Обеспечение конкурентоспособности продукции

в условиях глобализации

стр-79

|  |
| --- |
| ВВЕДЕНИЕ |
|  |
| 1 Теоретические основы конкурентоспособности продукции |
| 1. Экономическая сущность понятия «конкурентоспособность |
| 1. Факторы, определяющие конкурентоспособность продукции |
| 1. Инструменты и механизмы обеспечения конкурентоспособности продукции в Республике Казахстан |
|  |
| 2 Анализ конкурентоспособности продукции агропромышленного комплекса Казахстана |
| 2.1.    Роль сельскохозяйственных предприятий и предприятий по переработке сельскохозяйственной продукции Северо-Казахстанской области в развитии экономики Казахстана  2.2. Анализ конкурентоспособности продукции агропромышленного комплекса  2.3.    Сравнительный анализ и оценка конкурентоспособности пшеницы и муки на примере |
|  |
| 3 Совершенствование процесса повышения конкурентоспособности продукции |
| 1. Проблемы повышения конкурентоспособности продукции в Казахстане |
| 1. Пути повышения конкурентоспособности продукции |
|  |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ |
|  |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ |

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящей работе определена экономическая сущность понятия «конкурентоспособность», исследованы факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции. Кроме того, рассмотрены инструменты и механизмы обеспечения конкурентоспособности продукции в Республике Казахстан.

Так, долгосрочные ориентиры развития и укрепления конкурентоспособной экономики заложены в Стратегиях развития Казахстана до 2030 и до 2050 годов, где в качестве рыночных механизмов повышения конкурентоспособности экономики определены создание конкурентных рынков и надежных средств антимонопольного регулирования.

Развитие региональной конкуренции является важной составной частью Программы развития конкуренции в Республике Казахстан.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Беленов О.Н., Анучин А.А. Конкурентоспособность стран и регионов: учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2011 г. - 144 с.
2. Конкуренция / М. Портер. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2003. – 496 с.
3. Дурович А.П. Конкурентоспособность товара в системе маркетинга. Минск, 1993.- с.16
4. Градов А.П. Экономическая стратегия фирмы. Санкт-Петербург. – 1995. – с. 75
5. Гельвановский М. Методологические подходы к обеспечению конкурентоспособности международных интеграционных группировок в условиях глобализации. Евразийская экономическая интеграция, №1(14), февраль 2012. Сс. 44-58