

УДК 159.9:316.476:338.48

Жовнер В.Ю.

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАХІВЦІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Жовнер В.Ю. Наукові підходи до вивчення конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу. Аналіз літературних джерел свідчить про «міждисциплінарність» проблеми конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу, доцільність застосування комплексного підходу та виділення економічного і психологічного напрямів її дослідження.

За результатами системного теоретичного аналізу з'ясовано, що проблеми психологічних умов розвитку конкурентоспроможності майбутніх фахівців туристичного бізнесу є недостатньо розробленими, у прямій постановці не розглядались, що зумовило необхідність формування нового підходу до вивчення психологічних умов розвитку конкурентоспроможності майбутніх фахівців туристичного бізнесу.

Ключові слова: наукові підходи, конкурентоспроможність, особистість, фахівці туристичного бізнесу, умови, розвиток.

Жовнер В.Ю. Научные подходы к изучению конкурентоспособности специалистов туристического бизнеса. Анализ литературных источников свидетельствует о «междисциплинарности» проблемы конкурентоспособности специалистов туристического бизнеса, целесообразности применения комплексного подхода и выделения экономического и психологического направлений ее исследования.

По результатам системного теоретического анализа выяснено, что проблемы психологических условий развития конкурентоспособности будущих специалистов туристического бизнеса недостаточно разработаны, в прямой постановке не рассматривались, что обусловило необходимость формирования нового подхода к изучению психологических условий развития конкурентоспособности будущих специалистов туристического бизнеса.

Ключевые слова: научные подходы, конкурентоспособность, личность, специалисты туристического бизнеса, условия, развитие.

Постановка проблеми. Споживач надає перевагу туристичним підприємствам з більш високим рівнем конкурентоспроможності, тому особливе місце серед завдань розвитку і підвищення рівня сфери туристичного обслуговування займають саме психологічні умови розвитку конкурентоспроможності майбутніх фахівців туристичного бізнесу, які набувають значущості ще на ранніх курсах навчання у профільних навчальних закладах.

Розвиток туризму в Україні суттєво впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, що є одним із найбільш перспективних напрямків структурної перебудови економіки.

Підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств, як основи їх конкурентоспроможності, значною мірою залежить від наявності висококваліфікованих кадрів, які б працювали продуктивно, якісно, відповідально і могли забезпечити параметри виробничих процесів відповідно до зростаючих вимог сьогодення. Саме недостатні професійні якості персоналу більшості туристичних підприємств є причиною низької продуктивності праці у галузі та призводять до значних недоліків в системі організації праці [1; 3; 8; 9–11].

З іншого боку, низька конкурентоспроможність фахівців туристичного бізнесу є наслідком відсутності достатніх інвестицій у людський капітал на макро-, мікро- та індивідуальному рівнях [4].

Тому розробка ефективного механізму підвищення конкурентоспроможності персоналу туристичного бізнесу потребує обґрунтування та ретельного дослідження комплексу соціально-психологічних і економічних чинників, які впливають на її формування [4; 11].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку конкурентоспроможності постійно перебувають у центрі уваги науковців: А. Колота, В. Дієсперова, В. Савченка, Д. Богині, Е. Лібанової, Л. Карамушки, О. Грішної, О. Смірнова, Р. Фатхутдінова, С. Сотнікової, С. Семікіної, С. Цимбалюка, С. Максименка та ін. Зокрема, у їхніх працях розглядаються загальні теоретико-методологічні засади формування економічних умов конкурентоспроможності, управління розвитком персоналу, підготовки та підвищення кваліфікації працівників, визначення сутності, критеріїв та показників професійного змісту конкурентоспроможності персоналу.

Окремі аспекти розвитку конкурентоспроможності стали предметом уваги науковців (В. Герасименко, Л. Агафонова та ін.), зокрема особливості конкурентоспроможності підприємств у сфері туристичного бізнесу (І. Михайліченко, М. Мальська), розвиток персоналу в туристичному бізнесі (С. Мельниченко, Т. Стоянова), підвищення кваліфікації туристичних кадрів (Н. Фоменко, Н. Цехмістров та ін.), підготовка спеціалістів для сфери туристичного бізнесу (М. Риндач, Т. Ткаченко). Водночас, дослідження більшості науковців не стосуються психологічного змісту вивчення структури чинників, які створюють передумови для підвищення конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу [1; 2; 3; 7; 10–12].

Важливість, актуальність і недостатня розробленість проблеми, суспільна та наукова необхідність її розв'язання зумовили вибір теми статті.

Мета статті: здійснити аналіз літературних джерел стосовно наукових підходів щодо проблем вивчення конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу.

Завдання дослідження: на підставі теоретичного аналізу проблеми конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу узагальнити визначення, основні напрями і ступінь її розробленості.

Виклад основного матеріалу та результатів дослідження. Аналіз наукової психологічної літератури і сучасної освітньої практики показує, що недостатньо розробленими залишаються питання конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу.

Однією з передумов успішного функціонування будь-якого виробництва є раціональне використання персоналу, яке розглядається як один з найважливіших стратегічних чинників, що сприяє успішності реалізації цілей підприємства. Від рівня кваліфікації, професіоналізму та інших якісних характеристик фахівців залежать конкурентні переваги підприємств на ринку і, безумовно, конкурентоспроможність галузей та економіки держави загалом [4; 6].

Сучасні підходи до розуміння конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу ґрунтуються на врахуванні того, що вона є вирішальним фактором, який формує конкурентоспроможність підприємства, а також здатність конкурувати на ринку праці та реалізовувати свій потенціал на конкретному підприємстві [1; 5; 8].

На основі узагальнення наукових підходів до з'ясування сутності конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу її можна визначити як агреговану сукупність психологічних та освітньо-кваліфікаційних властивостей усіх працівників підприємства, що дають їм можливість забезпечувати високу ефективність діяльності в умовах мінливості ринкового середовища. Ця конкурентоспроможність забезпечується за рахунок високого рівня професіоналізму і компетентності, особистих якостей, інноваційного і мотиваційного потенціалу персоналу [1; 3; 6; 10–12].

На наш погляд, конкурентоспроможність фахівців туристичного бізнесу є свого роду похідною від процесів формування їх кадрового потенціалу, а також чинників, що зумовлюють розвиток людського капіталу загалом. Адже характеристики кадрового потенціалу, зокрема їхня якісна частина, значною мірою переплітаються із критеріями, на основі яких визначають рівень конкурентоспроможності працівників.

Так, за твердженням К. Забавіної, найбільш вагомими ознаками кадрового потенціалу є володіння необхідною професійною підготовкою, сформованими компетенціями, що відповідають вимогам виробництва та забезпечують здійснення трудового процесу на високому якісному рівні; рівень відповідальності, мотивації, культури праці та цільові установки на самореалізацію, професійне і кар'єрне зростання; зацікавленість у стабільному розвитку виробництва, підвищенні його ефективності, налаштування на партнерство і соціальний діалог. Усе це входить до групи основних критеріїв конкурентоспроможності фахівців [6].

Тому забезпечення підвищення конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу безпосередньо пов'язано із процесами інвестування у людський капітал та формуванням соціально-економічних умов, необхідних для збереження й розвитку професійних характеристик працівників.

Водночас, кількісні характеристики кадрового потенціалу також визначають певні передумови для розвитку його конкурентоспроможності. Адже вони є своєрідним базисом для подальшого розвитку якісних характеристик.

Як стверджує О. Смірнова, на формування й підвищення конкурентоспроможності фахівців промислових підприємств з різною силою, спрямованістю та інтенсивністю впливають як внутрішні чинники, пов'язані з особливостями трудового потенціалу особистості, так і різноманітні зовнішні чинники, що діють за межами індивіда на мікро-, мезо-, макро- та міжнародному рівнях. У результаті позитивного або негативного впливу тих чи інших чинників конкурентні переваги працівників стихійно або цілеспрямовано змінюються (нарощуються або зникають), призводячи до розвитку конкурентоспроможності фахівців у цілому. Виходячи з такого підходу, підвищення конкурентоспроможності розглядається в сукупності внутрішніх чинників (на рівні особистості) і зовнішніх чинників (поза межами індивіда). Окрім того, макро- та мезоекономічні чинники мають першочергове значення у контексті формування та розвитку конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу. Саме макросередовище визначає умови, в яких відбувається первинне формування кількісних і якісних характеристик кадрового потенціалу туристичних підприємств, причому не лише набутих, але й вроджених. Оцінюючи вплив цих чинників, можна сказати, що зростанню конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу сприяє збільшення попиту на робочу силу на ринку праці, зокрема висококваліфіковану, гнучкість в системі оплати праці і доходах, а головне – високий рівень системи освіти – галузі, які найбільше впливає на якісні характеристики людського капіталу [1; 6].

Як зазначає Л. Галаган [3], індивідуальні або особистісні фактори впливу на конкурентоспроможність безробітних-майбутніх підприємців передусім пов'язані з природними даними людини. Відповідно, до них можна віднести:

- психологічні характеристики: інтереси, потреби, комунікативність, мотиви, ціннісні орієнтації;
- моральні якості особи;
- стан здоров'я і фізіологічні характеристики;
- рівень освіти і професійної підготовки;
- ставлення до трудових обов'язків;
- дисциплінованість, самоконтроль;
- загальні (універсальні, ключові, «понадпрофесійні») і професійні (предметно-спеціалізовані)

компетенції [3].

За твердженнями С. Гаврилюк, індивідуальні характеристики людини є, насамперед, результатом її розвитку на етапі від народження і до повноліття. Визначальну роль у формуванні особистісних якостей відіграють сімейне, дошкільне та шкільне виховання і навчання, рівень добробуту домогосподарств, соціально-культурне середовище. Завдяки ним створюється психологічна та інтелектуальна основа для подальшого набуття людиною професійних компетенцій [2; 4].

Оцінюючи роль і тісний зв'язок чинників людського розвитку і конкурентоспроможності, необхідно відзначити, що набуття конкурентних переваг значною мірою визначається певними зовнішніми умовами: станом ринку праці, а також регіоном, місцевістю, де відбувається трудова діяльність працівника [2; 4].

На думку Т. Ткаченко, підготовка висококваліфікованих менеджерів для підприємств сфери туризму є ключовим у ланцюгу важелів механізмів підвищення якості обслуговування, ефективної системи управління якістю і забезпечення конкурентоспроможності підприємств галузей сфери туристичних послуг на вітчизняному та міжнародних ринках. В умовах ринкової економіки конкуренція є головним результатом суспільного виробництва. Вона підпорядковує і спрямовує діяльність усіх суб'єктів ринку, виступає природним регулятором попиту та пропозиції на товари та послуги і є об'єктивним законом, який примушує найефективніше використовувати задіяні у виробничому процесі економічні ресурси, які формує власник і пропонувати на ринку більш дешеві та якісні порівняно з конкурентами товари та послуги [11; 12].

Відомо, що конкуренція можлива там, де існує значне перевищення пропозиції над попитом, а головним суб'єктом є покупець. На таких ринках пропонують товари високої якості, забезпечений високий рівень обслуговування. У цьому випадку на перемогу може розраховувати лише те підприємство, яке матиме достатньо міцне становище на ринку порівняно з конкурентами [11; 12].

Конкурентоспроможність туристичної галузі визначається наявністю у неї економічних, організаційних та технічних умов для формування, виробництва та збуту туристичного продукту високої якості, що задовольняє потреби певної групи споживачів. Вона досягається як за рахунок конкурентних переваг підприємств, так і за рахунок їх взаємодії.

Конкурентоспроможність підприємств туристичної індустрії можна класифікувати за різними ознаками. Ринкова ситуація дуже динамічна, та рівень конкурентоспроможності доцільно розглядати з позицій потенційного, поточного, динамічного конкурентних статусів. Залежно від періоду, за який вона визначається, можна виділити такі види конкурентоспроможності [11; 12]:

- 1) статична – характеризує конкурентні переваги туристичних підприємств на певну дату;
- 2) динамічна – характеризує конкурентні переваги туристичних підприємств за певний проміжок часу;
- 3) потенційна – характеризує значну потенційну здатність туристичних підприємств витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними підприємствами в умовах конкурентного ринку в майбутньому [11; 12].

За науковими поглядами Г. Михайліченко [10], майбутнє туристичного бізнесу залежить від того, чи досягне він галузевої конкурентоспроможності, що означає вміння генерувати і утримувати прибуток у своєму секторі економіки навіть за мінливих умов. Досягнення такого рівня конкурентоспроможності є чи не єдиною можливістю гарантувати те, що прибуток, зайнятість і навколишнє середовище будуть збережені і захищені краще за все на користь тих, хто зайнятий в секторі туризму. Виконання цієї мети повинне забезпечити довгострокову перспективу процвітання індустрії туризму, за допомогою тривалого безперервного її розвитку; особливу увагу при цьому слід приділяти підготовці фахівців з орієнтацією на професійну кваліфікацію, яка зможе забезпечити професіоналізм при наданні послуг.

Конкурентоспроможність в туристичному бізнесі здійснюється за такими принципами:

- 1) відповідність навичок, що пропонує освітній процес, реальним потребам;
- 2) використання системи навчання в туризмі в потрібний момент;
- 3) гарантія максимальної ефективності і оптимального використання можливостей;
- 4) ведення резюмуючих перевірок якості, які дають можливість підтримувати навчальні програми на належному рівні [10].

Як стверджує Т. Сокол, якість кадрового потенціалу безпосередньо залежить від розвитку системи професійних навчальних закладів: їх матеріально-технічного оснащення; укомплектованості викладацькими кадрами; рівня і стандартів освіти в країні; взаємозв'язку освіти, науки і виробництва; обсягу виробничої практики; розвитку вузівської науки та залучення до неї студентів [1–3; 5].

Сформовані під впливом чинників макроекономічного середовища характеристики людського потенціалу реалізуються та розвиваються вже в умовах конкретних підприємств. Саме збереження й розвиток людського потенціалу є основою механізму підвищення конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу на мікрорівні.

На рівні підприємства діє сукупність економічних, фінансових, соціальних, організаційних, нормативно-правових, культурних та інших важелів. Водночас їх усіх можна об'єднати у дві групи: внутрішньоорганізаційні та внутрішньосистемні.

Виділення внутрішньоорганізаційних факторів дає змогу визначити, що розвиток фахівців туристичного бізнесу є складовою частиною туристичного підприємства і знаходиться у взаємодії з іншими системами управління. Крім того, необхідною умовою успішного функціонування підприємства є його баланс із зовнішнім середовищем – системою зовнішніх відносно організації ресурсів, сукупністю організацій, з якими підприємство знаходиться в стані взаємозалежності і конкуренції, а також з соціокультурним оточенням. Разом із цим, системна природа розвитку кадрового потенціалу зумовлює наявність внутрішньосистемних факторів, оскільки зміни в кожному її окремому елементі або їх сукупності призводять до змін у системі в цілому [4].

Важливим чинником підвищення конкурентоспроможності працівників підприємства є формування відповідної системи управління персоналом. Завданням останньої є не лише підбір необхідних кадрів, виявлення їх професійної придатності, але й формування компетентності працівників. Мова йде про створення сприятливих умов для розвитку загальних і професійних знань, умінь та практичних навичок, належної психологічної, моральної і економічної готовності фахівців туристичного бізнесу до продуктивної праці [1; 2; 4].

Українським важливим для розвитку конкурентоспроможності фахівців торговельного підприємства, на думку Л. Гармідера, є створення умов для реалізації професійних інтересів працівників, їх кар'єрного просування, раціональне використання компетенцій фахівців та підвищення ефективності системи мотивації праці. Адже набуті працівниками в процесі професійного навчання знання, уміння і практичні навички не принесуть ніякої користі підприємству, якщо робітники чи фахівці з вищою освітою не зацікавлені їх реалізувати з максимальною ефективністю [4].

За визначенням В. Андрєєвої, конкурентоспроможна особистість – це особистість, для якої характерне прагнення і здатність до високої якості та ефективності своєї діяльності, а також до лідерства в умовах змагальності, суперництва і напруженої боротьби зі своїми конкурентами.

Конкурентоспроможна особистість, як показали спеціальні дослідження вченого, це не одна якість, а інтегральна характеристика, що включає в себе наступні властивості і особливості особистості:

- високий рівень працездатності;
- прагнення до якісного кінцевого результату;
- стресостійкість, здатність долати труднощі;
- творче ставлення до справи, праці;
- прагнення до професійного самовдосконалення;
- здатність до прийняття відповідальних, часом ризикованих рішень;
- комунікабельність, здатність до кооперації, співпраці, співтворчості;
- здатність до швидкого освоєння нової справи; здатність до самоосвіти, самореалізації, саморозвитку [1; 3; 6].

Під конкурентоспроможністю О. Чупрова розуміла стратегічну якість особистості, що дозволяє їй бути більш пріоритетною серед інших в умовах конкуренції, при цьому «вигідними відмінностями» такого фахівця є високий рівень самостійності і гнучкості мислення, педагогічної рефлексії, стресостійкості і потреби в успішній діяльності [1; 3; 6].

Так, автори Д. Богиня, Л. Лісогор, М. Семикіна, І. Цветкова конкурентоспроможність розуміють як сукупність якісних, професійних та вартісних характеристик специфічного товару «робоча сила», що задовольняють вимоги попиту на сучасному ринку праці – змістовний підхід [1; 6; 9].

Конкурентоспроможність робочої сили (персоналу) Н. Глевацька, О. Цимбал, О. Грошелева, О. Смірнов розглядають як здатність робочої сили через конкурсний вид трудової діяльності забезпечувати себе умовами для реалізації особистих економічних та соціальних інтересів – функціональний підхід. Недоліком цього підходу є неповнота властивостей, які забезпечують конкурентоспроможність [2; 4].

Ряд таких науковців, як В. Коломієць, Т. Хлопова, А. Шабурова та ін., вважають, що конкурентоспроможність персоналу – це сукупність джерел конкурентних переваг та характеристик ступеня розвитку трудового потенціалу підприємства – порівняльний підхід [5; 6].

Для можливості оцінювання конкурентоспроможності персоналу А. Мазаракі та С. Максименко виділяють дані ознаки в наступні групи:

- природно-біологічні: вік, стан здоров'я, професійна придатність, працездатність, вправність;
- освітньо-професійні: загальна освіта, професіоналізм, виробничий досвід, стаж роботи;
- соціально-мотиваційні: вмотивованість, інтереси, морально-етичні та психологічні цінності, ставлення до роботи [9].

За висновками М. Семикіної та Н. Глевацької, серед умов посилення конкурентоспроможності персоналу на ринку важливого значення набувають такі складові конкурентоспроможності персоналу підприємства, як освіта, професійні знання, уміння та практичні навички; відповідність психофізіологічних і соціально-психологічних особливостей людини вимогам професії [5].

Таким чином, розвиток конкурентоспроможності персоналу є результатом дії багаторівневої системи чинників. Їх систематизація показала, що ключовими передумовами забезпечення конкурентних переваг працівників є зростання державних і приватних інвестицій у людський капітал, наявність дієвих стимулів до праці і кар'єрного зростання, постійне навчання кадрів.

Отже, знання про рівень конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу необхідні для оцінки перспектив розвитку, а також для ефективної організації управління персоналом. З позиції працівника рівень його конкурентоспроможності є показником його становища на підприємстві та можливості працевлаштування за його межами.

Тим самим, в умовах ринкової економіки, посилення конкуренції, на ринку важливого значення набувають такі складові конкурентоспроможності персоналу підприємства, як освіта, професійні знання, уміння та практичні навички; відповідність психофізіологічних і соціально-психологічних особливостей людини вимогам професії. Визначення домінуючих чинників та їх належна оцінка дають змогу удосконалити систему управління персоналом, обрати оптимальні для умов кожного окремого підприємства підходи мотивації працівників до ефективної роботи і професійного зростання, а також обґрунтувати загальну стратегію розвитку конкурентоспроможності.

Висновки. Аналіз літературних джерел свідчить про «міждисциплінарність» проблеми конкурентоспроможності фахівців туристичного бізнесу, доцільність застосування комплексного підходу та виділення економічного і психологічного напрямів її дослідження.

Конкурентоспроможність персоналу туристичного бізнесу визначається не тільки рівнем освітньої або професійної підготовки, стажем роботи, ступенем задоволеності працівником своєю працею, а й відповідністю психофізіологічних та соціально-психологічних особливостей людини до вимог зайнятого нею робочого місця чи посади.

За результатами системного теоретичного аналізу з'ясовано, що проблеми психологічних умов розвитку конкурентоспроможності майбутніх фахівців туристичного бізнесу виявились недостатньо розробленими, у прямій постановці не розглядались, що зумовило необхідність формування нового підходу до психологічних умов розвитку конкурентоспроможності майбутніх фахівців туристичного бізнесу.

Перспективи подальших досліджень. На підставі теоретичного аналізу обґрунтувати методичні підходи психодіагностичного інструментарію, розробити емпіричну модель дослідження психологічних умов розвитку конкурентоспроможності майбутніх фахівців туристичного бізнесу і розкрити змістовні компоненти конкурентоспроможності як детермінанти психологічних умов її розвитку.

Список використаних джерел

1. Агафонова Л.Г. Визначення конкурентоспроможності туристичного продукту / Л.Г. Агафонова // Стратегія розвитку туристичної індустрії та громадського харчування: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (25–26 жовтня 2006 р., м. Київ) / [відп. ред. А.А. Мазаракі]. – К. : КНТЕУ, 2000. – С. 430–434.
2. Гаврилук С.П. Зовнішні фактори впливу на конкурентоспроможність туристичних підприємств / С.П. Гаврилук // Стратегія розвитку туристичної індустрії та громадського харчування : м-ли Міжнар.наук.-практ. конф. (25–26 жовтня 2000 р., м. Київ). – К., 2000. – С. 186–189.
3. 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 / Л.В. Галаган. – К., 2013. – 342 с.
4. Гармідер Л.Д. Фактори розвитку кадрового потенціалу торговельного підприємства / Л.Д. Гармідер // Сталий розвиток економіки. – 2013. – №1. – С. 92–96.
5. Глевацька Н.М. Конкурентоспроможність робочої сили регіону: методологія та напрями забезпечення : автореф. дис. канд. екон. наук 08.09.01 – демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика / Н.М. Глевацька. – К., 2006. – 22 с.
6. Забавіна К.Ю. Формування та розвиток кадрового потенціалу в системі державного регулювання : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.03 / К.Ю. Забавіна. – Донецьк, 2012. – 20 с.
7. Карамушка Л.М. Технологія формування конкурентоздатної команди / Л.М. Карамушка, О.А. Філь // Технології роботи організаційних психологів : [навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. та слухачів ін-тів післядиплом. освіти] / за наук. ред. Л.М. Карамушки. – К. : ІНКОС, 2005 – С. 85–110.

8. Корольчук М. С. Психофізіологія діяльності : [підручник для студентів вищ. навч. закладів] / М.С. Корольчук. – К. : Ельга ; Ніка – Центр, 2015. – 400 с.
9. Мазаракі А. А. 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.
10. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму : монографія / Г.І. Михайліченко. – К. : КНТЕУ, 2012. – 608 с.
11. Ткаченко Т.І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т.І. Ткаченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. — 463 с.
12. 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.

Spysok vykorystanykh dzherel

1. Ahafonova L.H. Vyznachennya konkurentospromozhnosti turystychnoho produktu / L.H. Ahafonova // Stratehiya rozvytku turystychnoyi industriyi ta hromads'koho kharchuvannya: Materialy mizhnarodnoyi naukovy-praktychnoyi konferentsiyi (25–26 zhovtnya 2006 r., m. Kyiv) / [vidp. red. A.A. Mazaraki]. – K. : KNTEU, 2000. – S. 430–434.
2. Havrylyuk S.P. Zovnishni faktory vplyvu na konkurentospromozhnist' turystychnykh pidpryyemstv / S.P. Havrylyuk // Stratehiya rozvytku turystychnoyi industriyi ta hromads'koho kharchuvannya : m-ly Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (25–26 zhovtnya 2000 r., m. Kyiv). – K., 2000. – S. 186–189.
3. Halahan L.V. Psykholohichni osoblyvosti rozvytku konkurentozdatnosti bezrobitnykh maybutnikh pidpryyemstiv : dys. ... kand. psykol. nauk: 19.00.10 / Halahan Larysa Volodymyrivna ; nauk. ker. Fil' O. A. ; In-t psykholohiyi im. H.S. Kostyuka NAPN Ukrayiny / L.V. Halahan. – K., 2013. – 342 s.
4. Harmider L.D. Faktory rozvytku kadrovoho potentsialu torhovel'noho pidpryyemstva / L.D. Harmider // Stalyy rozvytok ekonomiky. – 2013. – №1. – S. 92–96.
5. Hlevats'ka N.M. Konkurentospromozhnist' robochoyi syly rehionu: metodolohiya ta napryamy zabezpechennya : avtoref. dys. kand. ekon. nauk 08.09.01 – demohrafiya, ekonomika pratsi, sotsial'na ekonomika i polityka / N.M. Hlevats'ka. – K., 2006. – 22 s.
6. Zabavina K.Yu. Formuvannya ta rozvytok kadrovoho potentsialu v systemi derzhavnoho rehulyuvannya : avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk : spets. 08.00.03 / K.Yu. Zabavina. – Donetsk, 2012. – 20 s.
7. Karamushka L.M. Tekhnolohiya formuvannya konkurentozdatnoyi komandy / L.M. Karamushka, O.A. Fil' // Tekhnolohiyi roboty orhanizatsiynykh psykholohiv : [navch. posib. dlya studentiv vyshch. navch. zakl. ta slukhachiv in-tiv pisl'yadyplom. osvity] / za nauk. red. L.M. Karamushky. – K. : INKOS, 2005 – S. 85–110.
8. Korol'chuk M. S. Psykhofiziolohiya diyal'nosti : [pidruchnyk dlya studentiv vyshch. navch. zakladiv] / M.S. Korol'chuk. – K. : El'ha ; Nika – Tsentr, 2015. – 400 s.
9. Mazaraki A. A. Pidpryyemnytstvo: psykholohichni, orhanizatsiyni ta ekonomichni aspekty : navch. posib. / S.D. Maksymenko, A.A. Mazaraki, L.P. Kulakovs'ka, T.Yu. Kulakovs'kyy. – K. : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2012. – 720 s.
10. Mykhaylichenko H.I. Innovatsiynyy rozvytok turyzmu : monohrafiya / H.I. Mykhaylichenko. – K. : KNTEU, 2012. – 608 s.
11. Tkachenko T.I. Stalyy rozvytok turyzmu: teoriya, metodolohiya, realiyi biznesu : monohrafiya / T.I. Tkachenko. – K. : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2009. – 463 s.
12. Stratehichnyy rozvytok turystychnoho biznesu : monohrafiya / [Tkachenko T.I., Mel'nychenko S.V., Boyko M.H. ta in.] / za red. A.A. Mazaraki. – K. : KNTEU, 2010. – 569 s.

Zhovner, V.Yu. Scientific approaches to the study of the competitiveness of tourism business professionals. The competitiveness of the tourism industry depends on external economic, organizational, technical and internal psychological conditions of formation, production and sales of high quality tourism product that meets the needs of consumers. It is achieved both by the competitive advantages of some external and internal characteristics of tourist companies and by their interactions and the availability of qualified human resources.

Tourist companies' efficiency largely depends on the availability of skilled personnel who can work productively, efficiently, responsibly to meet the requirements of work processes in accordance with the growing demands of today.

Analysis of the relevant literature shows that the problem of tourism business specialists' competitiveness is interdisciplinary which asks for an integrated approach to its study and the identification of the economic and psychological areas of research. However, most researchers have not paid much attention to the psychological factors that could contribute to the improvement of the tourism business professionals' competitiveness. Due to the fact that the psychological conditions of development of future specialists' competitiveness in tourism business have not been adequately investigated the author necessitates the formation of a new approach to their studying.

Keywords: scientific approaches, competitiveness, personality, tourism business specialists, conditions, development.

Відомості про автора

Жовнер Віталій Юрійович, аспірант кафедри психології Київського національного торговельно-економічного університету, м. Київ, Україна.

Zhovner, Vitaliy Yuriyovich, post-graduate student, Dept. of psychology, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine.

E-mail: tayna2009@ukr.net