

**Додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

на честь 95-річчя ХНЕУ ім. Семе́на Кузне́ця

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей

**21 листопада 2025 року
м. Харків, Україна**

**Харків
2025**

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол № 8 від 26.11.2025 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 12 від 11.11.2025 р.)

Рецензенти: **Криворучко Оксана Миколаївна**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (Харків, Україна);
Назарова Галина Валентинівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри соціальної економіки Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (Харків, Україна);
Райко Діана Валеріївна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Національного технічного університету «Харківський політехнічний університет» (Харків, Україна)

Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали XX Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 21 листопада 2025 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2025. Укр. мова, англ. мова

Наведено результати наукових досліджень учасників XX Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики» на честь 95-річчя ХНЕУ імені Семена Кузнеця, присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману. Розглянуто історико-теоретичні засади інноваційного підходу до економіки державного сектора; цифрові моделі продуктивних управлінських відносин у сучасних організаціях; роль стійких інновацій у забезпеченні довгострокової конкурентної переваги; методологічні основи удосконалення зовнішньоекономічної політики України в умовах глобальної конкуренції; особливості трансформації цифрової економіки на основі досвіду ЄС; цифровізацію центрів надання адміністративних послуг і зміцнення стійкості людських ресурсів у громадах України, що формує нові орієнтири підвищення їх конкурентоспроможності. Всі питання розглянуто в контексті сучасних умов воєнних дій і повсякденного відновлення економіки України, враховуючи досвід інших країн світу.

Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції. Представлений матеріал може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, практичній діяльності підприємств і організацій для підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, наукових, освітніх і громадських організацій.

UDC 339.9:658.18

Main Trends in the Development of the Contemporary Environment of International Companies

Piddubna Liudmyla,

Doctor of Sciences in Economics, Professor, Professor of Department of International Economics and Management, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (Kharkiv, Ukraine), e-mail: l.i.poddubnaya@gmail.com

Harnytskyi Andrii,

Postgraduate Student, Department of International Economics and Management, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (Kharkiv, Ukraine), e-mail: garnitskiyandrey@gmail.com

Business management, as a discipline and practice, aims to coordinate resources effectively and efficiently to achieve organizational goals and is historically based on the principles of planning, organizing, motivating, and controlling. Management evolves in response to complex internal and external environmental factors.

The modern environment, characterized by fragility, anxiety, non-linearity, and uncertainty, requires real-time decision-making and strategic foresight. Research and analysis of scientific works has revealed several trends that are critical to successful company management in the 21st century.

The first trend is the active implementation of artificial intelligence (AI) technology in business processes. The implementation of AI goes beyond chatbots and generative AI functions. Businesses will use AI for predictive analytics, decision-making, and improving operational efficiency. Companies are beginning to view AI not only as an additional feature, but also as a strategic advantage. AI can become a central element in changing value propositions and completely reformatting the customer experience for businesses.

The second trend is sustainable development and the circular economy. Fragmented sustainable development initiatives are giving way to the comprehensive and systematic implementation of ESG (environmental, social, and governance) practices in internal operations and strategy management. The circular economy is becoming the central model for minimizing waste through reuse and recycling. In the past, switching to green technologies was a way to improve a brand's image and reputation. In the 21st century, companies realize that switching to green technologies is beneficial for business from a financial and operational point of view.

Business trend number three is remote and hybrid working models. Sociological studies show a growing demand for remote work among employees. The main reason for this is the work-life balance that such policies provide. Therefore, companies continue to implement hybrid models that combine remote work and office work. This will require special efforts from management to effectively manage personnel, support corporate culture, and increase the efficiency of office space.

The fourth trend relates to global data privacy and cybersecurity. Ensuring data privacy and robust cybersecurity are of paramount importance to international companies. Protecting confidential data in international networks and building customer trust through robust data security measures are critical to avoiding significant reputational and financial risks.

The next, fifth trend is e-commerce and digital marketplaces. E-commerce continues to drive global expansion, and digital marketplaces connect businesses and consumers around the world. Effective cross-border strategies, culturally relevant digital marketing, and seamless omnichannel experiences are vital to success in diverse international markets.

The sixth trend is changes in supply chains and flexible market entry/exit strategies. Global companies must create resilient and diversified supply chains to mitigate geopolitical tensions and economic downturns.

Reliable scenario planning and flexible market entry/exit strategies are crucial for adapting to a complex and changing international situation and ensuring business continuity. The COVID-19 pandemic, Russia's aggression against Ukraine, conflicts in the Middle East, etc. demonstrate the complexity of the modern business environment.

Regionalisation and localisation are the seventh trend in the modern environment of international companies. The transition to clustering of the global economic space leads to an increase in the importance of regionalisation and localisation. Companies will continue to optimise regional supply chains and adapt products, services and marketing to specific local cultural, linguistic and regulatory requirements.

Localisation adapts a company's content, products or services to the language, culture and preferences of a specific target market. Localisation is not simply a matter of translating into the language of another audience. An organisation may change images to conform to cultural norms, adjust prices to reflect the local economy and currency, and ensure that marketing is natural and appealing. Business localisation can also extend to internal processes. Companies that work with international partners must translate business documents into their native language. These translations must be accurate and legally compliant to adhere to local regulations and requirements. Incorrect localisation can lead to misunderstandings, legal issues, contract disputes, and even undermine trust between business partners.

The eighth trend is intercultural flexibility and inclusiveness. Managing diverse global teams will promote collaboration and leverage diverse perspectives for innovation and better understanding of global markets through sensitive communication strategies.

These trends in the development of the modern environment for international companies require new management practices that will enable them to navigate complex situations, manage with empathy, and align profits with goals.

