

Отже, на основі проведеного експерименту можна стверджувати, що, незважаючи на можливість появи розбіжностей у висновках при використанні альтернативних методик оцінки привабливості інвестицій, є всі підстави очікувати, що в переважній більшості випадків результати, до яких вони приводять, будуть узгоджуватися між собою.

У цілому результати даного дослідження дозволяють зробити висновок, що теорія нечітких множин не є панацеєю від усіх бід, але в той же час її використання значно розширює можливості експерта-дослідника в адекватному моделюванні економічної невизначеності, і, відповідно, дозволяє йому принципово підвищити обґрунтованість рішень, що приймаються або готуються.

Необхідно також відзначити, що актуальним напрямком подальших досліджень за проблемою інструментарної підтримки прийняття інвестиційних рішень в умовах суттєвої нестохастичної невизначеності є розробка і розвиток відповідних оптимізаційних моделей.

## Література

1. *Ахрамейко А. А., Железко Б. А., Ксеневиц Д. В., Ксеневиц С. В.* Обобщение метода анализа иерархий Саати для использования нечетко-интервальных экспертных данных. — // [http://sedok.narod.ru/sc\\_group.html](http://sedok.narod.ru/sc_group.html).
2. *Бахитов Р., Коробейников Н.* Принятие решения о выборе инвестиционного проекта методом нечетких оценок // Вестник инженерингового центра ЮКОС. — 2001. — № 2. — С. 43—44.
3. *Вітлінський В. В.* Аналіз, оцінка і моделювання економічного ризику. — К.: Деміур, 1996.
4. *Вітлінський В. В.* Моделювання економіки: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2003.
5. *Кофман А., Хил Алуха Х.* Введение теории нечетких множеств в управление предприятиями: Пер. с исп.; Под ред. В. В. Краснопрошина, Н. А. Лепешинского. — Минск: Вышэйшая школа, 1992.
6. *Недосекин А. О.* Нечеткий DPBP и новый подход к рациональному отбору инвестиционных проектов. — // [http://sedok.narod.ru/sc\\_group.html](http://sedok.narod.ru/sc_group.html).
7. *Недосекин А. О.* Применение теории нечетких множеств к задачам управления финансами. // На сайті [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
8. *Недосекин А. О.* Фондовый менеджмент в расплывчатых условиях. — СПб: Типография «Сезам», 2003.
9. *Саати Т., Кернс К.* Аналитическое планирование. Организация систем. — М.: Радио и связь, 1991.
10. *Слепцов А. И., Тыщук Т. А.* Моделирование оценки инвестиционных проектов в условиях нечетких данных / Модели управления в рыночной экономике (Сб. науч. тр.) / Под общ. ред. Ю. Г. Лысенко. — Донецк: ДонГУ, 1998. — С. 58—64.
11. *Тыщук Т. А.* Економіко-математичне моделювання процесів управління проектами на основі теорії нечітких множин. Автореф. канд. дис. — Донецьк, 2001.
12. *Штовба С. Д.* Введение в теорию нечетких множеств и нечеткую логику // [www.matlab.ru/fuzzlogic/index.asp](http://www.matlab.ru/fuzzlogic/index.asp)
13. *Dimova L., Sevastjanov P., Sevastjanov D.* Fuzzy Capital Budgeting: Investment Project Valuation and Optimization // *Chenstohova Tech. University Proceedings*, 2001.
14. *Dimova L., Sevastjanov P., Sevastjanov D.* On the Fuzzy Internal Rate of Return // *Chenstohova Tech. University Proceedings*, 2001.

**Л. А. Петренко**, аспірантка,  
Київський національний економічний університет

## МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ВИМІРЮВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Зростання вітчизняної економіки на сьогодні тісно пов'язане з розвитком експортних виробництв. У 2001—2002 рр., за оцінками Держкомстату України, збільшення ВВП майже на половину забезпечене зростанням чистого експорту [5]. Найдинамічніша галузь останніх п'яти років — харчова — виробляє майже 20 %

промислової продукції України (на рівні з металургією); її продукція в структурі експорту постійно збільшується і вже має 13,3 % [9, с. 118].

Для вирішення проблеми розвитку експорту актуальним є дослідження методичних основ вимірювання експортного потенціалу підприємства, яке включає:

- по-перше, аналіз та узагальнення підходів до оцінки експортного потенціалу підприємства;
- по-друге, з'ясування проблем вимірювання експортного потенціалу;
- по-третє, визначення шляхів вирішення зазначених проблем з врахуванням галузевої специфіки.

Питання вимірювання експортного потенціалу (і потенціалу підприємства взагалі) виникло недавно. Вітчизняні дослідження 70—80-х рр. минулого століття об'єднані ідеєю натурального вимірника для визначення потенціалу підприємства. Так, на думку Ю. Ю. Донця, «виробничий потенціал має вимірюватись у тих самих одиницях, що й обсяг виробництва» [4]. В. М. Архипов вважає, що, окрім обсягу виробництва, має враховуватись «якість продукції в заданому асортименті» [2]. Визначення потенціалу підприємства через обсяг кінцевої продукції та (або) ресурсів, задіяних в ході її виробництва, було виправданим тоді з огляду на централізоване планове ціноутворення та екстенсивний характер розвитку народного господарства.

Впровадження ринкових основ в економіку країни спонукало до зміни «точки зору» на потенціал підприємства з «внутрішньої» (виробничої) на «зовнішню» (споживачів, кредиторів, інвесторів і т. д.). Замість категорії «вимірювання величини потенціалу» в літературі з'являється термін «оцінка потенціалу» [1, 11]. Метою оцінки потенціалу виступають:

- визначення вартості бізнесу для купівлі-продажу, застави, страхування;
- визначення межі зростання виробництва і збуту продукції підприємства та оптимізація темпів зростання;
- прогнозування майбутніх грошових потоків тощо.

Перевагою грошового вимірника є порівнянність потенціалів підприємств, недоліком — ускладнення оцінки потенціалу необхідністю аналізу і врахування динаміки цін, валютних курсів, процентних ставок. З огляду на це в певних випадках доцільно використовувати натуральний вимірник.

Він, на нашу думку, може застосовуватись за умов:

- традиційного для галузі вимірювання обсягу всієї продукції в натуральних одиницях (наприклад, таким вимірником в молокопереробній підгалузі АПК є літр «умовного молока»);
- призначення результатів обчислення потенціалу внутрішньому користувачеві (коли потенціал визначається для планування виробництва і збуту, оптимізації його структури і темпів зростання);
- спрямованості розвитку експортного потенціалу на збільшення ринкової частки (як пріоритету), а не на максимізацію поточного прибутку;
- монопродуктового, вузькоспеціалізованого виробництва (коли проблема співставності потенціалів напрямків діяльності для підприємства не є актуальною);
- нерозвиненості фондового ринку і, відповідно, ускладнення оцінки потенціалу через ціну акцій товариства;
- приналежності галузі до тих, розвиток яких (потенціал зростання) має фізичні (природні) обмеження. Так, потенціал зростання харчової промисловості обмежений фізіологічними можливостями людини щодо споживання продуктів, а потенціал видобувної — обсягами запасів природних копалин.

Незалежно від ідеї, покладеної в основу вимірювання експортного потенціалу (і потенціалу підприємства взагалі), логіка методики залишається традиційною. Перший етап: визначення факторів формування експортного потенціалу підприємства. Другий — визначення способів їх вимірювання, критеріїв і одиниць

вимірювання. Третій етап: встановлення взаємозалежностей двох рівнів (між факторами, між факторами та величиною потенціалу).

Експортний потенціал більшістю дослідників визначається через виробничий потенціал підприємства. Моделі О. М. Кириченко та Т. І. Ломаченко [6, с. 69; 7, с. 74], призначені для розрахунку експортного потенціалу харчової промисловості та виноградарсько-виноробних підприємств, мають спільну рису: експортний потенціал визначається як відсоток експорту в обсязі виробленої продукції. Тобто єдиним агрегованим фактором експортного потенціалу виступає обсяг виробництва продукції підприємства.

На практиці до складу факторів експортного потенціалу входять: виробництво, маркетинг, управління, логістика тощо. Представлення їх впливу через обсяг продукції підприємства, по-перше, призводить до неповного врахування складових потенціалу в його величині, по-друге, унеможливорює виокремлення впливу окремих факторів на потенціал, а отже, і ефективного управління величиною останнього через структуру і масштаби задіяних ресурсів (чинників). Іншою крайністю може стати занадто широкий перелік факторів (складових) експортного потенціалу підприємства, надмірна їх деталізація. Оптимальна кількість складових моделі вимірювання експортного потенціалу може варіювати залежно від:

- мети розрахунку величини потенціалу (управлінські цілі потребують більшої деталізації, ніж зовнішні);
- розмірів підприємства (більші підприємства — глибший аналіз);
- диверсифікованості діяльності;
- часу, відведеного на проведення розрахунків, і рівня компетенції виконавців тощо.

Можливо, в окремих випадках через унікальність підприємства або умов оточення, в яких воно опинилось, доцільно будувати модель вимірювання експортного потенціалу за особливим переліком факторів.

Зрозуміло, що залежність між факторами (складовими) потенціалу і його величиною не завжди буде прямою та лінійною. Напрямок і величину впливу кожного чинника на експортний потенціал можна визначити (в разі наявності кореляції між показниками), проаналізувавши ретроспективну динаміку їх взаємодії, враховуючи при цьому прогнози змін в динаміці. Перетворення однофакторних моделей в інтегральну багатфакторну пов'язане з проблемою врахування вагомості окремих складових експортного потенціалу організації. Визначити вагомість можна шляхом застосування методів економіко-математичного моделювання чи експертних оцінок<sup>1</sup>. Але важливість складових частин потенціалу протягом життєвого циклу підприємства може змінюватись. Постає питання: як врахувати фактор «втрати — набуття» вагомості? Сполучення окремих факторів між собою створює синергійні ефекти, вираження яких через вільний член моделі вимірювання експортного потенціалу не буде важелем для управління ними. В. Н. Авдєєнко і В. А. Котлов [1] звертають увагу на відсутність повної заміненості факторів потенціалу (тобто, в разі, якщо один з складових потенціалу підприємства дорівнюватиме нулю, нульового значення набуде й величина потенціалу в цілому). Тому при будь-якому моделюванні вимірювання потенціалу через його окремі складові, обсяг залучення останніх має бути більшим за нуль.

Визначення наявного і перспективного значення зумовлює необхідність виділення статичної і динамічної складової експортного потенціалу організації. Наявний потенціал має точне значення, тоді як перспективний — імовірнісне. Тому проблемою є зниження ризику похибок під час оцінки майбутнього потенціалу.

---

<sup>1</sup> Перший потребує ґрунтовних знань з економетрії і затрат часу, застосування спеціальних комп'ютерних програм; другий — швидкий — є прийнятним в разі наявності у експерта достатнього досвіду.

Проблеми у сфері вимірювання експортного потенціалу (рис. 1) є поліструктурними і потребують комплексного вирішення. Певним кроком на шляху їх розв'язання може стати методика визначення експортного потенціалу підприємств харчової галузі, яку ми пропонуємо.

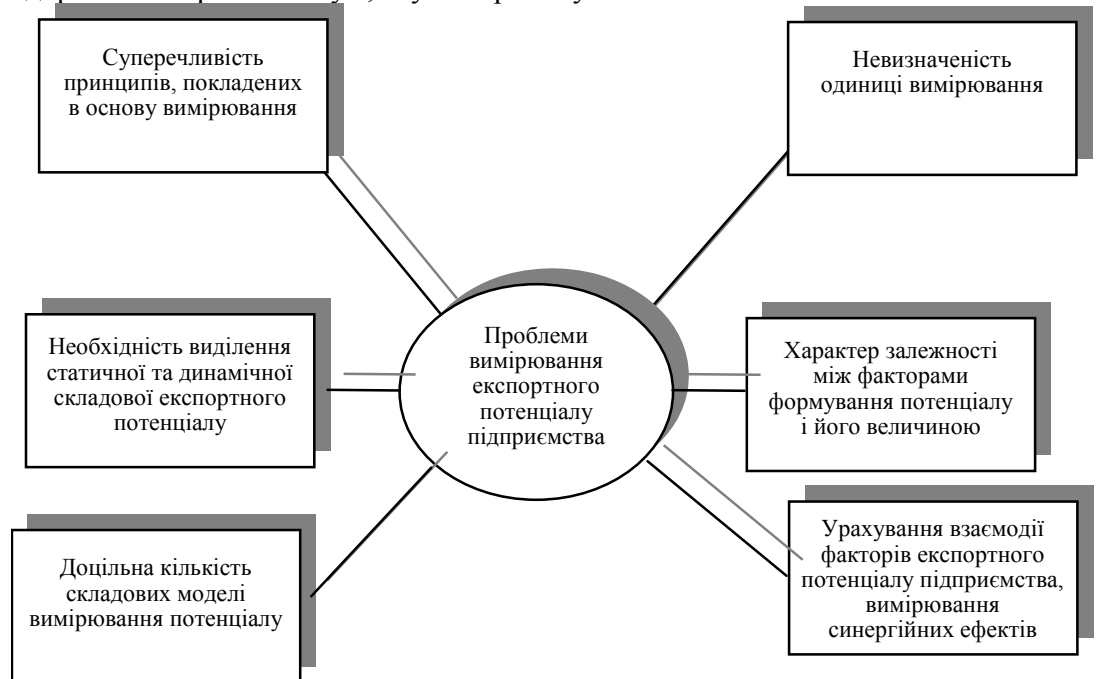


Рис. 1. Проблеми вимірювання експортного потенціалу підприємства

Величина експортного потенціалу визначається по осі часу (наявний — перспективний) та сукупності чинників (внутрішній — зовнішній), що наведено на рис. 2.

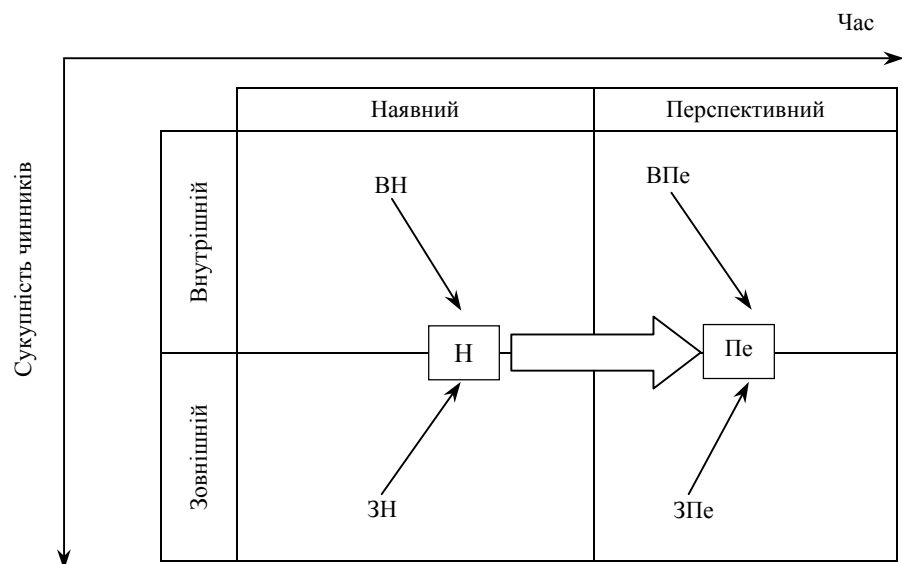


Рис. 2. Основні осі вимірювання експортного потенціалу підприємства

Поділ величини потенціалу на дві пари значень пов'язаний з необхідністю логічного узгодження кінцевого результату. Для вимірювання наявного потенціалу визначальною є внутрішня складова, для перспективного — зовнішня, бо

підприємство в довгостроковому періоді може змінювати форму присутності на зовнішньому ринку, не прив'язуючись до поточних сировинних можливостей та виробничих потужностей.

Першим етапом алгоритму є розрахунок внутрішнього наявного експортного потенціалу підприємства. Він включає:

$$ЕПП_{внпт} = E + HE + HB, \quad (1)$$

де  $ЕПП_{внпт}$  — внутрішній наявний експортний потенціал підприємства;

$E$  — обсяг експорту в попередньому часовому періоді;

$HE$  — «не експортоване з виробленого», тобто продукція з експортними характеристиками, що з різних причин була реалізована на внутрішньому ринку;

$HB$  — не вироблена експортпридатна продукція у рамках можливостей потужності підприємства.

Якщо метою підприємства є збільшення власної частки на зовнішньому ринку, розрахунки за формулою (1) доцільно проводити в натуральних одиницях.

Другим кроком на шляху визначення експортного потенціалу підприємства є розрахунок зовнішнього наявного потенціалу (2):

$$ЕПП_{знпт} = E + B + P, \quad (2)$$

де  $ЕПП_{знпт}$  — зовнішній наявний експортний потенціал підприємства;

$E$  — обсяг експорту в попередньому часовому періоді;

$B$  — сегмент ринку, що через недовиробництво та недоекспортування виробленої продукції був незайнятий підприємством;

$P$  — згаяні можливості нарощення експорту, що з'явилися з причини росту місткості ринку, зменшення конкуренції і послаблення дії інших ринкових бар'єрів, змін у структурі попиту.

Можливі дві конфліктні ситуації:  $ЕПП_{знпт} > ЕПП_{внпт}$  і  $ЕПП_{знпт} < ЕПП_{внпт}$ .

Через більшу точність значення внутрішнього потенціалу йому слід надати пріоритет і обрати для подальшого розрахунку. Підсумком двох перших кроків процесу визначення величини експортного потенціалу підприємства має стати аналіз ефективності використання наявного потенціалу, розрахований відношенням обсягу експорту до експортного потенціалу (%) або прибутку (виручки) від експортування до величини потенціалу (грн / од. потенціалу).

Третій етап — розрахунок внутрішньої і зовнішньої складової перспективного експортного потенціалу. Внутрішній експортний потенціал підприємства в  $n$ -році можна визначити, екстраполюючи минулі тенденції виробництва на майбутнє, корегуючи прогноз (фактори корекції — галузеві темпи нарощення потенціалу та їх зміна, доцільні межі зростання потенціалу з огляду на технічні можливості виробництва, забезпечення сировиною, інвестиційними ресурсами тощо).

Величину зовнішнього перспективного експортного потенціалу підприємства харчової галузі, на нашу думку, слід визначати методом інтерполяції. Головний аргумент — обмеження фізіологічних можливостей людини щодо споживання продуктів харчування. (Нижня межа — норми гігієни харчування щодо споживання продуктів населенням, верхня — рівень країн з розвинутою культурою споживання певного продукту, наприклад, сиру у Франції. Проблема неповноцінного харчування є актуальною для більшості країн, де рівень його не досягає гігієнічних норм.) Визначивши потенційну місткість експортного ринку (до уваги беруться демографічні, культурні, економічні фактори), врахувавши частку підприємства на ринку, тенденції її зміни, вплив чинників наддержавного рівня (валютних курсів, глобальної конкуренції тощо), отримаємо верхню межу зовнішнього перспективного експортного потенціалу підприємства.

Далі необхідно порівняти внутрішній і зовнішній перспективний потенціал експорту. В разі виявлення суттєвих розбіжностей, практичної неможливості

досягнення меж зовнішнього потенціалу, потрібно встановити реальні межі його зростання. Узгодження темпів нарощення внутрішнього потенціалу і збільшення споживання дасть можливість визначити експортний потенціал підприємства на майбутнє за роками. Отримані результати можуть бути використані в плануванні як своєрідне верхнє обмеження планових показників.

Спираючись на запропоновану методика, визначимо експортний потенціал ВАТ «Шосткинський міськмолкомбінат» на російському ринку.

Для визначення напрямків і темпів зростання експортного потенціалу на перспективу необхідно встановити його наявне значення. Місткість експортного ринку сиру ВАТ ШММК дорівнює 2593 тис. кг на рік. Щоб визначити наявний потенціал експортування зазначимо, що, по-перше, потужності з виробництва сиру у 2003 р. були використані на 102 % і можливості збільшення виробництва не було; по-друге, стратегія якості розповсюджується на всю продукцію підприємства, незалежно від ринку її збуту. Тому внутрішньою межею експортного потенціалу 2003 р. (у відповідності до формули (1) є 4046,5 (2592,5 + 1454) т сиру. (Враховуючи доцільність збереження частки експорту на рівні, не більшому за 70 %, експортний потенціал становив 2832,55 (4046,5 × 0,7) т).

Темп зростання споживання сиру на російському ринку у 2003 р. становив 20,33 %. Значного посилення конкуренції не спостерігалось, і ВАТ ШММК згаяв можливості використання на повну силу зовнішнього наявного експортного потенціалу, який становив 3408,4 (2832,55 × 1,2033) т сиру.

Підсумовуючи проведені розрахунки, зазначимо: наявний експортний потенціал підприємства становить 2832,55 т сиру і був використаний у 2003 р. на 91,5 % (2592,5/2832,55 × 1,2033). Причини неповного використання можливостей і напрямки вирішення цієї проблеми розкриваються в ході визначення перспективної величини потенціалу.

Відправною точкою для інтерполяції є верхня межа споживання сиру експортним ринком ВАТ ШММК. Середнє споживання сиру на душу населення в Росії за даними [8, с. 38] становило 2,1 кг; кількість населення 146,3 млн чол. Проблема визначення потенціалу зростання споживання (а з ним і експортного потенціалу ШММК) пов'язана зі складністю вибору оптимального обсягу споживання сиру на душу населення. Так, за даними різних джерел вона буде суттєво різнитися (табл. 1).

Таблиця 1

**ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВАТ ШММК НА РОСІЙСЬКОМУ РИНКУ ЗА УМОВИ ЗБЕРЕЖЕННЯ СЬОГОДНІШНІХ ТЕНДЕНЦІЙ ВІДНОСНО РІЗНИХ НОРМ СПОЖИВАННЯ СИРУ**

Показники	Споживання сиру у 2003 р.	Норматив споживання згідно з нормами гігієни харчування	Середнє споживання в Центральній Європі	Середнє споживання в Німеччині
Споживання сиру на душу населення, кг /рік	2,1	6,5	15	22
Споживання сиру ринком в цілому, тис. тонн	307 230	950 950	2 194 500	3 218 600
Експортний потенціал виробництва ВАТ ШММК сиру на російському ринку, тис. тонн	2,593	8,025952	18,52143	27,16476

Зазначимо, що саме рівень експортного потенціалу за нормами гігієни харчування для російського ринку є найбільш придатним (традиційно невисоке споживання сирів росіянами). Для розрахунку перспективного експортного потенціалу ШММК, визначення темпів і орієнтовних річних обсягів оптимального

його приросту дослідимо і побудуємо прогноз двох пар тенденцій: споживання сиру на російському ринку і експорту ШММК (зовнішнє обмеження величини потенціалу, табл. 2); зміни потужностей підприємства з виробництва сирів і експорту (внутрішнє обмеження, табл. 3).

За умов збереження тенденцій 1998—2003 р., споживання сиру досягне потенційного рівня, встановленого на основі норм гігієни харчування, у 2011 році. Зовнішній експортний потенціал ВАТ ШММК на російському ринку становитиме: 2004р. — 2642 т, 2005р. — 5117 т, 2006р. — 7189 т.

Таблиця 2

**СПОЖИВАННЯ СИРУ НА РОСІЙСЬКОМУ РИНКУ ТА ЕКСПОРТ СИРІВ ВАТ ШММК: ТЕНДЕНЦІЇ**

Роки	Споживання сиру на російському ринку, тис. т	Темп приросту споживання, %	Експорт сирів ШММК, т	Ринкова частка підприємства, %	Зміна ринкової частки, %
1998	174 000	—	570	0,000328	—
1999	184 900	6,26	780	0,000422	28,78
2000	185 200	0,16	1320	0,000713	68,96
2001	213 100	15,06	2100	0,000985	38,26
2002	255 300	19,80	2889	0,001132	14,83
2003	307 200	20,33	2592,5	0,000844	- 25,42
2004	345 047	12,32	3642	0,001056	25,08
2005	387 557		5117	0,00132	
2006	435 304		7189	0,001651	
2007	488 933		10 099	0,002066	
2008	549 170		14 189	0,002584	
2009	616 828		19 934	0,003232	
2010	692 821		28 005	0,005056	
2011	778 176		55 274	0,006324	
2012	874 048		77 655	0,00791	

Середній темп приросту споживання у 1999—2003 рр. = 12,32 %, при цьому середньорічний приріст ринкової частки ВАТ ШММК становив 25,08 %

За розрахунками фахівців підприємства обсяг зовнішнього збуту не повинен перевищувати 70 %. У 2005 р. експортні потужності становитимуть 4756,5 (6795 × 0,7 < 4 972) т. Це менше, ніж зовнішній перспективний (2005р.) експортний потенціал підприємства на 215,5 т (4756,5 — 4 972) (рис. 2). І тому нестача потужностей з виробництва сиру вже на сьогодні є фактором стримання розвитку експортного потенціалу ВАТ ШММК.

Таблиця 3

**ПОТУЖНОСТІ ВАТ ШММК З ВИРОБНИЦТВА СИРУ І ЕКСПОРТ: РЕТРОСПЕКТИВА ТА ПРОГНОЗ**

Роки	Потужності виробництва, т	Темп приросту, %	Експорт, т	Темп приросту, %
Ретроспектива	1998	1000	570	—
	1999	1400	780	36,84
	2000	1900	1320	69,23
	2001	2700	2100	59,09
	2002	3800	2889	37,57
	2003	3900	2592,5	- 10,26
Прогноз	2004	5148	3590	38,49
	2005	6795	4972	
	2006	8970	6886	

Застосування отриманих таким чином показників експортного потенціалу сприятиме вдосконаленню системи планування і розвитку потенціалу підприємства.

### Література

1. Авдеенко В. Н., Котлов В. А. Производственный потенциал промышленного предприятия. — М.: Экономика, 1989. — 240 с.
2. Архипов В. М. Проектирование производственного потенциала объединений (теоретические аспекты). — Л.: ЛГУ, 1984. — 184 с.
3. Голомша Н. Деякі аспекти прогнозування перспектив розвитку регіонального ринку молока // Вісник Тернопільської академії. — 2002. — № 6. — С. 106—110.
4. Донець Ю. Ю., Жаров А. В. Эффективность основных фондов в машиностроении. — К.: Техника, 1979. — 135 с.
5. Калюжний В. Удосконалені й нові методи вимірювання впливу капіталу, праці та продуктивності на зростання ВВП // Економіка України. — 2003. — № 6. — С. 42—48.
6. Кириченко О. М. Экспортный потенциал харчової промисловості України // Наукові праці Українського державного університету харчових технологій. — 1999. — № 5. — С. 66—69.
7. Ломаченко Т. І. Економічна ефективність зовнішньої діяльності та розрахунки експортного потенціалу виноградарсько-виноробних підприємств // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. — 2000. — С. 72—74.
8. Сырость (Годовой промышленно-торговый обзор рынка сыра 2002) // Бизнес. — 2002 — № 42. — 14 окт. — С. 38—51.
9. Статистичний щорічник України за 2002 рік. — К., 2003.
10. Украина — Россия: проблемы экономического взаимодействия // Пирожков С. И., Губский Б. В. и др. — К.: НИУРВ, 2000. — 256 с.
11. Федонін О. С, Репіна І. Н., Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка. — К.: КНЕУ, 2003. — 316 с.
12. Янушкевич А. Состояние и перспективы развития рынка молока и молочной продукции в Московском регионе // Экономика с/х предприятий. — 1999. — № 7. — С. 50—52.

**А. Є. Черпак**, аспірантка,  
Київський національний економічний університет

### РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО БЮДЖЕТУ В ДІЯЛЬНОСТІ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА З ЧАСТКОЮ ДЕРЖАВНИХ КОРПОРАТИВНИХ ПРАВ

Успіх реалізації стратегії багато в чому залежить від якісного її фінансово-економічного обґрунтування та раціонального забезпечення фінансування заходів з її втілення за періодами. Досягнення кінцевої мети реалізації стратегії забезпечується фактично ще на етапі її розробки з урахуванням фінансових обмежень. Тому стратегія без реального бюджету на її впровадження — ніщо інше, як мрія.

Сама по собі наявність стратегічних планів у підприємства не є запорукою їх успішної реалізації, якщо фінансово-економічне забезпечення цих планів не обґрунтовано реальними розрахунками майбутніх доходів і витрат, джерел їх покриття. Але стратегічний бюджет не просто є зведеним прогнозним фінансовим документом, в якому збалансовано по періодах: які обсяги доходів, з яких джерел залучатимуться, за якою ціною, коли, яким чином та в якому обсязі вони розподілятимуться для фінансування різних стратегічних напрямків роботи підприємства. В руках вищого керівництва підприємства він є основним плановим документом, з якого ясно видно реальну потребу у ресурсах для реалізації конкретних стратегічних напрямків роботи підприємства.