

ЕМіністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки та менеджменту
імені Олега Балацького
Кафедра економічної теорії

**INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS
AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

**МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ
ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК**

**MIEDZYNARODOWE STOSUNKI GOSPODARCZE
I ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ**

**МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ
И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ**

Матеріали

Міжнародної науково-практичної конференції
(Суми, Україна, 5–6 травня 2017 року)



Суми
Сумський державний університет
2017

Сільський зелений туризм - це особливий вид відпочинку, що передбачає проживання у спеціальних будинках (садибах) сільської місцевості, поєднаний із заняттям різними видами діяльності, на базі використання природного, рекреаційного, історичного, архітектурного, культурного, побутового та іншого надбання певного регіону.

На даному етапі зростаючим сектором світового господарства в галузі туризму є сфера зеленого туризму на селі. Сільський зелений туризм в Україні, хоч і новий напрям, але досить перспективний та направлений на вирішення соціальних та економічних проблем.

Інтенсивність сільського зеленого туризму в Україні залежить від наявних ресурсів кожного регіону для розвитку зазначеної галузі. Загалом, кожен регіон має все необхідне для його розвитку, але є ті, які найперспективніші і являються осередками культури і традицій.

Проведення SWOT-аналізу дало можливість здійснити об'єктивну оцінку сучасного рівня та перспектив розвитку сільського зеленого туризму на території України, а також визначити територіальні особливості та пріоритетні напрямки розвитку відпочинку на селі.

Україна багата на природні ресурси, тобто існують усі можливості для процвітання сільського зеленого туризму. Це стане поштовхом для вирішення проблеми безробіття сільського населення та їх досить невисокого добробуту. Із запровадженням даного виду туризму буде можливим якнайповніше використання природного, культурного та історичного потенціалу сільської місцевості.

ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА МЕЖДУНАРОДНОМ И РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЯХ

Копылова Н.В., ассистент, **Лелюх С.А.**, студент гр. Ф-62/1у
Сумский государственный университет (Украина)

Стратегический менеджмент имеет решающее значение для развития и расширения всех организаций, как на международном, так и региональном уровнях, поскольку является комплексным процессом разработки и формулирование краткосрочных и долгосрочных инициатив, направленных на оптимальное достижение целей организации.

По нашему мнению, региональный уровень управления имеет свои особенности менеджмента. Его отличительной чертой является политическая мотивация как составляющая управленческих решений, касающихся стратегического плана экономического развития. Важной формой реализации указанных аспектов регионального развития является

стратегическое планирование, которое дает возможность внедрить эффективное управление регионом как единым организмом и обеспечить надлежащий уровень жизни его населения.

Среди всего круга проблем и барьеров стратегически менеджмента можно выделить несколько наиболее существенных. Во-первых, совсем мало управленцев крупных и средних компаний могут считаться экспертами из бизнес-аналитики, аудита и контроллинга, корпоративного, финансового и патентного права, и не имеют опыта в сфере планирования, реализации так контрой стратегического развития. К сожалению, несовершенство системы стратегически менеджмента обусловлена не только ограниченностью знаний в сферах планирования стратегий и начального и текущего контроля, но и ошибочными, далекими от реальности подходами и устаревшими инструментами, которыми сегодня по-прежнему пользуются менеджеры предприятий. Исследования специалистов и статистические данные свидетельствуют о том, что 60% организаций не связывают собственные стратегии с бюджетом, 67% подразделений предприятий по найму персонала и информационных технологий не связывают личные приоритеты со стратегией предприятия, 75% менеджеров среднего звена не имеют мотивации, связанной с реализацией стратегии предприятия, а 95% вообще не понимают, что такое стратегия.

Чтобы это исправить западные крупные компании используют подход создания «community management» (менеджерских сообществ для организации командной работы привлечение к процессу управления специалистам нижних звеньев и генерации новых идей) конечно, такой подход способен преодолеть много барьеров ведь он даже возможность обогатить менеджеров новым опытом и позволяет быстро распространять новые передовые знания и методы работы внутри компании. Второй проблемой является то, что даже в кампаниях, которые применяют стратегическое управление в этом процессе задан лишь узкий круг разработчиков стратегии. Очевидно, что стратегия на этапе разработки и, особенно, в реализации, в значительной степени зависит от того, насколько она поддерживается всей командой, в том числе менеджеров среднего звена, которые и являются ответственными за операционную работу. В реалиях сделать это очень трудно как из-за нехватки навыков и компетенции ответственных менеджеров так и за их стопроцентную загрузку в операционных процессах, но все же делать это необходимо для того чтобы ключевая рыночная стратегия предприятия не оставалась просто на бумаге.

Итак, стоит отметить, что неправильное и не рациональное применение подходов и инструментов стратегического менеджмента приводит к разработке несовершенно обоснованной стратегии предприятия. Учитывая основные положения экономической теории и принципы

государственного управления на региональном уровне, а также условий рыночных реформ и институциональных преобразований относительно экономического развития регионов, необходимо скорейшее внедрение стратегически внедрения государственной политики на принципах современного менеджмента, реализации в общественном управлении методологии стратегического планирования, которая является естественным ответом на сущность и сложность задач стоящих перед регионами и помогут им выйти из кризиса.

1. Воронечкая И. С. Publishing house Education and Science s.r.o. [Электронный ресурс] / И. С. Воронечкая, С. В. Попа - док // Стратегический анализ как элемент стратегического управления предприятием, 2012. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/7_NITSB_2012/Economics/6_1019.

2. Винберг Генри. Взлет и падение стратегического планирования / Генри Винберг. – К. : Стандарт, 2008. — 398 с.

3. Гапоненко А. Л. Стратегия социально-экономического развития: страна, регион, город / А. Л. Гапоненко. – М.: Изд-во РАГС, 2001 – 224 с.

4. Жаворонков В. А. Стратегическое планирование в управлении регионом / У. А. Жаворонков, Г. В. Жаворонкова, С. А. Марков // Глобализация экономики: новые возможности или угроза человечеству?: Матер. междунар. науч.-практ. конф. – Донецк: Донгуэт, 2001. – С. 142-145.

КРЕАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА УПРАВЛІННЯ ІТ-БІЗНЕСОМ

Опанасюк Ю.А., к.е.н., ст. викладач, **Коломієць Д.В.**, студент гр. ЕН-63/1у
Сумський державний університет (Україна)

Креативне підприємництво - це реалізація творчої думки в звичайних побутових ситуаціях нашої життєдіяльності, яка здійснена нетрадиційними способами в нетрадиційній формі. На думку західних вчених креативний менеджмент варто розглядати у тісному взаємозв'язку з інноваційним менеджментом, адже предметами їх вивчення є методи застосування та створення креативних ідей, а також різні джерела інновацій. В останній час креативне підприємництво набуває все більшого розголосу. Вже зараз створена окрема наука, яка займається вивченням креативного підприємництва.

В останні роки Україну сколихнув бум стартапів у всіх сферах малого бізнесу, зокрема й у так званій креативній індустрії. Це пов'язано з тим, що ми живемо в період небаченого розвитку технологій, нам необхідно знайти в ньому своє місце, а для цього необхідно мислити творчо, креативно та інноваційно. Підвищення інтересу до креативного підприємництва не могло пройти без наслідків, головним з яких стало підвищення конкуренції в цій сфері, що підвищило вимоги до якості, а також в рази збільшило