

*ISSN 2786-6025 Online*

УДК 338.5:664

[https://doi.org/10.52058/2786-6025-2026-2\(56\)-364-378](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2026-2(56)-364-378)

**Гирка Ольга Ігорівна** кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри товарознавства, митної справи та управління якістю, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів, <https://orcid.org/0000-0002-4218-4034>

**Скробато Сергій Михайлович** головний державний інспектор-експерт Відділу досліджень хімічної та промислової продукції, Львівське управління експертиз та досліджень СЛЕД Держмитслужби, м. Львів

**Бодак Михайло Петрович** кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри товарознавства, митної справи та управління якістю, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів, <https://orcid.org/0000-0002-1130-4312>

**Ковальчук Христина Ігорівна** кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри експлуатації транспортних засобів та пожежно-рятувальної техніки, Львівського державного університету безпеки життєдіяльності, м. Львів, <https://orcid.org/0000-0001-6894-9392>

## СТРАТЕГІЯ ШРИНКФЛЯЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ РИНКОВОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

**Анотація.** У статті розглянуто практику прихованого зменшення кількісних характеристик товарів (шринкфляцію) як економічне явище, що формується в умовах зростання виробничих витрат, інфляційного тиску та обмеженої можливості прямого коригування роздрібних цін. Показано, що в умовах високої конкуренції, інерційності споживчого попиту та контрактних обмежень у взаємовідносинах із торговельними мережами традиційні інструменти цінової політики втрачають ефективність, що зумовлює пошук альтернативних механізмів підтримання прибутковості підприємств харчової промисловості.

Обґрунтовано, що шринкфляція за своєю економічною суттю виходить за межі суто маркетингового прийому та функціонує як елемент системи управління доходами підприємства. Зменшення об'ємно-масових характеристик продукції за збереження номінального рівня цін дозволяє підвищити

питомий дохід на одиницю товару та частково компенсувати зростання собівартості без негайної втрати обсягів реалізації.

Водночас встановлено, що ефективність такого підходу має часові обмеження та супроводжується ризиками зниження довіри споживачів і зростання регуляторної уваги.

У статті запропоновано типологію стратегій кількісної адаптації продукції та охарактеризовано їх економічний ефект і потенційні обмеження залежно від галузевої специфіки, структури витрат і конкурентного середовища.

Особливу увагу приділено асинхронності цінових процесів між сировинними ринками та ринками кінцевої продукції, що формує структурний дисбаланс між витратами й доходами підприємств і зумовлює використання шринкфляції як тимчасового інструменту згладжування цього розриву.

Наукова новизна дослідження полягає у систематизації підходів до аналізу шринкфляції з позицій управління прибутковістю підприємств харчової промисловості та в обґрунтуванні її ролі як проміжного інструменту компенсації витратного тиску в умовах обмеженої цінової маневреності.

**Ключові слова:** шринкфляція; прибутковість підприємств; цінова політика; харчова промисловість; кількісна адаптація продукції; інфляційний тиск; управління доходами.

**Gyrka Olga** PhD in Engineering (Candidate of Technical Sciences), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Commodity Science, Customs and Quality Management, Lviv University of Trade and Economics, Lviv, <https://orcid.org/0000-0002-4218-4034>

**Skrobado Serhii** Chief State Inspector-Expert of the Department of Chemical and Industrial Products Research, Lviv Office of Expertise and Research of the Specialized Laboratory of Information Technologies and Customs Expertise (SLITCE) of the State Customs Service of Ukraine, Lviv

**Bodak Mykhailo** PhD in Engineering (Candidate of Technical Sciences), Associate Professor, Associate Professor of the Department of commodity science, customs and Quality Management, Lviv University of Trade and Economics, Lviv, <https://orcid.org/0000-0002-1130-4312>

**Kovalchuk Khrystyna** PhD in Engineering (Candidate of Technical Sciences), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Operation of Vehicles and Fire-Rescue Equipment, Lviv State University of Life Safety, Lviv, <https://orcid.org/0000-0001-6894-9392>

**SHRINKFLATION STRATEGY WITHIN THE PROFITABILITY  
MANAGEMENT SYSTEM OF FOOD INDUSTRY  
ENTERPRISES AMID MARKET INSTABILITY**

**Abstract.** The article examines shrinkflation as an economic phenomenon emerging under conditions of rising production costs, inflationary pressure, and limited opportunities for direct retail price adjustments. It is shown that in highly competitive markets, characterized by demand inertia and contractual constraints in relations with retail chains, traditional pricing instruments gradually lose their effectiveness.

As a result, food industry enterprises are forced to apply alternative mechanisms to maintain profitability while preserving established price reference points for consumers.

The study substantiates that shrinkflation goes beyond a purely marketing or pricing tactic and functions as an element of firms' revenue management systems. A reduction in volume or weight of packaged products while maintaining nominal prices leads to an increase in unit revenue, allowing partial compensation for rising production costs without an immediate decline in sales volumes. At the same time, the effectiveness of this approach is shown to be time-bound and associated with reputational risks, increased consumer awareness, and growing regulatory attention.

The article proposes a typology of quantitative product adaptation strategies, including downsizing of packaged goods, weight optimization of product units, introduction of non-standard package formats, differentiation of package sizes within a product line, and temporary quantitative adjustments. The economic effects and limitations of these strategies are analyzed with regard to industry-specific cost structures and competitive environments.

Special attention is paid to the asynchrony of price dynamics between raw material markets and final product markets. Accelerated growth of raw material prices driven by global commodity markets and futures expectations precedes retail price adjustments, creating a structural imbalance between costs and revenues for processing enterprises.

Under such conditions, shrinkflation serves as a temporary instrument for smoothing this imbalance and stabilizing financial performance until market conditions allow for explicit price corrections.

The scientific novelty of the study lies in conceptualizing shrinkflation as an intermediate profitability management tool in the food industry and in substantiating its role in mitigating cost pressures under constrained pricing flexibility.

**Keywords:** shrinkflation; enterprise profitability; pricing policy; food industry; quantitative product adaptation; inflationary pressure; revenue management.

**Постановка проблеми.** Функціонування підприємств харчової промисловості в умовах тривалої макроекономічної нестабільності супроводжується стійким зростанням виробничих витрат на всіх етапах формування вартості продукції. Подорожчання сировини, енергоносіїв, пакувальних матеріалів, логістичних і трудових ресурсів формує системний витратний тиск, який безпосередньо впливає на фінансові результати підприємств і обмежує можливості використання традиційних інструментів цінової політики. За умов високої конкуренції на споживчих ринках та інерційності попиту пряме підвищення роздрібних цін часто супроводжується скороченням обсягів реалізації й втратою ринкових позицій, що знижує ефективність відкритих цінових коригувань як інструменту підтримання прибутковості.

Особливістю сучасного ринкового середовища є асинхронність цінових процесів у межах товарного ланцюга. Зростання цін на сировинних ринках, зумовлене глобальною кон'юнктурою та біржовою волатильністю, випереджає динаміку роздрібних цін на готову харчову продукцію, коригування яких стримується еластичністю попиту, конкурентним тиском і контрактними обмеженнями у взаємовідносинах із торговельними мережами. У результаті між витратами та доходами підприємств формується структурний дисбаланс, який не може бути оперативно усунений за допомогою традиційних механізмів ціноутворення.

За таких умов підприємства харчової промисловості змушені адаптуватися шляхом пошуку альтернативних інструментів збереження фінансової стійкості. Однією з найбільш поширених практик стала кількісна адаптація продукції, що полягає у зменшенні об'ємно-масових характеристик товарів за формального збереження номінального рівня цін. З економічної точки зору це дозволяє підвищити питомий дохід на одиницю продукції та частково компенсувати зростання собівартості без негайного перегляду цінових орієнтирів для споживача. У галузях із високою часткою сировинних витрат і відносно стабільним попитом, зокрема у харчовій промисловості, такі рішення набувають системного характеру.

Водночас практика прихованого зменшення кількісних характеристик товарів виходить за межі суто техніко-економічного або маркетингового прийому.

Її застосування супроводжується формуванням довгострокових наслідків, пов'язаних із трансформацією споживчих очікувань, зміною умов конкуренції та зростанням нефінансових ризиків, зокрема ризиків втрати довіри до брендів і посилення регуляторної уваги. У цьому контексті кількісна адаптація продукції перестає бути нейтральним інструментом оперативного реагування на витратні шоки та набуває ознак управлінського рішення стратегічного рівня.

*ISSN 2786-6025 Online*

Проблемність зазначеного явища полягає в тому, що, попри його широке практичне застосування, шринкфляція залишається недостатньо опрацьованою з позицій управління прибутковістю підприємств, особливо з урахуванням галузевої специфіки харчової промисловості. У наукових дослідженнях вона переважно розглядається як форма прихованого цінового коригування або як фактор споживчого сприйняття, тоді як її роль у системі компенсації витратного дисбалансу між сировинними та споживчими ринками залишається недостатньо формалізованою. Це ускладнює розроблення збалансованих управлінських рішень і підвищує ризик короткострокового вирівнювання фінансових показників за рахунок довгострокових втрат конкурентоспроможності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика прихованого зменшення кількісних характеристик товарів за збереження номінального рівня цін упродовж останніх років набула поширення в наукових дослідженнях, присвячених трансформації цінової політики підприємств в умовах інфляційного тиску. У зарубіжній науковій літературі це явище, відоме як *shrinkflation*, розглядається переважно як форма непрямого цінового коригування, що використовується виробниками за обмежених можливостей відкритого підвищення цін.

У працях зарубіжних дослідників основна увага зосереджується на поведінкових аспектах сприйняття споживачами змін кількісних параметрів товарів. Зокрема, у дослідженнях E. Chalioti, S. Dimitriadis та їхніх співавторів обґрунтовується, що зменшення об'єму або маси продукції може розглядатися як раціональна реакція виробників на зростання витрат за умов обмеженої уваги споживачів до фізичних характеристик товару. У роботах S. Ordabayeva та P. Chandon доведено наявність асиметрії у споживчих реакціях на пряме підвищення ціни та на скорочення кількісних параметрів продукції, що пояснює привабливість кількісної адаптації для виробників у короткостроковому періоді.

Окрему групу досліджень становлять роботи, присвячені поширеності практик зменшення об'єму або маси товарів на споживчих ринках та проблемам їх ідентифікації. Так, A. Janssen та J. Kasinger на основі емпіричних даних роздрібною торгівлі доводять зростання частоти застосування таких практик, особливо у сегменті товарів повсякденного попиту. У дослідженнях J. Białek та інших авторів акцентується увага на складності відображення прихованого зменшення кількісних характеристик товарів у традиційних показниках інфляції, що ускладнює їх статистичний облік і економічну інтерпретацію.

У вітчизняній науковій літературі прямі дослідження проблеми прихованого зменшення кількісних характеристик товарів представлені

*ISSN 2786-6025 Online*

обмежено. Водночас у працях українських учених, зокрема М. М. Жибака, Г. М. Христенка та інших, розглядаються питання зростання собівартості продукції, трансформації цінової політики підприємств харчової промисловості та пошуку альтернативних механізмів підтримання прибутковості в умовах нестабільного ринкового середовища. Ці дослідження формують теоретичне підґрунтя для аналізу кількісної адаптації продукції як одного з можливих інструментів реагування на витратний тиск.

Узагальнення наукових публікацій свідчить, що в існуючих дослідженнях приховане зменшення кількісних характеристик товарів переважно аналізується з позицій поведінки споживачів або загальних моделей ціноутворення. Водночас його роль у системі управління прибутковістю підприємств, зокрема з урахуванням галузевої специфіки харчової промисловості та асинхронності цінових процесів між сировинними і споживчими ринками, залишається недостатньо опрацьованою. Це зумовлює необхідність подальших досліджень, спрямованих на формалізацію економічної логіки застосування кількісної адаптації продукції як інструменту компенсації витратного дисбалансу.

**Мета статті** – дослідження впливу практик шринкфляції на прибутковість підприємств харчової промисловості в умовах зростання виробничих витрат та інфляційного тиску.

**Виклад основного матеріалу.** У межах практичного аналізу застосування кількісної адаптації продукції встановлено, що зменшення об'ємно-масових характеристик фасованих харчових продуктів в українських умовах формується як реакція виробників на обмеженість інструментів прямого коригування цін. Коли зростання собівартості не може бути повністю перекладене на споживача без втрати обсягів реалізації, підприємства змінюють параметри товарної одиниці, зберігаючи звичний для покупця ціновий орієнтир.

За своєю економічною суттю це означає зміну структури доходів без формального перегляду роздрібною ціни.

Кількісна адаптація продукції впливає насамперед на співвідношення між фізичними характеристиками товару та грошовими надходженнями від його реалізації. За незмінного рівня ціни скорочення об'єму або маси продукції призводить до зростання доходу в розрахунку на одиницю виміру, що частково нейтралізує витратний тиск на підприємство. Для виробника такий підхід не потребує негайного перегляду контрактних умов із торговельними мережами та не змінює позиціонування товару в межах відповідного цінового сегмента, що має принципове значення для продуктів регулярного попиту. Таким чином, кількісна адаптація продукції виступає механізмом зміни структури доходів за збереження усталених цінових орієнтирів.

ISSN 2786-6025 Online

Найбільш наочно зазначена модель проявляється на ринку молочної продукції, який є показовим з огляду на високу частку сировинних витрат у структурі собівартості. Зростання цін на молоко-сировину безпосередньо погіршило фінансові результати переробних підприємств і суттєво звузило можливості маневру в межах традиційної цінової політики. За таких умов скорочення фактичного об'єму продукції в одиниці упаковки стало альтернативою відкритому підвищенню цін і дозволило зберегти прийнятний для споживача рівень вартості покупки.

Економічний ефект від застосування прихованого зменшення кількісних характеристик товарів у цьому сегменті не зводиться лише до короткострокового вирівнювання маржі. Масове впровадження нових форматів фасування поступово змінює ринкові орієнтири, закріплюючи менші об'єми як нову норму споживання. У результаті відбувається адаптація як пропозиції, так і попиту, що знижує чутливість ринку до подальших кількісних коригувань, але водночас підвищує ризики довгострокової втрати довіри споживачів у разі накопичення подібних змін.

Схожі механізми простежуються і в кондитерській галузі, однак за інших економічних передумов. На відміну від молочного сегмента, тут ключову роль відіграють висока інтенсивність конкуренції та зростання вартості основних інгредієнтів, зокрема імпортного походження. За таких умов зменшення маси виробів використовується як інструмент утримання продукції в заданому ціновому діапазоні, що дозволяє підприємствам уникати різких коливань попиту та зберігати присутність у конкурентному середовищі.

Узагальнення практик прихованого зменшення кількісних характеристик товарів дозволило сформулювати типологію стратегій кількісної адаптації продукції в системі управління прибутковістю підприємств, подану в табл. 1.

Таблиця 1

### Типологія стратегій прихованого зменшення кількості Товару в системі управління прибутковістю підприємств

Форма кількісної адаптації	Характеристика реалізації	Економічний ефект для підприємства	Потенційні обмеження та ризики
Зменшення об'єму фасованої продукції	Скорочення фактичного об'єму за збереження номінального формату упаковки та ціни	Зростання доходу на одиницю виміру, часткова компенсація підвищення собівартості без перегляду цінників	Поступове зниження довіри споживачів у разі виявлення змін

Форма кількісної адаптації	Характеристика реалізації	Економічний ефект для підприємства	Потенційні обмеження та ризики
<i>Зменшення маси товарної одиниці</i>	Оптимізація ваги виробу без зміни позиціонування в ціновому сегменті	Підтримання маржі за умов зростання витрат на сировину та енергоносії	Обмежена можливість повторного застосування в межах одного формату
<i>Перехід до нестандартних форматів фасування</i>	Запровадження нетипових об'ємів або мас, що ускладнюють пряме цінове порівняння	Зниження цінової прозорості для споживача, стабілізація обсягів продажів	Зростання вимог до маркування та регуляторної уваги
<i>Диференціація об'ємів у межах однієї лінійки</i>	Паралельна пропозиція декількох форматів упаковки	Гнучке управління попитом у різних цінових сегментах	Ускладнення логістики та виробничого планування
<i>Тимчасова кількісна адаптація</i>	Обмежене у часі зменшення об'єму або маси	Короткострокове вирівнювання фінансових показників у період цінових шоків	Ризик сприйняття як маніпулятивної практики

Джерело: сформовано автором

Наведена типологія форм прихованого зменшення кількісних характеристик товарів свідчить про диференційований економічний потенціал відповідних стратегій залежно від галузевих умов функціонування підприємств і структури їхніх витрат. Найбільш результативними з погляду короткострокового впливу на прибутковість є моделі, що поєднують скорочення фактичного об'єму або маси продукції з мінімальними змінами зовнішнього вигляду упаковки. За таких умов відбувається перерозподіл інфляційного навантаження між виробником і споживачем без руйнування ustalених цінових орієнтирів, що дозволяє підприємству стабілізувати грошові надходження без негайного зниження обсягів реалізації.

Разом із тим економічна ефективність різних форм прихованого зменшення кількості товару не є універсальною та залежить від характеру ринку і поведінкових особливостей споживачів. Стратегії, пов'язані з

**ISSN 2786-6025 Online**

переходом до нестандартних форматів фасування, забезпечують підприємствам більшу гнучкість у короткостроковому періоді, проте ускладнюють пряме цінове порівняння між товарами та підвищують вимоги до інформаційної прозорості. Для виробників це означає необхідність додаткових витрат на адаптацію маркування, логістичних процесів і комунікацію з торговельними мережами, що може знижувати сумарний економічний ефект від застосування таких рішень. Важливою особливістю кількісної адаптації продукції є її обмежена відтворюваність у межах одного товарного формату. Повторне зменшення об'єму або маси без зміни позиціонування товару підвищує ймовірність негативної реакції споживачів і втрати довіри до бренду. У цьому контексті приховане зменшення кількісних характеристик товарів набуває характеру одноразового або обмеженого в часі управлінського інструменту, ефективність якого поступово знижується зі зростанням обізнаності ринку.

З галузевої точки зору найбільш сприятливі умови для застосування таких стратегій формуються у сегментах із високою часткою сировинних витрат і відносно стабільним попитом. У молочній промисловості зростання цін на молоко-сировину безпосередньо впливає на рівень собівартості продукції, істотно обмежуючи можливості прямого цінового маневру. За таких умов приховане зменшення фактичного об'єму фасованої продукції використовується як інструмент збереження фінансової рівноваги між виробником, торговельними мережами та споживачем (рис. 1).



Рис. 1. Приховане зменшення об'єму фасованої продукції

Джерело: сформовано автором

У кондитерській галузі економічний ефект від кількісної адаптації формується за інших передумов. Висока інтенсивність конкуренції та значна частка імпортової сировини зумовлюють підвищену чутливість підприємств до коливань валютного курсу й вартості ключових інгредієнтів. За таких обставин зменшення маси виробів дозволяє утримувати продукцію в межах заданого цінового сегмента, не порушуючи балансу між ціною та споживчою цінністю товару, проте потребує особливо обережного застосування з огляду на швидке поширення інформації серед покупців.

Для формалізації економічної логіки впливу кількісної адаптації товару на формування доходів і прибутковості підприємства доцільно розглянути механізм взаємодії між витратними обмеженнями, управлінськими рішеннями та фінансовими результатами, поданий на рис. 2.



**Рис. 2. Модель впливу кількісної адаптації товару на формування доходів і прибутковості підприємства**

*Джерело: розроблено автором*

Поданий механізм (рис. 2) демонструє, що кількісна адаптація товару не є ізольованою ціною дією, а функціонує як інструмент перерозподілу витратного тиску в межах існуючої цінової структури. Збереження номінального рівня ціни за одночасного скорочення фізичних параметрів товарної одиниці забезпечує зростання питомого доходу, що дозволяє підприємству стабілізувати валові фінансові показники без негайної втрати

**ISSN 2786-6025 Online**

обсягів реалізації. Водночас на завершальному етапі цього механізму чітко простежується обмеженість такого підходу, пов'язана з адаптацією споживчих очікувань, зниженням цінової прозорості та зростанням нефінансових ризиків. Це зумовлює доцільність використання кількісної адаптації не як постійного, а як тимчасового або комбінованого елемента системи управління прибутковістю.

Аналіз цінової динаміки свідчить про наявність стійкого розриву між темпами зростання вартості сировини та динамікою роздрібних цін на готову харчову продукцію. Для підприємств харчової промисловості це означає, що підвищення витрат формується швидше, ніж з'являється можливість їх компенсації шляхом прямого коригування цін. Зазначена асинхронність є наслідком поєднання високої конкуренції у роздрібному сегменті, інерційності споживчого попиту та договірних обмежень у взаємовідносинах із торговельними мережами.

Особливу роль у формуванні такого розриву відіграють сировинні ринки, ціни на яких визначаються глобальними біржовими механізмами (рис. 3).



**Рис. 3. Роль сировинних бірж у формуванні очікувань цін на постачання сировини**

*Джерело: розроблено автором*

Коливання вартості какао-бобів, соняшнику та інших аграрних ресурсів відображаються у ф'ючерсних котируваннях задовго до їх фактичного впливу на витрати переробних підприємств. Ф'ючерсні контракти в цьому випадку виконують функцію випереджального цінового сигналу, який формує очікування подорожчання сировини та частково закладається у ціни постачання ще до моменту виробництва кінцевої продукції.

Водночас трансляція цього витратного імпульсу на рівень роздрібних цін відбувається з часовим лагом і, як правило, в неповному обсязі. Для виробників це означає формування проміжного періоду, у межах якого зростання собівартості вже стало економічним фактом, тоді як підвищення цін на готову продукцію залишається конкурентно або ринково обмеженим. Саме в цьому проміжку активізуються непрямі інструменти компенсації витрат, зокрема приховане зменшення кількісних характеристик товарів, яке дозволяє тимчасово згладити дисбаланс між витратами та доходами.

Для систематизації відмінностей у формуванні цінових сигналів і можливостях їх трансляції на різних рівнях товарного ланцюга доцільно зіставити характеристики сировинного ринку та ринку кінцевої продукції, що подано в табл. 2.

Таблиця 2

### Структурні відмінності формування цінових сигналів на сировинному та споживчому рівнях ринку

Показник	Сировинний ринок	Ринок кінцевої продукції
<i>Характер зміни цін</i>	Висока волатильність, випереджальний характер	Інерційна динаміка
<i>Джерело цінових сигналів</i>	Біржові котирування, ф'ючерсні контракти	Роздрібні ціни, контракти з мережами
<i>Швидкість трансляції змін</i>	Випереджає виробничий цикл	Запізнюється відносно зростання витрат
<i>Можливість негайної корекції</i>	Відсутня для переробника	Обмежена через еластичність попиту
<i>Наслідки для собівартості</i>	Різке зростання змінних витрат	Часткова або відкладена компенсація
<i>Типова реакція виробника</i>	Пошук непрямих інструментів компенсації	Утримання номінальної ціни
<i>Роль кількісної адаптації</i>	Інструмент згладжування витратного розриву	Засіб тимчасової стабілізації доходів

Джерело: узагальнено та систематизовано автором

Узагальнені у табл. 2 характеристики демонструють принципову відмінність між логікою формування цін на сировинних ринках і на ринках кінцевої продукції. Випереджальний характер зростання цін на ресурси, поєднаний із запізнюючою реакцією роздрібного сегмента, зумовлює виникнення структурного дисбалансу між витратами та доходами підприємств харчової промисловості. За таких умов кількісна адаптація продукції використовується

*ISSN 2786-6025 Online*

не як альтернативна цінова стратегія, а як інструмент тимчасового вирівнювання цього дисбалансу в межах існуючої цінової структури.

Ефективність застосування прихованого зменшення кількісних характеристик товарів у такому контексті визначається ступенем залежності виробництва від біржових ресурсів, масштабами цінової волатильності та можливостями подальшого коригування роздрібних цін. У галузях із високою сировинною залежністю цей інструмент дозволяє частково компенсувати витратний тиск у короткостроковому періоді, тоді як у сегментах із меншою часткою сировини його роль має допоміжний характер і не може розглядатися як самодостатнє управлінське рішення.

Узагальнюючи наведений аналіз, слід зазначити, що застосування прихованого зменшення кількісних характеристик товарів у харчовій промисловості формується під впливом поєднання витратних, цінових і ринкових чинників, які діють одночасно та взаємопов'язано. Асинхронність між динамікою цін на сировину та реакцією роздрібною сегмента, посилена ф'ючерсними очікуваннями й волатильністю біржових ринків, створює для підприємств ситуацію обмеженого вибору інструментів компенсації зростаючих витрат. За таких умов кількісна адаптація продукції виступає проміжним елементом управління доходами, що дозволяє частково стабілізувати фінансові показники до моменту, коли ринок стає спроможним сприйняти відкрите цінове коригування. Водночас ефективність цього підходу не є сталою та залежить від галузевої специфіки, структури собівартості й рівня поінформованості споживачів, що обмежує можливість його систематичного використання без поєднання з іншими інструментами цінової та асортиментної політики підприємств.

**Висновки.** Проведений аналіз дозволив установити, що приховане зменшення кількісних характеристик товарів у харчовій промисловості є не окремим маркетинговим прийомом, а похідним елементом системи управління доходами підприємств в умовах обмеженої цінової маневреності. На відміну від прямого підвищення роздрібних цін, яке безпосередньо транслюється у скорочення попиту, кількісна адаптація забезпечує зміну структури доходів за збереження номінального цінового орієнтира для споживача, що дозволяє підприємствам тимчасово стабілізувати фінансові результати в умовах зростання собівартості.

У ході дослідження встановлено, що ключовим чинником поширення практик кількісної адаптації є асинхронність цінових процесів на різних рівнях товарного ланцюга. Зростання цін на сировину, яке формується під впливом глобальних біржових ринків і ф'ючерсних очікувань, випереджає реакцію роздрібною сегмента, де ціни коригуються повільніше через конкуренцію, еластичність попиту та договірні обмеження у взаємовідносинах із

торговельними мережами. У результаті між витратами та доходами підприємств виникає структурний розрив, який не може бути оперативно усунутий традиційними інструментами ціноутворення.

Доведено, що в таких умовах кількісна адаптація товарів виконує функцію проміжного інструменту компенсації витратного тиску. Її економічний ефект проявляється через зростання питомого доходу на одиницю продукції, що частково нейтралізує підвищення собівартості без формального перегляду роздрібних цін. Водночас цей ефект має часові обмеження та не може розглядатися як довгострокове універсальне рішення, оскільки повторне застосування кількісних змін у межах одного товарного формату супроводжується зростанням ризиків втрати довіри споживачів і зниження прозорості цінових сигналів.

#### **Література:**

1. Більше платиш, менше їси. Чому виробники продуктів зменшують розміри упаковок. URL: <https://pravda.com.ua/finances/chomu-zmenschuyutsya-upakovki-tovariv-v-magazinah-800504/>
2. Приховане подорожчання: в Україні можуть змінити правила вказування цін у магазинах. URL: <https://finteco.com.ua/article/8288-prykhovane-podorozhchannia-v-ukraini-mozhut-zminyty-pravyla-vkazuvannia-tsin-u-mahazynakh/>
3. Зменшення упакування у ваших продуктах – шахрайство чи легальна стратегія. URL : <https://finance.ua/ua/goodtoknow/shrinkflation>
4. Voronovych, Z. (2025). Shrinkflation: як виробники маскують подорожчання товарів і чи спростить нове законодавство контроль цінових практик. Маркетинг і цифрові технології, Вип. 9, №2, Національний університет харчових технологій (Київ, Україна). <https://mdt-opu.com.ua/files/download/2025/mdt9.2.2025.com>
5. Mind.ua (2022). Ціна чесності: світ захоплює шрінкфляція – зменшення обсягів при збереженні ціни. <https://mind.ua/publications/20250185-cina-chesnosti-svit-zahoplyue-shrinkflyaciya-zmenschennya-obsyagiv-tovaru-pri-zberezhenni-cini-hto-ta-yak.com>
6. Тетяна Крайнікова (2023). Шрінкфляція. Як бізнес “ходить поміж крапельками”. Finance.ua <https://finance.ua/ua/goodtoknow/shrinkflation.com>
7. Chalioti, E., & Serfes, K. (2024). Shrinkflation. Economics Letters, 244, 111959. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2024.111959>

#### **References:**

1. Bil'she platysh, menshe yisy. Chomu vyrobnyky produktiv zmenschuyut' rozmiry upakovok [The more you pay, the less you eat. Why food manufacturers are reducing package sizes]. *Ekonomichna Pravda*. URL: <https://pravda.com.ua/finances/chomu-zmenschuyutsya-upakovki-tovariv-v-magazinah-800504/>
2. Prykhovane podorozhchannya: v Ukrayini mozhut' zminyty pravyla vkazuvannya tsin u mahazynakh [Hidden price increases: Ukraine may change the rules for displaying prices in stores]. *Finteco*. URL: <https://finteco.com.ua/article/8288-prykhovane-podorozhchannia-v-ukraini-mozhut-zminyty-pravyla-vkazuvannia-tsin-u-mahazynakh/>
3. Zmenschennya upakovuvannya u vashykh produktakh – shakhraystvo chy lehal'na stratehiya [Reducing packaging in your products – fraud or a legal strategy]. *Finance.ua*. URL: <https://finance.ua/ua/goodtoknow/shrinkflation>

**ISSN 2786-6025 Online**

4. Voronovych, Z. (2025). Shrinkflation: yak vyrobnyky maskuyut' podorozhchannya tovariv i chy sprostyt' nove zakonodavstvo kontrol' tsinovykh praktyk [Shrinkflation: how manufacturers mask price increases and whether new legislation will simplify the control of pricing practices]. *Marketynh i tsyfrovi tekhnolohiyi [Marketing and Digital Technologies]*, Vol. 9, No. 2. National University of Food Technologies (Kyiv, Ukraine). <https://mdt-opu.com.ua/files/download/2025/mdt9.2.2025.com>

5. Mind.ua (2022). Tsina chesnosti: svit zakhoplyuye shrinkflyatsiya – zmeshennya obsyahiv pry zberezhenni tsiny [The price of honesty: shrinkflation is taking over the world – reducing volumes while maintaining prices]. URL: <https://mind.ua/publications/20250185-cina-chesnosti-svit-zahoplyue-shrinkflyaciya-zmeshennya-obsyagiv-tovaru-pri-zberezhenni-cini-hto-ta-yak.com>

6. Kraynikova, T. (2023). Shrinkflyatsiya. Yak biznes "khodyt' pomizh krapel'kamy" [Shrinkflation. How business "walks between the raindrops"]. *Finance.ua*. URL: <https://finance.ua/goodtoknow/shrinkflation.com>

7. Chalioti, E., & Serfes, K. (2024). Shrinkflation. *Economics Letters*, 244, 111959. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2024.111959>

*Дата першого надходження статті до видання: 10.02.2026*

*Дата прийняття статті до друку після рецензування: 25.02.2026*