

3. www.regionnews.poltava.ua/modules.php?name=News&article&sid=1551-24k
4. Закону України "Про місцеве самоврядування в Україні"
5. http://www.kmu.gov.ua/control/vuk/publish/article?art_id=10287474&cat_id=103615
6. <http://www.niss.gov.ua/Table/tab!0112004/dopovid.htm#aIOV>
7. Черванюв Д.М. Менеджмент інвестиційної діяльності підприємств. – К., 2003. – 622с.

Зінченко Н.В., Попова Т.Л., Рибаківа Т.О. **УКРАЇНА У СВІТОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Україна стала незалежною державою на такому етапі світового розвитку, для якого найбільш характерним є глобалізація всіх економічних процесів.

З огляду на сформульовані в економічній літературі визначення поняття глобалізації [1, 2] та форми виявлення цього явища в різних сферах економіки і суспільства слід визначити, що глобалізація – це перехід від індустріальної до постіндустріальної стадії економічного розвитку.

Виявлення глобалізації спостерігається у зростанні світової торгівлі, активізації інвестиційних процесів, диверсифікації світових фінансових ринків, підвищенні ролі міжнародних компаній у світовому господарстві, загостренні глобальної конкуренції між державами та у появі систем глобального стратегічного менеджменту [2].

В Україні діють закони, за якими було створено умови для зародження сучасних форм гуманної боротьби за вищу якість життя кожної людини і усіх разом. Стрімкий соціально-політичний, економічний і культурний розвиток України в значній мірі зумовлений потужним впливом процесів глобалізації та регіоналізації. У зв'язку з цим обраний урядом курс на євроінтеграцію є цілком доцільним і обґрунтованим.

Глобалізація економіки відбувається в наслідок виникнення нових форм конкуренції, коли дедалі більше суб'єктів міжнародних господарських зв'язків не мають певної державної належності. Таким чином, глобалізація стає постійно діючим чинником як міжнародного так і внутрішнього економічного життя.

Розгортання процесу глобалізації характеризується значним впливом на національну економіку України. Глобалізація небачено розширює можливості щодо використання й оптимальної комбінації різноманітних ресурсів країни, їх більш глибокої і всебічної участі в системі міжнародного поділу праці [2]. Розвитку глобалізації сприяють різноманітні фактори, серед яких можна виділити наступні.

1. Прискорення зростання соціально-економічного розвитку.
2. Розвиток науково-технічного потенціалу.
3. Зростання та розвиток природно-ресурсного потенціалу.
4. Прискорення процесу трансформації економіки.
5. Активізація участі у міжнародних інвестиційних процесах.
6. Розвиток транзитних можливостей держави.
7. Розвиток інтеграційних процесів.

Визначення факторів, що обумовлюють участь України у світових процесах глобалізації, є якнайважливішим для розробки національної стратегії розвитку, орієнтованої на глобальну інтеграцію нашої держави до світових економічних структур.

Отже, серед найголовніших якісних ознак та показників, які характеризують розгортання процесу глобалізації, слід визначити посилення взаємозалежності економік різноманітних країн, зростання цілісності і єдності світового господарства. Україні пора покласти початок глобальної орієнтації своєї політики в економічній і соціальній сфері. Для цього потрібно створити відкрите суспільство з механізмами, які б забезпечували необхідну для нової економіки гнучкість до сьогоденних змін і викликів суспільству.

Джерела та література

1. Савельєв Є.В. Європейська інтеграція і маркетинг. Наукові нариси. – Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – 482с.
2. Україна і світове господарство: взаємодія на межі тисячоліть / А.С.Філіпенко, В.С.Будкін, А.С.Гальчинський та ін. – К., Либідь, 2002. – 470 с.

Золотуская О. Ю. **РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВЫХОДЕ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК**

В процессе своего создания и функционирования предприятия не могут обойтись без использования основных принципов маркетинга. Под термином «маркетинг» подразумевается рыночная деятельность. В более широком плане – это комплексная, разносторонняя и целенаправленная работа в области производства и рынка, выступающая, как система согласования возможностей предприятия и имеющегося спроса, обеспечивающая удовлетворение потребностей, как потребителей, так и производителя.

Разработка комплекса маркетинга, включающая разработку товара, его позиционирование с применением разнообразных мер по стимулированию сбыта, жестко связана со стратегическим менеджментом. Прежде чем выйти на международный рынок с определенной маркетинговой стратегией, фирма должна ясно представлять позиции конкурентов, свои возможности, а также провести линию, по которой будет бороться со своими конкурентами.

При формировании международной маркетинговой стратегии фирмы следует учитывать 4 группы факторов:

1. тенденции развития спроса и внешней маркетинговой среды (рыночный спрос, запросы потребителей, системы товародвижения, правовое регулирование, тенденции в деловых кругах и т.д.);
2. состояние и особенности конкурентной борьбы на внешнем рынке, основные фирмы-конкуренты и стратегическое направление их деятельности;
3. управленческие ресурсы и возможности фирмы, ее сильные стороны в конкурентной борьбе;