

## АНАЛІЗ ЕЛАСТИЧНОСТІ ПОПИТУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Прокопенко Катерина Геннадіївна

доктор філософії, асистент кафедри маркетингу та логістики,

Сумський національний аграрний університет

ORCID ID: 0000-0001-9230-1676

[kateryna.prokopenko@snaeu.edu.ua](mailto:kateryna.prokopenko@snaeu.edu.ua)

*У статті досліджено особливості формування еластичності попиту малих підприємств в умовах економічної нестабільності, яка характеризується інфляційними процесами, коливаннями доходів населення та зростанням невизначеності. Актуальність теми визначається тим, що малий бізнес є найбільш вразливим сегментом економіки до зовнішніх криз через обмеженість фінансових ресурсів та високу залежність від споживчого попиту. Метою дослідження є аналіз еластичності попиту та визначення ключових факторів, що впливають на поведінку споживачів у кризових умовах. Методологічну основу становлять системний підхід, економіко-математичне моделювання, порівняльний аналіз та узагальнення статистичних даних. За результатами роботи встановлено, що в умовах економічної нестабільності попит стає більш еластичним, оскільки споживачі переходять до раціональної моделі поведінки, орієнтуючись на ціну та альтернативні пропозиції. Визначено ключові фактори впливу: рівень доходів, ціна, конкуренція та доступність товарів-замінників. Також слід зазначити, що в умовах економічної нестабільності суттєво змінюється структура споживчого попиту. Домогосподарства починають більше уваги приділяти базовим товарам і послугам, скорочуючи витрати на товари не першої необхідності. Це змушує малі підприємства адаптувати асортиментну політику, зосереджуючись на продукції з більш стабільним попитом та високою ціновою доступністю. Важливу роль відіграє також швидкість реакції бізнесу на зміни ринкової кон'юнктури, оскільки запізнення у коригуванні цін або пропозицій може призвести до втрати конкурентних позицій. Крім того, значний вплив на еластичність попиту має розвиток цифрових технологій та онлайн-торгівлі, які розширюють можливості споживачів у порівнянні цін і пошуку альтернатив. Це підсилює цінову чутливість попиту та підвищує конкуренцію між малими підприємствами навіть у локальних ринках. У результаті підприємства змушені впроваджувати інструменти цифрового маркетингу, програми лояльності та гнучкі системи знижок. Тому, адаптація до цифрового середовища стає одним із ключових чинників виживання малого бізнесу в умовах нестабільної економіки. Практичне значення полягає у формуванні рекомендації цінової політики малих підприємств та підвищення їх стійкості в умовах нестабільності.*

**Ключові слова:** еластичність попиту, маркетинг підприємств, малий бізнес, ціноутворення, попит.

### Постановка проблеми у загальному вигляді.

У сучасних умовах розвитку економіки, що характеризуються високим рівнем нестабільності, інфляційними процесами, коливаннями доходів населення та зростанням невизначеності, особливої актуальності набуває дослідження еластичності попиту. Малий бізнес, як один із ключових елементів ринкової економіки, відіграє важливу роль у забезпеченні зайнятості, розвитку конкуренції та формуванні валового внутрішнього продукту. Водночас саме малі підприємства є найбільш вразливими до зовнішніх економічних криз через обмеженість фінансових ресурсів, низький рівень диверсифікації діяльності та високу залежність від змін споживчого попиту.

В умовах економічної нестабільності спостерігається трансформація поведінки споживачів, які стають більш чутливими до змін цін, доходів і наявності альтернативних товарів та послуг. Це, в свою чергу, впливає на рівень еластичності попиту, що ускладнює процес прогнозування обсягів продажу та формування ефективної цінової політики підприємств. Недостатнє врахування змін у структурі попиту може призводити до зниження

конкурентоспроможності малого бізнесу та втрати ринкових позицій.

Попри наявність значної кількості наукових досліджень у сфері попиту та ціноутворення, питання аналізу еластичності попиту в сучасних реаліях нестабільної економіки в контексті функціонування малих підприємств залишаються недостатньо дослідженими. Це зумовлює необхідність поглибленого вивчення факторів, що визначають зміну еластичності попиту, а також розробки практичних підходів до адаптації діяльності малих підприємств до сучасних викликів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематикою еластичності попиту та його впливом на функціонування малих підприємств в умовах економічної нестабільності є предметом активних досліджень як українських, так і зарубіжних науковців. Водночас у вітчизняній економічній науці спостерігається тенденція до комплексного аналізу цієї проблеми через призму розвитку малого бізнесу, споживчої поведінки та макроекономічних викликів.

Зокрема, у працях українських дослідників значна увага приділяється загальним умовам функціонування

малого бізнесу. Так, у дослідженні І. Федько, М. Ремінського та Я. Глущенко визначаються ключові проблеми розвитку малого і середнього бізнесу, акцентуючи увагу на впливі інфляції, попиту та фінансових обмежень. А у роботі І. Федулової, Г. П'ятницької та Л. Лукашової [4] встановлено, що одним із головних стримуючих чинників розвитку малого бізнесу є низький рівень попиту, економічна нестабільність та інфляція. Це свідчить про високу чутливість малих підприємств до змін у платоспроможності населення, що безпосередньо пов'язано з еластичністю попиту.

Сучасні зарубіжні дослідження значно розширюють класичне розуміння еластичності попиту, враховуючи вплив економічної нестабільності та поведінкових факторів маркетингового аналізу споживачів. У праці Т. Біймолта, Г. Ван Герде та Р. Пітерса [8] досліджується динаміка цінової еластичності в умовах змін ринкового середовища, зокрема під впливом кризових явищ. У сучасних роботах А. Ечегу та А. Учечукву [9] розглядається роль еластичності у формуванні бізнес-стратегій. Також в праці Дж. Телліса [7], було проведено метааналіз цінової еластичності попиту. Дослідження Дж. Кейнса, М. Фрідмана та Р. Лукаса підкреслюють важливість доходів, очікувань споживачів у формуванні попиту. У рамках сучасних макроекономічних моделей, зокрема у роботах М. Голсбі, Е. Некама та Й. Четті, доведено існування асиметричної реакції попиту на цінові зміни в умовах криз, що проявляється у зростанні його еластичності або, навпаки, жорсткості залежно від типу економічних криз.

Водночас більшість досліджень мають загальноекономічний характер або орієнтовані на великі ринки, тоді як специфіка функціонування малих підприємств в умовах економічної нестабільності потребує подальшого поглибленого вивчення.

**Формування цілей статті.** Мета статті є аналіз еластичності попиту малих підприємств в умовах економічної нестабільності, визначення факторів її формування та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення адаптивності малих підприємств.

**Методи дослідження.** Теоретико-методологічною основою дослідження є положення сучасної економічної теорії попиту та ціноутворення. У процесі дослідження використано такі методи: системний підхід – для узагальнення теоретичних засад формування еластичності попиту; економіко-математичне моделювання – для оцінювання показників еластичності; порівняльний аналіз – для зіставлення динаміки економічних показників у різні періоди; статистичний аналіз – для обробки даних Державної служби статистики України та Національного

банку України; графічний метод – для наочного представлення результатів дослідження.

**Результати дослідження.** В даній роботі нами було визначено, що в період економічної нестабільності, яка була зумовлена початком повномасштабної війни в Україні в 2022 році, відбувається перехід від відносно стабільного до динамічного типу попиту. Частка споживачів, які здійснюють порівняння цін перед покупкою, зросла з 45% у 2021 році до понад 70% у 2023-2025 рр., тоді як близько 60% домогосподарств почали змінювати постачальників товарів і послуг [4; 5; 6]. Це свідчить про суттєве підвищення цінової чутливості та формування еластичного попиту, що створює додаткові виклики для маркетингової діяльності малого бізнесу.

Проведене дослідження базується на аналізі даних за 2021-2024 рр. [1-3], що дозволило оцінити взаємозв'язок між цінами, доходами населення та обсягами реалізації продукції малими підприємствами. Динаміка ключових показників наведена в таблиці 1.

Як видно з таблиці, у 2022 році інфляція перевищила 26%, що підтверджується даними Державної служби статистики України та аналітичними матеріалами Національного банку України. А також дана ситуація супроводжувалась падінням реальних доходів на 10-12 % і скороченням обсягів реалізації малими підприємствами на 14-15%.

Оцінювання еластичності попиту здійснювалося за формулою:

$$Ed = \% \Delta P / \% \Delta Q$$

Результати розрахунків представлені в таблиці 2.

Як свідчать розрахунки, у 2021-2022 рр. попит залишався нееластичним, що пояснюється домінуванням витрат на товари першої необхідності та зниженням платоспроможності населення [3; 7]. У 2022-2023 рр. відбулося різке зростання еластичності, що пов'язано з відновленням економічної активності та підвищенням конкуренції [8]. У 2023-2024 рр. спостерігається стабілізація показника.

У процесі аналізу еластичності попиту виділено три основні етапи розвитку економічної ситуації, обумовленою військовими діями. Фаза економічного шоку, що припала на 2022 рік, характеризується нееластичним попитом. У цей період спостерігалось скорочення витрат домогосподарств, проте попит на базові товари залишався відносно стабільним. Така ситуація відображає явище "вимушеної стабільності попиту", коли споживання підтримується на мінімально необхідному рівні.

Фаза адаптації, яка характеризувалась високоеластичним попитом припала на 2023 року. Це пояснюється поступовою адаптацією економічних агентів до кризових

Таблиця 1

**Динаміка показників еластичності попиту (2021-2024 рр.)**

Показник	2021	2022	2023	2024
Індекс споживчих цін, %	110,0	126,6	112,9	108,5
Реальні доходи населення, %	100	88-90	93-95	97-100
Обсяг реалізації малих підприємств, % до попереднього року	100	85-86	115-120	110-112

*Джерело: розроблено автором на основі [1, 2, 3]*

Динаміка цінової еластичності попиту малих підприємств

Період	$\Delta Q$ , %	$\Delta P$ , %	Еластичність (Ed)	Характер попиту
2021-2022	-15	+26	-0,55	Нееластичний
2022-2023	+20	+9	2,13	Високоеластичний
2023-2024	+12	+9	1,25	Помірноеластичний

Джерело: розроблено автором

умов та реалізацією відкладеного попиту, що призвело до різких коливань споживчої активності.

В 2023-2024 роках значення еластичності попиту характеризувалось помірно еластичним. У цей період відбувалось підвищеної чутливості до цінових змін.

Узагальнення результатів дозволило виділити низку закономірностей розвитку попиту в умовах економічної нестабільності представлені в таблиці 3.

Узагальнення отриманих результатів дає підстави стверджувати, що еластичність попиту малих підприємств в Україні має виражений циклічний характер і безпосередньо залежить від фази економічного розвитку та зовнішніх важелів впливу. У періоди кризових потрясінь, попит набуває ознак нееластичності в наслідок обмеженості доходів та домінування базових потреб, тоді як у фазі відновлення спостерігається зростання елас-

Таблиця 3

Фактори впливу на еластичність попиту в Україні 2022-2024 роки

Фактор	Вплив
Ефект воєнного шоку	Різке падіння попиту у 2022 році та структурна перебудова споживання на користь базових товарів.
Інфляційний фактор	Інфляція на рівні близько 26,6% у 2022 р. суттєво знизилла купівельну спроможність населення та вплинула на еластичність попиту.
Адаптація малого бізнесу	Активне впровадження цифрових технологій, релокація підприємств та диверсифікація каналів збуту
Ефект відкладеного попиту	У 2023 році спостерігається різке зростання споживчої активності після початкової кризи.

Джерело: розроблено автором

тичності, зумовлене реалізацією відкладеного попиту та підвищенням економічної активності.

Результати підтверджують, що цінова еластичність попиту в секторі малого бізнесу є чутливим індикатором макроекономічної нестабільності та може використовуватися як аналітичний інструмент для оцінки стану економіки й прогнозування поведінки споживачів в умовах кризових трансформацій.

**Висновки.** Таким чином, проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що еластичність попиту малих підприємств в умовах економічної нестабільності є складною багатофакторною характеристикою, яка формується під впливом як цінових, так і нецінових чинників. Встановлено, що на початковому етапі кризових явищ попит характеризується нееластичністю, що зумовлено зниженням доходів населення. Водночас у період адаптації економіки спостерігається різке зростання еластичності попиту, пов'язане з активізацією споживчої поведінки, посиленням конкуренції та

реалізацією відкладеного попиту. На етапі відносної стабілізації попит набуває ознак помірної еластичності, що свідчить про поступове відновлення ринкової рівноваги.

Обґрунтовано, що ключовими факторами формування еластичності попиту виступають рівень доходів населення, інфляційні процеси, цінова політика підприємств, конкуренція та доступність товарів-замінників. Додатково встановлено значний вплив цифровізації економіки, яка підвищує прозорість ринку та цінову чутливість споживача. Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості їх використання для формування гнучкої цінової політики, адаптації асортименту та підвищення стійкості малих підприємств до кризових явищ.

Отже, адаптивність малого бізнесу до змін еластичності попиту виступає ключовою передумовою його конкурентоспроможності та виживання в умовах економічної нестабільності.

#### Список використаної літератури:

1. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>
2. Міністерство економіки України. Аналітичні матеріали. URL: <https://www.me.gov.ua>
3. Національний банк України. Інфляційні звіти та макроекономічна статистика. URL: <https://bank.gov.ua>
4. Федулова І., П'ятницька Г., Лукашова Л. Малий бізнес в Україні: особливості та проблеми розвитку. *Marketing and Management of Innovations*. 2018. № 3. С. 120–130.
5. Марченко В. М., Харитоненко Д. В. Сучасні тенденції розвитку малого підприємництва в Україні. URL: <https://www.researchgate.net/publication/360583168>
6. Сало Я., Марчук І., Орловська С. PEST-аналіз малого та середнього підприємництва в Україні. *Economy and Society*. 2021. № 33. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/801>
7. Tellis G. J. The price elasticity of selective demand: A meta-analysis. *Journal of Marketing Research*. 1988. Vol. 25. P. 331–341.

8. Bijmolt T., Van Heerde H., Pieters R. New empirical generalizations on the determinants of price elasticity. *Journal of Marketing Research*. 2005. Vol. 42. P. 141–156.
9. Echegu A., Uchekukwu A. The role of elasticity in shaping business strategy and economic policy. 2024. URL: <https://www.researchgate.net/publication/385904929>

#### References:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. (n.d.). Ofitsiyni sait. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua>
2. Ministerstvo ekonomiky Ukrainy. (n.d.). Analitichni materialy [Analytical materials]. Available at: <https://www.me.gov.ua>
3. Natsionalnyi bank Ukrainy. (n.d.). Inflatsiyni zvity ta makroekonomichna statystyka [Inflation reports and macroeconomic statistics]. Available at: <https://bank.gov.ua>
4. Fedulova, I., Piatnytska, H., & Lukashova, L. (2018). Maliy biznes v Ukraini: osoblyvosti ta problemy rozvytku [Small business in Ukraine: features and development problems]. *Marketing and Management of Innovations*, no. 3, pp. 120–130.
5. Marchenko, V. M., & Kharytonenko, D. V. (2022). Suchasni tendentsii rozvytku maloho pidpriemnytstva v Ukraini [Modern trends in the development of small business in Ukraine]. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/360583168>
6. Salo, Ya., Marchuk, I., & Orlovska, S. (2021). PEST-analiz maloho ta serednoho pidpriemnytstva v Ukraini [PEST-analysis of small and medium enterprises in Ukraine]. *Economy and Society*, no. 33. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/801>
7. Tellis, G. J. (1988). The price elasticity of selective demand: A meta-analysis. *Journal of Marketing Research*, Vol. 25, pp. 331–341.
8. Bijmolt, T. H. A., Van Heerde, H. J., & Pieters, R. G. M. (2005). New empirical generalizations on the determinants of price elasticity. *Journal of Marketing Research*, Vol. 42, pp. 141–156.
9. Echegu, A., & Uchekukwu, A. (2024). The role of elasticity in shaping business strategy and economic policy. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/385904929>

*Kateryna Prokopenko, PhD, Assistant Lecturer at the Department of Marketing and Logistics, Sumy National Agrarian University.*

#### **ANALYSIS OF DEMAND ELASTICITY OF SMALL ENTERPRISES UNDER CONDITIONS OF ECONOMIC INSTABILITY**

*The article examines the features of the formation of elasticity of demand of small enterprises in conditions of economic instability, which is characterized by inflationary processes, fluctuations in incomes of the population and increasing uncertainty. The relevance of the topic is determined by the fact that small business is the most vulnerable segment of the economy to external crises due to limited financial resources and high dependence on consumer demand. The purpose of the study is to analyze the elasticity of demand and determine the key factors that influence consumer behavior in crisis conditions. The methodological basis is a systematic approach, economic and mathematical modeling, comparative analysis and generalization of statistical data. According to the results of the work, it was established that in conditions of economic instability, demand becomes more elastic, as consumers switch to a rational model of behavior, focusing on price and alternative offers. The key influencing factors are identified: income level, price, competition and availability of substitute goods. It should also be noted that in conditions of economic instability, the structure of consumer demand changes significantly. Households are beginning to pay more attention to basic goods and services, reducing spending on non-essential goods. This forces small businesses to adapt their assortment policy, focusing on products with more stable demand and high price accessibility. The speed of business response to changes in market conditions also plays an important role, since a delay in adjusting prices or offers can lead to a loss of competitive positions. In addition, the development of digital technologies and online trading has a significant impact on the elasticity of demand, which expands consumers' opportunities to compare prices and search for alternatives. This increases the price sensitivity of demand and increases competition between small businesses even in local markets. As a result, businesses are forced to implement digital marketing tools, loyalty programs, and flexible discount systems. Therefore, adaptation to the digital environment is becoming one of the key factors for the survival of small businesses in an unstable economy. The practical significance lies in the formation of recommendations for the pricing policy of small businesses and increasing their resilience in conditions of instability.*

**Keywords:** *elasticity of demand, business marketing, small business, pricing, demand.*

*Дата надходження статті: 14.04.2026*

*Дата прийняття статті: 05.05.2026*

*Дата публікації статті: 29.05.2026*