

чного, математичного аналізу, здатного продемонструвати реальний вплив КСВ на вигоди компаній у коротко- і довгостроковому періодах.

Список джерел:

- Carroll A.B. Corporate Social Responsibility: Evolution of Definitional Construct / A.B. Carroll // *Business and Society*. – 2009. – Vol. 38, N 3. – P. 268–295.
- Porter M. E. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility / M. E. Porter, M. R. Kramer// *Harvard Business Review*, December 2006, pp. 78 – 92.
- Баюра Д.М. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління / Д.М. Баюра // *Україна: аспекти праці*. – 2009. – № 1. – С. 21.
- Жуковська В.М. Соціальна відповідальність як напрям реалізації корпоративної стратегії розвитку / В.М. Жуковська // *Фінанси України*. - К.: 2009. – С.14-21.
- Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність / Ф. Котлер, Н. Лі // *Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства* Пер. з англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. С.4.
- Мельник С. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України. // *Економіка та держава*. - №5. - 2008. - С.71-73.

ДЕЯКІ ПИТАННЯ ЩОДО РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІСТА

Платоненко В.В.

Науковий керівник – Юр'єва С.Ю., канд. екон. наук, доцент

На сьогодні в світі можна спостерігати, що одні міста зростають, а інші стрімко зменшуються, тобто можна стверджувати, що міста стали учасниками глобальної світової конкуренції за наявні види ресурсів: нові технології, інвестиційні ресурси, а також за мешканців.

Саме тому дуже актуальною стає проблема сталого розвитку кожного сучасного міста. Одним з напрямків вирішення окресленої проблеми є розробка стратегії розвитку міста.

Як відомо, стратегія може використовуватися як інструмент розв'язання майже будь-яких проблем. Питання: «що потрібно робити в довгостроковій перспективі?», як «керувати процесами життєдіяльності?» поступово становляться основними у світовій практиці планування розвитку міста.

Комплексна стратегія розвитку міста — це суспільно підтримані і прийняті напрями розвитку міста, включаючи його місію, візію, головні цілі та розподіл ресурсів для досягнення таких цілей. Також стратегія розвитку повинна чітко визначати, що саме є головним двигуном розвитку, який дозволить «підтягнути» інші сфери розвитку міста.

Суть стратегії полягає в обов'язковій узгодженості економічного, екологічного та людського розвитку за умов, коли якість та безпека життя людей від покоління до покоління не зменшується, не погіршується стан довкілля та забезпечується соціально-економічний прогрес.

Відмітимо, що створення стратегії розвитку міста є безперервним процесом, який складається з сукупності управлінських рішень і низки поетапних дій, виконуваних різними цільовими групами та окремими особами.

При створенні стратегії розвитку міста ми пропонуємо враховувати наступні характерні особливості: місто слід розглядати як складну систему, для дослідження якої, необхідно використовувати системний аналіз, який дозволяє враховувати наявність великої кількості складних взаємопов'язаних причинно-наслідкових зв'язків між факторами, які розглядаються в описі складної системи; місто – соціальна система, тому основну увагу слід приділяти забезпеченню довгострокових інтересів суспільства, тобто забезпечити пріоритетність розвитку природних та психологічних факторів; місто – динамічна система, тобто слід вивчати динаміку розвитку системи, проводити аналіз процесів росту, з урахуванням загального життєвого циклу регіону та його частин (населення, розвиток підприємств, стан ЖКГ тощо); місто – є адаптивною та саморегулюючою системою, тобто управління розвитком якої базується на зміні законів і методів внутрішнього управління та саморегулювання. Також відмітимо, що основною умовою нормального розвитку в системі є підтримка економічної рівноваги (балансу ресурсів в системі).

Наголосимо, що сучасне місто як соціально-економічна система є надзвичайно складною і непередбачуваною, з величезною кількістю змінних чинників, крім того для більшості сфер життя міста характерна висока швидкість змін, особливо в Україні.

Саме тому, на наш погляд, розробку стратегії розвитку міста слід розуміти не як створення довгострокового плану дій, а – як узгодженого напрямку дій. Як показує світова практика, ефективний розвиток будь-якої соціальної системи, в тому числі і міста, завжди проходить за умов усвідомленого вибору власного майбутнього з декількох можливих варіантів його бачення, а також з урахуванням громадської думки.

Тому, для розробки стратегії розвитку, як найширше слід використовувати думки всіх зацікавлених, а саме: мешканців міста, представників бізнесу, науковців, представників владних структур, громадських організацій, зовнішніх іноземних та українських експертів. Однак, основою для створення стратегії має бути думка і побажання громадськості, так як мешканці міста відіграють головну роль у всіх етапах створення стратегії.

Таким чином, лише завдяки проведенню відповідної громадської кампанії: зустрічей з представниками різних соціальних груп; поєд-

нання експертної роботи з громадськими консультаціями, обговореннями та дискусіями на Інтернет-форумах, може бути створена оптимальна стратегія розвитку міста.

АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОГО РИНКУ

Новицька А.В.

Науковий керівник - Дріль Н.В., ст.викладач

Харчова промисловість є однією зі інвестиційно-привабливих галузей за перспективами та обсягами виробленої та реалізованої продукції. Ринок кондитерських виробів займає одне з центральних місць в структурі харчової промисловості.

За рейтингом Global Top 100 Candy Companies [1] можна побачити найбільших світових гравців кондитерської промисловості. Цей рейтинг оцінює кондитерські компанії за такими факторами, як: чистий обсяг продажів компанії, кількість працівників та кількість заводів. Лідерами у сфері кондитерських виробів протягом 2020 року виступили такі всесвітньо відомі компанії як: Mars (США; 1 позиція з обсягом продаж 18 млрд. дол.); Ferrero (Італія; 2 позиція з обсягом продаж 13 млрд. дол.); Mondelez (США; 3 позиція з обсягом продаж 11,8 млрд. дол.).

Аналіз стану українського кондитерського ринку свідчить про те, що майже весь кондитерський ринок в Україні займають вітчизняні виробники, що становить близько 92% в загальному обсязі. Український кондитерський ринок налічує близько 800 компаній. Найбільш відомими кондитерськими виробниками в Україні можна виділити: ПрАТ «Roshen», АТ «Конті», «АВК», Корпорація «Бісквіт-Шоколад», «Житомирські Ласощі», «Nestle», ПАТ «Монделіс Україна», ПАТ «Полтавкондитер», ПрАТ «КФ «Лагода», ПрАТ «Одесакондитер» та ін.

До світового рейтингу Global Top 100 Candy Companies за 2013-2020 роки потрапили лише чотири вітчизняних виробника: «Roshen», «Konti», «АВК», та «Millennium». Але часом буває так, що компанія потрапляє у рейтинг одноразово через сприятливий збіг обставин, і більше до нього не потрапляє. Зауважимо, що сталої позиції у межах 18-27 позначок придержується лише компанія «Roshen». Останні роки у світових рейтингах були присутні від 2 до 4 українських кондитерських підприємств, таким чином можна вважати, що вітчизняний кондитерський ринок є достатньо конкурентоспроможним, тому вітчизняна продукція буде користуватися попитом на ринку Західної Європи. Об-