Література:

1. Pererva P., Gutsan O., Diachenko T. (2017) Motivation of personnel on machine-building enterprise // *Balance and Challenges*, Miskolc-Lillafüred. Miskolc : Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar. P. 100-106.
2. Kosenko A. V., Tkachev M. M., Kobieliev V. M., Pererva P. G. (2018) Innovative compliance of technology to combat corruption // Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. P.285-295.
3. Перерва П. Г. Управління інноваційною діяльністю підприємства // Маркетинг: підручник / За ред. О. А.Старостіної. Київ : Знання, 2009. С. 461-518.
4. Nagy S., Sikorska M., Pererva P. (2018) Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire. *Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами*: *матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф.,* 19 квітня 2018 р. Київ: НАУ, 2018. С. 21-22.
5. Sikorska M., Kocziszky György, Pererva P.G. Compliance service at guest services enterprises // *Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф*. Полтава: ПУЕТ, 2017. С. 389-391.
6. Перерва П. Г., Косенко О. П., Ткачова Н. П., Ткачов М. М. Формування конкурентного, інтелектуального і маркетингового потенціалу інноваційного підприємництва // *Вісник НТУ «ХПІ» (економ. науки): зб. наук. пр.* Харків : НТУ "ХПІ", 2018. № 20 (1296). С. 36-40.
7. Перерва П. Г., Кобєлєва Т. О., Ткачова Н. П. Збалансована система показників в інноваційно-інвестиційній політиці промислового підприємства. *Вісник НТУ «ХПІ»: зб. наук. пр.: Технічний прогрес та ефективність виробництва.* Харків : НТУ "ХПІ". 2015. № 60. С. 50-54.
8. Перерва П. Г. Економіка і маркетинг виробничо–підприємницької діяльності: навч. посібник / За ред. проф. Перерви П. Г. та ін. – Харків : НТУ «ХПІ», 2004. 640 с.
9. Kocziszky György, Pererva P. G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
10. Pererva P. G., Kocziszky G., Veres Somosi M. (2019) Compliance program: [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU "KhPI". 689 p.
11. Перерва П. Г., Борзенко В. І., Кобєлєва Т. О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
12. Перерва П. Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / за ред. П. Г. Перерви, С.А. Меховича, М.І. Погорєлова. Харків: НТУ «ХПІ», 2008. 1080 с.
13. Pererva P., Nagy S., Maslak M. (2018) Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. № 5. 10 p.
14. Tkachev M. M., Kobielieva T. O., Pererva P. G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // Scientific bulletin of Polissia. № 4 (8), ч. 2. С. 240-246.

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ РОЗРАХУНКІВ СОБІВАРТОСТІ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

КОБЄЛЄВА Т. О., д-р. екон. наук, проф., проф. кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин
ЧЕРНИШЕНКО О. І., аспірантка кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Сучасний світ динамічно змінюється під впливом цифрових технологій, що активно впроваджуються в усі сфери економіки. Промисловий сектор, який є

основою економічного розвитку, не є винятком. Одним із ключових аспектів ефективного управління промисловими підприємствами є точний та оперативний розрахунок собівартості продукції [1; 6; 11]. Традиційні методи розрахунку часто є трудомісткими, містять ризики помилок та вимагають значних витрат часу. Сучасні тенденції в економіці та промисловості вимагають впровадження цифрових технологій у процеси розрахунку собівартості продукції. Діджиталізація цього процесу дозволяє підвищити точність, зменшити ризик помилок, автоматизувати рутинні операції та сприяти ефективнішому управлінню витратами [2; 5; 8; 13]. Саме тому діджиталізація цього процесу стає нагальною необхідністю.

Впровадження цифрових технологій у розрахунок собівартості дозволяє підвищити точність фінансових розрахунків, зменшити вплив людського фактору та оптимізувати витрати підприємства. Використання сучасних ERP-систем, штучного інтелекту та аналітичних платформ сприяє автоматизації процесів, що, у свою чергу, покращує контроль за витратами, підвищує рентабельність виробництва та сприяє конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Цифрова трансформація у сфері розрахунку собівартості передбачає інтеграцію сучасних технологій, таких як Big Data, машинне навчання, хмарні сервіси та блокчейн [6; 12; 14]. Завдяки цьому підприємства можуть оперативно аналізувати витрати, прогнозувати фінансові показники та швидко реагувати на зміну ринкової кон'юнктури. Таким чином, діджиталізація розрахунків собівартості промислової продукції є не просто трендом, а стратегічним напрямом розвитку підприємств у XXI столітті.

Нами пропонуються найбільш важливі інформаційні інструменти діджиталізації розрахунків собівартості промислової продукції.

1. Використання ERP-систем – інтегровані рішення для управління підприємством дозволяють автоматично обробляти дані про витрати, закупівлі та виробничі процеси.

2. Автоматизація збору та аналізу даних – використання IoT, хмарних технологій та штучного інтелекту забезпечує оперативний доступ до актуальних даних та їх обробку в режимі реального часу.

3. Застосування аналітичних платформ – використання BI (Business Intelligence) та Big Data сприяє прогнозуванню витрат і оптимізації ресурсів.

4. Електронний документообіг – впровадження цифрових підписів та автоматизованого управління документами спрощує процес обліку витрат.

Використання на практиці пропонованих інформаційних інструментів може надати промисловому підприємству суттєві переваги в його виробничо-комерційній діяльності: підвищення точності розрахунків за рахунок зменшення людського фактору; зменшення витрат часу та ресурсів на аналіз собівартості; гнучкість та адаптивність систем до змін у виробничих процесах; прозорість даних і можливість швидкого доступу до ключових показників.

Діджиталізація процесу розрахунку собівартості промислової продукції є необхідною умовою ефективного функціонування підприємств у сучасних

умовах глобалізації та технологічного прогресу [3, 8, 10]. Впровадження цифрових технологій дозволяє значно підвищити точність розрахунків, зменшити витрати часу на їх здійснення, автоматизувати ключові процеси управління фінансами та оптимізувати виробничі витрати.

Цифрові рішення, такі як ERP-системи, штучний інтелект, аналітичні платформи та блокчейн, сприяють прозорості та оперативності фінансового контролю. Це забезпечує більш обґрунтовані управлінські рішення, що позитивно впливають на загальну ефективність підприємства. Крім того, діджиталізація сприяє швидкій адаптації до змін у ринковому середовищі та підвищенню конкурентоспроможності виробничих підприємств.

Проте впровадження цифрових технологій потребує значних інвестицій, кваліфікованих фахівців та розуміння ключових процесів діджиталізації. Тому підприємствам необхідно розробляти стратегічні плани цифрової трансформації, враховуючи технічні, фінансові та організаційні аспекти.

Таким чином, діджиталізація розрахунків собівартості промислової продукції є не лише інноваційним рішенням, а й критично важливим елементом підвищення ефективності виробництва, оптимізації ресурсів та забезпечення стабільного розвитку підприємства у сучасному цифровому світі. Діджиталізація процесу розрахунку собівартості промислової продукції є важливим кроком до підвищення ефективності підприємств. Впровадження сучасних технологій сприяє оптимізації витрат, підвищенню продуктивності та конкурентоспроможності на ринку. Розвиток цифрових рішень у цій сфері є необхідним для підприємств, які прагнуть до інноваційного розвитку та довгострокового успіху.

Література:

1. Kosenko A. V., Tkachev M. M., Kobieliev V. M., Pererva P. G. (2018) Innovative compliance of technology to combat corruption // Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. P.285-295.

2. Перерва П. Г. Управління інноваційною діяльністю підприємства // Маркетинг: підручник / За ред. О. А.Старостіної. К.: Знання, 2009. С. 461-518.

3. Nagy S., Sikorska M., Pererva P. (2018) Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire. *Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами*: *матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф.,* 19 квітня 2018 р. Київ: НАУ, 2018. С. 21-22.

4. Sikorska M., Kocziszky György, Pererva P.G. Compliance service at guest services enterprises // *Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф*. Полтава: ПУЕТ, 2017. С. 389-391.

5. Перерва П. Г., Косенко О. П., Ткачова Н. П., Ткачов М.М. Формування конкурентного, інтелектуального і маркетингового потенціалу інноваційного підприємництва // *Вісник НТУ «ХПІ» (економ. науки): зб. наук. пр.* Харків : НТУ "ХПІ", 2018. № 20 (1296). С. 36-40.

6. Перерва П. Г., Кобєлєва Т. О., Ткачова Н. П. Збалансована система показників в інноваційно-інвестиційній політиці промислового підприємства // *Вісник НТУ «ХПІ»: зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес та ефективність виробництва.* Харків : НТУ "ХПІ". 2015. № 60 (1169). С. 50-54.

7. Перерва П. Г. Економіка і маркетинг виробничо–підприємницької діяльності: Навч. посібник / За ред. проф. Перерви П. Г., проф. Гаврись О. М., проф. Погорєлова М. І. – Харків : НТУ «ХПІ», 2004. 640 с.

8. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.

9. Pererva P.G., Kocziszky G., Veres Somosi M. (2019) Compliance program: [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU "KhPI". 689 p.

10. Перерва П. Г., Борзенко В. І., Кобєлєва Т. О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.

11. Перерва П. Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / за ред. П. Г. Перерви, С. А. Меховича, М. І. Погорєлова. Харків: НТУ «ХПІ», 2008. 1080 с.

12. Pererva P., Nagy S., Maslak M. (2018) Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. № 5. 10 p.

13. Tkachev M. M., Kobielieva T. O., Pererva P. G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. № 4 (8), ч. 2. С. 240-246.

14. Pererva P., Gutsan O., Diachenko T. (2017) Motivation of personnel on machine-building enterprise // *Balance and Challenges*, Miskolc-Lillafüred. Miskolc : Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar. P. 100-106.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНФОРМАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

КОСЕНКО О. П., д-р. екон. наук, проф., проф. кафедри маркетингу
ЛУЧИНСЬКИЙ М. В., аспірант
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

У сучасному світі соціальні мережі стали невід’ємною частиною життя мільйонів людей, відіграючи ключову роль у комунікації, розвагах і отриманні інформації. Однак їхній вплив виходить далеко за межі повсякденного спілкування – сьогодні вони є потужним маркетинговим інструментом, що кардинально змінює підходи до просування товарів і послуг [1-14]. Завдяки можливості швидко розповсюджувати інформацію, забезпечувати пряму взаємодію з аудиторією та використовувати точний аналіз споживчих уподобань, соціальні мережі стають невід’ємною частиною маркетингових стратегій.

Однією з головних переваг використання соціальних мереж у маркетингу є можливість сегментування аудиторії за різними параметрами – віком, місцем проживання, інтересами, поведінковими факторами тощо [3; 7; 11; 14]. Це дозволяє компаніям максимально точно адаптувати свої рекламні кампанії та забезпечити їхню ефективність. Крім того, соціальні платформи активно використовують алгоритми, які аналізують активність користувачів і допомагають рекламодавцям доносити свої повідомлення саме до тих, хто потенційно зацікавлений у їхніх продуктах чи послугах [2; 6; 12].

У цій роботі буде розглянуто, як соціальні мережі впливають на розвиток маркетингових технологій, які інструменти використовуються для ефективної комунікації з аудиторією та які перспективи чекають на цей сегмент у майбутньому. Окремо буде проаналізовано роль контент-маркетингу,