

Белозубенко В.С.

ИННОВАЦИОННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: ЭТИМОЛОГИЯ И СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ

На современном этапе развития экономических систем явно доминировали инновационные компоненты конкурентной борьбы производителей. Переход на новую ступень общественного развития – постиндустриальное общество – ознаменовал преобразование детерминантов эффективности и конкурентоспособности субъектов производственно-хозяйственной деятельности. В современном понимании конкуренция (как борьба за распределение экономических благ) все чаще связывается с появлением новых продуктов и созданием новых рынков, использованием новых, более совершенных технологий. Обновление продуктов и технологий (производственных, рыночных и управленческих) превратилось в «религию» экономического развития. Объективно необходимый и важнейший элемент рыночной экономики – конкуренция – играет определяющую роль в стимулировании инновационной деятельности и создании условий для социально-экономического развития общества.

Накопление и развитие инновационных компонентов, а затем их превалирование в конкурентной борьбе производителей привело к возникновению нового типа конкуренции – инновационной конкуренции. Инновации как основа развития ценовых и неценовых преимуществ производителей стали первопричиной формирования новой парадигмы конкурентных отношений и новых подходов к их регулированию. Эффективность инновационной деятельности становится основной детерминантой успеха производственной деятельности, а инновационная конкуренция распространилась не только на товарные рынки, но и на рынки труда и капитала. Накопление экономического потенциала и интенсификация производственных процессов за счет реализации инновации основано на получении специфических, многовариантных и разноплановых преимуществ в хозяйственной деятельности и оперировании на различных рынках. Инновации позволяют сформировать новое качество компетенций производителя, расширяют возможности влияния на параметры функционирования рынка, его структуру и конъюнктуру.

В мировой экономике в условиях расширения и углубления глобализационных процессов формируется новый информационно-инновационный (постиндустриальный) уклад, в основе которого первоначально лежали принципы свободной конкуренции, а затем принципиально иной ее тип – инновационная конкуренция. Однако не совсем верно смешивать понятия «свободная конкуренция» с инновационной конкуренцией, так как это совершенно иной аспект, типизация по другому классификационному признаку.

В связи с вышеизложенным, актуальной задачей современной экономической науки является исследование сущности и особенностей инновационной конкуренции, выявление объективных причин ее возникновения как нового феномена и атрибута общественно-экономического развития.

Идентификации инновационной конкуренции как специфического типа конкуренции, характеризующегося новыми качественными компонентами и факторами соперничества, принципами и особенностями реализации преимуществ, посвящено множество современных экономических исследований. Так, например, доминирование «инновационных» детерминант в конкурентной борьбе подчеркивал еще в начале XX в. один из основателей инновационной теории длинных циклов Й. Шумпетер [1; 2]. Концепция шумпетерианства базируется на положении о принципиальной важности и особой природе борьбы нового со старым как проявления экономического соперничества. Й. Шумпетер подчеркивает динамичный характер конкуренции, который обусловлен именно осознанием роли и возможностей инноваций и повышением инновационной активности. Изменение базовых компонентов конкуренции констатирует М. Портер [3 и 4], обращая внимание на то, что конкуренция в сфере реализации инноваций подвержена тем же тенденциям, что и «традиционная». М. Портер учитывает приоритетное влияние инноваций, исследует их типы и влияние. В основе его тезиса о существовании совершенствующейся (upgrading) экономики и объяснении особенностей этой модели лежат положения о возможностях инноваций в создании и развитии конкурентных преимуществ.

Дефиниция «инновационная конкуренция» используется О. Чернегой в работе [5, с. 33-37]. Анализируя факторы обеспечения конкурентоспособности и этапы развития конкурентной борьбы, автор отмечает снижение значимости ценовых факторов и появление в 50-х гг. XX века инновационной конкуренции. На этой основе можно говорить о неком этапе развития конкурентных отношений. О. Чернега не дает определения этого понятия, однако рассматривает сущностные признаки (например, что основным предметом соперничества выступают инновационные преимущества) и черты этого явления (например, подчеркивается скачкообразный характер этого типа конкуренции).

Г. Гейер дает общее, в широком смысле определение инновационной конкуренции как борьбы между товаропроизводителями за более выгодные условия производства и сбыта товаров при ограниченном платежеспособном спросе потребителей с целью максимизации прибыли или для реализации иных целей на основе инновационной деятельности во всех формах и проявлениях. Г. Гейер, исследуя объективную обусловленность инновационной конкуренции, установил некоторые ее особенности (высокий динамизм рынка, «агрессивный» характер, изменение предпочтений потребителей, усиление обратной связи рынок-производитель и т.п.), однако автор не дал необходимых пояснений, что не дает возможности полноценно объяснить сущности инновационной конкуренции. В качестве одной из особенностей ИК может быть рассмотрено наличие специфического положения – положения «вне конкуренции» (временное отсутствие конкурентов на рынках продуктов, при производстве которых решающую роль играет интеллектуальный капитал, заложенный в инновации) [6, с. 54-59]. Так, и А. Фоломьев, исследуя инновационный тип развития хо-

зайственных систем, отмечает, что одним из его признаков выступают новаторские цели деятельности, ее инновационные результаты в каждом периоде развития по сравнению с предыдущим (здесь автор отмечает, что «нередко это сопровождается хотя не длительным, но монопольным положением производителя на товарных рынках») [7, с. 41–42].

В. Журило, сравнивая рынки продуктов высоких технологий и товаров массового спроса, выделяет особенности рынка продуктов высоких технологий, среди которых: высокий уровень риска, связанный с разработкой и выводением продукта на рынок; высокая динамичность рыночных процессов; интенсивная конкуренция; повышенная значимость имиджа производителя; слабость рыночных сил покупателя; низкая значимость ценового фактора для потребителя при покупке высокотехнологического продукта [8, с. 62–65]. Ввиду того, что на рынках продуктов высоких технологий инновационные компоненты конкуренции доминируют в явной форме, особенности этого рынка коррелируют с особенностями самой инновационной конкуренции.

Большой интерес современных ученых к исследованию инновационных компонентов развития, вопросов обеспечения конкурентоспособности за счет инноваций, маркетинга новых продуктов, коммерциализации инноваций проявляется в большом количестве соответствующих научных работ, охватить все представляет невозможным в рамках настоящего исследования. Анализ приведенных работ позволяет установить, что интегрированный подход к рассмотрению конкуренции и инноваций фактически только начинает формироваться. В этой связи принципиальным является формирование базовых методологических подходов к определению сущности и особенностей ИК.

Цель настоящей работы: сформировать методологический подход к определению сущности инновационной конкуренции и выявлению ее особенностей.

Слово конкуренция происходит от лат. *concurrere* – сбегаться, сталкиваться. Трактовки этой сложной экономической категории достаточно разнообразны (табл. 1).

Таблица 1. Трактовки понятия «конкуренция»

Автор (авторы) трактовки	Трактовка понятия «конкуренция»
А. Смит [9]	Принцип «невидимой руки», подчиняющий интересы предпринимателей интересам общества
Ф. Хайек [10]	Процесс получения и передачи знаний
Н. Мэнкью [11]	Механизм регулирования рыночных цен и количества товара
Р. Пиндайк, Д. Рубинфельд [12]	Способы регулирования отношений между торговыми партнерами
М. Портер [3]	Динамический процесс создания новых товаров и производственных отношений
Э. Дж. Доллан, Д. Линдсей [13]	Соперничество участников экономических процессов за наиболее выгодные условия реализации своих интересов
Ф. Котлер [14]	Механизм, способствующий рациональному распределению ресурсов
К. Макконнелл, С. Брю [15]	Наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов и возможность для покупателей и продавцов свободно выходить на рынок и покидать его
Г. Азоев [16]	Соперничество между отдельными физическими и юридическими лицами в достижении единой цели
Б. Буркинский [17]	Процесс управления предпринимателем своими конкурентными преимуществами в конкурентной борьбе, осуществляемой в рамках законодательства
А. Юданов [18]	Борьба предприятия за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей
В. Сухарский [19]	Возможность продавцов и покупателей свободно входить в рынок и покидать его
А. Добрынин, Л. Тарасевич [20]	Экономический процесс, совокупность определенных действий хозяйствования
М. Шарко [21]	Способ взаимодействия рыночных субъектов при распределении весьма ограниченного платежеспособного спроса
И. Стародубровская [22]	Соревнование предприятий на рынке за предпочтения потребителей с целью получения наибольшей прибыли или дохода

Анализ приведенных подходов позволяет установить многоаспектность понятия «конкуренция». Разноплановые трактовки раскрывают всю сложность и всеобъемлющий характер ее влияния на экономические процессы. Как отмечает М. Шарко: «Конкуренция – это объективно необходимый и важнейший элемент рыночных отношений и способа существования капитала. Сущность, формы и методы конкуренции претерпевают непрерывные изменения, суть которых состоит в глобализации этого процесса, обострении рыночных отношений и повышении эффективности предпринимательской деятельности» [21, с. 9].

В классическом мировоззренческом представлении конкуренция понимается как соперничество на определенном поприще, борьба за достижение лучших результатов. Этимологически слово «конкуренция» имеет родственное отношение к словам «борьба» и «соперничество». Слова «борьба» и «соперничество»

зачастую используются в экономических исследованиях вместе, вместо или в контексте понятия «конкуренция» (например, конкурентная борьба, соперничество конкурентов, соперничество на рынке и пр.). В этой связи необходимо учитывать смысл этих слов, а именно: 1) «борьба» (в близком по смыслу понятию «конкуренция») может пониматься как активное столкновение общественных групп, противоположных направлений, интересов, позиций, стремлений и пр.; деятельность, направленная на преодоление чего-либо или достижение определенной цели; состязание, для достижения перевеса, преодоления, сопротивления или достижения каких-либо результатов; 2) «соперничество» (в близком по смыслу понятию «конкуренция») может пониматься в смысле состязаться, добиваясь единой цели, стремиться превзойти в определенной деятельности; добиваться превосходства, не уступать в каких-либо качествах или компетенциях [23]. В этой связи слова «борьба» и «соперничество» могут использоваться как родственные по смыслу понятию «конкуренция» в различных случаях, когда необходимо подчеркнуть определенную интенсивность, форму или остроту конкурентного взаимодействия.

В экономике «классическим» являются следующие определения: 1) конкуренция – борьба между производителями за более выгодные условия производства и сбыта товаров; 2) конкуренция – борьба между предпринимателями (производителями) за обеспечение наивысшей прибыли в условиях рыночной экономики. В более широком смысле, учитывая деятельность производителей на рынках труда и капитала, конкуренцию следует понимать как соперничество или борьбу за достижение необходимых, более высоких результатов по сравнению с конкурентами в определенном виде деятельности.

Конкуренция неразрывно связана со стихийным характером производства и экономически закономерна в условиях рыночной экономики. Она выступает как внешняя «принудительная» сила, стимулирующая производителей (или в целом субъектов рынка) совершенствовать производственные и сбытовые составляющие (процессы) хозяйственной деятельности.

Конкуренция естественным образом ведет к концентрации усилий и капитала, мобилизации всех возможностей на достижение определенных преимуществ, необходимого качества всех составляющих производственно-хозяйственной деятельности, позволяющего не уступать или превосходить конкурентов. Это в современных условиях достаточно часто связано с реализацией определенных инноваций, но не всегда. Инновации позволяют создать и развить многие прямые и косвенные преимущества, увеличить ключевые компетенции производителя, улучшить его внешнюю и внутреннюю среду. В этой связи следует использовать понятие «инновационная конкуренция», которое фокусирует внимание (иногда даже преувеличено) на инновациях как средстве достижения конкурентных преимуществ. Понятие «инновационная конкуренция» подчеркивает как бы одну сторону, особенность, связанную с реализацией инноваций, которая в современных условиях представляется определяющей, ключевой и первостепенной. На первый план «выводятся» возможности, которые предоставляют инновации в борьбе с конкурентами. Конкуренция в целом, и инновационная конкуренция в частности, повышает восприимчивость экономической среды и мотивацию производителей к инновационным преобразованиям, воспитывает предприимчивость и инициативу у субъектов рынка, повышает осознание роли инноваций и ориентирует на получение конкурентных преимуществ, связанных с их реализацией. Производители оценивают масштабы этих преимуществ и соответствующим образом подходят к поиску необходимых инноваций, что повышает инновационную активность.

Так, например, М. Шарко пишет: «В современных условиях развития экономики Украины ... наиболее приемлемо понятие конкуренции как движущей силы, вынуждающей производителей товаров искать новые пути улучшения их качества и создания новых потребительских свойств при снижении цены и увеличении объемов производства за счет внедрения инноваций» [21, с. 10].

При определении сущности инновационной конкуренции в том или ином контексте могут использоваться поясняющие дефиниции: «конкуренция на основе инноваций», «конкуренция за счет инноваций», «конкуренция посредством инноваций», «конкуренция в сфере инноваций». Они отражают определенные формы и элементы конкурентного соперничества в условиях инновационной конкуренции.

Конкуренты ведут борьбу за рынки сбыта продукции, сырье, сферы приложения капитала, отдельные виды ресурсов и т.д. Такое соперничество принимает различные формы и характер. В объяснении различных факторов, методов, составляющих и сфер конкуренции может просматриваться роль инноваций. Они позволяют конкурентам «задавать» критерии эффективности производственно-хозяйственной деятельности и сегодня сами по себе становятся важнейшим предметом соперничества производителей.

Инновационная деятельность как сфера конкуренции производителей выступает основой инновационной конкуренции, характеризуется рядом особенностей по формам и методам, но не по смыслу. Эти особенности связаны, прежде всего, с получением и использованием ресурсов, необходимых для разработки и реализации инноваций; с коммерциализацией результатов; организацией и финансированием инновационных процессов.

Учитывая то, что эффективность инновационной деятельности становится основой успеха и процветания производителей, следует отметить, что инновационная конкуренция в определенной степени распространялась не только на внутриотраслевое соперничество, но и на межотраслевое, внутрикорпоративное и межсистемное (если говорить о странах, интеграционных группировках стран, экономических блоках, диверсифицированных транснациональных структурах и т.п.). Значение инноваций как фактора конкурентоспособности проявляется в соперничестве между различными формами бизнеса (малый, средний и крупный бизнес), а также между производителями в различном «рыночном статусе» (между монополиями и немонополизированными производителями, между монополиями смежных отраслей, между немонополизированными производителями смежных или различных отраслей и т.п.).

«Инновации» и «конкуренция» имеют тесную (прямую и косвенную) взаимосвязь и взаимообусловленность. К примеру, М. Портер в работе называет нововведения средствами формирования конкурентных сил [3], а Р. Доул называет инновации стратегическим оружием глобальной конкуренции [24]. Инновационный застой часто связывают с неразвитостью сил конкуренции и наоборот. Логика взаимосвязи этих понятий сложна и многогранна. Систематизировать множество частных случаев взаимосвязи проявления особенностей инновационной конкуренции как самостоятельного типа конкурентного соперничества достаточно сложно, что затрудняет поиск закономерностей высших порядков. Однако уловить связь изменения параметров конкуренции и появления определенных инноваций (и наоборот) чаще всего несложно.

Инновационная конкуренция представляется как: 1) континуальный процесс с быстроменяющимися состояниями (или динамичное состояние, если речь идет о текущей конъюнктуре рынка) рынка и отрасли, связанный с соперничеством субъектов рынка за достижение более высоких результатов хозяйственной деятельности по сравнению со своими конкурентами за счет разнообразных преимуществ, которые основаны на реализации инноваций; 2) состояние и процесс активного соперничества между экономическими субъектами одной или различных отраслей (рынков) с различными рыночными позициями и организационно-правовой формой за создание условий динамичного и устойчивого развития путем реализации результатов инновационной деятельности. Главным атрибутом инновационной конкуренции является акцент на повышение эффективности инновационной деятельности, результативное использование экзогенно и эндогенно генерированных инноваций.

В различных интерпретациях понимания понятия «конкуренция», понятие «инновационная конкуренция» может определяться по-разному, однако следует учитывать, что формы ее проявления более разнообразны (чем конкуренция в общем смысле) как разнообразны ее проявления. Так, например, может быть рассмотрена конкуренция в сфере инновационной деятельности как соперничество между конкурентами в уровне ее эффективности и получении максимальных результатов для дальнейшего их использования в процессе формирования конкурентных преимуществ (конкуренции) на рынке и/или в отрасли. Инновационная конкуренция сама по себе является частным случаем конкурентной борьбы, когда преимущества формируются на основе или с использованием инновационных достижений и преобразований.

Таким образом, неполнота и несовершенство в объяснении современной конкуренции наталкивают на необходимость поиска новой парадигмы, которая в условиях современного информационно-инновационного уклада трансформируется в модель инновационная конкуренция. Появление такого феномена требует углубления научных исследований, формирования методологических подходов к определению ее сущности и характерных черт, что позволит расширить возможности менеджмента и государственной экономической политики. В перспективных исследованиях по данному направлению предполагается уделить внимание разработке подходов к интерпретациям конкуренции в новом ее качестве, выявить особенности реализации теории рыночных структур в условиях инновационной конкуренции на основе учета ее сущностных отличий и признаков.

Источники и литература

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития: Пер. с нем./Под ред. А.Г. Милейковского. – М.: Издательство Прогресс. – 1982. – 454 с.
2. Меньшиков С.М., Клименко Л.А. Длинные волны в экономике. Когда общество меняет кожу. – М.: Международные отношения, 1989. – 272 с.
3. Портер М. Конкуренция: Пер. англ. – М.: Вильямс, 2000. – 495 с.
4. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ./Под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 896 с.
5. Чернега О.Б. Управление конкурентоспособностью в условиях трансформации экономических отношений. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1999. – 448 с.
6. Украина в системе международного разделения труда: Монография / О.Б. Чернега, Г.В. Гейер, В.С. Белозубенко и др.; под ред. О.Б. Чернеги – Донецк: ДонГУЭТ, 2007 – 357 с.
7. Фоломьев А. Обоснование инновационного типа воспроизводства // Экономист. – 2005. – №8. – С. 40-45.
8. Журило В.В. Особливості розвитку ринку продуктів високих технологій // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – №2. – С. 62-65.
9. Друкер П. Управление, нацеленное на результат. – М.: Технологическая школа бизнеса, 1992. – 192 с.
10. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международные отношения. – 1989. – №12. – С. 9-17.
11. Мэнкью Н.Г. Микроэкономика: Пер. с англ. – С-Пб.: Питер, 2004. – 576 с.
12. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика: Пер. с англ. – С-Пб.: Питер, 2002. – 608 с.
13. Доллан Э. Дж., Линдсей Д. Рынок. Микроэкономическая модель. – С-Пб.: Питер, 1992. – 432 с.
14. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990. – 698 с.
15. Макконнелл К.Р., Брю С. Экономикс: Принципы, проблемы и полтика. В 2 т. Пер. с англ. Т. 2. – Баку: Изд-во «Азербайджан», 1992. – 400 с.
16. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
17. Буркинский Б.В. и др. Маркетинг предприятий пищевой промышленности. – Одесса: Институт про-

- блем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2002. – 538 с.
18. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. Учебно-практическое пособие. – М.: Изд-во «Гном-пресс», 1998. – 384 с.
 19. Сухарский В.С. Менеджмент: теория, методология, практика. – Тернополь: Астон, 2002. – 413 с.
 20. Экономическая теория / Под. ред. Добрынина А.И., Тарасевича Л.С. – С-Пб: Питер, 2004. – 544 с.
 21. Шарко М.В. Основные положения и категориальные понятия концепции инновационного развития экономики // Проблемы науки. – 2006. – №1. – С. 9-16.
 22. Стародубровская И.В. От монополизма к конкуренции. – М.: Политиздат, 1990. – 174 с.
 23. Словарь русского языка: В 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; Под ред А.П. Евгеньевой. – М.: Русский язык, 1981-1984. – 698, 736, 750, 794 с.
 24. Doyle P. Marketing management and strategy. – London: Prentice-Hall Europe, 1999. – 559 p.

Борисенко І.І.

ТЕОРЕТИКО-СУТТЄВИЙ АСПЕКТ ДЕФІНІЦІЇ «ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ»

Постановка проблеми. Банківська система як складова фінансової системи будь-якої країни відіграє вирішальну роль у її економічному розвитку. Головні функції банків полягають у мобілізації тимчасово вільних грошових коштів і їх розміщенні від свого імені й за свій рахунок на умовах зворотності, терміновості, строковості і платності у формі кредитування держави, юридичних і фізичних осіб, у проведенні фінансових розрахунків і формуванні платіжної системи держави тощо, тобто банківські установи є посередниками між власниками коштів та їх користувачами.

Нині серед найактуальніших проблем функціонування банківських установ – це незначний обсяг власного капіталу і його незадовільна якість; незбалансованість структури активів і пасивів, низька ефективність управління ними, невисока їх якість.

Підвищення ефективності управління фінансовими ресурсами є важливим науковим і практичним завданням. Але вирішення теоретичних питань з управління фінансовими ресурсами ускладнюється через відсутність однозначного визначення економічної сутності фінансових ресурсів у сучасних умовах господарювання з погляду керівників та менеджерів банківських установ.

Аналіз останніх досліджень. Теоретичні і практичні розробки питань, пов'язаних з управлінням фінансовими ресурсами банківських установ знайшли відображення в працях таких українських науковців, як М.Д. Алексеєнко, А.П. Вожжов, Л.А. Костирко, Ж.М. Довгань, А.М. Мороз, С.М. Павлюк, М.І. Савлук, В.А. Ющенко. Серед російських вчених варто виділити роботи Н.Д. Барковського, О.І. Лаврушина, Н.Г. Антонова.

Метою дослідження є розкриття та уточнення сутності дефініції «фінансові ресурси банківської установи».

Завданням дослідження є вивчення теоретичних аспектів сутності фінансових ресурсів банківських установ

Досліджуючи питання формування, розміщення й використання фінансових ресурсів банку, треба насамперед визначити суть фінансових ресурсів та банківської установи як цілісної фінансової структури, а також його відмінність від підприємства.

Відповідно до Закону України «Про банки і банківську діяльність» і Наказу «Про затвердження Класифікації інституційних секторів економіки України «Банк – юридична особа, яка має виключне право на підставі ліцензії Національного банку України здійснювати у сукупності такі операції: залучення у вклади грошових коштів фізичних та юридичних осіб та розміщення зазначених коштів від свого імені, на власних умовах та на власний ризик, відкриття і ведення банківських рахунків фізичних і юридичних осіб». Господарський кодекс України визначає банк як фінансову установу і надає йому статус юридичної особи. Відповідно до Постанови правління Національного банку України від 17 березня 2004 року №110 про затвердження Інструкції «Про міжбанківський переказ грошей в Україні в національній валюті» виділяється такий термін як «банківські установи України якими є територіальні управління Національного банку України, банки України та їх філії», таким чином ми маємо, що банк – є одним з видів існуючих банківських установ, бо філії не є юридичною особою тому не мають права називатися банком згідно чинного законодавства України. Враховуючи наведене вище автор вважає, що під «Банківською установою» треба розуміти «фінансову установу, що здійснює банківську діяльність, тобто залучення у вклади грошових коштів фізичних і юридичних осіб та розміщення зазначених коштів від свого імені, на власних умовах та на власний ризик, відкриття і ведення банківських рахунків фізичних та юридичних осіб».

Банківські установи, як і інші суб'єкти господарської діяльності, для забезпечення своєї комерційної та господарської діяльності повинні мати певну суму коштів, тобто ресурси. Банки переважно працюють на залучених грошових ресурсах, тоді як підприємство працює на власних коштах, звертаючись при потребі за кредитом до установ банківської системи. У сучасних умовах розвитку економіки проблема пошуку й залучення ресурсів має визначальне значення. Саме тому проблема становлення й розвитку ринку банківських ресурсів набуває першочергового значення.

Незважаючи на те, що банк виступає як специфічне підприємство, підхід до питання фінансових ресурсів банку суттєво відрізняється від вищевикладеного. За широкого використання в економічній літературі і