

високу мотивацію до подальшого розвитку, має високу мобільність та займає активну громадянську позицію.

«Удосконалюючи себе, представник середнього класу як інноваційний індивід робить свій внесок в вдосконалення й модернізацію всього суспільства. Спрацьовує діалектичний закон переходу кількості в якість. Зростання рівня та якості освіти, збільшення показника охоплення вищою освітою населення веде до накопичення критичної маси носіїв інтелектуального потенціалу нації – представників середнього класу, що зрештою зумовлює синергетичний ефект впливу на перетворення суспільства та економіки» [3, 299].

8. Функція соціального новаторства середнього класу виявляється у інноваційному підприємстві, що генерує нові ідеї, нові сфери використання свого інтелектуального потенціалу або вдосконалення вже існуючих.

Таким чином, без опори на середній клас як основного рушія інноваційних перетворень неможливо впоратись із завданням трансформації економіки, а для сучасних умов в Україні необхідно якнайшвидше створити умови для його зміцнення та розвитку.

Джерела та література

1. Громыко Ю. Класс RAZVITIE. Москва: Ин-т им. Е. Л. Шиффера, 2013. 240 с.
2. Кагалицкий Б. Ю. Восстание среднего класса. Москва: Ультра. Культура, 2003. 320 с.
3. Зайцев Ю. К., Москаленко О. М. Сучасна політична економія як теоретична основа економічного розвитку суспільства: у 2-х кн. Кн. I. Філософсько-методологічні засади архітекτονіки предмета сучасної політичної економії: монографія. Київ: КНЕУ, 2018. 397 с.
4. Побережець О. В. Теоретико-методологічні та практичні засади дослідження системи правління результатами діяльності промислового підприємства: монографія. Херсон: Гринь Д. С., 2016. 500 с.
5. Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти: монографія. Вип. 1/за ред. д-ра екон. наук, доц. Є. І. Масленнікова. Херсон: Гринь Д. С., 2016. Вип. 1. 854 с.

Мартінова Н. – студентка
Науковий керівник: д. е. н., доц.
В. Нехай
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Д. Моторного
м. Мелітополь, Україна

Організація ресурсного та логістичного забезпечення підприємств АПК

В ході діяльності виробництва сільськогосподарського машинобудування, а саме у процесі логістичного забезпечення, виникає ряд проблем, які поки що існують у сфері ресурсного забезпечення АПК. Слід зауважити, що на даний проміжок часу розвиток ресурсного забезпечення ринку України и продовольчої безпеки країни, ще не досягло належного рівня. Це може бути обумовлено тим, що є проблема нестачі наукових доробок у сфері логістичного та ресурсного забезпечення АПК, не достатньо сформовані концепції правової бази, не ефективний механізм кредитування сільгоспвиробників, несприятливі економічні умови для розширеного відтворення тощо.

Висвітленням проблем логістики займались такі вчені як Б. О. Анікін, К. В. Кобзева, О. М. Гаджинский, Т. Д. Москвітін, В. В. Нехай та ін. Але незважаючи на велику кількість наукових праць, які присвячені темі логістики, питання щодо логістичної підтримки ресурсного забезпечення АПК ще мало досліджені. Тому маємо необхідність проведення наукових досліджень у цій області.

Необхідність розвитку логістичних систем в аграрному секторі пов'язана з тим, що для галузей АПК характерна відсутність територіальної локалізації виробничих процесів. Підпри-

емства переробної промисловості, як правило, просторово віддалені від джерел сировини, що викликає необхідність фізичного переміщення матеріальних потоків, як у часі, так і в просторі [1]. В цілому матеріальні, фінансові та інформаційні потоки в структурі АПК мають три напрями:

– сільгосппідприємства і підприємства переробної промисловості-кінцевий споживач (ринок продовольства). Взаємодія відбувається через логістичні, тобто матеріально-грошово-інформаційні потоки;

– сільськогосподарські підприємства – підприємства харчової та переробної промисловості (ринок сільськогосподарської сировини);

– сільськогосподарські підприємства – підприємства переробної промисловості (ринок продуктів переробки).

Організація ресурсного забезпечення сільгоспвиробників і просування їх продукції на ринок на основі логістики дає значний економічний, соціальний і екологічний ефект. Тобто логістика повинна охоплювати всі сфери агропромислового комплексу, всі економічні потоки, все логістичні ланцюги і все стадії відтворювального процесу [2–7]. Логістика АПК являє собою науку і практику управління економічними потоками в сфері виробництва, розподілу, обміну та споживання продукції сільського господарства. Вона включає в себе як ресурсне забезпечення АПК, так і збут готової продукції. Головною метою логістики АПК є повне задоволення потреб населення і господарства в продуктах харчування, сільськогосподарській сировині і продуктах його переробки. Наслідками оптимізації логістичних витрат є: в період сезонного підвищення попиту – забезпечення максимальних обсягів продажів за рахунок налагодженої системи доставки продукції; в періоди спаду – оптимізація витрат на підтримання товарного запасу, забезпечення збереження продукції за рахунок надання спеціально адаптованих умов зберігання. Подолання часу і відстані при русі продукції, організація ефективної служби її поставок – основне завдання логістики.

Логістика у взаємозв'язку з маркетингом являє собою найбільш прийнятний на сьогоднішній день варіант системи управління в економіці, тому що займає стратегічну організаційну позицію між виробництвом і маркетингом. [3] Цінова політика і упаковка – спільні обов'язки логістики та маркетингу. Придбання матеріальних ресурсів і доставка готової продукції – приклади взаємодії логістики, виробництва і маркетингу.

Висновок. Для підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних сільгоспвиробників в сучасних умовах вже недостатньо обмежитися внесенням тих чи інших змін у виробничий процес. Необхідна корінна перебудова системи виробничої та розподільчої діяльності господарюючих суб'єктів на основі розвиненої логістичної системи.

Джерела та література

1. Кобзева К. В. Теоретичне обґрунтування становлення логістики як науки. *Економіка, менеджмент, підприємництво: зб. наук. пр.* Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2007. № 18. С. 61–66.
2. Мойса М. Я., Голубков Є. В. Організаційно-економічні чинники підвищення ефективності аграрних підприємств. *Економіка АПК.* 2010. № 1. С. 86–93.
3. Корнієцький О. В. Значення логістики для агропромислового комплексу. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4240>
4. Нехай В. В. Збутова діяльність підприємств сільськогосподарського машинобудування на засадах консолідованого маркетингу: теорія, методологія, практика: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Суми: СУМДУ, 2019. 543 с. URL: <https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=13951266124923024159&btnI=1&hl=ru&authuser=1>
5. Нехай В. В. Маркетингова політика розподілу підприємств сільськогосподарського машинобудування. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) (Index Sopernicus та ін.)*. 2018. № 2 (37). С. 122–128.
6. Нехай В. В. Обрання консолідованого маркетингу для вирішення проблем збуту сільськогосподарської техніки. *Національний менеджмент в умовах інтеграційних та глобалізаційних викликів/за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. І. Михайлової*. Суми: ФОП Литовченко Є. Б., 2019. С. 193–218.
7. Нехай В. В. Інновации создания маркетинговых организаций. *Theory and practice: problems and prospects book of abstracts 21st–22nd of May, 2020*. Marijampole and Kaunas, Lithuania, 2020. С. 64–65.