

*С.В. СУСЛИКОВ***ОПТИМІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ: ЕЛІМІНАЦІЯ НЕЕФЕКТИВНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СКЛАДОВИХ**

Стаття присвячена питанню оптимізації корпоративних стратегій в умовах сучасної економічної нестабільності. Автори розглядають методики обробки інформації, необхідні для виявлення та елімінації неефективних економічних складових у стратегічному плануванні підприємства. У статті розглядаються результати аналізу досвіду вітчизняних та закордонних компаній у сфері оптимізації корпоративних стратегій. Основний акцент робиться на використанні сучасних методів та інструментів обробки інформації, таких як семантичний аналіз, порівняльний аналіз, сопоставление та інші, для отримання об'єктивних даних та числових оцінок. Автори виділяють ключові фактори, які слід враховувати при оптимізації корпоративної стратегії, такі як ефективність, рентабельність, ризики, конкурентність та інші. Вони також розглядають підходи до вибору джерел інформації та методів обробки даних. Стаття містить практичні рекомендації для керівників компаній щодо покращення процесів прийняття стратегічних рішень, підвищення комплексного соціально-економічного стану та конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної нестабільності.

Ключові слова: економіка, оптимізація, корпоративна стратегія, економічні складові, обробка інформації, стратегічне планування

*S. SUSLIKOV***OPTIMIZATION OF CORPORATE STRATEGY: ELIMINATION OF INEFFECTIVE ECONOMIC COMPONENTS**

This article addresses the crucial issue of optimizing corporate strategies in the context of modern economic instability. The authors explore information processing methodologies necessary for identifying and eliminating ineffective economic components in the strategic planning of a company. The article examines the results of analyzing the experiences of both domestic and international companies in the field of corporate strategy optimization. The main emphasis is placed on the utilization of contemporary methods and tools for information processing, such as semantic analysis, comparative analysis, juxtaposition, and others, to obtain objective data and numerical assessments. The authors highlight key factors that should be considered when optimizing a corporate strategy, including efficiency, profitability, risks, competitiveness, and others. They also discuss approaches to selecting sources of information and data processing methods. The article provides practical recommendations for company executives to improve the strategic decision-making processes, enhance the overall socio-economic state, and increase the competitiveness of the enterprise in the conditions of economic instability.

Keywords: economics, optimization, corporate strategy, economic components, information processing, strategic planning

Вступ. В сучасних умовах бізнесу, коли конкуренція на ринку стає все більш жорсткою, а динаміка змін у бізнес-середовищі надзвичайно висока, компанії повинні бути готові до постійних адаптацій та оптимізацій своїх стратегій. Однією з ключових складових успішного стратегічного управління є здатність вчасно виявляти та еліминувати неефективні компоненти корпоративної стратегії, зокрема економічні.

Ефективність корпоративної стратегії визначається не лише вибором правильного напрямку, але й здатністю підтримувати цей напрямок відповідно до змін у бізнес-середовищі та своїх внутрішніх ресурсів. У статті «Оптимізація корпоративної стратегії: елімінація неефективних економічних складових» ми дослідимо сутність та методики оптимізації стратегії з фокусом на економічних аспектах.

Аналіз стану питання щодо оптимізації корпоративної стратегії та елімінації неефективних економічних складових свідчить про наростаючий інтерес до цієї теми серед бізнес-спільноти та дослідників. Сучасний бізнес-ландшафт вимагає від компаній постійного перегляду та адаптації їх стратегій для досягнення успіху та конкурентоспроможності. Зокрема, укладення угод про вільну торгівлю, швидка зміна технологічного ландшафту, зростання екологічних стандартів та інші фактори створюють необхідність у вдосконаленні корпоративних стратегій.

Дослідження вказують на те, що багато компаній намагаються адаптуватися до нових умов, оптимізуючи свої стратегії для забезпечення сталого розвитку та

прибутковості. Економічні аспекти грають ключову роль у цьому процесі, оскільки ефективне використання ресурсів, фінансова стійкість та прибутковість є важливими цілями для більшості компаній.

Однак деякі виклики та проблеми залишаються актуальними, такі як ідентифікація неефективних економічних складових стратегії, розробка методик оптимізації та впровадження їх на практиці. Деякі компанії можуть стикатися з труднощами у визначенні та елімінації неефективних аспектів своєї діяльності.

Таким чином, аналіз стану питання свідчить про важливість та актуальність теми оптимізації корпоративної стратегії з фокусом на економічних аспектах та необхідність подальших досліджень у цьому напрямку.

Мета роботи. Метою даної статті є дослідження і аналіз питання оптимізації корпоративних стратегій в умовах сучасної економічної нестабільності.

Аналіз основних досягнень і літератури. Аналіз основних досягнень та літератури з питання оптимізації корпоративної стратегії зокрема в економічному контексті свідчить про багатогранність та актуальність даної проблематики. Більшість робіт у цій галузі фокусуються на визначенні та усуненні неефективних аспектів стратегій, спрямованих на забезпечення сталого розвитку компаній.

Серед вчених-економістів, які внесли вагомий внесок у дослідження цієї теми, слід відзначити таких авторів як: В.В. Боковець [1], М.М. Мартиненко, В.І. Отенко [2], П.Г. Перерва, В.О. [3], Кравченко, Т.С.

Іванова, М. Портера, А. Стрікланда, А. Томпсона, Р. Фатхудинова, А. Чандлера та інші.

Загалом, вітчизняні вчені-економісти роблять акцент на комплексному підході до оптимізації корпоративної стратегії, враховуючи економічні аспекти як один із важливих чинників успіху компаній. Їхні дослідження та рекомендації можуть бути цінним джерелом знань для бізнес-лідерів та менеджерів, які прагнуть оптимізувати стратегічне управління у своїх організаціях.

Викладення основного матеріалу дослідження.

У даній роботі було розглянуто результати анкетного опитування, спрямованого на вивчення практики визначення неперспективних напрямків діяльності в комерційних компаніях, а також надані рекомендації щодо поліпшення цього процесу. Алгоритм за котрим було проведено дослідження представлено на рис. 1.

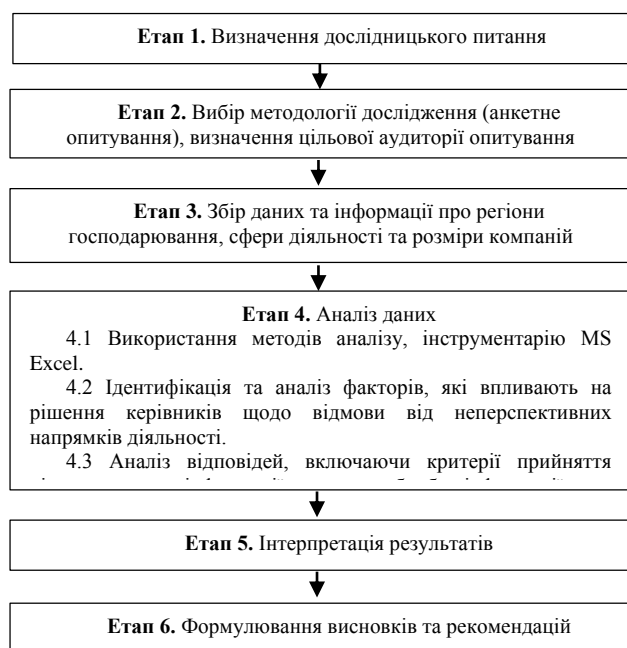


Рис. 1 - Алгоритм дослідження

При оптимізації корпоративної стратегії, критично важливим є урахування менеджментом змін у зовнішньому середовищі, адже ці фактори прямо впливають на ефективність економічних аспектів діяльності компанії. Сучасні дослідження висвітлюють необхідність глибокого аналізу і відбору компонентів корпоративної стратегії, з особливим акцентом на виявлення та усунення неефективних економічних елементів.

Головною метою проведеного дослідження було виявлення підходів, якими керуються керівники комерційних організацій під час виявлення неперспективних нових напрямків у діяльності своїх компаній.

Основним інструментом дослідження послужив анкетне опитування керівників компаній (директорів, генеральних директорів, комерційних та фінансових директорів, головних бухгалтерів) було основним інструментом дослідження, спрямованого на аналіз процесів ідентифікації та елімінації неефективних економічних складових у їхніх компаніях. Учасниками

дослідження стали 50 осіб, представників різних вікових груп та з різним рівнем досвіду у сфері економіки та управління (серед яких 12 жінок та 38 чоловіків віком від 27 до 64 років, з досвідом роботи на керівних посадах від 1,5 до 30 років).

Регіоном господарювання досліджуваних підприємств є східна та центральна частина України. Сфери їх діяльності включають виробництво легкої промисловості та сільськогосподарської продукції, будівництво, оптову та роздрібну торгівлю (54,3% від загальної кількості компаній), надання послуг зв'язку, бухгалтерських та косметичних послуг (45,7% від загальної кількості). 14,33% компаній є великими підприємствами з чисельністю працівників 100 і більше осіб, 14,33% є середніми з чисельністю персоналу від 30 до 99 осіб, а 71,34% є малими з чисельністю працівників менше 30 осіб. 7,7% компаній є філіалами більших організацій, а 92,3% - самостійними організаціями.

Для аналізу результатів анкетного опитування використовувалися методи семантичного і порівняльного аналізу, метод порівняння, а для отримання кількісних оцінок використовувався інструментарій MS Excel.

Анкета, що була надана респондентам, містила такі запитання з фактичного формулювання критеріїв, які ви реципієнти використовували для прийняття рішення щодо відмови від нового напрямку діяльності, як від неперспективного; висвітлення джерел інформації, які використовувались при прийнятті рішення про відмову від неперспективних напрямків діяльності вашої компанії; які методи обробки інформації, застосовувались при прийнятті рішення щодо відмови від нових напрямків діяльності компанії.

Після аналізу відповідей респондентів на перше запитання були ідентифіковані фактори, які аналізують керівники комерційних компаній при прийнятті рішення щодо відмови від неперспективних напрямків діяльності [4]. Фактори були розподілені на наступні чотири групи:

1) економічні (низька ефективність, рентабельність продажів, маржинальність, ліквідність, велика сума початкових інвестицій, тривалий період окупності та розгортання діяльності, висока собівартість продукції, неблагоприятні прогнози розвитку економіки) [5];

2) ринкові (жорстка конкуренція, монополістів на нових ринках, насиченість нових ринків товарами, низький рівень покупецького попиту та тенденції до його зниження, зменшуються можливості розвитку, великі ризики, ненадійні партнери);

3) фактори, що характеризують стан макросередовища (обмеження в законодавстві, неблагоприятні кліматичні умови, зовнішня нестабільність) [6];

4) фактори, що характеризують потенційні можливості компанії для розгортання бізнесу в новому напрямку (неспівпадаюча кваліфікація кадрів, слабкі сторони компанії).

Результати дослідження наступні.

І. За першим запитанням, аналіз відповідей респондентів показав, що в жодній із вивчених компаній керівники не розглядають одразу всі фактори

з усіх чотирьох груп. 38,25% загальної кількості топ-менеджерів керуються результатами аналізу лише економічних факторів, 25% загальної кількості - економічних і ринкових факторів, по 16,25% загальної кількості - результатами аналізу ринкових факторів або їх поєднанням з факторами макросередовища чи характеристиками внутрішнього потенціалу компанії. Рідше враховуються фактори, що стосуються стану макросередовища, а також фактори, які стосуються ринків за групами цільових споживачів, порівняльного аналізу даних, отриманих під час консультацій з професіоналами в галузі, та аналізу динаміки ринкових цін конкурентів на продукцію в цільових сегментах ринків нового напрямку. Інші фактори, які згадуються респондентами, використовуються меншою кількістю компаній (14% і 6,5% від загальної кількості), рис. 2.

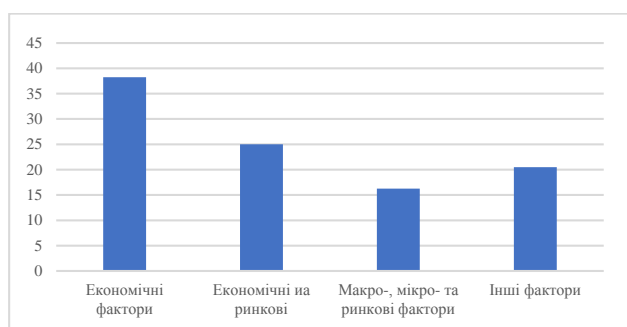


Рис. 2 – Розподіл факторів, на які орієнтуються керівники при прийнятті рішень

За групою «ринкові фактори» найчастіше керівники акцентують увагу на таких ключових аспектах:

1. «Жорстка конкуренція на ринках нового напрямку» враховується в 20,5% організацій від загальної кількості.

2. «Тенденція до зниження попиту на продукцію, яку пропонує компанія» є фактором, що важливий для 28,0% компаній від загальної кількості.

За групою «економічні фактори» виділяються такі основні аспекти:

1. «Довгостроковий (понад 10 років) період окупності» важливий для 22,25% організацій від загальної кількості.

2. «Низька рентабельність продажів на ринках нового напрямку» є фактором, який враховується в 26,67% компаній від загальної кількості.

3. «Вища, ніж бажана, сума стартових інвестицій в новий напрям діяльності (з великими ризиками)» важлива для 20,0% організацій від загальної кількості.

Щодо інших факторів з розглянутих груп, які включають всі аспекти з груп «мікросередовище» і «макросередовище», їх рідко враховують керівники для аналізу неперспективності нового напрямку діяльності: в 13,0% і 5,5% компаній від їх загальної кількості відповідно.

II. При аналізі другого питання щодо джерел інформації, які використовуються при прийнятті рішення щодо відмови від неперспективного напрямку діяльності, було виявлено, що керівники досліджених

компаній активно користуються наступними групами інформаційних ресурсів:

1. Економічні звіти. Ця категорія включає аналітичні звіти фахівців щодо обсягів, рентабельності продажів, фондівіддачі, оборотності коштів на цільових ринках нового напрямку конкуруючих компаній, а також прогнози динаміки цих показників. Її використовують у 65,0% компаній від загальної кількості.

2. Спеціалізовані інформаційні ресурси. Ця група включає аналітичні матеріали експертного співтовариства та професіоналів щодо стану ринків, виробників технологічного обладнання, збірників статистики та законодавства. Вона використовується в 33,2% від загальної кількості компаній.

3. Засоби масової інформації (ЗМІ). Ця категорія включає інтернет, телебачення та періодичні друковані видання. ЗМІ використовуються в 45,0% від загальної кількості компаній.

4. Маркетингові дослідження співробітників компанії. Це включає дані опитувань споживачів продукції, моніторинг ринкових цін на продукцію та сировину, інформацію про конкуруючі компанії. Цю групу використовує 26,6% організацій.

5. Особисті контакти та власний досвід. Керівники також звертаються до думок експертів та фахівців, а також враховують власний досвід. Особисті контакти використовуються в 23,8%, а власний досвід - в 26,6% від загальної кількості компаній (рис. 3).

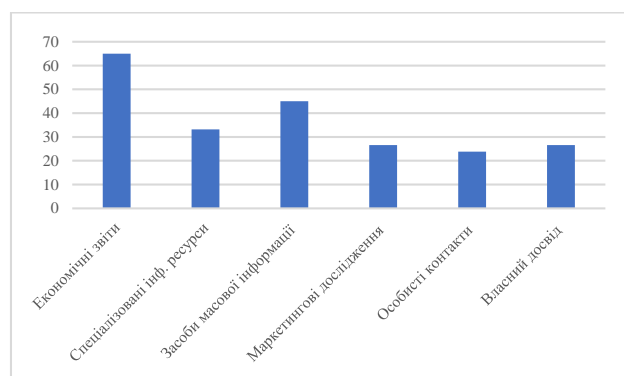


Рис. 3 – Розподіл джерел інформації, на які орієнтуються керівники при прийнятті рішень

Аналіз використання кожного конкретного джерела інформації для кожного типу продемонстрував, що керівники найчастіше звертаються до інформаційних ресурсів глобальної мережі Інтернет (у 40,0% компаній від загальної кількості вивчених), слухають експертів, фахівців та успішних бізнесменів (у 26,6% організацій від загальної кількості), беруть до уваги «дані формальних і неформальних опитувань споживачів продукції», дані зі статистичних збірників і «дані з аналітичних матеріалів експертного співтовариства та профільних спеціалістів про стан ринків, що цікавлять компанію» (у 26,6% від загальної кількості кожного з наведених факторів), в 20,0% організацій від загальної кількості використовують «дані моніторингу ринкових цін конкурентів на кінцевий продукт на цільових ринках»

і «дані про компанії-конкурентів на цільових ринках нового напрямку». Решта виявлених під час опитування джерел інформації використовується рідко (в 10,5% і 4,4% від загальної кількості вивчених компаній).

III. Після аналізу відповідей респондентів на третє запитання щодо методів прийняття рішень про відмову від неперспективного напрямку діяльності, можна зазначити, що всі топ-менеджери досліджених компаній (всі 100,0%) використовують метод порівняльного аналізу даних з різних джерел. Фінансово-економічні розрахунки стосовно різних показників для оцінки перспектив нового напрямку діяльності проводяться у 85,2% компаній. Крім того, в 20,0% компаній використовується маркетинговий аналіз, включаючи конкурентний аналіз, який проводиться власними співробітниками компанії на цільових ринках, і аналіз існуючих цін на продукцію і сировину. Анкетні опитування споживачів продукції використовуються в 28,5% організацій. Також, обробка та порівняльний аналіз аналітичних матеріалів зовнішніми джерелами стосовно стану цільових ринків нового напрямку та конкуренції на них використовується в 20,0% компаній. Методи прогнозування та моделювання, а також конкретні інструменти, такі як SWOT-аналіз і дисперсійний аналіз, мало застосовуються і використовуються лише в 6,6 % компаній від загальної кількості.

Узагальнення та аналіз результатів анкетного опитування дозволили виявити найбільш поширені недоліки в підходах керівників досліджених компаній до прийняття рішень про відмову від нового напрямку діяльності при коригуванні корпоративної стратегії:

При ідентифікації неперспективності нового напрямку діяльності керівники найчастіше обмежуються розглядом (як критеріїв для аналізу) економічних або ринкових факторів - в 63,250% від загальної кількості організацій (в 40,0% компаній ці фактори взагалі не розглядаються), а більшість компаній не аналізують критерії оцінки внутрішнього потенціалу компанії та її макросередовища - в 83,75% від загальної кількості. Практично всі керівники досліджених компаній не використовують комплексний підхід до вибору критеріїв, що дозволяє приймати рішення на основі аналізу всіх груп факторів. Аналіз використання конкретних критеріїв конкретних груп продемонстрував елементи випадкового вибору для аналізу деяких факторів і показав відсутність систематизованого підходу до вибору критеріїв, на основі яких приймається важливе рішення.

При виборі джерел інформації, необхідної для оцінки ступеня перспективності нового напрямку діяльності і прийняття рішення про відмову від нього як неперспективного, керівники найчастіше спираються на зовнішні джерела даних (ЗМІ, мережеві ресурси, статистичні дані, аналітичні матеріали експертів і дані аналітичних матеріалів фахівців у відповідній галузі), майже в половині досліджених компаній - в 46,8% від загальної кількості, не розглядаються як джерела інформації дані проведених в компанії маркетингових досліджень, в 62,5% від загальної кількості організацій керівники не

враховують власний підприємницький досвід та рекомендації успішних фахівців. Аналіз отриманих під час дослідження даних показав, що, обираючи як основні зовнішні джерела інформації і не здійснюючи полевий збір даних безпосередньо на цільових ринках нового напрямку, не використовуючи всі доступні сучасні інформаційні ресурси, більшість досліджених компаній створює неповну інформаційну базу, на основі якої неможливо провести всебічний аналіз і прийняти обгрунтоване рішення щодо неперспективності нового напрямку.

У цьому контексті, використання STEEPLE-аналізу, аналізу витрат і прибутку та сценарного аналізу може бути наочним прикладом сучасних методів, які можуть допомогти у поліпшенні підходів до прийняття рішень [7, 8]. Наприклад:

1. STEEPLE-аналіз (з аналізом соціокультурних (S), технологічних (T), економічних (E_1), екологічних (E_2), політичних (P), правових (L) і етичних (E_3) факторів) дозволить розглянути широкий спектр зовнішніх впливів і зрозуміти їх вплив на новий напрямок.

Аналіз кожного фактора з модернізованими категоріями можливий бути представлений наступним чином:

- соціальні: $S = f(D, C, E, A, R) * w$;
- технологічні: $T = f(I, IT, A, R \& D) * w$;
- економічні: $E = f(G, I, U, C, Ex) * w$;
- екологічні: $Ec = f(Cl, P, E, W) * w$;

де $f(a_1, \dots, a_n)$ – функції для ідентифікації можливостей та загроз по виділеним факторам.

Наприклад такими для економічної групи будуть виступати наступні: G - економічне зростання (ВВП, зростання виробництва); I - інфляція (індекс споживчих цін); U - безробіття (рівень безробіття); C - валютні курси (аналіз валютного ринку); Ex - споживчі витрати (індекс споживчих витрат);

w – показник впливу кожного фактору на підприємство;

• політичні, правові, етичні: аналогічно, з додаванням специфічних індексів. Слід зауважити, що аналіз може бути доповнено і додатковими категоріями: глобалізація, міжкультурні відносини, геоекономічні тощо.

Цей алгоритм дозволяє об'єктивно оцінити вплив кожного з факторів STEEPLE на підприємство, використовуючи як експертні оцінки, так і кількісні показники впливу.

2. Сценарний аналіз надасть можливість розглядати різні варіанти розвитку подій і враховувати можливі ризики та можливості [9].

$$P = \sum_i P(S_i) * E(S_i),$$

де P - вероятність сценаріїв, в якому кожен сценарій має певну ймовірність виникнення $P(S_i)$, де S_i - i -тим сценарієм;

E - очікувані наслідки (Оцінка наслідків для кожного сценарію $E(S_i)$).

Ці математичні представлення допомагають аналізувати різні можливі майбутні стани та планувати відповідні стратегії з урахуванням різних рівнів ризику та невизначеності.

Разом ці методи можуть допомогти керівництву компанії отримати більш об'єктивну та обґрунтовану інформацію для прийняття рішення щодо нового напрямку діяльності і виключити неконструктивні підходи до аналізу.

Висновки

У сфері корпоративного управління існує важлива потреба в уважному врахуванні змін у зовнішньому середовищі, які безпосередньо впливають на економічні показники діяльності компанії. Проведене дослідження виявило, що керівники часто зосереджують свою увагу на економічних та ринкових факторах, при цьому не завжди достатньо оцінюючи внутрішній потенціал компанії та фактори макросередовища. Такий підхід може призводити до неповних або необ'єктивних рішень.

Виявлено також, що у прийнятті рішень часто використовуються зовнішні джерела інформації, такі як економічні звіти та медіа, при цьому недостатньо враховуються внутрішні джерела, як-от маркетингові дослідження та особистий досвід керівників. Це може призводити до створення неповної інформаційної бази для прийняття рішень.

В контексті методів аналізу, хоча широко використовується порівняльний аналіз, існують прогалини у застосуванні більш комплексних інструментів, таких як STEEPLE-аналіз і сценарний аналіз, які могли б покращити об'єктивність та глибину аналізу. Тому, рекомендується використання сучасних методів аналізу для підвищення якості прийняття рішень у контексті корпоративної стратегії.

Список літератури

1. Боковець, В.В. та Прутська, Т.Ю., 2017. Формування та обґрунтування стратегії інноваційного розвитку корпоративних підприємств. *Інфраструктура ринку: Електронний науково-практичний журнал*, Випуск 6, с.79-84.
2. Отенко, В.І., 2013. Методичне забезпечення стратегічних змін у машинобудівних підприємствах: наукові та прикладні аспекти. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка" Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*, № 769, с.445-451.
3. Перерва, П.Г., Шаульська, Л.В. та Кобелева, Т.О., 2023. Формування та використання системи моніторингу ризиків підприємства як запорука сталого розвитку бізнес-структур. *Економіка та організація управління*, № 1 (49), с.34-44.
4. Сусліков, С.В. та Клименко, М.А., 2023. Система управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах невизначеності. *Економіка: Реалії часу. Науковий журнал*, № 3 (67), с.56-64.
5. Саттаяпаніч, Т., Джанмаїмул, П. та Чонтанават, Дж., 2022. Фактори, що впливають на участь громади в проектах корпоративної соціальної відповідальності в сфері довкілля: Докази з проекту управління мангровими лісами. *Журнал відкритих інновацій: Технологія, ринок, та складність*, Випуск 4, Том 8. URL: <https://doi.org/10.3390/joitmc8040209>

6. Дюжев, В., Сусліков, С., Савченко, О., Матросова, В. та Верюгіна, В., 2021. Кластерний підхід до формування пріоритетів інноваційної сприйнятливості в рамках Євроконцепції «Зелений поворот» до відновлюваної енергії в Україні. *E3S Web Conf.*, Том 255. URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125501020>
7. Гармаш, С.В., 2022. Кадрова безпека як економічна категорія в аспекті економічної безпеки підприємства (понятійний апарат та функції). *Вісник Національного технічного університету "ХП" (Економічні науки)*, № 4, с.44-49.
8. Гармаш, С.В., 2023. Значущість індикаторів оцінки кадрової безпеки у системі індикаторів оцінки економічної безпеки підприємства. *Вісник Національного технічного університету "ХП" (Економічні науки)*, № 2, с.78-82.
9. Сусліков, С.В., Гаврись, О.О. та Усов, М.А., 2019. Використання модернізованого методу оптимізації цільових споживчих функцій при обґрунтуванні застосування технологій нетрадиційної відновлюваної енергетики. *Інвестиції: Практика та досвід*, № 13, с.24-29.

References (transliterated)

1. Bokovets, V.V. and Prutska, T.Y., 2017. Formation and justification of the strategy of innovative development of corporate enterprises. *Market Infrastructure: Electronic Scientific and Practical Journal*, Issue 6, pp. 79-84.
2. Otchenko, V.I., 2013. Methodological support for strategic changes in machine-building enterprises: scientific and applied aspects. *Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic" Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Formation and Development Problems*, No. 769, pp. 445-451.
3. Pererva, P.G., Shaulska, L.V. and Kobyleva, T.O., 2023. Formation and use of the enterprise risk monitoring system as a guarantee of sustainable development of business structures. *Economics and Organization of Management*, No. 1 (49), pp. 34-44.
4. Suslikov, S.V. and Klimenko, M.A., 2023. Enterprise competitiveness management system in conditions of uncertainty. *Economics: Realities of Time. Scientific Journal*, No. 3 (67), pp.56-64.
5. Sattayapanich, T., Janmaimool, P., Chontanawat, J., 2022. Factors Affecting Community Participation in Environmental Corporate Social Responsibility Projects: Evidence from Mangrove Forest Management Project. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. Issue 4, Vol. 8. Available at: <https://doi.org/10.3390/joitmc8040209>
6. Diuzhev, V., Suslikov, S., Savchenko, O., Matrosova, V. and Verutina, V., 2021. The Cluster approach to the formation of innovative susceptibility priorities within the framework of the Euroconcept «Green U-turn» to renewable energy in Ukraine. *E3S Web Conf.*, Volume 255. Available at: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125501020>
7. Harmash, S.V., 2022. Personnel security as an economic category in the aspect of economic security of the enterprise (conceptual apparatus and functions). *Bulletin of the National Technical University "KhPI" (Economic Sciences)*, No. 4, pp.44-49.
8. Harmash, S.V., 2023. The significance of indicators for assessing personnel security in the system of indicators for assessing the economic security of the enterprise. *Bulletin of the National Technical University "KhPI" (Economic Sciences) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (Economic Sciences)*, No. 2, pp.78-82.
9. Suslikov, S.V., Havrys, O.O. and Usov, M.A., 2019. Using the modernized method of optimizing target consumer functions in justifying the application of non-traditional renewable energy technologies. *Investments: Practice and Experience*, No. 13, pp.24-29.

Надійшла (received) 03.10.2023

Відомості про авторів / About the Authors

Сусліков Станіслав Вячеславович (Suslikov Stanislav) – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин НТУ «ХП»; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5779-7610>; e-mail: Stanislav.Suslikov@khp.edu.ua