

В.Ю. Жовнер
аспірант кафедри психології,
Київський національний
торговельно-економічний університет

Компоненти і взаємозв'язки показників конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу

У статті представлено результати обстеження фахівців туристичного бізнесу й визначено компоненти і взаємозв'язки показників їхньої конкурентоспроможності.

За підсумками змістовних компонентів факторного аналізу виділені за інформативними факторними навантаженнями змінні, які зумовлюють собою провідні фактори внутрішньої структури конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу.

З допомогою комплексу показників методик дослідження доведено, що структура конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу складається з п'яти факторів, з відповідною назвою за пріоритетом вагомих змінних: F-1 – мотиваційний; F-2 – професійний; F-3 – типологічний; F-4 – соціальний; F-5 – індивідуально-психологічний. Система функціональної взаємодії складових структурних компонентів припускає їх реципрокну регуляцію, коли послаблення одних компонентів припускає інтенсивне функціонування інших, що спрямовано на розвиток і підтримку гомеостазу та стабільність функціонування структури конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу.

Ключові слова: компоненти, взаємозв'язки, показники, конкурентоспроможність, фахівці, туристичний бізнес

В.Ю. Жовнер
аспірант кафедри психології,
Київський національний
торгово-економічний університет

Компоненты и взаимосвязи показателей конкурентоспособности специалистов туристического бизнеса

В статье представлены результаты обследования специалистов туристического бизнеса и определены компоненты и взаимосвязи показателей их конкурентоспособности.

По итогам содержательных компонентов факторного анализа выделены за информативными факторными нагрузками переменные, обуславливающие ведущие факторы внутренней структуры конкурентоспособности специалистов туристического бизнеса.

Доказано, что комплексом показателей методик исследования структура конкурентоспособности специалистов туристического бизнеса состоит из пяти факторов, с соответствующим названием по преимуществу весомых переменных: F-1 – мотивационный; F-2 – профессиональный; F-3 – типологический; F-4 – социальный; F-5 – индивидуально-психологический. Система функционального взаимодействия составляющих структурных компонентов предполагает их реципрокную регуляцию, когда ослабление одних компонентов предполагает интенсивное функционирование других, что направлено на развитие и поддержание гомеостазу и стабильность функционирования структуры конкурентоспособности специалистов туристического бизнеса.

Ключевые слова: компоненты, взаимосвязи, показатели, конкурентоспособность, специалисты, туристический бизнес

V.Yu. Zhovner
 post-graduate student of the Department of Psychology
 Kyiv National University of Trade and Economics

Components and interconnections of competitiveness indicators of tourism business specialists

The article presents the results of the survey of specialists in the tourism business and identifies the components and interconnections of their competitiveness indicators.

It was established that based on the results of the content components of the factor analysis, the variables, which determine the leading factors of the internal structure of the competitiveness of tourism business specialists, are distinguished by informative factor loadings.

It is proved that the complex of indicators of research methods of the structure of competitiveness of specialists in tourism business consists of five factors, with the corresponding title on the advantage of weighty variables: F-1 – motivational; F-2 – professional; F-3 – typological; F-4 – social; F-5 – individual psychological. The system of functional interaction of the constituent structural components involves the reciprocal of their regulation, when the weakening of one component implies the intensive functioning of others, aimed at the development and maintenance of homeostasis and the stability of the functioning of the competitiveness structure of tourism business professionals.

Key words: components, interconnections, indicators, competitiveness, specialists, tourism business

Постановка проблеми

З'ясовано, що серед населення країни спостерігаються суперечливі тенденції – поряд із бажанням займатись підприємницькою діяльністю панує страх можливих невдач у цій діяльності, а також зневіра у своїх силах щодо конкурентоспроможності.

За результатом аналізу наукових джерел щодо методичних підходів дослідження конкурентоспроможності особистості встановлено, що значна кількість індивідуально-психологічних характеристик, властивостей, утворень та станів, які визначаються при дослідженні конкурентоспроможності підприємців, а також неоднаковий їх прояв у різних осіб, свідчить про можливість і необхідність з'ясування кількісних і якісних показників конкурентоспроможності підприємців, що зумовлюють професійно важливі якості, а з іншого – вказує на необхідність комплексного підходу в дослідженні психодіагностики, а також формування і розвитку індивідуально-психологічних властивостей, які сприяють конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Наукові дослідження конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності висвітлено в економічних джерелах (М. Бойко, А. Мазаракі, В. Лагутін, С. Пахомов, І. Савчук, Т. Ткаченко) і в психологічній літературі – в роботах Л. Карамушки (конкурентоспроможність команд), С. Москаленка (конкурентоспроможність персоналу), І. Глибокої (конкурентоспроможність учнів), Л. Галаган, щодо індивідуально-психологічних особливостей розвитку конкурентоспроможності безробітних – майбутніх підприємців, В. Корсакевич, яка розглядає психологічні особливості розвитку конкурентоспроможності викладацького персоналу ВНЗ приватної форми власності [2, 4, 5, 10].

Не вирішені раніше частини загальної проблеми

У структурі загальних проблем дослідження конкурентоспроможності підприємців свідчить, що автори в основному зосереджували увагу на тих чи інших рисах, притаманних підприємницькій діяльності.

Не розв'язана раніше частина стосується особливостей формування та розвитку здібностей до конкуренції, незважаючи на актуальність саме цього питання.

Формулювання цілей статті

Метою статті є визначення за результатами факторного аналізу компонентів і взаємозв'язків показників конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження

Для визначення структури, спорідненості та змісту отриманих 53 показників, що спрямовані на дослідження особливостей конкурентоспроможності (КСП) фахівців туристичного бізнесу було проведено факторний аналіз. Технічно процедура факторного аналізу здійснювалася за допомогою статистичної програми SPSS 10.0 з використанням відомих статистичних критеріїв оцінки.

Факторний аналіз у роботі використано з метою узагальнення і групування показників методик, зниження кількості змінних та виокремлення змінних з найбільш вагомими факторними навантаженнями.

При цьому під фактором ми розуміємо показники методик (змінних), які визначають конкурентоспроможність фахівців туристичного бізнесу на мотиваційному, професійному, типологічному, соціальному та індивідуально-психологічному рівнях.

Факторному аналізу підлягали отримані емпіричні результати вимірів за допомогою 13 методик із 53 показників, які спрямовано на дослідження конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу, а саме: анкета «Рівень конкурентоспроможності», «Інтегральна оцінка КСП фахівців туристичного бізнесу», «Мотиви підприємництва», «Діагностика особистості на мотивацію до успіху», «Тест загальних здібностей до підприємницької діяльності», експертна оцінка «Адаптаційна мобільність», «Тест на стресостійкість», «Психологічна структура темпераменту», «Вольова саморегуляція», «Дослідження характерологічних тенденцій», «Оцінка

комунікативних та організаторських здібностей», «Фрайбургський багатофакторний опитувальник», «Тест дослідження рівня домагань Шварцландера» [1, 3, 6, 7, 8, 9, 11].

У підсумку, за результатом факторного аналізу визначено 5 груп чинників, що зумовлюють внутрішню структуру конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу, за вагомістю окремих показників. Отримані величини факторної ваги й коефіцієнта дисперсії свідчать про їхній високий рівень і можливості щодо подальшої інтерпретації отриманих результатів.

Отже встановлено, що за результатами аналізу змісту складових сформовано п'ять груп факторів у відповідності з загальноприйнятими критеріями значущості величин факторного навантаження (не менше 0,4). Так, до першого фактора (F-1) увійшла 41 змінна. У порядку зменшення факторної ваги до F-1 відносяться: мотивація до успіху (0,8428); конкурентоспроможність (0,8156); цілеспрямованість і рішучість (0,8226); комерційний успіх (0,8315); ініціативність та активність (0,8302); інноваційність та ризик (0,8265); розумний ризик (0,8231); свобода і незалежність (0,8229); потреба в незалежності (0,8182); потреба в подальшому розвитку (0,8019); інтегральна оцінка стресостійкості (0,1824); конструктивні способи долаття стресу (0,7796); наполегливість (0,7371); адаптаційна мобільність (0,7249); рівень домагань (0,7244); організаційні здібності (0,7242); самовладання (0,7219); самореалізація (0,7133); комунікабельність (0,7039); групова незалежність (0,6512); вольовий самоконтроль (0,6451); повага і самоповага (0,6422); емоційна стійкість (0,6361); незалежність (0,6319); здатність до співпрацюючий (0,6219); комунікативні здібності (0,6219); пластичність (0,5026); спонтанна агресивність (0,5674); реакція на обставини (0,4619); схильність усе вдосконалювати (0,4341); авторитарність (0,4241); помірність (0,4341); відкритість (0,4496); урівноваженість (0,4027); швидкість реакції (0,4024).

У підсумку за смисловим і факторним навантаженням показників, що увійшли

до F-1, їх можна інтерпретувати як мотиваційний компонент внутрішньої структури конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу.

Так, найбільша факторна вага значиться за показниками мотивації до успіху (0,8428) (методика Т. Елерса) та за безпосередніми мотивами (0,8315-0,8265) (методика «Мотиви підприємництва»). Окрім того, за результатами тесту «Загальні здібності до підприємницької діяльності» найбільш вираженими виявилися такі показники шкал, як: розумний ризик (0,8231), цілеспрямованість і рішучість (0,8226), потреба в незалежності і подальшому розвитку (відповідно 0,812 і 0,8019) та показник адаптаційної мобільності (0,7249), що підтверджує назву F-1, як мотиваційний фактор [4, 9].

Щодо факторної ваги показників стресостійкості, то з'ясовано, що інтегральна оцінка стресостійкості спостерігається на рівні (0,7824), конструктивні способи додання стресу (0,7796), реакція на обставини (0,4619), схильність усе вдосконалювати (0,4341) і деструктивні способи додання стресу (0,4267). При цьому за методикою «Оцінка психологічної структури темпераменту» факторні вагові значення виявлено на таких рівнях: активність (0,7026), емоційна стійкість (0,6361), практичність (0,5026), швидкість реакцій (0,4024), а за методикою «Оцінка вольової саморегуляції» наполегливість має факторну вагу (0,7371), самовладання (0,7219) і вольовий самоконтроль (0,6451). За показниками соціальної сфери найбільш вагомими виявилися організаторські та комунікативні здібності (відповідно 0,7242 і 0,6219) за методикою «КОЗ». Окрім того, за методикою «Дослідження характерологічних тенденцій» найбільш вагомими визначено такі переважаючі типи відносин, як: незалежність (0,6319), співпрацюючий (0,6249), прямолінійний (0,5219), помірний (0,4341), авторитарний (0,4241) [1, 3, 9, 11].

Щодо показників «FPI», то найбільш вираженими за факторною вагою виявилися комунікабельність (0,7039) спонтанна агресивність (0,5674), відкритість

(0,4496). При цьому за «Тестом Шварцландера» оцінка індивідуальних можливостей за шкалою рівня домагань факторна вага досягла (0,7244) [8, 9].

У підсумку, за смисловим навантаженням змінних, що увійшли до F-1, цей фактор і отримав назву «Мотиваційний компонент внутрішньої структури конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу». Такий висновок підтверджується найбільшою факторною вагою показників методик, які спрямовані на дослідження мотиваційною сфери, а саме: суттєва виражена факторна вага за методикою «Мотивація до успіху» (0,8428), а також безпосередніх мотивів підприємництва за показниками комерційного успіху (0,8315), ініціативності та активності (0,8302), інноваційності та ризику і свободи та незалежності (0,8265 і 0,8229). Окрім того, на достатньо високому рівні спостерігалася і вага опосередкованих мотивів за шкалами: самореалізації (0,7133), групової незалежності (0,6512) та поваги і самоповаги (0,6422) [4, 9].

Водночас визначені досить вагомі факторні навантаження і за змінними, які характеризують здібності до підприємницької діяльності, такі як: цілеспрямованість і рішучість, розумний ризик, потреба в незалежності, а також адаптаційна можливість. Висока факторна вага за інтегральною оцінкою стресостійкості, емоційною стійкістю, активністю та конструктивних способів додання стресів, показників вольового самоконтролю, самовладання, вагомими позитивні чинники мотиваційного фактора, за соціальною складовою F-1 має високий рівень факторних навантажень, організаційні та комунікативні здібності, з переважаючими типами відносин співпрацюючий, незалежний, прямолінійний, авторитарний [1, 4, 9].

При цьому з суттєвою факторною вагою до F-1 увійшли показники індивідуально-психологічних особливостей, такі як: рівень домагань, комунікабельність, спонтанна агресивність і відкритість. Таким чином, за вираженістю факторної ваги показників конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу встановлено

41 змінну, що, на наш погляд, визначає переважну сукупність мотиваційних характеристик (F-1) та включає показники професійної, типологічної, соціальної та індивідуально-психологічної сфер особистості, з коефіцієнтом варіації – 9%, що свідчить про високий рівень достовірності отриманих результатів [8, 9].

За результатами аналізу 38 змінних, що увійшли до другого фактора (F-2), інтерпретуємо його як професійний, що вимірюється функціональним навантаженням аналізу анкети «Оцінка конкурентоздатності» за показниками, даних «Тесту загальних здібностей до підприємницької діяльності» та «Адаптаційної мобільності». Найбільш вагомими факторами F-2 виявилися такі професійно значимі в туристичному бізнесі: конкурентоздатність (0,8503) цілеспрямованість і рішучість (0,8449), потреба у подальшому розвитку (0,8424), адаптаційна мобільність (0,8345), потреба у незалежності (0,8319), розумний ризик (0,8148) та схильність до творчості (0,8024). Достатньо вираженими у структурі F-2 виявилися показники безпосередніх мотивів підприємницької діяльності – свободи й незалежності (0,8202), комерційного успіху (0,8124), інноваційності й розвитку (0,8027), ініціативності та активності (0,7929), а також мотивація до успіху (0,7219) та окремі змінні опосередкованих мотивів підприємницької діяльності, такі як: самореалізація (0,7024), групова незалежність (0,6027), повага і самоповага (0,5119) [4, 6, 7].

Показники стресостійкості та психологічної структури темпераменту, що увійшли до F-2, за факторною вагою виявилися на досить високому рівні за показниками інтегральної оцінки стресостійкості (0,7719), активності (0,7711), конструктивних способів додання стресу (0,7649), з реакцією на обставини (0,4811). При цьому наполегливість, самовладання і вольовий самоконтроль визначено на рівні (0,7116; 0,6126 і 0,5024) [11].

Комунікативна сфера та тип відносин з характерологічними тенденціями теж відіграють суттєву роль у внутрішній структурі конкурентоспроможності фахів-

ців туристичного бізнесу за компонентом F-2. Про що свідчать вагомі факторні навантаження таких змінних, як: організаційні та комунікативні здібності (0,7019 і 0,6011), а також типи відносин: незалежний (0,6017), співпрацюючий (0,6010), прямолінійний (0,5129), недовірливий (0,5442), авторитарний (0,4024). Серед індивідуально-психологічних властивостей вагомими змінними, що доповнюють F-2, є рівень домагань (0,7117), комунікабельність (0,7026), спонтанна агресивність (0,5426), відкритість (0,4373), урівноваженість (0,4261) [1].

Таким чином, за вираженістю факторної ваги психодіагностичних показників загальних здібностей до підприємницької діяльності встановлено 38 змінних, що визначають сукупність професійних характеристик фахівців туристичного бізнесу і за такими вагомими показниками: конкурентоспроможність, потреба у подальшому розвитку, цілеспрямованість і рішучість, адаптаційна мобільність, потреба в незалежності, розумний ризик, потреба у подальшому розвитку з коефіцієнтом варіації цього фактора – 13%, що дає підстави називатися професійним.

Тобто 38 виокремлених за факторною вагою показників, що сформували F-2, характеризують професійний компонент особистості у структурі конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу.

До F-3 увійшло 37 змінних з істотною факторною вагою. Так, за «Тестом на стресостійкість» з'ясовано, що із шести показників за чотирьома спостерігаються достатньо вагомі факторні навантаження: інтегральна оцінка стресостійкості (0,8124), конструктивні способи додання стресу (0,7649), реакція на обставини (0,5217), схильність усе вдосконалювати (0,4291). Показники усіх п'яти шкал психологічної структури темпераменту містять факторну вагу (0,7-0,8), а саме: емоційна стійкість (0,7878), активність (0,7624), швидкість реакції (0,7519), пластичність (0,7419), екстраверсія (0,7342) [11].

Окрім того, емоційно-вольовий компонент F-3 включає вольову саморегуляцію (0,7516), наполегливість (0,7428), самовла-

дання (0,7319). Отже потрібно зазначити, що до структури типологічного компонента F-3 з достатньо вагомими факторними навантаженнями (0,5-0,7) увійшло шість із десяти змінних мотиваційної сфери: комерційний успіх, інноваційність та ризик, ініціативність та активність, мотивація до успіху, свобода і незалежність, самореалізація. F-3 також доповнюють і показники професійного спрямування, що виражають: конкурентоздатність, цілеспрямованість та рішучість, потребу у подальшому розвитку, незалежність, розумний ризик поряд із достатньо високою факторною вагою адаптаційної мобільності. При цьому достатньо вагомими у структурі F-3 виявилися окремі індивідуально-психологічні властивості, такі як: урівноваженість, емоційна стійкість, екстраверсія, рівень особистих домагань, комунікабельність [9].

Встановлено, що у загальному вигляді змістовний аналіз показників методик, які увійшли до F-3, доцільно інтерпретувати як типологічний компонент конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу. Про це свідчить той факт, що група показників, які увійшли до структури цього фактора, пов'язана зі стресостійкістю, емоційно-вольовою сферою, які зумовлені у першу чергу типологічними властивостями особистості, такими як: емоційна стійкість, активність, швидкість реакції, пластичність, екстраверсія. Окрім того, типологічний фактор підтверджується ваговим рівнем прямих показників стресостійкості: у першу чергу такими, як: загальний рівень стресостійкості за її інтегральною оцінкою, спрямованість на конструктивні способи розв'язання стресогенних ситуацій. Про це свідчать також показники вольової саморегуляції, наполегливості та самовладання [9, 11].

Таким чином доведено, що 38 змінних характеризують типологічний компонент (F-3) конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу з коефіцієнтом варіації 14%, що підтверджує високий рівень достовірності змістовних характеристик визначеного компонента.

За результатами аналізу 35 змінних, що увійшли до F-4, ми інтерпретуємо його як

соціальний фактор, що вимірюється показниками методики Т. Лірі, факторна вага яких визначена у межах (0,4-0,8), а саме: незалежний (0,8311), співпрацюючий (0,7119), авторитарний (0,6211), недовірливий (0,5541), прямолінійний (0,5426), помірний (0,4024). При цьому найбільш вагомими у структурі F-4 виявилися такі змінні, як: організаційні здібності (0,8523) та комунікативні здібності (0,8262). Окрім того, достатньо високі рівні у структурі F-4 виявилися за мотиваційною сферою: мотивація до успіху (0,8024), комерційний успіх (0,7526), рівень конкурентоспроможності (0,7419), інноваційність та ризик (0,7315) ініціативність та активність (0,7236), свобода і незалежність (0,7156), самореалізація (0,6415), групова незалежність (0,6182), повага і самоповага (0,5119), вимушеність (0,5113 блоку здібностей до підприємницької діяльності найбільш вираженими виявилися: потреба у незалежності (0,7111), потреба у подальшому розвитку (0,7042), розумний ризик (0,7024) і адаптаційна мобільність (0,7116) [1, 7].

Щодо типологічної сфери особистості, то найбільш вагомими у структурі F-4 виявилися показники інтегральної оцінки стресостійкості (0,7629), активності (0,7011), конструктивні способи долаття стресу (0,6415), наполегливості (0,6311), самовладання (0,5611) і вольовий самоконтроль (0,5217). При цьому індивідуально-психологічні показники виявилися на такому рівні факторної ваги, як: комунікабельність (0,7117), спонтанна агресивність (0,5419) і рівень особистих домагань (0,6619).

Таким чином доведено, що за 35 показниками, які мають істотні факторні навантаження у межах (0,4-0,7), сформовано F-4, який змістовно розкриває соціальну сферу особистості як один із важливих компонентів конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу з коефіцієнтом варіації 19% [1].

F-5 наповнено змінними, які характеризують індивідуально-психологічні особливості за шкалами FPI конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу,

а саме: екстраверсія/інтроверсія (0,7624), емоційність/лабільність (0,7419), урівноваженість (0,7245), комунікабельність (0,7262) та індивідуальний рівень домагань (0,7519). Окрім того, у структурі F-5 суттєво виражені на рівні (0,6-0,7) вагові значення показників мотиваційної сфери: інноваційність та ризику (0,7288), конкурентоздатність (0,7294), ініціативність та активність (0,7189), свобода і незалежність (0,7087), комерційний успіх (0,7029), мотивація до успіху (0,6028). Щодо показників професійного компоненту, то вони у структурі F-5 найбільш виражені факторною вагою за такими шкалами тесту загальних здібностей до підприємницької діяльності: цілеспрямованість і рішучість (0,7449), потреба у подальшому розвитку (0,7319), адаптаційна мобільність (0,7347), конкурентоспроможність (0,7294), розумний ризик (0,7015), потреба у незалежності (0,7014), схильність до творчості (0,5419) [8, 9].

При цьому показники, що характеризують типологічний компонент у структурі конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу, мають високий рівень факторної ваги за такими шкалами, як: загальна оцінка стресостійкості (0,7384), конструктивні способи долаання стресу (0,7217), емоційна стійкість (0,7174), пластичність (0,7078), активність (0,7024), екстраверсія (0,7029), вольовий самоконтроль (0,7229), самовладання (0,7082) і наполегливість (0,7024).

Окрім того, визначено показники соціального фактора, що доповнюють фактор F-5, за такими індивідуально-переважаючими типами відноси, як: авторитарність (0,7242), незалежність (0,7035), прямолінійність (0,6216), співпраця, з вагомими показниками комунікативних (0,6414) й організаторських здібностей (0,6249) [1].

Таким чином встановлено, що за вираженістю факторної ваги показників психодіагностики конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу виокремлено 32 змінних, що представляють сукупність індивідуально-психологічних властивостей особистості й, окрім того, включають

показники мотиваційної, професійної, типологічної та соціальної сфер особистості.

Визначено, що за результатами факторного аналізу кожен із п'яти факторів є провідним компонентом у структурі конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу і мають свої змістовні характеристики [1, 3, 6, 7, 8, 9, 11].

Висновки

Визначено, що перший фактор у структурі конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу зосередив у собі 41 показник з факторними навантаженнями переважно мотиваційної сфери та внутрішніми компонентами на професійному, типологічному, соціальному й індивідуально-психологічному рівнях, з коефіцієнтом варіативності 9%.

Другий компонент конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу розглядається як професійний, що включає 38 змінних з коефіцієнтом варіації 13%.

Третій фактор трактується нами як типологічний, що у першу чергу визначається показниками стресостійкості, психологічної структури темпераменту та рівнем вольової саморегуляції, а також включає мотиваційний, професійний та індивідуально-психологічний компонент – усього 37 змінних з коефіцієнтом варіації 14%.

Четвертий фактор, який сформував соціальну сферу конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу, включає 35 вагомих показників з коефіцієнтом варіації 19%.

П'ятий фактор – індивідуально-психологічний, що у структурі конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу зосередив у собі 32 змінних з коефіцієнтом варіації 22%.

Отже, за результатами обстеження фахівців туристичного бізнесу за комплексом інформативних психодіагностичних методик проведено факторний аналіз. Встановлено, що за підсумком змістовних компонентів факторного аналізу виокремлено за інформативними факторними навантаженнями змінні, які зумовлюють

провідні фактори внутрішньої структури конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу. Доведено, що структура конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу складається з п'яти факторів, з відповідною назвою за пріоритетом вагомих змінних: F-1 – мотиваційний; F-2 – професійний; F-3 – типологічний; F-4 – соціальний; F-5 – індивідуально-

психологічний. Система функціональної взаємодії складових структурних компонентів припускає їх реципрокную регуляцію, коли послаблення одних компонентів припускає інтенсивне функціонування інших, що спрямовано на розвиток і підтримку гомеостазу та стабільність функціонування структури конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу.

Література

1. Бодров В.А. Практикум по диференціальній психодіагностики професіональної придатності / В.А. Бодров // Навч. посібник / М.: 2003. – С. 724-729.
2. Галаган Л.В. Психологічні особливості розвитку конкурентоздатності безробітних майбутніх підприємців : дис. ... канд. психол. наук: 19.00.10 / Галаган Лариса Володимирівна; наук. кер. Філь О. А. ; Ін-т психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. – Київ, 2013. – 342 с. : табл., рис. – Бібліогр.: С. 207-242.
3. Ільїн Є.П. Диференційна психофізіологія / Є.П. Ільїн // СПб.: Пітер, 2001. – 464 с.
4. Карамушка Л.М. Мотивація підприємницької діяльності /Л.М. Карамушка, Н.Ю. Худякова // Монографія / К. : – Львів: Сполом, 2011. – С. 182-185.
5. Мазаракі А.А., Максименко С.Д. Підприємництво: психологічні, організаційні та економічні аспекти : навч. посіб. / С.Д. Максименко, А.А. Мазаракі, Л.П. Кулаковська, Т.Ю. Кулаковський. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 720 с.
6. Подоляк Л.Г. Психологія вищої школи: Навчальний посібник для магістрантів і аспірантів / Подоляк Л.Г., Юрченко В.І. – К.: ТОВ «Філ-студія», 2006. – 320 с.
7. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва / Ю.Ф. Пачковський // Навчальний посібник. – Львів. 2001. – С. 41-47.
8. Пашукова Т.І Психологічне дослідження: Практикум по загальній психології для студентів / Пашукова Т. І., Допира А. І., Д'яконов Г. В. // Навч. посібник // – М.: Вид-во «Інститут практичної психології», 1996.
9. Райгородський Д. Практична психодіагностика /Д. Райгородський // М.: – Самара: 2008. – 672 с.
10. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : Монографія / [Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Бойко М.Г. та ін.] / за ред. А.А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ. – 2010. – 569 с.
11. Щербатих В.Ю. Психологія стресу та методи корекції / Ю.В. Щербатих // – СПб.: Пітер, 2006. – 256 с.