Научная статья

УДК 159.9.072 : 316.752/754

doi: 10.31079/1992-2868-2021-18-4-97-105

ПРАВСТВЕННАЯ РЕГУЛЯЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ РИЕЛТОРА КАК СУБЪЕКТА ТРУДА

Ольга Андреевна Любичская

Дальневосточный государственный университет путей сообщения, Хабаровск, Россия,
lyubitskaya07@mail.ru

Аннотация. В статье представлены результаты эмпирического исследования, ориентированного на выявление психологического содержания нравственной регуляции экономического поведения риелтора как субъекта труда. Проинтерпретированы формальные и неформальные детерминанты экономического поведения риелтора. Раскрыты представления респондентов о неэтичном поведении по отношению к субъектам совместной деятельности. Проанализирована субъективная оценка испытуемыми экономических явлений (мир бизнеса и деньги).

Ключевые слова: экономическое поведение, нравственность, нравственная регуляция, формальные детерминанты, неформальные детерминанты, неэтичное поведение, субъективная оценка экономических явлений, риелтор

Original article

THE MORAL REGULATION REALTOR'S ECONOMIC BEHAVIOR AS A SUBJECT OF LABOR

Olga A. Lubitskaya

Far Eastern State Transport University, Khabarovsk, Russia, lyubitskaya07@mail.ru

Abstract. This paper presents the results of empirical research to identify psychological content of the moral regulation realtor's economic behavior as a subject of labor. Formal and informal determinants realtor's economic behavior have been interpreted. Respondent's representations about unethical behavior in relation to the subjects of joint activities have been disclosed. Subjective assessment of economic phenomena (the world of business and money) by test subjects has been analyzed.

Keywords: economic behavior, morality, moral regulation, formal determinants, informal determinants, unethical behavior, subjective assessment of economic phenomena, realtor

Процессы и механизмы современной хозяйственной жизни мирового масштаба способствовали тому, что экономические явления перестали быть сферой интересов узкого круга одноимённой науки и перешли в междисциплинарную плоскость. Исследования специалистов по поведенческой экономике, отмеченные нобелевскими премиями в последние два десятилетия (Дж. Акерлоф, М. Спенс, Дж. Стиглиц (2001); Д. Канеман, В. Смит (2002); Р. Шиллер, Ю. Фаме, Л.П. Хансен (2013); Р. Талер (2017)), с одной стороны – подчёркивают их объективную актуальность и практическую значимость, а с другой – позволяют увидеть влияние социальных и психологических факторов на экономическое поведение субъектов.

Обобщение работ авторитетных учёных позволило сформулировать ряд положений для понимания феномена «экономическое поведение».

1. Экономическое поведение – междисциплинарная категория, основными подходами к его изучению являются: экономический, социологический и психологический.

Согласно точке зрения классического экономического направления рассматриваемый вид поведения направлен на максимизацию прибыли и оптимизацию результата.

Социологи описывают экономическое поведение как следствие соблюдения человеком заданных общественных норм, акцентируя при этом внимание на его детерминации экономическими интересами и социальными стереотипами.

Психологическая наука изучает закономерности взаимодействия и взаимного влияния экономических факторов и психических явлений. В рамках данного направления внимание акцентируется на субъективных явлениях, оказывающих влияние на экономическое поведение. Главными чертами психологического человека являются импульсивность, эмоциональность, обусловленность поведения внутренними, неосознанными и неконтролируемыми психическими силами [1].

Необходимо отметить, что модели психологического и экономического человека плохо коррелируют друг с другом, поскольку интерес экономиче-

ской науки в большей степени ориентирован на результаты выбора, а психология исследует процесс принятия решения, изучает внутренние причины, влияющие на предпочтения индивида.

2. Основными функциями экономического поведения являются:

- социализирующая (коммуникативное взаимодействие);
- адаптационная (приспособление к новым требованиям рынка);
- интегративная (объединение в социальные группы);
- ценностно-поддерживающая (поддержание норм, ценностей, традиций, принятых в обществе);
- регулирующая (при столкновении с ситуацией морального выбора волевая составляющая позволяет поступить нравственно, вопреки давлению ситуации);
- целеполагание (формулирование краткосрочных и долгосрочных задач, установление границ допустимых отклонений в реализации выбранной идеи) [2].

3. В качестве предпосылок экономического поведения принято выделять экономические сознание, мышление и культуру.

Экономическое сознание – это совокупность знаний, связанных с экономической действительностью и выражающих отношение человека к различным явлениям хозяйственной жизни общества в конкретный исторический момент времени. Экономическое сознание прямо не определяет, но во многих аспектах регулирует экономическое поведение человека [3].

В контексте нашего исследования целесообразно обозначить противоречия, которые возникают между экономическим и этическим сознанием:

1) экономическое сознание ориентировано на максимизацию выгоды; этическое запрещает рассматривать других людей в качестве средства достижения собственных целей;

2) экономическое сознание направляет человека на реализацию, прежде всего личных интересов (субъекты совместной деятельности рассматриваются как средство реализации выгоды); максима этического сознания рассматривает другого индивида как ценность [4].

Таким образом, существуют значимые противоречия между экономическим и этическим сознанием, которые обусловлены разной направленностью экономических и этических норм. Человек с «рыночным характером» (по определению Э. Фромма) постоянно находится в состоянии противоречия и характеризуется раздвоенным сознанием. С одной стороны, вступая в деловое взаимодействие, он ориентирован на увеличение прибыли, с другой – как личность, живущая в обществе, вынужден учи-

тывать общечеловеческие нормы морали и нравственности. Таким образом, возникает внутриличностный нравственный конфликт между нравственным сознанием личности и этическим [5].

Экономическое мышление – это процесс и результат отражения социально-хозяйственной действительности, в основе которого лежат знания, умения и навыки теоретического и практического оперирования категориальным экономическим аппаратом, реализуемые в решении прикладных задач [6].

Экономическая культура – это проекция культуры (в её широком понимании), которую можно рассматривать как форму ценностного освоения социально-хозяйственной действительности, раскрывающую стратегии экономического поведения в конкретных ситуациях.

Экономические нормы – это социальные правила, которые имеют стимулирующий или тормозящий характер, определяя экономическое поведение. Соблюдение указанных норм на практике имеет определенную последовательность: знание → убеждение → умение → привычка → ситуативное решение → воплощение.

В основе регуляции хозяйственной деятельности находится также система жизненных и экономических ценностей субъекта. Экономические ценности – это психологические образования, которые характеризуют убеждения и взгляды личности в экономической сфере и лежат в основе её действий и поступков [7].

На основе экономических мотивов и под регуляторным воздействием норм и ценностей развиваются экономические интересы. Последние можно трактовать как направленность на сохранение или улучшение собственного социально-экономического положения, которая проходит через сознание, ориентирована на удовлетворение потребностей субъекта и отражает индивидуальный характер своего носителя [8].

4. При изучении структуры экономического поведения принято выделять четыре компонента: когнитивный, аффективный, конативный и мотивационно-волевой.

Когнитивная (познавательная) составляющая связана с оценкой ситуации и принятием экономического решения. Аффективный (эмоциональный) компонент отражает субъективное отношение, окрашенное эмоциями, чувствами, переживаниями, и закрепляет полезные формы поведения, а неудачные отвергает. В основе конативной (поведенческой) составляющей лежит комплекс действий / бездействий, направленный на установление динамического соответствия между потребностями, интересами, условиями и возможностями, обусловленными социально-экономической средой. Мотивационно-волевой компонент выполняет побуди-

тельную и регулятивную функции. Мотивы, имеющие экономическую направленность, раскрывают ориентацию субъекта на достижение успеха, удовлетворение безопасности, личностную и финансовую независимость, власть или доминирование над другими людьми, самореализацию и самовыражение и т.д. В основе волевых аспектов рассматриваемого поведения лежит способность субъекта реализовать свои поступки с учётом экономических норм, ценностей, интересов вопреки давлению внешних и внутренних факторов [9].

Экономические отношения регламентируются правовыми, хозяйственными, административными, технико-технологическими, социальными и нравственными нормами. Интерес к проблеме нравственности в контексте хозяйственной жизни общества обусловлен тем, что социально-экономические реформы 90-х гг. XX в. в России повлекли за собой девальвацию нравственных ценностей. В связи с вышеизложенным особую актуальность приобретают исследования, ориентированные на изучение нравственной регуляции экономического поведения субъектов [10].

Научные труды отечественных и зарубежных авторов показывают, что нравственность выступает важной детерминантой экономического поведения, в значительной степени определяя выбор методов и средств достижения целей, специфику отношений. На наш взгляд, перспективными в изучении нравственной регуляции экономического поведения субъекта труда являются три положения, сформулированные А.Б. Купрейченко [11], которые мы проинтерпретируем ниже.

1. Нравственно-психологические факторы выступают как формальные и неформальные детерминанты экономического поведения субъекта.

Формальная регуляция осуществляется посредством профессиональной (деловой) этики, последняя является частью общей этики. Специальная профессиональная этика применяет принципы общей этики для исследования нравственности в специализированных сферах человеческой деятельности [12].

Традиционно сложилось, что деловая этика изучает регуляцию экономического поведения, связанную с производством, распределением и обменом благ, т.е. те сферы деятельности, которые имеют отношение к деловой активности.

На сегодняшний день существует две полярные точки зрения, раскрывающие роль этики в бизнесе.

1. Этические нормы рассматриваются как помеха в бизнесе («деловой макиавеллизм»). Два варианта неэтичного поведения выделяют сторонники этого подхода: 1) нарушение закона; 2) действия компаний, не предпринимающих надлежащих мер для устранения дефектов в своей продукции, кото-

рые могут привести к вредным последствиям для потребителей услуг.

2. Этика рассматривается как необходимый нравственный императив поведения и как средство, помогающее увеличить рентабельность и способствующее укреплению деловых связей [13].

На наш взгляд, второй подход является эффективным, поскольку неэтичное поведение рано или поздно обернётся прямыми экономическими убытками, социальными и нравственными издержками для субъекта бизнеса. В данном случае уместно вспомнить слова Бенджамина Франклина, утверждавшего, что «честность – лучшая политика».

Нравственно-психологические факторы детерминируют неформальную регуляцию экономического поведения: 1) непосредственно – ограничивая выбор допустимых её форм (через оценку этичности или неэтичности тех или иных способов делового поведения); 2) опосредствованно – оказывая влияние на уровень притязаний и цели экономической деятельности (через отношение к экономическим объектам и явлениям) [14].

2. Для нравственной регуляции как для нормативной регуляции особое значение имеют правила поведения по отношению к субъектам совместной деятельности.

Золотое правило этики («поступай с другим так, как бы ты хотел, чтобы поступали с тобой») и нравственный императив И. Канта («поступай так, чтобы максима, правило твоего поведения, могла быть распространена на всё человечество без исключения») стали фундаментальной основой для рассмотрения в отечественной и зарубежной психологии в качестве ведущего критерия нравственности ценностное отношение к другому человеку [15].

3. Воздействие нравственно-психологических факторов может проявляться через формирование отношения к различным социально-экономическим феноменам (к труду, собственности, деньгам).

В данном случае акцентируется внимание на психологической регуляции экономического поведения с учётом субъективного отражения экономических явлений. Эмпирическое исследование, выполненное авторским коллективом (А.Л. Журавлёв, А.Б. Купрейченко, Е.И. Горбачева), показало, что для современных российских руководителей характерно осознание высокой значимости нравственных регуляторов в деловом мире: по числу упоминаний этические характеристики занимали лидирующие позиции при оценке мира бизнеса [16].

В рамках данной статьи, опираясь на указанные выше принципы, сформулированные А.Б. Купрейченко, мы рассмотрим нравственную регуляцию экономического поведения риелтора как субъекта труда с учётом специфических особенностей деятельности указанной профессиональной группы.

Риелтор – это индивидуальный предприниматель или юридическое лицо, профессионально занимающееся посредничеством при заключении сделок купли-продажи, аренды коммерческой и жилой недвижимости путём сведения партнёров по сделке и получения комиссионных.

Для профессиональной деятельности риелтора характерны следующие виды экономического поведения:

- трудовое – специалист, с одной стороны, руководствуется определенными стратегиями и приемами поведения в процессе выполнения своих функциональных обязанностей, а с другой – ориентируется на социокультурные нормы личности;
- посредническое – риелтор связывает экономические интересы продавца и покупателя недвижимости, ориентируясь на финансовое вознаграждение;
- рациональное – специалист ориентирован на максимизацию прибыли.

В деятельности риелтора можно выделить два направления: работу на покупателя и работу на продавца. Основное их отличие заключается в том, кто является клиентом.

Основными функциональными обязанностями риелтора являются:

- изучение спроса и предложения на рынке недвижимости;
- поиск потенциальных покупателей и арендаторов, установление с ними деловых контактов;
- организация ознакомительного осмотра для возможных покупателей и арендаторов объектов недвижимости;
- информирование клиентов о вновь поступающих предложениях и их характеристиках;
- организация подписания договоров купли-продажи и аренды недвижимости, помощь клиентам в сборе необходимых документов для оформления сделок.

В качестве основных показателей эффективности профессиональной деятельности риелтора принято рассматривать: 1) количество сделок; 2) общую выручку за определённый период (месяц, квартал, год); 3) рекомендации клиентов.

Цель проведённого нами эмпирического исследования – выявление психологического содержания нравственной регуляции экономического поведения риелтора как субъекта труда. В качестве респондентов задействовано 35 сотрудников агентств недвижимости города Хабаровска, из них 24 женщины и 11 мужчин. Средний возраст испытуемых – 38 лет. Образование респондентов: 5 чел. – среднее специальное, 15 чел. – высшее техническое; 15 чел. – высшее гуманитарное.

Процедура эмпирического исследования включала три этапа.

В рамках первого этапа выявлялись формальные и неформальные регуляторы экономического поведения риелтора как субъекта труда.

Выше нами делался акцент на том, что формальная регуляция поведения субъекта труда осуществляется посредством этических кодексов и декларируемых норм.

По результатам профессиографирования и анализа этического кодекса риелтора был составлен авторский опросник «Отношение к нормам деловой этики риелтора». Испытуемым предлагалось выступить в роли эксперта и дать оценку значимости профессионального поведения, используя 4-балльную шкалу оценивания: 3 – высокий уровень значимости; 2 – средний; 1 – низкий; 0 – указанное поведение недопустимо.

На основании средних арифметических значений зафиксированы наиболее важные формальные нормы делового взаимодействия:

- предоставление достоверной информации клиенту, имеющей отношение к недвижимому имуществу или сделке;
- оказание равноценных профессиональных услуг независимо от национальности, религиозных убеждений и пола клиента;
- защита интересов потребителей услуг;
- реализация деятельности с учётом соблюдения федеральных и региональных норм и стандартов практики в области операций с недвижимостью;
- информированность в вопросах, связанных с рынком и законодательной базой в области недвижимости на региональном и федеральном уровне;
- представление объективной информации в каталогах и других формах информирования населения об объекте недвижимости;
- соблюдение конфиденциальности о деталях договоров.

По результатам обследования выделено поведение, противоречащее этическим нормам деятельности риелтора:

- использование некомпетентности или состояния здоровья клиента с целью извлечения дохода при операциях с недвижимостью;
- стремление получить несправедливые преимущества по сравнению с другими сотрудниками фирмы;
- использование информации, полученной от потребителей услуг в личных целях или любым другим образом, противоречащим закону;
- предоставление необъективной дискредитирующей информации относительно конкурентов, их репутации или деловой практики;
- использование методов недобросовестной конкуренции по отношению к другим организациям и физическим лицам, работающим на рынке недвижимости.

В теоретической части статьи отмечалось, что неформальная регуляция раскрывает наиболее значимые ценности и мотивы субъекта труда. Для выявления внутренних ценностей риелтора, которые детерминируют его экономическое поведение, использовались два незаконченных предложения: «В своей деятельности я руководствуюсь следующими профессиональными нормами ...», «В своей профессиональной деятельности я придерживаюсь девиза...». Ответы испытуемых на указанные предложения были обработаны методом контент-анализа и на их основе были составлены категориальные сетки.

По результатам контент-анализа зафиксировано пять категорий, раскрывающих наиболее значимые неформальные профессиональные нормы риелтора: профессиональная квалификация и компетентность, ориентация на морально-нравственные нормы, проявление организационно-деловых качеств, ориентация на эффективное взаимодействие, проявление волевых качеств.

Статистические данные свидетельствуют о том, что наиболее важной профессиональной нормой для риелторов является профессиональная квалификация и компетентность (31,7 %). Категория «Профессиональная квалификация и компетентность» представлена такими ответами, как «высокий профессионализм», «профессионализм», «знание своего дела», «профессиональный подход», «качество» и др.

Второе место занимает категория «Ориентация на морально-нравственные нормы» (22,2 %), объединившая такие ответы, как: «добродетель», «порядочность», «честность», «ответственность», «добродетельность», «этичность», «репутация».

Третье место по частоте упоминания имеет категория «Проявление организационно-деловых качеств» (20,6 %), включившая слова-реакции: «обязательность», «пунктуальность», «своевременность», «планирование», «умение анализировать ситуацию» и др.

Категория «Ориентация на эффективное взаимодействие» объединила ответы: «коммуникабельность», «умение налаживать контакт»; «доброжелательность», «участие», «избегание конфликтов с коллегами», «вежливость», «обратная связь» и т.д.

Категория «Проявление волевых качеств» имеет наименьшую процентную выраженность (7,9 %), она представлена такими ответами, как: «целеустремленность» и «решительность».

По результатам контент-анализа ответов все девизы профессиональной деятельности риелторов были распределены по восьми категориям с учётом ориентации: 1) на достижение успеха; 2) соблюдение морально-нравственных норм; 3) расширение клиентской базы; 4) прибыль; 5) субъектов сов-

местной деятельности; 6) регламентированность деятельности; 7) получение удовлетворения от процесса и результата труда; 8) качественное выполнение работы.

Согласно статистическим данным для респондентов наиболее значима ориентация на достижение успеха (35 %). Категория «Ориентация на достижение успеха» представлена следующими девизами риелторов: «только вперед», «стань тем, кого боятся за день до игры», «желание и рвение принесут свои плоды», «наша жизнь в наших руках, поэтому не стоит их опускать», «что не делается – всё к лучшему», «не отступать и не сдаваться», «не откладывая на завтра, то, что можно сделать сегодня».

Второе место по частоте встречаемости (15 %) занимает категория «Ориентация на соблюдение морально-нравственных норм», объединившая такие девизы, как: «не делай людям зла, и все будет хорошо», «честность и компетентность», «в любой ситуации оставаться человеком».

Категория «Ориентация на расширение клиентской базы» представлена девизами: «сделай сделку и обрети рекомендации», «расширение своих возможностей в сфере бизнеса и общении с людьми».

Категория «Ориентация на прибыль» объединила ответы: «больше сделок – больше денег», «куй железо не отходя от кассы».

Категория «Ориентация на субъектов совместной деятельности» представлена такими девизами, как: «один за всех и все за одного» и «всегда готов помочь решить проблему».

Категория «Ориентация на регламентированность деятельности» включает ответы: «всё по плану» и «сделал дело – гуляй смело».

Единичными ответами представлены категории: «Ориентация на качественное выполнение работы» и «Ориентация на получение удовлетворения от процесса труда и результата труда».

Для изучения мотивов риелтора, детерминирующих его экономическое поведение, использовалась процедура ранжирования 11 мотивов профессиональной деятельности. Иерархия мотивов профессиональной деятельности риелтора отражена в таблице (так как несколько среднеарифметических значений имели идентичную количественную выраженность, им присваивался ранг, представляющий собой среднее значение тех рангов, которые они получили бы, если бы не были равны).

Результаты, представленные в таблице, свидетельствуют о том, что наиболее значимым является мотив власти или доминирования над другими. Это позволяет говорить о том, что для риелторов характерно стремление оказывать влияние на людей, быть признанным лидером, подчинять других своим целям и интересам, иметь особый статус и более широкие возможности.

Таблица

**Иерархия мотивов
профессиональной деятельности риелтора**

Ранг	Категория	Среднее значение
1	Мотив власти или доминирования над другими	10
2	Соревновательный мотив	8
4	Мотивы общественного порядка	7
4	Мотив социального признания, статуса, престижа	7
4	Мотив безопасности, избегания неудачи	7
6	Мотив уважения и самоуважения	6
7,5	Мотив самореализации, самовыражения	5
7,5	Мотив личностной независимости	5
9,5	Мотив финансовой независимости	4
9,5	Мотив достижения успеха	4
11	Материальный мотив	3

Второй ранговый номер занимает соревновательный мотив, следовательно, респонденты стремятся к получению большего процента от сделок, ориентированы на высокие результаты, удовлетворение азарта.

Значимое место в иерархии занимают мотивы общественного порядка, социального признания, безопасности и избегания неудачи (они имеют одинаковый ранговый номер). Этот эмпирический факт позволяет говорить о том, что риелторы:

1) стремятся выполнять свои обязательства, не создавая трудности и неудобства своими действиями другим людям, оправдать их ожидания;

2) ориентированы на высокую социальную оценку собственных заслуг, авторитетность, признание и получение достойного статуса в обществе;

3) направлены на удовлетворение потребностей безопасности, избегание отрицательных оценок своей деятельности, трудностей и неожиданностей.

Второй этап эмпирического исследования ориентирован на изучение нравственной регуляции экономического поведения риелтора по отношению к субъектам совместной деятельности.

По результатам профессиографического описания деятельности было выявлено, что субъектами совместной деятельности риелтора являются: руководитель фирмы, коллеги по работе и потребители услуг (клиенты). Нами был разработан опросник «Этические проблемы делового взаимодействия» с открытой формой ответов. Испытуемым предлагалось привести примеры:

1) неэтичного поведения по отношению к респонденту со стороны руководителя фирмы, коллег по работе, потребителей услуг;

2) неэтичного поведения риелтора по отношению к руководителю фирмы, коллегам по работе, потребителям услуг.

Ответы респондентов обработаны методом контент-анализа.

Представления о неэтичном поведении руководителя фирмы по отношению к риелтору были разбиты на две категории: «Проявление неуважения» и «Нарушение норм делового взаимодействия», которые имеют одинаковое процентное соотношение. Категория «Проявление неуважения» представлена такими ответами испытуемых, как «снобизм», «при разговоре с подчиненным отвлекается на разговоры по телефону с другими агентами, смс», «прилюдное оскорбление». Категория «Нарушение норм делового взаимодействия» объединила ответы: «выносить на обсуждение», «обсуждение моей ситуации с коллегами без моего присутствия», «обсуждать мои проблемы в присутствии сотрудников».

Ответы о неэтичном поведении коллег по работе по отношению к риелтору разделены на две категории: «Проявление неуважения» и «Нарушение норм делового взаимодействия с целью получения материальной выгоды», которые имеют равное процентное соотношение. В категорию «Проявление неуважения» включены такие ответы, как: «игнорирование», «встревание в разговоры», «высмеивание», «грубость», «скандальность» и др. Категория «Нарушение норм делового взаимодействия с целью получения материальной выгоды» представлена формулировками: «выход на моего клиента без согласования со мной и ведение с ним каких-либо переговоров, в которых я – "за бортом"», «отключить телефон коллеги, пока она в отпуске», «поднимать цену, прикрываясь клиентом с целью повышения процентов от сделки», «проблемы с договоренностями по заработку» и др.

Представления о неэтичном поведении потребителей услуг по отношению к риелтору объединены в четыре категории: «Нарушение условий договора с агентством недвижимости», «Поведение, обусловленное желанием выгоднее продать или купить объект недвижимости», «Демонстрация превосходства в сфере рынка недвижимости» и «Проявление неуважения».

Статистические данные свидетельствуют о том, что категория «Нарушение условий договора с агентством недвижимости» имеет наибольшую количественную выраженность (55,6 %). Указанная категория объединила такие ответы испытуемых, как: «не придерживаются договоренностей», «действуют в обход моих услуг», «клиенты пытаются избежать оплаты моей услуги», «обещают одну сумму вознаграждения, а когда нашёл покупателей, пытаются заплатить меньше», «пользуются, чтобы удовлетворить собственные цели, а затем оставляют работавшего на них полгода и больше без заработка», «за спиной своего агента могут работать с другими» и т.д.

Одинаковое процентное соотношение (16,7 %) имеют категории: «Поведение, обусловленное желанием выгоднее продать или купить объект недвижимости» и «Демонстрация превосходства в сфере рынка недвижимости». Категория «Поведение

ние, обусловленное желанием выгоднее продать или купить объект недвижимости» представлена следующими ответами респондентов: «высокие неоправданные требования», «неадекватные потребители» и «неадекватные звонки». В категорию «Демонстрация превосходства в сфере рынка недвижимости» включены формулировки: «в вопросах недвижимости считают себя профессиональней, чем риелтор», «когда клиент думает, что он знает всё о недвижимости лучше меня», «высказывания: "Что вы мне тут рассказываете? Я сам все знаю! Идите и предлагайте мою квартиру!"».

Категория «Проявление неуважения» (11,1 %) объединила ответы: «грубый разговор по телефону» и «некорректное поведение».

Представления о неэтичном поведении риелтора по отношению к руководителю фирмы разделены на четыре категории: «Проявление неуважения», «Нарушение трудовой дисциплины», «Нарушение условий делового взаимодействия с целью получения материальной выгоды» и «Неудовлетворительное отношение к работе».

Согласно полученным данным категория «Проявление неуважения» имеет наибольшее процентное соотношение (50 %) и объединяет следующие ответы: «во время выступления руководителя занимаются личными делами или разговаривают с коллегами», «обсуждают указания руководства», «отсутствие субординации», «осуждение фирмы или руководителя», «обсуждение его решения за его спиной», «некорректное поведение».

Категория «Нарушение трудовой дисциплины» занимает второй ранговой номер по частоте упоминания (25 %) и представлена такими ответами, как: «опоздание на важное мероприятие», «несоблюдение графика работы», «игнорирование указаний директора».

Категория «Нарушение условий делового взаимодействия с целью получения материальной выгоды» (16,7 %) объединила два ответа: «левые заработки» и «наглое враньё».

Представления о неэтичном поведении риелтора по отношению к коллегам по работе разбиты на две категории: «Проявление неуважения» и «Нарушение норм делового взаимодействия с целью получения материальной выгоды».

Категория «Проявление неуважения», имеющая больший процентный вес (75 %), объединила следующие формулировки: «перебивают речь других», «критика», «несправедливое отношение», «себя ставят выше других», «некорректное поведение» и т.д.

Категория «Нарушение норм делового взаимодействия с целью получения материальной выгоды» представлена ответами: «"отработка" проекта у своего коллеги», «проблемы с договорённостями по заработку».

Представления о неэтичном поведении риелтора по отношению к потребителям услуг разделены на

две категории: «Проявление неуважения» и «Несоблюдение норм делового взаимодействия». Категория «Проявление неуважения», имеющая больший процентный вес (71,4 %), включает такие ответы, как: «хамство», «оскорбление клиентов в офисе», «сильное навязывание своего мнения, постоянное давление», «пренебрежение по отношению к клиентам». Категория «Несоблюдение норм делового взаимодействия» представлена словами-реакциями: «необязательность» и «опоздания».

В рамках **третьего этапа эмпирического исследования** проводился **анализ субъективной оценки риелторами экономических явлений**.

В нашем исследовании изучалось отношение респондентов к таким экономическим категориям, как мир бизнеса и деньги. В качестве методов сбора данных использовались: ассоциативный эксперимент (слова-стимулы: «мир бизнеса» и «деньги») и метод анкетирования. Вопросы анкеты направлены на выявление: 1) отношения респондентов к деньгам; 2) стремлений, которые позволяют реализовать деньги.

По результатам контент-анализа полученных ассоциаций определено содержание категориального пространства, отражающего представления риелторов о мире бизнеса: денежно-финансовый оборот (20 %), профессиональная квалификация и компетентность (20 %), процессуально-результативный аспект бизнеса (16 %), аморальная сторона бизнеса (8 %), деловое взаимодействие (8 %), экономические субъекты (6 %), атрибуты бизнеса (6 %), конкуренция (6 %), обратная сторона бизнеса (6 %), финансовая независимость (4 %).

Полученные эмпирические факты свидетельствуют о том, что мир бизнеса ассоциируется у риелторов главным образом с денежно-финансовым оборотом и профессиональной квалификацией и компетентностью. В категорию «Денежно-финансовый оборот» вошли такие ассоциации, как: «деньги», «финансы», «прибыль», «высокий оборот», «большие деньги», «круговорот денег». Категория «Профессиональная квалификация и компетентность» представлена следующими ассоциациями: «грамотные люди», «серьёзные люди», «много компетентных и успешных людей», «самодостаточность», «коммуникабельность», «мобильность», «оперативность» др.

Категория «Процессуально-результативный аспект бизнеса», занимающая третий ранговой номер по частоте упоминания, объединила ассоциации: «успех», «признание», «достижения», «возможности», «власть».

В структуре представлений риелторов о мире бизнеса выявлены две категории, которые несут отрицательную смысловую нагрузку: «Аморальная сторона бизнеса» и «Обратная сторона бизнеса». Категория «Аморальная сторона бизнеса» включает ответы: «акулы бизнеса», «мир авантюры», «нажива любой ценой». Категория «Обратная сто-

рона бизнеса» представлена ассоциациями: «одиночество», «нехватка времени», «жадность».

По результатам контент-анализа полученных ассоциаций выявлено содержание категориального пространства, отражающего представления риелторов о деньгах: свобода и независимость (20,4 %), средство реализации потребностей (18,4 %), источник позитива (16,3 %), показатель самореализованности личности (12,2 %), средство удовлетворения потребностей безопасности и защиты (10,2 %), эквивалент труда (10,2 %), атрибуты цивилизации (6,1 %), источник власти (4,1 %), источник нарушения морально-нравственных норм (2,0 %).

Статистические данные позволяют констатировать, что деньги ассоциируются у риелторов главным образом со свободой и независимостью и рассматриваются как средство реализации потребностей. В категорию «Свобода и независимость» вошли две ассоциации: «независимость» и «свобода», которые неоднократно упоминались респондентами. Категория «Средство реализации потребностей» представлена следующими ответами: «возможности», «средство реализации», «путешествия», «шопинг», «отдых», «разнообразные покупки» и др.

Категория «Источник нарушения морально-нравственных норм», несущая отрицательную смысловую нагрузку, представлена ответами: «предательство» и «обман».

На основании результатов анкетирования зафиксированы три формулировки, в наибольшей степени отражающие отношение риелторов к деньгам: 1) «деньги делают жизнь человека содержательной и счастливой»; 2) «наличие денег есть показатель значимости человека в обществе, т.е. деньги возвышают человека»; 3): «деньги – это лишь средство существования человека в обществе». В наименьшей степени отношение риелторов к деньгам отражают варианты ответов: «ничего хорошего в деньгах нет» и «все беды в обществе идут от денег: они приносят несчастье и зло».

Установлено, что наиболее значимыми стремлениями, которые позволяют реализовать деньги,

для риелторов являются: создание нормальных условий жизни, достижение значимых жизненных целей, удовлетворение необходимых физиологических потребностей.

Резюмируя результаты теоретического анализа и эмпирического исследования, представим выводы.

1. Под экономическим поведением мы понимаем активность субъекта по отношению к различным экономическим объектам, ориентированную на получение пользы, выгоды, вознаграждения, прибыли.

2. Изучение экономического поведения с помощью естественного эксперимента или наблюдения не позволяет прогнозировать дальнейшую активность субъекта. Для решения указанного вопроса необходимо анализировать нравственно-смысловые аспекты экономического поведения с использованием опросных и психосемантических методов.

3. Экономическое поведение тесно связано с субъектными характеристиками и нравственным самоопределением личности.

4. Формальная нравственная регуляция осуществляется посредством этических кодексов и декларируемых норм, неформальная отражает наиболее значимые ценности и идеалы субъекта труда. Формальная регуляция раскрывает субъект-объектную сторону отношений нравственности, неформальная – субъект-субъектную сторону.

5. Ведущими мотивами профессиональной деятельности риелторов являются: власть (или доминирования над другими), ориентация на получение большего процента от сделок, стремление в полной мере выполнять профессиональные обязательства, социальное признание, безопасность и избегание неудач.

6. Представления о неэтичном поведении по отношению к субъектам совместной деятельности в большей степени связаны с проявлением неуважения и нарушением норм делового взаимодействия с целью получения материальной выгоды.

7. Риелторы проявляют тенденцию к позитивной субъективной оценке таких экономических категорий, как мир бизнеса и деньги.

Список источников

1. Журавлев А.Л., Позняков В.П. Экономическая психология: теоретические проблемы и направления эмпирических исследований // Психология. Журнал высшей школы экономики. 2004. Т. 1, № 3. С. 46–64.
2. Шабунова А.А., Белехова Г.В. Экономическое поведение населения: теоретические аспекты. Вологда : Институт социально-экономического развития территорий РАН, 2012. 136 с.
3. Журавлев А.Л. Экономическая психология в контексте современной психологической науки // Проблемы экономической психологии. Том 1. Отв. ред. А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. Москва : Институт психологии РАН, 2004. С. 3–24.
4. Баранова Н.А. Онтология взаимодействия рыночно-экономического и этического сознания : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.01 – онтология и теория познания. Кемерово, 2000. 18 с.
5. Фромм Э. Человек для себя. Исследование психологических проблем этики / пер. с англ. Л. А. Чернышевой. Минск : Коллегиум, 1992. 253 с.
6. Богунов Л.А. Субъектное экономическое мышление как фактор управления мотивацией экономической деятельности // Вестник Саратовского государственного технического университета. 2012. № 67. С. 267–270.
7. Морозов В.А. Экономическая культура и ценности // Креативная экономика. 2017. Т. 11, № 1. С. 135–148.
8. Канапухин П.А., Хаустов Ю.И. Система экономических интересов и их роль в мотивационном механизме // Вестник Воронежского государственного университета. 2004. № 2. С. 9–19. (Серия: Экономика и управление).

9. Дейнека О.С. Экономическая психология : учебное пособие. Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2000. 158 с.
10. Дейнека О.С. Экономическая психология в российской политике переходного периода : автореф. дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.12 – политическая психология. Санкт-Петербург, 1999. 48 с.
11. Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая детерминация экономического самоопределения личности и группы : дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.05 – социальная психология. Москва, 2010. 448 с.
12. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. Москва : Институт психологии РАН, 2003. 436 с.
13. Гордова Э.Е. Этическая направленность и ценностные установки в предпринимательской деятельности // Гуманитарные ведомости ТПГУ им. Л.Н. Толстого. 2014. № 2 (10). С. 31–40.
14. Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая детерминация экономического самоопределения личности и группы : автореф. дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.05 – социальная психология. Москва, 2010. 48 с.
15. Любичкая О.А. Структура и содержание профессионального достоинства личности в контексте психологии труда : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.03 – психология труда, инженерная психология, эргономика (психологические науки). Хабаровск, 2007. 329 с.
16. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б., Горбачева Е.И. Нравственно-психологические компоненты экономического самоопределения предпринимателей и менеджеров // Психологический журнал. 2012. Т. 33, № 1. С. 50–65.

References

1. Zhuravlev A.L., Poznyakov V.P. Ekonomicheskaya psikhologiya: teoreticheskiye problemy i napravleniya empiricheskikh issledovaniy [Economic psychology: theoretical problems and directions of empirical research]. *Psikhologiya. Zhurnal vysshey shkoly ekonomiki*. 2004. Tom 1, no. 3. P. 46–64 (in Russ.).
2. Shabunova A.A., Belekova G.V. *Ekonomicheskoye povedeniye naseleniya: teoreticheskiye aspekty* [Economic behavior of the population: theoretical aspects]. Vologda : Institut sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya territoriy RAN, 2012. 136 p. (in Russ.).
3. Zhuravlev A.L. *Ekonomicheskaya psikhologiya v kontekste sovremennoy psikhologicheskoy nauki* [Economic psychology in the context of modern psychological science]. In: *Problemy ekonomicheskoy psikhologii* Tom 1. [Problems of economic psychology. Volume 1] : Otv. red. A.L. Zhuravlev, A.B. Kupreychenko. Moscow : Izd-vo «Institut psikhologii RAN», 2004. P. 3–24 (in Russ.).
4. Baranova N.A. *Ontologiya vzaimodeystviya rynochno-ekonomicheskogo i eticheskogo soznaniya. Avtoref. diss. kand. filos. nauk* [Ontology of the interaction of market-economic and ethical consciousness. Ph.D. Thesis in Philosophy]. Kemerovo, 2000. 18 p. (in Russ.).
5. Fromm E. *Man For Himself. An inquiry into the psychology of ethics*. Holt, Rinehart and Winston. New York, 1964, 240 p. (Russ. ed.: Fromm E. *Chelovek dlya sebya. Issledovaniye psikhologicheskikh problem etiki* / per. s angl. L.A. Chernyshevoy. Minsk : Kollegium, 1992, 253 p.).
6. Bogunov L.A. Sub'yektnoye ekonomicheskoye myshleniye kak faktor upravleniya motivatsiyei ekonomicheskoy deyatel'nosti [Subjective economic thinking as a factor in managing the motivation of economic activity]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta*. 2012. no. 67. P. 267–270 (in Russ.).
7. Morozov V.A. Ekonomicheskaya kul'tura i tsennosti [Economic culture and values]. *Kreativnaya ekonomika*. 2017. Tom 11, no. 1. P. 135–148 (in Russ.).
8. Kanapukhin P.A., Khaustov Yu.I. Sistema ekonomicheskikh interesov i ikh rol' v motivatsionnom mekhanizme [The system of economic interests and their role in the motivational mechanism]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravleniye*. 2004. no. 2. P. 9–19 (in Russ.).
9. Deyneka O.S. *Ekonomicheskaya psikhologiya. Ucheb. Posobiye* [Economic psychology: study guide]. Saint Petersburg : Izd-vo S.-Peterb. universiteta, 2000. 158 p. (in Russ.).
10. Deyneka O.S. *Ekonomicheskaya psikhologiya v rossiyskoy politike perekhodnogo perioda. Avtoref. diss. doktora psikhol. nauk* [Economic psychology in russian policy of the transition period. Psy.D. Thesis in Psychology]. Saint Petersburg, 1999. 48 p. (in Russ.).
11. Kupreychenko A.B. *Nravstvenno-psikhologicheskaya determinatsiya ekonomicheskogo samoopredeleniya lichnosti i gruppy. Diss. doktora psikhol. nauk* [Moral and psychological determination of the economic self-determination of an individual and a group. Psy.D. Thesis in Psychology]. Moscow, 2010, 448 p. (in Russ.).
12. Zhuravlev A.L., Kupreychenko A.B. *Nravstvenno-psikhologicheskaya regulyatsiya ekonomicheskoy aktivnosti* [Moral and psychological regulation of economic activity]. Moscow : Izd-vo «Institut psikhologii RAN», 2003. 436 p. (in Russ.).
13. Gordova E.Ye. *Eticheskaya napravlennost' i tsennostnyye ustanovki v predprinimatel'skoy deyatel'nosti* [Ethical orientation and values in business]. *Gumanitarnyye vedomosti TPGU im. L.N. Tolstogo*. 2014. no. 2 (10). P. 31–40 (in Russ.).
14. Kupreychenko A.B. *Nravstvenno-psikhologicheskaya determinatsiya ekonomicheskogo samoopredeleniya lichnosti i gruppy. Avtoref. diss. doktora psikhol. nauk* [Moral and psychological determination of the economic self-determination of an individual and a group. Psy.D. Thesis in Psychology]. Moscow, 2010. 48 p. (in Russ.).
15. Lyubitskaya O.A. *Struktura i soderzhanie professional'nogo dostoinstva lichnosti v kontekste psikhologii truda. Diss. kand. psikhol. nauk* [The structure and content of a person's professional dignity in the context of labor psychology. Ph.D. Thesis in Psychology]. Khabarovsk, 2007. 329 p. (in Russ.).
16. Zhuravlov A.L., Kupreychenko A.B., Gorbacheva Ye.I. *Nravstvenno-psikhologicheskkiye komponenty ekonomicheskogo samoopredeleniya predprinimateley i menedzherov* [Moral and psychological components of the economic self-determination of entrepreneurs and managers]. *Psikhologicheskyy zhurnal*. 2012. T. 33, no. 1. P. 50–65. (in Russ.).

Информация об авторе

О.А. Любичкая – кандидат психологических наук.

Information about the author

O.A. Lubitskaya – Candidate of Science (Psychology).

Статья поступила в редакцию 01.09.2021; одобрена после рецензирования 15.09.2021; принята к публикации 01.10.2021.
The article was submitted 01.09.2021; approved after reviewing 15.09.2021; accepted for publication 01.10.2021.