

***А. В. КОСЕНКО, О. О. НОСИРЄВ, Т. О. КОБЄЛЄВА, М. Ю. ГЛІЗНУЦА, С.М. ІЛІЯШЕНКО***  
**ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ ПРИ ВЕДЕННІ**  
**ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

З розвитком туристичної галузі в нашій країні, виникає необхідність в раціональній організації та ефективному управлінні туристичною діяльністю в умовах ринкової економіки і надання необхідних знань з управління туристичною діяльністю потрібних кожному підприємцю цієї галузі та його персоналу, щоб забезпечити конкурентоспроможність послуг на внутрішньому і зовнішньому ринках, що можливо шляхом використання правил менеджменту і досвіду інших держав. Переговори представляють широкий аспект спілкування, що охоплює багато сфер діяльності індивіда. Як метод рішення конфліктів переговори є набором тактичних прийомів, направлених на пошук взаємоприйнятних рішень для конфліктуючих сторін і сприяння персоналом готельного бізнесу та туристичної галузі в організації діяльності та оперативній адаптації її відповідно до змін факторів зовнішнього середовища. Ділове спілкування необхідно відповідно організувати. Початок цього процесу визначає формулювання цілі. Цілі, які формує туристичний менеджер можуть бути різними: переконати співрозмовника придбати ту чи іншу туристичну послугу, укласти угоду, вирішити суперечливе питання, отримати необхідну інформацію тощо. Чітке розуміння такої цілі дуже важливе при виборі тактики спілкування. Для ведення ефективного бізнесу доцільно володіти сучасними знаннями щодо створення управлінських структур і розробки процесів туризму та гостинності, складання паспорту на кожен день, для будь-якої події, в якій вносяться тема, необхідна інформація, всі важливі події, а також уміння і навички приймати ефективні управлінські рішення щодо діяльності готелів і туристичних фірм. Використання етичних принципів дозволить знизити конфліктні взаємодії і підвищити якість послуг. Співробітник туристичної фірми не повинен безоглядно виконувати вимоги ділового етикету. Йому просто потрібно спробувати зрозуміти їхній внутрішній зміст і сутність, які зумовили їх необхідність у діловому спілкуванні. Норми ділового етикету – це не найвища істина, вони не мають абсолютного характеру і можуть змінюватися з часом. Однак їх розумне дотримання суттєво підвищить ефективність діяльності туристичної фірми. Застосування принципів ділового етикету на практиці є економічно вигідним і підвищує ефективність діяльності туристичного підприємства. Практична цінність роботи полягає у використанні результатів дослідження, що дозволить істотно підвищити якість послуг в туристичному бізнесі.

**Ключові слова:** туристичний бізнес, спілкування, ведення переговорів, конфлікт, управління конфліктами, інноваційні підходи, надання послуг.

***А. В. КОСЕНКО, А. А. НОСИРЄВ, Т. А. КОБЕЛЄВА, М. Ю. ГЛІЗНУЦА, С.Н.ІЛІЯШЕНКО***  
**ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ КОНФЛИКТАМИ ПРИ ВЕДЕНИИ**  
**ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА**

С развитием туристической отрасли в нашей стране, возникает необходимость в рациональной организации и эффективном управлении туристической деятельностью в условиях рыночной экономики и предоставления необходимых знаний в управлении туристической деятельностью необходимым каждому предпринимателю этой отрасли и его персоналу, чтобы обеспечить конкурентоспособность услуг на внутреннем и внешнем рынках, что возможно путем использования правил менеджмента и опыта других государств. Переговоры представляют широкий аспект общения, которое охватывает много сфер деятельности индивида. Как метод решения конфликтов переговоры являются набором тактических приемов, направленных на поиск взаимоприемлемых решений для конфликтующих сторон и содействия персоналом гостиничного бизнеса и туристической отрасли в организации деятельности и оперативной адаптации ее в соответствии с изменениями факторов внешней среды. Деловое общение необходимо соответственно организовать. Начало этого процесса определяет формулировку цели. Цели, которые формирует туристический менеджер могут быть разными: убедить собеседника приобрести ту или другую туристическую услугу, заключить соглашение, решить противоречивый вопрос, получить необходимую информацию и тому подобное. Четкое понимание такой цели очень важно при выборе тактики общения. Для ведения эффективного бизнеса целесообразно владеть современными знаниями относительно создания управленческих структур и разработки процессов туризма и гостеприимства, составление паспорт на каждый день, для любого события, в который вносятся тема, необходимая информация, все важные события, а также умение и навыки принимать эффективные управленческие решения относительно деятельности гостиниц и туристических фирм. Использование этических принципов позволит снизить конфликтные взаимодействия и повысить качество услуг. Сотрудник туристической фирмы не должен безоглядно выполнять требования делового этикета. Ему просто нужно попробовать понять их внутреннее содержание и сущность, которые обусловили их необходимость в деловом общении. Нормы делового этикета – это не наивысшая истина, они не имеют абсолютного характера и могут изменяться со временем. Однако их умное соблюдение существенно повысит эффективность деятельности туристической фирмы. Применение принципов делового этикета на практике является экономически выгодным и повышает эффективность деятельности туристического предприятия. Практическая ценность работы заключается в использовании результатов исследования, которое позволит существенно повысить качество услуг в туристическом бизнесе.

**Ключевые слова:** туристический бизнес, общение, ведение переговоров, конфликт, управление конфликтами, инновационные подходы, предоставления услуг.

***A. V. KOSENKO, A. A. NOSIRYEV, T. O. KOBELJEVA, M. Y. GLIZNUTSA, S.M. ILYASHENKO***  
**INNOVATIVE GOING NEAR A MANAGEMENT BY CONFLICTS AT THE CONDUCT OF**  
**TOURIST BUSINESS**

With development of tourist industry in our country, there is a necessity for rational organization and effective management by tourist activity in the conditions of market economy and grant of necessary knowledge in a management by tourist activity necessary to every businessman of this industry and his personnel, to provide the competitiveness of services on internal and external markets, that possibly by the use of rules of management and experience of other states. Negotiations present the wide aspect of intercourse which embraces many spheres of activity of individual. As a method of decision of conflicts negotiations are the set of tactical receptions, sent to the search of acceptable decisions for conflicting parties and assistance by the personnel of hotel business and tourist industry in organization of activity and operative adaptation her in accordance with the changes of factors of external environment. Business intercourse must be accordingly organized. Beginning of this process determines

formulation of purpose. Aims which are formed by a tourist manager can be different : to convince an interlocutor to purchase a that or other tourist favour, make agreement, decide a contradictory question, get necessary information and others like that. The clear understanding of such purpose is very important at the choice of tactic/pl of intercourse. For the conduct of effective business it is expedient to own modern knowledge in relation to creation of administrative structures and development of processes of tourism and hospitality, drafting passport on every day, for any event, a theme, necessary information, all important events, and also ability and skills to accept effective administrative decisions in relation to activity of hotels and tour operators, is brought in which. The use of ethics principles will allow to reduce conflict co-operations and improve quality services. The employee of tour operator must not recklessly execute the requirements of business etiquette. He simply needs to try to understand their internal maintenance and essence, which stipulated their necessity for business intercourse. Norms of business etiquette are the not greatest truth, they do not have absolute character and can change in course of time. However their clever observance will promote efficiency of activity of tour operator substantially. Application of principles of business etiquette in practice is economic advantageous and promotes efficiency of activity of tourist enterprise. The practical value of work consists in drawing on the results of research which will allow substantially to improve quality services in tourist business.

**Keywords:** tourist business, intercourse, conduct of negotiations, conflict, management, innovative approaches, grants of services, conflicts.

**Вступ.** На сьогоднішній день туристичний сектор економіки має високі темпи розвитку, які зумовлені зокрема включенням до нього нових перспективних видів туризму. Одним із них є діловий туризм, що з'явився в країнах Європи порівняно недавно, але вже встигнув зайняти достойну нішу на ринку туристичних послуг. Основна відмінність ділового туризму від традиційного полягає в тім, що головна ціль подорожі – це розвиток бізнесу, участь у професійних виставках, ярмарках, семінарах, конференціях, ведення переговорів із партнерами, організація різноманітних ділових зустрічей. Англійський термін-аббревіатура MICE достатньо точно відображає значення бізнес туризму: Meetings / Incentives / Conferences / Exhibitions. В перекладі це означає: Ділові зустрічі / Інсенітуризм / Конференції / Виставки.

**Постановка завдання.** Практична цінність статті спрямована на формування спеціаліста бізнесу послуг, який володітиме сучасними знаннями щодо створення управлінських структур і розробки процесів туризму та гостинності, а також умінням і навичкам приймати ефективні управлінські рішення щодо діяльності готелів і туристичних фірм.

**Методологія.** Теоретичну і методологічну основу дослідження складають наукові праці і методичні розробки провідних вітчизняних та зарубіжних вчених в сфері інноваційної діяльності, економіки знань, обліку. В якості інструментів дослідження використовувалися методи економічного, аналітичного, логічного, та порівняльного аналізу.

**Результати дослідження.** Фахівцями діловий туризм розглядається як система у вигляді чотирикутника, вершинами якого є наступні підсистеми:

- 1) компанії-замовники (що спрямовують своїх робітників у ділові подорожі);
- 2) компанії-постачальники окремого виду послуг (авіакомпанії, готелі, бюро з Оренди автомобілів, страхові фірми);
- 3) компанії-постачальники повного комплексу послуг в сфері ділових подорожей (туроператори);
- 4) організації і фірми індустрії MICE.

Основа кожної ділової подорожі – організація програми зустрічей та заходів, які є спланованими та насиченими. Вона включає в себе оформлення візи, трансфер, розміщення в готелі згідно з побажаннями клієнта та екскурсії, що обираються з урахуванням його графіку. Також компанії, що організують бізнес-подорожі беруть на себе клопоти, щодо розселення зарубіжних партнерів.

Відсутність можливості для ініціатора серйозного форуму самостійно здійснити повну його організацію, змушує його звертатись до послуг спеціалістів-посередників, у якості яких і виступають туристичні компанії.

Спілкування — це найважливіша специфічна форма взаємодії людей на основі безперервного обміну інформацією, це постійний процес, завдяки якому люди передають один одному свої ідеї, думки, почуття, організаційні цілі, встановлюють зворотний зв'язок і вносять певні корективи у поведінку один одного.

Від того, наскільки правильно побудоване спілкування, залежить результативність переговорів, ступінь взаєморозуміння з партнерами, клієнтами і співробітниками, задоволення працівників своєю працею, морально-психологічний клімат у трудовому колективі.

Переговори – це специфічна форма людського спілкування, коли дві або більш сторін, мають різні цілі і задачі, намагаються пов'язати між собою різні інтереси на основі продуманої схеми розмови і, як правило, уникають прямого конфлікту.

Протиборство, конкуренція характеризується активною боротьбою індивіда за свої інтереси, вживанням всіх доступних йому засобів для досягнення поставлених цілей: вживанням влади, примушення, інших засобів тиску на опонентів, використанням залежності інших учасників від нього. Ситуація сприймається індивідом як украй значуща для нього, як питання перемоги або поразки, що припускає жорстку позицію по відношенню до опонентів і непримиренний антагонізм до інших учасників конфлікту у разі їх опору.

Переговори представляють широкий аспект спілкування, що охоплює багато сфер діяльності індивіда. Як метод рішення конфліктів переговори є набором тактичних прийомів, направлених на пошук взаємоприйнятних рішень для конфліктуючих сторін.

Для того, щоб переговори стали можливими, необхідне виконання певних умов:

- існування взаємозалежності сторін, що беруть участь в конфлікті;
- відсутність значної відмінності в можливостях (силі) суб'єктів конфлікту;
- відповідність стадії розвитку конфлікту можливостям переговорів;
- участь в переговорах сторін, які реально можуть ухвалювати рішення в ситуації, що склалася.

Правильно організовані переговори проходять послідовно декілька стадій:

підготовка до початку переговорів (до відкриття переговорів);

попередній відбір позиції (первинні заяви учасників про їх позицію в даних переговорах);

пошук взаємоприйнятної рішення (психологічна боротьба, встановлення реальної позиції опонентів);

завершення (вихід з виниклої кризи або переговорного тупика).

Діловий етикет у туристичній діяльності — це встановлений порядок поведінки співробітників туристичного підприємства з клієнтами й основи стосунків персоналу між собою: керівників і підлеглих, а також рівних за посадами.

Співробітник туристичної фірми не повинен безоглядно виконувати вимоги ділового етикету. Йому просто потрібно спробувати зрозуміти їхній внутрішній зміст і сутність, які зумовили їх необхідність у діловому спілкуванні. Норми ділового етикету — це не найвища істина, вони не мають абсолютного характеру і можуть змінюватися з часом. Однак їх розумне дотримання суттєво підвищить ефективність діяльності туристичної фірми.

Ділове спілкування необхідно відповідно організувати. Початок цього процесу визначає формулювання цілі. Цілі, які формує турменеджер можуть бути різними: переконати співрозмовника придбати ту чи іншу туристичну послугу, укласти угоду, вирішити суперечливе питання, отримати необхідну інформацію тощо. Чітке розуміння такої цілі дуже важливе при виборі тактики спілкування.

Переговорний процес охоплює такі етапи: підготовку до переговорів, проведення переговорів, вирішення проблеми і завершення переговорів, аналіз результатів переговорів.

Підготовка до переговорів передбачає:

- рішення організаційних питань (формування делегації, визначення місця і часу, формулювання порядку денного переговорів тощо);

- аналіз проблеми, ситуації;

- формування загального підходу до переговорів, визначення цілей, завдань, вироблення власної позиції;

- складання приблизного сценарію (моделі) переговорів;

- визначення можливих варіантів рішення;

- підготовка пропозицій та їх аргументація;

- складання (відбір, підготовка) необхідних документів і матеріалів.

Проведення переговорів передбачає:

- зустріч і "входження в контакт";

- привернення уваги учасників переговорів;

- передача інформації;

- обґрунтування пропозицій;

- обговорення позицій сторін.

Під час проведення переговорів використовують такі основні методи: варіаційний, інтеграції, врівноваження, компромісний.

На завершальній стадії переговорів підбиваються підсумки, резюмуються основні положення (результати), обговорюються перспективи подальшого співробітництва.

У випадку негативного результату переговорів

необхідно не зіпсувати стосунки з партнерами, створити невимушену атмосферу прощання.

Аналіз результатів ділових переговорів передбачає:

- порівняння цілей переговорів з їх результатами;

- визначення заходів і дій, які є результатами переговорів;

- прийняття рішення (висновків) щодо майбутніх переговорів.

Для забезпечення ефективності переговорів необхідно дотримуватися таких умов:

- а) обидві сторони повинні мати стійкий інтерес до предмета переговорів;

- б) необхідно поводитися стримано, навіть якщо інша сторона виявляє зайві емоції, оскільки саме неконтрольовані емоції несприятливо впливають на процес прийняття рішень;

- в) обидві сторони мають спробувати зрозуміти партнера: неухильність до позицій партнерів обмежує можливості пошуку взаємоприйнятних рішень;

- г) сторони мають бути готові максимально повно враховувати інтереси один одного і йти на необхідні компроміси;

- д) якщо протилежна сторона не бажає повністю вислухати ваші погляди, намагайтеся провести з нею консультації і поліпшити стосунки;

- е) не давайте хибної інформації, навіть якщо це робить протилежна сторона — така поведінка послаблює аргументацію, а також ускладнює подальшу взаємодію;

- є) не намагайтеся повчати партнера, тримайтеся відкритим для його аргументів і спробуйте, у свою чергу, його переконати;

- ж) спробуйте прийняти погляди іншої сторони й будьте відкриті для того, щоб дізнатися нове про партнера;

- з) партнери повинні бути достатньо компетентними і мати необхідні знання щодо предмета переговорів;

- і) керівники делегацій, які ведуть переговори, повинні мати достатні повноваження у прийнятті остаточних рішень;

- к) партнери у переговорах повинні певною мірою довіряти один одному.

Багатоаспектність ділового спілкування в туризмі свідчить, що працівнику туристичного підприємства з метою оптимізації своєї діяльності на сьогодні недостатньо бути просто ввічливим і доброзичливим. На практиці загальні принципи ділового етикету набувають певної специфічності і виражаються у таких правилах.

Будьте завжди пунктуальними і точними в усьому. Спізнення для будь-якого співробітника недопустимі. Вони заважають роботі, а також свідчать про те, що на таку людину не можна покладатися. Для менеджера турфірми дуже важливо вміти розрахувати час, необхідний для виконання того чи іншого завдання, у т. ч. для обслуговування клієнта. Крім того, майже завжди виявляється, що на роботу потрібно більше часу, ніж передбачалося; також увесь час

надходить якась інша робота, яку не можна відкласти, тому потрібно швидко змінювати і розподіляти пріоритетність робіт, а на виконання завдань виділяти час із запасом, враховуючи проблеми, які можуть виникнути.

Враховуйте не тільки власні інтереси. Неможливо досягти успіхів у своїй діяльності, не дбаючи про погляди інших, про інтереси партнерів і клієнтів. Найчастіше причинами неуспіху в справах туристичного підприємства стає надмірне зацікавлення лише у своїй вигоді, намагання нашкочити конкурентам і навіть колегам по роботі для сходження кар'єрними щаблями. Для збільшення ефективності діяльності туристичного підприємства потрібно намагатися завжди вислуховувати співрозмовника, вчитися поважати думку інших і розуміти її, позбавлятися нетерпимості до інакомислення.

Говоріть грамотно і красномовно. Це одне з головних правил, оскільки вміння працівника грамотно висловлювати свою думку впливає не тільки на його імідж, а й на імідж туристичної фірми, в якій він працює. Від уміння спілкуватися часто залежать шанси туристичного підприємства на укладання тієї чи іншої угоди. Персоналу, який працює з людьми, для успішності в діяльності, необхідно оволодіти мистецтвом риторики, майстерністю красномовності. Дуже важливо стежити за своєю дикцією — вимовою й інтонацією — не використовувати жаргонізи й образливі висловлювання. Необхідно постійно вдосконалювати своє мовлення, робити його більш виразним, яскравим і емоційним. Велике значення для співробітників туристичної фірми має вміння слухати інших і виявляти інтерес до почутого. Усе це, без сумніву, не залишиться непоміченим клієнтами, справить на них сприятливе враження і відповідно вплине на ефективність діяльності туристичного підприємства в цілому.

Намагайтеся стримуватися у своїх висловлюваннях. Кожен співробітник повинен зберігати таємницю свого підприємства, це правило стосується всіх справ туристичної фірми: від кадрових до технологічних. Те саме стосується і розмов співробітників про їхнє особисте життя.

Одягайтеся відповідно. Одяг не повинен виділяти працівника туристичної фірми серед інших працівників його рівня.

Дотримання таких правил та використання мистецтва висловити свою думку, є важливими складниками якісного обслуговування так само, як і якісного здійснення комунікацій всередині та за межами турфірми.

Загальні рекомендації за рішенням конфліктної ситуації можуть бути зведені до наступного.

1. Визнати існування конфлікту, тобто визнати наявність протилежних цілей, методів у опонентів, визначити самих цих учасників. Практично ці питання не так просто вирішити, буває достатньо складно признатися і заявити вголос, що ти знаходишся в стані конфлікту із співробітником з якогось питання. Іноді конфлікт існує вже давно, люди страждають, а відкритого визнання його ні, кожний вибирає свою

форму поведінки і дії на іншого, проте сумісного обговорення і виходу з ситуації, що створилася, не відбувається.

2. Визначити можливість переговорів. Після визнання наявності конфлікту і неможливості його вирішити «з ходу» доцільно домовитися про можливість проведення переговорів і уточнити, яких саме переговорів: з посередником або без нього і хто може бути посередником, рівно тим, що влаштовує обидві сторони.

3. Погоджувати процедуру переговорів. Визначити, де, коли і як почнуться переговори, тобто звести наклеп термінів, місце, процедуру ведення переговорів, час початку спільної діяльності.

4. Виявити круг питань, що становлять предмет конфлікту. Основна проблема полягає в тому, щоб визначити в термінах, що спільно використовуються, що є предметом конфлікту, а що ні. Вже на цьому етапі виробляються сумісні підходи до проблеми, виявляються позиції сторін, визначаються точки найбільшої розбіжності і точки можливого зближення позицій.

5. Розробити варіанти рішень. Сторони при спільній роботі пропонують декілька варіантів рішень з розрахунком витрат по кожному з них, з урахуванням можливих наслідків.

6. Ухвалити злагожене рішення. Після розгляду ряду можливих варіантів, при взаємному обговоренні і за умови, що сторони приходять до угоди, доцільне це загальне рішення представити письмово: комюніке, резолюції, договорі про співпрацю і т.д. В особливо складних або відповідальних випадках письмові документи складаються після кожного етапу переговорів.

7. Реалізувати ухвалені рішення на практиці. Якщо процес сумісних дій закінчується тільки ухваленням рішення, що пропрацювало і злагоженого, а далі нічого не відбувається і не міняється, то таке положення може з'явитися детонатором інших, більш сильних і тривалих конфліктів. Причини, що викликали перший конфлікт, не зникли, а тільки посилюються невиконаними обіцянками. Повторні переговори проводити буде набагато складніше.

У випадку негативного результату переговорів необхідно не зіпсувати стосунки з партнерами, створити невимушену атмосферу прощання.

Аналіз результатів ділових переговорів передбачає:

— порівняння цілей переговорів з їх результатами;

— визначення заходів і дій, які є результатами переговорів;

— прийняття рішення (висновків) щодо майбутніх переговорів.

Для забезпечення ефективності переговорів необхідно дотримуватися таких умов:

а) обидві сторони повинні мати стійкий інтерес до предмета переговорів;

б) необхідно поводитися стримано, навіть якщо інша сторона виявляє зайві емоції, оскільки саме

неконтрольовані емоції несприятливо впливають на процес прийняття рішень;

в) обидві сторони мають спробувати зрозуміти партнера: неухважність до позицій партнерів обмежує можливості пошуку взаємоприйнятних рішень;

г) сторони мають бути готові максимально повно враховувати інтереси один одного і йти на необхідні компроміси;

д) якщо протилежна сторона не бажає повністю вислухати ваші погляди, намагайтеся провести з нею консультації і поліпшити стосунки;

с) не давайте хибної інформації, навіть якщо це робить протилежна сторона — така поведінка послаблює аргументацію, а також ускладнює подальшу взаємодію;

е) не намагайтеся повчати партнера, тримайтеся відкритим для його аргументів і спробуйте, у свою чергу, його переконати;

ж) спробуйте прийняти погляди іншої сторони й будьте відкриті для того, щоб дізнатися нове про партнера;

з) партнери повинні бути достатньо компетентними і мати необхідні знання щодо предмета переговорів;

і) керівники делегацій, які ведуть переговори,

повинні мати достатні повноваження у прийнятті остаточних рішень;

к) партнери у переговорах повинні певною мірою довіряти один одному.

#### Список літератури

1. Подчаха О.Ю. Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції "Індустрія гостинності в країнах Європи". - 4-6 грудня 2009 р. Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. - 176 с. - С.51-53. [http://tourlib.net/statti\\_ukr/podchaha.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/podchaha.htm)
2. [https://pidruchniki.com/14860110/turizm/komunikatsiyva\\_mavsternist](https://pidruchniki.com/14860110/turizm/komunikatsiyva_mavsternist)
3. Дмитриев А.В. Конфликтология: учебное пособие. – М.: Гардарики, 2000. – 320 с.
4. <https://westudents.com.ua/glavy/91402-621-dloviy-etiket-turizm.html>

#### References (transliterated)

1. Podchaha O.U. Materials of III of international naukovo-praktichnoi conference are "Industry of hospitality in the countries of Europe". - on December, 4-6 in 2009 Simferopol: ВіТроПринт, 2009. - 176 p. – pp .51-53. [http://tourlib.net/statti\\_ukr/podchaha.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/podchaha.htm)
2. [https://pidruchniki.com/14860110/turizm/komunikatsiyva\\_mavsternist](https://pidruchniki.com/14860110/turizm/komunikatsiyva_mavsternist)
3. Dmitriev A.V. Conflict: train aid. - M.: Gardariki, 2000. - 320 p.
4. <https://westudents.com.ua/glavy/91402-621-dloviy-etiket-turizm.html>

Надійшла (received) 08.04.2019

#### Відомості про авторів / Сведения об авторах /About the Authors

**Косенко Андрій Васильович (Косенко Андрей Васильевич, Kosenko Andriy Vasilievich)**– кандидат економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; тел.: (050) 281-09-94; e-mail: [avakos74@gmail.com](mailto:avakos74@gmail.com)

**Носирєв Олександр Олександрович (Носырев Александр Александрович, Nosiryev Oleksandr Oleksandrovich)**– кандидат географічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів; тел.: (066) 716-70-27; e-mail: [nosyriev@ukr.net](mailto:nosyriev@ukr.net)

**Кобелева Тетяна Олександрівна (Кобелева Татьяна Александровна, Kobeleva Tetyana Oleksandrivna)**– кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин.

**Глізнуца Марина Юрївна (Глизнута Марина Юрьевна, Gliznutsa Marina Yuriivna)** – старший викладач, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», кафедра менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин.

**Ілляшенко, Сергій Миколайович (Ильяшенко Сергей Николаевич, Pyashenko, Sergey Nikolaevich)** – доктор економічних наук, професор, Сумський державний університет, завідувач кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю, м.Суми, Україна; ORCID: 0000-0001-5484-9788; тел. +38 (0542) 687-844, e-mail: [illiashenko.s@gmail.com](mailto:illiashenko.s@gmail.com)