

4. Cohen E. Toward a Sociology of International. *Social Research*. 1972. Vol. 39. Pp. 164–182. URL: <https://www.scribd.com/document/808876604/Toward-a-sociology-of-international-tourism>.

5. Swarbrooke J. *The Development and Management of Visitor Attractions*. Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd, 1995. 381 p.

Ілляшенко Сергій Миколайович
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки бізнесу
і міжнародних економічних відносин,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
Харків, Україна;
доктор хабілітований, професор
Економіко-гуманітарний університет, м. Бельсько-Бяла, Польща

Ілляшенко Наталія Сергіївна
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри бізнес-економіки та адміністрування,
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка

СИНЕРГІЯ НАУКОВИХ КОНФЕРЕНЦІЙ І КРЕАТИВНОГО ТУРИЗМУ

Практика свідчить, що більшість успішних наукових конференцій поєднує як суто наукову програму з традиційними доповідями і дискусіями, так і цікаву туристичну програму, зокрема, з відвідуванням історичних, природно-екологічних, етнографічних та ін. об'єктів [1]. Багаторічний досвід авторів у організації і проведенні міжнародних наукових (науково-практичних) конференцій, а також участі у конференціях організованих різними закладами України та інших країн, свідчить про значний інтерес їх учасників до заходів креативного туризму [2], які були включені в туристичні програми.

У цьому контексті виконано аналіз та узагальнення багаторічної практики проведення науково-практичних конференцій «Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу», туристична програма яких реалізовувалася на території Сумщини. Перший день цих конференцій передбачав суто наукову програму: пленарні і секційні засідання, другий – туристичну програму. Слід зазначити, що туристичні програми жодного разу не повторювалися, значна їх частина передбачала комплекси заходів креативного туризму.

В табл. 1 подано характеристики кількох туристичних програм зазначених конференцій (різних років проведення) в організації яких автори приймали безпосередню участь. В туристичні програми інших років також входило відвідування мальовничих природних локацій (ліси, озера, ріки тощо), в процесі яких учасники збирали гриби, грали в пейнтбол, ловили рибу тощо.

Таблиця 1 – Туристичні програми науково-практичних конференцій «Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу» (фрагмент)

Локація	Заходи креативного туризму
Реконструкція великої садиби (з прилеглими територіями) часів козаччини	Знайомство з побутом українців 17 ст.; виготовлення гончарних виробів; рибалка; стрільба з лука; навчання верхової їзди на конях; участь у приготуванні і куштування місцевих страв тощо
Військово-навчальний заклад ЗСУ України з багаторічною історією	Знайомство з військовою технікою, у т.ч. з робочими місцями і функціями її екіпажів з можливістю «відіграти» їх ролі; відпрацювання на симуляторах навичок ведення бою в складі військового підрозділу; стрільби у лазерному тирі і т.п.
Садиба українського цукрозаводчика 18 ст. (головний палац, паркова зона), знаходиться під захистом ЮНЕСКО	Наукова програма конференції (наукові доповіді, презентації) відбувалися безпосередньо у залах головного палацу, що дало змогу зануритися в минулі часи. Була також креативна екскурсійна програма
Діючі монастирі (чоловічий і жіночий)	Знайомство з побутом монахів і монахинь, у т.ч. роботами, які вони виконують: ведення господарства, відновлення приміщень, виготовленням культових атрибутів тощо

Аналіз показав, що постійно зростаюча популярність зазначених конференцій забезпечена вдалим поєднанням їх наукової і туристичної програм, яка включала заходи креативного туризму. Серед сукупності впливів цих заходів слід виділити такі:

- формування позитивних емоцій учасників, що надовго відкладаються у пам'яті, причому як стосовно туристичної, так і наукової програми;
- набуття учасниками конференцій нового досвіду, у тому числі у творчості, розширення їх кругозору;
- долучення до місцевої культури, поглиблення її розуміння і позитивного сприйняття;
- стимулювання повторної (регулярної) участі у конференції, що підтверджується формування групи постійних учасників конференції, які стали друзями;
- налагодження і розширення кола професійних зв'язків, що сприяє формуванню команд для спільного виконання наукових проєктів

Сукупність окреслених впливів сприяла формуванню і посиленню позитивного іміджу конференції, її чіткому позиціонуванню, стимулюванню участі у ній не лише вітчизняних, але і іноземних науковців з відомих університетів. Таким чином, можна зробити висновок, що поєднання наукової програми і програми креативного туризму забезпечує синергетичний ефект, який полягає у зростанні популярності і престижності конференцій, що їх організують і проводять науковці України. При цьому зростає рівень обізнаності учасників з історією, культурою, традиціями і побутом народу України (як у минулому, так і у реаліях сьогодення), що сприяє формуванню позитивного сприйняття регіонів України.

Список джерел інформації:

1. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С. Науковий туризм: досвід і перспективи. Індустрія туризму та гостинності: досвід, проблеми, перспективи: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Суми, 17-18 квітня 2024 року). Суми: ФОП Цьома С. П., 2024. С. 35-38. URL: <https://repository.sspu.edu.ua/handle/123456789/17009>
2. Баранова К.А. Креативний туризм як інноваційний вид туризму Матеріали I Всеукр. наук.-практ. конф. Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні. (м. Херсон, 23 квітня 2021 р.). Херсон: ХДАЕУ, 2021. 327 с. С.180-182. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/baranova2.htm

Скляренко Михайло Геннадійович,
студент,

Перерва Петро Григорович,
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
Харків, Україна

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Формування механізму економічної безпеки на туристичних підприємствах в умовах глобалізаційних викликів, високої турбулентності ринку та зростаючої конкуренції набуває особливої актуальності як складова стратегічного управління та забезпечення сталого розвитку суб'єктів господарювання. Туристична галузь характеризується високим рівнем чутливості до зовнішніх і внутрішніх ризиків, що зумовлено залежністю від політичних, економічних, соціальних, екологічних та епідеміологічних факторів. У зв'язку з цим економічна безпека туристичних підприємств постає як багатовимірна категорія, що відображає здатність підприємства ефективно функціонувати, протистояти загрозам та забезпечувати стабільність фінансово-економічних результатів.

Сутність економічної безпеки туристичного підприємства полягає у забезпеченні такого стану ресурсного, фінансового, інформаційного та кадрового потенціалу, який дозволяє досягати стратегічних цілей за умов мінімізації ризиків та невизначеності. Вона охоплює систему взаємопов'язаних елементів, що включають фінансову стійкість, платоспроможність, конкурентоспроможність, інноваційний потенціал, інформаційну захищеність та кадрову стабільність. Формування ефективного механізму економічної безпеки