

**СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ БАНКУ**

Сучасні умови ведення банківського бізнесу характеризуються інтенсифікацією конкурентної боротьби на фоні негативного впливу кризових явищ, погіршенням загальноекономічного стану в державі та недовірою з боку населення до банків в наслідок реалізації ними стабілізаційних заходів в умовах фінансової кризи 2008-2009 рр. За таких умов особливої актуальності набувають питання посилення конкурентоспроможності вітчизняних банківських установ в системі забезпечення конкурентоспроможності національної банківської системи в цілому. Сьогодні більш конкурентоспроможними є банки, що мають великі по відношенню до конкурентів розмір активів та зобов'язань, активно нарощують кредитний та депозитний портфелі, утримують значні частки ринку банківських послуг, мають розвинену мережу філій та банкоматів, нарощують клієнтську базу, тобто банки, що мають ефективний портфель конкурентних переваг, реалізація яких сприяє нарощенню конкурентного потенціалу та підвищенню їх конкурентоспроможності у цілому. Відповідно, чітке розуміння сутності економічної категорії «конкурентна перевага» є запорукою формування ефективного портфеля конкурентних переваг банківської установи, як основної передумови забезпечення її конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі.

Дослідженням конкурентних переваг в системі забезпечення конкурентоспроможності тих чи інших суб'єктів конкурентної боротьби займалися ряд вітчизняних та закордонних вчених, а саме: А. Сміт, Д. Рікардо, М. Портер, Е. Хекшер, Б. Олін, Ж.-Ж. Ламбен, Б. Карлоф, Р. Фатхутдінов, Г. Азоєв, Н. Куденко, С. Попов, С. Гаврилюк, І. Войчак, Р. Камишніков, А. Зозулев, Н. Задорожна, С. Гаврилюк, В. Павлова, А. Градов, В. Шинкаренко, В. Оберемчук, І. Отенко, Є. Полтавська, А. Шевченко, М.І. Книш, П. Забелін, Н. Моїсєєва, А. Щегда, В. Немцов, Л. Довгань, Ю. Іванов, П. Орлов, О. Іванова, А.Н. Тіщенко, Н.А. Кізім та ін. Початком теоретичних досліджень конкурентних переваг були дослідження англійських вчених А. Сміта та Д. Рікардо, на базі їх теорій абсолютних та порівняльних переваг були засновані теорії міжнародної. Теоретичною базою досліджень конкурентних переваг на різних рівнях ієрархії є теорія ключових переваг країни М. Портера, в основу якої покладено систему «національного ромба», що характеризує систему детермінантів конкурентної переваги країни. На рівні країни також досліджували сутність конкурентних переваг шведські вчені Е. Хекшер та Б. Олін, які модифікували теорію порівняльних витрат у теорію порівняльних переваг, яка полягає у наступному: «країна імпортує товари з дефіцитними факторами виробництва; розходження між країнами виникають унаслідок різної забезпеченості країн факторами виробництва та співвідношення у виробництві товарів» [28, с. 12]. Дослідженням конкурентних переваг на мікрорівні займалися такі вітчизняні вчені як Р.А. Фатхутдінов, Г. Азоєв, А. Градов, В. Шинкаренко, Є. Полтавська, Ю. Іванов, які досліджували сутність, види та роль конкурентних переваг суб'єктів господарювання в механізмі забезпечення їх конкурентоспроможності. Дослідження напрацьовані зазначених авторів свідчать про підвищену увагу до даної економічної категорії, та незважаючи на це, до сьогодні в сучасній літературі відсутні однозначні підходи до визначення сутності конкурентних переваг банку в системі забезпечення його конкурентоспроможності. Саме тому, в рамках поглиблення теоретичних досліджень конкурентних переваг банківських установ пріоритетним є вивчення сучасних підходів до розкриття сутності економічної категорії «конкурентна перевага» банку.

Метою статті є дослідження існуючих підходів до трактування конкурентних переваг та, на підставі теоретичного узагальнення, уточнення сутності та змісту економічної категорії «конкурентна перевага банку».

В сучасній літературі більшість авторів одноставно визначають конкурентні переваги як базову складову конкурентоспроможності суб'єкта конкурентної боротьби. Ю. Іванов, П. Орлов та О. Іванова в роботі, присвяченій конкурентним перевагам суб'єктів господарювання, стверджують, що «конкурентна перевага виступає основою забезпечення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, а також, складовою частиною його конкурентного потенціалу; саме конкурентна перевага є складовою частиною міцної конкурентної позиції підприємства і визначає характер його конкурентної стратегії» [12, с.38]. Погоджуючись з даними авторами слід зазначити, що в умовах посилення конкуренції на ринку банківських послуг України під впливом глобалізаційних та євроінтеграційних процесів, а також погіршення загальносвітового фінансового середовища, питання формування та посилення конкурентних переваг банків є фундаментальною основою забезпечення їх

конкурентоспроможності. Реалізація і підтримка на високому рівні існуючих та наявність у банку потенціалу до формування нових конкурентних переваг, адекватних потребам середовища функціонування, є основною передумовою забезпечення конкурентоспроможності банківської установи на ринку банківських послуг чи його окремому сегменті. Саме тому, формування ефективного портфеля конкурентних переваг, які дозволяють виокремити банк на фоні конкурентів на ринку, та забезпечення їх високого рівня у довгостроковій перспективі є кінцевою метою функціонування банку в сучасних умовах.

Враховуючи факт відсутності в літературі загальноприйнятого тлумачення сутності конкурентних переваг банку для усунення неоднозначностей їх трактування доцільним є вивчення сучасних підходів вчених до визначення даної економічної категорії, синтез та, за необхідності, уточнення поняття конкурентних переваг банку в системі забезпечення високого рівня його конкурентоспроможності.

В економічній літературі пропонується безліч підходів до розкриття сутності економічної категорії «конкурентна перевага» (табл. 1).

Наведені підходи щодо трактування сутності категорії «конкурентні переваги» можна узагальнити у вигляді наступних підходів:

- певні показники, активи і сфери діяльності, характеристики, властивості, цінності, висока компетентність, переваги, позитивні відмінності у певних сферах чи видах діяльності, що забезпечують перевагу їх носія (власника) над прямими конкурентами [3,5,12,13,15,16,21,24,30,34];
- концентровані прояви превалювання над конкурентами в функціональних сферах діяльності підприємства, які можна вимірювати економічними показниками [1];
- перевага, що заснована на досягнутому рівні конкурентного статусу та ефективності використання конкурентного потенціалу [33];
- сукупність заходів, направлених на вдосконалення власної діяльності, зміцнення ринкової позиції, швидкої реакції на зміни у конкурентному середовищі та послаблення позицій конкурентів [9,20];
- інновація чи система заходів, яка дає реальний приріст бізнесу [22];
- глобальну мету функціонування підприємства, [20,37];
- перевага, що забезпечує доходи, які перевищують середньо-галузевий рівень [18];
- результати більш ефективного за конкурентів управління процесами формування і розвитку таких якісних і кількісних властивостей суб'єкта конкуренції, які представляють цінність для його клієнтів та споживачів його продукції [28];
- інтегральна стосовно конкурентоспроможності й конкурентного потенціалу величина, що характеризує здатність успішно конкурувати у коротко- й довгострокових періодах [7].

У роботі наведені трактовки сутності економічної категорії «конкурентна перевага» запропоновано розглядати у розрізі наступних підходів:

- компаративний – головним в даному підході вважається перевага над конкурентами, тобто прояв властивості відносної конкурентної переваги;
- ресурсний – підхід базується на перевагах ефективному використанні ресурсів суб'єкта господарювання;
- цілісно-компетентістний – підхід близький до компаративного за тлумаченням сутності конкурентної переваги як переваги над конкурентами, та більш конкретний, так як уточнює поняття конкурентної переваги як високої компетенції в функціональних сферах діяльності підприємства які саме і забезпечують переваги носія конкурентної переваги над прямими конкурентами [12].

В сучасних умовах господарювання конкуренція виступає стимулятором суб'єктів конкурентної боротьби до постійного вдосконалення, впровадження новітніх розробок в діяльності і орієнтації на потреби зовнішнього середовища функціонування та, відповідно, постійної модифікації та розвитку портфеля конкурентних переваг. Задля забезпечення високого рівня конкурентоспроможності банківські установи сьогодні повинні в рамках поточної діяльності активно розширювати спектр послуг, аналізувати потреби клієнтів та впроваджувати інноваційні банківські продукти, забезпечувати високий рівень банківського сервісу, нарощувати клієнтську базу та підтримувати стабільність діяльності шляхом реалізації ефективного банківського менеджменту. Саме тому, банк слід розглядати з позиції системності, тобто в процесі оцінки його конкурентних переваг необхідно охоплювати весь спектр видів та бізнес-напрямів його діяльності, які відповідають за посилення існуючих та розробку нових переваг банку по відношенню до його прямих та потенційних конкурентів.

Підходи вчених до визначення економічної категорії «конкурентна перевага»

№ п/п	Автор	Визначення поняття економічної категорії «конкурентна перевага»
1.	І.В. Войчак, Р.В. Камишніков [3]	характеристика або властивість, які забезпечують перевагу над прямими конкурентами
2.	Р.А. Фатхутдінов [30]	будь-яка ексклюзивна цінність, якою володіє система і яка дає їй перевагу над конкурентами
3.	Р.А. Фатхутдінов [30]	перевага, висока компетентність фірми в будь-якій сфері діяльності або щодо випуску товару порівняно з конкуруючими фірмами
4.	С.П. Гаврилук [5]	активи і сфери діяльності, які стратегічно важливі для підприємства і дозволяють йому перемагати у конкурентній боротьбі
5.	М. Портер [24]	перевага фірми в якійсь області чи діяльності у випуску товарів, у порівнянні з конкуруючими фірмами
6.	Жан-Жак Ламбен [20]	характеристики, властивості товару чи марки, що створюють для фірми певну перевагу над своїми прямими конкурентами
7.	Н.В. Куденко [15]	показник, що забезпечує підприємству перевагу над конкурентами на цільовому ринку
8.	А. Шевченко [21]	характеристика товарів, специфічні умови виробництва й продажу, додаткові послуги, які відрізняють діяльність фірми й створюють її переваги над прямими конкурентами
9.	М.І. Книш [13]	властивість фірми краще за суперників переборювати сили конкуренції й виконувати роботу з залучення покупців
10.	А.В. Щегда [34]	висока компетентність підприємства в будь-якій сфері, що надає підприємству найкращі можливості залучати й зберігати клієнтів
11.	В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань [16]	характеристики, особливості товару або торгівельної марки, які створюють для підприємства певні переваги над конкурентами
12.	Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова [12]	позитивні відмінності підприємства від конкурентів в деяких або в усіх видах діяльності, які забезпечують підвищення соціально-економічної ефективності в короткостроковому періоді за рахунок постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього оточення та умов конкурентної боротьби, що змінюються
13.	В.Г. Шинкаренко [33]	перевага, висока компетентність підприємства у порівнянні зі своїми конкурентами, заснована на досягнутому рівні конкурентного статусу, достатності й ефективності використання конкурентного потенціалу
14.	Г.Л. Азоєв [1]	концентровані прояви превалювання над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, які можна вимірювати економічними показниками (додатковий прибуток, висока рентабельність, ринкова доля, обсяг продажів)
15.	А. Зозулев [9]	сукупність заходів, спрямованих на вдосконалення власної діяльності, безпосереднє ослаблення конкурентів і вплив на зміну ринкового середовища
16.	В.А. Павлова [20]	діяльність підприємства, яка пов'язана зі зміцненням ринкової позиції підприємства, пристосуванням його діяльності до обраної стратегії, вибором політики відносин до конкурентів, швидкою реакцією на зміни у конкурентному середовищі діяльності
17.	Е.В. Попов [22]	будь-яка інновація чи система заходів, яка дає реальний приріст бізнесу
18.	А.П. Градов [37]	глобальна ціль економічної стратегії фірми і галузі національної економіки
19.	Б. Карлоф [20]	те, на що спрямовані всі стратегії у сфері бізнесу
20.	В.Ф. Оберемчук [18]	перевага, що забезпечує доходи, які перевищують середньогалузевий рівень і сприяють завоюванню твердих позицій на ринку; основа успішного існування і розвитку фірми
21.	І.П. Огненко, Є.О. Полтавська [28]	результати більш ефективного за конкурентів управління процесами формування і розвитку таких якісних і кількісних властивостей товару, які представляють цінність для покупця
22.	П.В. Забелін, Н.К. Моїсеєва [7]	інтегральна стосовно конкурентоспроможності й конкурентного потенціалу величина, що характеризує здатність успішно конкурувати у коротко- й довгострокових періодах
23.	Н. Задорожна [8]	сукупність відносин, що є предметом регулювання за допомогою комплексу правових норм

Такому підходу відповідає цілісно-компетентістний підхід до визначення конкурентних переваг суб'єкта господарювання, згідно якого конкурентна перевага визначається як відмінність, висока компетенція в функціональних сферах діяльності, яка забезпечує переваги її носія над прямими та потенційними конкурентами.

Можна частково погодитися з авторами [12], які дають наступне визначення досліджуваної економічної категорії: «конкурентна перевага представляє собою позитивну відмінність суб'єкта господарювання від конкурентів в деяких або в усіх видах діяльності, яка забезпечує підвищення соціально-економічної ефективності в короткостроковому періоді за рахунок постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього оточення та умов конкурентної боротьби, що змінюються».

Дане визначення є доцільним з позиції системності дослідження діяльності банку як диверсифікованої структури, кожен елемент (підрозділ, бізнес-напрямок) якої, є носієм певних конкурентних переваг установи в цілому, відповідає за їх підтримку та посилення у довгостроковій перспективі та нарощує потенціал до формування принципово нових конкурентних переваг банку шляхом безперервного моніторингу зовнішнього середовища функціонування та ідентифікації його потреб. Та на думку авторів даної роботи, ефективна реалізація комплексу конкурентних переваг суб'єкта господарювання забезпечить приріст не тільки його соціально-економічної ефективності, а й отримати інші види переваг над конкурентами (науково-технічні, географічні тощо). Також не доцільним є визначення конкурентної переваги, як такої що дозволяє підвищити ефективність її носія у короткостроковому періоді. Тривалість ефекту від реалізації тих чи інших конкурентних переваг суб'єкта конкуренції залежить від його зусиль щодо їх підтримки та розвитку, відповідно, і ефективність як результат реалізації конкурентної переваги, пролонгується у часі.

З урахуванням узагальнення літературних джерел і синтезу найбільш характерних особливостей конкурентних переваг вважаємо за можливе таке визначення конкурентних переваг банку - конкурентна перевага банку представляє собою його позитивну відмінність від прямих та потенційних конкурентів на ринку банківських послуг у цілому або окремих його сегментах, в усіх чи певних видах діяльності банку, яка вимірюється економічними показниками, забезпечує реальний приріст його активів та підвищення загального рівня конкурентоспроможності банківської установи у коротко- чи довгостроковому періоді. Конкурентні переваги банку являються його реальними цінностями, які позитивно характеризують його на фоні конкурентів, вимірюються кількісними показниками, забезпечують сталий розвиток та визначають загальний рівень конкурентоспроможності банківської установи.

Запропоноване визначення економічної сутності конкурентних переваг банку дозволяє ідентифікувати його конкурентні переваги на ринку банківських послуг у порівнянні з банками-конкурентами, розробити конкурентну стратегію щодо формування ефективного портфеля конкурентних переваг, утримувати його у довгостроковій перспективі та формувати нові, адекватні зовнішньому середовищу в умовах його мінливості. Для поглиблення досліджень даної економічної категорії в подальшому можливі конкретизація видів діяльності банку та уточнення переліку економічних показників, на основі яких можливо здійснити подальшу оцінку конкурентних переваг банку.

### Література

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.
2. Азоев Г. Л. Конкуренция: Анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
3. Войчак А.В., Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / І.В. Войчак, Р.В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. - №2. – С. 50-53.
4. Воронкова А.Э. Поддержка конкурентоспособного потенциала предприятия / А.Э. Воронкова, В.П. Пономарев, Г.И. Дибнис. – К.: Техника, 2000. – 152 с.
5. Гаврилюк С.П. Конкурентні переваги як основа розробки стратегії туристських підприємств / С.П. Гаврилюк // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2001. - №4. – С. 74-80.
6. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятий / В.Л. Дикань. – Х.: Основа, 1995.– 160 с.
7. Забелин П.В. Основы стратегического управления: учеб. пособ. / П.В. Забелин, Н.К. Моисеева. – М.: Информ.-внедренч. Центр «Маркетинг», 1998. – 196 с.
8. Задорожна Н. Поняття конкурентних переваг / Н. Задорожна // Підприємство, господарство і право. – 2005. - №1. – С. 100-103.
9. Зозулев А. Об усилении конкурентных преимуществ предприятия / А. Зозулев // Экономика Украины. –

2003. - №8. – С. 33-38.

10. Иванов Ю.Б. Организационно-экономические проблемы обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий в условиях формирования рыночных отношений: автореф. дис. на соиск. научной степ. д.э.н.: спец 06.08.04. «Финансы, деньги и кредит» / Ю.Б. Иванов – Х., 1997. – 31 с.
11. Иващенко А. А. Методика оценки уровня конкурентоспособности предприятия / А. А. Иващенко // Научный журнал «Економіка розвитку» № 3 (31). – Харків: Видавництво ХНЕУ, 2004. – С.94 – 97.
12. Иванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка формування та розвиток. Монографія / Иванов Ю.Б., Орлов П.А., Иванова О.Ю. – Х.: ВД «ДЖЕК», 2008. – 352 с.
13. Кныш М.И. Конкурентные стратеги. Учеб. пособ. / И.М. Кныш. – СПб., 2000. – 284 с.
14. Тридід О.М. Комплексна оцінка конкурентного статусу підприємства. / О.М. Тридід // Економіка розвитку. – 2002. – №2(22). – С. 75-76.
15. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг. навч. посіб. / Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ, 1998. – 152с.
16. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / В.Д. Немцов, Л.С. Довгань. – К.: ТОВ «УВПК» Екс об», 2001. – 560 с.
17. Никонова И.А. Стратегия и стоимость коммерческого банка / И.А. Никонова, Р.М. Шамгунов, 3-е изд. – М.: «Альпина Бизнес Букс», 2007. – 304 с.
18. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства / В.Ф. Оберемчук. – К.: МАУП, 2000. – 128 с.
19. Орлов П.А. Проблеми оцінки та розвитку конкурентних переваг підприємств / П.А. Орлов, О.Ю. Иванова // Конкурентоспроможність: проблеми науки та практики: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 248 с.
20. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення: Монографія. / В.А. Павлова. – Д.: Вид-во ДУЕП, 2006. – 276 с.
21. Пономаренко В.С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи / В.С. Пономаренко, О.М. Тридід, М.О. Кизим. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2003. – 328 с.
22. Попов Е.В. Рыночный потенциал предприятия / Е.В. Попов. – М.: ЗАО «Изд-во «Экономика», 2002. – 560 с.
23. Портер. М. Конкуренция: учеб. пособ. / М. Портер. [пер. с англ. под ред. Я.В. Заблоцкого.] – М.: ИД «Вильямс», 2000. – 495 с.
24. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер. [пер. с англ. А. Олійник, Р. Спільський.] – К.: Основа, 1997. – 392 с.
25. Примак Т.О. Маркетинг: навч. посіб. / Т.О. Примак. – К.: МАУП, 2004. – 228 с.
26. И.А. Никонова. Стратегия и стоимость коммерческого банка / Никонова И.А., Шамгунов Р.Н., 3-е изд. – М.: «Альпина Бизнес Букс», 2007. – 304 с.
27. Тищенко А.Н. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса: Монография. / А.Н. Тищенко, Ю.Б. Иванов, Н.А. Кизим, Е.В. Ревенко, Т.М. Чечетова-Терашвили – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2007. – 376 с.
28. Отенко І.П. Управління конкурентними перевагами підприємства: наук. вид. / І.П. Отенко, Є.О. Полтавська. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2005. – 212 с.
29. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособ. / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – 544 с.
30. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
31. Чечетова-Терашвілі Т.М. Формування сталої конкурентної позиції підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук.: спец. 08.06.01. / Т.М. Чечетова-Терашвілі. – Харків – 2006. – 23 с.
32. Шевченко Л.С. Конкурентное управление: учеб. пособ. / Л.С. Шевченко– Х.: Эспада, 2004. – 520с.
33. Шинкаренко В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко – Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2003. – 188 с.
34. Щегда А.В. Основы менеджмента: учеб. пособ. / А.В. Щегда– К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
35. Экономическая стратегия фирмы / [под ред. Г. А.П. Градова] – СПб.: Специальная Литература, 1999.– 589 с.
36. Экономическая стратегия фирмы: учеб. пособие / [под ред. А.П. Градова] – 2-е изд., испр. и доп. – СПб: Специальная литература, 1999. – 590 с.
37. Экономическая стратегия фирмы : учебн. пособие / [под ред. А.П. Градова] – 3-е изд., испр. – СПб: Спец-Лиц, 2000. – 588с.

*Рецензент докт. экон. наук, профессор М.А. Садыков*