

8. Lilischkis S. Policies in support of high-growth innovative SMEs [Электронный ресурс] / S. Lilischkis // Режим доступа : <[http://www.proinno-europe.eu/sites/default/files/INNO-Grips\\_PB2\\_High-growth\\_SMEs.pdf](http://www.proinno-europe.eu/sites/default/files/INNO-Grips_PB2_High-growth_SMEs.pdf)>.
9. Гамидулаев Р. Б. Анализ механизмов государственной поддержки малого инновационного предпринимательства [Электронный ресурс] / Р. Б. Гамидулаев // Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-mehanizmov-gosudarstvennoy-podderzhki-malogo-innovatsionnogo-predprinimatelstva>.
10. Павленко І. Напрями розвитку та фінансового забезпечення малого інноваційного підприємництва / І. Павленко // Світ фінансів. – 2007. – № 1 (№ 10). – С. 92–101.
11. Шабранська Н. І. Інституційні шляхи розв'язання проблем ресурсного забезпечення малого інноваційного підприємництва / Н. І. Шабранська // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 11 (126). – С. 108–114.

Апатова Н.В., Рудык К.Г.

УДК 330.341

## ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

**Аннотация.** В статье рассматриваются этапы и составляющие формирования стратегии инновационного развития региона, включающие анализ сильных и слабых сторон и конкурентных преимуществ региона и информационную поддержку инновационных проектов, строится матрица стратегий, поясняются ее элементы.

**Ключевые слова:** стратегия, инновационное развитие, регион

**Анотация.** У статті розглядаються етапи і складові формування стратегії інноваційного розвитку регіону, які включають аналіз сильних і слабких сторін і конкурентних переваг регіону та інформаційну підтримку інноваційних проектів, будується матриця стратегій, пояснюються її елементи.

**Ключові слова:** стратегія, інноваційний розвиток, регіон

**Summary.** This article discusses the steps and components forming the strategy of innovative development of the region, including an analysis of strengths and weaknesses, and competitive advantages of the region, and information support of innovative projects, a matrix of strategies, explained its elements.

The tools of strategy forming for innovative development of the region as a set of goals, objectives and means of achieving them, and solutions allows you to develop strategies set, using the key factors of modern socio-economic development. The authors used the tools of strategic marketing for the analysis of the region, was constructed a "Diamond competitive advantage" by Michael Porter which shows the main points of strategy trajectory. Innovative projects, regardless of their content and scope, need information support at all stages of development: from concept to full implementation, which will be included in the development plan and secure funding. Information support has several aspects: language, informative and advertising and marketing. Components of the strategy of innovative development of the region are economic growth, innovation infrastructure, sustainable development and information.

**Keywords:** strategy, innovational development, region

Проблемы выработки стратегии инновационного развития появились с начала индустриализации, когда в ВВП государств стала преобладать доля промышленного продукта, зависящего от используемых технологий. С ускорением научно-технического прогресса инновации занимают ведущие позиции в определении рейтинга государства в мировом социально-экономическом развитии и благосостоянии граждан, особенно это относится к базовым инновациям. Опыт успешных в нововведениях стран показывает, что все большее место в разработке и внедрении инноваций занимает малый бизнес, имеющий возможность массового изобретательства и рационализации, что и формирует общий уровень инновационного развития. Поэтому стратегия инновационного развития региона, не обладающего средствами для создания глобальных передовых технологий, должна основываться на инициализации имеющегося людского потенциала, экономических и природных ресурсов, малого и среднего бизнеса, а также использовании мирового опыта по созданию инновационной инфраструктуры и организации мероприятий, способствующих диффузии инноваций.

Используя инструментарий стратегического маркетинга для анализа региона, полезно построить «Ромб конкурентных преимуществ» Майкла Портера [1]. Данный «Ромб» был предложен для иллюстрации национальных конкурентных преимуществ, он состоит из четырех взаимосвязанных блоков: 1) факторные условия; 2) условия спроса; 3) родственные и вспомогательные отрасли; 4) стратегии компаний, структура и конкуренции. Первый блок показывает способность региона превращать свои природные условия, уровень образования и инфраструктуру в конкурентные преимущества. Второй блок – условия спроса – учитывает количество и возможности потребителей продукции определенной отрасли. Так, возможности потребителей связаны не только с уровнем их достатка, но и восприимчивостью к нововведениям, традициям употребления напитков и пищи, образованностью, потребностью в духовном развитии. Третий блок отражает участие региона в глобализационных процессах, наличие филиалов крупных компаний, которые являются инициаторами разработок инноваций в малом и среднем бизнесе, поскольку размещают в регионе свои заказы и позволяют ознакомиться с образцами нововведений мирового уровня. Четвертый блок ромба конкурентных преимуществ отражает интенсивность конкуренции на внутреннем рынке для определенных товаров и услуг, что способствует повышению их качества и выходу на международный (межрегиональный) рынок.

## ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Сильные стороны региона	Слабые стороны региона
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Материальные ресурсы</li> <li>-Нематериальные ресурсы</li> <li>-Инновационные предприятия</li> <li>-рост населения</li> <li>-образовательная сеть</li> <li>-экспорт продукции</li> <li>-лидерство в отрасли</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-отсутствие роста ВРП</li> <li>-загрязнение природной окружающей среды</li> <li>-низкое качество жизни населения</li> <li>-отсутствие собственных энергетических ресурсов</li> <li>-отсутствие инновационных продуктов</li> </ul>
Потенциальные возможности развития	Потенциальные угрозы развитию и стабильности
<ul style="list-style-type: none"> <li>-активизация малого бизнеса</li> <li>-инициатива органов местного самоуправления</li> <li>-привлечение средств граждан к развитию региона</li> <li>-использование исторических, природных и культурологических ресурсов</li> <li>-привлечение инвестиций крупного и среднего бизнеса</li> <li>-развитие международных связей в социальной сфере</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-критическое накопление отходов производства и потребления</li> <li>-неконтролируемая добыча невозобновляемых природных ресурсов</li> <li>-ухудшение качества питьевой воды, воздуха и земельных ресурсов</li> <li>-энергетический кризис, отсутствие альтернативных источников энергии</li> <li>-политическая нестабильность</li> </ul>

Рис. 1. Матрица SWOT – анализа региона

Потребность мировой экономики в инновациях создает возможность для реализации невостребованных отечественных разработок, которые не были внедрены из-за отсутствия финансовых и сырьевых ресурсов, а также устаревшего оборудования на предприятиях. Соответствующее предложение необходимо оформить в виде описания инновационного проекта, позволяющего оценить его новаторскую значимость, денежную стоимость, период внедрения, а также долгосрочные последствия.

Инновационные проекты, независимо от их содержания и объема, нуждаются в информационном обеспечении на всех этапах развития: от идеи до полной реализации, что позволит включить их в план развития и обеспечить финансирование. Информационная поддержка имеет несколько аспектов: языковой, содержательный и рекламно-маркетинговый.

Языковой аспект играет одну из главных ролей на стадии описания проекта и его презентации. Он выполняет коммуникативную функцию между авторами проекта, инвесторами и исполнителями. Судьбу проекта начинает определять его заголовок («Как вы лодку назовете, так она и поплывет»). Заголовок должен привлечь внимание возможного инвестора не только своим содержанием, но и названием проекта, формулировкой главной тематики. Лаконичность мысли привлекает деловых людей, поэтому заголовок не должен быть длинным и расплывчатым. Использование стандартных стереотипов может снизить интерес, т.к. оно свидетельствует либо о небрежном, с самого начала, отношении авторов к своему детищу, либо об отсутствии у них оригинальности. Эти характеристики проекта, как первое впечатление, могут создать предубеждение относительно его ценности и являются плохой мотивацией для дальнейшего знакомства с проектом. За заголовком следует формулировка цели проекта. Здесь тоже большую роль играет первое предложение (если оно не единственное в данном пункте). Если в первом предложении нет ясной мысли и конкретности, то поиск отдельных составляющих цели в дальнейшем тексте может привести к мысли, что авторы сами не знают, чего хотят. Поэтому в следующих за первым предложениях в описании цели лучше пояснить и минимально детализировать основные ее положения или ожидаемые результаты.

Описание проекта лучше сделать в нескольких вариантах. Первый не должен занимать более 1-2 страниц и, помимо формулировки цели, включать главные социально-экономические результаты и заканчиваться краткой сметой по основным статьям расходов. Это позволит потенциальному инвестору быстро оценить ситуацию, легче запомнить идею и стоимость проекта, что может выигрышно представить его при первом сопоставительном анализе с другими аналогичными проектами. Второй вариант должен быть более подробным, он может занимать около 10 страниц текста, включать несколько схем, иллюстрирующих место проекта в среде аналогичных разработок и выгодно подчеркивающих его актуальность и оригинальность, а также детализацию до уровня компонент проекта и их основных функций. Без иллюстраций первое знакомство с описанием малоэффективно, не позволяет создать целостную картину, но не следует на данном этапе описания предлагать комикс. Аппелляция к зрительным образам притупляет или совсем выключает логическое мышление, мешает осмыслению главной идеи проекта и порождает мысли о несерьезных намерениях авторов. Также следует в данном варианте избегать длинного списка авторов со всеми титулами, лучше указать организацию или руководителя проекта. Завершать описание должна достаточно общая смета, в которой основные статьи расходов представлены по срокам реализации проекта, но не детализированы. Зная из первого варианта описания стоимость проекта, инвестор оценивает свои возможности во времени и может приступить к планированию своих действий. Наконец, третий вариант - техническое задание, создаваемое либо по заказу после принятия проекта в целом, либо заранее, для обсуждения в фирме-инвесторе.

Содержательный аспект информационного обеспечения проекта также различен для всех перечисленных вариантов описаний, а также для этапов реализации. Усложнение содержания в каждом из вариантов происходит итерационно, постепенно нарастая. Инновационный проект по своей сути прежде всего научен, однако, возможный инвестор не обязательно будет специалистом в данной области, его могут интересовать вопросы финансовой или социальной эффективности проекта. Поэтому первые два варианта описания должны носить научно-популярный характер, избегать перенасыщения специальными терминами, но в то же время, давать возможность эксперту оценить как новизну, так и истинные ожидаемые результаты. Расчет на полностью некомпетентного инвестора раздражает читателя, такое

описание многословно и мало информативно. В свою очередь, слишком сложное остается непонятым большинством. Для достижения «золотой середины» следует предварительно ознакомить с текстом специалистов разного уровня квалификации и учесть их замечания при окончательной редакции. Во всех вариантах описания содержание должно быть тщательно структурировано, что также позволяет получить истинное знание с различной степенью детализацией: от просмотра названий компонент до тщательного изучения каждой. Помимо иллюстраций основные послышки и выводы хорошо подкрепить примерами, но только позитивными. Как правило, примеры запоминаются лучше теоретических умозаключений, вызывают ассоциации у читателя, что положительно влияет на общее впечатление о проекте. Однако, следует избегать незначительных деталей, хотя авторам они могут показаться достаточно яркими. В дальнейшем они могут сослужить плохую службу проекту, став его нарицательным ярлыком. Инновационные проекты имеют различную степень социальной значимости, но даже не очень большую необходимо подчеркнуть, акцентировать. Это придает весомость проекту, позволяет обсуждать его с руководителями различных рангов и, тем самым, расширять круг возможных инвесторов.

Третий аспект информационной поддержки - рекламно-маркетинговый, - позволяет привлекать современные компьютерные технологии. Развитию этого аспекта призваны служить инновационные и научные центры. Во-первых, распространяемая информация о внедряемых и создаваемых проектах является ориентиром на самом рынке инноваций, позволяет найти незаполненную нишу, породить новую идею. Во-вторых, такие центры могут накапливать информацию по своему региону и обмениваться ею с другими. Такая информация включает статистические данные по отраслям хозяйства региона, сведения о различных предприятиях, в том числе научных, образовательных, промышленных, рекреационных и т.д. Она позволит делать проекты более обоснованными, аргументированными. В-третьих, на основе собираемой информации могут создаваться различные справочники, путеводители, энциклопедии, реализованные не только в печатном виде, но и на компакт-дисках или помещенные в компьютерную сеть INTERNET. Такой «прикладной аспект» инновационных проектов имеет культурное и образовательное значение, охватывает самые широкие слои населения, выходит за рамки региона, в котором осуществляется проект.

Одним из подходов к оценке инновационных проектов является построение матрицы А (аналога SWOT-анализа) из двух строк и двух столбцов, в которой элемент  $a_{11}$  соответствует проектам с высокой доходностью и высоким обеспечением ресурсов,  $a_{12}$  - проектам с высокой доходностью, но дефицитом собственных ресурсов,  $a_{21}$  - низкой доходностью, но высокой ресурсообеспеченностью и  $a_{22}$  - проектам с низкой доходностью и дефицитом собственных ресурсов [2]. Насыщенность предложения различных проектов инновационного развития создаст базу для выработки вариантов стратегии.

Рассмотрим основные составляющие стратегии инновационного развития региона.

Первой составляющей стратегии является экономический рост. Поскольку факторами экономического роста в современных условиях являются информатизация, в том числе информационные технологии и компьютерные сети, а также интеллектуальный труд, то создание условий для становления соответствующих процессов должно быть первой стратегической целью. Критериями достижения первой стратегической цели являются рост наукоемкой продукции и существенное повышение значения деятельности, связанной с производством, хранением и передачей знаний.

Второй составляющей является создание инновационной инфраструктуры, выполняющую материально-техническую, ресурсную и общесистемную функции. Основным критерием функционирования данной инфраструктуры является повышение конкурентоспособности продукции и конкурентоспособности региона в целом. Инновационная инфраструктура и конкурентоспособная продукция формируют инновационный потенциал региона, важным фактором которого является окружающая среда, понимаемая не только как природная составляющая, а как окружение субъекта инновационной деятельности в более широком смысле – в виде ноосферы. Механизмы ноосферного развития региона включают: 1) гарантированный государственный спрос на товары и услуги, в том числе его снижение на ресурсоемкие производства; 2) инновационно-инвестиционные механизмы, работающие на сохранение окружающей среды; 3) защита отечественного производителя, в том числе ограничение импорта товаров, способствующих увеличению загрязнений; 4) перераспределение ресурсов между предприятиями региона, в том числе трудовых; 5) инвестиции в человеческий капитал, повышение интеллектуального уровня жителей региона.

Третья компонента – стратегия инновационного устойчивого развития, включающая институциональные, природные и технологические стратегии. Каждая из данных стратегий имеет базовый, функционально-отраслевой и функционально-территориальный уровни.

Детальная проработка стратегии инновационного развития региона требует оценки экономического потенциала его территорий, рассмотрения вопросов их обустройства, оценки каждой территории с точки зрения ее состояния устойчивости. Для региона в целом важным вопросом является его экономическая безопасность, обеспеченность инфраструктурой, а также ожидаемые результаты от реализации стратегии.

Рассматривая регион как систему, в которой тесно переплетаются отраслевые, межотраслевые, внутренние, межрегиональные и международные связи, для его развития необходимо выработать стратегию на основе трех видов стратегий (базовой, функционально-отраслевой и функционально-территориальной) и трех групп критериев (институциональных, природных и технологических). В результате получаем матрицу стратегий (табл. 1).

Для базовой стратегии критериями инновационности являются следующие факторы: развитие предпринимательства (институциональный фактор), рациональное природопользование и обеспечение

## ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

экологической безопасности (природные факторы) и производство высокотехнологических продуктов, в том числе, информации и знаний (технологические факторы).

Функционально-отраслевая стратегия основывается на: 1) повышении квалификации работников и самостоятельность предприятий; 2) проведении природоохранных мероприятий; 3) создании научно-производственных объединений с использованием научного потенциала высшей школы.

Функционально-территориальная стратегия характеризуется, во-первых, развитием финансовых институтов и институтов пользователей Интернет, а также других неформальных институтов, способствующих инновационному развитию; во-вторых, созданием национальных природных парков и заповедников; в-третьих, увеличением занятости населения, развитием новых форм труда – дистанционной работы.

С возникновением сетевой экономики, базирующейся на компьютерной сети Интернет, институциональный фактор значительно усиливается именно из-за вовлечения в обменные процессы, включающие как и саму сделку, так и предварительный обмен информацией, большого количества покупателей и продавцов. Новым институтом, созданным информационной экономикой, является электронный бизнес, осуществляемый в Интернет.

Организационные инновации способствуют развитию института предпринимательства, делают его более массовым и демократичным. Предприниматель является движущей силой рынка, и главная причина роста числа предпринимателей в области информационных технологий и сетевой электронной коммерции заключается в минимальности необходимого начального капитала и зависимости успеха бизнеса от интеллектуальных способностей самого предпринимателя.

**Таблица 1.** Матрица стратегий инновационного устойчивого развития

Виды стратегий	Стратегические критерии		
	Институциональные	Природные	Технологические
Базовая	Развитие предпринимательства	1.Рациональное природопользование 2.Обеспечение экологической безопасности	Производство инновационных продуктов, в том числе, информации и знаний
Функционально-отраслевая	1.Повышение квалификации работников. 2.Самостоятельность предприятий	Природоохранные мероприятия	Создание научно-производственных объединений с использованием научного потенциала высшей школы
Функционально – территориальная	1.Развитие финансовых институтов. 2.Развитие института пользователей Интернет	Создание национальных природных парков и заповедников	Организация дистанционной работы

Мировыми тенденциями, способствующими инновационному развитию, являются интернационализация производства, создание горизонтальных связей между предприятиями различных отраслей, свободный выход на внешний рынок, информатизация общества, позволяющая создавать эффект масштаба в производстве, распространении и использовании знаний.

Исследования отечественных и зарубежных экономистов показывают, что для успешного экономического развития необходимо реализовывать инновационную модель, основными факторами которой являются инновационная инфраструктура региона и сформировавшийся малый и средний бизнес. Инновационная инфраструктура выполняет три основные функции: материально-техническую, ресурсную и общесистемную. Первая функция может реализовываться через организационно-хозяйственную инфраструктуру (технопарки, технополисы, бизнес-инкубаторы, наукограды, инновационные предприятия, фирмы и центры по оказанию инновационных услуг), опытно-экспериментальную инфраструктуру (научные парки, центры, институты, научно-технологические центры, опытно-экспериментальные полигоны, лаборатории), а также проектно-конструкторскую инфраструктуру (проектные институты, проектно-конструкторские фирмы и бюро, лаборатории). Вторая функция – это ресурсное обеспечение, выполнение которой возлагается на финансово-экономическую инфраструктуру (специализированные государственные или коммунальные инновационные небанковские финансово-кредитные учреждения, фонды, а также банки венчурного инвестирования), информационно-коммуникационную инфраструктуру (глобальную компьютерную сеть Интернет, научно-технические фонды, научные библиотеки, информационные базы данных, депозитарную систему) и кадровую инфраструктуру (образовательная система, включающая все уровни подготовки специалистов и повышения их квалификации). Третья функция – общесистемное обеспечение, включающая нормативно-правовую, экспертно-сертификационную и патентную, а также коммерческо-коммуникационную инфраструктуры. В общесистемное обеспечение также входят торговые сети, выставочные комплексы, фирмы маркетинговой поддержки, рекламные агентства и фирмы, транспортные системы, сервисные центры по освоению, использованию и обслуживанию инновационной продукции.

Одной из важных компонент модели инновационного развития является информатизация. Для осуществления информатизации в Украине принято около двадцати законов и нормативных актов. По мнению как отечественных, так и зарубежных ученых, информатизацию, начавшуюся в хозяйственных системах, нельзя сегодня отделять от информатизации всего общества. Информатизация связана, прежде всего, с процессами создания и распространения нового знания, информатизация общества означает соединение теории познания с практикой организации использования знаний для получения новых знаний.

Степень информатизации общества и уровень развития информатики является обязательным условием конкурентоспособности национальной экономики, основным фактором экономии времени, а, следовательно, - фактором роста благосостояния – повышения степени удовлетворения материальных и культурных потребностей.

Для эффективного дальнейшего развития процессов информатизации необходимо государственное стимулирование развития бизнеса в области информационных компьютерных технологий и телекоммуникаций, создание благоприятной экономической среды. В таких условиях произойдет, во-первых, увеличение предложения информационных, технических и технологических товаров, связанных с применением компьютеров и компьютерных сетей, усиление отечественного научно-технического потенциала; во-вторых, возрастет спрос субъектов национальной экономики на продукты, созданные и используемые для создания информационно-компьютерных технологий; в-третьих, увеличатся привлекаемые инвестиции как непосредственно в сферу разработки информационно-компьютерных технологий, так и в сферы их внедрения в различных отраслях экономики. Основными ожидаемыми результатами при этом являются: 1) повышение уровня и качества жизни населения; 2) создание новых рабочих мест; 3) выравнивание межрегиональных диспропорций; 4) повышение производительности труда и рентабельности предприятий; 5) обеспечение стойкого экономического роста.

Рассмотренный аппарат формирования стратегия инновационного развития региона как совокупность цели, задач и средств их достижения и решения позволяет выработать веер стратегий, использующих основные факторы современного социально-экономического развития.

#### Источники и литература:

1. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран.– М. : Международные отношения, 1993.– 324 с.
2. Баев И. А., Углева О. В. Некоторые предложения по развитию методологии моделирования инновационной среды // Вестник УрФУ. Серия : Экономика и управление. 2012. № 4. С. 113 – 126.

Верна В.В.

УДК 330.37:336

### ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

*Аннотация.* Рассматриваются теоретико-методологические вопросы формирования финансовой стратегии предприятия в современных условиях развития экономики, проведено обоснование ее места и значения в общей стратегии предприятия, проведено обобщение этапов формирования финансовой стратегии.

**Ключевые слова:** стратегия, финансовая стратегия, стратегическая цель.

*Анотація.* Розглядаються теоретико-методологічні питання формування фінансової стратегії підприємства в сучасних умовах розвитку економіки, проведено обґрунтування її місця і значення в загальній стратегії підприємства, проведено узагальнення етапів формування фінансової стратегії.

**Ключові слова:** стратегія, фінансова стратегія, стратегічна мета.

*Summary.* Examined theoretical and methodological questions of forming of financial strategy of agrarian enterprise in the modern terms of development of economy. Its places and meaningfulness are reasonable in general strategy of enterprise taking into account the features of industry which it functions in. Generalization of the stages of forming of financial strategy is conducted. It is wellproven, than financial strategy is the sending vector of management an enterprise and his industrial and economic activity in a modern competition market environment.

**Keywords:** strategy, financial strategy, strategic objective.

**Постановка проблемы.** Общеизвестно, что высокая конкурентоспо-собность, платежеспособность, финансовая устойчивость и доходность пред-приятия достигается за счет правильного ведения финансов, что предполагает управление активами, затратами, инвестициями, оборотными средствами, прибылью компании в кратко- и долгосрочном периодах, планирование основных финансово-экономических показателей на текущий период и на перспективу. Единство этих составляющих формирует финансовую стратегию, базис и отправную точку в управлении предприятием.

**Анализ исследований и публикаций.** Вопросам разработки и реализации финансовой стратегии на предприятиях посвящено немало публикаций как в отечественных, так и в зарубежных литературных источниках. Теоретико- методические аспекты стратегического управления исследовали такие ученые как И. Ансофф. [1], И.А. Бланк [2], Н. Горицкая [3], А. Гринев, А. Ястремская [4], Л. Радова, А. Череп [5], М. Портер [6], В. Савчук [7] и другие.

Сегодня необходимость формирования финансовой стратегии является важной составляющей успешного функционирования любого предприятия, независимо от размера, организационно-правовой формы и вида деятельности. Однако анализ отдельных публикаций позволил выявить, что прежние научно-методические подходы к вопросам формирования финансовых стратегий не разработаны должным образом, как в научном, так и в организационно-практическом аспекте. Об этом свидетельствует отсутствие обоснования единой последовательности этапов процесса формирования финансовой стратегии, принципов ее осуществления, методических рекомендаций, которые бы комплексно учитывали различные характеристики предприятий, прежде всего в сельском хозяйстве.

Кроме того, значительное количество исследований посвящено теме финансовой стратегии и ее реализации на примерах определенных субъектов хозяйствования. Однако, по причине динамичности