

Ще одна цитата Ансоффа: «Ключові фактори успіху в різних галузях різні. Крім того, вони з часом можуть змінюватися в одній і тій самій галузі під впливом змін загальної ситуації в ній. Рідко можна в певний момент часу виокремити більше трьох-чотирьох ключових факторів успіху в конкретній галузі. І навіть серед цих трьох-чотирьох КФУ зазвичай тільки один або два мають найважливіше значення» [1, с. 250]. Про те, що тільки один або два мають найважливіше значення, ми не можемо погодитися. Є декілька важливих факторів, в тому числі зручне планування зовнішнього і внутрішнього середовища., Дослідники [5, 7] вказали на те, що оптимальний дизайн залу сприяє тому, що відвідувачі згодні платити більше за блюда, а також мають намір прийти сюди ще не один раз. Це підкреслює важливість ретельного планування дизайну для покращення вражень від відвідування закладу, а також те, що 1-2 ключових фактори є недостатніми для успішної роботи бізнесу. Нам більше подобається думка, висловлена в [6], що для успішної роботи товар /послуга повинні мати декілька помітних переваг, дійсно ключових. І ще один наш висновок- відсутність хоч одної переваги може привести до проблем з бізнесом.

#### Список використаних джерел:

1. Ansoff Igor, (1985) *Corporate Strategy*, London: Penguin, 1985.
2. Gadelrab, R. & Ekiz, E. (2019) An investigation of key success factors for restaurant operations in Saudi Arabia. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, Vol. 5, Iss. 2, p. 27-35., 2019.
3. Camillo Angelo A., Daniel J. Connolly, Woo Gon Kim (2008), *Success and Failure in Northern California: Critical Success Factors for Independent Restaurants*, Cornell Hospitality Quarterly, 2008.
4. Parsa, H.G.; Gregory A., and Terry M., (2011) "Why Do Restaurants Fail? Part III: An Analysis of Macro and Micro Factors" Dick Pope Sr. Institute Publications., 2011.
5. Pecotić M., Bazdan V., Samardžija J., (2014) Interior Design in Restaurants as a Factor Influencing Customer Satisfaction, Zagreb, RIThink, Vol. 4 p.10-15, 2014.
6. Thompson A.A. Peteraf M.A. Gamble G.E. Strickland A.J. (2014) *Crafting and executing strategy McGraw-Hill companies 2014*, 800p.
7. Saputra H. Y. (2023) The Effect of Customer Satisfaction on Repurchase Intention at Amber Resort Lombok Restaurant, *International Journal of Tourism Business R*: Vol 2. No 2. December 2023. p. 60-73.

УДК: 339.17

*Хачатурян О. С., к.е.н.  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

### **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНОЇ РИНКОВОЇ СИСТЕМИ**

Сучасний ринок є складною системою економічних відносин, що формується під впливом різних факторів. Теоретичні засади його функціонування базуються на класичних і сучасних економічних концепціях, які

пояснюють механізми попиту та пропозиції, конкуренції, державного регулювання та глобалізації.

Попит і пропозиція є фундаментальними категоріями ринкової економіки, що визначають механізм функціонування товарних і фінансових ринків. Вони відображають взаємодію між продавцями та покупцями, впливаючи на формування цін і обсягів продажу. Закон попиту свідчить, що зі зростанням ціни товару його кількість, на котру є попит, зменшується, й навпаки. Закон пропозиції говорить про те, що зі збільшенням ціни зростає й пропозиція товару. Точка рівноваги між ними визначає ринкову ціну та обсяг продажу [1].

Попит являє собою кількість товарів або послуг, яку споживачі готові придбати за певну ціну впродовж визначеного періоду часу. Він залежить від кількох факторів (табл. 1).

Таблиця 1

Фактори, що впливають на попит і пропозицію

| <i>Фактори попиту</i>          | <i>Вплив факторів попиту</i>   | <i>Фактори пропозиції</i> | <i>Вплив факторів пропозиції</i>  |
|--------------------------------|--|---------------------------|---|
| Ціна товару                    | Зазвичай чим вища ціна, тим менший попит   | Ціна товару               | При підвищенні ціни виробники схильні пропонувати більше продукції            |
| Доходи споживачів              | При зростанні доходів попит на нормальні товари збільшується, а на товари нижчої категорії – зменшується | Витрати виробництва       | Чим нижчі витрати, тим вища пропозиція  |
| Смаки і вподобання             | Мода, реклама та інші фактори впливають на попит   | Технологічний розвиток    | Нові технології дозволяють виробляти більше товарів за менших витрат          |
| Ціни на взаємопов'язані товари | Зміни у вартості товарів-замінників чи товарів-комплементів можуть змінювати попит                       | Податки та субсидії       | Збільшення податків зменшує пропозицію, а субсидії – підвищують               |
| Очікування споживачів          | Якщо очікується зростання цін у майбутньому, попит може зрости зараз                                     | Очікування виробників     | Якщо очікується зростання цін, виробники можуть тимчасово зменшити пропозицію |

Графічно попит зображується у вигляді кривої попиту, котра має негативний нахил: при зниженні ціни попит зростає.

Пропозиція характеризується кількістю товарів або послуг, яку виробники готові запропонувати на ринку за певною ціною впродовж визначеного періоду часу. Основні фактори, що впливають на пропозицію, наведені в табл. 1.

Крива пропозиції має позитивний нахил: чим вища ціна, тим більша пропозиція.

Взаємодія попиту й пропозиції формує рівноважну ціну – ту ціну, за якої обсяг попиту дорівнює обсягу пропозиції. У точці рівноваги немає дефіциту чи

надлишку товарів. Якщо ціна перевищує рівноважний рівень, виникає надлишок, а якщо ціна нижча – дефіцит.

Конкуренція є фундаментальним принципом ринкової економіки, який визначає взаємодію між суб'єктами господарювання. Вона стимулює розвиток бізнесу, сприяє покращенню якості товарів і послуг, знижує ціни та сприяє інноваціям. Конкуренція виступає рушійною силою ринку. Вона являє собою процес суперництва між виробниками, продавцями та постачальниками товарів і послуг за перевагу на ринку та споживчий попит [2]. Конкуренція може мати різні форми (табл. 2)

Таблиця 2

### Форми конкуренції

| <i>Конкуренція</i>         | <i>Характеристика</i>  |
|----------------------------|--|
| Досконала конкуренція      | Ситуація, коли на ринку багато продавців і покупців, товари є взаємозамінними, а жоден учасник не може впливати на ринкову ціну    |
| Монополістична конкуренція | Характеризується наявністю великої кількості продавців, але товари мають унікальні особливості, які відрізняють їх від конкурентів |
| Олігополія                 | Ринок, на якому домінує невелика кількість великих компаній, що контролюють основну частку продажів                                |
| Монополія                  | Ситуація, коли на ринку діє єдиний виробник певного товару або послуги, що дає йому можливість встановлювати ціни без конкуренції  |

Конкуренція відіграє ключову роль у формуванні ефективної економічної системи:

- стимулює ефективність – компанії змушені оптимізувати виробництво та знижувати витрати;
- сприяє інноваціям – бізнеси постійно шукають нові технології та підходи для покращення продукції;
- забезпечує доступність товарів і послуг – конкуренція змушує компанії пропонувати продукцію за конкурентоспроможними цінами;
- гарантує захист прав споживачів – ринкові механізми змушують підприємства підвищувати якість товарів і послуг.

У ринковій економіці конкуренція сприяє економічному зростанню та добробуту суспільства. Вона забезпечує гнучкість ринкової системи, адаптацію до змін і розвиток підприємницької ініціативи. Країни з високим рівнем конкуренції, як правило, демонструють швидше зростання ВВП, більш високу продуктивність праці та інноваційну активність.

Однак надмірна конкуренція може призводити до негативних наслідків, таких як зниження прибутковості компаній, що ускладнює їх довгостроковий розвиток, або демпінг, який руйнує ринок. Тому важливо підтримувати баланс через державне регулювання, антимонопольне законодавство та стимулювання чесних конкурентних відносин.

Хоча ринок має саморегулюючі механізми, держава відіграє важливу роль у його функціонуванні. Вона здійснює антимонопольну політику, регулює ціни

в стратегічних секторах, впроваджує податкову політику та захищає права споживачів.

Ринкова економіка – це система господарювання, що базується на приватній власності, конкуренції та механізмі попиту і пропозиції. В такій системі держава відіграє важливу роль, хоча її втручання обмежене і спрямоване переважно на створення сприятливих умов для економічного розвитку.

Основні функції держави в ринковій економіці зводяться до таких:

1. Законодавче регулювання. Держава встановлює правові рамки, котрі забезпечують чесну конкуренцію, захист прав власності та дотримання договірних зобов'язань. Вона також ухвалює закони, що регулюють ринок праці, податкову систему, фінансову діяльність тощо.

2. Забезпечення макроекономічної стабільності. Держава впливає на економічні процеси через фіскальну та монетарну політику. Вона регулює рівень інфляції, облікову ставку, контроль за державними витратами та податковими надходженнями, що сприяє економічній стабільності.

3. Контроль за монополіями та підтримка конкуренції. В умовах ринкової економіки можлива поява монополій, які обмежують конкуренцію. Держава запроваджує антимонопольне законодавство, котре сприяє збереженню конкурентного середовища та запобігає зловживанню монопольним становищем.

4. Соціальний захист та перерозподіл доходів. Ринкова економіка може призводити до значного майнового розшарування населення. Держава впроваджує соціальні програми, спрямовані на підтримку малозабезпечених верств населення, забезпечення медичних послуг, освіти, пенсійного забезпечення тощо.

5. Інвестування в інфраструктуру та інновації. Державні інвестиції в транспорт, енергетику, зв'язок, освіту та науку сприяють розвитку економіки. Стимулювання інновацій і підтримка технологічного прогресу забезпечують конкурентоспроможність країни на міжнародному ринку.

Роль держави в ринковій економіці полягає не в повному контролі над економічними процесами, а у створенні сприятливих умов для ефективного функціонування ринку [3]. Надмірне втручання може стримувати економічну активність, тоді як недостатнє регулювання може призвести до кризових явищ.

Оптимальний баланс між державним регулюванням і свободою ринку є ключовим чинником успішного економічного розвитку. В умовах глобалізації ефективна державна політика стає ще більш важливою для збереження конкурентоспроможності країни та добробуту її громадян.

Ринок сьогодні значною мірою залежить від міжнародної торгівлі, що стимулює розвиток нових технологій і посилює конкуренцію між країнами.

Глобалізація є однією з ключових тенденцій розвитку сучасного світу [4], що суттєво впливає на ринок та економічні процеси. Це складний і багатогранний процес, який передбачає посилення міжнародних зв'язків, інтеграцію національних економік і розвиток світової торгівлі. Розглянемо основні аспекти глобалізації та її вплив на сучасний ринок (рис. 1).



Рис. 1. Основні аспекти глобалізації

Глобалізація відкриває широкі можливості для бізнесу, проте несе й певні виклики. Основні переваги містять:

- розширення ринків збуту. Компанії можуть виходити на міжнародний рівень, збільшуючи свої прибутки та розширюючи виробництво;
- зниження витрат. Оптимізація логістичних процесів, аутсорсинг та міжнародне виробництво дозволяють зменшити собівартість продукції;
- доступ до новітніх технологій. Країни та компанії можуть швидше впроваджувати інновації та використовувати передові розробки.

Разом з тим існують і загрози:

- конкуренція. Локальні компанії змушені конкурувати з міжнародними корпораціями, що може призводити до їх витіснення з ринку;
- економічна залежність. Країни можуть ставати залежними від імпорту та іноземних інвесторів;
- ризики фінансової нестабільності. Глобальні кризи швидко поширюються, впливаючи на всі економіки.

Використання інформаційних технологій сприяє автоматизації бізнес-процесів, появі електронної комерції та нових форм фінансових операцій, зокрема крипто валют. Споживачі стають більш вимогливими до якості товарів і послуг, що змушує бізнеси адаптувати свої стратегії, пропонуючи інноваційні рішення.

Зміна споживчих уподобань [5] суттєво впливає на стратегії компаній, маркетингові підходи та виробництво товарів і послуг. Це динамічний процес, зумовлений технологічним прогресом, соціальними змінами та глобальними викликами. Основними факторами зміни споживчих уподобань є:

1. Технологічний розвиток. Впровадження нових технологій, зокрема штучного інтелекту, електронної комерції та мобільних додатків, суттєво змінює поведінку споживачів, роблячи покупки зручнішими та швидшими.

2. Екологічна свідомість. Все більше споживачів обирають екологічно чисті та сталі продукти, що стимулює компанії впроваджувати екологічні стандарти у виробництві.

3. Персоналізація послуг. Споживачі очікують індивідуального підходу, тому компанії активно використовують великі дані та аналітику для персоналізованих пропозицій і маркетингових кампаній.

4. Зміна способу життя. Урбанізація, зростання популярності дистанційної роботи та здорового способу життя впливають на вибір продуктів та послуг.

Компанії, що швидко адаптуються до змін, можуть зайняти вигідні позиції у нових сегментах ринку. Врахування уподобань споживачів сприяє довготривалим відносинам між брендом і клієнтами. Підприємства активно впроваджують нові рішення для задоволення змінних потреб споживачів.

Швидкі зміни в уподобаннях можуть спричинити труднощі в прогнозуванні ринкових тенденцій. Компанії змушені швидко адаптуватися та впроваджувати нові стратегії для утримання ринку. Впровадження нових технологій та оновлення продукції вимагає значних інвестицій.

**Висновки:**

1. Сучасний ринок є динамічною системою, що змінюється під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. Його функціонування базується на класичних законах економіки, однак значний вплив на нього мають сучасні процеси, такі як глобалізація, цифровізація та зміни у поведінці споживачів. Успішний розвиток ринку залежить від збалансованого поєднання ринкових механізмів та державного регулювання.

2. Концепція попиту і пропозиції є основою ринкової економіки. Вона пояснює механізм ціноутворення та розподілу ресурсів у суспільстві. Розуміння цих економічних категорій допомагає прогнозувати зміни на ринку та приймати ефективні економічні рішення.

3. Конкуренція є невід'ємним елементом ринкової економіки, що сприяє її розвитку та забезпечує баланс між інтересами виробників і споживачів. Вона стимулює ефективність, інновації та економічний прогрес, однак потребує регулювання для запобігання ринковим дисбалансам. Ефективна конкурентна політика є запорукою стабільного та справедливого економічного середовища.

4. Глобалізація та цифровізація є потужними рушійними силами сучасного ринку, які відкривають великі можливості для розвитку бізнесу та економіки загалом. Проте вони також потребують адаптації та впровадження стратегій для подолання ризиків. У сучасних умовах компаніям та державам важливо шукати баланс між вигодами глобалізації та захистом національних інтересів, між впровадженням цифрових технологій та забезпеченням безпеки та доступності цифрових послуг.

5. Зміна споживчих уподобань є потужним драйвером трансформації сучасного ринку. Компанії, які готові до швидких змін, мають більше шансів залишатися конкурентоспроможними та задовольняти потреби своїх клієнтів. Гнучкість, інновації та екологічна відповідальність стають ключовими факторами успіху в сучасних ринкових умовах.

#### **Список використаних джерел:**

1. Савельєв Є.В. Міжнародна економіка: теорія міжнародної торгівлі і фінансів: Підручник для магістрів з міжнародної економіки. – Тернопіль: Економічна думка, 2000. – 449 с.

2. Гончарук Т.І. Конкуренція: сучасна економічна характеристика та особливості / Т.І. Гончарук // *Актуальні проблеми економіки*. – 2004. – №2. – С. 130-146.
3. Венгер В. Соціально-економічна роль держави в сучасній економіці / В. Венгер // *Вісник ТНЕУ* №3, 2011 р. С. 26-31.
4. Семчук Ж., Краснощок В., Запотічний П., Подольчук А., Гапонов Н., Маркевич О., Лагойда Ю. Вплив глобалізації на економічний стан країн, що розвиваються / Ж. Семчук, В. Краснощок, П. Запотічний, А. Подольчук, Н. Гапонов, О. Маркевич, Ю. Лагойда // *Академічні візії*. – Випуск 30. – 2024.
5. Гуржій Н.М., Назарова С.О., Василина О.Р. Цифрова економіка та її вплив на зміну споживчих звичок і ринкових стратегій: цифрові трансформації та інституційний контекст / Н.М. Гуржій, С.О. Назарова, О.Р. Василина // *Академічні візії*. – Вип. 30. – 2024.

УДК 330.322:339.9(4):658(477)

*Бакуменко С. В.,  
здобувач третього (науково-освітнього) рівня вищої освіти  
ступеня доктора філософії  
(Науковий керівник: д.е.н., професор Зайченко В. В.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ**

Європейська інтеграція для України є одним із ключових напрямів стратегічного розвитку, який визначає не лише зовнішньополітичний вектор, але й значною мірою впливає на внутрішні економічні трансформації. Процеси, пов'язані з поглибленням співпраці з Європейським Союзом, формують нові виклики та перспективи для українських підприємств, стимулюючи їхню адаптацію до вимог європейського ринку та сприяючи підвищенню інвестиційної привабливості [1]. На сучасному етапі особливої актуальності набувають питання модернізації виробництва, впровадження інноваційних технологій, забезпечення високих стандартів корпоративного управління та сталого розвитку, що є визначальними чинниками для залучення інвестицій.

Інвестиційна привабливість підприємств України формується під впливом багатьох взаємопов'язаних факторів, серед яких вирішальне значення мають макроекономічна стабільність, ефективність державного управління, наявність прогнозованого та прозорого регуляторного середовища, розвиток інституційних механізмів підтримки бізнесу та рівень захисту прав власності. З огляду на стратегічні пріоритети європейської інтеграції, держава зосереджує зусилля на створенні умов для залучення іноземного капіталу, удосконалюючи законодавче поле та формуючи стимули для підприємницької діяльності [2]. Водночас вітчизняні підприємства, особливо ті, що орієнтуються на вихід на європейські ринки, стикаються з потребою відповідати високим стандартам якості продукції, екологічної безпеки та соціальної відповідальності.

Значна увага приділяється фінансово-податковим механізмам, які здатні стати потужним інструментом стимулювання інвестиційної активності. У