

## Cechy *homo oeconomicus*

Monika Różycka, Ireneusz Miciuła\*

**Streszczenie:** *Cel* – Celem artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie, na ile w funkcjonującej rzeczywistości paradygmat *homo oeconomicus*, będący decydem w klasycznej, ortodoksyjnej ekonomii głównego nurtu (*mainstream economics*), odzwierciedla cechy płci (kobiet) i jakie niesie to implikacje dla gospodarki. *Metodologia badania* – Eksplikacja koncentruje się na badaniach jakościowych i do realizacji celu wykorzystano wtórne źródła informacji, w tym pozycje bibliograficzne zawierające krajową i zagraniczną literaturę przedmiotu oraz badania empiryczne.

*Wynik* – Próba nakreślenia problematyki dotyczącej osobistych decyzji w gospodarowaniu i poszukiwanie odpowiedzi, czy na decyzje te mogą mieć wpływ możliwe do wyodrębnienia cechy związane z płcią czy też rolę, której osobie gospodarującej jest ona przypisana. Tak, aby model opisujący decyzje w zarządzaniu finansami osobistymi był jak najbliżej rzeczywistości, co powoduje powstanie obiektywnej wiedzy ekonomiczno-biznesowej dotyczącej procesów gospodarowania.

*Oryginalność/wartość* – Kryterium związane z podziałem na płeć powoduje rozszerzenie i wzbogaca pole rozważań ekonomiczno-biznesowych. Nieuwzględnianie w statystykach płci stanowi mankament sektora przedsiębiorstw.

**Słowa kluczowe:** finanse osobiste, różnorodność, płeć w ekonomii, wartości kobiece w biznesie

### Wprowadzenie

Zjawisko zależności nauki od kontekstu społecznego opisywane było m.in. przez S. Kuhna (1963), który w książce *Struktura rewolucji naukowych* twierdził, że społeczność badaczy, przekazując sobie metody, umiejętności badawcze czy założenia proceduralne tworzy paradygmat, w obrębie którego później działa. I choć kategoria paradygmatu nadal pozostaje niedookreślona, ponieważ sam autor używał jej w swoich pracach, definiując ją na 23 sposoby (Klus-Stańska, 2012), to jego istnienie, według Kuhna, sprawia, że interakcje między różnymi grupami naukowców przebiegają na poziomie pewnej zinstytucjonalizowanej struktury pojęciowej, co zapewnia pomoc w zakresie przepływu danych oraz rozstrzygnięciu o istotności informacji. Rozwój wiedzy pozostaje w związku z hierarchią wartości społeczeństwa, w obrębie którego rozwinęła się dana instytucja, a tym samym struktura społecznych wartości może wpływać zarówno na sposób interpretowania faktów, jak i na wybór problemów badawczych. Krytycy koncepcji nauki neutralnej zwracają uwagę na zjawisko większego wpływu pewnych grup społecznych odnośnie do wybranych

---

\* mgr Monika Różycka, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, e-mail: monika.rozyc-ka@wzieu.pl; dr Ireneusz Miciuła, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, e-mail: ireneusz.miciula@usz.edu.pl.

zagadnień, mających podlegać badaniom, tym samym, dzięki posiadanym środkom, proces decyzyjny dotyczący podejmowanych kierunków badań pozostaje w ich gestii. Konsekwencją powstawania nauk w kulturze nacechowanej dominacją wartości i cech uznawanych przez mężczyzn oraz nieobecność kobiet w roli osób tworzących naukę, jest ich stronniczość (*bias*) (Pakszys, 1995, s. 85) i w efekcie część istotnych problemów badawczych może zostać pominięta (Herzog, 2003).

Autorstwo terminu *homo oeconomicus* przypisywane jest Vilfredo Pareto (1848–1923). Pojęcie to pochodzi z 1906 roku i oznacza człowieka ekonomicznego lub człowieka racjonalnego, który reprezentuje osobę działającą w biznesie – prowadzącą działalność gospodarczą, definiowaną jako egoistycznie nastawiony podmiot gospodarczy, odpowiedzialny za zaspokajanie własnych potrzeb i działający zgodnie z zasadą wolności. Paradygmat *homo oeconomicus* oznacza koncentrację tego podmiotu na interesie własnym, na niezależności i racjonalności, co powinno przyczyniać się do rozwoju dobra ogólnego (Persky, 1995, s. 221; Morawski, 2001; Szacki, 2002). Stanowisko, że „człowiek ekonomiczny” postrzegany jest jako „człowiek racjonalny”, głosił John Stuart Mill (1806–1873), który uważał, że konkretne zachowanie ludzkie w sferze gospodarowania da się wytłumaczyć w kategoriach idealnych, ściśle racjonalnych wyborów (Wach, 2010). Koncepcja Milla nawiązywała do natury człowieka przedstawionej przez Adama Smitha (1723–1790), powszechnie uznawanego za ojca ekonomii jako odrębnej dziedziny nauk, reprezentującego także główny nurt współczesnej ekonomii neoliberalnej, kapitalizmu i gospodarki wolnorynkowej.

W najczęściej chyba przywoływanym w ekonomii cytacie z najbardziej znanego dzieła Smitha z 1776 roku pt. *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, twierdził on, że: „Nie od przychylności rzeźnika, piwowara czy piekarza oczekujemy naszego obiadu, lecz od ich dbałości o własny interes. Zwracamy się nie do ich humanitarności, lecz do egoizmu i nie mówimy im o naszych własnych potrzebach, lecz o ich korzyściach” (Smith, 1954, s. 22). Fragment ten interpretowany zazwyczaj jest w kategoriach postrzegania człowieka jako ze swej natury troszczącego się o siebie samego, potrzebującego pomocy innych, ale nie bardzo mogącego liczyć na ich życzliwość. Z jednej strony podstawowym bodźcem *homo oeconomicus* nie jest sympatia do nas i chęć bycia miłym, lecz dbałość o własną korzyść i interes. Z drugiej strony jednak, Smith podkreśla, że ostatecznie przyczyniać się to powinno do wzrostu dobra ogółu. Stale czyniąc wysiłki, każdy człowiek stara się znaleźć najbardziej korzystne zastosowanie dla kapitału, którym rozporządza. Ma oczywiście na względzie przede wszystkim korzyść własną, a nie korzyść społeczeństwa – przekonuje Smith – ale poszukiwanie własnej korzyści w sposób naturalny, a nawet nieuchronny, wiedzie człowieka do tego, aby wybrał takie zastosowanie, jakie dla społeczeństwa jest najbardziej korzystne (Smith, 1954). Metaforą, którą posługuje się Smith do opisania motywów uczestników rynku, jest tzw. niewidzialna ręka. Kieruje ona człowiekiem tak, aby zdążył do celu, którego wcale nie zamierzał osiągnąć. Smith stwierdza jednak także, że jakkolwiek samolubny miałby być człowiek, to „są niewątpliwie w jego naturze jakieś pierwiastki, które

powodują, że interesuje się losem innych ludzi i sprawiają, że ich szczęście jest dla niego nieodzowne” (Smith, 1989, s. 5).

Pomijając kwestie inne, które A. Smith zawarł w swoich obszernych pismach<sup>1</sup>, warto zwrócić uwagę, że podmiotem u niego ani razu nie była „kobieca niewidzialna ręka”, której zajęcia nigdy nie zostały wliczone do pracy produktywnej. Aktualnie K. Kielos zadaje pytanie: „Czy rzeźnik, piekarz i piwowar w czasach A. Smitha mogliby w ogóle pracować, nie wymagając od kobiet przypisanej im roli?” (Kielos, 2014, s. 31). I dlaczego w standardowych modelach ekonomicznych wykonywana przez kobiety nieodpłatna praca domowa czy produkcja własna gospodarstw domowych nigdy do PKB (Produktu Krajowego Brutto) – czyli miary wartości wszystkich dóbr i usług wytworzonych przez obywateli danego kraju – wliczana nie była (Kielos, 2014)? Kiedy Smith pisał swoją teorię pracy i produktu (1776), kobiety utożsamiane były ze sferą domową, gdzie pracowały bezpłatnie, mężczyźni zaś ze sferą publiczną, czyli płatną pracą na rynku. Jako że przedmiotem ekonomii była publiczna sfera pieniądza, to sfera pracy bezpłatnej i jej aspektów została pominięta (Rumińska-Zimny, 2014). Natomiast należy poszukiwać najtrafniejszych i najbardziej racjonalnych rozwiązań (Miciuła, 2014), które w możliwie najbliższy sposób oddają rzeczywistość gospodarczą.

## 1. Ogólnie przyjęty model przedsiębiorczości

Szukając odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób najbardziej skutecznie czy efektywnie wykorzystywać zasoby, współczesna ekonomia ortodoksyjna odzwierciedla faktyczne spojrzenie na gospodarkę z perspektywy aktywności zawodowej mężczyzn, ich interesów, wkładu w proces tworzenia dochodu i priorytetów w jego podziale. Innymi słowy, koncentruje się na regułach dotyczących tematyki związanej z produkcją czy pracą płatną typu finanse i handel, której sfera reprodukcji – czyli urodzenie dzieci oraz opieka nad bliskimi – są podporządkowane. Dominującą rolę odgrywają obecnie innowacyjne inwestycje czy start-upy, mniejszą natomiast wagę przykładają się odnośnie do umożliwienia dostępu do odpowiedniej infrastruktury opiekuńczo-społecznej, typu żłobki, przedszkola czy inne placówki opiekuńcze. Brakuje również odpowiednich proporcji wydatków. Mimo nacisków na wzrost dzietności w obliczu kryzysu demograficznego, związanego ze starzeniem się ludności, wciąż jeszcze nadaje się macierzyństwu nie do końca adekwatne i odpowiadające rangą znaczenie dla rozwoju gospodarki – tworzenia dobrobytu państw i obywateli (Rumińska-Zimny, 2017). Pomimo także spadku dzietności, związanego z decyzjami kobiet odnośnie

<sup>1</sup> oczywiście, można byłoby spekulować, jak potoczyłyby się rozwój nauk ekonomicznych, gdyby – oprócz *Traktatu o bogactwie...* A. Smitha – źródłem inspiracji w ekonomii było również wcześniejsze jego dzieło, zatytułowane *Teoria uczuć moralnych* (1759). Smith określał w nim zasady sprawiedliwości społecznej, w tym obowiązki państwa i społeczności wobec ubogich, a także funkcjonowanie dóbr i usług, które są poza niewidzialną ręką dogmatycznego rynku. Tak się jednak nie stało. Dotychczasowa ekonomia tworzyła się i opiera na zasadach opisanych w 1776 r. i gloryfikujących, będącą bodźcem do wymiany towarów, pogoń za zaspokojeniem własnych celów, gdzie bogactwo tworzy praca egoistycznego człowieka ekonomicznego podejmującego działania, by uzyskać dochód (Rumińska-Zimny, 2014, s. 4).

do braku chęci rodzenia dzieci<sup>2</sup>, podstawę decyzji budżetowych stanowią modele ekonomiczne, które ignorują tę sferę. Również problemy związane z łączeniem obowiązków zawodowych z rodzinnymi uważane są za indywidualną sprawę kobiet (Lisowska, 2014).

Aktualnie przyjmuje się, że nieodpłatna, kobieca praca na rzecz gospodarstwa domowego, przyjmować może wiele form, takich jak: utrzymanie porządku, przygotowywanie posiłków, opieka nad dziećmi lub starszymi osobami dorosłymi oraz inne prace domowe związane z zarządzaniem gospodarstwem domowym. Jakkolwiek wachlarz wykonywanych przez kobiety zadań jest dość szeroki, to powszechnie przyjęte jest, że również same kobiety najczęściej określają ww. aktywność jako „siedzenie w domu”. Inaczej jest w przypadku mężczyzn. Innymi słowy, tę samą czynność ocenia się różnie, w zależności od płci osoby wykonującej. Codzienna piętnastokilometrowa wędrowka jedenastoletniej dziewczynki, aby zebrać drzewo na opał dla swojej rodziny, w standardowych modelach ekonomicznych brana pod uwagę nie jest. Jednak gdy czasochłonne i wyczerpujące zajęcie fizyczne, takie jak czerpanie i dostarczanie do domu wody w krajach, gdzie brakuje kanalizacji, przypada mężczyznom – to uznawane jest za pracę, wliczaną do rachunku ogólnopolskiej produkcji dóbr i usług. Jeśli to samo zajęcie wykonuje kobieta – noszenie wody – według ekonomistów pracą być przestaje (Kielos, 2014; Ciechomska, 1996).

Pierwszy dokument akademicki, który reprezentował początek strumienia doświadczeń badawczych z wyszczególnieniem kobiet w sferze biznesu, autorstwa Eleanor Schwartz, opublikowany został w 1976 roku w *Journal of Contemporary Business* pod tytułem *Entrepreneurship. A new female frontier*. Do tego czasu w literaturze przedsiębiorczość uznawana była za pojęcie neutralne ze względu na płeć, z ogólnie przyjętym terminem przedsiębiorcy, odnoszącym się do wyposażonego w kompetencje i doświadczenie człowieka posiadającego pewne cechy osobowościowe. W literaturze przedsiębiorca zazwyczaj przedstawiany jest jako indywidualista, człowiek samodzielny, osoba o niezależnym charakterze. To samotny bohater, patriarchy – zdobywca (Hanson, 2003, s. 23). Guiso i Rustichini twierdzą, że istota przedsiębiorczości skoncentrowana jest na męskości i wymaga wysokiego poziomu testosteronu. Innymi słowy, „przedsiębiorczość” ma swój własny przedmiot, czyli „przedsiębiorcę”, nie zaś „przedsiębiorczość” i w dyskursie naukowym stanowi konstrukt, o którym nie można powiedzieć, że jest płciowo neutralny. Badania pokazują ponadto, że kobietom trudniej jest wpasować się do ogólnie przyjętego modelu przedsiębiorczości (McAdam, 2013, s. 22).

---

<sup>2</sup> Wprowadzenie w Polsce programu *500 Plus* ustawą o pomocy państwa w wychowywaniu dzieci, miało na celu przeciwdziałanie spadkowi demograficznemu w Polsce oraz pokrywanie wydatków związanych z zaspokajaniem potrzeb życiowych i wychowywaniem dzieci. Jakkolwiek może mieć wpływ na rezygnację z pracy nisko wykwalifikowanych kobiet, to nie rozwiązuje problemów, które są realnymi przyczynami niskiej dzietności w Polsce. Jednak może stanowić istotny element zmniejszający skalę ubóstwa dzieci.

## 2. Płeć jako główna kategoria analizy

Wiadome jest, że kobiety często robią rzeczy inaczej i z innych powodów niż mężczyźni, a także postępują inaczej oraz z innych powodów niż mężczyźni (Carter, Henry, O'Connell, Johnson, 2006). Dlatego też trudno byłoby się zgodzić, że kryterium związane z podziałem na płeć nie powoduje rozszerzenia i nie wzbogaca pola rozważań biznesowo-ekonomicznych. Stanowi determinantę, której w analizach dotyczących biznesu nadawać powinno się coraz większe znaczenie. Żadna inna z ról nie kieruje w większym stopniu zachowaniami jednostki, jej reakcjami emocjonalnymi, funkcjonowaniem poznawczym, wewnętrznymi przekonaniem oraz ogólnym przystosowaniem psychicznym i społecznym. Zachowanie zgodne z rolami płci uznawane jest za jedno z kryteriów oceny zdrowia psychicznego. Z różnicy płci wypływać mogą specyficzne cechy, szczególne talenty oraz zdolności (Hofstede, Hofstede, 2007). Jakkolwiek wśród kryteriów osobistej identyfikacji, według których dokonywać można rozróżnień determinujących posiadanie potencjału przedsiębiorczego danej osoby, wymieniane mogą być zarówno wiek, jak i rasa, język, poziom wykształcenia, kultura, styl życia, przekonania, status ekonomiczny czy preferencje, to podział ze względu na płeć stanowi jedno z najbardziej znaczących i powszechnych rozróżnień, z którym pracodawcy najczęściej mają do czynienia. Płeć, jak wiadomo, stanowi fundamentalny wskaźnik, między innymi z punktu widzenia wpływu na analizę rynku pracy. Nieuwzględnianie w statystykach płci właściciela firmy stanowi mankament sektora przedsiębiorstw oraz finansów osobistych (Lisowska, 2012).

Klasyczna ekonomia ortodoksyjna głównego nurtu (*mainstream economics*) przez długi czas, *de facto*<sup>3</sup>, zajmowaniem się kategorią płci nie była zainteresowana, a przez wiele lat rozwoju tej dyscypliny wytworzono przekonanie o jej neutralności ze względu na płeć. Ta pozorna neutralność związana była z wyeliminowaniem kobiet i kwestii kobiecych z tej dziedziny. Poddanie krytyce dokonań głównego nurtu ekonomii przez coraz większą liczbę kobiet-ekonomistek pokazało, że zarówno w metodach badawczych, jak i tematyce badań naukowych, od początku wykorzystuje się męski podmiot mówiący, promując tym samym męskość. Ostatecznie płeć, jako główna kategoria analizy, przyjęta została przez szkołę reprezentującą heterodoksyjną ekonomię feministyczną (FE). Immanentną jej cechą jest wprowadzenie perspektywy płci do wszystkich aspektów, dziedzin i tematów ekonomii. Okazało się, że płeć ma znaczenie w przypadku takich aspektów teorii ekonomicznych, jak rozszerzenie pola rozważań tej nauki w ujęciu mikro – na rynku pracy, szczeblu firmy albo rodziny, makroekonomii – na poziomie gospodarki, rachunku dochodu narodowego czy międzynarodowym – ekonomii rozwoju, handlu czy finansów (Zachorowska-Mazurkiewicz, 2011). W każdym z tych zakresów płeć powoduje rozszerzenie pola rozważań ekonomicznych.

Aktualnie uważa się, że kobiety wnoszą do biznesu odmienny punkt widzenia od mężczyzn, ponieważ większość kobiet zwraca uwagę na problemy istotne dla kobiet (Gatewood,

<sup>3</sup> Z wyjątkiem rozważań na temat rynku pracy.

Carter, Brush, Greene, Hart, 2003; Reynolds, Bygrave, Autio, 2004). Tego typu pogląd, poza rozszerzeniem pola badań ekonomicznych, przyczynia się do powstawania bardziej obiektywnej wiedzy ekonomicznej, a zatem i biznesowej (Charkiewicz, Łapniewska, 2016). Kobiety na przykład zazwyczaj zorientowane są holistycznie, inkluzyjnie, długoterminowo, ukierunkowane są na klienta, z zachowaniem standardów etyki. Zysk nie jest zwykle ich głównym celem. Zakładają więcej przedsiębiorstw społecznych. Bardzo często przyczyną zakładania własnego biznesu przez kobiety jest chęć uzyskania lepszej równowagi między życiem zawodowym a prywatnym. Z drugiej jednak strony, charakteryzują się większą awersją do ryzyka, co sprawia, że wolniej rozwijają swoje biznesy. Mają tendencję do prowadzenia biznesu, w którym zatrudniają mniej niż pięciu pracowników oraz „zdolność do słuchania, konsensualny styl zarządzania, wrażliwość na widzenie wszystkiego w większym rozmiarze” (Carter, Henry, O’Cinneide, Johnson, 2006, s. 7). Ogromne znaczenie związane z podziałem na płeć podkreśla się obecnie w sprzedaży, argumentując, że kobiety dokonują zakupów inaczej niż mężczyźni. Częściej i chętniej nabywają produkty wcześniej polecane przez osobę, do której mają zaufanie, najlepiej znaną im osobiście lub należącą do tej samej grupy zainteresowań. Nieustająco poszukują ideału, a nabycie kolejnego produktu wcale nie zaspokaja ich potrzeb (Szczepańska, 2018). Według najnowszych raportów, kobiety kontrolują zazwyczaj od 70 do 80% decyzji konsumenckich, co przekłada się na blisko 20 bilionów dolarów wydatków rocznie generowanych właśnie przez nie. Tendencje firm do inwestowania w badania mające na celu zrozumienie kobiet jako konsumentek, mają na celu dostosowywanie perspektywy tych firm do klienta-kobiety (Raport MPiPS, 2014, s. 31). Jak zauważa McCloskey, neoklasycyści ekonomiści „nie znoszą, kiedy im się mówi, że powinni być bardziej kobieciecy” (Beneria, 2003, s. 2; Nelson, 1993). Działający w świecie biznesu i definiujący popularne aktualnie w Polsce myślenie ekonomiczne, *homo oeconomicus* spopularyzowany został jako dorosły mężczyzna z klasy uprzywilejowanej. Cechują go naganne co prawda w kategoriach etycznych nastawienie na zysk, chciwość, instynkt wymiany, a nawet skłonność do oszustwa – ponieważ jednak prowadzą do optymalnej alokacji zasobów, to uważa się, że zapewniają najlepszą efektywność gospodarczą. *Homo oeconomicus* to samotny, odpowiedzialny tylko za siebie i wyizolowany od społeczeństwa egoista, który w pogoni za zyskiem zawsze gotów jest do podjęcia walki z konkurencją. Ignoruje ograniczoną autonomię kobiet, osób starszych, podwładnych i dzieci – czyli osób uzależnionych od decyzji innych. Nie ma żadnych cech potrzebnych do działania w sferach takich, jak zdrowie, opieka w domu, współczucie czy więzi społeczne. Jego zachowania urzeczywistniają męski wzorzec ekonomii i stanowią podstawę polityki ekonomicznej. Są także swoistym wzorcem działań w biznesie, gdzie normą zachowania jest ekonomiczna racjonalność i dążenie do maksymalizacji zysków (Kielos, 2014).

Problem w tym, że w wielu przypadkach wyżej wymienione założenia nie potwierdzają się. A. Tversky i D. Kahnemann podważyli uniwersalistyczne roszczenia teorii racjonalnego wyboru: „Jednostki, podejmując działania (decyzje), posługują się «ramą decyzyjną», która częściowo jest następstwem zdefiniowania problemu decyzyjnego, ale częściowo

kształtowania przez normy, zwyczaje i osobiste cechy decydenta. W rezultacie uważają oni, że jednostki często przejawiają preferencje, które są niespójne z teorią użyteczności” (Tversky, Kahnemann, 1981, s. 458; Hausner, 2017). Rama ta umożliwia co prawda dostrzeżenie pewnych konsekwencji działania, ale eliminuje postrzeganie innych. Richard H. Thaler, argumentując, że człowiek nie zawsze, a właściwie rzadko kiedy, kieruje się czysto racjonalnymi przesłankami, został nagrodzony w 2017 roku nagrodą Nobla za wkład w ekonomię behawioralną, wyjaśniającą niektóre niespodziewane sytuacje na rynkach finansowych, a także rozmaite zachowania, które są sprzeczne z kalkulacjami ekonomicznymi<sup>4</sup> (Thaler, 2008).

Ludzie, a w szczególności kobiety, wchodzą ze sobą w interakcje w taki sposób, że raczej nawiązują emocjonalne więzi z innymi osobami, a nie separują się od nich. Założenie, że „Ja” „nawiązuje więzi z innymi”, że istnieje osobowość „relacyjna”, wymagałoby – jak twierdzi P. England – możliwości porównywania przez ludzi swoich modeli użyteczności, jak również lepszego zrozumienia społecznych uwarunkowań (Miciuła, Miciuła, 2015), w jakich powstają upodobania i ich nieustannej zmiany. Wiąże się z tym również model ludzkiego zachowania nieograniczający się wyłącznie – jak zakładają tradycyjne modele – do ekonomicznej racjonalności i egoizmu, lecz do oparcia na empatii, altruizmie i trosce o innych. Ten rodzaj zachowań wywala skłonność raczej do współpracy niż do konkurencji, poszukiwania rozwiązań wspólnotowych, a nie indywidualistycznych, i bardziej odpowiada kobiecości (Beneria, 2003).

Indywidualistyczne i androcentryczne założenia dotyczące zachowań konsumenckich lub teorie o alokacji czasu w tradycyjnych modelach makroekonomicznych bazują na założeniu, że w swoich zachowaniach aktorzy ekonomiczni kierują się ekonomiczną „racjonalnością”, czyli stanowiskiem wykluczającym jednocześnie wpływ jakiegokolwiek „emocjonalnego” przywiązania, związanego z indywidualnymi wyborami. Jak zauważa Paula England, trzy podstawowe założenia neoklasycznej teorii ekonomicznej – a mianowicie, niemożność interpersonalnych porównań użyteczności, egzogeniczność i stałe upodobania w modelach ekonomicznych oraz racjonalne, czyli egoistyczne zachowania, które wpływają na indywidualne decyzje – wynikają z postrzegania natury człowieka jako „zatomizowanego modelu”, który opiera się na założeniu, że ludzie są autonomicznymi jednostkami, odpornymi na wpływy społeczne oraz że nie ma między nimi wystarczających emocjonalnych więzi, aby empatia była możliwa. Takie zestawy cech w kulturze Zachodu – według J. Nelson – powiązane są z kulturowymi wizjami męskości i stereotypowo kojarzone są z męskością. Przeciwnieństwem zaś stereotypowego *homo oeconomicus* jest opisanie podmiotu ekonomicznego jako jednostki powiązanej z innymi, zainteresowanej dobrem innych, postrzeganej jako emocjonalnej, związanej z naturalnym środowiskiem społecznym. I ten typ człowieka bardziej kojarzony jest z kobiecością (Beneria, 2003). Idea klasycznego, nastawionego na zysk męzczyzny w abstrakcyjnym paradygmacie racjonalnego *homo oeconomicus* od pewnego czasu coraz częściej poddawana jest krytyce. W zamian uwzględnia

<sup>4</sup> Ekonomia behawioralna traktowana jest jako dziedzina analizy ekonomicznej, która weryfikuje założenia ekonomii neoklasycznej w oparciu o wyniki badań socjologicznych i psychologicznych.

się paradygmat człowieka emocjonalnego – *homo sapiens oeconomicus*, który przy podejmowaniu decyzji ekonomicznych kieruje się przesłankami odmiennymi niż *stricte* ekonomiczne. Jak wiadomo, zamierzenia człowieka niekoniecznie opierają się na założeniach racjonalnych. Istnieją, jak przekonuje również Dopfer (2004), inne przesłanki, które na bazie neurobiologii oraz aspektów psychospołecznych, odgrywać mogą kluczową rolę w procesie podejmowania tych decyzji.

Pomimo krytyki, między innymi sposobu funkcjonowania rynku i społeczeństwa rynkowego, w których kryje się – jak stwierdziła Diana Strassmann – „zdecydowanie androcentryczna i zachodnia perspektywa pojmowania indywidualności i sprawstwa jednostki” (Beneria, 2003, s. 10), wszczepiona niemal we wszystko logika ekonomii ortodoksyjnej głównego nurtu nadal traktowana jest jako jedyna właściwa. Począwszy od postrzeganych jako bardziej wartościowe, pozytywne i logiczne teoretycznych modeli matematycznych, przeciwstawianych kobiecemu brakowi logiki, cechującemu się podległością, i rozumowaniu dialektycznemu, które związane jest z intuicją i analogią. Zdominowana przez męski punkt widzenia, tradycyjnie pojmowana nauka, także w zakresie metod badawczych, utożsamiana jest z męskością (Rumińska-Zimny, 2017; Kielos, 2014).

## Uwagi końcowe

Traktowanie ekonomii jako synonimu teorii wyboru wspiera swoiste przekonanie, że tzw. twarda ekonomia lepsza jest niż miękka. Opiera się na skojarzeniu tego, co twarde, z pozytywnie wartościowaną, powiązaną z męskością siłą, przy negatywnej jednocześnie ocenie słabości, kojarzonej z kobiecością. Tymczasem – jak przekonuje A. Nelson – to, co twarde, może także oznaczać usztywnienie, a to, co miękkie – elastyczność. Pogoń za męskim, twardym punktem widzenia, wzdragającym się przed kojarzeniem z kobiecością, a zatem także z elastycznością – jak podkreśla Nelson – można uznać za powód usztywnienia, tak samo jak dążenie do kobiecej miękkości, która byłaby pozbawiona adekwatnej siły, kojarzyć się będzie ze słabością. I zadaje pytanie, czy elastyczna, a równocześnie twarda ekonomia, nie byłaby jednak bardziej zrównoważona (Nelson, 1993, s. 36).

Definiowany w takim „kobiecy” rozumieniu biznes stanowić powinien antytezę firmy opartej na chciwości, cynicznie i przedmiotowo traktującej klienta czy konsumenta jako ofiarę. Nie wyklucza to oczywiście badań dotyczących zapewnienia dóbr czy wygod bardziej luksusowych, stanowi raczej próbę przeniesienia priorytetów. Jakkolwiek bowiem granica między potrzebami a pragnieniami może być nieostra, to głównym celem i centrum zainteresowań współczesnej ekonomii powinno być kierowanie uwagi na palące kwestie, które mają istotne znaczenie dla dobrostanu jednostek i społeczeństw w zakresie lepszej ochrony warunków ludzkiego życia (przede wszystkim znaczącej populacji osób bardziej uzależnionych od okoliczności kształtowanych przez czynniki leżące poza ich kontrolą). Według Kennetha Bouldinga, życie gospodarcze jest procesem służącym zabezpieczeniu



warunków życia ludzkości, a nawet biosfery. Także inni badacze pisali o nadzwyczajnym zobojętnieniu tradycyjnej ekonomii wobec wyżej wymienionych zagadnień (Nelson, 1993).

Posługując się koncepcją *kooperacyjnego konfliktu*, Amartya Sen (1990) wskazuje, że modele neoklasyczne nie są w stanie wytłumaczyć systemowo gorszej pozycji kobiet w wielu społeczeństwach. Podkreśla jednocześnie, że kolizje interesów pomiędzy kobietami i mężczyznami nie są podobne do innych konfliktów, na przykład klasowych. Formułuje hipotezę, że spory między płciami mają charakter ponadklasowy i są niezależne od czynników różnicujących społecznie. Innymi słowy, klasę społeczną zmienić można, ale podziału płci przekroczyć się nie da. Dlatego – jak opisuje Sen – tak istotne jest odejście od modelu racjonalnego wyboru, zrozumienie możliwości współpracy i potencjalnych sprzeczności, które są skutkiem warunków życia kobiet i mężczyzn, wynikających z ich różnej siły przetargowej. Czynniki, które mogłyby wzmocnić tę siłę w odniesieniu do kobiet oraz kwestii dla nich ważnych, przyczyniać powinny się również do poprawy jakości życia w ogólności (Beneria, 2003).

## Literatura

- Beneria, L. (2003). *Kobiety i płęć w ekonomii – przegląd zagadnienia*. Warszawa: Boell.
- Carter, N.M., Henry, C., O’Cinneide, B., Johnson, K. (2006). *Female Entrepreneurship: Implications for Education*. London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Ciechomska, M. (1996). *Od matriarchatu do feminizmu*. Poznań: Wydawnictwo Brama – Książnica Włóczęgów i Uczonych.
- Charkiewicz, E., Łapniewska, Z. (2016). *Feminist Economics – A Review of Debates*. Melbourne: La Trobe University.
- Dopfer, K. (2004). The Economic Agent as Rule Maker and Rule User: Homo Sapiens Economicus. *Journal of Evolutionary Economics*, 2 (14), 177–195.
- Gatewood, E., Carter, N., Brush, C., Greene, P., Hart, M. (2003). *Women Entrepreneurs, their Ventures, and the Venture Capital Industry, An Annotated Bibliography*. Stockholm: ESBRI.
- Hanson, S. (2003). Geographical and Feminist Perspectives Faced by Entrepreneurs. *Geographische Zeitschrift*, 91, 1–23.
- Hausner, J. (2017). Wartości, normy, dobra. *Zarządzanie Publiczne*, 1 (39).
- Herzog, R. (2003). Płęć a nauka. Krytyka neutralności płci. *Kosmos*, 1 (52).
- Hofstede, G., Hofstede, J.G. (2007). *Kultury organizacyjne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kielos, K. (2014). *Jedyna płęć. O tym, dlaczego prześladowuje Cię homo oeconomicus i jak niszczy Twoje życie, nie mówiąc już o światowej gospodarce*. Warszawa: Czarna Owca.
- Klus-Stańska, D. (2012). Wiedza, która zniewala. Ku perspektywie społeczno – kulturowej w edukacji. *Forum Oświatowe*, 1 (46).
- Lisowska, E. (2012). Przedsiębiorczość kobiet i ich wkład w rozwój gospodarczy. W: *Wiek po Marii Skłodowskiej-Curie. Emancypacja kobiet w Polsce i we Francji*, red. K. Nadana-Sokołowska, M. Rudaś-Grodzka, E. Serafin. Warszawa: IBN PAN.
- Lisowska, E. (2014). Self-employment and Motherhood: The Case of Poland. W: *Women’s Entrepreneurship in the 21st Century. An International Multi-Level Research Analysis*. London: Edward Elgar.
- McAdam, M. (2013). *Female entrepreneurship*. London–New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Miciuła, I. (2014). Co to znaczy być innowacyjnym naukowcem? W: *Innowatyka – nowy horyzont*, red. M. Jasieński. Nowy Sącz: Wyższa Szkoła Biznesu w Nowym Sączu.
- Miciuła, I., Miciuła, K. (2015). Metody pomiaru wartości kapitału ludzkiego. *Współczesne Problemy Ekonomiczne*, 11, 858, 269–280.
- Morawski, W. (2001). *Socjologia ekonomiczna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Nelson, J.A., Ferber, M. (1993). *Beyond Economic Man, Choice or Security? Gender and Definition of Economics*. London: Boell Press.
- Pakszys, E. (2008). Czy etyka opiekuńcza (*ethics of care*) jest projekcją zasadniczego doświadczenia kobiet? *Colloquia Communia*, 1–2, 84–85.
- Persky, J. (1995). The Ethology of Homo Oeconomicus. *Journal of Economic Perspectives*, 1 (28), 221–231.
- Raport MPiPS (2014). Raport Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej. *Więcej równości – więcej korzyści gospodarce. Kobiety i mężczyźni na stanowiskach decyzyjnych w polskiej gospodarce w latach 2010–2013*. Warszawa: MPiPS.
- Reynolds, P., Bygrave, W., Autio, E. (2004). *Gem 2003 Executive Report*. Babson Park (MA): Babson College.
- Rumińska-Zimny, E. (2017). *Feministyczna ekonomia – po co i dla kogo?* Warszawa: PTE.
- Rumińska-Zimny, E. (2014). *Jedyna pleć. O tym, dlaczego prześladowuje Cię homo oeconomicus i jak niszczy Twoje życie, nie mówiąc już o światowej gospodarce*. Warszawa: Czarna Owca.
- Smith, A. (1954). *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*. Warszawa: PWN.
- Smith, A. (1989). *Teoria uczuć moralnych*. Warszawa: PWN.
- Szacki, J. (2002). *Historia myśli socjologicznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Szczepańska, M. (2018). *Konsumenci chcą wydawać z głową (raport Euromonitor International)*. Pobrano z: <https://www.pb.pl/konsumenci-chca-wydawac-z-glowa-903278> (18.02.2018).
- Thaler, M. (2008). Pobrano z: <https://www.youtube.com/watch?v=Dz9K25ECiPU> (2.01.2018).
- Wach, K. (2010). Od człowieka racjonalnego do emocjonalnego. Zmiana paradygmatu nauk ekonomicznych. *Horizonty Wychowania*, 9 (17).

#### FEATURES OF *HOMO OECONOMICUS*

**Abstract:** *Purpose* – The aim of the article is to try to answer the question how much in the functioning reality the homo oeconomicus paradigm, being the decision-maker in the classical mainstream economics, reflects the characteristics of gender (women) and the implications for the economy.

*Design/methodology/approach* – Explication focuses on qualitative research and secondary sources of information have been used to achieve the goal, including bibliographical entries, including national and foreign literature on the subject, and empirical research.

*Findings* – An attempt to outline the problem of personal decisions in management and the search for answers whether these decisions may be influenced by identifiable gender-related features, or the role that the managing person is assigned to. So that the model describing decisions in personal finance management is as close as possible to reality, which results in objective economic and business knowledge regarding management processes.

*Originality/value* – The criterion related to the division into gender causes the extension and enriches the field of economic and business considerations. Disregarding the gender owner in the statistics is a shortcoming of the enterprise sector.

**Keywords:** personal finance, diversity, gender in economics, woman's values in business

#### Cytowanie

- Różycka, M., Miciuła, I. (2018). Cechy *homo oeconomicus*. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 2 (92), 467–476. DOI: 10.18276/frfu.2018.92-40.