

СИСТЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Н.В. Пржедецкая, Е.П. Кулькова, В.В. Шевелева

В сложных социально-экономических условиях органы региональной власти нуждаются в современной концепции региональной политики, которая должна опираться на наиболее эффективное использование имеющихся в распоряжении региона ресурсов, максимального использования региональных преимуществ, учитывая проблемы, стоящие в регионе. В связи с этим одним из наиболее перспективных направлений в рамках этой новой концепции, которое будет способствовать переходу региона к системе устойчивого развития и достижению экономического роста, является построение системы регионального менеджмента на маркетинговой основе.

Ключевые слова: *регион, региональный маркетинг, инновации, инвестиционный климат, региональный менеджмент*

Литература

1. Акопова Е.С., Пржедецкая Н.В., Шевелева В.В. Региональный маркетинг и его роль в системе регулирования экономики современного региона. М.: РУСАЙНС, 2018.
2. Деркачёв С. Экономика Ростовской области резко просела // http://www.donnews.ru/Ekonomika-Rostovskoy-oblasti-rezko-prosela_94786
3. Концепция кластерного развития Ростовской области на 2015-2020 годы. Утверждена постановлением Правительства Ростовской области от 12.03.2015 № 164. Интернет-сайт Администрации Ростовской области // <https://www.donland.ru/>
4. Пржедецкая Н.В., Кулькова Е.П., Шевелева В.В. Инновационно-инвестиционный процесс как основа модернизации экономики. // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2017. № 1.
5. Akopova E.S., Przhedetskaya N.V., Borzenko K.V. Marketing and logistic perspectives of the development in modern Russia's foreign economic activities. // International Journal of Economic Perspectives. 2017. Volume 10. Iss