

ризиків [4]. У цілому, гейміфікація дозволяє мультинаціональним корпораціям ефективніше управляти ризиками та збільшувати свою стійкість у нестабільних умовах, надаючи інноваційні методи для залучення персоналу, підвищення мотивації та розвитку необхідних навичок.

У сучасному світі, де бізнес-середовище постійно змінюється та викликає нестабільність, важливо мати ефективні інструменти управління та забезпечення стійкості для мультинаціональних корпорацій. Одним з таких інноваційних інструментів є гейміфікація, яка виявляється не лише цікавим методом, а й потужним інструментом для управління ризиками та підвищення стійкості. Гейміфікація вносить свіжий погляд на традиційні методи управління, дозволяючи залучити персонал до активної участі, підвищити їхню мотивацію та розвинути необхідні навички. Інтерактивні ігри, виклики та системи винагород допомагають створити позитивне та стимулююче середовище, де працівники готові ефективно реагувати на ризики та приймати стратегічні рішення. Підсумовуючи, гейміфікація є перспективним інструментом управління ризиками та підвищення стійкості мультинаціональних корпорацій в умовах глобальної нестабільності. Її впровадження може призвести до значного покращення ефективності бізнесу, збільшення конкурентоспроможності та зниження ризиків, що стикаються компанії в сучасному світі.

Перелік використаних джерел:

1. Arias-Vargas M., Sanchis R., Poler R. Gamification for Decision-Making When Facing Disruptive Events in the Supply Chain. In The International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management Cham: Springer International Publishing. 2022. pp. 309-314.
2. Gheorghe A. V., Katina P. F. Gamification for Resilience: Resilient Informed Decision Making. John Wiley & Sons. 2023.
3. Groth O. The Great Remobilization: Strategies and Designs for a Smarter Global Future. MIT Press, 2023.
4. Skritsovali K. Learning through playing: appreciating the role of gamification in business management education during and after the COVID-19 pandemic. Journal of Management Development. 2023. № 42(5). pp. 388-398.

Сергій Кучер

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УПРАВЛІННІ ГЛОБАЛЬНИМИ ЛАНЦЮГАМИ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ

Соціальна відповідальність в управлінні глобальними ланцюгами доданої вартості є ключовим аспектом сучасного бізнесу. Це відображення поступового розвитку сприйняття підприємством його впливу на суспільство, середовище та економіку в межах глобального контексту. В контексті зростаючих екологічних

та соціальних проблем, соціальна відповідальність управління глобальними ланцюгами доданої вартості стає стратегічним інструментом, який дозволяє підприємствам не тільки забезпечувати стійкість своїх бізнес-процесів, але й активно впливати на покращення умов життя суспільства та збереження навколишнього середовища. Соціальна відповідальність стає все більш визначальним аспектом сучасного бізнесу, особливо в контексті глобальних ланцюгів доданої вартості. Вона обумовлює комплекс заходів та ініціатив, спрямованих на підтримку сталих та етичних практик у всіх етапах виробництва та постачання. Управління глобальними ланцюгами доданої вартості з врахуванням соціальної відповідальності вимагає від компаній не лише дотримання законодавчих норм, а й перевищення їх через запровадження власних стандартів соціальної відповідальності. Етичні норми та стандарти грають ключову роль. Вони включають справедливі умови праці, заборону дитячої праці, гарантування безпечних і здорових умов праці, а також справедливу оплату праці [1]. Компанії, що активно впроваджують ці принципи у свої глобальні ланцюги, часто використовують сторонні аудити для перевірки дотримання стандартів на всіх рівнях постачання.

Екологічна відповідальність є ще одним критичним аспектом. Вона вимагає від компаній зменшення негативного впливу на довкілля через оптимізацію процесів, використання відновлюваних ресурсів та мінімізацію відходів. Практики, такі як відновлення матеріалів та утилізація, стають все більш поширеними серед провідних глобальних брендів. Соціальна справедливість і рівність – це ще одне важливе поле для втілення соціальної відповідальності. Це означає створення рівних можливостей для працівників, незалежно від їхньої статі, раси чи етнічного походження, а також підтримку місцевих спільнот через соціальні інвестиції та розвиткові програми. Впровадження цих принципів соціальної відповідальності в управління глобальними ланцюгами доданої вартості не лише сприяє сталому розвитку та етичному бізнесу, а й забезпечує компаніям конкурентну перевагу [2]. Споживачі стають все більш обізнаними щодо процесів виробництва товарів, які вони купують, і часто віддають перевагу продукції компаній, що демонструють високі стандарти соціальної відповідальності.

Зрештою, соціальна відповідальність в управлінні глобальними ланцюгами доданої вартості відкриває нові горизонти для бізнесу, сприяючи створенню справедливої, безпечної та екологічно сталої глобальної економіки. Соціальна відповідальність в управлінні глобальними ланцюгами доданої вартості означає взяття на себе відповідальності за вплив підприємства на суспільство та довкілля на кожному етапі виробничого процесу. Це охоплює багато аспектів, включаючи економічний вплив на місцеву економіку, стандарти праці, охорону довкілля, взаємовідносини з місцевими спільнотами тощо. Соціально відповідальні підприємства враховують потреби та очікування різних зацікавлених сторін, від інвесторів і споживачів до працівників і суспільства загалом. Соціальна відповідальність в управлінні глобальними ланцюгами доданої вартості стала основною стратегічною ініціативою для багатьох великих корпорацій. Наприклад, компанія Unilever веде програму «Sustainable Living Plan»,

спрямовану на зменшення впливу її бізнесу на довкілля та збільшення позитивного соціального впливу. Ця програма охоплює всі аспекти бізнесу, включаючи постачання сировини, виробництво, упаковку, розподіл та використання продуктів [3].

Соціальна відповідальність в управлінні глобальними ланцюгами доданої вартості має велике значення для сучасних підприємств з різних причин: забезпечення стійкості бізнесу: соціально відповідальні підприємства зазвичай мають більш стійкі бізнес-моделі, оскільки їхні дії враховують потреби та очікування різних зацікавлених сторін. Це дозволяє їм уникати потенційних конфліктів із співробітниками, клієнтами, акціонерами та іншими стейкхолдерами, що сприяє сталому розвитку та довгостроковому успіху. Забезпечення безпечних умов праці не лише підвищує якість життя працівників, а й сприяє збереженню їхнього здоров'я, що, в свою чергу, позитивно впливає на продуктивність і результативність роботи. Мінімізація впливу на довкілля допомагає зберегти ресурси та зменшити негативний вплив на клімат і біорізноманіття. Підтримка місцевих спільнот дозволяє створити сприятливе соціальне середовище для розвитку людей та підвищення їхнього рівня життя. Застосування етичних стандартів у веденні бізнесу сприяє формуванню довіри до компанії як до соціально відповідального гравця на ринку. Транспарентність та звітність у діяльності підприємства дозволяють зацікавленим сторонам відстежувати його успіхи у впровадженні соціально відповідальних ініціатив та спрямовувати їх на подальше вдосконалення.

Перелік використаних джерел:

1. Yeoman R., Santos M. M. Global value chains, reputation, and social cooperation. In Global aspects of reputation and strategic management. Emerald Publishing Limited. 2019. Vol. 18, pp. 69-91.
2. De Marchi V., Gereffi G. Using the global value chain framework to analyse and tackle global environmental crises. Journal of Industrial and Business Economics. 2023. № 50(1). pp. 149-159.
3. Herkenhoff P., Krautheim S., Semrau F. O., Steglich, F. Corporate Social Responsibility along the global value chain. Journal of Development Economics. 2024. № 167. pp. 103236.

Назар Чиж
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ГЛОБАЛЬНА КОНКУРЕНЦІЯ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ГІГАНТІВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

У сучасному світі технологічні гіганти стикаються зі значними викликами через економічну нестабільність та глобальну конкуренцію. Швидкі зміни на