

Можливість дегустації страв традиційної місцевої кухні активно застосовується як засіб для залучення туристів у сфері сільського зеленого туризму, але цей вид туризм наразі в Україні не формує значних за розміром туристичних потоків. У той же час, кількість міських закладів, де пропонують місцеві страви з використанням традиційних продуктів, дуже обмежена; переважають загальновідомі полтавські страви. В таких умовах першим кроком на шляху формування гастрономічного бренду регіону може стати використання у рекламних зверненнях продуктів (страв), які асоціюються з цією територією.

Окрім цього, можна використовувати продукти харчування загальновідомих місцевих виробників, як наприклад, крафтове пиво та наливки а також Зінківські ковбаси. Формування в туристичних зверненнях посилання на місцеву автентичну кухню збільшить кількість запитів туристів на ці страви, що спонукатиме до розширення меню існуючих закладів харчування, а також створення нових - етнічної спрямованості.

УДК 339.138

*Н.В. Безрукова, к.е.н., доцент,
Д. О. Кудряшова, магістрантка
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

РОЛЬ ГЛОБАЛЬНИХ ЛОГІСТИЧНИХ МЕРЕЖ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Агропродовольчий сектор відіграє значну роль в економіці, будучи одним з головних секторів у ВВП багатьох країн, зокрема в країнах, що розвиваються, де частка цього сектору у ВВП досягає навіть 50%. З іншого боку, у високорозвинених країнах, таких як США чи країни ЄС, він не перевищує 2%. За даними The World Factbook, у 2020 році цей показник в Україні становить більше 10% [1]. За даними Європейської комісії, у 2018 році в харчовому ланцюгу ЄС-27 було зайнято трохи більше 48 мільйонів людей; вони працювали майже в 17 мільйонах різних холдингів/підприємств. З огляду на те, що в ланцюгах постачання агропродовольчих товарів (AFSC) є сировина та продукти з коротким терміном реалізації, а також у зв'язку з тим, що в початкових ланках цього ланцюга знаходяться живі організми, цей сектор є складним логістичним завданням. На відміну від усіх інших галузей економіки, окрім вимоги ефективної логістики, вона повинна гарантувати доставку безпечних продуктів харчування кінцевим споживачам. Крім того, транспортування

харчових продуктів, особливо худоби, потребує застосування спеціалізованої логістичної інфраструктури.

У той же час протягом кількох років ми спостерігаємо зростання екологічних, соціальних та етичних проблем, а також підвищення обізнаності про вплив виробництва та споживання їжі на природне середовище. Ці явища призвели до посилення тиску з боку організацій споживачів, екологічних груп та політиків на агропродовольчі компанії, щоб вони вирішували соціальні та екологічні проблеми, пов'язані з їхніми ланцюгами поставок, протягом життєвого циклу продукції від «ферми до споживача» [3]. Тому ефективна та екологічно чиста логістика та технології виробництва є ключовими факторами успіху як для виробників, так і для роздрібних продавців у AFSC.

Сільськогосподарські підприємства є головною ланкою в AFSC. Вони виробляють сировину для переробки та виготовляють свіжу продукцію, яка прямо чи опосередковано доставляється споживачеві. Таким чином, якість сировини та продукції, а також витрати сільськогосподарських підприємств матимуть значний вплив на кінцеву ефективність усього ланцюга поставок. Крім того, на ці витрати та якість суттєво впливатиме тип виробничих технологій та логістики через безпосередній контакт із навколишнім середовищем та живими організмами. З огляду на прогресуючу глобалізацію, особливості сільськогосподарського виробництва, про які йшлося вище, визначають не лише логістику на сільськогосподарських підприємствах, а й впливають на функціонування цілих AFSC. Вони посилюються та породжують нові детермінанти, що ускладнює їх визначення в AFSC.

Узагальнюючи вищевикладене, слід зазначити, що логістичні системи сільськогосподарських підприємств мають певні обмеження, а саме: збільшення обсягу товарних потоків в усіх географічних напрямках при неповному використанні потенціалу транспортних коридорів і можливостей логістичних систем з урахуванням світових інтеграційних тенденцій у сфері логістики; вітчизняний аграрний бізнес працює без урахування світового досвіду у сфері логістики, внаслідок чого відбувається постійне збільшення транспортних складових у собівартості продукції і зниження конкурентоспроможності продукції; недостатня увага приділяється створенню логістичної системи товароруку з урахуванням потужностей транспортного комплексу.

Отже, з метою забезпечення доступу сільськогосподарських підприємств до глобальних маркетингових каналів, а також самостійності у процесах оптимізації ринків збуту, доцільним буде формування регіональних логістичних систем, що є важливим завданням, вирішення якого сприятиме підвищенню ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств в цілому.

Література:

1. Донських А. С. Конкурентоспроможність аграрних підприємств та фактори, що її визначають / А. С. Донських // *Ефективна економіка*. 2020. – №12. – С. 89-92.
2. Лєгеза Д.Г. Логістичні підходи до реалізації овочів у сільськогосподарських підприємствах / Д.Г. Лєгеза // *Інноваційна Економіка*. 2017. – № 3-4 (68). – С. 167-173.
3. Лисько Т.Г., Луценко І.С. Основні засади функціонування логістичної системи підприємства. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://probleconotom.y.kpi.ua/pdf/2019-6.pdf>.

УДК 316.46

*А.Ю. Білоусова, к.е.н.
Л. Білоус, студентка гр. д2ЕФ
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

КОНЦЕПЦІЯ ЯКОСТЕЙ ЛІДЕРА

Питанню лідерства приділяють увагу вже багато років та незважаючи на це, все ще існує міф що лідерами народжуються, тобто лідери наділені унікальними якостями на генетичному рівні.

Першим дослідником який взявся спростувати цей найбільший міф був Воррен Бенніс. У своїх дослідженнях він стверджував, що лідерами стають завдяки цілеспрямованим зусиллям, напруженій роботі та щоденним діям. Звісно, є певне генетичне підґрунтя, яке може допомогти прискорити особистісний розвиток, проте немає ніяких доказів того, що лідерство закладене у нас.

Традиційні теорії ґрунтувалися на зовнішніх ознаках і особистісних якостях керівників, але згодом були спростовані.

Теорія лідерських якостей виділяє п'ять основних якостей, які характеризують лідера: розум та інтелектуальні здібності; панування та домінування над іншими; впевненість в собі; активність та енергійність; знання справи. Однак, ці п'ять рис повністю не пояснюють виникнення лідера. Багато людей з цими якостями так і залишались послідовниками.

Удосконалюються психологічні якості під впливом досвіду, що його набуває людина в процесі свого життя і діяльності. Дослідження показують, що приблизно у 30% – 60% керівників поведінка лідера є набутою [1].

Основними здібностями для лідера повинні бути: прагнення до постійного самовдосконалення, схильність до сприйняття нових ідей і досягнень, панорамність мислення і професійна предметність, здатність до самоаналізу. З метою розвитку якостей лідера особистості слід звернути увагу на проактивність, відповідальність за свої дії та дії команди, розвиток вміння слухати та приймати критику, емпатію. Лідерів породжують труднощі – вони мають постійно виходити з зони комфорту.