

Н.Г. Виговська, д.е.н., проф.

Житомирський державний технологічний університет

І.В. Саух, д.е.н., доц., директор Житомирської філії

Київського інституту бізнесу та технологій

Формування методологічної матриці стратегічного аналізу підприємства

Дослідженню методологічну матрицю стратегічного аналізу підприємства. Метою роботи є дослідження впливу методологічних змін у ХХ ст. на методологію стратегічного аналізу; критична оцінка та узагальнення наукових підходів до його методів. Оцінка наукових праць з аналізу дозволила визначити такі проблеми у методології стратегічного аналізу: неврахування особливостей стратегічного аналізу при формуванні його методів, що часто призводить до змішування методів фінансового (економічного, господарського) аналізу; неврахування того факту, що стратегічний аналіз містить, окрім способів та прийомів аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, способи та прийоми прогностичного аналізу, спрямовані на формування стратегії розвитку підприємства; ототожнення понять «спосіб», «прийом», «метод» аналізу; сліпе копіювання закордонних методів застосування прийомів та способів стратегічного аналізу, без урахування специфіки вітчизняних умов господарювання. Доведено доцільність використання системного підходу при формуванні методологічної конструкції стратегічного аналізу, що дозволить поєднати методологію, як науку про методи (широкий підхід до методів стратегічного аналізу) із методологією як сукупністю прикладних способів та прийомів аналізу (вузький підхід до методології). Використання системного підходу дозволить виділити три рівні методології стратегічного аналізу. Перший та другий рівні методології відповідають рівню науки, третій рівень – практики. При формуванні третього рівня спеціальних методів стратегічного аналізу застосовано підхід, що диференціює їх, залежно від етапів стратегічного аналізу (методи етапу аналізу середовища як зовнішнього, так і внутрішнього; методи прогностичного аналізу; методи варіантного аналізу).

Ключові слова: стратегічний аналіз; методологічне забезпечення; методологічний вплив.

Актуальність теми дослідження. Важливим елементом концептуальної моделі стратегічного аналізу є методологічне забезпечення стратегічного аналізу. Наукові методи, що використовуються у стратегічному аналізі, досить різноманітні, оскільки містять методи багатьох функціональних наук: оперативного, статистичного, бухгалтерського обліку, економічного аналізу, стратегічного та оперативного управління, планування тощо. Частково багатоманітність методів пов'язана з активізацією міждисциплінарних наукових досліджень та розвитком методологічного плюралізму. Однак метою даної позиції є не просто з'ясування методологічної матриці стратегічного аналізу, але й дослідження впливу методологічних змін ХХ ст. на методологію стратегічного аналізу; критична оцінка і узагальнення наукових підходів до його методів та аналіз спеціальних методів стратегічного аналізу.

Метою статті є дослідження впливу методологічних змін у ХХ ст. на методологію стратегічного аналізу, критична оцінка та узагальнення наукових підходів до його методів.

Викладення основного матеріалу дослідження. На методологію аналізу в цілому та методологію стратегічного аналізу, зокрема, значний вплив спричинили концептуально-методологічні зміни у другій половині ХХ ст. Характер цих змін був докладно описаний у працях В.Кохановського [9]. Спробуємо екстраполювати ці методологічні трансформації в цілому на методологію стратегічного аналізу.

По-перше, це розвиток методів та прийомів синергетики як науки про рух складних самоорганізованих систем, що надало можливість перейти від дослідження рівноваги до нестабільності, від лінійності до нелінійності, від простих систем до складних. Найбільшої уваги тут заслуговує постулат синергетики, що для складноорганізованих систем характерна множинність шляхів розвитку, яка уможливує здійснювати вибір найкращої альтернативи. Це вимагає принципово нового підходу до методології стратегічного аналізу в контексті формування прогнозів.

По-друге, усвідомлення єдності оточуючого світу, що надає можливість досліджувати підприємство як елемент макросистеми, що підлягає активному впливу оточуючого середовища. В контексті аналізу це вимагає детального вивчення факторів впливу зовнішнього середовища на підприємство. Крім того, розширюється сучасне трактування світу як нестабільного нерівноважного середовища, що передбачає використання відповідних методів та прийомів дослідження, які не є діалектичними, а більшою мірою синергетичними. Зокрема, стратегічний аналіз передбачає низку прийомів та способів, які надають

можливість врахувати вплив несприятливих чинників зовнішнього середовища та зменшувати їх негативний вплив.

По-третє, запозичення методологічних способів та прийомів, розроблених вченими-методологами зарубіжних країн, що надає можливість впровадити у практику стратегічного аналізу низку методик стратегічного аналізу, вже успішно апробованих на Заході (зокрема, матричних методів, графічних, економіко-математичних тощо).

По-четверте, зміна характеру об'єкта дослідження та посилення ролі міждисциплінарних комплексних підходів до його вивчення, методологічний плюралізм. Сьогодні об'єктом дослідження стають складні системи, що еволюційно формують нові рівні своєї організації. Це, в свою чергу, вимагає трансформації методології їхнього пізнання. Сьогодні об'єктом та предметом дослідження науки є не ізольований елемент системи, а вся система, яка вимагає проведення спеціальних міждисциплінарних досліджень. Вплив на методологію стратегічного аналізу полягає в тому, що спеціальні методи інших, суміжних з аналізом наук, активно впроваджуються та застосовуються в практиці проведення стратегічного аналізу.

По-п'яте, це посилення ролі позараціонального компонента та послаблення вимог до понятійного та логічного компонента, що вплинуло на методологію стратегічного аналізу таким чином, що поряд із математичними кількісними методами стратегічного аналізу в практику його здійснення досить активно впроваджуються експертні якісні методи, засновані на інтуїції, професійному судженні та досвіді аналітиків тощо.

По-шосте, в сучасних умовах відбувається посилення математизація наукових теорій та зростання рівня їх абстрактності та складності. Це частково пов'язано з розвитком інформаційного забезпечення та комп'ютеризацією управління. Ця тенденція також впливає на широке використання методів математичного моделювання в стратегічному аналізі та інших методів, заснованих на базі використання ЕОМ.

Таким чином, активні зрушення в сучасному світі призвели до змін концептуально-методологічних основ існуючих наукових теорій, що, в свою чергу, спричинило вплив на методи та прийоми функціональних наук, в тому числі аналізу в цілому, та стратегічного аналізу, зокрема (табл. 1).

Таблиця 1

*Вплив трансформації концептуально-методологічних основ існуючих наукових теорій на методологію стратегічного аналізу**

<i>Сутність та характер концептуально-методологічних змін у ХХ ст.</i>	<i>Вплив методологічних змін на методологічні основи стратегічного аналізу</i>
Розвиток методів та прийомів синергетики	Підприємство розглядається як відкрита самоорганізована система, що підлягає впливу зовнішнього середовища, та вимагає появи нових методів аналізу зовнішнього середовища і прогнозного аналізу. В межах стратегічного аналізу розроблено низку прийомів та способів, які надають можливість врахувати вплив негативних чинників зовнішнього середовища та зменшувати їх негативний вплив (SWOT-аналіз)
Спрямованість сучасної методології на єдність світу та процесів, що в ньому відбуваються	Підприємство є елементом (складовою) зовнішнього середовища, що вимагає розвитку способів та прийомів аналізу впливу (як негативних, так і позитивних) чинників на діяльність суб'єкта господарювання
Глобалізаційні процеси, що призвели до запозичення методичних способів та прийомів, розроблених вченими-методологами зарубіжних країн	Апробація низки зарубіжних методів та методик стратегічного аналізу, успішно апробованих на Заході (зокрема, матричних методів, графічних, економіко-математичних тощо)
Зміна характеру об'єкта дослідження та посилення ролі міждисциплінарних комплексних підходів до його вивчення, методологічний плюралізм	Спеціальні методи інших суміжних з аналізом наук активно впроваджуються та застосовуються в практиці проведення стратегічного аналізу
Посилення ролі позараціонального компонента методології	В практику здійснення стратегічного аналізу досить активно впроваджуються експертні якісні методи, засновані на інтуїції, професійному судженні та досвіді аналітиків
Посилення математизація наукових теорій	Широке застосування математичного моделювання в стратегічному аналізі. Проникнення таких математичних методів, як теорія ігор, теорія інформації, теорія оптимального управління тощо

Довідка: *екстрапольовано на стратегічний аналіз на підставі дослідження [9].

У методології аналізу, як самостійної функціональної науки, є низка невирішених проблем. Олійник О.В. виділяє такі недоліки при оцінці підходів до трактування методу аналізу в цілому [13,

с. 279–280]: 1) метод економічного аналізу не отримує своєї характеристики в цілому; 2) не розкривається сутність методу; 3) наводиться перелік завдань або цілей економічного аналізу, що не має безпосереднього відношення до методу аналізу; 4) пріоритетне значення надається одному із завдань, зокрема, дослідженню впливу факторів; 5) сутність методу змішано з підпорядкованими йому прийомами та джерелами інформації або носіями інформації; 6) абсолютизація специфічних методів дослідження, їх можливостей; 7) надання зайвої деталізації у визначенні, адже виділені характеристики не є принципово необхідними для ідентифікації методу. Відзначимо, що більшість із зазначених вище недоліків має місце при визначенні методу стратегічного аналізу як виду економічного. В цьому контексті дискусійним є питання, чи метод економічного та стратегічного аналізу співпадають. Вважаємо, що оскільки концептуальна модель стратегічного аналізу має свої специфічні особливості та відмінності від моделі економічного аналізу, то способи та прийоми стратегічного аналізу, маючи певну спільність із методом економічного аналізу, водночас, відрізняються.

Оцінка наукових праць аналітичної спрямованості дозволила виділити такі проблеми у методології стратегічного аналізу: неврахування особливостей стратегічного аналізу при формуванні його методів; неврахування того факту, що стратегічний аналіз містить, крім способів та прийомів аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, способи та прийоми прогностичного аналізу, спрямовані на формування стратегії розвитку підприємства; ототожнення понять «спосіб», «прийом», «метод» аналізу; різноспрямованість та нечіткість ознак класифікації методів стратегічного аналізу; сліпе копіювання закордонних методів застосування прийомів та способів стратегічного аналізу, без урахування специфіки вітчизняних умов господарювання.

В цілому поняття методу можна розглядати у двох аспектах: 1) широкому аспекті, який має низку різновидів, згідно з якими метод враховує: а) категорії, науковий інструментарій, регулятивні принципи аналізу [8; 13]; б) системне вивчення діяльності підприємства [1; 2; 17]; в) вивчення, вимірювання та узагальнення [6]; 2) вузькому аспекті, як сукупність певних правил та прийомів аналізу [5; 4; 7; 14; 18]. Цей підхід традиційно в літературі трактується як адитивний.

У контексті застосування «широкого» аспекту під категоріями розуміють абстрактні ключові поняття аналізу. Науковий інструментарій представлено сукупністю загально- і конкретно-наукових засобів дослідження предмета (це засоби та методи аналітичної обробки інформації). Принципи аналізу спрямовані на регулювання процедури застосування його методології і методики [8]. Як показує аналіз наукової літератури, для більшості авторів є характерним дослідження методу аналізу з позиції вузького підходу (як сукупності прийомів та способів аналізу).

Однак частина авторів, визначаючи методи, згрупує їх за попередньо виділеними ознаками. Це дозволяє сформулювати такі класифікаційні групи методів: 1) загальнонаукові та прикладні методи і прийоми [5]; 2) традиційні, економіко-математичні, евристичні; 3) специфічні [15]; 4) методи аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища [10]. Однак найвищим рівнем класифікації методів завжди варто вважати загальнофілософські методи, до складу яких належать діалектичний, метафізичний, герменевтичний тощо. До другої групи методів варто врахувати загальнонаукові способи та прийоми, що можна класифікувати на [9]: загальнологічні (аналіз, синтез, абстрагування, ідеалізація, індукція, узагальнення, моделювання, системний підхід, синергетика, статистичні методи); теоретичні (формалізація, дедукція тощо); емпіричні (спостереження, порівняння, експеримент); частковонаукові або спеціальні методи, що визначаються як сукупність методів, принципів та прийомів дослідження, які застосовуються в межах однієї галузі науки. Щодо спеціальних методів зазначимо, що в сучасних умовах наукового плюралізму досить складно такі методи прив'язати до однієї науки, незважаючи на досить специфічний методологічний інструментарій. Взаємозв'язок та інтеграція наук призводить до їх застосування в інших науках та дисциплінах.

Крім поділу методів аналізу на загальнонаукові традиційні та прикладні прийоми, що класифікуються, залежно від об'єктів дослідження, Л.П. Гордієнко, Л.Г. Дідковська, Н.В. Яшкіна здійснюють поділ прийомів за рівнями управління та залежно від виду аналізу (ситуаційний аналіз, прогнози і передбачення, планування стратегії, аналіз стратегічних операцій, прийняття рішень) та ступеня формалізації аналізу (формалізований та інтуїтивний) [5, с. 48]. Чумаченко М.Г. методи та способи економічного аналізу ідентифікує, залежно від етапів аналітичного процесу [12, с. 32], розрізняючи методи на етапі підготовки вихідних даних (групування, вибіркові методи, зіставлення тощо); методи обробки даних (порівняння, деталізація, кореляційні методи, графічні, матричні методи тощо); методи узагальнення результатів аналізу (комплексне використання технічних прийомів). Такий підхід О.В. Олійник, Є.В. Мних вважають процедурним. Лазаришина І.Д. його називає процесним [11]. Аналогічно З.Є. Шершньова [18], вивчаючи питання методів стратегічного аналізу, поділяє їх, залежно від виду аналітичних робіт, виокремити методи аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища. Олійник О.В. метод економічного аналізу трактує з позиції науки та практики [13, с. 280]. З точки зору практики науковець ототожнює метод аналізу зі способами та прийомами, за допомогою яких здійснюється практичне вивчення явищ та процесів господарського життя.

Враховуючи специфіку стратегічного аналізу, ряд авторів усі його методи поділяють, залежно від стадій життєвого циклу підприємства, на 7 груп [16]. Заслуговує на увагу підхід, згідно з яким методи стратегічного аналізу класифікуються за напрямом формування інформаційної бази [3]. Таким чином, систематизацію наукових підходів до класифікації методів стратегічного аналізу за різними ознаками наведено в таблиці 2

Таблиця 2

Систематизація наукових підходів до класифікації методів стратегічного аналізу за різними ознаками*

№ з/п	Назва підходу	Ознаки класифікації методів стратегічного аналізу та види, виокремлені, згідно з такими ознаками
1	Об'єктний підхід [5]	Залежно від об'єктів дослідження: загальнонаукові та прикладні методи і прийоми
2	Процедурний (процесний) підхід [18]	За видом аналітичних робіт: 1) роботи по аналізу зовнішнього середовища, враховуючи: а) загальнометодичні підходи до аналізу середовища; б) прогнози та передбачення; 2) роботи щодо аналізу проміжного середовища
3	За ступенем формалізації [10; 18]	Залежно від характеру: 1) кількісні; 2) якісні або формалізовані та 3) неформалізовані
4	Інформаційний підхід [3]	Залежно від напрямку формування інформаційної бази: 1) критеріальні; 2) експертні
5	Циклічний підхід [16]	Залежно від стадій життєвого циклу: 1) стратегічний аналіз макрооточення підприємства; 2) стратегічний аналіз безпосереднього оточення (галузі і конкуренції); 3) стратегічний аналіз організації; 4) стратегічний аналіз продукту; 5) стратегічний фінансовий аналіз; 6) стратегічний інвестиційний аналіз; 7) аналіз стратегії та прийняття стратегічних рішень

Довідка: *узагальнено за [3; 5; 10; 16; 18]

На наш погляд, кожен із запропонованих підходів до методології стратегічного аналізу заслуговує на увагу, однак найбільш доцільним вважаємо використання системного підходу, що дозволить поєднати методологію як науку про методи (широкий підхід до методів стратегічного аналізу) із методологією як сукупністю прикладних способів та прийомів аналізу (вужкий підхід до методології). Використання системного підходу дозволить виділити такі рівні методології стратегічного аналізу (рис. 1). На запропонованому рисунку перший та другий рівні методології відповідають рівню науки, третій рівень – практики. При формуванні третього рівня спеціальних методів стратегічного аналізу застосовано підхід, який диференціює їх, залежно від етапів стратегічного аналізу (методи етапу аналізу середовища як зовнішнього, так і внутрішнього; методи прогнозного аналізу; методи варіантного аналізу).

На наш погляд, наведений вище підхід до методології стратегічного аналізу сприятиме зближенню науки та практики, застосуванню наукових підходів на прикладному рівні для прийняття стратегічних рішень та підвищенню ефективності господарської діяльності підприємств у напрямку вибору майбутньої траєкторії їх подальшого розвитку.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Активні зрушення в сучасному світі призвели до змін концептуально-методологічних основ існуючих наукових теорій, що спричинило вплив на методи та прийоми функціональних наук. На методологію стратегічного аналізу найбільший вплив спричинили: розвиток методів та прийомів синергетики; усвідомлення підприємства як елемента макросистеми, що підлягає активному впливу оточуючого середовища; запозичення методичних способів та прийомів, розроблених вченими-методологами закордонних країн; посилення ролі міждисциплінарних комплексних підходів до його вивчення. Виділено такі підходи до класифікації методів стратегічного аналізу: управлінський; процедурний; об'єктний; за ступенем формалізації; логічно-результативний підхід; оціночний; структурний; інформаційний; циклічний. Найбільш доцільним вважаємо використання системного підходу, який дозволить поєднати методологію як науку про методи (широкий підхід до методів стратегічного аналізу) із методологією як сукупністю прикладних способів та прийомів аналізу (вужкий підхід до методології). В контексті цього запропоновано модель класифікації методів стратегічного аналізу, на якій виділяють три ієрархічні рівні, що відповідають рівню науки і практики. Наведений вище підхід до методології стратегічного аналізу сприятиме зближенню науки та практики, застосуванню наукових підходів на прикладному рівні для прийняття стратегічних рішень та підвищенню ефективності господарської діяльності підприємств у напрямку вибору майбутньої траєкторії їх подальшого розвитку.

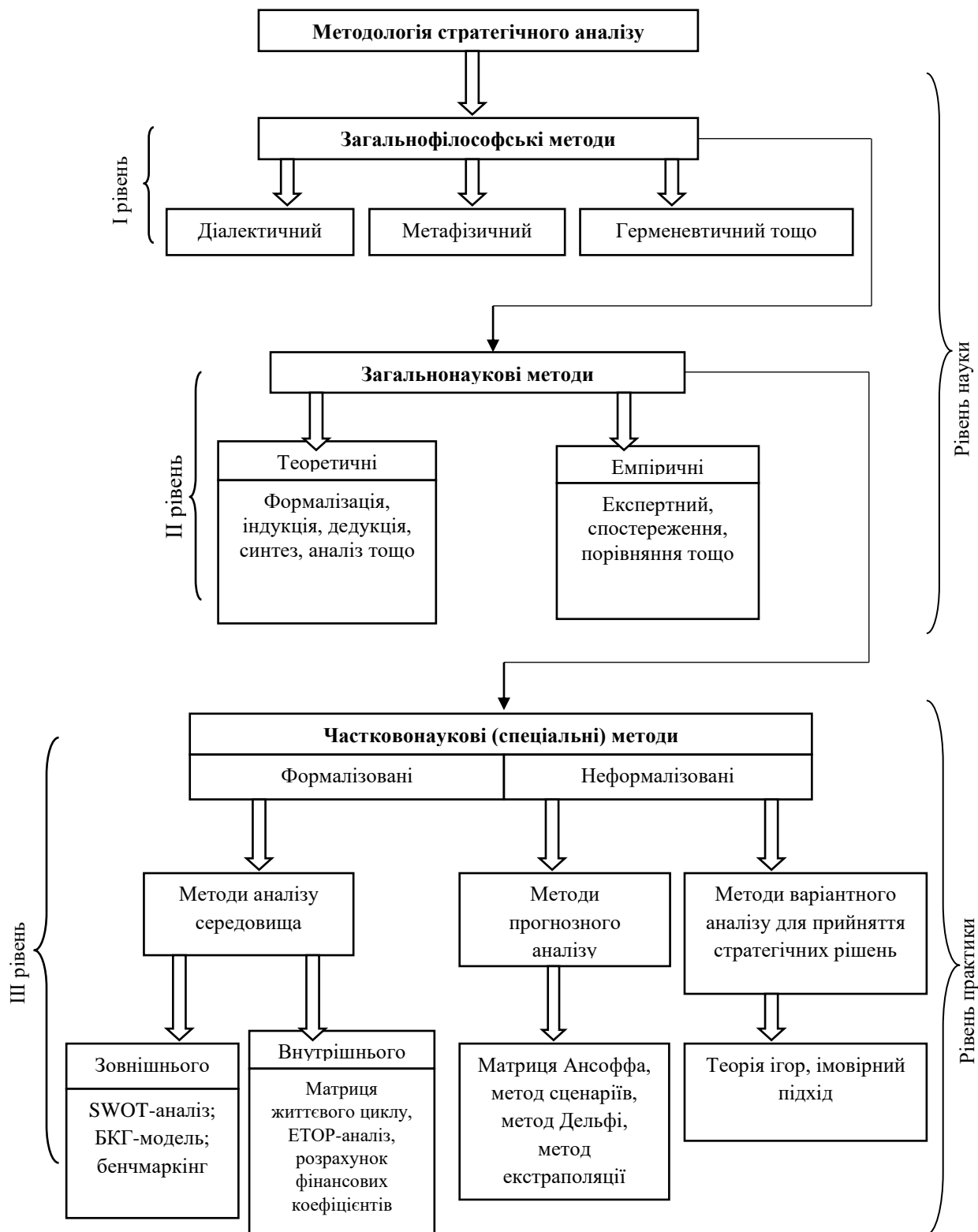


Рис. 1. Рівні методологічної конструкції стратегічного аналізу підприємства

Список використаної літератури:

1. Баканов М.И. Теория экономического анализа / М.И. Баканов ; под ред. М.И. Баканова. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 536 с.
2. Бутко А.Д. Теория экономического анализа / А.Д. Бутко. – К. : КНТЕУ, 2005. – 411 с.
3. Вольська В.В. Управління потенціалом підприємства / В.В. Вольська. – Житомир : Полісся, 2012. – 171 с.
4. Головка Т.В. Стратегічний аналіз: навч.-метод. посібник / Т.В. Головка ; за ред. М.В.Кужельного. – К. : КНЕУ, 2008. – 198 с.
5. Гордієнко Л.П. Стратегічний аналіз : навчальний посібник / Л.П. Гордієнко. – К. : Алерта, 2011. – 520 с.

6. *Грабова Н.Н.* Аналіз хозяйственной деятельности районного объединения «Сельхозтехника» / *Н.Н. Грабова.* – М. : «Статистика», 1977. – 168 с.
7. *Довгань Л.Є.* Стратегічне управління : навч. посібник / *Л.Є. Довгань.* – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 440 с.
8. *Ковалев В.* Введение в финансовый менеджмент / *В.Ковалев.* – М. : Финансы и статистика, 1999. – 768 с.
9. *Кохановский В.П.* Философия и методология науки : учебник / *В.П. Кохановский.* – Ростов-на-Дону : Феникс, 1999. – 576 с.
10. *Кулешова Н.В.* Аналіз сучасних методів та моделей формування маркетингової стратегії туристичних підприємств / *Н.В. Кулешова* // Ефективна економіка : електронне видання. – 2011. – № 4 [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=508>.
11. *Лазарюшина І.Д.* Економічний аналіз в Україні: історія, методологія, практика / *І.Д. Лазарюшина* : монографія. – Рівне : НУВГП, 2005. – 369 с.
12. Метод та технічні прийоми економічного аналізу ; за ред. *М.Г. Чумаченка.* – К. : КІНГ, 1972. – 194 с., с. 32.
13. *Олійник О.В.* Розвиток економічного аналізу в умовах інституційних змін / *О.В. Олійник.* – Житомир : ЖДТУ, 2008. – 653 с.
14. *Печериця Ю.* Стратегічний аналіз як інструмент обґрунтування стратегічних рішень / *Ю.Печериця* // *Наук. пр. нац. ун-ту харч. техн.* – 2007. – № 23. – С. 56–59.
15. *Пласкова Н.С.* Теория и практика стратегического экономического анализа результативности бизнеса : монография / *Н.С. Пласкова.* – М. : МАКС-ПРЕ.
16. *Редченко К.І.* Стратегічний аналіз у бізнесі / *К.І. Редченко.* – Львів : «Новий світ-2000», 2003. – 272 с.
17. *Савицкая Г.В.* Аналіз хозяйственной деятельности предприятия / *Г.В. Савицкая.* – Мн. : ИП «Экоперспектива», 1998. – 498 с.
18. *Шершньова З.Є.* Стратегічне управління / *З.Є Шершньова.* – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.

References:

1. Bakanov, M.I. (2006), *Teoriya ekonomicheskogo analiza*, in Bakanova, M.I. (ed.), *Finansy i statistika*, M., 536 p.
2. Butko, A.D. (2005), *Teoriya ekonomichnogo analizu*, KNTEU, K., 411 p.
3. Vol's'ka, V.V. (2012), *Upravlinnja potencialom pidpryemstva*, Polissja, Zhytomyr, 171 p.
4. Golovko, T.V. (2008), *Strategichnyj analiz: navch.-metod. Posibnyk*, in Kuzhel'nogo, M.V. (ed.), KNEU, K., 198 p.
5. Gordijenko, L.P. (2011), *Strategichnyj analiz*, Alerta, K., 520 p.
6. Grabova, N.N. (1977), *Analiz hozjajstvennoj dejatel'nosti rajonnogo ob#edinenija «Sel'hoztehnika»*, Statistika, M., 168 p.
7. Dovgan', L.Je.(2009), *Strategichne upravlinnja*, Centr uchbovoi' literatury, K., 440 p.
8. Kovalev, V. (1999), *Vvedenie v finansovij menedzhment*, Finansy i statistika, M., 768 p.
9. Kohanovskij, V.P. (1999), *Filosofija i metodologija nauki*, uchebnik, Feniks, Rostov-na-Donu, 576 p.
10. Kuljeshova, N.V. (2011), «Analiz suchasnyh metodiv ta modelej formuvannja marketyngovoi' strategii' turystychnyh pidpryemstv», *Efektivna ekonomika: elektronne vydannja*, No. 4, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=508>
11. Lazaryshyna, I.D. (2005), *Ekonomichnyj analiz v Ukraini: istorija, metodologija, praktyka*, monografija, NUVGP, Rivne, 369 p.
12. Chumachenka, M.G. (ed.) (1972), *Metod ta tehnicni pryjomy ekonomichnogo analizu*, KING, K., 194 p., p. 32.
13. Olijnyk, O.V. (2008), *Rozvytok ekonomichnogo analizu v umovah instytucijnyh zmin*, ZhDTU, Zhytomyr, 653 p.
14. Pecherycja, Ju. (2007), «Strategichnyj analiz jak instrument obgruntuvannja strategichnyh rishen'», *Nauk. pr. nac. un-tu harch. tehn.*, No. 23, pp. 56–59.
15. Plaskova, N.S. *Teoryja y praktyka strategicheskogo ekonomyčeskogo analiza rezul'tatyvnosti byznesa*, monografija, MAKS-PRE, M.
16. Redchenko, K.I. (2003), *Strategichnyj analiz u biznesi*, «Novyj svit-2000», L'viv, 272 p.
17. Savickaja, G.V. (1998), *Analiz hozjajstvennoj dejatel'nosti predprijatija*, IP «Jekoperspektiva», Mn., 498 p.
18. Shershn'ova, Z.Je. (2004), *Strategichne upravlinnja*, 2nd, pererob. i dop., KNEU, K., 699 p.

Виговська Наталія Георгіївна – доктор економічних наук, професор кафедри фінансів і кредиту Житомирського державного технологічного університету.

Наукові інтереси:

- державний фінансовий контроль;
- земельні відносини; фінансова санація і банкрутство підприємств;
- кредитоспроможність підприємства.

E-mail: vygng@ukr.net.

Тел.: (0412) 37–84–82.

Саух Ірина Василівна – доктор економічних наук, доцент, директор Житомирської філії Київського інституту бізнесу та технологій.

Наукові інтереси:

- фінансовий потенціал підприємства; стратегічний аналіз;
- туристична діяльність.

E-mail: irina_saukh@ukr.net.

Стаття надійшла до редакції 15.02.2018.