

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ

МАТЕРІАЛИ 23-го МІЖНАРОДНОГО
МОЛОДІЖНОГО ФОРУМУ

**«РАДІОЕЛЕКТРОНІКА І МОЛОДЬ
У ХХІ СТОЛІТТІ»**

16 – 18 квітня 2019 р.

Том 10

**КОНФЕРЕНЦІЯ
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ
КІБЕРНЕТИКИ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ»**

Харків 2019

23-й Міжнародний молодіжний форум «Радіоелектроніка і молодь у XXI столітті». Зб. матеріалів форуму. Т. 10. – Харків: ХНУРЕ. 2019. – 186 с.

В збірник включені матеріали 23-го Міжнародного молодіжного форуму «Радіоелектроніка і молодь у XXI столітті».

Видання підготовлено кафедрою економічної кібернетики та управління економічною безпекою
Харківського національного університету радіоелектроніки

61166 Україна, Харків, просп. Науки, 14
тел./факс: (057) 7021397

E-mail: mref21@nure.ua

© Харківський
національний університет
радіоелектроніки (ХНУРЕ), 2019

Програмний комітет конференції

Полозова Т.В.	д.е.н., проф. кафедри ЕК ХНУРЕ
Костін Ю.Д.	д.е.н., проф. кафедри ЕК ХНУРЕ
Соколова Л.В.	д.е.н., проф. кафедри ЕК ХНУРЕ
Гурін В.М.	д.т.н., проф. кафедри ЕК ХНУРЕ
Кирій В.В.	к.е.н., доц. кафедри ЕК ХНУРЕ
Мурзабулатова О.В.	ст. викл. кафедри ЕК ХНУРЕ

ЕКОНОМІЧНА КІБЕРНЕТИКА

THEORETICAL APPROACHES TO CONSUMER ATTRACTIVENESS OF PRODUCTS DETERMINATION

Alsaykhan Abdullah Mohammed S.

Scientific supervisor – Senior lecturer Veriasova Ganna

Kharkiv National University of Radio Electronics

(61166, Kharkiv, Nauki av., 14, Department of Economic Cybernetics and
Management of Economic Security)

e-mail: abdullah.m5683@gmail.com Tel. 702-14-90

The given work highlights theoretical basis of consumer products attractiveness as a prerequisite of the enterprises competitiveness, graphical approaches to the assessment of the products attractiveness.

As market conditions important issue for the manufacturing enterprise is the choice of products that contain high consumer attractiveness, most responding to consumer demand. Today one of the most promising directions of development of domestic enterprises is one that is based on production and market new products. However, innovations are characterized by a high level of risk. Therefore, an important issue is the choice to produce such products, which has high consumer attractiveness, most consumers responding to inquiries, and therefore provides producers profits. The main parameters attractiveness of consumer products in the market are: quality product and its stability, social targeting, reliability, safety, consumer product innovation, product image, information product, the price of consumer goods.

Successful operation of any company depends on the competitiveness of products offered to consumers it. Evaluation of competitiveness of production - the definition of a level that gives the relative characteristics of production capacity to meet the requirements of specific market in this period, compared to the competition.

Best known today models and methods for assessing competitiveness of products can be divided into two groups: analytical and graphical methods. Cash-analytical method. Often the calculation of integral index of competitiveness of the goods (Kint) is carried out using the formula:

$$K_{int} = I_{TP} / I_{EP}, \quad (1)$$

where I_{TP} - Index of technical parameters (quality index);

I_{EP} - Index of economic parameters (price index).

To calculate the index technical parameters using the formula:

$$I_{TP} = \sum_{i=1}^n q_i * v_i \quad (2)$$

where q_i - a single rate and the second technical parameters;

v_i - weight ratio i -s parameter.

Graphical method for assessing the competitiveness of goods based on building polygon competitiveness. Fig. 1 comparing two polygons competitiveness of firms on eight criteria. Accordingly, each of the eight settled using a

measurement scale marked point, corresponding to the criteria. The line that passes through them, forming a polygon. However, the described method does not allow the set of generalized criteria of competitiveness and therefore its level.

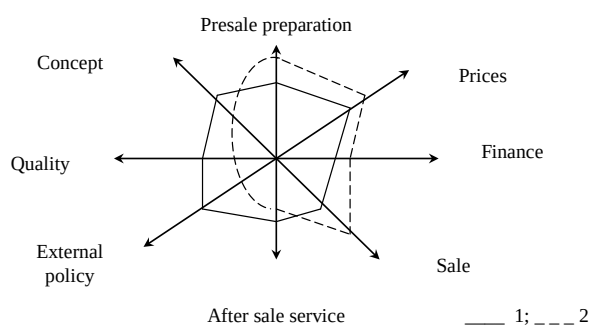


Figure 1 – Polygons competitiveness

An improved graphical method shown in Fig. 2, which is represented by two polygons - radar, built on many axes corresponding to many single criteria.

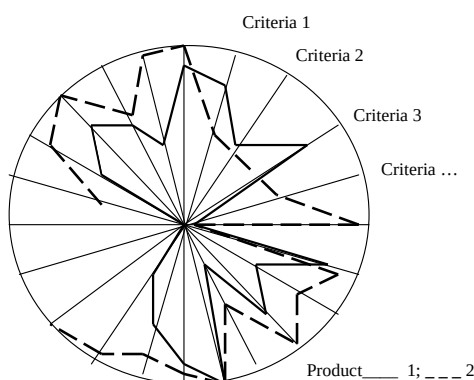


Figure 2 – Radar competitiveness

Radar competitiveness is built on the following rules: a circle divided by radial evaluative scales at sectors whose number is equal to the number of criteria; the distance from the center of the circle criterion value is improved; Scale to direct radial calibrated so that all values lie within the assessment criteria circle; aesthetics and ergonomics expert is determined by a 10-point scale; the presence of any device (anti-lock system, airbags, mirrors heaters, etc.) estimated unit behind his absence - zero, which coincides with the center circle; to compare the products of competing radars are built on the same circle.

References:

1. F. Kotler Principles of Marketing. 9th ed. : Per. with English. / Kotler, G. Armstrong - Moscow: Williams, 2003.
2. Lyfyts I.M. Theory and Practice of competitiveness estimation of goods and services / IM Lyfyts. – Moscow, 2001.

АЛФАВІТНИЙ ПОКАЖЧИК

A	
Adeyanju Ore-Oluwa	
Oluwatoyin	135
Ahmed Osama El Grainy	139
Alsaykhan Abdullah	
Mohammed S.	141

B	
Brian Kasonde Bwalia	67

K	
Kravchenko A. P.	111

M	
Achibet Majda	133
Mamana Kangu Tanya	137
Moustafa Nader Mohamed	
El Baghdady	139
Mazen Abdulwahab	
Yassine	145

N	
Nefodova A.	39

T	
Tereshchenko G.U.	91

A	
Александрова А.О.	27

Б	
Болотова Ю. К.	41
Бузецька Е.І.	59
Бутко О.М.	51

В	
Водолажченко Д. С.	131

Васильева К.А.	49
----------------	----

Г	
Глінський Д.О.	53
Готовцева Е.А.	5,9
Гордієвська Е.А.	71
Глуцук А.В.	164
Грибиник А.О.	55

Д	
Давіденко А.І.	87

I	
Ільїна А.О	172

З	
Зінченко М.Е.	95,97
Золотарьов С.О.	45

К	
Калінін К.М.	61
Кобозев В.К.	127
Королік М.О.	11
Котляр Л.В.	121
Кравченко А.П.	103, 105, 109
Криванич Д.О.	74
Кривоконь М.О.	31
Куриленко В.А.	77
Курятова А.С.	23
Куценко Ю.А.	123

Л	
Лашина А.Г.	162
Левченко М.В.	152
Літвіненко О.О.	148
Литовченко В.О.	156
Литвинов С.Ю.	176
Луняка В.А.	17

М	
Мазура А.Ю.	119
Матковська Ю.В.	37
Мороз К.С.	170

Н	
Нальоткіна О.С.	166
Нальоткіна М.С.	168
Нежельська О.С.	43

П	
Панчишина К.В.	25
Пардаєва М.А.	81
Переплюкова О.В.	33
Півовар А.А.	107
Петренко М.А.	63, 65
Петріченко А.С.	75
Плотников І.В.	35
Покась А.В.	160
Пошита А.М.	150

Р	
Ришко Ю.М.	13
Рябий Д.В.	178

С	
Самарський І.В.	89
Сашкова А.О.	29
Семикіна А.А.	125
Сіденко О.А.	83
Сидоренко Е.П.	57
Соловійова О.В.	19
Соломаха І.С.	101
Солонский Д.А.	9
Стойка О.В.	117
Стойка М.В.	115, 129
Стратегопулос Е.Ю.	174
Сугрей С.О.	154

Т	
Ткаченко А.Г.	158
Ткаченко Є.М.	85
Трофімова А.С.	21

Ч	
Чумак А.Ю.	79

Ш	
Шаповалов О.В.	69
Шапошник Б.В.	143
Шелефонтюк В.Р	93, 113
Шемшура В.А.	93, 99
Шестакова П.Ю.	15
Шкумат А.В.	47

Я	
Якушенко К.В.	5
Яцкова О.М.	7

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА КІБЕРНЕТИКА	С. 5 - 146
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ	С. 147 - 179
АЛФАВІТНИЙ ПОКАЖЧИК	С. 180
ЗМІСТ	С. 182

«РАДИОЕЛЕКТРОНІКА І МОЛОДЬ В ХХІ СТОЛІТТІ»

Матеріали 23-го Міжнародного молодіжного форуму

Відповідальний випусковий

Т.В. Полозова

Комп'ютерна верстка

О.В. Мурзабулатова

Матеріали збірника публікуються в авторському варіанті
без редагування

Підп. до друку 02.04.19.
Умов.друк.арк. 10,8.
Ціна договірна

Формат 60x84 ^{1/16}.
Облік. вид.арк. 9,7.
Зам № 2-320.

Спосіб друку – ризографія.
Тираж 101 прим.

ХНУРЕ. Україна. 61166, Харків, просп. Науки, 14

Віддруковано в редакційно-видавничому відділі ХНУРЕ
61166, Харків, просп. Науки, 14