

О. Ю. Красовська,
 д. е. н., професор, професор кафедри маркетингу,
 Національний технічний університет "Дніпровська політехніка"
 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8847-4232>

Т. К. Метіль,
 к. е. н., доцент, завідувач кафедри управління підприємницькою та туристичною діяльністю,
 Ізмаїльський державний гуманітарний університет
 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4553-4343>

Т. Е. Белялов,
 д. е. н., професор, завідувач кафедри підприємництва та бізнесу,
 Київський національний університет технологій та дизайну
 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4019-755X>

DOI: 10.32702/2306-6814.2025.12.17

САНКЦІЇ ТА ПРИЙНЯТТЯ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ: ЗМІНИ ЦІНОВОЇ ЕЛАСТИЧНОСТІ НА РИНКАХ ЄС

О. Krasovska,
 Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department
 of Marketing Department, Dnipro University of Technology
 T. Metil,
 PhD in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Business
 and Tourism Management, Izmail State Humanities University
 T. Bielialov,
 Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Entrepreneurship
 and Business, Kyiv National University of Technologies and Design

SANCTIONS AND MARKETING DECISION-MAKING: CHANGES IN PRICE ELASTICITY IN EU MARKETS

Стаття присвячена аналізу впливу економічних санкцій на маркетингові рішення та зміни цінової еластичності на ринках Європейського Союзу, з особливим акцентом на роль державної допомоги як інструменту стабілізації ринкової кон'юнктури в умовах санкційного тиску. Мета дослідження полягає у визначенні ключових факторів, що впливають на зміну цінової еластичності попиту на ринках ЄС під впливом санкцій. Отримані наукові результати свідчать, що санкції, зокрема на імпорт енергоносіїв, призводять до зростання цінової еластичності в енергетичному та споживчому секторах через підвищення чутливості споживачів до цінових коливань. Проаналізовано, що країни з менш диверсифікованими економіками, які демонструють вищу залежність від державної підтримки для збереження конкурентоспроможності. Перспективи подальших досліджень включають поглиблений аналіз впливу санкцій на окремі сектори економіки, зокрема високотехнологічний та агропромисловий, а також розробку моделей прогнозування цінової еластичності з урахуванням довгострокових ефектів санкційного тиску.

The article is devoted to the analysis of the impact of economic sanctions on marketing decisions and changes in price elasticity in the markets of the European Union, with a special emphasis on the role of state aid as a tool for stabilizing the market situation under sanctions pressure. The purpose of the study is to identify key factors that affect the change in the price elasticity of demand in the EU

markets under the influence of sanctions, assess the role of state aid in supporting enterprises and develop recommendations for optimizing marketing strategies in conditions of economic instability. The study uses a comprehensive approach, including the analysis of statistical data from the European Commission. Comparative analysis methods are used to assess the dynamics of state support for business, econometric methods to determine the correlation between sanction restrictions and changes in price elasticity, as well as case analysis to study sectoral effects in the energy, logistics and consumer sectors. The obtained scientific results indicate that sanctions, in particular on energy imports, lead to an increase in price elasticity in the energy and consumer sectors due to increased sensitivity of consumers to price fluctuations. State aid, regulated by Article 107 of the TFEU, plays a stabilizing role, contributing to financial support for business through instruments such as the SME IPO fund and the ESCALAR mechanism, which allows adapting marketing strategies to changes in demand. It has been analyzed that countries with less diversified economies demonstrate a higher dependence on state support to maintain competitiveness. Prospects for further research include an in-depth analysis of the impact of sanctions on individual sectors of the economy, in particular high-tech and agro-industrial, as well as the development of price elasticity forecasting models taking into account the long-term effects of sanctions pressure. Special attention is planned to be paid to studying the behavioral aspects of consumers in the context of marketing strategies and assessing the effectiveness of digital innovation hubs in increasing adaptability to market changes.

Ключові слова: цінова політика, цінова еластичність, маркетингове управління, маркетингові стратегії, санкції, ринок ЄС, державна допомога.

Key words: pricing policy, price elasticity, marketing management, marketing strategies, sanctions, EU market, state aid.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ І ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

У сучасних умовах глобальної економічної нестабільності, спричиненої зокрема повномасштабною війною Росії проти України та пов'язаною з нею хвилею санкцій, які були запроваджені Європейським Союзом проти агресора, виникає об'єктивна потреба у переосмисленні механізмів функціонування ринків та адаптації маркетингових стратегій компаній до нової геоекономічної реальності. Одним із ключових параметрів, що зазнає змін під впливом санкційного тиску, є цінова еластичність попиту, як індикатор, який визначає чутливість споживачів до зміни цін і водночас слугує фундаментом для ухвалення ефективних маркетингових рішень, зокрема в частині ціноутворення, позиціонування, стимулювання збуту та адаптації до змін споживчої поведінки. У той час як у традиційній економічній моделі еластичність попиту розглядається як сталий аналітичний інструмент, у нових реаліях він потребує глибокого переосмислення з урахуванням санкційних бар'єрів, інституційного втручання (у тому числі у вигляді державної допомоги) та реакції споживачів на економічну невизначеність. Відтак, актуальність дослідження полягає у необхідності комплексного аналізу змін цінової еластичності в умовах санкційної економіки ЄС, що дає змогу маркетологам та управлінцям формувати гнучкі, адаптивні та стратегічно вивірені рішення для збереження ринкових позицій.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У працях Балацький Є., Єкімова Н., Юревич М. [5], Мірджалілі С. Х., Пахлавани М., Гейдаріан С. [12] зазначено, що санкції мають неоднозначний вплив на економіку як цільових країн, так і країн-ініціаторів, порушуючи структуру міжнародної торгівлі, порушуючи ланцюги постачання та створюючи ефекти "вторинного тиску" на суміжні ринки. Автори підкреслюють, що в умовах санкцій змінюється структура конкуренції, що має прямий вплив на цінову еластичність через зменшення кількості доступних альтернатив для споживачів. Інші дослідження, зокрема роботи Іцхокі О., Рибаківа Е. [8], Тернер Д., Саппінгтон Д. [16], акцентують увагу на тому, що санкції впливають на ринкові очікування, викликаючи тимчасову нееластичність попиту, особливо в секторах енергетики та сировини.

Водночас, у працях, присвячених теорії маркетингу, вказується на необхідність перегляду класичних моделей ціноутворення в умовах санкційного тиску. Так, Командровська В., Кривецька Н., Дудар В. [2] у своєму дослідженні з маркетингового менеджменту зазначають, що зміни в макроекономічному середовищі потребують адаптації маркетингових стратегій до нових умов еластичності, яка в кризових ситуаціях стає менш прогнозованою. В умовах санкційних обмежень маркетинг набуває функцій антикризового інструменту, що дозволяє не лише втримувати позиції на ринку, а й формувати нову цінність для споживача з урахуванням змінених пріоритетів.

Особливу увагу в літературі приділяють саме еластичності попиту як динамічному параметру, що може істотно змінюватися під впливом зовнішніх шоків. Так в роботі Кочевой М., Колесник О., Власова Г. [3] доведено, що в умовах санкцій цінова еластичність перестає бути лінійною: зростає її асиметричність, що означає неоднакову реакцію споживачів на зростання та зниження цін. Окремим напрямом літературного аналізу є дослідження ролі державної допомоги у стабілізації споживчого попиту. Робота Градзевич М., Муцк Й. [10] наголошує, що масштабне застосування фінансових інтервенцій, спрямованих на підтримку купівельної спроможності, здатне зменшити еластичність попиту в короткостроковій перспективі, створюючи ілюзію стабільного попиту. Аналіз також свідчить, що на сьогодні відсутнє єдине уніфіковане бачення впливу санкцій на механізми прийняття маркетингових рішень. У низці досліджень спостерігається тенденція до ізольованого аналізу окремих секторів, зокрема енергетики, продовольства чи технологій, тоді як комплексний міжсекторний підхід, що враховує трансформацію ринкової поведінки, цінових очікувань та адаптаційних механізмів компаній, поки залишається недостатньо розвиненим.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Мета статті — провести дослідження впливу санкційної політики на параметри цінової еластичності попиту на ринках Європейського Союзу, а також визначення адаптивних підходів до прийняття маркетингових рішень в умовах зовнішньоекономічного тиску.

Завдання дослідження:

- проаналізувати сутність та економічні наслідки санкційної політики для функціонування внутрішнього ринку ЄС;
- розкрити зміст поняття цінової еластичності попиту в контексті маркетингового аналізу та її значення в умовах ринкової нестабільності;
- дослідити вплив секторальних санкцій на конкурентне середовище країн ЄС;
- оцінити роль державної допомоги як інструменту згладжування ефектів санкцій та стабілізації еластичності попиту.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У сучасному глобалізованому світі, де міждержавні зв'язки та економічна взаємозалежність досягли безпрецедентного рівня, застосування економічних санкцій перетворилось на один із ключових інструментів політичного впливу, що суттєво трансформує архітектуру міжнародних ринків, порушує логістику постачання, спричиняє цінову волатильність і створює нові виклики для суб'єктів господарювання. Санкції, як форма політичного чи економічного тиску, являють собою сукупність обмежувальних заходів, запроваджених однією або кількома державами проти інших держав, організацій чи фізичних осіб з метою вплинути на їхню поведінку або політичний курс, при цьому ці заходи можуть мати як пряму заборонну форму (ембарго, блокування активів, торгові обмеження), так і непряму, через зміну регуляторного або податкового середовища,

ускладнення фінансових транзакцій чи запровадження експортного контролю [9]. З позиції маркетингу, значення цінової еластичності виходить за межі суто економетричного показника і це індикатор споживчої поведінки, маркер чутливості ринку до зовнішніх шоків, в тому числі санкційного характеру, а також інструмент адаптації бізнес-стратегій до нових умов. У ситуаціях, коли зовнішньоекономічний тиск, викликаний санкціями, трансформує макро- та мікроекономічне середовище, ефективність маркетингових рішень значною мірою залежить від обраної теоретичної парадигми управління, що визначає характер реакції компанії на зміни, гнучкість її стратегії та здатність до адаптації. В умовах санкцій ключовими стають не лише традиційні елементи маркетинг-міксу, але й фактори політичного ризику, логістичних обмежень, змін нормативно-правового поля та очікувань споживачів, що перетворює маркетинг з інструмента ринкового регулювання на комплексну систему антикризового управління. Крім того, в умовах зовнішньоекономічного тиску дедалі частіше застосовується поведінковий підхід у маркетингу, який акцентує увагу на психології споживачів, їх реакції на зовнішні шоки, рівень довіри до брендів, соціальні настрої та медіа-контекст. Саме розуміння того, як змінюється споживча мотивація під впливом санкцій (страх, прагнення до економії, патріотичне споживання або, навпаки, відмова від національного продукту) дозволяє адаптувати маркетингову комунікацію, позиціонування та асортиментний портфель до нових очікувань ринку.

В реаліях геополітичного загострення, спричиненого, зокрема, повномасштабною агресією російської федерації проти України, інструментарій секторальних санкцій набув не лише ширшого застосування, а й глибшого стратегічного значення в зовнішньоекономічній політиці Європейського Союзу, що суттєво вплинуло на конфігурацію конкурентного середовища в межах єдиного внутрішнього ринку. Секторальні санкції, як форма цільових обмежувальних заходів, спрямовані не стільки на окремих фізичних або юридичних осіб, скільки на цілі галузі економіки країн-агресорів, передусім енергетичний, фінансовий, оборонно-промисловий та високотехнологічний сектори, і спричиняють структурні деформації не тільки у країнах-реципієнтах, а й у самих державах, які ініціюють санкційний тиск. Додатково, за відповідним поданням Єврокомісії, держави-члени можуть отримати дозвіл на надання допомоги, спрямованої на реалізацію проєктів загальноєвропейського значення або пом'якшення ефектів структурної кризи, що істотно порушує економічну стійкість державного сектору. З огляду на це, можна стверджувати, що державна допомога виступає інституціональним інструментом згладжування впливу санкцій на маркетингову стратегію підприємств, оскільки дозволяє частково компенсувати витрати, пов'язані зі змінами логістичних маршрутів, переорієнтацією постачальницьких ланцюгів, перебудовою комунікацій з новими цільовими сегментами споживачів та зростанням операційного ризику, що в комплексі впливає на зміну цінової еластичності попиту [1]. З урахуванням високої чутливості до ринкових дисбалансів, кожен запланований захід державної допомоги має бути попередньо повідомлений Європейській Комісії для отримання дозво-

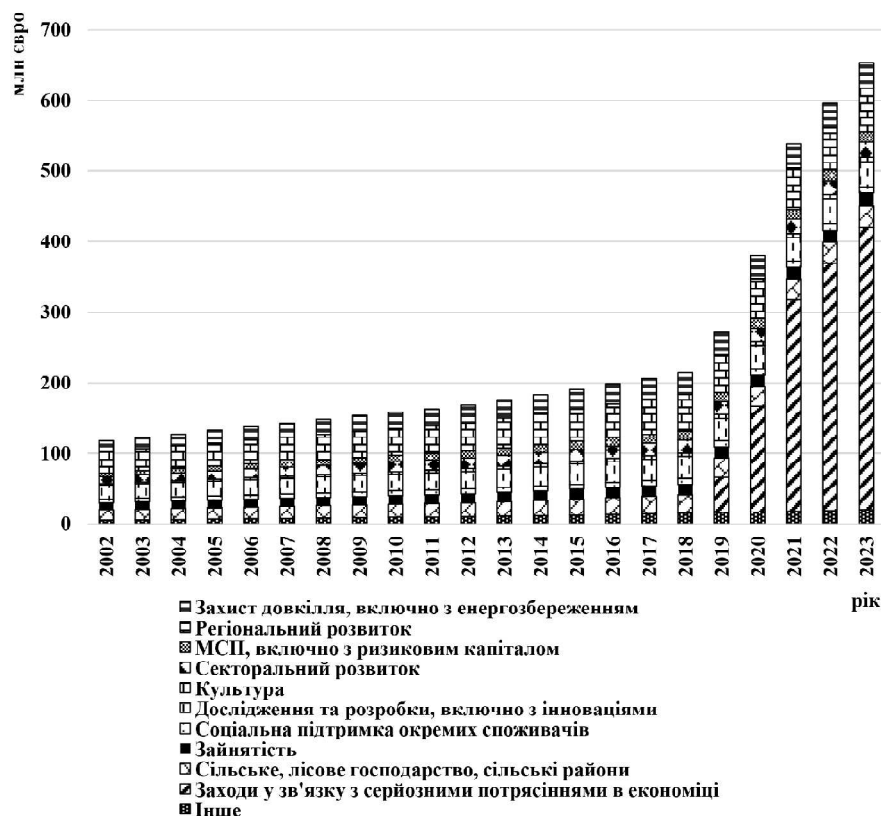


Рис. 1. Обсяги державної допомоги серед країн ЄС за основними напрямками в умовах санкційного тиску, поточні ціни, млн євро

Джерело: побудовано за даними [15].

лу на його впровадження, за винятком тих випадків, коли допомога не перевищує встановленого мінімального порогу в 200 тисяч євро на компанію в межах трьох фінансових років, є частиною вже затвердженої на рівні ЄС програми, або підпадає під інші передбачені винятки. Саме така процедура забезпечує дотримання балансу між необхідністю державного втручання в умовах зовнішньоекономічного шоку та збереженням принципів добросовісної конкуренції, яка є основою європейської моделі ринку. Комісія, аналізуючи подання держав-членів, ухвалює рішення протягом 20 робочих днів, оцінюючи відповідність заходів критеріям ЄС або потребу в проведенні поглибленого розслідування у разі виникнення сумнівів щодо їх правомірності чи ефективності.

Для забезпечення прозорості, узгодженості рішень та мінімізації асиметрії інформації між ринковими гравцями, Європейською Комісією впроваджено спеціалізовану систему моніторингу — State Aid Scoreboard, яка виконує роль публічного реєстру обсягів і напрямів наданої державної допомоги, дозволяючи не лише відстежувати її структуру за типами, секторами та державами, а й аналізувати її кореляцію з макроекономічними показниками та ринковими трендами. У контексті аналізу еластичності попиту цей інструмент дозволяє виявити, які саме державні втручання мали стабілізуючий ефект, а які, навпаки, могли спотворити конкуренцію та призвести до короткотермінового зниження цінової чутливості споживачів.

Згідно зі статистичними даними за 2023 рік, найбільшу частку державної допомоги у відношенні до ВВП

продемонстрували такі країни, як Мальта (4,58%), Угорщина (3,47%), Німеччина (3,37%) та Греція (2,96%), що може свідчити про високу інтенсивність підтримки в умовах кризових економічних трансформацій. Навпаки, мінімальні показники зафіксовані в Ірландії (0,74%), Люксембурзі (0,90%) та Швеції (1,23%), що, ймовірно, відображає або меншу потребу в інтервенціях, або наявність стабільніших внутрішніх ринкових механізмів. В абсолютному вимірі домінує Німеччина, яка у 2023 році інвестувала у форму державної підтримки понад 121 млрд. євро, що демонструє не лише економічну потужність країни, але й стратегічне бачення державної участі у зміцненні позицій власного бізнесу на тлі санкційних і глобальних викликів (рис. 1) [14].

Ці показники мають безпосередній вплив на маркетингове середовище, адже чим більший обсяг доступної підтримки, тим вищою є здатність компаній адаптуватися до змін попиту, зберігати або змінювати свою цінову політику, а також впливати на рівень споживчої еластичності через субсидоване утримання цін або підтримку лояльності клієнтів у періоди ринкової невизначеності. Таким чином, у парадигмі сучасного маркетингу державна допомога дедалі частіше виступає не лише як економічна категорія, а як фактор, що безпосередньо формує параметри попиту, впливає на ефективність рекламних стратегій і знижує ризики, пов'язані з ціновою чутливістю, яка в умовах санкцій зазнає суттєвих флуктуацій.

У динаміці з 2000 по 2023 рік простежується чітка тенденція до зростання обсягів державної допомоги в

Таблиця 1. Стратегічні дії для підтримки бізнесу в контексті санкцій та змін цінової еластичності на ринках ЄС

Напрямок	Проблема	Дія у рамках Стратегії
Перехід до стійких цифрових моделей у контексті санкційних обмежень	Обмежена кількість МСП, які розробляють продукти та послуги, що відповідають принципам сталого розвитку, через брак ресурсів і адаптації до нових ринкових умов, спричинених санкціями. Відставання від великих компаній у впровадженні цифрових технологій, що знижує конкурентоспроможність на ринках ЄС із високою ціновою еластичністю	Впровадження інституту радників із сталого розвитку для підтримки МСП у створенні «зелених» продуктів. Створення 240 цифрових інноваційних хабів для сприяння цифровізації та адаптації до змін ринкової кон'юнктури. Стимулювання проривних інновацій, що відповідають цілям Зеленого пакту для Європи, для підвищення конкурентоспроможності
Забезпечення вільного ведення бізнесу в ЄС та за його межами	Орієнтація експорту МСП переважно на внутрішній ринок ЄС, що обмежує їх здатність адаптувати маркетингові стратегії до зовнішніх ринків у контексті санкцій. Наявність бар'єрів у сфері транскордонних послуг, що ускладнює масштабування бізнесу	Ініціювання партнерства регіонів для гармонізації правил і процедур транскордонного надання послуг, що сприяє зниженню адміністративних бар'єрів. Розширення міжнародної програми Erasmus for Young Entrepreneurs для підтримки молодих підприємців у розвитку маркетингових стратегій для зовнішніх ринків
Протидія затримкам платежів	Затримки платежів за товари та послуги, що посилюють фінансову нестабільність МСП, особливо в умовах економічної невизначеності, спричиненої санкціями, та впливають на їх здатність реагувати на зміни цінової еластичності	Застосування Директиви про затримку платежів, що включає посилений моніторинг і контроль за своєчасністю платежів для забезпечення фінансової стабільності бізнес середовища
Спрощення адміністративних процедур	Складні адміністративні процедури, які ускладнюють швидке прийняття маркетингових рішень і адаптацію до змін ринкових умов, спричинених санкціями	Розробка стандарту EU Start-up Nations для спрощення адміністративних процесів, що дозволяє МСП швидше реагувати на зміни цінової еластичності та ринкові виклики
Поліпшення доступу до фінансування	Обмежений доступ до зовнішнього фінансування через низьку частку ринку капіталу, що стримує розвиток маркетингових стратегій МСП. Недостатнє використання можливостей для залучення акціонерного капіталу в умовах санкційних обмежень	Створення фонду SME Initial Public Offering (IPO) для полегшення доступу МСП до ринків капіталу та фінансування маркетингових ініціатив.
Стимулювання венчурного капіталу	Низький рівень інвестування венчурного капіталу, що обмежує інноваційний потенціал МСП та їхню здатність адаптувати маркетингові стратегії до змін цінової еластичності на ринках ЄС	Впровадження механізму ESCALAR для збільшення розміру фондів венчурного капіталу, що сприяє фінансуванню інноваційних маркетингових рішень для МСП

Джерело: побудовано за даними [7, 17].

ЄС-27: якщо у 2000 році сукупний обсяг такої підтримки становив 57,0 млрд. євро, то вже у 2021 році він досяг 135,1 млрд., а у 2022—2023 роках — відповідно 320,2 та 334,5 млрд. євро, що відображає надзвичайно активне використання цього механізму в умовах спочатку пандемічної, а згодом санкційно-енергетичної кризи. У 2022 році, на тлі глибокої економічної турбулентності, що була спричинена як затяжними наслідками глобальної пандемії COVID-19, так і наростаючим санкційним тиском, обсяг державної допомоги, що надавався країнами-членами Європейського Союзу в межах об'єднання ЄС-27, продемонстрував стрімке зростання, збільшившись у 2,4 рази порівняно з показниками 2021 року, що засвідчує активізацію інструментів підтримки для стабілізації внутрішнього ринку та пом'якшення ефекту зовнішніх шоків, у тому числі через зміну цінової еластичності попиту на критично важливі товари та послуги [7].

У цьому контексті слід зазначити, що, незважаючи на загальне зростання обсягів допомоги, її розподіл за напрямками демонструє зміщення пріоритетів: так, частка допомоги, спрямованої на охорону довкілля, знизилася на 5,5%, що може свідчити про відкладення частини екологічних ініціатив на користь більш термінових антикризових заходів, тоді як витрати на наукові дослідження, дослідно-конструкторські роботи та інновації зросли на 30,1%, що можна інтерпретувати як спробу компенсувати втрати конкурентоспроможності та адаптувати бізнес-середовище до нових умов глобального розподілу ресурсів і технологічного домінування.

Варто також підкреслити, що офіційна статистика Європейської Комісії фіксує не загальний номінальний обсяг державного втручання, а лише так званий "елемент допомоги", тобто частину підтримки, яка безпосередньо містить вигоду для її одержувача та реальні вит-

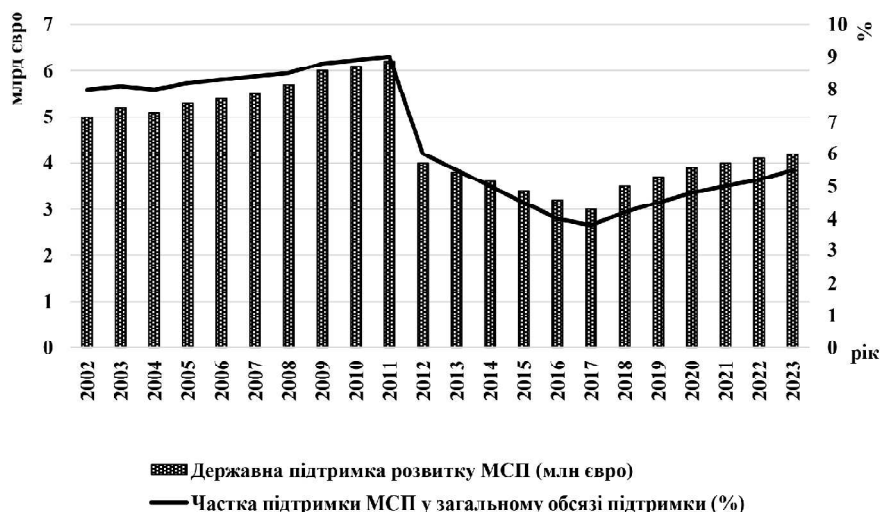


Рис. 2. Обсяги державної допомоги за напрямом "МСП, включаючи ризиковий капітал" в умовах санкційного тиску, поточні ціни

Джерело: побудовано за даними [6].

рати для бюджету, що пояснює розбіжність між фактичними сумами інтервенцій (особливо у випадку кредитних або гарантійних схем) і відображеними у звітності даними. Таким чином, хоча згідно з обрахунками загальний обсяг державної допомоги на рівні ЄС-27 і Великобританії у 2022 році склав 636,5 млрд. євро, у статистичних звітах зафіксовані менші суми, що не включають повною мірою обсяг ресурсів, залучених через інструменти з частковим поверненням коштів [15].

У стратегічному вимірі наднаціональний рівень ухвалення рішень щодо державної допомоги в межах Європейського Союзу характеризується чіткою ієрархією пріоритетів, у межах якої здійснюється фінансування загальноєвропейських програм підтримки з урахуванням специфіки санкційного навантаження, регіональних дисбалансів та секторальних викликів. Фінансування таких програм забезпечується не лише через капіталовкладення з ринку, а й за рахунок внесків країн-членів, що формує перерозподільну модель економічного втручання, у межах якої ресурси концентруються у державах, що найбільше потребують компенсації негативних ефектів, зокрема внаслідок санкцій, що впливають на зниження еластичності попиту в енергетиці, харчовій промисловості чи логістичному секторі [11].

Паралельно, на рівні окремих країн ЄС продовжує функціонувати автономна система державних програм, фінансованих із національних бюджетів, яка орієнтується на підтримку національного бізнесу, зокрема малих і середніх підприємств (МСП), адаптацію ринкової інфраструктури до змін у структурі попиту, спричинених як санкціями, так і загальними макроекономічними ризиками. Саме аналіз динаміки підтримки МСП дозволяє глибше зрозуміти, як державне втручання впливає на маркетингові рішення підприємств, особливо в частині ціноутворення, диференціації продукції та збереження споживчої лояльності в умовах зміненої еластичності (табл. 1).

Згідно зі статистичними спостереженнями, за період із 2000 по 2023 рік спостерігається зниження обсягів державної допомоги, спрямованої безпосередньо на

підтримку МСП, включаючи інструменти венчурного (ризикового) капіталу: з 5,2 млрд. євро (що становило 9,2% загального обсягу допомоги у 2000 році) до 3,7 млрд. євро у 2023 році (або лише 1,1%). Така динаміка свідчить про зміну акцентів у структурі пріоритетів, із підтримки підприємницької ініціативи до фінансування більш масштабних антикризових та інфраструктурних програм, що зумовлено необхідністю оперативного реагування на глобальні виклики, включаючи санкційний тиск, високі ціни на енергоносії та збої у глобальних ланцюгах поставок (рис. 2).

У географічному розрізі лідерами за абсолютними показниками державної допомоги, спрямованої на підтримку малого та середнього бізнесу у 2023 році, стали Італія (1,2 млрд. євро), Німеччина (1,1 млрд. євро) та Франція (390,1 млн євро), що пояснюється значною часткою МСП у структурі їхніх національних економік та потребою в адаптації до високої еластичності цін у секторах споживчих товарів. Водночас за відносними показниками у співвідношенні до ВВП лідерами стали Мальта (0,11%), Греція, Італія та Португалія (по 0,07%), а також Литва (0,06%), що свідчить про концентрацію підтримки у менш диверсифікованих економіках, які найбільше вразливі до ефектів санкцій і змін у попоті [6]. Отже, обсяг і спрямованість державної допомоги в Європейському Союзі в умовах пандемічної та санкційної кризи не лише свідчать про переорієнтацію бюджетної політики на антикризову мобілізацію ресурсів, але й вказують на глибокі трансформації у поведінці економічних агентів, що змушені приймати маркетингові рішення в умовах нестабільної еластичності попиту, зростання вартості ресурсів та динамічної зміни споживчих очікувань.

У випадку Європейського Союзу, секторальні санкції мають виразний багаторівневий ефект, оскільки вони одночасно трансформують зовнішньоторговельні зв'язки, підривають сталі виробничі ланцюги та змінюють правила конкуренції в межах внутрішнього ринку. Наприклад, санкційне обмеження імпорту російських енергоносіїв, що розпочалося з поступового

Таблиця 2. Оцінка регуляторного впливу на маркетингову поведінку компаній Європейського Союзу в умовах санкцій

Фактор	Проблема	Секторальний вплив	Стратегічна дія	Вплив на цінову еластичність
Санкційні обмеження на імпорт енергоносіїв	Зростання цін на енергоносії через обмеження імпорту російських ресурсів, що призводить до порушення ланцюгів поставок і нестабільності спотових ринків	Енергетичний сектор: підвищена волатильність цін на електроенергію та паливо, що змушує компанії переглядати цінові стратегії	Диверсифікація джерел енергопостачання, прискорена інтеграція відновлюваних джерел енергії, державна підтримка енергетичних проєктів через субсидії.	Зростання цінової еластичності в енергетичному секторі через чутливість споживачів до різких коливань цін, що вимагає гнучких маркетингових рішень
Адміністративні бар'єри для МСП	Складність адміністративних процедур ускладнює швидке реагування МСП на ринкові зміни, спричинені санкціями, обмежуючи їхню здатність адаптувати ціноутворення	Малий і середній бізнес: зниження конкурентоспроможності через обмежений доступ до ринків і ресурсів	Впровадження стандарту EU Start-up Nations для спрощення адміністративних процесів і підтримки МСП у швидкій адаптації до ринкових умов.	Підвищення цінової еластичності через полегшення доступу до ринків, що дозволяє МСП гнучко реагувати на зміни попиту.
Затримки платежів	Фінансова нестабільність МСП через затримки платежів, що посилюється економічною невизначеністю в умовах санкцій, обмежує можливості для цінових маневрів	Споживчі товари та послуги: зниження ліквідності МСП, що впливає на їхні маркетингові стратегії	Застосування Директиви про затримку платежів із посиленням моніторингом для забезпечення фінансової стабільності	Зниження цінової еластичності в короткостроковій перспективі через фінансові обмеження, але стабілізація в довгостроковій завдяки покращенню ліквідності
Обмежений доступ до фінансування	Низька частка ринку капіталу для МСП, що стримує інноваційні маркетингові стратегії та адаптацію до змін попиту в умовах санкцій	Інноваційні сектори: обмеження розвитку нових продуктів і послуг через брак венчурного капіталу	Створення фонду SME Initial Public Offering (IPO) та механізму ESCALAR для збільшення доступу до венчурного капіталу	Зростання цінової еластичності завдяки фінансуванню інновацій, що дозволяє МСП пропонувати конкурентні ціни та продукти
Зміни у структурі попиту	Санкції спричиняють зміщення споживчих уподобань до дешевших альтернатив	Споживчі ринки: зростання попиту на товари з нижчою ціною через інфляцію та економічну нестабільність.	Стимулювання «зелених» інновацій через цифрові інноваційні хаби та підтримка сталого розвитку для створення конкурентних продуктів	Підвищення цінової еластичності через зростання чутливості споживачів до цін, що вимагає адаптації маркетингових стратегій до нових уподобань

Джерело: розроблено авторами.

згорання контрактів на постачання вугілля, природного газу та нафти, зумовило докорінну перебудову всієї енергетичної інфраструктури ЄС, зокрема через диверсифікацію постачальників, прискорену інтеграцію відновлюваних джерел енергії та перегляд принципів ціноутворення на спотових ринках. У результаті цього процесу відбулося зміщення в балансі попиту й пропозиції, що викликало сплеск інфляції, нестабільність енергетичних цін та змінило поведінку компаній у сфері виробництва та споживання енерго-ресурсів [4].

У контексті санкційного тиску та загальноєвропейської політики економічної безпеки особливу роль у регулюванні ринкової рівноваги та стабілізації цінових коливань, зумовлених зростаючою нестабільністю,

відіграє державна допомога, яка, у межах правового поля Європейського Союзу, виступає не лише як інструмент антикризової підтримки, але й як засіб регуляторного впливу на маркетингову поведінку компаній, зміну структури попиту та формування нових конкурентних умов. Відповідно до положень статті 107 Договору про функціонування Європейського Союзу (ДФЕС), державна допомога вважається допустимою за умов, коли її впровадження не спотворює внутрішнє конкурентне середовище, не створює необґрунтованих переваг окремим гравцям ринку і не має дискримінаційного ефекту щодо країн-членів чи походження товарів, що є особливо критичним в умовах функціонування єдиного внутрішнього ринку в умовах торговельної фрагментації, спричиненої санкціями (табл. 2) [13].

З урахуванням цього, важливо розуміти, що державна допомога в межах ЄС дозволяється в окремих випадках, коли її метою є соціальна підтримка без ознак дискримінації, компенсація шкоди, завданої надзвичайними подіями або стихійними лихами, подолання структурних диспропорцій у прикордонних регіонах чи колишніх депресивних зонах, а також сприяння зростанню у регіонах з надмірною безробіттю чи наднизьким рівнем доходів. У цьому сенсі маркетингові рішення компаній, що працюють у таких регіонах, дедалі більше орієнтуються не лише на класичну ринкову логіку пропозиції й попиту, але й на вплив фіскальних стимулів, субсидій та компенсацій, які дозволяють адаптувати ціноутворення до умов зростаючої чутливості споживачів та волатильного конкурентного тиску.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

У результаті дослідження виявлено, що санкційна політика, яка посилилася на тлі геополітичної кризи, суттєво трансформує макро- та мікроекономічні умови функціонування ринків Європейського Союзу, зокрема через порушення логістичних ланцюгів, скорочення пропозиції на ринках енергоносіїв і технологій, підвищення цінової волатильності та зміну структури попиту. Досліджено, що в умовах санкцій відбувається перерозподіл економічної поведінки споживачів, що супроводжується підвищенням чутливості до цін у більшості споживчих сегментів, особливо на ринках з високою інфляційною динамікою або дефіцитом товарів. Оцінено роль державної допомоги як ключового регуляторного важеля, що пом'якшує негативні ефекти санкційного тиску на маркетингову політику підприємств, зокрема шляхом субсидування витрат, що виникають внаслідок змін у ціноутворенні, адаптації асортиментної політики, зміни комунікацій з цільовою аудиторією та підтримки лояльності споживачів.

Обґрунтовано, що в умовах санкцій цінова еластичність попиту втрачає стабільність і набуває асиметричного характеру, що ускладнює прогнозування обсягів продажу, вимагає впровадження інноваційних моделей оцінки поведінки споживачів та змушує компанії застосовувати нестандартні підходи до розробки маркетингових рішень. Виявлено, що споживча реакція на зміну цін значно залежить від політичного контексту, медійного фону та рівня довіри до бренду, що зумовлює необхідність ширшого використання поведінкових підходів у маркетингових дослідженнях. Розроблено концептуальну модель взаємозв'язку між санкційним тиском, державними регуляторними заходами (зокрема фінансовою підтримкою) та зміною параметрів цінової еластичності на ринках ЄС, яка враховує макроекономічні, галузеві та поведінкові фактори. Запропоновано систему стратегічних дій для підтримки малого та середнього бізнесу в умовах санкційних обмежень, яка включає інструменти цифровізації, покращення доступу до венчурного фінансування, зменшення адміністративного тиску та розвиток транскордонного підприємництва.

Література:

1. Карлюга Є.К. Проблемні аспекти реалізації економічних санкцій в Європейському Союзі. Серія ПРА-

ВО. 2024. Вип. 85, ч. 4. С. 248—255. DOI: <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2024.85.4.36>

2. Командровська В. Є., Кривицька Н. Ю., Дудар В. С. Взаємозв'язок ціноутворення та конкурентоспроможності підприємств. Причорноморські економічні студії. 2024. № 87. С. 248—256. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.87-4>

3. Кочевой М. М., Колесник О. О., Власова Г. Ціноутворення як інструмент маркетингового планування. Економічний простір. 2024. № 190. С. 275—279. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-50>

4. Мигович Т., Заник Я. Удосконалення маркетингової політики ціноутворення у контексті проєктів розвитку підприємництва. Успіхи і досягнення у науці. 2025. № 4 (14). С. 1088—1095. DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-4\(14\)-1088-1095](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-4(14)-1088-1095)

5. Balatsky E. V., Ekimova N. A., Yurevich M. A. Price regulation under sanctions: International experience. Journal of Economic Regulation. 2022. 13 (3). p. 53—64. <https://doi.org/10.17835/2078-5429.2022.13.3.053-064>

6. European Commission. Annual Report on European SMEs 2022/2023. SMEs and Environmental Sustainability. URL: <https://single-market-economy.ec.europa.eu/document/download/9e7fd906-c5b0-46c5-9b9e>

7. European Investment Bank. "Business Resilience in the Pandemic and Beyond: Adaptation, Innovation, Financing and Climate Action from Eastern Europe to Central Asia." European Investment Bank, 2023. URL: <https://www.eib.org/en/publications/business-resilience-in-the-pandemic-and-beyond>

8. Itskhoki O., Ribakova E. The economics of sanctions: From theory into practice. Brookings Papers on Economic Activity. 2024. Fall. <https://www.brookings.edu/articles/the-economics-of-sanctions-from-theory-into-practice/>

9. Ghironi F., Kim D., Ozhan G. K. International economic sanctions and third-country effects. IMF Economic Review. 2024. 72 (2). p. 1—42. <https://doi.org/10.1057/s41308-023-00232-9>

10. Gradzewicz M., Muck J. Unravelling the markups changes: The role of price elasticity of demand and concentration. Central European Journal of Economic Modelling and Econometrics. 2024. 16. p. 255—283. <https://doi.org/10.24425/cejeme.2024.153642>

11. Kupcik J. Firm's own price elasticity of demand in dominant position analysis. Journal of European Competition Law & Practice. 2022. 13 (3). p. 187—199. <https://doi.org/10.1093/jeclap/lpac015>

12. Mirjalili S. H., Pahlavani M., Heydarian S. Financial sanction, exchange rate volatility and macroeconomic variables (Case of Iran). Iranian Journal of Finance. 2025. 9 (2). p. 70—106. <https://doi.org/10.30699/ijf.2025.462663.1476>

13. Misztal P. Pricing-to-market as an example of price differentiation in European markets. Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe. 2025. 28 (1). p. 153—171. <https://doi.org/10.18778/1508-2008.28.09>

14. Oleksy-Gebczyk A. The elasticity of demand and its role in consumer behaviour determination: A comparative analysis of Europe and the USA. Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series "Eco-

nomics". 2024. 11 (3). p. 100—111. <https://doi.org/10.52566/msu-econ3.2024.100>

15. Sustainable Development Report 2023. From Crisis to Sustainable Development: the SDGs as Roadmap to 2030 and Beyond / J.D. Sachs, G. Lafortune, C. Kroll [et al.]. Cambridge: Cambridge University Press, 2023. 494 p.

16. Turner D. C., Sappington D. E. M. On the design of price caps as sanctions. International Journal of Industrial Organization. 2024. 92. Article 103099. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2024.103099>

17. UNCTAD. MSMEs: Key to an inclusive and sustainable recovery. Micro-, Small and Medium-sized Enterprises Day 2022. United Nations Conference on Trade and Development. URL: https://unctad.org/system/files/informationdocument/diaeed_2022_06_28_en_concept_note_0.pdf

References:

1. Karliuga, Y. K. (2024), "Problematic aspects of economic sanctions implementation in the European Union", Uzhhorod National University Herald. Series "Law", vol. 85, no. 4, pp. 248—255. DOI: <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2024.85.4.36>.

2. Komandrovskaya, V. Ye., Kryvytska, N. Yu. and Dudar, V. S. (2024), "The relationship between pricing and enterprise competitiveness", Black Sea Economic Studies, vol. 87, pp. 248—256. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.87-4>.

3. Kochevoi, M. M., Kolesnyk, O. O. and Vlasova, H. (2024), "Pricing as a tool of marketing planning", Economic Space, vol. 190, pp. 275—279. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-50>.

4. Myhovich, T. and Zanyk, Ya. (2025), "Improving pricing marketing policy in the context of entrepreneurship development projects", Achievements and Success in Science, vol. 4 (14), pp. 1088—1095. DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-4\(14\)-1088-1095](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-4(14)-1088-1095).

5. Balatsky, E. V., Ekimova, N. A., & Yurevich, M. A. (2022). Price regulation under sanctions: International experience. Journal of Economic Regulation, vol. 13 (3), pp. 53—64. <https://doi.org/10.17835/2078-5429-2022.13.3.053-064>

6. European Commission (2023), "Annual Report on European SMEs 2022/2023. SMEs and Environmental Sustainability", available at: <https://single-market-economy.ec.europa.eu/document/download/9e7fd906-c5b0-46c5-9b9e> (Accessed 20 May 2025).

7. European Investment Bank (2023), "Business Resilience in the Pandemic and Beyond: Adaptation, Innovation, Financing and Climate Action from Eastern Europe to Central Asia", European Investment Bank, available at: <https://www.eib.org/en/publications/business-resilience-in-the-pandemic-and-beyond> (Accessed 20 May 2025).

8. Itskhoki, O., & Ribakova, E. (2024), "The economics of sanctions: From theory into practice", Brookings Papers on Economic Activity, Fall 2024, available at: <https://www.brookings.edu/articles/the-economics-of-sanctions-from-theory-into-practice/> (Accessed 20 May 2025).

9. Ghironi, F., Kim, D., & Ozhan, G. K. (2024). International economic sanctions and third-country effects. IMF Economic Review, vol. 72 (2), pp. 1—42. <https://doi.org/10.1057/s41308-023-00232-9>

10. Gradzewicz, M., & Muck, J. (2024). Unravelling the markups changes: The role of price elasticity of demand and concentration. Central European Journal of Economic Modelling and Econometrics, vol. 16, pp. 255—283. <https://doi.org/10.24425/cejeme.2024.153642>

11. Kupcik, J. (2022), Firm's own price elasticity of demand in dominant position analysis. Journal of European Competition Law & Practice, vol. 13 (3), pp. 187—199. <https://doi.org/10.1093/jeclap/lpac015>

12. Mirjalili, S. H., Pahlavani, M. and Heydari, S. (2025), "Financial sanction, exchange rate volatility and macroeconomic variables (Case of Iran)", Iranian Journal of Finance, vol. 9 (2), pp. 70—106. DOI: 10.30699/ijf.2025.462663.1476.

13. Misztal, P. (2025), "Pricing-to-market as an example of price differentiation in European markets", Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe, vol. 28 (1), pp. 153—171. DOI: 10.18778/1508-2008.28.09.

14. Oleksy-Gebczyk, A. (2024), "The elasticity of demand and its role in consumer behaviour determination: A comparative analysis of Europe and the USA", Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series "Economics", vol. 11 (3), pp. 100—111. DOI: 10.52566/msu-econ3.2024.100.

15. Sachs, J. D., Lafortune, G. and Kroll, C. (2023), Sustainable Development Report 2023. From Crisis to Sustainable Development: the SDGs as Roadmap to 2030 and Beyond, Cambridge University Press, Cambridge, UK.

16. Turner, D. C. and Sappington, D. E. M. (2024), "On the design of price caps as sanctions", International Journal of Industrial Organization, vol. 92, Article 103099. DOI: 10.1016/j.ijindorg.2024.103099.

17. UNCTAD (2022), "MSMEs: Key to an inclusive and sustainable recovery. Micro-, Small and Medium-sized Enterprises Day 2022", United Nations Conference on Trade and Development, URL: https://unctad.org/system/files/informationdocument/diaeed_2022_06_28_en_concept_note_0.pdf.

Стаття надійшла до редакції 27.05.2025 р.

<https://nayka.com.ua>

Електронне фахове видання

Ефективна
ЕКОНОМІКА

Виходить 12 разів на рік

**Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)
Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292**

e-mail: economy_2008@ukr.net

viber: +38 050 3820663