

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/doklad/298825>

Тип работы: Доклад

Предмет: Маркетинг

-

Проблемы конкурентного окружения территории

Говоря о регионе, муниципальном образовании, мы рассматриваем в целом территорию как субъект, предоставляющий объекты для потребления не только самому себе, но и другим субъектам — внешним и внутренним по отношению к территории. Именно их благополучное потребление территориальных ресурсов, продуктов, услуг и возможностей позволяет территории в конечном счете построить, увеличить и собственное благополучие.

В условиях глобализации мировой экономики возрастает значимость конкурентоспособности не только национальной экономики страны, но и экономик регионов. Развитие конкурентного окружения территории и конкурентных отношений в регионе позволяет обеспечить максимально эффективное воздействие рыночных механизмов на экономический рост региона, а также решение социально-экономических проблем. Исследование проблемы конкурентного окружения территории в наименьшей степени склонна к перепадам интереса у политических деятелей и научных исследователей, чем вопросы промышленной политики, которые связаны с решением задач повышения конкурентоспособности российских товаров, отраслей экономики России, товаропроизводителей, российских регионов и экономики РФ в целом [1, с. 54]. Конкурентоспособность местных предприятий считается почвой конкурентоспособности регионов. Их конкуренция и конкуренция с внешне региональными компаниями считается важным условием существования и фундаментом всей рыночной системы государства. Становление конкуренции - групповая задача, которая стоит перед системой государственной власти в целом. Угрозы конкуренции порождает активность в экономике больших фирм, которые заинтересованы в максимальной выгоде. Под конкурентным преимуществом подразумевается преимущество фирмы над ее соперниками в конкуренции

Список использованной литературы

1. Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов; под общей редакцией О.Н. Жильцовой. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 262 с.
2. Попов А.М. Маркетинг территорий. - М.: Международные отношения, 2020. 295 с.
3. Путинцева А.П. Территориальный маркетинг // Маркетинг в России и за рубежом. - 2022. - № 5. - С. 19-22.
4. Серов А.С. Конкурентные позиции регионов России. - М.: Юнити, 2021 -430 с.
5. Туманова О.С. Конкурентоустойчивость регионов // Регион: экономика и социология. - 2022. - № 1. - С. 7-10.
6. Яровая О.Е. Особенности оценки конкурентного окружения территории регионов // Экономика и предпринимательство. - 2022. - № 6. - С. 10-15.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/doklad/298825>