

УДК 339+004.738

DOI <https://doi.org/10.30970/PS.2025.23.9>

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ЯКОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Андрій Каналош

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

Із розвитком глобальної мережі Інтернет та внаслідок ринкових перетворень в Україні, у сфері економічних відносин з'явився новий вид діяльності – електронна комерція, яка відкриває принципово нові можливості розвитку бізнесу. Експериментальне дослідження особливостей формування професійних якостей менеджера електронної комерції, що мало на меті виявлення його психолого-педагогічних умов та чинників, проводилось у формі констатувального, формувального та контрольного експерименту.

Дослідження проводилось на базі економічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка. В експерименті загалом взяли участь 48 студентів. Також, була сформована група досліджуваних, що складалась з 8 менеджерів електронної комерції, які професійно та успішно займаються даним видом діяльності протягом останніх п'яти років.

Для проведення експерименту було використано пакет взаємодоповнювальних методів та методик, які були підібрані відповідно до психологічної структури професійних якостей менеджера електронної комерції з метою виявити особливості взаємозв'язків її змістово-структурних компонентів. Застосовані методики були однакові для студентів та менеджерів електронної комерції.

Для досягнення мети і реалізації завдань наукового дослідження застосовувалися наступні методи: експеримент, спостереження, бесіда, анкетне опитування, біографічний метод, тестування, метод інтерв'ю, методи математичної статистики.

Ключові слова: електронна комерція, мотивація, мотиваційно ціннісний компонент, інтеграційний компонент, когнітивно-діяльнісний компонент, комунікативно-діяльнісний компонент, емоційно-регуляційний компонент, самоуправління, термінальні якості, інструментальні якості, емпатія.

Актуальність проблеми. Із розвитком глобальної мережі Інтернет та внаслідок ринкових перетворень в Україні, у сфері економічних відносин з'явився новий вид діяльності – електронна комерція, яка відкриває принципово нові можливості розвитку бізнесу. Увага науковців до питань електронної комерції першопочатково торкалась, насамперед, її технічних аспектів, згодом активно висвітлювались проблеми розвитку та перспективи електронної комерції з точки зору завдань економіки, права, економічної психології, психології торгівлі, інженерної психології тощо. Електронна комерція продовжує змінювати традиційні концепції торгівлі, роль менеджера електронної комерції стає ключовою в забезпеченні успіху цифрових підприємств. Розуміння ключових професійних якостей, необхідних для ефективного управління електронною комерцією, має вирішальне значення як для керівників-початківців, так і для організацій, які прагнуть процвітати на цифровому ринку. Це емпіричне дослідження може надати цінну інформацію про навички, знання та компетенції, необхідні для навігації в складних умовах електронної комерції.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми на цю тему присвятили свої праці, про які пізніше буде згадано такі вчені: Т. Елерс, займався методикою діагностики особистості мотивації до успіху та мотивації до уникнення невдач; [1] А. М. Шуберт – методика діагностики міри готовності до ризику; [3] О. Ф. Потьомкін розробив методику діагностики соціально-психологічних настанов особистості в мотиваційній сфері; [7] М. Рокич автор методики «Ціннісні орієнтації»; [9] Е. Шейн, який є автором методики «Якорі кар'єри» [6] та методика «Оцінка потреби в схваленні» Дугласа П. Краун та Девіда А. Марлоу [10].

Виклад основного матеріалу. Наведемо обґрунтування вибору методик для дослідження рівнів розвитку професійних якостей менеджерів електронної комерції за компонентами їх структури.

Мотиваційно-ціннісний компонент професійних якостей менеджера електронної комерції вивчається за допомогою низки методик:

1. Методика діагностики мотивації особистості до успіху Т. Елерса.

Особливостями мотиваційної сфери керівника є мотивація досягнення успіху і мотивація уникнення невдачі. Мотивація досягнення успіху – це стратегія поведінки людини, коли вона орієнтована на активність, на досягнення результату, не боїться помилок, вживає різні дії, здатна до ризику. Протилежною мотиваційною тенденцією до досягнення успіху є мотивація уникнення невдачі. При цьому типі мотивації людина прагне, перш за все, уникнути осуду, покарання. Очікування неприємних наслідків визначають особливості її поведінки: пасивність, страх помилок і невдач, уникнення прийняття відповідальних рішень, страх ризику.

2. Методика міри готовності до ризику А. М. Шуберта [3].

Використовують для визначення рівня схильності менеджера до ризику. Досліджуваним пропонувалося оцінити ступінь своєї готовності здійснити дії, про які їх запитували. Позитивні відповіді свідчать про схильність до ризику.

3. Методика діагностики соціально-психологічних настанов особистості в мотиваційній сфері О. Ф. Потьомкіної [7].

Використовується для виявлення ступеня прояву соціально-психологічних установок на «альтруїзм–егоїзм», «процес–результат», «свобода–влада», «праця–гроші». На основі результатів можна визначити декілька груп досліджуваних: група високомотивованих досліджуваних з гармонійними орієнтаціями, всі орієнтації виражені сильно та в рівному ступені; група низькомотивованих досліджуваних, у яких всі орієнтації виражені надзвичайно слабо; група з дисгармонійними орієнтаціями, коли деякі орієнтації проявляються сильно, а інші можуть бути відсутніми.

4. Методика М. Рокича «Ціннісні орієнтації» [9].

Використовується для дослідження життєвих цінностей респондентів. Система ціннісних орієнтацій визначає змістовну сторону спрямованості особистості і складає основу її ставлення до навколишнього світу, до інших людей, до себе самого, основу світогляду і ядро мотивації життєвої активності, основу життєвої концепції та філософії життя.

5. Методики «Якорі кар'єри» Е. Шейна [6].

Призначені для дослідження кар'єрних орієнтацій, соціальних установок, інтересів, які соціально зумовлюють спонукання до діяльності певної людини.

6. Методика Дугласа П. Краун та Девіда А. Марлоу «Оцінка потреби в схваленні» [11].

Обирається для виявлення значимих потреб керівника. Методика дозволяє визначити непряму міру потреби людини у схваленні іншими людьми. Такі люди не йдуть проти нецікавої роботи, стримують свої агресивні реакції, в цілому більш конформні, піддатливі соціальним впливам. У них є підвищена потреба в спілкуванні.

Інтеграційний компонент психологічних якостей менеджера електронної комерції вивчався за допомогою опитувальника на визначення самоставлення, розробленого В. В. Століним [13]. Він дозволяє визначити інтегральне позитивне самоставлення; повагу до себе; ставлення інших, близькість до себе; самовпевненість; самосприйняття; самопослідовність; самозвинувачення; самоінтерес; саморозуміння.

Когнітивно-діяльнісний компонент передбачав вивчення інтелектуальної складової особистості з метою прогнозу успішності у професійному навчанні та діяльності менеджера. Для цього використовувався Опитувальник «Знання основ електронної комерції» розроблений І. Р. Зубенком [4]. Завдання опитувальника дослідити теоретичні та практичні знання з питань створення Інтернет-магазину, організації онлайн бізнесу, комунікаційних моделей в мережі, систем електронної комерції.

Для вивчення *комунікативно-діялісного компонента* було підібрано методику діагностики комунікативних, організаторських схильностей (КОЗ–2), розроблена з профорієнтаційними цілями В. В. Синявським і Б. О. Федоришиним [12]. Вона дозволяє визначити рівні прояву комунікативних і організаторських схильностей особистості: дуже низький, низький, середній, високий, найвищий.

У структурі організаторських здібностей виділяється вміння впливати на людей для успішної реалізації визначених завдань і досягнення поставлених цілей, здатність оперативно зорієнтуватися у ситуативній взаємодії людей та спрямувати її у необхідне русло, прагнення до виявлення ініціативи. Комунікативні здібності особистості характеризуються умінням швидко та легко встановлювати ділові і товариські контакти з людьми, прагненням до розширення сфери спілкування, участі у громадських чи групових заходах, які задовольняють потребу людини в інтенсивному спілкуванні.

Емоційно-регуляційний компонент психологічних якостей передбачає вивчення здатності розуміти стосунки особистості, які репрезентуються в емоціях, та керувати емоційною сферою на основі прийняття рішень; рівня тривожності особистості; визначення типу поведінки людини в ситуаціях професійних вимог. З цією метою було застосовано методику, що дозволяє диференційовано вимірювати тривожність і як особистісну властивість, і як стан, є методика, запропонована Ч. Д. Спілбергером [5].

Додатково при дослідженні були також використані наступні методи:

– *біографічний метод* – для аналізу психологічних особливостей формування професійних якостей менеджерів електронної комерції;

– *бесіда* – для отримання додаткової інформації під час проведення констатувально-го дослідження щодо особливостей ставлення респондентів до обраної професії та особистісної стратегії діяльності. Нами були запропоновані бесіди на теми: «Значення вербального та невербального спілкування у роботі менеджера електронної комерції»; «Наукові знання з психології та комп'ютерних наук: достатній/недостатній рівень»;

– *математичні методи* обробки даних з метою кількісної і якісної інтерпретації результатів експерименту.

Охарактеризовані психодіагностичні методики дозволяють встановити ймовірні причинно-наслідкові (діахронні) й синхронні (кореляційні) зміни досліджуваних змінних у контексті підготовки професійних менеджерів електронної комерції.

Констатувальний етап дослідження складався з трьох фаз:

1) попередньо-організаційна фаза: підготовка до проведення дослідження (пошук досліджуваних, відбір методів і методик);

2) основна фаза: діагностична процедура дослідження особливостей професійних якостей студентів та менеджерів електронної комерції. Діагностична робота проводилася через індивідуальну та групову форми роботи з респондентами залежно від вимог

застосованих методик. Отриманий емпіричний матеріал доповнювався результатами власних спостережень за студентами та менеджерами електронної комерції в ході виконання методик;

3) завершальна фаза: спрямована на аналіз та узагальнення емпіричного матеріалу, що сприяло цілісному представленню особливостей професійних якостей студентів.

Емпіричне дослідження сформованості професійних якостей менеджера електронної комерції. У ході констатувального етапу експериментального дослідження було отримано результати, узагальнення яких дало змогу розглянути особливості професійних якостей студентів та менеджерів електронної комерції. Психологічний аналіз відбувався відповідно до презентованої структури професійних якостей менеджера електронної комерції.

Дослідження проводилося на базі економічного факультету Львівського Національного університету імені І. Франка. В експерименті загалом взяли участь 148 студентів. Також, була сформована група досліджуваних, що складалась з 8 менеджерів електронної комерції, які професійно та успішно займаються даним видом діяльності протягом останніх п'яти років.

Для проведення констатувального експерименту було використано пакет взаємодоповнювальних методів та методик, підібраних відповідно до запропонованої структури професійних якостей менеджера електронної комерції.

При дослідженні *мотиваційно-ціннісного компонента* професійних якостей менеджера було комплексно продіагностовано, найважливіші термінальні та інструментальні цінності, рівень мотивації, рівень знань, схильність до ризику.

Важливим етапом дослідження мотиваційно-ціннісного компоненту професійних якостей менеджера електронної комерції є визначення рівня мотивації до успіху за методикою Т. Елерса та «Ціннісні орієнтації» за методикою М. Рокича [9].

За методикою діагностики мотивації до успіху Т. Елерса встановлено, що у працюючих менеджерів переважає (рис. 1): дуже високий (33,3%) та помірно високий (29,2%) рівень мотивації досягнення успіху, у студентів спостерігається переважання середнього

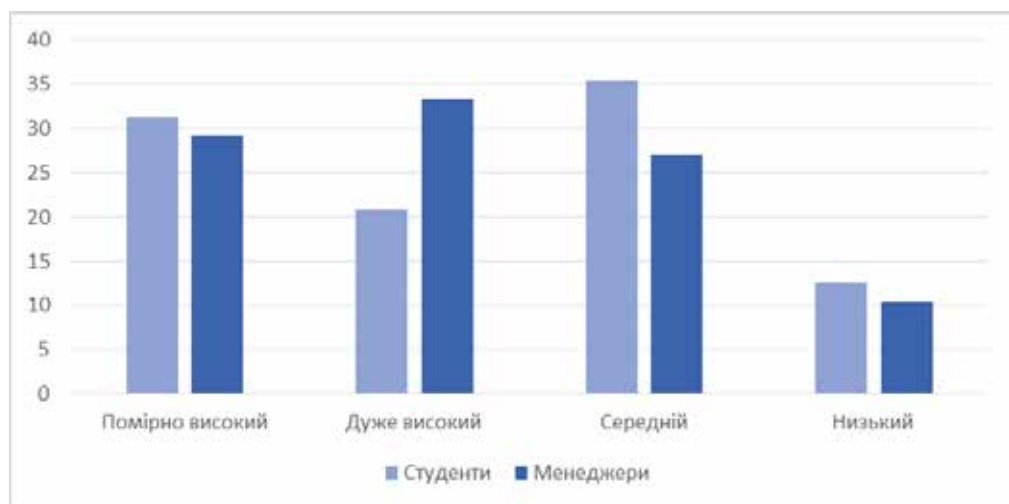


Рис. 1. Рівні мотивації досягнення успіху студентів та менеджерів електронної комерції, у відсотках

(35,4%) та помірно високого (31,3%) рівня. Помітно, що у досліджуваних працюючих менеджерів електронної комерції домінує високий та дуже високий рівні мотивації досягнення успіху, що свідчить про продуктивність та ефективність цих досліджуваних у професійному середовищі. Натомість, у студентів домінує помірно високий та середній рівні мотивації досягнення успіху.

Надто високий рівень мотивації досягнення успіху відрізняється достатньою сформованістю всіх компонентів мотивації. Особистості цього типу зазвичай активні та ініціативні. Вони свідомо прагнуть опановувати знання й уміння, вміють працювати організовано й докладають зусиль для досягнення бажаного результату. Для них характерне помітно виражене прагнення до успіху, потреба зростання й надихаючі переконання, а також досить висока успішність. Вони роблять все можливе для розвитку, займаючись самоосвітою й самовихованням.

Для високого рівня мотивації досягнення успіху характерне глибоке усвідомлення залежності свого професійного успіху від самопізнання, самоконтролю й самовдосконалення.

Особи із середнім рівнем мотивації вміють самостійно ставити перед собою близькі цілі. Для цього рівня характерне не тільки усвідомлення важливості мотивів досягнення успіху, а й їх розвиток. Вони мають потребу в керівництві.

Низький рівень мотивації досягнення успіху характеризується тим, що особистісні професійно-значущі якості виявляються слабо й не завжди їх можна виявити, швидше за все, мотив характеризується через усвідомлення «треба».

За результатами методики М. Рокича «Ціннісні орієнтації» отримано такі показники (рис. 2): найважливішими термінальними цінностями для студентів є: матеріальна забезпеченість (31,3%), здоров'я (27,1%), цікава робота (22,9%), щасливе сімейне життя (16,7%), та любов (2%), а для менеджерів є: матеріальна забезпеченість (43,7%), цікава робота (31,3%), здоров'я (14,6%), щасливе сімейне життя (8,3%) та любов (2,1%). Це свідчить про те, що для досліджуваних важливим є психічне та фізичне здоров'я, відсутність матеріальних утруднень, робота, яка приносить задоволення,

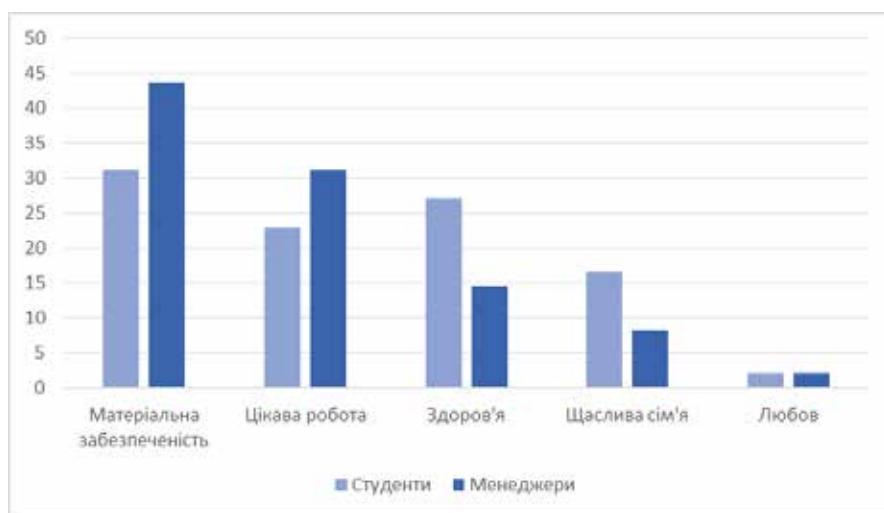


Рис. 2. Результати за методикою М. Рокича «Ціннісні орієнтації» (термінальні цінності) у студентів та менеджерів електронної комерції, у відсотках

сім'я, як важливий аспект цінності життя та любов, як духовна і фізична близькість із коханою людиною.

Найважливішими інструментальними цінностями для студентів є: чесність (27,1%), незалежність (29,2%), освіченість (18,8%), виконавська дисципліна (12,5%), відповідальність (12,5%), а для менеджерів є: відповідальність (31,3%), виконавська дисципліна (22,9%), освіченість (18,8%) та чесність (10,4%). Це свідчить про те, що у своїй діяльності досліджувані керуються цими пріоритетами. Усі ці цінності характеризують менеджера як ініціативну і прогресивну особистість, готову самостійно приймати рішення і нести відповідальність за них. Для таких людей притаманні правдивість і щирість, здатність діяти самостійно і рішуче, широта знань та висока загальна культура, почуття обов'язку, вміння дотримувати слова.

Як зазначалось в попередньому розділі, формування професійних якостей залежить від ціннісних орієнтацій.

При дослідженні професійних якостей менеджера електронної комерції важливим є діагностика міри готовності до ризику. З цією метою була застосована методика Шуберта.

Загальні показники за результатами даної методики подано на рисунку 4. Як видно з рисунка в групі кількість готових менеджерів до ризику 33,3%, і серед студентів таких виявилось 39,86%. Середню ланку у студентів переважає кількість схильних до ризику – 37,5%, а серед менеджерів 33,3%. Занадто обережний до ризику обрали, 22,9% серед студентів та 33,3% серед менеджерів електронної комерції, у відсотках.

Висока готовність до ризику супроводжується низькою мотивацією до уникнення невдач (захистом). Проте значна частина студентів мають все ж таки занадто високий рівень обережності, що свідчить про недостатню досвідченість та професійність в управлінській діяльності. Дослідження також показали, що люди, котрі бояться невдач (високий рівень) надають переваги малому, або, навпаки, надто великому ризику, де невдача не загрожувє престижу.

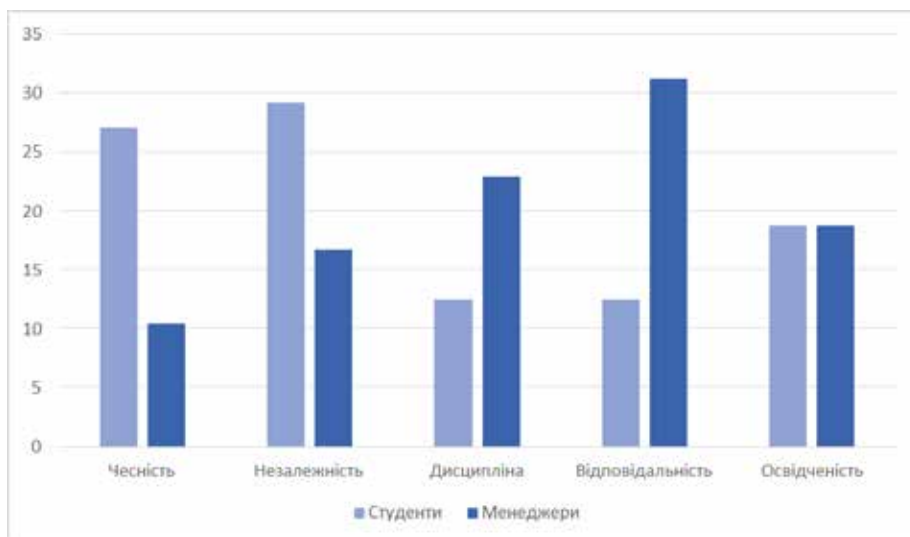


Рис. 3. Показники за методикою М. Рокича «Ціннісні орієнтації» (інструментальні цінності) у студентів та менеджерів електронної комерції, у відсотках

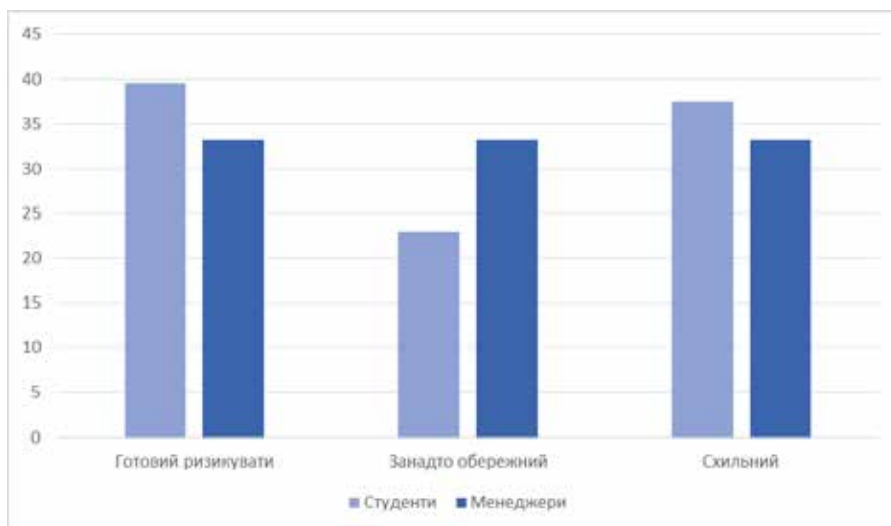


Рис. 4. Рівні схильності до ризику у студентів та менеджерів електронної комерції, у відсотках

З рисунку 5 видно, що у менеджерів переважає високий рівень знань 54,2%, та середній 37,5%, натомість у студентів переважає середній 56,3% та високий 29,2%. Отриманий результат у студентів свідчить про наявні базові знання про функціонування електронної комерції та мережі Інтернет, але відсутні спеціалізовані знання, про особливості даної діяльності. Разом з тим 14% студентів проявили високий рівень знань, що може свідчити про наявний досвід у роботі в цій сфері.

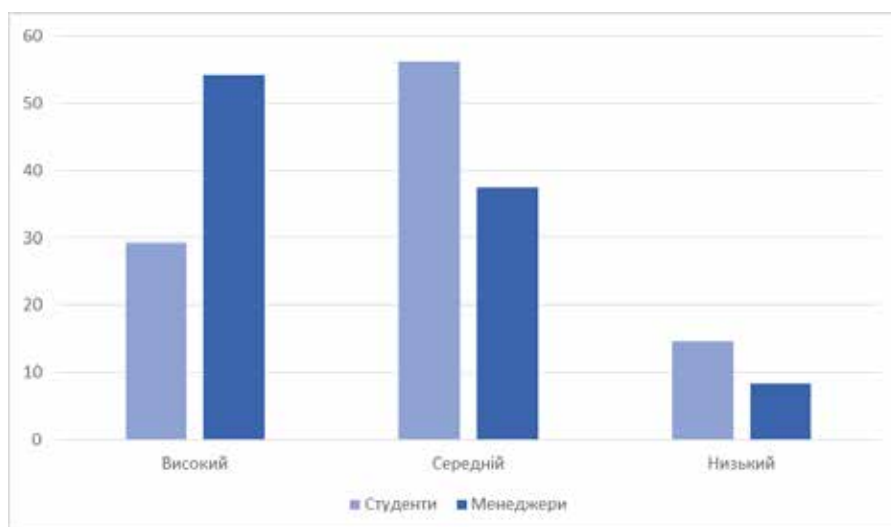


Рис. 5. Рівні знань основ електронної комерції студентів та менеджерів електронної комерції, у відсотках

Таким чином, психологічний профіль менеджера електронної комерції характеризується такими професійними якостями: високий рівень мотивації досягнення успіху; саморозуміння; самовпевненість; повага до себе; гнучкість у спілкуванні; критичне мислення; готовність до ризику; професійна компетентність; креативність; відповідальність; самоконтроль; низький рівень потреб в схваленні; високий рівень знань особливостей функціонування електронної комерції; високий рівень прояву комунікативних та організаторських схильностей; нормальний та високий рівень емпатійності; нормальний та високий рівень емоційного інтелекту.

Висновки. У статті викладено методологічні засади та представлено результати емпіричного дослідження професійних якостей менеджера електронної комерції, проведено порівняння профілів рівнів розвитку професійних якостей працюючих та майбутніх менеджерів електронної комерції – студентів ЗВО. Емпірично досліджено психологічні профілі розвитку професійних якостей працюючих та майбутніх менеджерів електронної комерції – студентів ЗВО. Проведений кількісний та якісний аналіз отриманих результатів виявив різницю в особливостях сформованості професійних якостей менеджерів електронної комерції та студентів. Отриманий у підсумку розподіл показників аналізу виявив що у переважній більшості досліджуваних студентів недостатньо сформовані наступні якості: комунікативні та організаторські схильності, інтелектуальна лабільність, рівень знань особливостей функціонування систем електронної комерції. На середньому рівні сформовані такі якості: мотивація досягнення успіху, схильність до ризику, потреба у схваленні, тривожність, емоційний інтелект, емпатійність. На високому рівні присутні наступні якості: прагнення до досконалості, професійні домагання, самоприйняття, самоінтерес, самопослідовність, потреба в пізнанні, креативність, альтруїзм, підприємництво.

Одержані показники величини кореляції дозволяють стверджувати про тісний взаємозв'язок між показниками тривожності та мотивацією до успіху й уникнення невдач, орієнтацією на процес діяльності та оцінкою потреб у схваленні, орієнтацією на результат діяльності та мотивацією до успіху й уникнення невдач. У ході емпіричної верифікації розробленої змістової структури професійних якостей менеджера електронної комерції виявлено, що важливими для формування професіоналізму у цій сфері є: високий рівень мотивації до успіху, комунікабельність, інтелектуальна лабільність, критичне мислення, емоційний інтелект, рефлексивні уміння, емпатія, уміння встановлювати взаємостосунки на основі довіри та реагувати на потреби клієнтів, позитивне ставлення та прагнення до взаємодії, відповідальність, самоконтроль, сформована система ціннісних орієнтацій та соціальних установок, оптимальний рівень схильності до ризику, переважання активно-пластичної стратегії у досягненні цілей, достатньо високий рівень емоційного інтелекту та помірний рівень хвилювання, а також високий рівень знань з питань юзабіліті та електронної комерції.

Список використаної літератури

1. Бойко В.В., Соціально-психологічний клімат колективу та особистість / В.В. Бойко, О.Г. Ковальов, В.М. Панферов. – М.: Думка, 1983. – 207 с.
2. Жигайло Н. І., Закалик Г.М. Психологія змін та інновацій : навчальний посібник. – Львів : СПОЛОМ, 2017. – 430с.
3. Жигайло Н. І. Психологія бізнесу та управління: навч. посібн. / Автори: Н. І. Жигайло, М. М. Цимбалюк, М. О. Кохан та ін.; за редакцією проф. Н. І. Жигайло. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2023. – 402 стор. (Видання 2-ге, перероблене та доповнене).
4. Зубенко І.Р. Визначення психологічних особливостей менеджменту електронної комерції / І.Р. Зубенко // Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky, c. 12–16, №3/2013, Словаччина, ISSN 1338-9432.

5. Зубенко І.Р. Психологічні особливості особистості менеджера електронної комерції / І.Р. Зубенко // Міжнародна Інтернет конференція «Сучасні дослідження когнітивної психології». Матеріали конференції. – Острог, 2012. – 210 с. 188–189.
6. Карамушка Л.М. Технології роботи організаційних психологів Навчальний посібник / Л.М. Карамушка. – К. : Фірма «ІНКОС», 2005. – 366 с.
7. Одегов Ю.Г. Мотивація персоналу: Навчальний посібник. Практичні завдання (практикум). / Ю.Г. Одегов, Г.Г. Руденко, С.М. Апенько, А.І. Мерко: Видавництво «Альфа-Прес», 2010. – 640 с.
8. Практичному психологу навчального закладу: організація роботи, документація / [упорядники Н. В. Лунченко, Т.Ш. Червонна] / [За ред. В. Г. Панка] – К. : Шкільний світ, 2009. – 128 с. – (Бібліотека «Шкільного світу»).
9. Столін В. В. Опитувальник самовідносини / В. В. Столін, С. Р. Пантілеєв // Практикум з психодіагностики: Психодіагностичні матеріали. 1988. 123–130.
10. Фетискін Н. П. Соціально-психологічна діагностика розвитку особистості та малих груп / Н. П. Фетискін, В. В. Козлов, Г. М. Мануйлов: Видавництво Інституту психотерапії, 2005. – 490 с.

EMPIRICAL RESEARCH OF PROFESSIONAL QUALITIES OF AN ELECTRONIC COMMERCE MANAGER

Andrii Kanalosh

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

An experimental study of the peculiarities in the formation of professional qualities of an e-commerce manager, aimed at identifying its psychological and pedagogical conditions and factors, was conducted in the form of a declarative, formative, and control experiment.

The research was carried out at the Faculty of Economics of the Ivan Franko National University of Lviv. In total, 48 students participated in the experiment. Additionally, a group of subjects was formed, consisting of 8 e-commerce managers who have been professionally and successfully engaged in this type of activity for the past five years.

To conduct the experiment, a package of complementary methods and techniques was used, selected in accordance with psychological structure of the professional qualities of an e-commerce manager to identify the features of the relationships between its content-structural components. The applied methods were the same for both students and e-commerce managers.

The following methods were employed to achieve the goal and implement the tasks of the scientific research: experiment, observation, interview, questionnaire survey, biographical method, testing, interview method, and methods of mathematical statistics.

Key words: Electronic commerce, motivation, motivational value component, integrative component, cognitive-behavioral component, communicative-behavioral component, emotional-regulatory component, Self-management, terminal qualities, instrumental qualities, empathy.