

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ РАН

**УПРАВЛЕНИЕ
РЕГИОНАЛЬНОЙ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ**

Вологда
2014

Андрей Сергеевич Барабанов

Управление региональной конкурентоспособностью

Текст предоставлен издательством

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=10021789

Управление региональной конкурентоспособностью: ИСЭРТ РАН;

Вологда; 2014

ISBN 978-5-93299-259-3

Аннотация

Монография посвящена проблематике управления конкурентоспособностью российских регионов. Автор исследует особенности конкуренции в регионах и уровень их конкурентоспособности, инструментарий его оценки; выделяет проблемы управления конкурентоспособностью регионов; обосновывает необходимость совершенствования управления региональной конкурентоспособностью, разрабатывает концептуальные предложения по формированию методики оценки, а также механизма управления конкурентоспособностью регионов. Особое внимание уделяется развитию территориального маркетинга – неотъемлемой составной части региональной экономической политики в направлении повышения конкурентоспособности территорий. Книга адресована работникам региональных и муниципальных органов

управления, руководителям предприятий, преподавателям, аспирантам, студентам высших учебных заведений экономической направленности.

Содержание

Введение	6
Глава 1. Региональная конкуренция и конкурентоспособность: сущность и экономическое содержание	11
1.1. Понятие и факторы региональной конкурентоспособности	11
Конец ознакомительного фрагмента.	30

А. С. Барабанов

**Управление региональной
конкурентоспособностью**

© Барабанов А.С., 2014

© ИСЭРТ РАН, 2014

Введение

Процессы глобализации, активизировавшиеся на рубеже веков, требуют формирования соответствующего уровня конкурентоспособной экономики. В связи с этим в последнее время заметно усиливается внимание не только к межстрановому аспекту конкуренции, но и к конкуренции регионов внутри стран. Региональная тематика становится всё более насыщенной и актуальной именно в России, положение которой в мировой экономике всё в большей степени определяется регионами. Регион как самостоятельная социально-экономическая система постепенно становится отдельным действующим экономическим агентом национальной экономики и вместе с тем вступает в мировые конкурентные процессы. Положение и роль региональных социально-экономических систем оказываются зависимыми и от макроэкономических условий или возможностей самих регионов, и от расстановки конкурентных сил, механизмов конкурентного взаимодействия регионов и позиций региона в этом взаимодействии.

Вопросы конкуренции и конкурентоспособности разрабатываются зарубежной наукой с конца 1970-х годов. Широко известны труды Гарвардской школы экономики (США) в сфере анализа международной конкуренции, группы исследователей, представляющей Мировой экономической фо-

рум, который публикует «Отчет о глобальной конкурентоспособности» (Geneva, Switzerland), Института менеджмента развития (IMD, Lausanne), публикующего рейтинг конкурентоспособности стран под названием «Ежегодник мировой конкурентоспособности». В России проблемы региональной конкурентоспособности привлекли внимание политиков и ученых в середине 1990-х годов. Разработанный ими подход к построению основ конкурентоспособности включал в качестве составного элемента конкурентоспособность не только предприятий, но и регионов.

Вопросы региональной конкурентоспособности рассматриваются и в работах польских и канадских ученых. Региональная политика правительств этих двух государств, направленная на выравнивание уровней экономического развития регионов, с начала 60-х гг. прошлого столетия и в настоящее время имеет высокий приоритет. При этом весьма значительной является роль государственной кластерной политики по созданию «технологических кластеров» и повышению конкурентоспособности территорий.

В отечественной региональной науке проблема межрегиональной конкуренции разработана недостаточно. До начала процесса рыночных преобразований регион анализировался прежде всего с ресурсно-производственной стороны и не признавался самостоятельным субъектом хозяйствования. Соответственно, регион не рассматривался в качестве субъекта экономических отношений, носителя особых инте-

ресов, отличных от интересов других регионов и страны в целом. Следствием этого стало отсутствие теории конкуренции регионов.

Разработке проблем конкурентоспособности стран, методик ее оценки посвящены работы Дж. Харта, П. Кругмана, М. Портера, Л. Саммерса, Р. Нельсона, Р. Рича, М. Энрайта, Л. Бадда, Е. Малески, Г. Шимановича, Д. Е. Сорокина, И. А. Спиридонова, В. В. Овчинникова. Пристальное внимание теоретическим и методологическим вопросам исследования развития региональных социально-экономических систем и конкурентных отношений, складывающихся между ними, уделяется в работах таких авторов, как: В. Д. Андрианов, Ю. В. Гусаров, С. М. Дробышевский, Ю. Н. Перский, Н. Я. Калюжнова, В. С. Селин, Р. А. Фатхутдинов, А. Е. Шадрин, Н. И. Ячеистова и др. Конкуренцию между регионами и задачу обеспечения их конкурентоспособности рассматривают с точки зрения эффективности управления их социально-экономическим развитием и как одну из целевых функций регионального стратегического планирования С. Г. Вазенин, С. М. Вертешев, Б. И. Герасимова, Ю. Н. Гладкий, Б. С. Жихаревич, В. Г. Игнатов, В. Е. Рохчин, О. В. Кузнецова, Я. И. Кузьминов, В. Н. Лексин, А. С. Новоселов, А. П. Панкрухин, И. В. Пилипенко, Т. В. Сачук, С. А. Суспицын, Г. А. Унтура, А. И. Татаркин и др.

Изучению особенностей современной межрегиональной конкуренции, межрегиональным сопоставлениям, пробле-

мам межрегиональной дифференциации и формирования единого экономического пространства посвящены работы таких исследователей, как: С. С. Артоболевский, А. Г. Гранберг, Б. М. Гринчель, И. П. Данилов, Н. Е. Костылева, С. В. Кузнецов, А. С. Маршалова, Е. И. Мазилкина, Т. В. Ускова, Н. М. Межевич, П. Н. Филиппов, Т. В. Цихан, А. Ю. Юданов и др.

Кроме того, вопросы межрегиональной конкуренции и конкурентоспособности территорий в контексте исследования инновационных процессов рассматривают А. А. Румянцев, М. Д. Гагарский, М. А. Гусаков, В. А. Ильин, А. И. Колганов, Я. Д. Лисоволик, В. В. Окрепилов, А. И. Шишкин и др.

Научное осмысление проблемы конкурентоспособности российских регионов, начатое в последние годы, происходит в условиях сложных трансформационных процессов. Пока методология конкурентоспособности регионов, условия её формирования и понятийный аппарат, а также другие проблемы, связанные с этим экономическим явлением, далеки от своего решения. Это выражается в отсутствии устоявшегося понятия «конкурентоспособность региона», в несовершенстве методического инструментария оценки конкурентоспособности региона, недостаточном внимании к разработке комплексного механизма управления конкурентоспособностью на региональном уровне.

В этой связи одной из центральных проблем российской

науки является всестороннее исследование содержания понятия «конкурентоспособность региона», определение характеризующих ее факторов, показателей и разработка на этой основе методики оценки и способов повышения конкурентоспособности субъектов Российской Федерации. Вместе с тем отсутствует общепринятая методология оценки конкурентоспособности регионов, инструментарий ее повышения, что требует дополнительных исследований.

Глава 1. Региональная конкуренция и конкурентоспособность: сущность и экономическое содержание

1.1. Понятие и факторы региональной конкурентоспособности

Конкурентоспособность становится базовым условием устойчивости функционирования социально-экономических систем, в том числе и региональных, так как формирование и развитие конкурентных преимуществ способствует ускоренному экономическому росту, повышению благосостояния населения, более эффективному и рациональному использованию ресурсного потенциала территории.

Добиться высокого уровня регионального развития можно двумя путями: на основе внешней поддержки и перераспределения средств централизованных источников между территориями и на основе мобилизации внутренних ресурсов. Главным фактором активизации и мобилизации допол-

нительных внутренних сил, ресурсов для достижения определенных целей является конкуренция.

Для регионов России проблемы повышения конкурентоспособности приобрели актуальность лишь в конце двадцатого века в связи с переходом к рыночным отношениям. Однако развитию свободной конкурентной состязательности регионов и укреплению на этой основе страны, как справедливо отмечают авторы [46, 50, 70], препятствуют элементы ментальности руководителей, основанной на вере во всемогущество централизованной помощи и поддержки в противовес местной инициативе. В результате конкурентоспособность российских регионов остается низкой, особенно в сопоставлении с европейскими и другими территориями.

Вместе с тем представители власти и бизнеса все чаще отмечают наличие конкурентной борьбы между территориями, интересуются ее параметрами и оценками, обращаются к вопросам формирования тех или иных конкурентных преимуществ. Возрастающий интерес к проблемам межрегиональной конкуренции обусловлен прежде всего тем обстоятельством, что регионы, постепенно становясь самостоятельными экономическими субъектами национальной экономики, разрабатывают и реализуют стратегии своего развития, масштабнее включаются в международные экономические проекты.

Исходной точкой рассмотрения теоретико-методологических основ конкурентоспособности регионов является кон-

курения, под которой в экономике понимается соперничество нескольких субъектов в достижении сходной цели. В отношении стран, а затем и регионов этот термин стал применяться в конце XX века.

Рассматривая сущность конкуренции между регионами, М. Портер [110, 149] полагает, что она является следствием конкуренции фирм. Он увязывает территориальную конкуренцию со способностью промышленности региона вводить новшества и модернизироваться. Различия в региональных ценностях, культуре, структуре экономики, в существующих организациях и историческом развитии, по его мнению, вносят вклад в достижение успешной конкурентоспособности того или иного региона. Соратник М. Портера М. Энрайт высказал гипотезу, что именно на региональном, а не на наднациональном или национальном уровне создаются конкурентные преимущества [157].

По мнению другого представителя зарубежной школы – Л. Бадда [145], с одной стороны, существует конкуренция между определенными видами деятельности или рынками, которые действуют на территории регионов (локализационная экономика), а с другой – конкуренция между характеристиками регионов и их социальным капиталом, например инфраструктурой, квалифицированными кадрами.

Наиболее полно межрегиональная конкуренция представлена в экономической теории федерализма (так называемой «новой теории федерализма»). В работе [119] конкуренция

между регионами рассматривается как конкуренция между властями регионов за мобильные факторы производства – труд, капитал, инвестиции – с помощью налоговой политики или развития инфраструктуры региона (рис. 1.1).

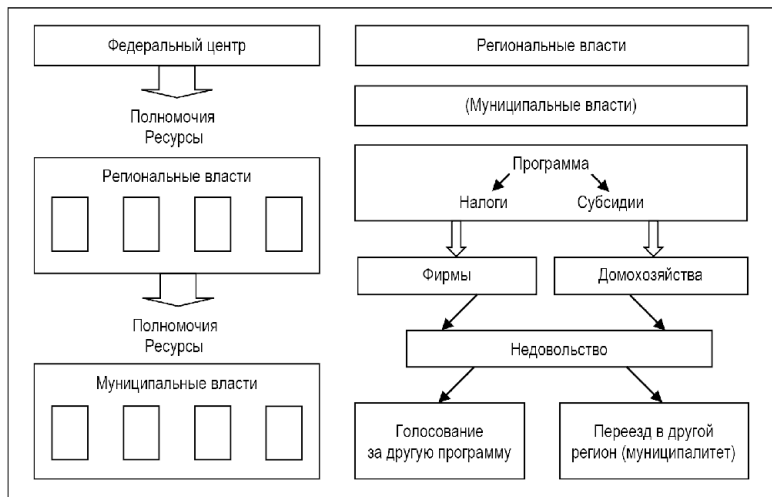


Рис. 1.1. Схема межрегиональной конкуренции конкурентного федерализма [119]

Власти выступают как экономические агенты, ведущие себя рационально и максимизирующие полезность от принимаемых ими решений, возможность чего обеспечивается федералистским устройством государства. Межрегиональная конкуренция – способ ограничения произвола властей, но в то же время механизм политической защиты рыночных от-

ношений. В рамках этого направления конкуренция регионов проявляется в конкуренции между их властями разных уровней. Предполагается, что власти регионов, конкурируя за привлечение мобильных экономических ресурсов, более эффективно используют общественные финансы и создают благоприятную среду для бизнеса и населения.

Согласно экономической теории федерализма существует связь между поведением региональных правительств и движением факторов, которые являются предметом конкурентных интересов. Под влиянием факторов конкуренция может быть как вертикальной, так и горизонтальной.

Вертикальная – это конкуренция между разными уровнями власти – центральной и региональной, областной властью и муниципалитетом – за объем властных полномочий, за большую долю независимости и большую долю перераспределяемых ресурсов.

Горизонтальная конкуренция осуществляется между регионами одного ранга: например, между областями, между городами, между муниципалитетами за доступ к ресурсам и привлечение мобильных ресурсов. По нашему мнению, региональные органы власти могут создавать конкурентные преимущества только в условиях горизонтальной конкуренции.

Факторами (инструментами) вертикальной конкуренции служат трансферты, субсидии, налоговые и неналоговые доходы; горизонтальной – миграция, иностранные и внутрен-

ние инвестиции.

В силу этого в современных условиях необходимо учитывать различия в экономических интересах регионов разных уровней. Придерживаясь мнения А. Г. Гранберга, предположим, что представление региональной экономики как монообъекта в условиях качественного изменения политического, социального и экономического пространства региона не отвечает задаче адекватного отражения региональной экономики. Находящийся в условиях конкуренции регион – это не монообъект, а многоуровневый организм, функционирующий на основе вертикальных (центр – регион – муниципалитет) и горизонтальных (межрегиональных) взаимодействий.

Наличие активной конкуренции может быть констатировано при выявлении связи между действиями властей (налоги, предоставление общественных благ, законодательные нормы) и количеством мобильных ресурсов (трансферты – в вертикальной конкуренции; жители, предприятия и инвесторы – в горизонтальной). В данном случае подтверждается предположение о том, что большая самостоятельность регионов дает им возможность привлекать мобильные ресурсы, а конкуренция за бюджетную децентрализацию – увеличивать ресурсы.

Конкуренция за горизонтальные факторы происходит прежде всего на основе стандартов действий властей, а такие стандарты складываются в зависимости от результатов, до-

стигнутых в других регионах. Это происходит, когда региональные власти находятся в условиях потенциальной конкуренции и забота о назначении вынуждает их соблюдать установленные федеральные стандарты, что согласуется с политологическими подходами, использующими политику как инструмент получения и сохранения власти. Кроме того, в спектр горизонтальной конкуренции следует включить и законодательную конкуренцию. Вместе с тем имеет место конкуренция за рабочую силу, престижных жителей, туристов.

Фактически вертикальная конкуренция выражается в своего рода торге с федеральным правительством за контроль над ресурсами и властные полномочия. В этом случае положительная сторона вертикальной конкуренции состоит в развитии конкурентных начал, реализации возможностей экспериментирования и бенчмаркинга – отбора лучших образцов для воспроизведения, ограничения монопольного положения центра при определении экономической политики. Отрицательная сторона вертикальной конкуренции состоит в формировании тенденций вытеснения конституционных норм договорным правом, в ущемлении интересов одних регионов за счет предоставления особых условий или льготных режимов другим [44].

Объект горизонтальной конкуренции представляют экономические ресурсы, прежде всего инвестиции, рабочая сила, объекты собственности. Регионы конкурируют также за материальные активы, например за жителей с престижным

статусом, которые создают положительный имидж региона. Особенностью горизонтальной конкуренции в отличие от вертикальной является возможность создания конкурентных преимуществ региональными органами власти. Преимущество горизонтальной конкуренции – поиск внутренних источников и создание стимулов к развитию регионов, расширение и совершенствование их инфраструктуры, стимулирование привлечения инвестиций.

В итоге матрица межрегиональной конкуренции позволяет провести сопоставление вертикальной и горизонтальной конкуренции по типу и способу воздействия (табл. 1.1) [73].

Кроме того, имеет место взаимодействие между регионами в плане сотрудничества и соперничества по отдельным направлениям: к примеру, сотрудничество (кооперативное взаимодействие) – создание ассоциаций городов, областей, ассоциаций малых городов, межрегиональных ассоциаций экономического взаимодействия. Отсутствие взаимодействия, или амбивалентное поведение, а также соперничество обычно касается разграничения предприятий как источников налоговых доходов в бюджеты и актуально и для вертикальной, и для горизонтальной конкуренции.

В то же время можно выделить стратегическое взаимодействие и другие виды взаимодействий регионов. Первое проявляется в борьбе за придание региону статуса особых условий, дающих конкурентные преимущества, – статуса особых зон депрессивных территорий, административного цен-

тра федерального округа.

Таблица 1.1. Матрица межрегиональной конкуренции [73]

Способы конкуренции		Тип конкуренции	
		Вертикальная	Горизонтальная
		Финансовые	Лоббирование финансовых трансфертов. Лоббирование региональных программ и их финансирования. Предоставление налоговых льгот по федеральным налогам.
Нефинансовые	Подписание индивидуальных договоров с центром. Разработка законов, не принятых центром. Выход на мировой рынок. Борьба за статус городов региона.	Проведение политических мероприятий (форумов). Развитие рыночной инфраструктуры. Развитие социальной инфраструктуры. Организация международных мероприятий по формированию имиджа региона.	

Детально направления конкуренции регионов представлены в работах Б. М. Гринчеля, который условно выделил три их группы (рис. 1.2):

1. Размещение и сохранение предприятий, получение новых инвестиций.
2. Сохранение и привлечение человеческих ресурсов.
3. Развитие туризма.

Актуальность рассмотренных направлений дифференцируется в зависимости от исторических, географических, демографических и других особенностей и ресурсного потен-

циала конкретного региона. При этом в определенном временном интервале направления и предмет конкуренции могут меняться.

Обобщая вышесказанное, отметим, что субъектами межрегиональной конкуренции выступают регионы (муниципалитеты), а её предметом – ресурсы: люди, финансы, капитал, информация, необходимые для обеспечения устойчивого регионального развития и решения на этой основе социально-экономических задач.

Таковыми ресурсами обладают физические и юридические лица, т. е. люди, а также предприятия и организации всех форм собственности, учреждения. Это подтверждается исследованиями российского ученого Б. С. Жихаревича [65], который подчеркивал, что «регионы, отстающие в развитии, конкурируют за привлечение населения, бизнеса и федеральных ресурсов». Для того чтобы получить эти ресурсы, регион выступает в роли продавца, предлагая специфический товар: свою территорию, геополитическое положение, социальную и экономическую инфраструктуру, социально-экономический потенциал.

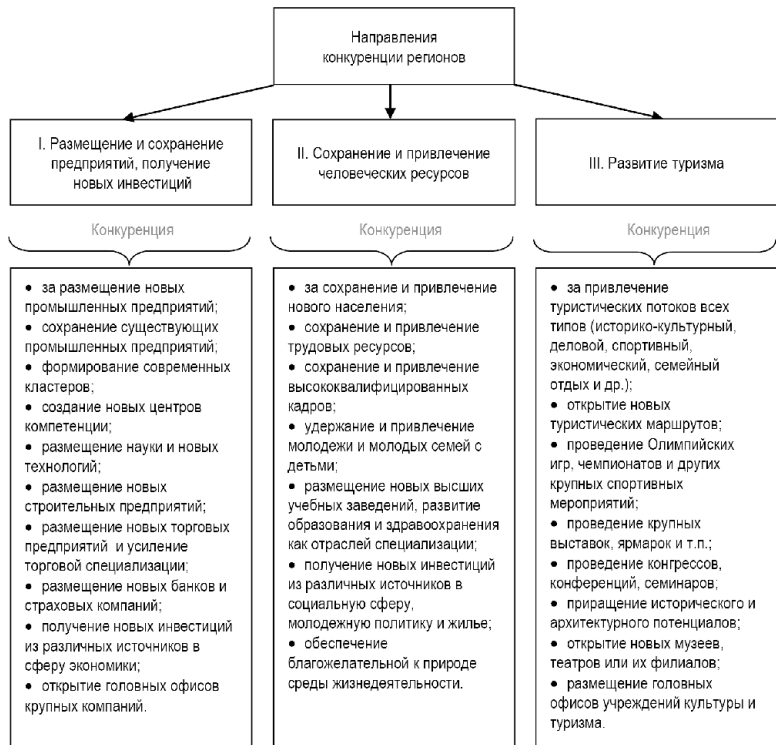


Рис. 1.2. Направления и виды конкуренции регионов
[54, 55]

Разделяя точку зрения ряда авторов [54, 87, 134], особый акцент следует сделать на «целевых группах» – покупателях специфического товара, которым располагают регионы. Этих покупателей, как считают авторы, можно условно

объединить в две группы. К первой из них относятся люди – жители региона, студенты, мигранты, туристы и деловые посетители, военнослужащие и т. п. Вторую группу составляют крупные, средние, малые предприятия-товаропроизводители, торговые, складские, строительные и транспортные предприятия и организации, представительства государственных, общественных и международных организаций и учреждений, образовательные, научные, медицинские и военные организации и т. п. Предметом соперничества регионов выступают ресурсы, которыми обладают «целевые группы», а субъектом управления конкурентоспособностью – региональные органы власти и управления.

Проведенное исследование терминологического аппарата позволяет утверждать, что в основу понятия межрегиональной конкуренции можно положить сформулированное в [54] определение конкуренции территорий как соревнования между регионами и городами в их стремлении «завоевать» различные целевые группы «потребителей» местных ресурсов и условий жизнедеятельности. Этой точки зрения придерживаются и авторы [87], которые под межрегиональной конкуренцией понимают как соревнование между регионами и городами в их стремлении «завоевать» различные целевые группы «потребителей» местных ресурсов и условий жизнедеятельности для получения ресурсов, необходимых для обеспечения устойчивого социально-экономического развития и решения на этой основе социально-эко-

номических задач. Концептуальная схема межрегиональной конкуренции представлена на рисунке 1.3.

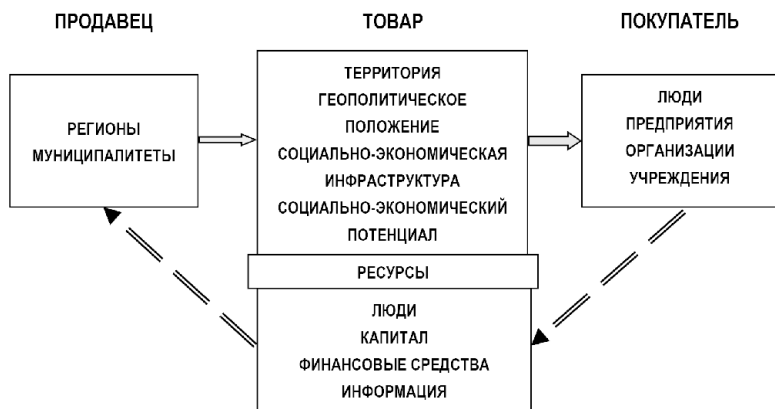


Рис. 1.3. Концептуальная схема региональной конкуренции [134]

Именно под воздействием конкурентных процессов формируется система региональной конкуренции, предметом которой становятся целевые группы региона: население, предприятия, малый бизнес, инвесторы, туристы.

При этом логическая взаимосвязь процессов региональной конкуренции вполне объяснима. Межрегиональная конкуренция заключается в борьбе регионов за целевые группы потребителей ресурсов территории на основе создания и поддержания конкурентных преимуществ, являющиеся, в

свою очередь, стимулом к развитию региона, привлечению на территорию новых ресурсов (люди, финансовые средства, капитал, информация), которыми обладают целевые группы. Особая роль в создании конкурентных преимуществ отводится региональным органам власти, обеспечивающим условия для более эффективного использования ресурсов территории (люди, финансы, капитал, информация), необходимых для обеспечения устойчивого регионального развития и решения на этой основе социально-экономических задач. Для того чтобы получить эти ресурсы, региональные органы власти предлагают целевым группам унаследованные либо вновь созданные конкурентные преимущества для последующей реализации обоюдных интересов с целью повышения уровня и качества жизни населения (рис. 1.4).

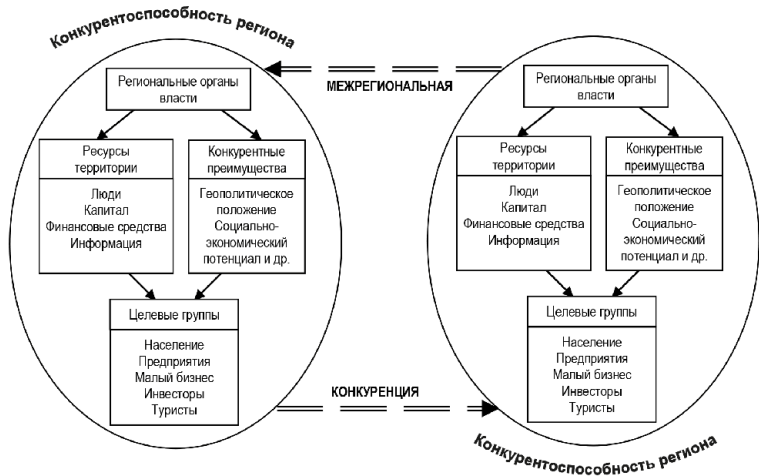


Рис. 1.4. Принципиальная схема межрегиональной конкуренции

Следует отметить, что формирование конкурентных преимуществ региона происходит под влиянием ключевых характеристик его состояния и качества менеджмента. По нашему мнению, этот процесс имеет три уровня (рис. 1.5):

1. Оперативный уровень – представляет собой информационную составляющую для анализа конкурентных позиций региона (определяет его текущее состояние).

2. Тактический уровень – предполагает расчет интегрального показателя уровня конкурентоспособности региона (разработка методического инструментария и оценка уровня конкурентоспособности).

3. Стратегический уровень – подразумевает принятие обоснованных управленческих решений (во многом зависит от качества менеджмента региона), способствующих росту уровня конкурентоспособности региона.



1. Сбор и формирование первичной информации о регионах-конкурентах	Оперативный уровень: Информационная составляющая
2. Выявление факторов, характеризующих конкурентоспособность региона	
3. Сбор информации по выбранным факторам	
4. Определение методического инструментария и проведение оценки конкурентоспособности региона	Тактический уровень: Интегральный показатель уровня конкурентоспособности региона
5. Определение конкурентных преимуществ региона над регионами-конкурентами	Стратегический уровень: Рост уровня конкурентоспособности региона
6. Оценка возможности улучшения показателей, характеризующих конкурентоспособность региона	
7. Принятие соответствующих управленческих решений и прогнозирование способов развития региона	

Рис. 1.5. Алгоритм формирования конкурентных преимуществ региона

Исследуя процесс межрегиональной конкуренции, авторы [50, 73, 87, 134] выделяют следующие основные направления, по которым и в рамках которых регионы могут соперничать между собой. Это прежде всего:

- сохранение и привлечение населения, в первую очередь в трудоспособном возрасте и высококвалифицированного;
- размещение и сохранение предприятий, привлечение новых фирм, формирующих наукоемкие современные кластеры, наладивших устойчивый сбыт своей продукции, работающих на принципах благожелательного отношения к окружающей среде;
- привлечение новых инвестиций в развитие действующих или создание новых предприятий, в коммунальную инфраструктуру, в строительство жилья и в социальный комплекс;
- осуществление и развитие транспортно-транзитных функций;
- усиление торговой специализации региона и крупных городов в его составе;
- развитие системы профессионального образования и здравоохранения как отраслей специализации, прежде всего университетов, медицинских центров и клиник;
- привлечение и развитие информационных центров,

средств массовой информации, кино– и телестудий и т. д.;

- привлечение туристических потоков всех типов;
- проведение крупных культурных, политических, научных, спортивных и других мероприятий, на которые приезжает много людей, что усиливает позитивный имидж региона, его городов;
- приращение культурного и исторического потенциала, повышающего привлекательность региона и для жителей, и для приезжих;
- размещение в регионе административных и общественных учреждений, органов, фондов государственного, международного, мирового значения.

Обобщение сфер конкуренции регионов по степени ее интенсивности (табл. 1.2) позволяет сделать вывод об усилении конкуренции и в дальнейшем.

В ходе исследования теоретических подходов к развитию территориальной конкуренции выявлено, что ее значение состоит в следующем.

Во-первых, конкуренция подталкивает региональные органы власти к проведению самоанализа состояния своего региона, его взаимосвязей и взаимоотношений с существующими или возможными партнерами и конкурентами.

Таблица 1.2. Распределение сфер по степени конкуренции между регионами России

Сильная конкуренция	Слабая конкуренция
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Получение субвенций, кредитов фондов и других финансовых ресурсов из федерального бюджета ▪ Получение законодательных налоговых льгот для уменьшения отчислений в государственный или региональный бюджет ▪ Сохранение в регионе оборонных предприятий и государственных организаций ▪ Получение государственных заказов для предприятий региона ▪ Получение средств из бюджета или от крупных потребителей в счет погашения задолженности перед предприятиями региона ▪ Привлечение инвестиций для частных предприятий ▪ Получение иностранных кредитов и безвозмездных грантов на региональное развитие ▪ Развитие в регионе различных транзитных коммуникаций и усиление транспортных грузопотоков ▪ Создание таможенных пунктов ▪ Привлечение туристов 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Привлечение нового населения, особенно высококвалифицированных кадров, молодежи ▪ Создание или привлечение образовательных и научных организаций ▪ Перемещение в регионы части федеральных управленческих структур ▪ Привлечение банковского капитала ▪ Создание центров телекоммуникаций, информатики, логистики, центров компетенции, современных кластеров экономики

Во-вторых, позволяет точнее определить целевые группы потребителей ресурсов региона, за которые он впоследствии и будет конкурировать. Такой самоанализ, стратегический выбор своей профильности является залогом будущего успеха в развитии факторов конкурентоспособности и в привлечении или сохранении потребителей.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.