

**МІНІСТЕРСТВО  
ОСВІТИ ТА  
НАУКИ УКРАЇНИ**

**Навчально-методична комісія з економіки та підприємництва  
Міністерства освіти та науки України  
Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»  
Інститут економіки та прогнозування НАН України  
Московський державний технічний університет «Станкін»  
Білоруський державний технічний університет  
Старооскольський технологічний інститут  
Північний-східний науковий центр НАН України**

# **ТРУДИ**

**VI -ї міжнародної науково-практичної  
конференції**

**«Дослідження та оптимізація  
економічних процесів»  
«Оптимум - 2008»**

**в Національному технічному університеті  
«Харківський політехнічний інститут»**

**3 - 5 грудня 2008 р.**

**Харків - 2008**



## **МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ**

Навчально-методична комісія з економіки та підприємництва

Міністерства освіти та науки України

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

Інститут економіки та прогнозування НАН України

Московський державний технологічний університет «Станкін»

Білоруський національний технічний університет

Старооскольський технологічний інститут

Північно-східний науковий центр НАН України

## **ТРУДИ**

**VI -ї міжнародної науково -**

**практичної конференції**

**„Дослідження та оптимізація економічних процесів”**

**«Оптимум - 2008»**

**3 - 5 грудня 2008 р.**

Харків - 2008

## **Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум - 2008»**

Труди VI -ї міжнародної науково-практичної конференції 3-5 грудня 2008р.- Харків НТУ «ХПІ», 2008 р. – 241 с.

Представлено труди, у яких розглянуті питання розвитку та оптимізації економічних процесів в умовах ринкових відносин, державного регулювання виробничо-підприємницьких діяльності.

Для викладачів, науковців, здобувачів, фахівців, аспірантів і студентів економічних і технічних спеціальностей.

### **ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ**

**Голова**

**Товажвянський Л.Л.**

**Співголова**

**Марченко А.П.**

### **Члени програмного комітету:**

**Оболєнська Т.Є.** (Київ)  
**Гриценко А.А.,** (Київ)  
**Бубенко П.Т.** (Харків)  
**Ковальов А.П.** (Москва)  
**Гребенников І.Р.** (Мінськ)  
**Карлов Е.А.** (Старий Оскіл)  
**Перєрва П.Г.** (Харків)

**Гаврись О.М.** (Харків)  
**Яковлев А.І.** (Харків)  
**Міщенко В.А.** (Харків)  
**Архієреєв С.І.** (Харків)  
**Годлевський М.Д.** (Харків)  
**Заруба В.Я.** (Харків)  
**Тимофєєв В.М.** (Харків)

### **ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ**

**Голова**

**Перєрва П.Г.** (Харків)

**Співголова**

**Гаврись О.М.** (Харків)

**Заступник Голови**

**Тимофєєв В.М.** (Харків)

### **Члени оргкомітету**

**Погорєлов М.І.** (Харків)  
**Матросов О.Д.** (Харків)  
**Смоловик Р.Ф.** (Харків)  
**Мехович С.А.** (Харків)  
**Гаврисюк Я.П.** (Харків)  
**Гришина Е.В.** (Харків)  
**Линник О.І.** (Харків)  
**Ярова В.І.** (Харків)

Кожний бренд має свою неповторність, тому єдиного шляху рішення цих проблем немає. Але, незважаючи на це, можна сформулювати основні принципи, яких повинен дотримуватися український виробник, прагнучий створити бренд-лідера:

- необхідність створення індивідуальності бренду, не схожою на інші, уже існуючі;
- необхідність чіткої стратегії в просуванні бренду;
- удачне позиціонування бренду;
- створення яскравого і запам'ятовуваного іміджу;
- формування значущої групи лояльних споживачів;
- розвиток брендів у всіх напрямках для закріплення позицій;
- подолання бар'єрів в розвитку бренду.

Отже, найбільш типові проблеми українських брендів пов'язані з ростом і розвитком у всіх напрямках, вибором стратегії позиціонування і цільової групи споживачів, створенням яскравого іміджу, який відповідав би очікуванням споживачів. В Україні в найближчому майбутньому очікується активне брендобудівництво, і тільки ті компанії, які зможуть використати можливості, надавані ринком собі на користь, а також урахувати всі можливі складнощі і бар'єри, зможуть побудувати дійсно сильні бренди.

#### **Список літератури:**

Акер Д., Йохімштайлер Э. Брендінг: нова концепція лідерства: Пер. з англ. – М.: Гребенников Бізнес Букс, 2003. – 380с.

**УДК 339.137.2**

Т.А. Дяченко, м. Харків

### **КОНКУРЕНЦІЯ: СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ФОРМИ**

Нині економіка України знаходиться під впливом світових глобалізаційних тенденцій, які посилюють рівень конкуренції. В таких умовах розвиток вітчизняної економіки, ефективне функціонування підприємств неможливі без більш глибокого пізнання конкуренції, всебічного уявлення про її види, методи та форми вираження. Цей факт зумовлює ту увагу вчених, що приділяється дослідженням даної проблеми, серед яких слід виділити П. Зав'ялова, А. Шевченко, А. Юданова, Г. Азоєва.

В літературних джерелах можна зустріти різні підходи до класифікації конкуренції, серед яких розрізняють конкуренцію цінову та нецінову як за формою прояву конкуренції [2], так і за методами ведення конкуренції [3]. За способом і характером задоволення споживчого попиту розрізняють конкуренцію функціональну, предметну та видову [4]. Виділяють також галузеву та міжгалузеву конкуренцію або за структурним планом [2], або за масштабом розвитку [3]. Однак, існуючі підходи не дають цілісного уявлення про види конкуренції. Тому, мета даної роботи – уточнення й розширення видів конкуренції, розробка узагальнюючої класифікації конкуренції.

В базових підручниках з економічної теорії виділяють такі види ринкових структур, як досконала конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія та абсолютна монополія [1]. Ми пропонуємо їх розрізняти за таким критерієм, як структурні особливості ринку. За способом і характером задоволення споживчого попиту слід розрізняти конкуренцію предметну, видову та функціональну [4]. За об'єктами конкуренції пропонуємо розрізняти конкуренцію за ресурси, товари та послуги, споживачів, канали розподілу продукції, права та об'єкти власності. За методами здійснення конкуренції слід розрізняти цінову й нецінову конкуренцію. Слід виділяти за територіальною ознакою конкуренцію місцеву, регіональну, національну, міжнаціональну та світову. Конкуренцію регульовану та нерегульовану слід розрізняти за рівнем державного втручання. За етичними нормами ведення бізнесу пропонуємо виділяти конкуренцію добросовісну та недобросовісну. Конкуренцію реальну та потенційну слід розрізняти за ступенем реальності загрози. За часом існування конкурентних

відносин пропонуємо поділяти конкуренцію на короткочасну (нестійку) та довготривалу (стійку). За ступенем відкритості слід виділяти конкуренцію відкриту та приховану. Слід розрізняти за відповідністю діючому законодавству конкуренцію легальну та нелегальну. Також пропонуємо розрізняти такі види конкуренції за її силою: слабка, середня, жорстка, а за інтенсивністю конкуренції – низькоінтенсивна, інтенсивна, високоінтенсивна. За суб'єктами конкурентних відносин ми пропонуємо виділяти конкуренцію між 1) виробниками в межах однієї галузі; 2) виробниками даного товару та виробниками товарів-замінників; 3) існуючими виробниками галузі та потенційними конкурентами; 4) постачальниками економічних ресурсів та виробниками товарів та послуг; 5) виробниками товарів, послуг та споживачами; 6) споживачами; 7) власниками (постачальниками) економічних ресурсів.

Отже, в даній роботі для більш цілісного, всебічного уявлення про конкуренцію була запропонована її узагальнююча класифікація за чотирнадцятьма критеріями. В ній були уточнені та доповнені вже існуючі види й критерії класифікації та розроблені нові.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Макконнелл Кемпбелл Р., Брю Стенлі Л. Економикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т.: Пер. с англ. 11-го изд. Т.2.– М.: Республика, 1992.
2. П. Завьялов. Конкуренция – неотъемлемое свойство развитого рынка // Маркетинг.-97.-№5.-С.3-14
3. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: Монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, професора Іванова Ю.Б., д-ра екон. наук, професора Тищенко О.М. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006.
4. Шевченко Л.С. Конкурентное управление: уч. Пособие.– Харьков: Эспада, 2004.–С.19

УДК 330.031.017

Мельник Р.А. студент 5 курсу економічного факультету ХНПУ ім. Г.С.Сковороди, м.Харків

### **ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ ЕФЕКТИВНОСТІ РИНКУ В ПРАЦЯХ ЕКОНОМІСТІВ НЕОКЛАСИКІВ**

У центрі неокласичного визначення економічного зростання стоїть ідея оптимальності ринкової системи як саморегулюваного організму, що зумовлює якнайповніше використання всіх виробничих факторів. Економічна рівновага та прогрес суспільного виробництва залежать від ефективного використання факторів виробництва та факторіального розподілу доходів, який забезпечує формування раціональної структури виробництва.

Серед аналітичних інструментів неокласичних моделей економічного зростання є аналіз виробництва з позиції виробничої функції, яка ілюструє залежність між витратами факторів виробництва і обсягами випуску продукції.

Виробнича функція була сформована наприкінці 20-х рр. математиком Ч. Коббом та економістом П. Дугласом. Вона передбачала необмежену взаємозамінність праці й капіталу та показувала ступінь впливу різних їх комбінацій на обсяги виробництва. Саме вона поклала початок вивченню впливу макроекономічних факторів зайнятості, інвестицій, науково-технічного прогресу та ін. за статичної рівноваги з метою визначення умов забезпечення довготривалого стійкого розвитку.

Основна ідея виробничої функції за Солоу і Свеном полягала у визнанні того, що економіка функціонує за принципом порівнювання витрат та результатів, і процес саморегулювання економічного зростання базується на постійному контролі за рівнем віддачі (ефективності) окремих факторів виробництва та визначенні пріоритетів щодо їх використання економічними суб'єктами.

Багатофакторні моделі економічного зростання справді ілюстрували рівень впливу кожного з факторів на збільшення обсягів виробництва, але не включали чинників, що суттєво впливали на формування циклу, проте не підлягали кількісному вимірюванню. На практиці це набирало вигляду суперечності між обсягами капіталу, що зростали, та незмінністю частки заробітної плати і прибутку в національному доході або відображалось у збільшенні темпів приросту заробітної плати за

Національний технічний університет  
«Харьковський політехнічний інститут» 2008 р.

**Наукове видання**

**ТРУДИ**

VI-ї міжнародної науково-практичної конференції

**«Дослідження та оптимізація економічних процесів»**

**«Оптимум - 2008»**

3-5 грудня 2008 року, м. Харків

**Редактори:**

**Перерва Петро Григорович**

**Тимофєєв Володимир Миколайович**

**Відповідальний секретарь: Подольська Г.Л.**

**Оформлення оригінал – макету:**

**Стригуль Л.С.**

Підписано до друку 27.11. 2008 г. Формат 60x84/16

Папір офсетний. Друк офсетний.

Ум.друк .л. 6,92 Уч.-изд.л. 9,89

Тираж 350 экз.

Надруковано в типографії СПД-ФЛ Воронюк В.В.

м. Харків, пл. Руднева,4

тел. (057) 335-07-66