc zaś pod uwagę koncepcję Marody, pracownicy firm prywatnych będą mieć większy subiektywny sukces niż pracownicy z firm państwowych. Badacze wskazują, że płeć ma znaczenie dla poziomu zarobków, otrzymania umowy o pracę, awansu czy pracowania na pełny etat [Mandal 2007, Lisowska 2007] – we wszystkich przypadkach mężczyźni znajdują się w uprzywilejowanej pozycji. Według badań człowiek sukcesu to stereotypowo mężczyzna [Mandal 2007], a sukces w wykonaniu skomplikowanego zadania w przypadku kobiety przypisuje się częściej szczęściu niż kompetencjom [Aronson, Wilson, Akert 1997]. Różnice te widoczne są również w samoocenie: dziewczynki istotnie częściej umniejszają swoje osiągnięcia w przeciwieństwie do chłopców [Aronson, Wilson, Akert 1997]. Na tej podstawie można przewidywać, że to mężczyźni będą odczuwać wyższe poczucie sukcesu, także finansowego,

niż kobiety. Należy podkreślić, że powyższe przypuszczenia są oparte częściowo na wynikach badań zagranicznych, więc odmiennie międzykulturowe mogą być znaczącym czynnikiem różnicującym polskich pracowników od zagranicznych. Warto jednak dodać, iż koncepcja Dej, Stephan i Gorgievsky była weryfikowana przez autorki również na polskich przedsiębiorcach [Dej 2011a].

Badania dowodzą także, że osoby ukierunkowane materialistycznie cenią sobie bardziej sukces finansowy i władzę w przeciwieństwie do osób preferujących wartości rodzinne, dążenie do ciepłych relacji z innymi [Zawadzka 2006]. Jak podkreśla Zawadzka, orientacja materialistyczna może wynikać z procesu socjalizacji dziewcząt i chłopców. Można więc zakładać, że wyższy poziom merkantylnizmu psychicznego będzie widoczny wśród mężczyzn niż kobiet. W związku z tym, iż motywacja finansowa towarzyszy raczej przedsiębiorcom niż pracownikom firm [Szlezak-Matusiewicz 2011], można zakładać, że to oni będą cechować się najwyższym poziomem merkantylnizmu psychicznego.

Na podstawie danych obiektywnych mówiących o wyższych zarobkach mężczyzn [Lisowska 2007] można uznać, że będą oni mieć wyższy subiektywnie poziom dochodów niż kobiety. Z kolei na podstawie obiektywnych danych dotyczących poziomu zarobków w różnych sektorach [Sedlak 2014] zakłada się, że przedsiębiorcy będą deklarować wyższy poziom subiektywnie odczuwanych dochodów niż pracownicy, a pracownicy firm prywatnych wyższy niż pracownicy firm państwowych.

Zgodnie z koncepcją Marody sektor państwowy cechuje się najstabilniejszymi miejscami pracy, stąd można przypuszczać, że osoby pracujące w firmach państwowych będą w najmniejszym stopniu odczuwały kryzys ekonomiczny i obawiały się go, choć nie wszystkie badania potwierdzają te założenia [Paruzel-Czachura 2013a]. W sektorze prywatnym zaś, ze względu na wyższy średni dochód wśród przedsiębiorców, to osoby kierujące firmą będą łagodniej oceniać kryzys niż pracownicy. Jednocześnie, w związku z dyskryminacją kobiet i mężczyzn na rynku pracy [Mandal 2007; Lisowska 2007], to kobiety mogą odczuwać większe obawy przed kryzysem i deklarować gorszą sytuację w kryzysie.

Na użytek badania sformułowano następujące tezy:

1. W zmiennej „odczuwany sukces” wyższe wyniki będą uzyskiwać mężczyźni w porównaniu do kobiet oraz przedsiębiorcy w porównaniu do pracowników firm prywatnych i państwowych.

2. Wyższy poziom merkantylnizmu psychicznego pojawi się u mężczyzn oraz przedsiębiorców, zaś niższy będą osiągać kobiety i pracownicy firm państwowych.
3. Najwyższą subiektywną ocenę dochodów zadeklarują mężczyźni oraz przedsiębiorcy, zaś najniższą – kobiety i osoby pracujące w firmach państwowych.
4. Największe obawy przed kryzysem, poczucie bycia w trudniejszej sytuacji będą prezentować kobiety i pracownicy firm prywatnych, zaś najmniejsze – mężczyźni oraz pracownicy w firmach państwowych.

Metoda

Badanie przeprowadzono metodą kwestionariuszową z wykorzystaniem gromadzenia danych drogą elektroniczną oraz tradycyjnie poprzez wypełnianie odpowiedzi metodą papier–ołówki.

Badana próba

W badaniu wzięło udział 397 osób aktywnych zawodowo, pochodzących ze wszystkich polskich województw (56 kwestionariuszy odrzucono ze względu na braki w odpowiedziach). Badana grupa składała się z 179 kobiet i 162 mężczyzn. Średni wiek wśród kobiet wyniósł 35 lat (SD = 11), a mężczyzn 39 lat (SD = 11). Rozpiętość wieku w badanej grupie wyniosła 52 lata, w tym w grupie kobiet 40 lat (min = 20, max = 60), a w grupie mężczyzn 49 lat (min = 23, max = 72). Stanu wolnego było 36,36% badanych (N = 124), 55,13% – w związku małżeńskim (N = 188), 7,92% stanowiły osoby po rozwodzie (N = 27), a 0,59% wdowcy (N = 2). Wśród badanych osób 64% posiadało wykształcenie wyższe (N = 219), 30% średnie (N = 101), 3% wyższe zawodowe (N = 12) i 3% zasadnicze zawodowe (N = 9). Zbadano 104 przedsiębiorców (w tym 51 kobiet), 136 pracowników firm państwowych (w tym 70 kobiet) i 101 pracowników firm prywatnych (w tym 58 kobiet). Dobór próby był celowy – przedsiębiorcy byli poszukiwani przez ogłoszenia w „Panoramie Firm”, kontaktowano się z nimi drogą telefoniczną, internetową lub osobiście, proszono także o przekazanie informacji o badaniu innym przedsiębiorcom i pracownikom. Grupa badana nie została zgromadzona w sposób pozwalający stwierdzić reprezentatywność próby względem populacji pracowników i przedsiębiorców, co uwzględniono w interpretacji wyników.

Narzędzia

W badaniu zastosowano anonimową metodę kwestionariuszową. Spośród 341 respondentów 118 wypełniało kwestionariusz drogą internetową ze względu na szybszy kontakt z badanymi z dalszych części Polski lub ich osobiste preferencje; pozostali odpowiadali w wersji papierowej. Dane gromadzono w latach 2009 i 2010. Sukces był mierzony Skalą sukcesu (SESS) [Dej 2010; Dej, Stephan, Gorgievsky 2012], a merkantylnizm psychiczny – wersją skróconą Kwestionariusza przekonania o świecie [Górnik-Durose 2007].

Skala sukcesu SESS to narzędzie służące do mierzenia poziomu sukcesu odczuwanego przez przedsiębiorców. Oryginalne narzędzie dla przedsiębiorców składa się z 26 pozycji testowych, badających sukces firmy, sukces społeczny, relacje z pracownikami i klientami, osobisty sukces finansowy, osobisty sukces niefinansowy. Badani oceniają, na dwóch skalach, **ważność** danego kryterium/wartości (np. rentowność firmy, równowaga pomiędzy pracą a życiem prywatnym, działania firmy na rzecz środowiska) oraz jego **realizację** w życiu na pięciostopniowej skali (od zupełnie nieważne do bardzo ważne w przypadku kryterium i od zupełnie niezrealizowane do całkowicie zrealizowane w przypadku realizacji danego kryterium). Suma iloczynów danych wartości i ich osiągnięć jest wskaźnikiem sukcesu ogólnego. Ze względu na ujęcie w niniejszym badaniu osób pracujących w firmach dokonano zmian w pytaniach o sukces w taki sposób, by pracownicy oceniali sukces firmy, w której pracują (z kolei przedsiębiorcy – sukces własnej firmy).

W badaniu rzetelność narzędzia została sprawdzona z uwzględnieniem różnicy pomiędzy wersjami dla grupy pracowników i przedsiębiorców. Kwestionariusz uzyskał wysoką rzetelność w obu grupach (pracownicy: $\alpha = 0,87$, przedsiębiorcy: $\alpha = 0,93$), podobnie dwie skale okazały się wysoko rzetelne: Wartości (pracownicy: $\alpha = 0,85$, przedsiębiorcy: $\alpha = 0,89$) oraz Osiągnięcia (pracownicy: $\alpha = 0,85$, przedsiębiorcy: $\alpha = 0,90$).

Dodatkowo badani zostali proszeni o ustosunkowanie się do stwierdzenia „Ogólnie odniosłem sukces finansowy” (w przypadku pracowników) i „Ogólnie moje przedsiębiorstwo odniosło sukces finansowy” (w przypadku przedsiębiorców) na pięciostopniowej skali (zupełnie się nie zgadzam, raczej się nie zgadzam, nie wiem, raczej się zgadzam, zupełnie się zgadzam) oraz do pytania „Czy sądzi Pani/Pan, że inni uważają, że osiągnęła/ął Pani/Pan sukces?” (zupełny brak sukcesu, niewielki sukces, przeciętny sukces,

sukces, znaczący sukces). Pracownicy byli także prosieni o ocenę sukcesu firmy przez ustosunkowanie się do zdania „Ogólnie firma, w której pracuję, odniosła sukces finansowy” oraz przez odpowiedź na pytanie „Czy sądzi Pani/Pan, że inni uważają, że firma osiągnęła sukces?” (skale obu pytań jak powyżej).

Kwestionariusz przekonań o świecie (Wersja K) służy do badania poziomu merkantylizmu psychicznego zgodnie z koncepcją Górnik-Durose [2007]. Wersja zastosowana w badaniu mierzy poziom uznania dwunastu wartości materialistycznych ocenianych na skali od 0 (nieważne) do 7 (ważne) oraz charakter relacji ze światem – respondenci określali na skali od 1 (zdecydowanie nie) do 7 (zdecydowanie tak), w jakim stopniu zgadzają się z przedstawionymi poglądami dotyczącymi pragmatyzmu decyzyjnego (np. „Dla ułatwienia sobie życia warto mieć wpływowych znajomych”) lub wewnętrznego zaangażowania (np. „W bliskich związkach między ludźmi nie ma miejsca na rachunek zysków i kosztów”). Celem trzeciej części kwestionariusza było wskazanie stosunku badanego do osób cechujących się pawią autoprezentacją (np. „Często opowiadają, na co wydali swoje pieniądze”, „W rozmowach podkreślają, że są osobami zamożnymi”) na skali od 1 (negatywny stosunek) do 7 (pozytywny stosunek).

W badaniu osiągnięto wysoką rzetelność skali ogólnej dla merkantylizmu ($\alpha = 0,87$) oraz zadowalającą w poszczególnych skalach: dominacja wartości materialistycznych ($\alpha = 0,87$); wewnętrzne zaangażowanie ($\alpha = 0,64$) i pragmatyzm decyzyjny ($\alpha = 0,74$), opisujące sposób nawiązywania relacji ze światem zewnętrznym, oraz merkantylna autoprezentacja ($\alpha = 0,87$).

Ponadto badani oceniali subiektywny poziom dochodów w relacji do średniej krajowej (skala: niskie, poniżej średniej, nieco poniżej średniej, mniej więcej równe średniej krajowej, nieco powyżej średniej,

powyżej średniej, wysokie) oraz percepcję zmian związaną z kryzysem ekonomicznym, która została zmierzona na pięciostopniowej skali Likerta. Badani odpowiadali na następujące pytania: a) Czy sytuacja w Pana/Pani pracy zmieniła się w związku z obecnym kryzysem ekonomicznym? b) Czy obawia się Pani/Pan, że sytuacja w Pańskiej pracy może ulec pogorszeniu w związku z obecnym kryzysem ekonomicznym?

Wyniki

Porównanie kobiet i mężczyzn z uwzględnieniem rodzaju wykonywanej aktywności zawodowej zostało przeprowadzone w programie STATISTICA PL 10 za pomocą nieparametrycznego testu ANOVA Kruskala–Wallisa oraz testu post-hoc wielokrotnych porównań średnich rang, ze względu na niespełnione założenia¹ dla zastosowania parametrycznego odpowiednika – analizy wariancji. Poziom p-value wskazujący na istotność różnic pomiędzy poszczególnymi grupami został wyszczególniony przy każdym z porównań w nawiasie wraz z wartością r będącą miarą wielkości efektu². Na wykresach 1–8 zaprezentowane są mediany i zakresy kwartylowe zmiennych w poszczególnych grupach.

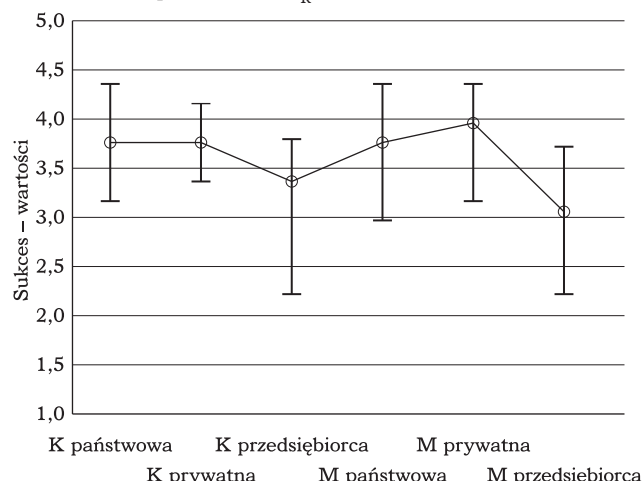
W przypadku sukcesu grupy można było zróżnicować pod względem ważności wyznawanych wartości/kryteriów sukcesu, osobistego sukcesu finansowego (dodatkowe pytania) oraz oceny sukcesu przez innych ludzi (dodatkowe pytanie). Mężczyźni przedsiębiorcy cenią te wartości niżej w porównaniu do kobiet pracujących w firmach (państwowa: $p = 0,004$, $r = 0,329$; prywatna: $p = 0,004$, $r = 0,347$) oraz mężczyzn z firm prywatnych ($p = 0,005$, $r = 0,364$). Można również zauważyć różnicę pomiędzy mężczyznami przedsiębiorcami, a tymi, którzy pracują w firmach państwowych ($p = 0,036$, $r = 0,279$).

Tabela 1. Sukces osobisty w grupach wyodrębnionych na podstawie płci i aktywności zawodowej; ANOVA Kruskala–Wallisa: $H(5) = 213,287$; $p = 0,000$; $E_R^2 = 0,627$ – wartości z wraz z poziomem p-value oraz wielkością efektu r

Grupy	Przedsiębiorcy					
	Kobiety			Mężczyźni		
	z	p	r	z	p	r
Kobiety – firmy państwowe	10,010	0,000	0,910	9,964	0,000	0,898
Mężczyźni – firmy państwowe	8,657	0,000	0,800	8,596	0,000	0,788
Kobiety – firmy prywatne	8,325	0,000	0,797	8,260	0,000	0,784
Mężczyźni – firmy prywatne	8,891	0,000	0,917	8,830	0,000	0,901

Źródło: opracowanie własne.

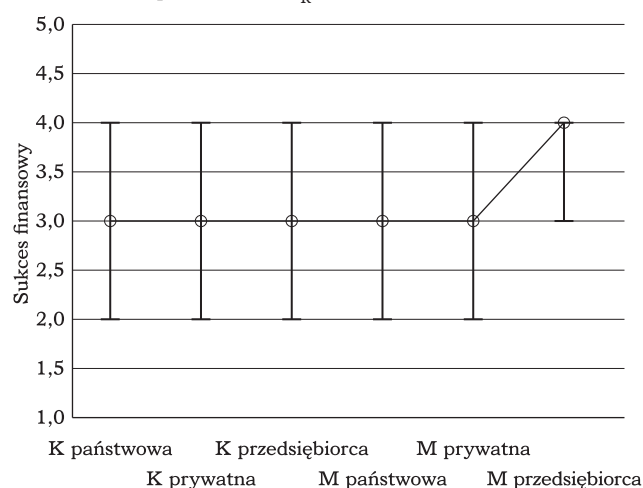
Rysunek 1. Wartości osobiste w grupach wyodrębnionych na podstawie płci i aktywności zawodowej; ANOVA Kruskala–Wallisa: $H(5) = 25,620$; $p = 0,000$; $E_R^2 = 0,075$



Źródło: opracowanie własne.

Mężczyźni przedsiębiorcy osiągają wyższy poziom osobistego sukcesu finansowego niż kobiety pracujące w firmach państwowych ($p = 0,013$, $r = 0,299$) i prywatnych ($p = 0,038$, $r = 0,286$) oraz mężczyźni pracujący w firmach państwowych ($p = 0,010$, $r = 0,313$).

Rysunek 2. Sukces finansowy w grupach wyodrębnionych na podstawie płci i aktywności zawodowej; ANOVA Kruskala–Wallisa: $H(5) = 17,584$; $p = 0,004$; $E_R^2 = 0,052$



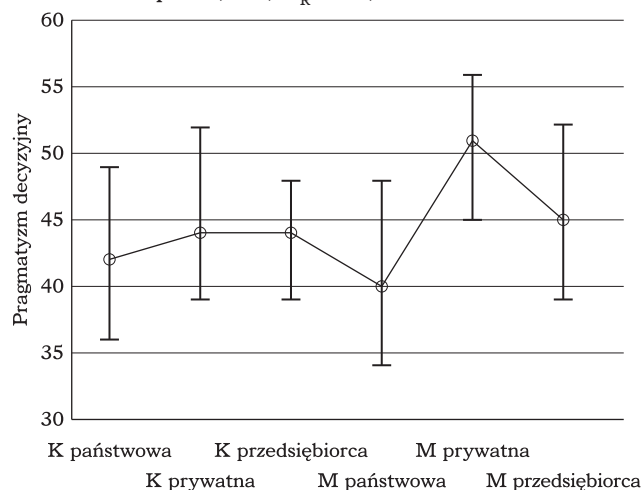
Źródło: opracowanie własne.

Kobiety i mężczyźni przedsiębiorcy szacują wyżej ocenę sukcesu osobistego dokonywaną przez innych ludzi od pozostałych grup, jednak nie różnią się pod tym względem pomiędzy sobą. Wszyscy badani męż-

czyźni częściej uważają, że inni ludzie wyżej oceniają ich sukces ($U = 12377$; $Z = -2,334$; $p = 0,015$, $r_g = -0,146$). Wysłunięte wcześniej przypuszczenia, że mężczyźni przedsiębiorcy będą odczuwać wyższy poziom nie tylko sukcesu finansowego w porównaniu do innych grup, lecz także osobistego, nie znalazły więc potwierdzenia w wynikach. Analiza wykazała zjawisko przeciwne – mężczyźni przedsiębiorcy cenią sobie najniżej wartości związane z sukcesem.

Analizy dotyczące poziomu merkantylnizmu wykazały, że mężczyźni pracujący w firmach prywatnych mają wyższy poziom pragmatyzmu decyzyjnego niż pracownicy firm państwowych (kobiety: $p = 0,000$; $r = 0,387$; mężczyźni: $p = 0,000$, $r = 0,464$).

Rysunek 3. Poziom pragmatyzm decyzyjny w grupach wyodrębnionych na podstawie płci i aktywności zawodowej; ANOVA Kruskala–Wallisa: $H(5) = 26,486$; $p = 0,000$; $E_R^2 = 0,078$

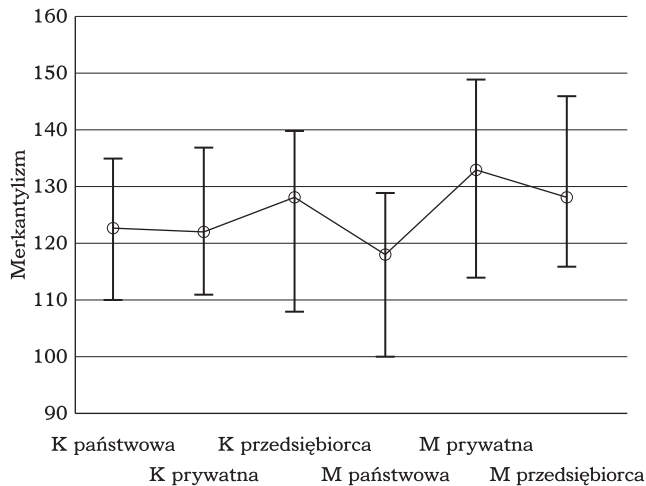


Źródło: opracowanie własne.

Z kolei mężczyźni pracujący w firmach państwowych mają niższy poziom merkantylnizmu w porównaniu do mężczyzn z firm prywatnych ($p = 0,005$; $r = 0,343$), zaś w porównaniu do mężczyzn przedsiębiorców różnica w merkantylnizmie występuje jedynie na poziomie tendencji ($p = 0,040$; $r = 0,275$).

Nie zaobserwowano istotnych różnic między kobietami a mężczyznami w poziomie merkantylnizmu psychicznego, a istotne różnice dotyczą tylko pracowników prywatnych i państwowych. Badanie wykazało jednak, że wyższy poziom wewnętrznego zaangażowania będącego przeciwieństwem pragmatyzmu decyzyjnego charakterystycznego dla osób o wysokim poziomie merkantylnizmu pojawił się wśród kobiet ($U = 12\ 502$; $Z = 2,196$; $p = 0,028$;

Rysunek 4. Merkantylnizm psychiczny w grupach wyodrębnionych na podstawie płci i aktywności zawodowej; ANOVA Kruskala–Wallisa: $H(5) = 16,760$; $p = 0,005$; $E_R^2 = 0,049$

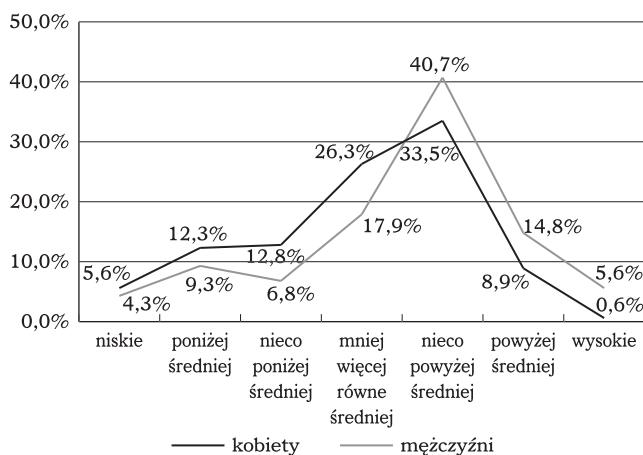


Źródło: opracowanie własne.

$r_g = 0,138$). Nie ma więc różnic w wyniku ogólnym merkantylnizmu psychicznego między kobietami a mężczyznami, ale grupy te mają inny poziom wewnętrznego zaangażowania (jednej ze skal merkantylnizmu psychicznego, w której osiąganie wysokich wyników świadczy o niskim poziomie merkantylnizmu).

Wyniki ujawniły istotne różnice między kobietami a mężczyznami w ocenie subiektywnego dochodu ($U = 11\,315,5$; $Z = -3,418$; $p = 0,000$, $r_g = -0,215^3$). Wyższe subiektywne dochody deklarują mężczyźni, którzy – częściej niż kobiety – uważają swoje zarobki za wyższe niż średnia oraz wysokie.

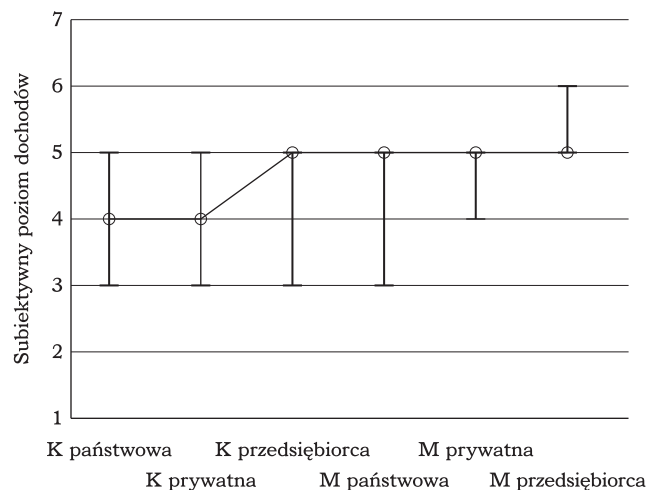
Rysunek 5. Subiektywny poziom dochodów wśród kobiet i mężczyzn – procentowy udział kobiet oraz mężczyzn w poszczególnych kategoriach odpowiedzi



Źródło: opracowanie własne.

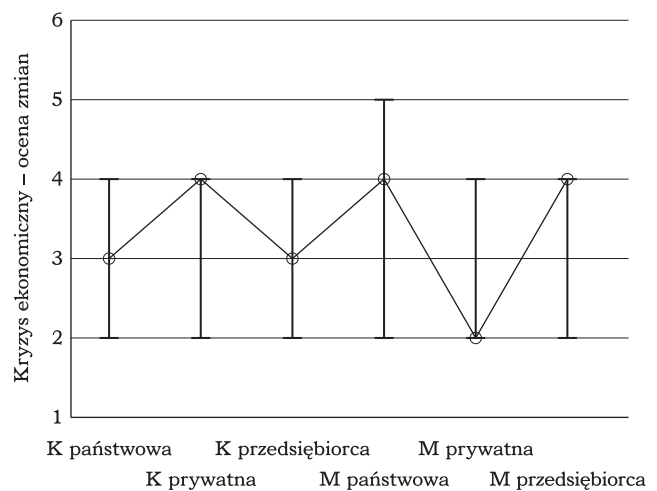
Przewidywane różnice między wszystkimi grupami aktywnymi zawodowo nie ujawniły się w wynikach badania. Wykazano tylko, że mężczyźni przedsiębiorcy deklarują wyższy poziom subiektywnych dochodów niż pracownicy z firm państwowych (kobiety: $p = 0,000$, $r = 0,462$; mężczyźni: $p = 0,024$, $r = 0,290$) i kobiety z firm prywatnych ($p = 0,000$; $r = 0,381$).

Rysunek 6. Ocena subiektywnego poziomu dochodów w grupach wyodrębnionych na podstawie płci i aktywności zawodowej; ANOVA Kruskala–Wallisa: $H(5) = 30,906$; $p = 0,000$, $E_R^2 = 0,091$



Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 7. Ocena kryzysu ekonomicznego w grupach wyodrębnionych na podstawie płci i aktywności zawodowej; ANOVA Kruskala–Wallisa: $H(5) = 15,946$; $p = 0,007$; $E_R^2 = 0,047$

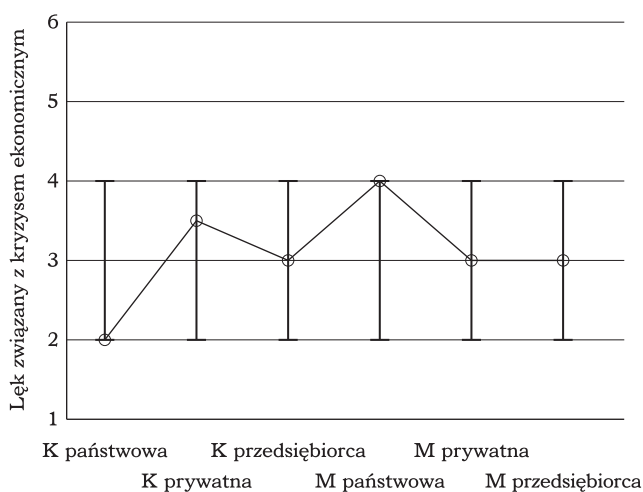


Źródło: opracowanie własne.

Dane dotyczące oceny kryzysu są najbardziej zaskakujące, gdyż okazuje się, że sektor państwowy i płeć męska nie są wcale uprzywilejowane, jak zakłada się w teorii. Wyniki wskazują, że mężczyźni pracujący w firmach państwowych wyżej oceniają zmiany związane z kryzysem ekonomicznym niż kobiety pracujące w państwowych firmach ($p = 0,025$; $r = 0,270$) czy mężczyźni z firm prywatnych ($p = 0,047$; $r = 0,283$). Oznacza to, że są bardziej z kryzysu niezadowoleni.

Kobiety w firmach państwowych mają niższy poziom lęku związanego z kryzysem ekonomicznym niż mężczyźni w firmach państwowych ($p = 0,006$; $r = 0,305$) oraz kobiety z firm prywatnych ($p = 0,023$; $r = 0,280$).

Rysunek 8. Ocena lęku przed kryzysem ekonomicznym w grupach wyodrębnionych na podstawie płci i aktywności zawodowej; ANOVA Kruskala-Wallis: $H(5) = 17,399$; $p = 0,004$; $E_R^2 = 0,051$



Źródło: opracowanie własne.

Dyskusja

Analiza wyników pokazała, że badane kobiety cechują się wyższym poziomem wewnętrznego zaangażowania, co wykazuje odmienny sposób wchodzenia obu płci w relacje z innymi ludźmi. Czynnikiem wewnętrznego zaangażowania w grupie kobiet charakteryzuje się mniejszym przywiązaniem do pieniędzy. Z wynikiem tym spójny jest wniosek, że badani mężczyźni deklarują wyższy poziom subiektywnych dochodów, a jeśli są przedsiębiorcami to także sukcesu finansowego. Mężczyźni ci uważają również, że

są oceniani jako ludzie, którzy osiągnęli sukces. Uzyskane dane mogą wskazywać na ogólne tendencje, że kobiety i mężczyźni, mimo wzrostu roli konsumpcji i dóbr materialnych w czasach współczesnych, nie żyją w tych samych światach. Należałoby jednak przeprowadzić kolejne badania na reprezentatywnej i liczniejszej próbie, które mogłyby bardziej jednoznacznie określić skalę tego zjawiska. Być może tzw. grypa dobrobytu dotyka kobiet i mężczyzn w różnym stopniu [de Graaf, Wann, Naylor 2005]. Badane kobiety częściej są nastawione na relacje z drugim człowiekiem, badani mężczyźni – na aspekty finansowe. Dane te wskazywałyby więc, że z tej perspektywy kobiety znajdują się na uprzywilejowanej pozycji, gdyby wziąć pod uwagę wyniki badań nad rolą aspektów materialnych w psychologii pozytywnej [Linley, Joseph 2007].

Badanie pokazało, że badani mężczyźni z firm państwowych, a nie osoby z sektora prywatnego, najbardziej odczuwają kryzys finansowy. Najwyraźniej w dobie kryzysu sektor prywatny w opinii badanych rozwija się bardzo dobrze, a problemy te nie są odczuwalne zwłaszcza wśród badanych przedsiębiorców. Najbezpieczniej zaś czują się badane kobiety z firm państwowych, co może wiązać się z posiadaniem umowy na czas nieokreślony i możliwością korzystania ze świadczeń, np. z urlopu wychowawczego. Przyczyn takiego stanu rzeczy można doszukiwać się w zmianach, jakie zachodzą aktualnie w sektorze państwowym, w którym stabilność zatrudnienia wciąż spada, a zarobki – mimo obiektywnego wzrostu cen dóbr na rynku polskim – nie ulegają większym zmianom. Być może istotne jest również subiektywne zapotrzebowanie na dochody, które prawdopodobnie jest wyższe wśród mężczyzn, stąd odczuwają oni silniej zmiany związane z kryzysem ekonomicznym. Z drugiej jednak strony to badane kobiety w firmach państwowych odczuwają najwyższy lęk przed przyszłymi zmianami (np. w porównaniu do badanych mężczyzn z firm państwowych), a więc wcale nie są na uprzywilejowanej pozycji. Być może osoby w sektorze państwowym są bardziej narażone na subiektywnie odczuwane problemy w związku z kryzysem, mężczyźni niezadowoleni są raczej z aktualnej sytuacji, zaś kobiety bardziej boją się o swoją przyszłość.

Uzyskane dane są spójne z wyższą oceną swoich dochodów u mężczyzn przedsiębiorców w porównaniu do badanych osób z sektora państwowego i badanych kobiet z firm prywatnych, a także z faktem, że najniższy średni miesięczny dochód jest wykazywany przez kobiety w firmach państwowych

[Ogólnopolskie badanie wynagrodzeń prowadzone w 2013 r. przez Sedlak&Sedlak: Tryka 2014; Sedlak 2014; Wrona 2014].

Wykazano także, że badani mężczyźni z firm prywatnych mają wyższy poziom merkantylizmu (w porównaniu do badanych mężczyzn z firm państwowych) i pragmatyzmu decyzyjnego (w porównaniu do badanych kobiet i mężczyzn z sektora państwowego). Oznacza to, że grupa ta w większym stopniu cechuje się chęcią osiągnięcia korzyści, w tym z wykonywanego zawodu, także w sytuacji kryzysu. Warto zauważyć, że badani mężczyźni z firm państwowych mają najniższy poziom merkantylizmu spośród wszystkich grup mężczyzn. Wydaje się, że sam wybór pracy w placówce publicznej wskazuje, że aspekty materialne znajdują się na dole hierarchii wartości. Uwarunkowania takiego stanu rzeczy mogą być bardzo różnorodne, począwszy od osobowościowych aż po środowiskowe czy sytuacyjne. Pojawia się ważne pytanie, jakimi cechami dodatkowymi różnią się od siebie mężczyźni z sektora państwowego i prywatnego oraz czy cechy te są efektem czy przyczyną wykonywanego zawodu? Pomocne w odpowiedzi na to pytanie mogłyby okazać się badania jakościowe dotyczące motywów podjęcia danej pracy.

Badani mężczyźni przedsiębiorcy oceniają ważność wartości sukcesu jako mniej istotną (w porównaniu do badanych kobiet z firm państwowych i prywatnych, a także mężczyzn z firm prywatnych), ale mają wyższe wyniki w postrzeganiu sukcesu finansowego (w porównaniu do badanych kobiet z firm państwowych i prywatnych, a także mężczyzn z firm państwowych) czy ocenie ich sukcesu przez innych ludzi. Oznacza to, że deklarowane wartości nie są dla nich tak ważne jak ich realizacja, być może dlatego, że ukierunkowani są bardziej na działanie i osiągnięcie wyznaczonych sobie celów. Podobnie wysoko oceniają swój sukces w oczach innych ludzi kobiety zarządzające własnym biznesem. Istotne jest to, że badani przedsiębiorcy, niezależnie od płci, mają wyższe poczucie tego sukcesu w porównaniu do wszystkich innych badanych grup. Tym samym wyrażania się pozytywny wizerunek bycia przedsiębiorcą w Polsce, a przynajmniej sami właściciele firm, którzy wypełnili kwestionariusz, tak o sobie sądzą, co z pewnością jest istotne dla ich subiektywnego poczucia jakości życia. Warto przeprowadzić dalsze badania, aby zweryfikować i poszerzyć wnioski z niniejszej pracy.

Biorąc pod uwagę wyniki badań, nie można stanowczo i jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie o to, czy damski i męski świat biznesu istnieje. Uży-

skane dane wskazują jednak, że jest taka możliwość. Odnosi się to nie tylko do obiektywnych wskaźników, jak poziom zarobków, lecz także subiektywnego poczucia sukcesu, poziomu nastawienia do dóbr materialnych, oceny kryzysu ekonomicznego. Trudno tutaj jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie, która z badanych grup zawodowych jest najbardziej uprzywilejowana. Pod pewnymi względami „wygrywają” kobiety, a pod innymi mężczyźni.

- ¹ Brak normalności rozkładów oraz jednorodności wariancji.
- ² Współczynnik wielkości efektu r [Rosenthal 1991, za: Field 2009].
- ³ Rangowy współczynnik korelacji dwuseryjnej Glassa [King, Minium 2009].

Literatura

- Aronson E., Wilson T.D., Akert R.M. [1997], *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Zysk i S-ka, Poznań.
- Bartkowiak G. [2007], *Człowiek w pracy: od stresu do sukcesu w organizacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Baudrillard J. [2006], *Spółczesność konsumpcyjna: jego mity i struktury*, Sic!, Warszawa.
- Bem S.L. [1983], *Gender schema theory and its implications for child development: Raising gender-aschematic children in a gender-schematic society*, Signs: Journal of Women in Culture and Society, 8, 598–616.
- Chrupała-Pniak M. [2000], *Psychologiczne i etyczne aspekty sukcesu w biznesie*, w: *Współczesne problemy zarządzania ludźmi*, red. B. Kożusznik, M. Adamiec, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Cooper A.C., Artz K.W. [1995], *Determinants of satisfaction for entrepreneurs*, Journal of Business Venturing, 10(6), 439–457.
- De Graaf J., Wann D., Naylor T.H. [2005], *Affluenza. The All-Consuming Epidemic*, Barrett-Koehler Publishers, Inc, San Francisco.
- Dej D. [2007], *Personality and competences of entrepreneur*, w: *Psychology of Entrepreneurship*, eds. J.A. Leon, M. Gorgievsky, Universidad Nacional de Education a Distancia, Madrid.
- Dej D. [2010], *Defining and measuring entrepreneurial success*, w: *Entrepreneurship: A Psychological Approach*, eds. M. Lukes, M. Laguna, Oeconomica, Prague.
- Dej D. [2011a], *Jak przedsiębiorcy definiują sukces? Walidacja skali do badania subiektywnego sukcesu przedsiębiorców*, w: *Innowacyjna przedsiębiorczość*, red. A. Strzałecki, A. Lizurej, Wydawnictwo Academica, Warszawa.
- Dej D. [2011b], *Psychological and Economic Success and its relations to Well-being in Polish and German Entrepreneurs*, praca doktorska otrzymana za zgodą autorki, University in Dresden, Dresden.

- Dej D., Stephan U., Gorgievski M.J. [2012], *Subjective entrepreneurial success: Development of a multi dimensional measurement instrument*, Academy of Management Annual Meeting, Boston, MA.
- Dej D., Stephan U., Gorgievski M.J., Wegge J. (w przygotowaniu), *Development and validation of subjective entrepreneurial success scale (SESS)*, praca udostępniona przez autorów.
- Eagly H., Beall E.B., Sternberg R.J. [2004], *The Psychology of Gender*, The Guilford Press, London, New York.
- Falenta P., Polinceusz Ł., *Kryzys gospodarczy w Polsce i na świecie*, <http://ibap.pl/raporty-i-analizy/raporty/kryzys-gospodarczy-w-polsce-i-na-swiecie.html>, pobrano 28.05.2014.
- Field A.P. [2009], *Discovering Statistics Using SPSS*, 3rd edition, Sage, Los Angeles.
- Fromm E. [2012], *Mieć czy być*, Rebis, Poznań.
- Górnik-Durose M. [2002], *Psychologiczne aspekty posiadania – między instrumentalnością a społeczną użytecznością dóbr materialnych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Górnik-Durose M. [2007], *Nowe oblicze materializmu, czyli z deszczu pod rynnę*, Psychologia. Edukacja i Społeczeństwo, 4(3), 211–226.
- Górnik-Durose M. [2008], *The Emperor's New Clothes – searching for the meaning of materialism. Economics and Psychology: Methods and Synergies*, IAREP/SABE World Meeting 2008, LUISS University Press, Rome.
- King B.M., Minium E.W. [2009], *Statystyka dla psychologów i pedagogów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Linley P.A., Joseph S. [2007], *Psychologia pozytywna w praktyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Lisowska E. (red.) [2007], *Gender Index. Monitorowanie równości kobiet i mężczyzn w miejscu pracy*, EQUAL, UNDP, Warszawa
- Locke E.A., Latham G.P. [1984], *Goal setting: A motivational technique that works!*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, New York.
- Mandal E. [2003], *Kobiecość i męskość*, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa.
- Mandal E. [2007], *Kobiety i mężczyźni a praca zawodowa*, w: *W kręgu gender*, red. E. Mandal, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Mandal E. [2012], *Masculinity and femininity in everyday life*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- March J.G., Simon H.A. [1958], *Organizations*, Wiley, New York.
- Marody M. [2000], *Między rynkiem a etatem. Społeczne negocjowanie polskiej rzeczywistości*, Wydawnictwo Scholar, Warszawa.
- Marody M. [2007], *Trzy Polski – Instytucjonalny Kontekst Strategii Dostosowawczych*, w: *Wymiary życia społecznego. Polska na przełomie XX i XXI wieku*, red. M. Marody, Wydawnictwo Scholar, Warszawa.
- Marody M., Hauser J. [1999], *Trzy Polski: Potencjał i bariery integracji z Unią Europejską*, Fundacja Ericha Brosta przy Fundacji im. Friedricha Eberta, Warszawa.
- Mowday R.T., Porter L.W., Steers R.M. [1982], *Employee-organization linkages: The psychology of commitment, absenteeism and turnover*, Academic Press, New York.
- Nickerson C., Schwarz N., Diener E., Kahneman D. [2003], *Zeroing in on the dark side of the American dream: A Closer Look at the Negative Consequences of the Goal for Financial Success*, American Psychological Society, 14(6), 531–536.
- Paruzel-Czachura, M. [2011], *A sense of success, perception of economic crisis and the form of occupational activity*, Polish Psychological Bulletin, 42(3), 140–149.
- Paruzel-Czachura M. [2013a], *Jakość życia a poczucie sukcesu i merkantylizm psychiczny u osób aktywnych zawodowo*, Chodanna, 1(40), 36–64.
- Paruzel-Czachura M. [2013b], *Poczucie jakości życia i poziom wyczerpania witalnego wśród aktywnych zawodowo kobiet i mężczyzn*, Studia Psychologica, 13(1), 5–24.
- Rogacka-Trawińska B., Leśniowski M. [1980], *Adaptacyjność jako kryterium w psychospołecznej diagnostyce i prognostyce sposobu uczestnictwa pracowników w zakładzie pracy jako organizacji*, w: *Psychologia w służbie człowieka*, red. Z. Ratajczak, PWN, Warszawa.
- Rosenthal R. [1991], *Meta-analytic procedures for social research*, Sage, Newbury Park CA.
- Sedlak K. [2014, styczeń 20], *Wynagrodzenia Polaków w 2013 roku. Podsumowanie ogólnopolskiego badania wynagrodzeń (OBW)*, http://www.wynagrodzenia.pl/artukul.php/typ.1/kategoria_glowna.503/wpis.2825, pobrano 28.05.2014.
- Seligman M. [2002], *Optymizmu można się nauczyć: jak zmienić swoje myślenie i swoje życie*, Media Rodzina of Poznań, Poznań.
- Sęk H. [2007], *Wypalenie zawodowe: przyczyny, mechanizmy, zapobieganie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Springer A. [2011], *Wybrane czynniki kształtujące satysfakcję pracowników*, Problemy Zarządzania, vol. 9, nr 4 (34), 162–180.
- Stephan U., Lukeš M., Dej D., Richter P.G. [2007], *Attitudes towards and Perceptions of Entrepreneurs in Central Eastern Europe (Poland, the Czech Republic, East-Germany)*, w: *Perspectives and Progress in Contemporary Cross-Cultural Psychology*, eds. G. Zheng, K. Leung, J. Adair, China Light Industry Press, Beijing.
- Szłęzak-Matusiewicz J. [2011], *Pieniądze? Co motywuje do zakładania firm?*, http://mambiznes.pl/artykuly/czytaj/id/3900/pieniadze_co_motywuje_do_zakladania_firm, pobrano 07.10.2014.
- Tryka P [2014, marzec 3], *Wynagrodzenia kobiet i mężczyzn w 2013 roku*, http://www.wynagrodzenia.pl/artukul.php/typ.1/kategoria_glowna.503/wpis.2867, pobrano 28.05.2014.
- Trzebińska E. [2008], *Psychologia pozytywna*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Wrona A. [2014], *Najlepiej i najgorzej opłacane branże w 2013 roku*, http://www.wynagrodzenia.pl/artukul.php/typ.1/kategoria_glowna.503/wpis.2828, pobrano 28.05.2014.
- Zawadzka A.M. [2006], *Wartości osobiste tłumaczące orientację materialistyczną jednostki*, Roczniki Psychologiczne, 9(2), 61–80.