

УДК 339+004.738

DOI <https://doi.org/10.30970/PS.2023.17.2>

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖЕРА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Андрій Каналош

*Міжрегіональна академія управління персоналом
вул. Фрометівська, 2, м. Київ, Україна, 03039
e-mail: Andrewkey.post@gmail.com*

Дослідження присвячено аналізу психологічних особливостей, які є ключовими для успішного управління в галузі електронної комерції. Загальний контекст управління електронною комерцією вимагає від менеджерів широкого спектру навичок, зокрема комунікаційні, емоційні, адаптивні й етичні аспекти. Результати дослідження показують, що успішні менеджери електронної комерції повинні мати розвинені навички управління стресом, високий рівень емпатії та спроможність ефективно працювати в онлайн-середовищі. Окрім того, вони повинні мати навички вирішення конфліктів, вміння адаптуватися до нових технологій та розвинене етичне розуміння для прийняття рішень у сфері електронної комерції.

Було проведено опитування серед студентів щодо найважливіших психологічних особливостей для діяльності менеджера в електронній комерції. Отримані результати стверджують, що психологічні якості важливі для ефективного керівництва в електронній комерції. Підкреслюється необхідність підвищення свідомості про важливість емоційного інтелекту та спроможність адаптації до змін у цьому цифровому середовищі. Набуття навичок управління стресом, розвинена емпатія та розуміння людських потреб стають критичними для підтримання успішного управління в електронній комерції. Крім того, в умовах швидкої технологічної трансформації здатність до адаптації до нових інструментів і розуміння психологічних аспектів використання цих інструментів відіграють важливу роль у розвитку успішної стратегії управління електронною комерцією.

Результати дослідження вказують на те, що управління електронною комерцією вимагає від менеджерів високого рівня технологічної компетентності та здатності до постійного самовдосконалення. У контексті швидкого розвитку інформаційних технологій успішні менеджери повинні бути в курсі останніх тенденцій і змін у галузі електронної комерції, а також уміти ефективно впроваджувати нові інновації.

Ключові слова: психологічні аспекти, управління, електронна комерція, менеджер, комунікація, адаптивність, емпатія, етика, конфліктологія.

Актуальність проблеми. З появою електронної комерції (e-commerce) у сучасному світі відбулися значні зміни у способах і методах ведення бізнесу. Цей новий формат торгівлі вимагає від підприємств та їх менеджерів адаптації до швидкозмінних умов, використання інноваційних стратегій та постійного підтримання конкурентоспроможності. Щоб успішно функціонувати в цьому середовищі, менеджер електронної комерції повинен не лише мати технічні знання, але й розуміти психологічні особливості споживачів, їхні очікування та поведінку в онлайн-середовищі.

Аналіз останніх публікацій на тему дослідження. Увага науковців до питань електронної комерції першопочатково торкалася насамперед її технічних аспектів, згодом активно висвітлювалися проблеми розвитку та перспективи електронної комерції з погляду завдань економіки, права, економічної психології, психології торгівлі, інженерної психології тощо. Зокрема, досліджувалися загальні та специфічні чинники поведінки споживачів (R. Anderson, Ф. Еггер, Е. Kim, W. Kim, Е. Клемонс, Y. Lee, К. Lemon, Ю. Логинова,

I. Нікітіна, K. Ponnayolu, M. Poy, R. Rust, S. Srinivasan та ін.); правові засади електронної комерції в Україні (П. Біленчук, В. Желіховський, Б. Романюк та ін.); особливості реклами в цій сфері (A. Chaudhury, D. King, J. Lee, D. Mallick, E. Turban та ін.) тощо.

Виклад основного матеріалу. У сучасному світі конкуренція в галузі електронної комерції надзвичайно висока. Для успішного функціонування та залучення клієнтів менеджерам електронної комерції необхідно розуміти психологічні особливості споживачів. Це охоплює вивчення їхніх поведінкових патернів, уподобань, мотиваційних чинників, сприйняття ризиків та багато іншого. Порозуміння цих психологічних аспектів допомагає менеджерам створювати ефективні маркетингові стратегії, розробляти користувацькі інтерфейси та платформи, які відповідають потребам та очікуванням клієнтів. Крім того, психологічні аспекти взаємодії в онлайн-середовищі включають в себе важливі елементи, такі як побудова довіри, відносин з клієнтами, вирішення конфліктів та забезпечення задоволення від покупок. Індивідуальні особливості споживачів, такі як вікові різниці, культурні та соціальні впливи, також важливі для врахування у процесі роботи менеджера електронної комерції.

Отже, вивчення психологічних особливостей менеджера електронної комерції є вельми актуальним у контексті сучасного бізнесу, оскільки це сприяє успішній стратегії в електронній торгівлі, забезпечує підвищення конкурентоспроможності та задоволення потреб споживачів.

Об'єктом дослідження є психологічні особливості, що впливають на роботу менеджера електронної комерції.

Предметом дослідження є аналіз та розуміння психологічних аспектів, які впливають на професійну діяльність менеджера, працюючого у сфері електронної комерції, предмет охоплює вивчення різноманітних психологічних факторів, які впливають на роботу менеджера в онлайн-бізнесі.

Поняття «електронний бізнес» трактують як всі види ділових відносин в Інтернеті, що включають купівлю-продаж, поставку, угоду про розподіл продукції, факторинг, лізинг, проєктування, консалтинг, інжиніринг, інвестиційні контракти, страхування, угоди про експлуатацію та концесії, а також банківські послуги, спільну діяльність та інші форми промислового та ділового співробітництва. Взаємодія суб'єктів електронного бізнесу проводиться за допомогою електронних засобів зв'язку й обробки інформації, основу яких становить апаратно-програмне забезпечення корпоративних мереж і глобальної мережі Інтернет [5].

Дуже часто термін «електронний бізнес» ототожнюють з поняттям «електронної комерції». Однак ми поділяємо думку, що до змісту електронної комерції відносяться ті види електронного бізнесу, які безпосередньо пов'язані з торговими операціями через Інтернет. Поняттям, еквівалентним поняттю «електронна комерція», є «електронна торгівля». Як предмети електронної торгівлі можуть виступати не тільки товари, але й послуги, у тому числі й інформаційні [5].

Електронна комерція є особливою формою діяльності компанії, яка має свої правила функціонування. Електронна комерція є формою продажу товарів і послуг, яка застосовує комп'ютерні засоби та мережу Інтернет у процесі вибору товарів, їх замовлення та розрахунку за допомогою електронних платежів та/або документів. При цьому купувати товари або замовляти послуги можуть як приватні особи, так і організації.

Підходи до ставлення в галузі комерції розглядаються як зв'язок, взаємозалежність, тобто як взаємовідносини, а також як думка, оцінка, соціальна установка, ціннісна орієнтація. Тобто поняття відносин передбачає існування певного ставлення суб'єктів один до одного чи до об'єкта взаємодії. В економічній психології розглядають такий вид ставлення в економічній сфері, як споживче уподобання. Останнє визначають як позитивне

суб'єктно-об'єктне ставлення до товару чи послуги, що визначає їх вибір з ряду подібних. Цей вид суб'єктно-об'єктних ставлень характеризується спрямованістю на товар, послугу та максимально позитивною оцінкою, готовністю його використовувати. Дослідження структури ставлення до товару, його формування та зміни залишаються домінуючим центром психології споживання (Дж. Джакобі), оскільки інші чинники (мотивацію, цінності, стереотипи) важко змінити [15].

Яцура В. В розглядає ставлення в галузі комерції у складі трьох взаємопов'язаних компонентів: когнітивного, афективного, поведінкового. Когнітивний компонент суб'єктно-об'єктного ставлення до товару чи послуги визначається знаннями та раціональними оцінками цих товарів/послуг та їх атрибутів, ціннісними уявленнями. Емоційний компонент складають емоційні реакції, емоційні оцінки товарів, переживання по відношенню до них. Поведінковий компонент представлений у вигляді мотивів, намірів, готовності робити покупки та користуватися товаром чи послугою. Здебільшого маркетингові виміри фокусуються на визначенні валентності емоційного компонента ставлень по відношенню до об'єкта [8].

Ставлення формуються як результат зовнішніх та внутрішніх впливів на споживача і можуть змінюватися за певними параметрами: валентністю, стабільністю, рівнем симпатії / антипатії (Д. Енджел, Р. Блекуелл); спрямованістю, інтенсивністю, стійкістю до руйнування, впевненістю в правильності вибору (І. Альошина) тощо [8].

Для визначення особливостей взаємодії суб'єктів електронної комерції варто дослідити психологічні особливості користувача систем електронної комерції. Основними факторами, що впливають на рішення людини скористатися системами електронної комерції, є такі:

- ситуативне хвилювання, або стурбованість;
- побоювання (страх перед комп'ютером та електронною комерцією);
- роздратування;
- людське сприйняття купівлі товару онлайн;
- недовіра до продавця;
- очікування результатів;
- віра в себе;
- мотивація;
- бажання використати інноваційні технології [7].

Психологічні особливості менеджера електронної комерції відіграють ключову роль у веденні та розвитку бізнесу в онлайн-середовищі. Психологічні особливості цього профілю менеджера стають важливими в контексті взаємодії з клієнтами, командою та в розробці стратегій маркетингу.

Деякі з психологічних особливостей, що можуть бути важливими для менеджера електронної комерції, включають такі:

– емоційний інтелект. Здатність розуміти та керувати власними емоціями, а також емоціями інших у процесі взаємодії, є ключовою якістю. Менеджер повинен бути емоційно компетентним, щоб ефективно спілкуватися зі споживачами, розв'язувати конфлікти та створювати позитивний досвід для клієнтів;

– аналітичні здібності. Менеджер електронної комерції повинен мати здатність аналізувати дані про споживачів, тренди в галузі, результати маркетингових кампаній та інші показники для прийняття обґрунтованих рішень;

– ефективне керування стресом. Робота в цій сфері може бути динамічною та напруженою. Менеджер повинен вміти ефективно керувати стресом та зберігати працездатність у будь-яких умовах.

– комунікативні навички. Важливо мати вміння ясно та ефективно спілкуватися з різними аудиторіями, будь то команда, клієнти чи партнери;

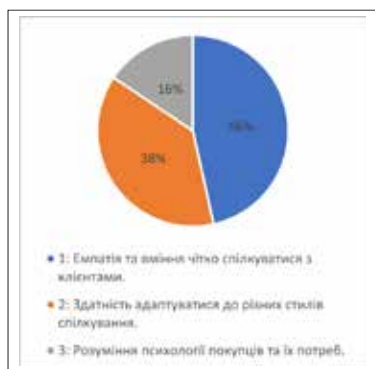
– гнучкість та адаптивність. Швидкі зміни в індустрії електронної комерції вимагають від менеджера гнучкості та готовності до адаптації до нових технологій та стратегій;

– етичність та відповідальність. Управління даними клієнтів та етичне поводження є критично важливими в електронній комерції. Менеджер повинен усвідомлювати відповідальність перед клієнтами та дотримуватися високих етичних стандартів.

Враховуючи ці психологічні особливості, менеджер електронної комерції може краще розуміти та задовольняти потреби клієнтів, керувати командою та розвивати успішні стратегії для ведення бізнесу в онлайн-середовищі.

Сучасний менеджер виступає в декількох психологічно обумовлених іпоста-сях: по-перше, це керуючий, наділений владою, що керує великим колективом людей. По-друге, це лідер, спроможний вести за собою підлеглих, використовуючи свій авторитет, високий професіоналізм, позитивні емоції. По-третє, це дипломат, що встановлює контакти з партнерами і владою, що успішно переборює внутрішні і зовнішні конфлікти. По-четверте, це вихователь, що володіє високими моральними якостями, спроможний створити колектив і спрямувати його розвиток у потрібне рiччя. По-п'яте, це новатор, що розуміє роль науки в сучасних умовах, що вміє оцінити і без зволікання впровадити у виробництво той або інший винахід або раціоналізаторську пропозицію. По-шосте, це просто людина, що володіє високими знаннями і здібностями, рівнем культури, чесністю, рішучістю характеру і водночас розважливостю, спроможна бути у всіх відношеннях зразком для навколишніх [7].

Проблеми навчальних закладів у час війни. Студентам спеціальності «Менеджмент» Львівського національного університету імені Івана Франка в кількості 220 осіб було запропоновано опитування щодо визначення необхідних психологічних особливостей менеджера електронної комерції. Відобразимо нижче результати опитування.



1. Які психологічні аспекти впливають на спосіб взаємодії менеджера електронної комерції з клієнтами в онлайн-середовищі?

Відповідь 1: Емпатія та вміння чітко спілкуватися з клієнтами. (46,5%)

Відповідь 2: Здатність адаптуватися до різних стилів спілкування. (38,2%)

Відповідь 3: Розуміння психології покупців та їх потреб. (16,4%)



2. Які емоційні якості є важливими для успішного менеджера електронної комерції?

Відповідь 1: Емпатія та розуміння потреб клієнтів. (42,5%)

Відповідь 2: Здатність ефективно впливати на настрій співробітників. (37,3%)

Відповідь 3: Емоційна стабільність у стресових ситуаціях. (21,2%)



3. Як впливають психологічні аспекти на рішення менеджера електронної комерції?

Відповідь 1: Емоційна інтуїція в прийнятті стратегічних рішень. (34%)

Відповідь 2: Аналітичні здібності та здатність до об'єктивного аналізу. (47%)

Відповідь 3: Урахування психології споживачів у розробці стратегій. (19%)



4. Як ефективне керування стресом впливає на рішення менеджера електронної комерції?

Відповідь 1: Стресори управління можуть впливати на прийняття рішень. (60%)

Відповідь 2: Ефективне керування стресом допомагає уникнути поспішних рішень. (25%)

Відповідь 3: Сприйняття стресу як стимулу для кращих результатів. (15%)



5. Які комунікативні навички важливі для менеджера електронної комерції?

Відповідь 1: Здатність ефективно спілкуватися з різними аудиторіями. (45%)

Відповідь 2: Навички управління конфліктами та складними розмовами. (30%)

Відповідь 3: Ефективна віртуальна комунікація та вміння використовувати онлайн-інструменти. (25%)



6. Які аспекти емоційного інтелекту важливі для успішного менеджера електронної комерції?

Відповідь 1: Саморегуляція емоцій. (45%)

Відповідь 2: Уміння читати емоції співробітників. (30%)

Відповідь 3: Розвинене співчуття та емпатія. (25%)



7. Як впливає адаптивність на успішність менеджера електронної комерції в змінному середовищі?

Відповідь 1: Здатність до швидкої адаптації до нових технологій. (35,5%)

Відповідь 2: Гнучкість у прийнятті нових стратегій. (42,3%)

Відповідь 3: Відкритість до експериментів та нових ідей. (22,2%)

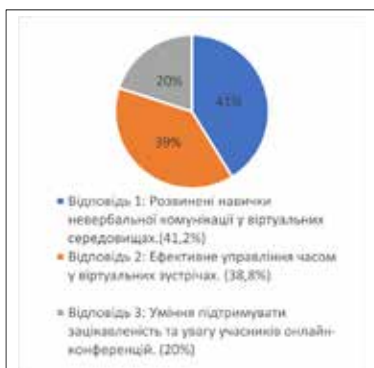


8. Як впливає етичне розуміння на прийняття рішень менеджером електронної комерції?

Відповідь 1: Застосування етичних принципів у керуванні даними клієнтів. (37,7%)

Відповідь 2: Створення політики компанії, заснованої на високих етичних стандартах. (25,7%)

Відповідь 3: Врахування відповідальності перед клієнтами у прийнятті рішень. (36,6%)



9. Які психологічні особливості важливі для успішної віртуальної комунікації?

Відповідь 1: Розвинені навички невербальної комунікації у віртуальних середовищах. (41,2%)

Відповідь 2: Ефективне управління часом у віртуальних зустрічах. (38,8%)

Відповідь 3: Умієння підтримувати зацікавленість та увагу учасників онлайн-конференцій. (20%)



10. Як впливає емпатія на вирішення конфліктів у команді електронної комерції?

Відповідь 1: Покращення взаємин та зниження напруги у внутрішній команді. (37,8%)

Відповідь 2: Збільшення розуміння позицій учасників конфлікту та пошук компромісу. (36,6%)

Відповідь 3: Зменшення конфліктів шляхом активного втручання менеджера як посередника. (25,6%)

Загальні висновки вказують на важливість різноманітних психологічних аспектів у сфері управління електронною комерцією. Емоційний інтелект, етичне розуміння, адаптивність до змін та вміння ефективно спілкуватися та вирішувати конфлікти – ключові для успішної діяльності. Такі аспекти, як адаптація до нових технологій, емпатія та розуміння потреб клієнтів, а також етичне керування, мають вирішальне значення у створенні позитивного й успішного середовища у сфері електронної комерції.

Управління електронною комерцією потребує розуміння та використання психологічних аспектів для досягнення успіху в цій сфері. Емоційний інтелект виступає важливою основою для керівників у цій галузі, оскільки він допомагає управляти власними емоціями та розуміти емоції співробітників, клієнтів і партнерів.

Додатково етичне розуміння стає ключовим елементом у прийнятті рішень, оскільки воно впливає на обрані стратегії, політику компанії та управління даними клієнтів. Адаптивність до змін та гнучкість у прийнятті нових стратегій і технологій є вирішальними для пристосування до постійно змінюючогося електронного середовища.

Комунікативні навички, такі як здатність ефективно спілкуватися з різними аудиторіями та управління конфліктами, дають змогу покращити взаємодію з клієнтами та внутрішньою командою.

Нарешті, емпатія та розуміння потреб клієнтів стають ключовими елементами успіху. Здатність побачити ситуацію з погляду клієнта і забезпечити вирішення його проблем та потреб додає значної цінності в електронній комерції.

Отже, зважаючи на результати опитувань, можна визначити, що успішний менеджер електронної комерції має володіти різними психологічними аспектами. Емоційний інтелект є одним із найважливіших факторів. Саморегуляція емоцій, вміння читати та розуміти емоції співробітників, розвинене співчуття та емпатія – це основні складові успішного керівника в електронній комерції.

Також очевидно, що етичне розуміння має величезне значення. Це включає застосування етичних принципів у керуванні даними клієнтів, створення високих етичних стандартів у компанії та врахування відповідальності перед клієнтами при прийнятті рішень.

Додатково адаптивність, зокрема здатність швидко адаптуватися до нових технологій та стратегій, є важливою для успішного менеджера в змінному середовищі електронної комерції.

Комунікативні навички також грають важливу роль. Здатність ефективно спілкуватися з різними аудиторіями, управління конфліктами та використання онлайн-інструментів – це ключові аспекти спілкування в цій галузі.

Враховуючи ці психологічні аспекти, можна зробити висновок, що успішний менеджер електронної комерції повинен мати розвинені емоційні якості, високий рівень етичного розуміння, здатність адаптуватися до змін і високий рівень комунікативних навичок для успішної діяльності в цій галузі.

Розвиток психологічних особливостей для менеджера електронної комерції вимагає комплексного підходу. Ось деякі ключові аспекти, які можуть сприяти розвитку цих важливих навичок:

– емоційний інтелект. Розвиток емоційного інтелекту може відбуватися через самоспостереження, усвідомлення власних емоцій та управління ними. Тренування в усвідомленні емоцій, розумінні їх впливу на поведінку та взаємодію з оточуючими може допомогти розвивати ці навички;

– етичне розуміння. Опанування етичних принципів в управлінні даними, взаємодії з клієнтами та колегами вимагає вивчення етичних стандартів та їх застосування в реальних ситуаціях;

– адаптивність. Розвиток гнучкості та вміння швидко адаптуватися до змін у технологічному середовищі вимагає постійного навчання й усвідомлення останніх тенденцій та нововведень у галузі;

– комунікативні навички. Розвинені навички спілкування, зокрема ефективне ведення переговорів, вирішення конфліктів та уміння користуватися онлайн-інструментами для взаємодії з клієнтами та командою, важливі для успішного менеджера електронної комерції;

– тренування та навчання. Різноманітні тренування, курси, семінари та особистий розвиток можуть бути корисними для розвитку цих психологічних аспектів. Професійна допомога або психологічне консультування також можуть сприяти особистому розвитку.

Розвиток цих психологічних особливостей може відбуватися плавно та систематично через постійну практику, навчання й усвідомлення власних дій у відповідних ситуаціях, що є важливим для успіху менеджера в галузі електронної комерції.

Професіоналізм діяльності розуміється як якісна характеристика суб'єкта праці, що відбиває високу професійну кваліфікацію й компетентність, різноманітність ефективних професійних навичок і вмінь, здатність до творчого рішення проблем, володіння сучасними алгоритмами й способами розв'язання професійних задач, що дає змогу здійснювати професійну діяльність із високою й стабільною продуктивністю. Водночас професіоналізм особистості розглядається як якісна характеристика суб'єкта праці, що відбиває високий рівень розвитку професійно важливих і індивідуально-ділових якостей, акмеологічних показників професіоналізму, високий рівень креативності, адекватний рівень вимог, мотиваційну сферу й ціннісні орієнтації, спрямовані на прогресивний розвиток професіоналізму.

Для покращення професіоналізму менеджера в електронній комерції важливі різні психологічні якості.

– Здатність розуміти та управляти власними емоціями, а також сприймати та реагувати на емоції інших. Це допомагає в управлінні командою, спілкуванні з клієнтами та вирішенні конфліктів.

– Менеджерам потрібно бути здатними до аналізу й оцінки ситуацій, прийняття обґрунтованих та стратегічних рішень. Психологічний аналіз і розуміння потреб клієнтів може бути ключем до успішних рішень у сфері електронної комерції.

– Здатність чітко й ефективно спілкуватися з командою та клієнтами є важливою для побудови довіри та успішних відносин.

– Розуміння та співпереживання потреб клієнтів і колег допомагає підтримувати позитивні стосунки та вирішувати проблеми з ефективністю.

– Здатність управляти стресом у стрімких ситуаціях є важливою в онлайн-бізнесі, де швидкість реакції може мати велике значення.

Психологічний розвиток цих якостей може відбуватися через навчання, тренування та власний особистий розвиток, які допоможуть удосконалити професіоналізм менеджера в електронній комерції.

Таким чином, діяльність менеджера електронної комерції визначається загальними особливостями та функціями управлінської діяльності, специфічними особливостями й функціями електронної комерції та його власними психологічними особливостями, що включають необхідні професійні знання, вміння та навички, комплекс професійно-важливих якостей і професійних цілей тощо.

Висновки. У психологічній сфері менеджменту електронної комерції виявлено ряд важливих аспектів, які суттєво впливають на успішність діяльності. Оцінюючи психологічні якості менеджера електронної комерції, стає очевидним, що емоційний інтелект,

етичне розуміння, здатність до адаптації до змін, комунікабельність, уміння вирішувати конфлікти й ефективно керувати стресом є ключовими чинниками для успішної роботи в цій сфері.

Менеджер електронної комерції повинен мати розвинені навички емоційного інтелекту, зокрема управління власними емоціями, сприйняття та реагування на емоції інших. Крім того, розуміння психологічних потреб клієнтів та чітка комунікація з ними визначають успішність бізнесу.

Поєднання аналітичних здібностей з емоційним інтелектом допомагає менеджерові в прийнятті обґрунтованих стратегічних рішень, враховуючи і психологію споживачів. Також виявлено, що етичне керування, здатність до адаптації та відкритість до нових ідей грають важливу роль у змінному середовищі електронної комерції. Розвиток цих психологічних якостей відбувається через навчання, тренування й особистий розвиток, що веде до покращення професіоналізму менеджера електронної комерції та його успіху в цій галузі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Богданов С. Психосоціальна підтримка в кризовій ситуації : метод. посіб. для педагогів / С. Богданов, О. Залеська. – Київ : Дитячий фонд ООН 87 (ЮНІСЕФ), Всеукраїнська спілка молодіжних громадських організацій, «Християнська асоціація молодих людей України» (УМСА України), 2015. – 76 с.
2. Грабовська С. Л. Психологія примирення : навч. посібник. – Львів: ЛНУ імені Івана ФРАНКА, 2020. – 294 с.
3. Дуткевич Т. В., Толков О. С. Техніка управлінської діяльності у закладі освіти : навч. посібник. – Київ : КНТ, 2021. – 194 с.
4. Жигайло Н. І. Формування комунікативних здібностей менеджера / Н. І. Жигайло, У. І. Денисюк // Сучасна парадигма управління і Острозька Біблія : наук. збірник / за ред. С. М. Панчишина. Формування ринкової економіки в Україні. – Спецвипуск 20 (із співавт.) – Львів : Інтереко, 2009. – С. 29–34.
5. Максименко С. Д. Психологія особистості: парадигма життєтворення // Психологія і сусп-во / С. Д. Максименко. – 2006. – № 4. – С. 8–52.
6. Мукан Н., Гелеш А., Бондін Д. (2023). Формування ІТК-компетентності майбутніх менеджерів у закладах вищої освіти. Академічні візії (21). Вилучено із <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/476>.
7. Чмутова І. М. Сутність технології управління та її ключові ознаки / І. М. Чмутова // Науковий вісник Чернівецького університету: зб. наук. праць. Серія «Економіка». – Вип. 710–711. – Чернівці: ЧНУ, 2014.
8. Яцура В. В. Менеджмент : навчальний посібник / В. В. Яцура, О. П. Жук. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. – 444 с.
9. Яценко Т. С. Теорія і практика групової психокорекції : Активне соціально-психологічне навчання : навч. посіб. / Т. С. Яценко. – Київ : Вища шк., 2004. – 679 с. : іл., с. 11.
10. Dalenogare, L.S., Benitez, G.B., Ayala, N.F., & Frank, A.G. (2018). The expected contribution of Industry 4.0 technologies for industrial performance. *International Journal of Productive Economics*, 204, 383–394.
11. Daling, R.F. (2018). Accepting ICT integration: A challenge to school and curriculum. *International Journal of Education and Research*, 6(9), 163–180.
12. Haleta, Y., Mukan, N., Voloshyna, O., Gelbak, A., & Dmytrasevych, N. (2023). Planning for Sustainable Development through the Integration of Pedagogical and Psychological Technologies for Language Learning in the Context of Digitalization. *International Journal*

- of Sustainable Development & Planning, 18(4). Retrieved from: <https://www.iieta.org/journals/ijstdp/paper/10.18280/ijstdp.18041018>.
13. Ibrahim, R., Boerhannoeddin, A., & Bakare, K.K. (2017). The effect of soft skills and training methodology on employee performance. *European Journal of Training and Development*, 41(4), 388–406.
 14. Jacobsson, M., Linderoth, H.C.J., & Rowlinson, S. (2017). The role of industry: an analytical framework to understand ICT transformation within the AEC industry. *Construction Management and Economics*, 35(10), 611–626.
 15. Laudon K. C. *E-commerce : business, technology, society* / K. C. Laudon, C. G. Traver. – Pearson Addison Wesley.
 16. Saienko, V., Kurysh, N., & Siliutina, I. (2022). Digital competence of higher education applicants: new opportunities and challenges for future education. *Futurity Education*, 2(1), 37–46.

PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF AN ELECTRONIC COMMERCE MANAGER

Andrii Kanalosh

*Interregional Academy of Personnel Management
2, Frometivska sr. Kyiv, Ukraine, 03039
e-mail: Andrewkey.post@gmail.com*

The study is devoted to the analysis of psychological features that are key to successful management in the field of e-commerce. The general context of e-commerce management requires a wide range of skills from managers, including communication, emotional, adaptive and ethical aspects. The results of the study show that successful e-commerce managers must have developed stress management skills, a high level of empathy and the ability to work effectively in an online environment. In addition, they must have conflict resolution skills, the ability to adapt to new technologies, and a developed ethical understanding for decision-making in the field of e-commerce.

A survey was conducted among students regarding the most important psychological characteristics of a manager in e-commerce. The obtained results claim that psychological qualities are important for effective leadership in e-commerce. The need to raise awareness of the importance of emotional intelligence and the ability to adapt to changes in this digital environment is emphasized. Acquiring stress management skills, developing empathy and understanding human needs become critical to maintaining successful management in e-commerce. In addition, in the conditions of rapid technological transformation, the ability to adapt to new tools and understanding the psychological aspects of using these tools play an important role in the development of a successful e-commerce management strategy.

The results of the study indicate that managing e-commerce requires managers to have a high level of technological competence and the ability to constantly improve. In the context of the rapid development of information technologies, successful managers must be aware of the latest trends and changes in the field of e-commerce, as well as be able to effectively implement new innovations.

Key words: psychological aspects, management, electronic commerce, manager, communication, stress resistance, adaptability, empathy, ethics, conflictology.