

Міністерство освіти і науки України  
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права  
Національного університету  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Україна)  
Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес освіти (Україна)  
Білостоцький технологічний університет (Польща)  
Університет Гренландії (Гренландія)  
«1 грудня 1918 р» Університет Альба Юлія (Румунія)  
Вільнюський університет прикладних наук (Литва)  
Сучавський університет імені Штефана Марє (Румунія)  
Університет прикладних наук (Австрія)  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна (Україна)  
Київський національний університет будівництва та архітектури (Україна)  
Національний університет «Запорізька політехніка» (Україна)  
Київський національний університет технологій та дизайну (Україна)  
Львівській державний університет фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)  
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького (Україна)  
Сумський державний аграрний університет (Україна)

## **СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

**06 листопада 2025 року**



**Co-funded by  
the European Union**



Полтава  
2025

праці і розвиток талантів. Його впровадження сприяє ефективнішому стратегічному управлінню персоналом, підвищенню продуктивності компаній та створенню конкурентних переваг на глобальному ринку. Водночас ШІ допомагає мінімізувати людський фактор, скоротити витрати часу та ресурсів на HR-процеси, одночасно стимулюючи внутрішню мобільність і розвиток працівників.

### Список використаних джерел

1. Горбачова І. В., Аксьонова О. В. Інновації у HR-менеджменті: сучасні тенденції та системний підхід міжнародних компаній. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2024. № 50. С. 37–41. URL: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/50\\_2024ua/8.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/50_2024ua/8.pdf)
2. AI in HR: tips, tools, and best practices. *EddySoftware*. URL: <https://eddy.com/hr-encyclopedia/ai-in-hr/>
3. Шкуренко А. В. Використання штучного інтелекту в HR-менеджменті. *Конференції ВНТУ електронні наукові видання*. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2021/paper/view/11646>.
4. Айзенберг Т. Сучасні тенденції застосування ші-інструментів у міжнародному менеджменті людських ресурсів. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 65. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4459>
5. Олійник І. В. Стратегії адаптації HR-менеджменту в умовах діджиталізації та штучного інтелекту. *Економіка та суспільство*. 2024. № 70. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5356>
6. Коць О., Стойко М., Коць О. Інтеграція штучного інтелекту в стратегію управління персоналом підприємства: Пріоритети та переваги в умовах глобалізації ринку праці. *Економіка та суспільство*. 2025. № 78. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6593>

УДК 005.52:339.137.2:339.924

Ус А.О., магістр

Науковий керівник: Комеліна О.В., д.е.н., професор

*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

*(м. Полтава, Україна)*

## СТРАТЕГІЯ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

У сучасних умовах динамічної глобальної економіки стратегія диференціації бізнесу виступає ключовим інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємств. Глобальні виклики, серед яких цифровізація, енергетичні кризи, військові конфлікти, екологічні загрози та зміна споживчих цінностей, зумовлюють потребу у переосмисленні стратегічних підходів до управління бізнесом. У таких умовах диференціація дозволяє компаніям не лише виживати, але й формувати унікальні ринкові позиції, що забезпечують стійкий розвиток у довгостроковій перспективі [1]. У класичній теорії стратегічного менеджменту диференціація визначається як стратегія створення унікальної пропозиції, яка сприймається споживачами як цінна та неповторна. Однак у XXI столітті зміст цього поняття значно розширився. Як зазначають науковці, підприємства повинні кастомізувати й інновувати лише там, де це створює реальну конкурентну відмінність, і де клієнти готові за неї платити [2]. Тобто сучасна диференціація – це не лише дизайн продукту, а й створення цілісного досвіду взаємодії клієнта з брендом.

Важливим аспектом цього підходу є перетворення стратегії диференціації бізнесу у конкретні внутрішні здібності. У дослідженні науковців наголошено, що конкурентна

перевага не формується лише гаслами чи маркетинговими кампаніями, а конкретними компетенціями, процесами та організаційними ресурсами [3]. Підприємства, що мають високий рівень інноваційної культури та розвинену систему управління знаннями, здатні краще адаптуватися до мінливих умов середовища.

За даними досліджень [4] в умовах цифровізації економіки компанії все більше акцентують увагу на нематеріальних атрибутах диференціації – користувацькому досвіді, емоційному дизайні, брендингу, сервісі. У цифровому просторі саме ці фактори визначають довіру споживача й формують лояльність до бренду. Наприклад, диференціація онлайн-бізнесу досягається не лише за рахунок якості товару, а через сторітелінг і контент-стратегії, що формують споживачів відчуття унікальності [5]. Водночас, як зазначається науковцями, суттєвим чинником успішної диференціації є інвестиції у розвиток інноваційної екосистеми, яка підтримує постійне оновлення продуктів та послуг. Такі інвестиції виконують не лише функцію розвитку бізнесу, але й стають ринковим сигналом про інноваційність компанії, що підвищує її репутаційну привабливість [6]. Вітчизняні науковці також приділяють значну увагу ролі диференціації у стратегічному менеджменті підприємств. Дослідження українських авторів [7-8] свідчать, що стратегія диференціації дозволяє забезпечити стійкість бізнесу в умовах криз та нестабільності ринку. Для українських підприємств, зокрема в агропромисловому секторі, важливими є такі напрями реалізації стратегії: підвищення якості та екологічності продукції; створення локальних брендів із регіональною ідентичністю; упровадження сучасних стандартів безпеки й сертифікації; використання цифрових технологій у логістиці та комунікаціях із клієнтами.

Особливе місце у сучасних дослідженнях посідає організаційна диференціація, яка передбачає узгодженість внутрішніх структур, процесів і брендової комунікації. Автори доводять, що конкурентна перевага формується тоді, коли організаційний дизайн і система управління підкріплюють стратегічні сигнали ринку [9]. Таким чином, відмінність компанії стає не випадковою, а результатом системного стратегічного управління. Важливо ураховувати ризики функціонування підприємств не залежно від його специфіки діяльності [10]. Не менш важливою є соціальна складова диференціації, що передбачає формування емоційного зв'язку між підприємством і споживачем. Фірми, які персоналізують умови праці та створюють унікальні ціннісні пропозиції для працівників, підвищують лояльність не лише до свого персоналу, але й до клієнтів В епоху глобальної конкуренції довіра стає ключовою нематеріальною цінністю, яка безпосередньо впливає на результативність бізнесу [11]. Узагальнюючи вітчизняні та зарубіжні підходи, можна визначити, що стратегія диференціації в умовах глобальних викликів є багатовимірним явищем, яке охоплює інноваційний, організаційний, цифровий, соціальний та репутаційний виміри. Вона забезпечує не лише ринкову унікальність, а й довгострокову адаптивність підприємства до динамічних змін середовища [12].

Отже, стратегія диференціації бізнесу – це не просто підхід щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємств та їх стратегічної стійкості, а комплексна управлінська концепція, спрямована на створення й підтримку унікальної системи цінності підприємства. Концепція диференціації бізнесу є основою стратегічної стійкості, підвищення довіри до бренду, розвитку інновацій та забезпечення конкурентоспроможності у глобалізованому світі.

### Список використаної літератури

1. Koehler J., Leinwand P., Mani M. Customize and innovate only where it leads to true competitive differentiation – and where that differentiation is something your customers are willing to pay for. *Harvard Business Review*. 2021. № 3. URL: <https://hbr.org> (дата звернення: 20.10.2025).
2. Sharp B., Dawes J. What is differentiation and how does it work?. *Journal of Marketing Management*. 2001. Vol. 17, № 7–8. P. 739–759.
3. Conrad K. Price competition and product differentiation when consumers care for the

environment. *Environmental and Resource Economics*. 2005. Vol. 31, №. 1. P. 1–19.

4. Miller C. D., Wang R. D. Product digitization and differentiation strategy change: Evidence from the book publishing industry. 2024.

5. Corejova T., Rostasova M., Rovnanova A., Valica M. Competitive differentiation in the digital environment and social networks. *International Conference on Applied Economics*. Cham: Springer International Publishing, 2019. P. 705–716.

6. Visscher K., Hahn K., Konrad K. Innovation ecosystem strategies of industrial firms: A multilayered approach to alignment and strategic positioning. *Creativity and Innovation Management*. 2021. Vol. 30, №. 3. P. 619–631.

7. Ткачук Н., Заяць О. Диференціація конкурентних стратегій багатонаціональних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 67. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-103> (дата звернення: 20.10.2025).

8. Komelina O. Transformation processes in organization management in conditions of extreme exogenic challenges: theory and methodology. *Сучасні інноваційно-інвестиційні механізми розвитку національної економіки в умовах євроінтеграції: матеріали X Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 09 листоп. 2023 р. Полтава: Нац. ун-т ім. Ю. Кондратюка, 2023. С. 15–17.*

9. Jerab D., Mabrouk T. Strategic Excellence: Achieving Competitive Advantage through Differentiation Strategies. URL: <https://ssrn.com/abstract=4575042> (дата звернення: 20.10.2025).

10. Komelina O., Kharchenko Y. Екологічно-економічні ризики при впровадженні моделі сталого розвитку підприємств в умовах енергетичних викликів. *Науковий журнал «Економіка і регіон»*. 2024. № 3 (94). С. 164–170.

11. Комеліна О. В., Гридін Д. О. Проблеми та виклики кадрового менеджменту підприємств у сучасних умовах. *Економічний простір*. 2025. № 197. С. 51–55. URL: <https://doi.org/10.30838/EP.197.51-55> (дата звернення: 20.10.2025).

12. Samuel H., Siagian H., Octavia S. The Effect of Leadership and Innovation on Differentiation Strategy and Company Performance. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. – 2017. Vol. 237. P. 1152–1159.

УДК 658.012.8

Штеймільлер І.О., к.п.н., доцент; Саакян І.А., магістр  
*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*  
(м. Харків, Україна)

## **ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах глобалізації, цифровізації економіки та високої динаміки ринкових змін забезпечення конкурентоспроможності підприємства стає ключовим чинником його стабільного розвитку. Конкурентоспроможність визначає здатність підприємства не лише утримувати позиції на ринку, а й адаптуватися до змін зовнішнього середовища, впроваджувати інновації, підвищувати ефективність управління та якість продукції.

Сучасні виклики, такі як військові ризики, нестабільність фінансових ринків, цифрова трансформація - актуалізують потребу у формуванні гнучких стратегій розвитку, орієнтованих на довгострокову конкурентну перевагу.

Метою є визначення основних підходів і шляхів забезпечення конкурентоспроможності підприємства через розробку ефективних стратегій корпоративного розвитку, що враховують внутрішній потенціал організації та вплив зовнішнього середовища.

Конкурентоспроможність підприємства формується як результат реалізації ефективної стратегії розвитку, яка забезпечує баланс між ресурсними можливостями компанії, її ринковим позиціонуванням і динамікою змін у галузі. Кожна стратегія корпоративного розвитку орієнтована на певну місію та завдання, але її сутність визначається не стільки цілями компанії, скільки специфікою її економічних відносин, ресурсів і управлінських