

досягнення визначених організацією цілей тощо.

Ефективність менеджменту відображає особливості економічних, організаційних, соціальних та інших явищ, які характеризують діяльність будь-якої організації. Іншими словами, ефективність менеджменту - це результативність управлінської діяльності, що визначається як відношення отриманих результатів від реалізації певних управлінських важелів на підприємстві до витрат, які супроводжують їх одержання.

### *Література:*

1. Погорелова Т. О. Оцінка ефективності менеджменту підприємства. *Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Економічні науки: зб. наук. пр.* 2020. № 1 (3). – С. 79-83. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54940>
2. Євась Т.В., Коломієць А.М. Методичні підходи до оцінки ефективності системи менеджменту підприємства. *Подільський науковий вісник.* 2019. Випуск №2(10). С. 39-45. URL: [https://pnv.in.ua/images/Magazine/2\\_2019.pdf](https://pnv.in.ua/images/Magazine/2_2019.pdf).
3. Шкільняк М. М., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: підручник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022 р. 258 с.
4. Петков В.П. Менеджмент у державному управлінні: особлива частина: навчальний посібник. Київ: КНТ, 2023 р. 216 с.
5. Кунаєв А. Ю. Основні підходи до оцінювання ефективності менеджменту промислового підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки.* - 2015. Вип. 14(2). С. 100-104. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu\\_en\\_2015\\_14\(2\)\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_14(2)_29)

### **СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ЛОГІСТИКА»**

*Семенова Т.Ю., здобувачка вищої освіти-магістр 5року навчання  
Науковий керівник: Водолажська Т.О., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Логістика у сучасному світі є однією з найефективніших форм інтеграції виробництва, транспортування, розподілу та збуту товарів із широким використанням сучасних технічних засобів.

На сьогоднішній день єдиного визначення термін «логістика» не має. Це пояснюється тим, що логістична діяльність включає в себе багато напрямів і концентрація уваги на одному із них суттєво змінює сутність самого визначення. Досі у науковій спільноті ведуться дискусії щодо змістовного наповнення поняття «логістика», це пов'язано з глибоким її проникненням в усі сфери діяльності підприємств (табл. 1).

Рада з менеджменту фізичного розподілу (США) визначає логістику як «широкий діапазон діяльності, пов'язаний з ефективним рухом матеріальних ресурсів від закінчення виробничої лінії до споживача, який включає рух сировини від джерел постачання до початку виробничої лінії, транспортування,

складування, обробку матеріалів, упакування, контроль запасів, вибір місця знаходження виробництва і складу, замовлення на виробництво продукції, прогнозування попиту, маркетинг і обслуговування споживачів» [1].

Таблиця 1 – Визначення поняття «логістика»

Визначення	Літературне джерело
«Наука про планування, організацію, управління, контроль і регулювання переміщення матеріальних та інформаційних потоків у просторі і в часі від їхнього первинного джерела до кінцевого споживача»	Амітан В.Н. [2], Мельникова К.В [6]
«Наука про планування, контроль і управління транспортуванням, складуванням та іншими матеріальними і нематеріальними операціями, здійснюваними у процесі доведення сировини і матеріалів до виробничого підприємства, внутрішньозаводської переробки сировини, матеріалів і напівфабрикатів, доведення готової продукції до споживача з врахуванням інтересів та вимог останнього, а також передачі й обробки відповідної інформації»	Банько В.Г. [3]
«Новий науковий напрямок, учення про планування, управління і спостереження (відстеження) під час переміщення матеріальних та інформаційних потоків у виробничих і енергетичних системах»	Герелиця Р.О. [4]
«Це планування і управління потоком матеріалів, складових частин і необхідним інформаційним потоком з метою прискорення загального потоку та готових виробів у межах установи та через її маркетингові канали, забезпечуючи максимізацію поточного та майбутнього прибутку та найвищу ефективність реалізації замовлення»	Білоцерківський О.Б., Брінь П.В., Замула О.О., Ширяєва Н.В.[ 5]
«Мистецтво та наука забезпечення, виробництва та розподілення матеріалів і продукції у необхідному місці та потрібної кількості». У військовій справі (де цей термін більш уживаний) може також включати переміщення військ	Coyle John J., Bardi Edward J., Langley Jr. C. John [7]

*Сформовано автором на основі джерел [2 – 7]*

Отже можна дійти висновку, що в загальному розумінні логістика – це процес планування та ефективного транспортування, зберігання товарів від виробника до споживача. Також можна сформулювати мету логістики в цілому – це економічно ефективно та своєчасне виконання потреб клієнтів.

#### ***Література:***

1. Марченко В.М., Шутюк В.В. Логістика : підруч. Київ: Арттек, 2018. 312 с.

2. Амітан В.Н. Логістизація процесів в організаційно–економічних системах / В.Н. Амітан, Р.Р. Ларіна, В.Л. Пілюшенко. Донецьк: ТОВ «Юго–Восток, Лтд», 2013. 73 с.

3. Банько В.Г. Логістика: навч. посіб. (2-е вид., перероб.). Київ : КНТ, 2007. 332 с.

4. Герелиця Р.О. Особливості транспортної логістики підприємств АПК / Р.О. Герелиця // Формування стратегії розвитку регіонального АПК: матеріали 4-ої міжфакультетської наук.–практ. конф. молодих вчених, 30 травня 2008 р. Житомир, 2008. С. 187–189.

5. Логістика: навч. посіб. для студ. екон. спец. / О.Б. Білоцерківський, П.В. Брінь, О.О. Замула, Н.В. Ширяєва; НТУ «Харк. політехн. ін-т». Харків : НТУ «ХПІ», 2010. 152 с.

6, Логістика: навч. посіб. [Текст]/ [Мельникова К.В. та ін.]; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Ястремської О. М.; Харків. нац. екон. ун-т ім. Семена Кузнеця. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 271 с.

7. Coyle John J., Bardi Edward J., Langley Jr. C. John. The Management of Business Logistics. St. Paul: WestPublishing Company, 1985

## **КЛЮЧОВІ СКЛАДОВІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ**

*Согомонян А.К.*

*Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сьогодні, у світі, де вплив традиційних інструментів реклами поступово втрачає свою силу, маркетинг стає все більш інтерактивним та візуально орієнтованим. Зростаючий вплив застосунків ставить під сумнів ефективність звичайних рекламних підходів. Сучасні медіа акцентують увагу на участі споживача та вірусному поширенні інформації. Це призводить до необхідності зміни маркетингових стратегій та використання новітніх інструментів. Природний відбір в цифровому середовищі змушує маркетингологів адаптуватися, оскільки споживачі віддають перевагу тим компаніям, які швидше впроваджують інновації та вдало освоюють цифрові канали зв'язку.

Цифровий маркетинг становить невід'ємну складову сучасного інформаційного суспільства. Це універсальний підхід до просування товарів і послуг, який використовує цифрові канали для привертання та утримання клієнтів. Цифровий маркетинг насправді є ширшим поняттям, ніж просто інтернет-маркетинг, оскільки він охоплює більш широкий спектр інструментів та платформ. Він об'єднує в собі як онлайн, так і офлайн стратегії, створюючи комплексний підхід до залучення та утримання клієнтів.

Згідно [1], у сучасному діджитал маркетингу можна виділити три ключові складові, що формують його основу:

– контент, який виступає серцем будь-якої успішної стратегії. Від блогів та статей до інфографіки та електронних книг – контент забезпечує цінну