

УДК. 662.769.2

Пилипенко Сергій Олегович, аспірант відділу водневої енергетики
 Інститут проблем машинобудування ім. А. М. Підгорного НАН України, м. Харків, Україна. Вул. Пожарського, 2/10, м. Харків, Україна, 61046. Тел. 095 3175959. E-mail: PilipenkoSergey7@gmail.com

ФАКТОРИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ВИРОБЛЯЮЧОГО АЛЬТЕРНАТИВНЕ ПАЛИВО

Обґрунтовано актуальність використання альтернативних палив. Продемонстровано споживання викопного вуглеводневого палива автомобілем на тлі виснаження запасів нафти. Розглянуто вплив альтернативних видів палива на екологічні показники роботи автомобільного двигуна. Представлена таблиця визначення поняття конкурентоспроможності, складена автором за джерелами вивченої літератури даної спрямованості. Сформульовано механізм визначення основних факторів оцінки конкурентоспроможності підприємства виробляє альтернативне паливо. Запропоновано базисні фактори конкурентоспроможності палив в чотирьох основних аспектах. Визначено, враховуючи специфіку Української держави, черговість факторів за значимістю.

Ключові слова: вуглеводневі палива, екологія, альтернативні види палив, конкурентоспроможність, чинники оцінки конкурентних переваг.

Пилипенко Сергей Олегович, аспирант отдела водородной энергетики
 Институт проблем машиностроения им. А. Н. Подгорного НАН Украины, г. Харьков, Украина.
 Ул. Пожарского, 2/10, г. Харьков, Украина, 61046. Тел. 095 3175959. E-mail: PilipenkoSergey7@gmail.com

ФАКТОРЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРОИЗВОДЯЩЕГО АЛЬТЕРНАТИВНОЕ ТОПЛИВО

Обоснована актуальность использования альтернативных топлив. Продемонстрировано потребление ископаемого углеводородного топлива автомобилем на фоне истощения запасов нефти. Рассмотрено влияние альтернативных видов топлива на экологические показатели работы автомобильного двигателя. Представлена таблица определения понятия конкурентоспособность, составленная автором по источникам изученной литературы данной направленности. Сформулирован механизм определения основных факторов оценки конкурентоспособности предприятия производящего альтернативное топливо. Предложены базисные факторы конкурентоспособности топлив в четырёх основных аспектах. Определена, учитывая специфику Украинского государства, очерёдность факторов по значимости.

Ключевые слова: углеводородные топлива, экология, альтернативные виды топлив, конкурентоспособность, факторы оценки конкурентных преимуществ.

Pilipenko Sergey Olegovich, postgraduate student of the Department of Hydrogen Energy.
 A.N. Podgorny Institute for Mechanical Engineering Problems of the National Academy of Sciences of Ukraine (IPMash NAS of Ukraine), Kharkiv, Ukraine. 2/10, Pozharsky St., Kharkiv, Ukraine, 61046. Phone: +38 (095) 3175959. E-mail: PilipenkoSergey7@gmail.com

FACTORS EVALUATION OF COMPETITIVENESS THE ENTERPRISE PRODUCING OF ALTERNATIVE FUEL

Substantiated the urgency of the use of alternative fuels. The demonstrates of consumption the fossil hydrocarbon fuel for car on the background of oil depletion. The reviewed by influence of alternative fuels in the environmental performance of a car engine. Presented the table definition of competitiveness compiled by the author of the study of literature sources given orientation. Formulate a mechanism to determine the main factors of competitiveness of the enterprise valuation producing alternative fuels. Proposed basic factors of competitiveness fuels in four main ways. Identified the order of the most important factors in priority.

Keywords: hydrocarbon fuels, ecology, alternative fuels, competitiveness, assessment factors of competitive advantage.

Введение

Рост стоимости энергетических ресурсов для Украины становится острой проблемой на протяжении последних лет. Обострение политической ситуации и колебания стоимости контрактов на импорт ископаемых углеводородных топлив со стороны ближайшего и крупнейшего поставщика энергоресурсов на территорию Украины — Российской Федерации и отсутствие в полном объёме необходимых углеводородных топлив в Украине заставляет задуматься о поиске альтернативных энергоресурсов. Экономика любого индустриально развитого государства зависит от стоимости энергетики. При этом мы не должны забывать о

уже доказанном вреде на здоровье людей выбросов при применении ископаемого углеводородного топлива в двигателях внутреннего сгорания автотранспорта. Основное преимущество альтернативного топлива сконцентрировано на экологических характеристиках и возможности возобновления сырья из которого оно производится для дальнейшего потребления. Возможность применения альтернативного топлива в Украине весьма проблематична. Применение станет возможным если удастся доказать конкурентоспособность альтернативного топлива на автозаправочных станциях в Украине. В рыночной системе хозяйствования категория "конкурентоспособность" — одна из основных, так как в ней сконцентрированы отражаются экономические, научно — технические, производственные, организационно — управленческие, маркетинговые и другие возможности не только отдельного хозяйства, региона, но и страны в целом. Определение основных факторов конкурентоспособности альтернативного топлива для автотранспорта в рыночной экономике является актуальной задачей, решение которой позволяет обоснованно выбирать стратегические направления его применения и пути достижения конкурентных преимуществ. В свою очередь, правильный расчёт уровня конкурентоспособности будет способствовать привлечению новых средств на разработку новых технологий, активизацию инновационной деятельности.

В треугольнике: государство — частный бизнес — потребители, кто первыми стимулирует рынок к внедрению альтернативного вида топлива, зависит от каждого государства индивидуально. В Германии постепенно отказываются от атомной энергетики в пользу альтернативных источников энергии. Норвегия переводит морской флот на водородное топливо и развивает сеть автозаправок на водороде. В Бразилии применяют спирты для автотранспорта. Россия, учитывая природные запасы нефти, вряд ли в течение ближайших 50 лет будет развивать рынок альтернативного топлива. Украина импортирует бензин для автотранспорта в основном из России и учитывая девальвацию национальной валюты гривны, даже при падении котировок на нефть и заложенном в бюджете Роснефти на 2015 год курса 50 \$ за баррель нефти, розничная цена бензина на автозаправочных станциях Украины стремительно растёт. Импорт энергоресурсов становится проблемой энергетической безопасности и финансовой устойчивости государства. Если в недавние годы наблюдалась монополия ископаемого углеводородного топлива на автозаправочных станциях всех государств, то сегодня мировая энергетика ищет альтернативные топлива.

Самое интересное то, что может возникнуть ситуация, когда различные государства перейдут на различные виды топлива для автотранспорта. Стоит проанализировать энергетическую стратегию Норвегии и Бразилии, стран Европейского Союза и России, и становится очевидным, что мир начинает двигаться в различном направлении освоения альтернативных топлив. Какой из этих путей выберет Украина и в какой ценностной иерархии выстроятся факторы конкурентоспособности альтернативного топлива, покажет рыночная ситуация, проанализирует и примет решение общество, частный бизнес и правительство, а сохранит на дальнейшие годы история.

Исследование вопросов, связанных с определением уровня конкурентоспособности предприятия, производящего альтернативное топливо на внутреннем рынке Украины (далее по тексту — предприятие), с целью управления, становится актуальным.

Цель и задачи исследования

Проведенные исследования ставили цель формулировки методологического подхода для определения факторов конкурентоспособности предприятия производящего альтернативное топливо, что обеспечит возможность анализа перспективы применения экологически чистого топлива в Украине.

Для достижения поставленной цели мною решены следующие задачи:

- обоснована актуальность использования альтернативных топлив;

– определена сущность категории конкурентоспособность в рыночной экономике с целью выявления базовых функций на основании которых возможно смоделировать систему оценки конкурентоспособности альтернативного топлива;

– проанализирован методологический подход к определению конкурентоспособности, предложенный различными авторами занимающимися данной тематикой, для возможности формулировки в данном исследовании системных факторов приемлемых в случаи анализа конкурентоспособности различных видов альтернативных топлив как на мировом, так и украинском рынке;

– сформулированы факторы оценки конкурентоспособности альтернативных топлив в основных аспектах, что позволяет комплексно применять предложенную модель оценки с учётом ценностных ориентаций государств внедряющих альтернативные энергоресурсы.

Обоснование актуальности использования альтернативных топлив

Альтернативные виды топлива, как правило, экологически безопасны с момента их использования (но не получения), при горении обеспечивают меньше выбросов, которые усиливают смог, загрязнение воздуха и способствуют глобальному потеплению. Для Украины крайне важно, что большинство альтернативных видов топлива производится из неисчерпаемых, возобновляемых ресурсов и запасов.

Использование альтернативных видов топлива позволяет любому государству повысить энергетическую независимость и безопасность.

Тема альтернативных углеводородным источников топлива возникла достаточно давно ввиду того, что запасы нефти, газа и угля все – таки невозполнимы и должны когда – нибудь закончиться. Кроме того, сам факт горения углерода представляет собой негатив ввиду образования CO и CO₂. Окись углерода – ядовитое соединение, загрязняющее атмосферу, а двуокись ответственна за глобальное потепление и парниковый эффект. В мире существует чёткая тенденция к увеличению потребления топлива. Год от года в атмосферу Земли выбрасывается все большее количество CO₂. Международные исследования экономической оценки последствий загрязнения атмосферы показали, что наибольшая доля в возможном ущербе принадлежит экологической составляющей, связанной с влиянием выбросов автотранспорта в городской среде на здоровье людей. Эта компонента достигает 75–80 % суммарного экологического ущерба от выбросов автотранспорта [1]. Общий объем автомобильных выбросов имеет устойчивую прямую связь с заболеваемостью городского населения бронхиальной астмой, хроническим бронхитом, болезнями сердца.

В 2014 году количество автомобилей в мире превысило миллиард. Приблизительно 30 % приходится на грузовые автомобили, 70 % – на легковые машины и автобусы. Прогнозируется увеличения автотранспорта к 2050 г. примерно в 15 раз. Каждый год в мире производится 40–45 млн автомобилей, из них 25 млн заменяют выводимые из эксплуатации транспортные средства, а 20 млн составляют ежегодный прирост мирового автопарка. В среднем один автомобиль потребляет 2 тонны бензина (дизтоплива) в год. Таким образом, весь мировой автопарк потребляет порядка 2 млрд тонн топлива, на производство которого в зависимости от глубины переработки требуется от 6 до 8 млрд тонн нефти.

Рассмотрим влияние альтернативных видов топлива на экологические показатели работы автомобильного двигателя представленные на рисунке.

Минимальный выброс отработавших газов приходится на водородное топливо. Все остальные дают значительные выбросы окиси азота, CH, CO. Сравнительная оценка влияния альтернативных видов топлива на экологические показатели автомобильного двигателя с принудительным воспламенением показана на рис.1 (1 – бензин; 2 – бензин + продукты его конверсии; 3 – бензин + H₂; 4 – сжиженный нефтяной газ; 5 – сжатый природный газ; 6 – метанол; 7 – метанол +H₂; 8 – синтез – газ (H₂ + CO); 9 – водород (H₂).

Для анализа возможности внедрения альтернативных топлив на автозаправочных станциях Украины необходимо определить сущность категории конкурентоспособность в рыночной экономики с целью выявления базовых функций на основании которых возможно смоделировать систему оценки конкурентоспособности альтернативного топлива.

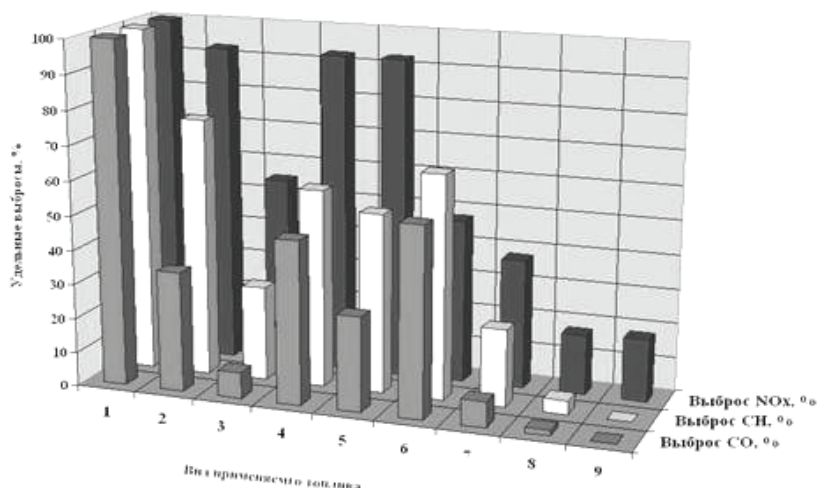


Рисунок. Сравнительная оценка влияния альтернативных видов топлива на экологические показатели работы автомобильного двигателя [2]

Определение понятия конкурентоспособность для возможности анализа предприятия производящего альтернативное топливо

Конкурентоспособность является сложной, комплексной категорией, сущность которой можно определить на основе различных подходов. Так, И. Акимова, изучив целый ряд зарубежных мыслей, выделяет два подхода к пониманию сути конкурентоспособности различными зарубежными авторами : первый рассматривает конкурентоспособность с точки зрения производительности, второй концентрирует внимание на взаимосвязи конкурентоспособности результатам деятельности единицы бизнеса [3, с. 57]. Поскольку в современной науке единого подхода к определению конкурентоспособности альтернативного топлива до сих пор не существует, целесообразным будет рассмотреть существующие дефиниции понятия конкурентоспособности для выявления характерных признаков, которые возможно взять за основу для анализа в обосновании конкурентоспособности предприятия производящего альтернативное топливо (таблица).

Таблица

Определение понятия конкурентоспособности [составлено автором по источникам второго столбца таблицы]

№	Автор, № источника	Определение
1	2	3
1	Иванов Ю. Б.[4,5]	Система, которая состоит из непрерывно взаимодействующих факторов и характеризует степень реализации потенциальных возможностей предприятия к получению и удержанию конкурентного преимущества в течение длительного времени.
2	Энциклопедический словарь бизнесмена [6]	Степень соответствия объекта требованиям выбранного рынка в каждый данный момент по техническим, экономическим и др. характеристикам.
3	Забелин П. В., Моисеева Н. К. [7,8]	Способность предприятия приносить удельную прибыль на вложенный капитал не ниже заданного.
4	Карлофф Б. [9]	Способность обеспечить лучшее предложение по сравнению с конкурирующим предприятием.
5	Люкшинов А. Н. [10]	Способность предприятия противостоять другим предприятиям, вести с ними успешную борьбу за рынки сбыта товаров и услуг.

Продолжение таблицы

6	Попов С. А. [11]	Способность организации добиваться своих целей в условиях рынка, на котором с аналогичной целью действуют другие организации.
7	Поддубный И. А. [12]	Потенциальная или реализованная способность экономического субъекта к функционированию в релевантной внешней среде, основанной на конкурентных преимуществах и отражает его позицию в отношении конкурентов.
8	Фатхутдинов Р. А. [13]	Свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретных потребностей по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке; конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке.
9	Немцов В. Д., Довгань Л. Е. [14]	Способность объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на рынке.
10	Шершнева С. С., Оборская С. В. [15]	Уровень компетентности предприятия относительно других предприятий — конкурентов в создании и использовании производственного потенциала определенной направленности, а также его отдельных составляющих: технологии, ресурсов, менеджмента (особенно стратегического текущего планирования), навыков и знаний персонала, который находит выражение в таких результирующих показателях, как качество продукции, прибыльность и производительность.
11	Воронкова А. Э. [16]	Свойство субъекта рыночных отношений, которое проявляется в процессе конкуренции и позволяет занять свою нишу в рыночном хозяйстве для расширенного воспроизводства, предполагающего покрытия всех издержек производства и получения прибыли от хозяйственной деятельности.
12	Юданов А. Ю. [17]	Способность предприятия производить и реализовывать конкурентоспособную продукцию; конкуренто-способность зависит от общей эффективности его деятельности и определяется совершенством использования ресурсов предприятия.

Следует сделать вывод из рассмотренной таблицы, что предложенные определения носят универсальный характер общего представления о конкурентоспособности предприятия и возможно отнести как к предприятию производящего альтернативное топливо, так и, скажем к примеру, предприятию молочной промышленности или производства шариковых ручек. Фактически приходит мысль, что на фоне общего рационального контекста определения конкурентоспособности, для более детального анализа, необходимы индивидуальные факторы конкурентоспособности того или иного предприятия, в этом и состоит новаторство данного исследования.

Факторы оценки конкурентоспособности предприятия производящего альтернативное топливо предложены мною в последнем разделе публикации.

Проанализировав сформулированные методологические подходы к определению конкурентоспособности, я прихожу к выводу о наличии свойственных характерных

признаков, единых для всех авторов: **выделяется субъект и объект конкурентоспособности.**

В случае анализа конкурентоспособности предприятия, производящего альтернативное топливо :

Объект – это альтернативное топливо, способное по заданным факторам (рассмотренными далее) удовлетворять потребности потребителей по сравнению с аналогичными предложениями на рынке.

Субъект — это хозяйствующая на рынке структурная единица, принято рассматривать предприятие как субъект рыночных отношений. Однако в отношении анализа возможности конкурентоспособности применения альтернативного топлива стоит учитывать возможность непосредственно потребителя быть субъектом производства.

Для более наглядного представления о конкурентоспособном противостоянии предприятия, производящего альтернативное топливо, с существующими конкурентами, реализующими ископаемое углеводородное топливо, целесообразно проанализировать из таблицы следующие определения:

– способность предприятия приносить удельную прибыль на вложенный капитал не ниже заданного (Забелин П. В., Моисеева Н. К. [7, 8])

Подразумевается то, что инвестиции, вложенные в предприятие производящее альтернативное топливо, окупятся за счёт реализации. Для реализации необходим объём рынка, готовность значительного количества потребителей регулярно заправлять двигатель автомобиля альтернативным топливом для загрузки производственных мощностей. Наличие необходимой инфраструктуры для регулярной заправки имеет огромное значение:

– способность обеспечить лучшее предложение по сравнению с конкурирующим предприятием (Карлофф Б. [9])

Основное преимущество альтернативного топлива по сравнению с ископаемыми углеводородными топливами — это экологические характеристики. Ценностные ориентиры общества на здоровую экологическую среду станут весомым фактором для развития рынка альтернативных топлив:

– способность предприятия противостоять другим предприятиям, вести с ними успешную борьбу за рынки сбыта товаров и услуг (Люкшинов А. Н. [10])

Эффективная маркетинговая политика, на мой взгляд, станет решающим фактором в развитии рынка альтернативного топлива. Рост розничной цены на ископаемые углеводородные топлива, обусловленный девальвацией национальной валюты гривны, может быть стимулирующей функцией в начале применения альтернативных топлив. Важно успеть вовремя занять формирующуюся рыночную конъюнктуру. Даже малые объёмы производства могут развиваться в масштабное использование.

Необходимо сформулировать единый подход к анализу конкурентоспособности применения альтернативного вида топлива предприятием. Для этого требуется формулировка основных концептуальных факторов конкурентоспособности влияющих на потенциальный успех коммерциализации наиболее перспективного из анализируемого ряда альтернативных топлив.

Формулировка базисных факторов определения конкурентоспособности альтернативных видов топлива

Методики определения конкурентоспособности альтернативного вида топлива в научной литературе нет. Принято рассматривать конкурентоспособность отдельно взятого вида альтернативного топлива с формулировкой преимуществ и упоминаний недостатков, что не даёт объективного представления о близости появления – именно его – реально коммерциализированной альтернативой на автозаправочных станциях. В этом и состоит актуальность формулировки базисной методологии при помощи которой можно анализировать не отдельно взятое топливо претендующее на роль альтернативы существующему углеводородному топливу, а целой группы альтернативных топлив в

сравнении между собой и реализуемыми на автозаправках бензиновыми, дизельными и газовыми топливами в комплексе.

В качестве **базисных факторов конкурентоспособности топлив, по моему мнению,** можно предложить в четырёх основных аспектах :

**экономической, энергетической,
экологической, ресурсной.**

Чтобы лучше сформулировать представление о влиянии каждого фактора конкурентоспособности топлива на принятие коммерческого решения предприятия, потенциального анализирующего возможность применения альтернативного топлива на автозаправочных станциях, следует проанализировать каждый из аспектов детальнее. Экономические факторы корректируются в зависимости от уровня развития технологии производства топлива. Ресурсные факторы зависят от освоения природных месторождений и возможности дальнейшей добычи сырья для производства. Экологические характеристики стоит оценивать не только по фактическим выбросам в атмосферу продуктов сгорания альтернативного топлива в двигателях автомобиля, но и по способу получения топлива и влияния его на окружающую среду. Энергетический фактор конкурентоспособности альтернативного топлива, это не только фактически полученная энергоплотность топлива, но и энергоёмкости добычи сырья, переработка в топливо, транспортировка и хранение.

Перечисленные факторы конкурентоспособности топлива могут варьироваться по рангу приоритетной значимости каждого из них в зависимости от типа развития экономики страны применения. Необходимо учитывать приоритетное влияние каждого из сформулированных факторов на принятие решения о коммерциализации топлива в иерархии ценностных ориентаций.

Для экономически развитых государств:

1. Экологической
2. Экономической
3. Энергетической
4. Ресурсной

Для экономики развивающихся государств. Учитывая специфику нашего государства, можно предусмотреть, что в будущем всё более весомой будет происходить ранжировка факторов по значимости следующим образом:

1. Экономической
2. Ресурсной
3. Экологической
4. Энергетической

Представленные факторы конкурентоспособности альтернативного топлива выстраиваются для каждого государства сугубо в индивидуальной ценностной иерархии.

Фактически, в подтверждение предложенной мною гипотезы, можно проанализировать энергетическую стратегию Европейского союза в недавние годы и задекларированных приоритетных целей на будущее. Всё большую роль в энергетическом балансе развитых государств, таких как Германия, Австрия, Швейцария, Норвегия, Франция занимает "зелёная энергетика". Борьба за экологию и здоровое общество вынуждает развитые страны переходить на экологически чистые виды топлива. Украина стремится в Евросоюз и не обращать внимание на экологические показатели, на выбросы особо вредных веществ при сгорании топлива, приносящие вред здоровью городскому населению, мы уже не можем. Политический курс государства на ресурсную автономию от импорта ископаемых углеводородных топлив и повышения требований экологических характеристик может изменить ранжировку факторов конкурентоспособности в пользу альтернативных топлив для Украины.

Выводы

Данная статья даёт представление о многоуровневой оценке категории конкурентоспособности предприятия, производящего альтернативное топливо, в случае

функционирования в различных государствах и соответственно оказывающегося в индивидуальных рыночных ситуациях. Сформулированные факторы конкурентоспособности альтернативного топлива позволяют комплексно оценить возможность коммерциализации топлива для представления с какими трудностями и возможностями предстоит работать предприятию при анализе возможностей своей экономической, экологической, ресурсной и энергетической конкурентоспособности. Конкурировать с монополией предприятий, реализующих ископаемое углеводородное топливо, намного сложнее на уровне крупномасштабного производства, для которого необходимы крупные финансовые инвестиции в производственные мощности, развитие сети дистрибуции альтернативных топлив и, главное, наличие сформированного потребительского спроса на альтернативное топливо для крупномасштабной реализации. Намного эффективней может быть начало внедрения альтернативного вида топлива в масштабах малых производств для обеспечения потребности определённого вида хозяйствующей структуры в собственном топливе. Демонстрация экономической и энергетической эффективности с ресурсной самодостаточностью на фоне экологических характеристик производства альтернативного топлива станет стимулирующим фактором к постепенному расширению объёмов потребителей.

Возникает мысль, что альтернативные топлива будущего, способные конкурировать с монополией ископаемых углеводородных топлив, это топлива:

- для которых нет сырьевой монополии и производимых из наиболее широко распространённых местных ресурсов;
- технология получения которого доступна непосредственно пользователю, либо малым предприятиям ;
- характеризуется высокой экологичностью как на стадии производства, так и непосредственно в эксплуатации;
- имеет приемлемую цену для потребителя.

Список использованной литературы:

1. Cubbin D.R. The Health Costs of Motor – Vehicle– Related Air Pollution // Cubbin D.R., Delucch .M.A. /J. Transport Economics and Policy. – September 1999. – Vol. 33 . – Part 3. P. 29.
2. Каменев В. Ф. / Экология "Водородное топливо для автомобильных двигателей". / В.Ф. Каменев, Н.А. Хрипач, Ю. К. Яркин // Автоперевозчик.– 2006 .– № 3.– С. 66.
3. Акимова И. М. / Промышленный маркетинг. // – 2-е изд. – К.: Знання.– 2001.– 296 с.
4. Иванов Ю. Б. / Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений. // – Х.: ХГЭУ – 1997. – 248 с.
5. Иванов Ю. Б. / Организационно-экономические проблемы обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий в условиях формирования рыночных отношений. // Автореф. на соиск. науч. степ, д.э.н. – Х.: ХГЭУ. – 1997. – 31 с.
6. Энциклопедичний словник бізнесмена: менеджмент, маркетинг, інформатика / Під заг. ред. М.І. Молдаванова. // – К.: Техніка. – 1993. – 856 с.
7. Забелин П. В. / Основы корпоративного управления концернами. // – М.: «Издательство ПРИОР». – 1998. – 176 с.
8. Забелин П.В. / Основы стратегического управления. / П.В. Забелин, Н.К. Моисеева // Учеб. пособие. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг».– 1998. – 195 с.
9. Карлофф Б. / Деловая стратегия. Концепция, содержание, символы. // – М.: Экономика. –1991. – 239 с.
10. Люкшинов А. Н. / Стратегический менеджмент. // – М.: ЮНИТИ. – 2000. – 375 с.
11. Попов С. А. / Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 4. //– М.: ИНФРА –1999. – 344 с.
12. Піддубний І. О. /Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна // – Харків: ВД «ІНЖЕК» –2004. – 261 с.
13. Фатхутдинов Р. А. / Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. //– М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг».– 2002. – 892 с.
14. Немцов В. Д. / Стратегічний менеджмент: Навч. посібник. / – В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань // К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб».– 2001. – 560 с.
15. Шершньова З. Є. / Стратегічне управління: Навч. посібник / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська // Київ. нац. екон. ун-т. – К.: КНЕУ.–1999. – 384 с.

16. Воронкова А.Э. / Поддержка конкурентоспособного потенциала предприятия. // – К.: Техника.–2000. – 152 с.

17. Юданов А.Ю. / Конкуренция: теория и практика. Учебно-практическое пособие. // М.: Ассоц. авторов и издателей «Тандем», изд-во «ГНОМ-ПРЕСС». –1998. – 2-е изд. – 384 с.

References:

1. Cubbin, D.R., Cubbin, D.R., Delucchi, M.A. (1999), "The Health Costs of Motor – Vehicle– Related Air Pollution" [Zatrata na zdorovie avtotekhnika s zagrezeniem vozduxa], *J. Transport Economics and Policy*, Vol. 33, Part 3, 29 p.

2. Kamenev, V.F., Khripatch, N.A., Yarkin, J.K., (2006), Ecology "Hydrogen fuel for motor vehicles" [Ekologia "Vodorodnoe toplivo dla avtomobilnux dvigateley"], *Avtoperevozchik*, № 3, 66 p.

3. Akimova, I. M., (2001), "Industrial Marketing" [Promyshlennyy marketing], 2nd ed., K.: Knowledge, 296 p.

4. Ivanov, Y.B., (1997), "Competitiveness of enterprises in the conditions of formation of market relations" [Konkurentosposobnost predpriyatiy v usloviyax formirovaniya runohnux otnosheniy], X.: HGEU, 48 p.

5. Ivanov, Y.B., (1997), "Organizational and economic problems of competitiveness of industrial enterprises in the conditions of formation of market relations" [Organizatsionnye i ekonomicheskiye problemy obespecheniya konkurentosposobnosti promyshlennyykh predpriyatiy v usloviyax formirovaniya runohnux otnosheniy], Author. on soisk. scientific. step, Doctor of Economics, X.: HGEU, 31 p.

6. Moldavanova, M.I., (1993), *Entsiklopedichnyy vocabulnyy slovar biznesmena: management, marketing, informatika* [Entsiklopedichnyy slovar biznesmena : menedzhment, marketing, informatika], K.: Technics, 856 p.

7. Zabelyn, P.V., (1998), "Principles of corporate management concerns" [Osnovu korporativnogo upravleniya koncernami], M.: "PRIOR Publishing", 176 p.

8. Zabelin, P.V., Moiseeva, N.K., (1998), "Fundamentals of strategic management" [Osnovu strategicheskogo upravleniya], Proc. allowance. - M.: Information-innovation center "Marketing", 195 p.

9. Karloff, Boris, (1991), "Business Strategy. The concept, content, characters" [Delovaya strategiya. Konceptsiya, sodержanie, simvolu], M.: Economics, 239 p.

10. Lukshinov, A.N., (2000), "Strategic management" [Strategicheskoye upravlenie], M.: UNITY, 375 p.

11. Popov, S.A., (1999), "Strategic control: 17-modular program for managers" "Management of organization." Module 4" [Strategicheskoye upravlenie: 17-modulnaya programma dlya menedzherov "Upravlenie razvitiem organizatsii." Module 4], M.: INFRA, 344 p.

12. Pidubny, I.O., Pidubna, A.I., (2004), "Management of the international competitiveness of enterprise: Textbook" [Upravlinnya mizhnarodnoyu konkurentosposobnistyu pidpriemstva: Navchalnyy posibnik], Kharkiv: VD "INZHEK", 261 p.

13. Fatkhutdinov, R. A., (2002), "Competitiveness of the organization in times of crisis : economics, marketing, management." [Konkurentosposobnost organizatsii v usloviyax krizisa : ekonomika, marketing, management], M.: Publishing and Book Trade Center "Marketing", 892 p.

14. Nemtsov, V. D., Dovgan, L. E., (2001), "Strategic Management: Training. guide" [Strategicheskoye upravlenie: Navch. posibnik], K.: TOV "OOSA" EksOb ", 560 p.

15. Shershneva, Z. Ye., Oborska, S.V., (1999), "Strategic Management: Training. manual" [Strategicheskoye upravlinnya: Navch. posibnik], Kyiv. nat. Econ. Univ. - K.: KNEU, 384 p.

16. Voronkova, A. E., (2000), "Support of competitive potential of the company", [Podderzhka konkurentosposobnogo potenciala predpriyatiya], K.: Technics, 152 p.

17. Yudanov, A.Y., (1998), "Competition: Theory and Practice. Hands-on training aid" [Konkurentsya: Teoriya i praktika. Uchebno-prakticheskoye posobie], M.: Associ. Authors and Publishers "Tandem", publishing house "GNOME-PRESS.", 2nd ed., 384 p.

Поступила в редакцию 25.05 2015 г.