

***М.В.КАРМІНСЬКА-БЄЛОБРОВА, В.О.МАТРОСОВА, Н.М.ШМАТЬКО, М.Ю.ГЛІЗНУЦА,  
О.І.КОЛОТЮК***

### **ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ РЕГІОНУ ЯК ОДИН ІЗ КЛЮЧОВИХ ФАКТОРІВ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

У статті розглянуті питання значущості та важливості туристської привабливості регіону для підвищення його конкурентоспроможності, а також виявлені фактори, що впливають на туристичну привабливість регіону. Глобалізація у туризмі виявляється у збільшенні міжнародних туристичних потоків, капіталу, інформації і технологій, посиленні взаємозв'язку та взаємодії підприємств туристичного бізнесу, виникненні глобальних форм його інтеграції. Внаслідок зазначеного процесу формується глобальний ринок туристичних послуг - сфера стійкого міжнародного руху туристичних послуг, у межах якої на основі кон'юнктурних змін формуються глобальні попит і пропозиція на туристичні продукти. Світова тенденція глобалізації туризму поки що у меншій мірі торкнулася України, але необхідність відстоювання національних інтересів на світовому ринку туризму обумовлює доцільність "рухатися" у руслі світової структурної динаміки, дотримуючи і сприймаючи еталонну траєкторію світового розвитку. Україна має величезний потенціал у розвитку туризму як внутрішнього так і в'їзного туризму. Проте для реального розвитку галузі бракує чіткої та об'єктивної інформації щодо туристичного продукту, який пропонує Україна на внутрішньому та міжнародному ринку, а також інформації щодо туристичних ресурсів, якими володіє держава. Зараз в регіоні невисокий темп розвитку внутрішньобласного туризму. Вирішення цього питання є як економічно важливим, так і іміджотворюючим, оскільки дозволить створити імідж регіону як комплексно розвинутого та здатного задовольнити як економічні, так і соціальні потреби людей. У статті наведені чинники зростання привабливості туризму в Харківській області. А також запропоновано комплекс заходів який дозволить підвищити туристичний імідж Харківської області, що, в свою чергу, спричинить зростання фінансових надходжень.

**Ключові слова** туристичний регіон, туристична привабливість регіону, фактори привабливості регіону, конкурентоспроможність регіону.

***М.В.КАРМИНСКАЯ-БЕЛОБРОВА, В.А.МАТРОСОВА, Н.М.ШМАТЬКО, М.Ю.ГЛИЗНУЦА,  
Е.И.КОЛОТЮК***

### **ТУРИСТИЧЕСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНА КАК ОДИН ИЗ КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

В статье рассмотрены вопросы значимости и важности туристской привлекательности региона для повышения его конкурентоспособности, а также выявлены факторы, влияющие на туристическую привлекательность региона. Глобализация в туризме выражается в увеличении международных туристических потоков, капитала, информации и технологий, усилении взаимосвязи и взаимодействия предприятий туристического бизнеса, возникновении глобальных форм его интеграции. Вследствие указанного процесса формируется глобальный рынок туристических услуг - сфера устойчивого международного движения туристических услуг, в рамках которой на основе конъюнктурных изменений формируются глобальный спрос и предложение на туристические продукты. Мировая тенденция глобализации туризма пока в меньшей степени коснулась Украины, но необходимость отстаивания национальных интересов на мировом рынке туризма обуславливает целесообразность "двигаться" в русле мировой структурной динамики, соблюдая и воспринимая эталонную траекторию мирового развития. Украина имеет огромный потенциал в развитии туризма как внутреннего, так и въездного туризма. Однако для реального развития отрасли не хватает четкой и объективной информации о туристическом продукте, который предлагает Украина на внутреннем и международном рынке, а также информации о туристических ресурсах, которыми располагает государство. Сейчас в регионе невысокий темп развития внутриобластного туризма. Решение этого вопроса является как экономически важным, так и имиджотформирующим, поскольку позволит создать имидж региона как комплексно развитого и способного удовлетворить как экономические, так и социальные потребности людей. В статье приведены факторы роста привлекательности туризма в Харьковской области. А также предложен комплекс мер который позволит повысить туристический имидж Харьковской области, что, в свою очередь, приведет к росту финансовых поступлений.

**Ключевые слова** туристический регион, туристическая привлекательность региона, факторы привлекательности региона, конкурентоспособность региона.

***M. KARMINSKA-BIELOBROVA, V.MATROSOVA, N.SHMATKO, M.GLIZNUTSA, O.KOLOTUK***  
**TOURIST ATTRACTIVENESS OF THE REGION AS ONE OF THE KEY FACTORS OF ITS COMPETITIVENESS**

The article discusses the importance and importance of the tourist attractiveness of the region to increase its competitiveness, and also identifies factors affecting the tourist attractiveness of the region. As a result of this process, a global market for tourism services is being formed - a sphere of sustainable international movement of tourism services, within the framework of which global demand and supply for tourism products are formed on the basis of market changes. The global trend of globalization of tourism has so far affected Ukraine to a lesser degree, but the need to uphold national interests in the global tourism market makes it advisable to "move" in line with the global structural dynamics, observing and perceiving the reference trajectory of world development. However, for the real development of the industry, there is a lack of clear and objective information about the tourist product that Ukraine offers in the domestic and international markets, as well as information about the tourist resources that the state has. Now the region has a low rate of development of regional tourism. The solution of this issue is both economically important and image-forming, since it will allow creating the image of the region as being comprehensively developed and capable of satisfying both the economic and social needs of people. The article presents the growth factors of the attractiveness of tourism in the Kharkiv region. And also proposed a set of measures that will improve the tourist image of the Kharkov region, which, in turn, will lead to an increase in financial revenues.

**Keywords** tourist region, tourist attractiveness of a region, factors of attractiveness of a region, competitiveness of a region.

**Вступ.** В умовах модернізації національної економіки керівництву більшості українських областей все частіше доводиться замислюватися про визначення векторів формування і розвитку своєї ідентичності для забезпечення ефективності процесу підвищення привабливості територій. Зараз розвиток всієї країни і окремих її регіонів має з одного боку, супроводжуватися нарощуванням внутрішнього потенціалу і конкурентних переваг у всіх сферах народного господарства, з іншого боку, формувати сприятливий імідж регіонів, вжиттям заходів по підвищенню їх привабливості.

**Аналіз стану питання.** Привабливість регіонів є тим самим параметром і одним з ключових чинників конкурентоспроможності, який створює переважне становище регіонів в ринковому просторі. Аспектний підхід до формування і розвитку привабливості регіонів дозволяє домогтися ще більшого успіху в процесі підвищення регіональної конкурентоспроможності, оскільки розглядає привабливість регіонів для різних цільових аудиторій. Регіони можуть бути привабливі не тільки для інвесторів, хоча основний упор більшості суб'єктів України робиться саме на їх залучення, тобто на формування інвестиційної привабливості територій. Крім того, має місце і привабливість регіонів для туристів, тобто туристська привабливість, яка може сприяти залученню іноземних туристів і активізації внутрішнього туризму в регіоні. Важливо, що розвиток туризму в майбутньому обов'язково буде мати мультиплікативний ефект [1].

Значного економічного результату можна очікувати від привабливості регіону для суб'єктів бізнесу, тобто для підприємців, яка залежить від ефективності регіональної політики, що проводиться владою і заходів державної підтримки розвитку бізнесу. Тому недоцільно займатися виключно рішенням проблем туристської привабливості регіону. Необхідно вести роботу в різних напрямках, що зумовлено їх взаємозв'язком і взаємозалежністю.

**Постановка завдання.** Сьогодні в Україні склалися непрості умови, які повинні дати новий імпульс для розвитку багатьох галузей народного господарства в регіонах. Не виключенням є і туризм. Проблеми підвищення туристської привабливості українських областей та територій є особливо актуальними в даний час.

Знання факторів туристської привабливості дозволяє регіону розвивати і посилювати вплив тих з них, які можуть привести до бажаного результату.

**Мета дослідження.** Метою статті є дослідження значущості та важливості туристської привабливості регіону для підвищення його конкурентоспроможності, а також виявлення факторів, що впливають на туристську привабливість регіону.

**Аналіз основних досягнень і літератури.** Теоретичну основу даної наукової роботи становлять дослідження з управління сферою туристичних послуг та аналізу соціально-економічного ефекту туризму як засобу залучення інвестицій учених А.Ю. Александрова, І.Т. Балабанова, Берманта, Є.І.

Богданова, В.С. Боголюбова, В.А. Квартальнова, М.В. Солодкова, В. Арчера, Дж.М. Кейнса, Х. Клемента, І. Криппендорфа, С. Оуэна, Х. Рюттера, Д. Флетчера та ін

### **Виклад основного матеріалу.**

Глобалізація у туризмі виявляється у збільшенні міжнародних туристичних потоків, капіталу, інформації і технологій, посиленні взаємозв'язку та взаємодії підприємств туристичного бізнесу, виникненні глобальних форм його інтеграції. Внаслідок зазначеного процесу формується глобальний ринок туристичних послуг — сфера стійкого міжнародного руху туристичних послуг, у межах якої на основі кон'юнктурних змін формуються глобальні попит і пропозиція на туристичні продукти. Світова тенденція глобалізації туризму поки що у меншій мірі торкнулася України, але необхідність відстоювання національних інтересів на світовому ринку туризму обумовлює доцільність "рухатися" у руслі світової структурної динаміки, дотримуючи і сприймаючи еталонну траєкторію світового розвитку. Це одна з умов оптимального "виживання" в умовах глобалізації, що обумовлює обґрунтування орієнтирів пріоритетного розвитку туристичної індустрії України в умовах самоідентифікації країни.

Сучасні ринкові умови орієнтують виробників туристичної галузі на індивідуалізацію, яка гнучко реагує на мінливі запити споживачів. У зв'язку з цим необхідно розробляти нові напрямки інфраструктурної суті послуг туристичної галузі.

Розвиток регіонального туризму в Україні знаходиться в тісному зв'язку з туристської інфраструктурою, яка виступає або стримуючим фактором розвитку галузі, або визначає позитивну динаміку розвитку туристично-рекреаційної сфери.

Разом з тим для більшості областей України інфраструктурні проблеми стають основною причиною зниження конкурентних переваг території на ринку туристичних послуг.

Для більш детального вивчення стану туристичної інфраструктури виникає необхідність в уточненні її визначення, структури і виявлення основних проблем, що стримують її розвиток.

Поняття туристської інфраструктури не ново, але в науковій літературі немає єдиного тлумачення цього терміну. Неоднозначність і розмитість утримуючого сенсу поняття «інфраструктура туризму» пояснюється необґрунтованістю чітких ознак віднесення до ній окремих видів господарської діяльності, а також невизначеністю кола об'єктів туристичної інфраструктури. Розвиток інфраструктури туризму залежить від ряду факторів: загальноекономічного, галузевого, соціально-культурного, екологічного. В залежності від цього виділяють групи інфраструктурних проблем, обумовлених:

- загальноекономічними факторами і носять загальносистемний характер (фінансування інфраструктури туризму; проблема власності; нестача потужностей інфраструктури туризму; диспропорції територіального розвитку і т. п.);
- галузевою специфікою (сезонність використання об'єктів інфраструктури; орієнтація на цільовий

сегмент; підвищені вимоги технологічної, екологічної, особистої безпеки та ін.);

- соціально-культурними факторами (порушення історичного вигляду території; збереження культури і традицій і ін.);
- екологічними факторами (перевищення в туристських центрах рівня антропогенної навантаження та ін.).

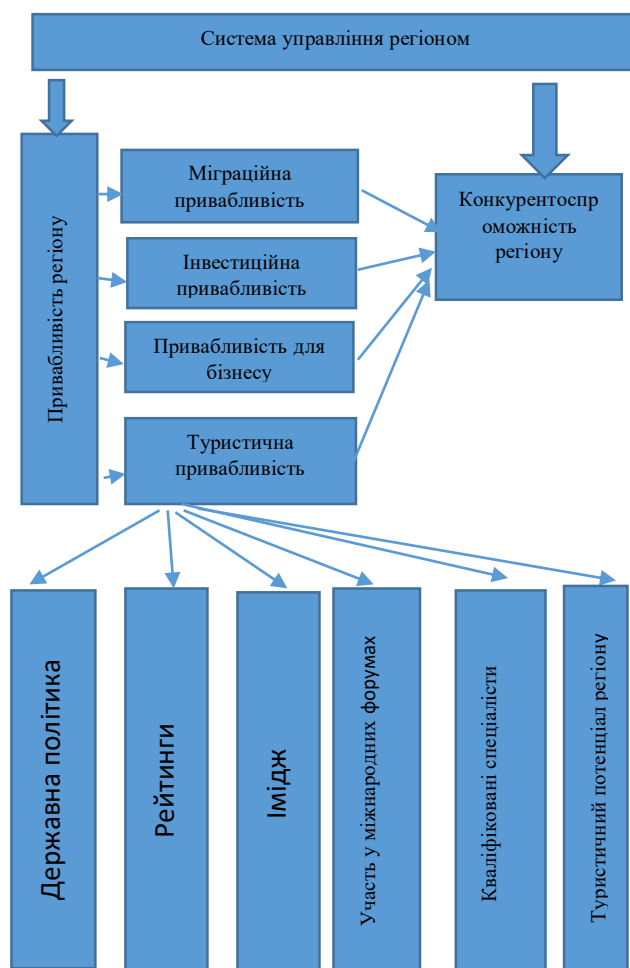
Інфраструктуру можна також представити як сукупність економічних форм, компоненти якої, взаємодіючи один з одного, дотримуються єдиної концепції розвитку, що погоджує ділові відносини при всіх їх різноманітності в єдину спільність. На нашу думку, елементами інфраструктури туристичної галузі в ринковій економіці є: громадські об'єднання, галузеві і професійні об'єднання, регіональні об'єднання; організації, що здійснюють моніторинг навколишнього природного середовища; установи охорони здоров'я, науки і освіти; організації культури; торгівлі, транспортні підприємства; будівельні організації; підприємства громадського харчування; кредитні установи і комерційні банки; лізингові та страхові компанії; аукціони, ярмарки; підприємства зв'язку і житлово-комунального господарства; спеціальні рекламні та інформаційні агентства; підприємства венчурного типу.

Виділені проблеми стримують розвиток туристичної галузі та знижують її ефективність в регіонах. Розробка і реалізація напрямів розвитку туристичної інфраструктури на макро- і мікрорівнях забезпечить позитивні структурні зрушення в регіональній економіці. Нова система управління інфраструктурою туристичної галузі спрямована на істотну реструктуризацію існуючої і подальше вдосконалення взаємовигідної співпраці регіонального та муніципального рівнів управління. Інфраструктура туристичної галузі являє собою сукупність державних і недержавних, громадських, освітніх і комерційних організацій, метою яких є створення сприятливих умов для розвитку туристичної галузі шляхом надання всебічної підтримки по наступним напрямкам: аналітико-консалтинговому, науково-технічному, методико-технологічному, фінансово-правовому, інноваційному, еколого-економічному, організаційно-управлінському.

Результат аналізу туристської привабливості регіонів показав, що в даний час відбувається перерозподіл раніше розставлених пріоритетів. Так, ще кілька років тому найбільш значущими для туристів з числа населення регіону були природні і географічні чинники, а менш значущими - культурно-історичні. Даний факт був обумовлений тим, що населення регіону досить знайоме з місцевою історією і культурою. Природні і географічні особливості місцевості не перестають бути популярними у туристів з числа місцевого населення. Для туристів з інших регіонів країни більш значущими були географічні та правові чинники, а до менш значущих чинників фахівці відносили політичні. Таким чином, привабливими для них є не тільки географічні особливості регіону, але і ступінь дотримання

законності та правопорядку в країні, відносно невисокий рівень злочинності, спокійна криміногенна обстановка. Для туристів з інших країн більш значущими вважалися географічні чинники, а менш значущими - політичні. Сьогодні на передній план виходять політичні чинники. Причому цей факт стосується і внутрішніх туристів і іноземних, що на наш погляд є особливо важливим. [2].

Туристичний регіон може бути привабливим для споживачів туристських і супутніх їм послуг, якщо володіє унікальними природними ресурсами, має сприятливі кліматичні умови, пов'язаний з відомими історичними подіями, має лікувальними, рекреаційними, розважальними та іншими ресурсами. Від правильності і ефективності використання цих складових залежить задоволеність споживачів туристичних послуг якістю і рівнем послуг, що надаються, і, в кінцевому рахунку, і рівень туристичної привабливості.



Малюнок 1. Місце туристичної привабливості в системі управління регіоном

Основна проблема більшості областей України полягає в тому, що багато хто з них або не мають визначеної стратегічної концепції розвитку туризму, або розроблені та реалізовані ними стратегії характеризуються поверхневим рівнем опрацювання. У зв'язку з цим спостерігається низька інвестиційна

привабливість сфери туризму країни, а разом з тим і низька привабливість регіонів для туристів.

Згідно зі статистичною інформацією, Харківська область є однією з провідних в Україні за рівнем валового регіонального продукту. Регіон має високий потенціал до збільшення ВРП. [3].

З метою розвитку туризму в Харківському регіоні було створено спеціалізований заклад культури, за рішенням Харківської обласної ради - обласний комунальний заклад «Харківський організаційно-методичний центр туризму. Основною метою діяльності Центру є популяризація туристсько-рекреаційного потенціалу Харківської області, надання організаційно-методичної підтримки суб'єктам туристичної діяльності. Основним завданням Центру є розвиток внутрішнього та в'їзного туризму, формування туристичного іміджу регіону, а саме:

- збирання і впорядкування інформації про туристичні ресурси і послуги;
- надання туристам довідкової інформації кількома мовами щодо країни, області, району, міста, місцевості (історія, культура, туристичні ресурси і об'єкти, заклади розміщення, туристичні і супутні послуги, події, транспорт тощо);
- розробка та розповсюдження рекламної інформаційної продукції та інших друкованих матеріалів про туристичні можливості регіону;
- участь у міжнародних та вітчизняних туристичних виставках, форумах, конференціях та ін.;
- надання методичної допомоги з питань організації туристичної діяльності в районах Харківської області, розробка методичних рекомендацій, інструкцій, посібників тощо;
- організація та проведення регіональних, всеукраїнських та міжнародних семінарів, тренінгів, виставок, конференцій, фестивалів.
- проведення навчальних семінарів з підготовки та підвищення кваліфікації кадрів туристичної галузі (керівників, менеджерів, екскурсоводів, гідів).
- розробка та презентація туристсько-екскурсійних маршрутів, інформаційних турів для представників туристичної галузі, ЗМІ та громадськості;
- розробка та впровадження соціальних турів, здійснення соціальної реклами туристичних ресурсів області;
- співробітництво з аналогічними центрами на регіональному, державному та міжнародному рівнях з метою просування туристичного продукту[4].

У 2018-2019 році Центром проведено роботу щодо моніторингу, розробки та організації встановлення туристичних вказівників на території Харківської області. Проводиться робота з ІТ-компаніями щодо удосконалення технічного завдання на оновлення сайту Харківського обласного туристсько-інформаційного центру та його подальшого втілення. З метою промоції туристичного іміджу регіону за участі керівництва Харківської області відбулось

офіційне представлення результатів співпраці з Google Україна в межах цифрового перетворення Харківської області та презентація новоствореного туристичного сайту «DISCOVER KHARKIV». Проект «Мандруй Харківською областю» – це інтерактивна карта, де представлено пам'ятки, а також скарби області в форматі фотосфер, фототурів, відео та фото. Крім того, на сайті є можливість побудови власних маршрутів, розміщено інформацію про гідів та екскурсоводів. З метою пропагування серед місцевого населення і гостей регіону внутрішнього туризму, який привертає увагу до туристичних атракцій та просуває нові пропозиції відпочинку на Харківщині, Центром організовано роботу пересувної виставки «Харківщина: туристичні відкриття». Нині у Харкові зусиллями багатьох небайдужих людей проводиться значна робота щодо створення маршруту «Харків космічний». В перспективі під час такої екскурсії можна буде відвідати музеї на підприємствах, які випускали продукцію для космічної галузі. Це музеї заводів «Протон», «Заводу ім. Шевченка» та ін. [4].

Значна увага приділялася розвитку інклюзивного туризму. В межах проведення інформаційно-комунікаційної кампанії, мета якої донести до широкої аудиторії ідею інклюзії в туризмі (як важливу складову для формування іміджу Харкова та Харківської області), спільно з Харківською обласною фундацією «Громадська альтернатива» та за підтримки Управління культури і туризму Харківської облдержадміністрації року в області пройшов фестиваль «Інклюзіон». [4].

**Висновки.** Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що Харківський регіон має всі можливості для залучення туристів. Головне, щоб заходи, що вживаються для цього, реалізовувалися в рамках чітко визначеної концепції і не носили різноплановий характер.

Серед чинників зростання привабливості туризму в Харківській області відзначимо наступні:

- унікальний природно-ресурсний потенціал і культурно історичну спадщину;
  - велика кількість туристичних фірм, вільна робоча сила, наявна на ринку праці;
  - наявність міжнародного аеропорту і залізничного вокзалу, близькість європейських країн та інші.
- Вважаємо, що для розвитку туризму на території Харківської області необхідно:
- удосконалювати законодавчу і нормативно-правову базу розвитку туризму;
  - розробити і реалізувати заходи щодо матеріальної підтримки фірм, що займаються в'їзним туризмом
  - сформувати сучасну систему підготовки та перепідготовки туристських кадрів, проводити науково-практичні семінари за участю міжнародних фахівців;
  - надавати туристичним фірмам інформаційну підтримку з просування послуг, випуску інформаційних матеріалів (каталоги, буклети).

Всі запропоновані заходи слугуватимуть формуванню на території області конкурентної туристичної галузі, а розвиток галузі, в цілому, дозволить:

- задовольнити потреби туристів в отриманні якісних послуг;
- створити додаткові робочі місця;
- збільшити інвестиційну привабливість регіону;
- збільшити надходження до регіонального і муніципального бюджетів;
- підвищити добробут жителів області.

Комплекс даних заходів дозволить, в цілому, підвищити туристичний імідж Харківської області, що, в свою чергу, спричинить зростання фінансових надходжень.

#### Список літератури

1. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. *Экономика туризма.*, И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 176 с.
2. *Гостиничный и туристский бизнес* / Под ред. проф. Чудновского А.Д. М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 2007. 352 с.
3. Концепція розвитку туризму до 2022 року. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws>.
4. Харківський організаційно-методичний центр туризму. Режим доступу <http://www.omctur.kh.ua>
5. Кабушкин Н.И. *Менеджмент туризма*. Н.И. Кабушкин. – Мн.: Новое Знание, 2010. – 432 с.
6. Любичева О.О. *Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти)* / О.О. Любичева. – К.: Альтерпрес, 2007. – 436 с
7. Тринько Р.І. Туризм як фактор соціально-економічного відродження / Р.І. Тринько, Я.В. Григор'єва // *Науковий вісник НЛТУ України*. – 2012. – Вип. 22.8. – С. 54–63.
8. Нездоймінов С.Г. Наукова парадигма підприємництва в економічній системі туризму / С.Г. Нездоймінов // *Вісник ДІТБ*.

*Серія “Економіка, організація і управління підприємствами” (в туристичній сфері)* / гол. ред.: д.е.н., проф., академік АЕН України М.М. Туриянська. – Донецький інститут туристичного бізнесу. – 2008. – № 12. – 2008. – С. 54–60.

#### References (transliterated)

1. Balabanov I.T., Balabanov A.I. *Jekonomika turizma.*[Tourism Economics] I.T. Balabanov, A.I. Balabanov. – Moscow. : Finansy i statistika, 2009. – 176 p.
2. *Gostinichnyj i turistkij biznes* [Hotel and tourist business] Pod red. prof. Chudnovskogo A.D. M.: Asociacija avtorov i izdatelej «TANDEM». Izdatel'stvo JeKMOS, 2007. 352 p.
3. *Koncepcija rozvitku turizmu do 2022 roku.* [Concept of tourism development until 2022]– [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws>.
4. Harkivs'kij organizacijno-metodichnij centr turizmu. Rezhim dostupu <http://www.omctur.kh.ua>
5. Kabushkin N.I. *Menedzhment turizma.* [Tourism Management] N.I. Kabushkin. – Minsk: Novoe Znanie, 2010. – 432 p.
6. Ljubiceva O.O. *Rinok turistichnih poslug (geoprostorovi aspekti)* [Rynok tourist services (geoprostori aspects)] – Kiev : Al'terpres, 2007. – 436 p
7. Trin'ko R.I. Turizm jak faktor social'no-ekonomichnogo vidrodzhennja [Tourism as a factor of social and economic development/] // *Naukovij visnik NLTU Ukraini* [Science Bulletin of the NLTU of Ukraine. ] – 2012. – Vip. 22.8. – pp. 54–63.
8. Nezdojminov S.G. Naukova paradigma pidpriemnictva v ekonomichnij sistemі turizmu [Naukova paradigim pidpriemnistva in economic systems tourism] *Visnik DITB. Serija “Ekonomika, organizacija i upravlinnja pidpriemstvami” (v turistichnij sferi)* [Bulletin DITB. Series "Economics, Organization and Management of Enterprises" (in the tourism sector)] / гол. ред.: д.е.н., проф., академік АЕН України М.М. Туриянська. – Donec'kij institut turistichnogo biznesu. – 2008. – no 12. – 2008. – pp. 54–60.

Надійшла (received) 04.01.2019

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

**Кармінська-Белоброва Марина Володимирівна (Карминская-Белоброва Марина Владимировна, Karminska-Bielobrova Maryna Volodymyrivna)** - кандидат наук з державного управління, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м.Харків, Україна, ORCID:0000-0001-7978-866X, e-mail: masha\_kb@ukr.net

**Матросова Вікторія Олександрівна (Матросова Виктория Александровна, Matrosova Victoria Oleksandrivna)** кандидат економічних наук Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м.Харків, Україна, ORCID:0000-0003-1266-7286 e-mail: vm4323@gmail.com

**Шматко Наталія Михайлівна (Шматко Наталья Михайловна, Shmatko Nataliia Mihailovna)** кандидат економічних наук Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м.Харків, Україна, ORCID 0000-0002-4909-252X e-mail: shmatko.khpi@gmail.com

**Глизнаца Марина Юрійвна, (Глизнаца Марина Юрьевна, Gliznutsa Maryna Yurievna)** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м.Харків, Україна, ORCID: 0000-0002-1845-3919 e-mail: gmy0512@gmail.com

**Колотюк Олена Іванівна (Колотюк Елена Ивановна, Kolotyuk Elena Ivanovna)** - Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут, асистент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м.Харків, Україна, ORCID: 0000-0002-7824-553X e-mail: kolotuk555@gmail.com