

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

майбутньої відбудови України? *Економічна правда*. URL: <https://epravda.com.ua/columns/2024/06/03/714596/>.

3. Макаренко І. О. Інкорпорація ESG-критеріїв у діяльність компаній у контексті їх інвестиційного скринінгу. *Економіка, управління та адміністрування*. 2023. № 2 (104). С. 86–93. URL: [https://doi.org/10.26642/jen-2023-2\(104\)-86-93](https://doi.org/10.26642/jen-2023-2(104)-86-93).

4. Що таке ESG та чому це важливо для українського бізнесу. YouControl. URL: <https://youcontrol.com.ua/topics/shcho-take-esg-ta-chomu-tse-vazhlyvo-dlia-ukrayinskoho-biznesu/>.

5. A systematic review of ESG indicators and corporate performance: proposal for a conceptual framework – *Future Business Journal*. SpringerOpen. URL: <https://fbj.springeropen.com/articles/10.1186/s43093-025-00539-1>

УДК 339.137.2:355.02

Биба В.В., к.т.н., доцент; Пантюх В.О., магістр
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

В умовах воєнного стану, який супроводжується постійними руйнуваннями інфраструктури, нестачею ресурсів та зниженням ділової активності, підприємствам України необхідно швидко переглядати стратегії розвитку. У таких обставинах формування конкурентних переваг стає питанням не лише економічної ефективності, а й виживання бізнесу. Це визначає актуальність теми дослідження, адже конкурентоспроможність підприємства сьогодні залежить від його здатності адаптуватися до кризових умов і знаходити інноваційні рішення [1].

Конкурентні переваги у період війни набувають нового змісту. Зазвичай у мирний час вони базуються на якості продукції, ціновій політиці, інноваціях або бренді. Проте, в умовах війни пріоритети зміщуються до гнучкості, оперативності рішень, налагоджених логістичних ланцюгів та ефективного антикризового менеджменту [2]. Не менш важливу роль відіграє соціальна відповідальність бізнесу, яка зміцнює репутацію компанії, підвищує довіру з боку партнерів і споживачів та виступає додатковим нематеріальним активом.

Одним із ключових напрямів формування конкурентних переваг є інноваційний розвиток, який здатний забезпечити можливість швидкого реагування на зміни середовища. Зокрема, підприємства активно впроваджують цифрові технології для того, щоб оптимізувати бізнес-процеси, організувати дистанційну роботу та комунікації з клієнтами. Це сприяє скороченню витрат, підвищенню гнучкості управління і створенню нових каналів збуту. В сучасних умовах під час війни цифровізація стає не просто трендом, а інструментом виживання бізнесу.

Важливою також є диверсифікація діяльності. Підприємства, яким вдалося адаптувати асортимент продукції або змінити ринки збуту, отримали стабільніші позиції. Наприклад, багато компаній зараз спрямували свої зусилля на виробництво товарів оборонного чи гуманітарного призначення. Така стратегія дає змогу не лише зберегти виробництво, а й забезпечити соціальну місію бізнесу, що підвищує його стійкість [3].

Не менш важливим чинником конкурентоспроможності є управління персоналом у кризових умовах. Підприємства, які змогли зберегти команду, мотивувати працівників і забезпечити безпечні умови праці, сьогодні мають значну перевагу. Адже людський капітал залишається ключовим ресурсом, здатним генерувати інновації та чіткі рішення.

Крім того, співпраця з державними структурами, місцевими громадами та міжнародними фондами відкриває нові можливості для бізнесу. Грантова підтримка, участь у

програмах відновлення, партнерство з волонтерськими організаціями – усе це посилює соціальну значущість підприємства і водночас підвищує його ділову репутацію, що також є елементом конкурентної переваги.

Отже, у воєнний період основою формування конкурентних переваг бізнесу є гнучкість, інноваційність, соціальна відповідальність та партнерська взаємодія. Підприємства, які змогли швидко адаптуватися до нових умов, переорієнтувати бізнес-модель і зберегти команду, не лише утримують свої позиції, а й створюють основу для післявоєнного розвитку. У цьому контексті менеджмент підприємства має зосереджуватись на довгостроковій стратегії стійкості, що поєднує економічну ефективність із соціальними та етичними аспектами діяльності.

Список використаних джерел

1. Омельчак Г. В. Особливості формування конкурентоспроможності підприємств в умовах воєнного стану. *Економічний простір*. 2023. № 187. С. 74–80.
3. Корнієнко Т. О. Маркетингові стратегії у формуванні конкурентних переваг підприємств в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2023. № 49. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2364> (дата звернення: 11.10.2025).
4. Matviichuk I. Innovative Approaches to Analyzing Enterprise Costs Under Martial Law. *Economic Journal of Lesya Ukrainka Volyn National University*. 2025. № 3. URL: <https://www.echas.vnu.edu.ua/index.php/echas/article/view/1003> (дата звернення: 11.10.2025).

УДК: 005.95.96:159.923

Білан В.В., студент

Науковий керівник: Карпенко Ю. В., к.е.н., доцент

*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)*

РОЛЬ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СИСТЕМІ КОМПЕТЕНЦІЙ HR-МЕНЕДЖЕРА

Зазвичай перелік завдань HR-менеджера містить такі пункти:

- налагодження ефективних комунікацій із кандидатами та співробітниками;
- вирішення конфліктних ситуацій у команді;
- профілактика синдрому емоційного вигорання у працівників;
- покращення соціально-психологічного клімату в колективі.

Тому однією з важливих компетенцій фахівця в сфері управління персоналом є емоційний інтелект.

Є різні підходи до самого поняття емоційного інтелекту, його структури та змісту. Проте спільною ознакою у визначеннях емоційного інтелекту є розуміння його як здатності до ідентифікації, розуміння емоцій і управління ними [1].

Емоційний інтелект (далі – EI) – це здатність розпізнавати та розуміти власні емоції, керувати ними, а також ефективно взаємодіяти з емоціями інших. Згідно з визначенням Американської психологічної асоціації (APA), емоційний інтелект охоплює самосвідомість, саморегуляцію, мотивацію, емпатію та соціальні навички.

Для HR-менеджерів EI – не черговий модний тренд, а реально необхідна навичка, яка допомагає людям у команді краще взаємодіяти й ефективніше працювати. HR-менеджер із розвиненим емоційним інтелектом більш конкурентоспроможний з декількох причин.

1. Краще розуміє персонал. Наприклад, якщо працівник уникає мітингів, відписує в різкому тоні чи виглядає виснаженим, це не просто випадковість. HR-фахівці з емоційним інтелектом можуть помітити такі сигнали вчасно й допомогти співробітнику, поки проблема не стала серйозною.