

УДК 159.9

Doi: 10.26456/vtspyped/2024.2.234

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ЦИФРОВОЙ ВОВЛЕЧЁННОСТИ РАБОТНИКОВ СФЕРЫ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ

Ю. Васюта

ФГАОУ ВО «Государственный университет просвещения»,
Московская обл., г. Мытищи

Представлены результаты теоретического анализа содержания вовлечённости в современных условиях. По результатам проведённого эмпирического исследования выявлены психологические факторы цифровой вовлечённости работников сферы онлайн-торговли. Предложено авторское определение понятия «цифровой вовлечённости», а также смоделирована типология цифровой вовлечённости, включающая в себя следующие виды: функционально-эргатический, ситуационный и ценностно-ментальный. Полученные результаты могут служить методологической основой для создания оценочных тестов, корпоративных программ развития сотрудников, повышения общей вовлечённости, и иных коррекционно-развивающих мероприятий, направленных на эффективное функционирование в условиях цифровой трансформации и становлении цифровой экономики.

Ключевые слова: *вовлечённость, цифровая вовлечённость, психологические факторы цифровой вовлечённости, работники сферы онлайн-торговли, цифровая трансформация.*

Работая в поле научных интересов, связанных с психологией труда и имея большой практический опыт в сфере торговли, нельзя не отметить, что данная отрасль является наиболее гибкой и экспрессивной средой профессиональной реализации человека. При этом торговля выступает основным стратегическим инструментом становления отечественной и мировой экономики. В современных условиях цифровой трансформации всех сфер жизнедеятельности одну из ключевых ролей играет реализация товаров и услуг посредством eCommerce (онлайн-торговли). По данным аналитической компании Data Insight, в январе 2024 г. интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили 56,4 млн заказов без учета продаж универсальных маркетплейсов с несрочной доставкой, что на 6% меньше, чем в декабре 2023 г., и на 35% больше, чем в январе 2023 г. [7, с. 2]. Если сюда добавить показатели тяжелой промышленности и нефтедобычи, то глобальность развития данного сегмента выражается колоссальными объемами. В Российской Федерации развитие цифровой экономики и активное внедрение инновационных способов ведения бизнеса, в том числе и сегмент онлайн-торговли, закреплены как приоритетное

© Васюта Ю., 2024

направление развития государства на ближайшие годы [11, с. 10; 17, с. 8]. Методологически обоснованно считать, что онлайн-торговля является частью цифровой экономики и цифровизации соответственно.

Как отмечают И.В. Каблашова, И.В. Логунова, и В.Н. Родионова, это актуализирует задачи управления вовлечённостью персонала в данный процесс и детерминирует необходимость разработки новых методических подходов к исследованию вовлеченности работников, для улучшения качества процессов и совершенствования производственной деятельности предприятия, которая отвечала бы актуальным инновационным требованиям [6, с. 42].

С точки зрения психологии, вовлечённость представляется «как особое психологическое состояние работника, которое характеризуется степенью реализации его личного потенциала в процессе выполнения трудовой роли, а также степенью его физической, умственной и эмоциональной активности в процессе трудовой деятельности» [16, с. 83]. Так как вовлечённость – относительно новая категория психологической науки, то в рамках её трактования и методологии, существует множество противоречий, в зависимости от субъективной точки зрения исследователя, и в целом можно считать, что до конца содержание данного понятия не сформировалось. Ввиду этого *возникло предположение, что если вовлечённость как психологический феномен раскрывает сущность погружения в процесс трудовой деятельности и самореализации в ней, то можно ли применить понятие «цифровой вовлеченности» как критерий, описывающий степень включенности и поглощенности в цифровую среду человека наряду с готовностью применять новые технологии в профессиональной деятельности, и какие психологические факторы будут отражать данное определение.*

Важно отметить, что сущность цифровой вовлеченности моделировалась в общем смысле, как некое новое психологическое явление в психологии труда, отражающее качества субъекта труда, а выявление психологических факторов цифровой вовлеченности работников сферы онлайн-торговли выступает в форме эмпирической опоры, лишь фрагментарно отражающей суть выделенного феномена.

В качестве главной теоретико-методологической основы, раскрывающей общенаучное содержание понятия вовлеченности, взята работа В.И. Кабалиной и А.В. Макаровой [5, с. 114]. В 2022 году на базе НИУ ВШЭ учёные произвели масштабную систематизацию подходов к определению и измерению вовлеченности за последние 50 лет. Авторы обращают внимание на то, что «усложнилась интерпретация показателя уровня вовлечённости при возросшем разнообразии набора факторов, воздействующих на уровень вовлечённости разных групп сотрудников, выявление этих факторов и, соответственно, разработка мер для управления вовлечённостью персонала компании» [5, с. 128]. Также

исследователями затронута проблема того, что, если при новых формах и форматах занятости меняются условия и специфика труда, то существует вероятность, что эти изменения по-разному отразятся на сущности составляющих вовлечённости, при этом с учётом цифровой трансформации определение новых форм и содержания вовлеченности будет иметь особую актуальность.

При анализе исследований, посвящённых раскрытию проблемы вовлеченности человека в цифровую среду, стоит отметить работу Л.И. Раененко и Е.О. Гаспарович [12, с. 423]. Они одними из первых определили, что уровень цифровизации предприятия прямо влияет на степень вовлеченности персонала в современных условиях после 2020 года. Н.В. Боровских провела масштабное исследование, посвященное изучению вовлеченности населения в цифровое пространство. Учёный акцентирует внимание как раз на том, что «анализ вовлеченности важен с точки зрения развития обслуживания населения, в том числе с помощью интернет-торговли и консультаций по Интернету, результаты исследований позволяют предприятиям соответствующей сферы использовать стратегию целевого маркетинга; Включенность в цифровую среду и готовность осваивать новые информационные технологии становятся условиями деятельности человека в современном социуме, от наличия и уровня владения цифровыми компетенциями зависит не только профессиональный и финансовый успех конкретного индивидуума, но и экономическая, политическая и оборонная безопасность государства» [1, с. 2].

Применительно к традиционным взглядам организационной психологии, профессиональная деятельность в условиях цифровизации обусловлена цифровой экосистемой или «цифровой эргатической системой», где человек теперь взаимодействует с машиной, управляя не только реальными физическими производственными процессами, но и виртуальными. С.Ф. Сергеевым обозначено, что данный процесс выступает в качестве «симбиотического взаимодействия человека с эволюционирующей техногенной средой» [15, с. 70]. Это детерминирует создание цифрового организационного пространства, максимально вовлекая субъект труда в процесс использования, поэтому *предполагается, что проектирование и оценка информационной среды в эргатических системах является важнейшей частью теории цифровой вовлеченности.*

С точки зрения теории личности, по П.Я. Гальперину, не все действия целиком переносятся в умственный/виртуальный план, формируя в дальнейшем паттерны поведения [3, с. 112]. С.Л. Рубинштейн акцентирует внимание на том, что любое внешнее воздействие действует на индивида через внутренние условия, которые у него уже сформировались ранее, тем самым формируя психические

свойства личности, которые являются не базовым качеством, а формируются и развиваются в ходе деятельности [13, с. 216].

При попытке сделать описательную характеристику проявлений виртуальной и реальной цифровизации, обнаружен интересный факт, что человек соприкасается с этими аспектами только в двух условиях – на уровне обычного пользователя и в рамках рабочего процесса. Эта особенность в рамках данного исследования охарактеризована как «пространственная модель цифровой вовлеченности». Из этого следует предположение, что *в момент, когда человек на бытовом уровне начинает интересоваться различными технологичными продуктами и гаджетами, как раз и начинает формироваться цифровая вовлечённость, а в процессе обучения и трудовой активности (в зависимости от сформированного уровня восприятия инноваций), данное явление проявляет себя в разной степени силы, трансформируется, в зависимости от совокупности личностных и внешних факторов.*

Опираясь на теоретический анализ вышеупомянутых научно-исследовательских работ, считаем, что определение понятия «цифровая вовлечённость» может быть обозначено следующим образом: *Цифровая вовлечённость – это психофизическое состояние, отражающее степень погружения, прогрессивной заинтересованности, восприимчивости и готовности человека применять в своей деятельности цифровые продукты, устройства и инновационные технологии в повседневной жизни и профессиональной деятельности. Цифровая вовлечённость выступает в качестве одной из граней описания психологической сущности вовлеченности в общенаучном поле, именно поэтому определение психологических факторов данного явления в зависимости от области исследования будет иметь значимую научно-практическую полезность.*

Ведущими экспертами «ЭКОПСИ Консалтинг» ежегодно проводятся исследования вовлеченности в России в крупнейших государственных и коммерческих предприятиях [9]. По итогам результатов исследований в которых приняли участие более 160 тыс. сотрудников из 300 российских компаний, анализ собранных данных позволил выделить два критерия, в максимальной степени влияющих на вовлечённость. Руководитель одного из направлений «ЭКОПСИ Консалтинг» А. Онучин выделяет совокупности категорий оценки на следующих уровнях: на уровне организации (руководство, поддержка инициатив, удовлетворенность, культура); на уровне самого работника (интеграция, гибкость, ценности, культура) [8].

С учетом определения в данной работе аспекта цифровизации, дополним оценочный комплекс методиками, раскрывающими суть восприятия цифровизации, инновационной готовности, и специфику

отрасли. Всё вышеупомянутое позволяет сформировать теоретическую модель исследования психологических факторов цифровой вовлеченности работников (см. рис. 1).



Рис. 1. Теоретическая модель психологических факторов цифровой вовлеченности работников

Можно допустить, что чем доступнее и понятнее сущность цифровизации в рамках рабочего процесса для работников, тем содержательнее будет выраженность цифровой вовлеченности. В этом ключе важно отметить, что в компаниях одной из основных проблем цифровой трансформации является разрыв между теми, кто просто использует какие-либо технологии, и теми, кто использует активное внедрение инноваций для преобразования своей функциональности.

Методический замысел и организация исследования

Ссылаясь на данные теоретического анализа, проведённого ранее, а также сформулированную теоретическую модель, была разработана программа эмпирического исследования, включающая в себя гипотезу, цель, задачи.

Гипотезой проводимого исследования выступало предположение о том, что цифровая вовлечённость как психологический аспект личности, выступает в качестве совокупности содержательных компонентов на индивидуальном и организационном/средовом уровнях. В зависимости от взаимосвязей выявленных факторов, цифровая вовлеченность может проявлять себя в разных типологиях.

Целью исследования является определение психологических факторов цифровой вовлеченности у работников сферы онлайн-торговли.

Задачами данной работы является:

1. Провести диагностику, обработку и анализ полученных эмпирических данных методами математической статистики.
2. Произвести разбиение полученных данных на поддающиеся интерпретации группы для выявления видов цифровой вовлеченности (ситуативно).

В реализованном исследовании приняли участие 73 респондента, осуществляющие трудовую деятельность в сфере онлайн-торговли. Региональная широта исследования – Московская область. Период проведения исследования – 2023-й год.

С учётом выбранных критериев оценки был подобран комплекс психодиагностических методик, включающий в себя:

-методику «Диагностика организационной культуры» Д. Денисона [18, с. 3];

-методику «Интегральная удовлетворенность трудом» А.В. Батаршева [4, с. 10];

-методику «Оценка инновационной готовности персонала» В.В. Пантелеевой, Т.П. Кнышевой [10, с. 3];

-авторский опросник «Тип личности работников в восприятии цифровизации и новых технологий» Ю. Васюты [2];

-методику «Шкала восприятия цифровизации» [21, с. 467];

-методику «Модель принятия технологий» Ф. Дэвиса [14, с. 109; 20, с. 322].

Обработка полученных данных производилась с помощью статистического пакета Jamovi.

Результаты и их обсуждение

Для снижения размерности показателей был проведён факторный анализ личностно-организационных элементов вовлеченности, позволивший редуцировать указанные элементы в факторы психологических особенностей цифровой вовлеченности работников сферы онлайн-торговли и установить их весовые значения.

73 респондента оценивались по 24 шкалам, разнородным по используемым для измерения величинам. В качестве меры связи применялись коэффициенты корреляции, позволяющие синхронно оперировать с различными типами данных. Факторизация проводилась методом главных компонент, вращение факторов осуществлялось методом варимакс (данный способ выбран по содержательным соображениям).

Интерпретация и верификация факторной структуры, позволила выделить пять факторов, объясняющих 54% накопленной дисперсии, что в целом считается относительно приемлемым условием для дальнейшей интерпретации (см. табл. 1).

Таблица 1

Статистики факторов

| Компонент F | Сумма квадратичных нагрузок (SS) | % от дисперсии | Накопленный % |
|----------------|-------------------------------------|-------------------|------------------|
| 1 | 2.92 | 12.16 | 12.2 |
| 2 | 2.85 | 11.89 | 24.0 |
| 3 | 2.80 | 11.65 | 35.7 |
| 4 | 2.33 | 9.72 | 45.4 |
| 5 | 2.06 | 8.59 | 54.0 |

Полученные компоненты обозначены следующим образом:

– F-1 – «вовлечённость в организационную культуру», униполярный фактор, объясняющий 12, 16% от дисперсии, отражающий степень сопряженности/соответствия ценностных ориентаций работника и предлагаемых организационных условий, выражающихся в определённой организационной культуре. 1-й компонент объединяет в себе показатели со следующими нагрузками: организационная культура (,960), взаимодействие (,717), адаптивность (,715), миссия-цели (,597), вовлечённость (,405) и с отрицательным значением диджитал-энтузиазм (–,489).

– F-2 – «удовлетворённость работой», биполярный фактор, объясняющий 11, 89% от дисперсии, включающий в себя показатели, отражающие степень интереса к технологиям на конкретном рабочем месте и показатели интегральной удовлетворенности. 2-й компонент объединяет в себе показатели со следующими нагрузками: с максимальным отрицательным значением профессиональная ответственность (–,759), и субъективная простота использования (,734), удовлетворенность взаимоотношениями с руководством (,707), удовлетворенность взаимоотношениями с коллегами (,557), уровень притязаний в профессиональной деятельности (,541), интерес к работе (,497), уровень восприятия цифровизации (,484).

– F-3 – «готовность», биполярный фактор, объясняющий 11,65% от дисперсии, отражающий соотношение личностных аспектов готовности к содержанию организационных условий цифровой готовности, для реализации должностных обязанностей в рамках конкретной профессии. 3-й компонент объединяет в себе когнитивную готовность (,766), личную готовность (,730), организационную готовность (,438) и с отрицательными значениями эмоциональную готовность (–,764), мотивационную готовность (–,610), миссию-цели (–,329).

– F-4 – «диджитал-восприятие», состоит из характеристик принципа восприятия цифровизации и новых технологий: диджитал-скептицизм (865), диджитал-нейтральность (–,805), и критериев удовлетворенности: удовлетворенность взаимоотношениями с коллегами (,419), интерес к работе (,402), удовлетворенность

достижениями в работе (,522). Данный фактор объясняет 9,72 % от дисперсии.

– F-5 – «*профессиональные притязания*», униполярный фактор, объясняющий 8,59 % от дисперсии. Этот фактор отражает стремление к самореализации той степени сложности, на которую человек считает себя способным в конкретной должности или профессии, с учетом обуславливающих внешнесредовых факторов влияния. 5-й компонент включает в себя уровень притязаний в профессиональной деятельности (,689), удовлетворенность условиями труда (,440), степень субъективной полезности (,567) и предпочтение выполняемой работы зарплате (,564).

Для выявления возможных типов цифровой вовлеченности был произведен кластерный анализ. Принятие решения о числе выделяемых кластеров опиралось на работу М.О. Шокиной [19], а также с учетом практических и теоретических соображений исходя из цели исследования. Расчет кластерного анализа производился методом k-средних (см. рис. 2).

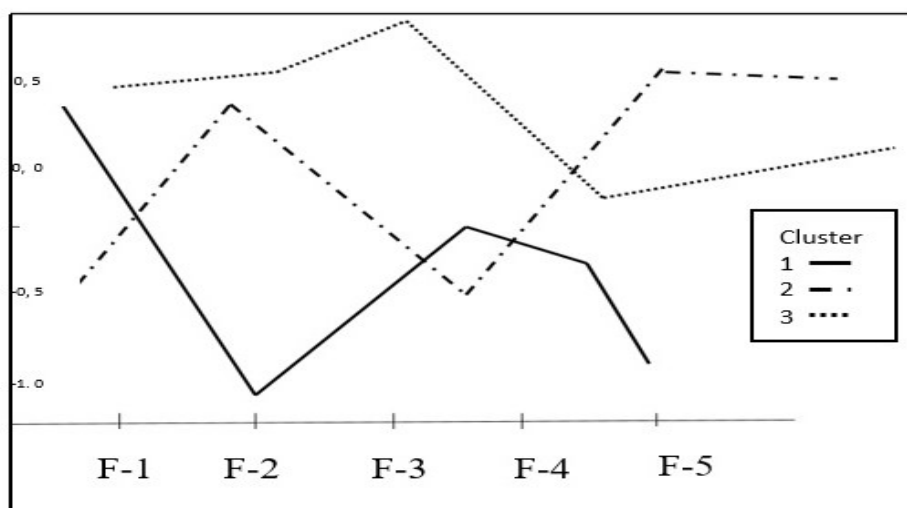


Рис. 2. Результаты кластерного анализа методом k-средних:

F-1 – вовлечённость в организационную культуру, F-2 – удовлетворённость работой, F-3 – готовность, F-4 – диджитал-восприятие, F-5 – профессиональные притязания

Как можно увидеть на графике, кластеры достаточно разнообразны, и не дублируют друг друга. В табл. 2 представлены результаты центроидов кластеров, позволяющие на основании полученных данных сформулировать три вида цифровой вовлеченности.

Таблица 2

Средние значения кластеров

| Кластер | 1 | 2 | 3 |
|--|--------|-------|--------|
| Вовлечённость в организационную культуру | -0.604 | 0.316 | 0.483 |
| Удовлетворенность работой | 0.225 | 0.463 | -1.234 |

| | | | |
|-----------------------------|--------|--------|--------|
| Готовность | -0.561 | 0.775 | -0.422 |
| Диджитал восприятие | 0.375 | -0.074 | -0.522 |
| Профессиональные притязания | 0.486 | 0.106 | -1.043 |

В процессе интерпретации обозначено три вида цифровой вовлеченности: функционально-эргатическая, ситуационная, ценностно-ментальная.

1. Функционально-эргатический тип цифровой вовлеченности характеризуется доминированием целеустремленности, выраженным акцентом на профессиональных притязаниях личности, прагматичностью. Такой тип явно опционально и положительно воспринимает инновационную среду, цифровизацию, а рабочее пространство или профессия предусматривающие высокий уровень технологичного обеспечения являются ключевым аспектом вовлеченности. Здесь можно предположить, что представитель данного типа обладает устойчивыми психологическими характеристиками и автономностью в плане предпочтений и интересов.

2. Ситуационный тип цифровой вовлеченности характеризуется доминированием готовности работника (эмоциональной, когнитивной, мотивационной, личной, организационной) и интегральной удовлетворенности, зависящих только от конкретного рабочего места или предприятия, обуславливающих тот или иной уровень технологичного обеспечения. Представители данного типа могут быть достаточно гибкими к управлению, в зависимости от обуславливающих их уровень вовлеченности рабочих условий.

3. Ценностно-ментальный тип цифровой вовлеченности обладает достаточным уровнем проявления вовлеченности в организационную культуру при низком уровне удовлетворённости трудом и других показателей. Это может говорить о том, что для такого работника значимо социально-психологическое и культурное взаимодействие, важность самооценки внутри компании, осознавать, что их деятельность несет пользу, а их миссия в этой компании играет достаточно значимую роль, как и миссия-цели организации в целом. Можно предположить, что механизм вовлеченности здесь актуализируется тогда, когда декларируемые ценности организации совпадают с ценностными ориентациями работника.

Распределение работников сферы онлайн-торговли в исследуемой компании по типам цифровой вовлеченности показывает, что наиболее часто среди них встречаются представители ситуационного типа (40%), относящиеся к функционально-эргатическому типу – 38 %, ценностно-ментального типа 22% (выборка, N=73 респондента).

Выводы и заключения

Подводя итог проделанной работы в данной статье, можно прийти к следующим заключениям:

- выявленные психологические факторы цифровой вовлеченности показывают, что современным российским предприятиям сферы онлайн-торговли стоит обратить особое внимание на создание благоприятных условий на рабочем месте, а именно: высокое качество современного технологичного оборудования и эргономичного обеспечения рабочих мест, развитие и эффективное управление организационной культурой, углубление частных исследований в области изучения виртуализации рабочего пространства, грамотное выстраивание систем кадрового обучения и развития персонала, с учетом личностных особенностей;

- цифровая вовлечённость может определяться как констатируемая новая психологическая концепция изучения свойств личности в мультинаучном пространстве. Определение данного явления в отдельную категорию познания полностью детерминировано реальными проблемными областями в науке и практике, а также обусловлено стратегическим вектором развития государства в процессе становления цифровой экономики и развитии информационного общества;

- работнику важно помочь понять, на каком уровне развития технологичного обеспечения среды он сможет максимально раскрыть свой профессиональный потенциал, проявить когнитивную, эмоциональную и мотивационную готовность без ущерба себе. Разработка программ адаптации и развития с учетом критериев цифровой трансформации той или иной отрасли будет способствовать более эффективному функционированию человека.

Список литературы

1. Боровских Н.В. Вовлеченность населения в цифровое пространство: тенденции и перспективы развития // Концепт. 2022. №9. С. 1–6, [Электронный ресурс], URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vovlechennost-naseleniya-v-tsifrovoye-prostranstvo-tendentsii-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 02.03.2024).
2. Васюта Ю. Тип личности работников в восприятии цифровизации и новых технологий/ Свидетельство о регистрации базы данных RU 2022620177, Заявление 2021623357 от 28.12.2021. Дата публикации: 19.01.2022. Бюл. № 1.
3. Гальперин П.Я. О формировании умственных действий и понятий // Культурно-историческая психология. 2010. Т. 6. № 3. С. 111–114.
4. Иванова Т.Ю., Рассказова Е.И., Осин Е.Н. Структура и диагностика удовлетворенности трудом: разработка и апробация методики // Организационная психология. 2012. Т. 2. № 3. С. 2–15.
5. Кабалина В.И., Макарова А. В. Вовлечённость работников: систематизация подходов к определению и измерению // Организационная психология. 2022. Т. 12. № 3. С. 110–137. [Электронный ресурс], URL: [https://orgpsyjournal.hse.ru/data/2022/10/16/1730682613/OrgPsy_2022_3\(7\)_%D0%9A%D0%B0%D0%B1%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B0-](https://orgpsyjournal.hse.ru/data/2022/10/16/1730682613/OrgPsy_2022_3(7)_%D0%9A%D0%B0%D0%B1%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B0-)

- %D0%9C%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0(110-137).pdf (дата обращения 03.03.2024).
6. Каблашова И.В., Логунова И.В., Родионова В.Н. Методология обеспечения вовлеченности персонала в условиях цифровой трансформации предприятия // Вестник ГУУ. 2023. №8. С. 40–48. [Электронный ресурс], URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-obespecheniya-vovlechenosti-personala-v-usloviyah-tsifrovoy-transformatsii-predpriyatiya> (дата обращения 03.03.2024).
 7. Маркетинговое исследование Datainsight. Выпуск eGrocery бюллетеня. Февраль 2024. [Электронный ресурс], URL: https://datainsight.ru/eGrocery_february_2024 (дата обращения: 10.03.2024).
 8. Онучин А. Вовлеченность персонала: от измерения к управлению [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ecopsy.ru/insights/vovlechnost-personala-ot-izmereniya-k-upravleniyu/> (дата обращения: 02.03.2024).
 9. Онучин А. Изучение вовлечения // The Human Resources Times | Журнал о людях в бизнесе. 2013. №24. С. 1–8.
 10. Пантелеева В.В., Кнышева Т.П. Опросник инновационной готовности персонала // Акмеология. 2016. №3 (59). [Электронный ресурс], URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/oprosnik-innovatsionnoy-gotovnosti-personala> (дата обращения: 20.04.2023).
 11. Правительство Российской Федерации. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р. [Электронный ресурс], URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> (дата обращения 29.10.2023).
 12. Раененко Л.И., Гаспарович Е.О. Исследование потенциала цифровизации как условия вовлеченности персонала // Актуальные проблемы социогуманитарного образования: сборник статей / научная редакция Т.С. Дороховой, Е.В. Донгаузер. Екатеринбург: [б.и.], 2021. С. 418–425.
 13. Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. О месте психического во всеобщей взаимосвязи явлений материального мира / АН СССР, Ин-т филос. М.: Изд-во АН СССР, 1957. 328 с.
 14. Сапрыкина А.О. Модель принятия технологии Дэвиса как средство оценивания субъективной эффективности технологии электронного портфолио // Теория и практика образования в современном мире: материалы VII Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июль 2015 г.). СПб.: Свое издательство, 2015. С. 108–110. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/152/8483/> (дата обращения: 20.04.2023).
 15. Сергеев С. Ф. Интеллектуальный техносимбиоз в сложных человеко-машинных системах // Эргодизайн. 2021. №1. С. 70–76. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intellektnyy-tehnosimbioz-v-slozhnyh-cheloveko-mashinnyh-sistemah> (дата обращения: 11.04.2024).
 16. Смирнов П. С. Вовлеченность персонала: типы, уровни проявления и связи с практиками управления человеческими ресурсами // Организационная психология. 2019. №1. С. 81–95.

17. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы. [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения 26.10.2023).
18. Чанг Т.Т. Интегральная методика исследования организационной культуры // Интернет-журнал «Наукovedение». 2015. Том 7. №1. С. 2–17, [Электронный ресурс]. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/115EVN115.pdf> (дата обращения: 20.04.2023).
19. Шокина М.О. Применение алгоритма k-means++ для кластеризации последовательностей с неизвестным количеством кластеров // Новые информационные технологии в автоматизированных системах. 2017. №20. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-algoritma-k-means-dlya-klasterizatsii-posledovatelnostey-s-neizvestnym-kolichestvom-klasterov> (дата обращения: 25.03.2024).
20. Davis Fred D. Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology / MIS Quarterly, ABI/INFORM Global, Sep 1989. № 13(3). Pp. 319–340.
21. Yang Z., Wang Y. & Sun C. Emerging information technology acceptance model for the development of smart construction system // Journal of Civil Engineering and Management. 2018. V. 24(6). 457–468.

Об авторе:

Васюта Юлия – аспирант ФГАОУ ВО «Государственный университет просвещения» (141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д. 24), e-mail: vasyuta.didgitalpsy@gmail.com, тел.: +79099804912

PSYCHOLOGICAL FACTORS OF DIGITAL INVOLVEMENT OF ONLINE TRADE EMPLOYEES

Yu. Vasyuta

Federal State University of Education, Moscow region, Mytishchi

The results of a theoretical analysis of the content of involvement in modern conditions are presented. Based on the results of the empirical study, psychological factors of digital involvement of online trade workers were identified. The author's definition of the concept of «digital involvement» is proposed, and a typology of digital involvement is modeled, including the following types: functional-ergative, situational and value-mental. The results obtained can serve as a methodological basis for creating assessment tests, corporate employee development programs, increasing overall engagement, and other correctional and developmental measures aimed at effective functioning in the context of digital transformation and the emergence of a digital economy.

Keywords: *involvement, digital involvement, psychological factors of digital involvement, online trade workers, digital transformation.*

Принято в редакцию: 11.04.2024 г.

Подписано в печать: 14.05.2024 г.