

ISSN 2073-1477



НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ И АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Журнал выходит 4 раза в месяц

# РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА<sup>®</sup>

## ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Устойчивое развитие городов:  
закономерности и ориентиры

Продовольственная безопасность  
в период экономического кризиса

Формирование  
комплементарной стратегии  
в регионе

Агропромышленные кластеры  
в регионах Поволжья



**36** (363) – 2014  
**СЕНТЯБРЬ**

**РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА** ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА является зарегистрированным товарным знаком

<http://www.fin-izdat.ru> e-mail: [post@fin-izdat.ru](mailto:post@fin-izdat.ru)

---

# РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

ISSN 2311-8733 (Online), ISSN 2073-1477 (Print)

## ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Научно-практический и аналитический журнал

Журнал выходит 4 раза в месяц

36 (363) – 2014, сентябрь

ПОДПИСКА ВО ВСЕХ ОТДЕЛЕНИЯХ СВЯЗИ

- индекс 82327 – каталог агентства «Роспечать»
- индекс 15089 – каталог УФПС РФ «Пресса России»
- индекс 34133 – каталог российской прессы «Почта России»

Доступ и подписка на электронную версию:  
[www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru), [www.dilib.ru](http://www.dilib.ru)

Журнал зарегистрирован в Министерстве Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций ПИ № 77-14700.

### Учредитель:

ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ»

### Издатель:

ООО «Информсервис»

### Главный редактор:

Л.А. Чалдаева, доктор экономических наук, профессор

### Зам. главного редактора:

В.О. Гридин, В.В. Меженина

### Редакционный совет:

И.Е. Бельских, доктор экономических наук, профессор  
Н.Д. Гуськова, доктор экономических наук, профессор  
Л.В. Давыдова, доктор экономических наук, профессор  
В.В. Климанов, доктор экономических наук  
И.А. Морозова, доктор экономических наук, профессор  
К.В. Павлов, доктор экономических наук, профессор  
Ю.Н. Сагидов, доктор экономических наук, профессор  
Л.А. Третьякова, доктор экономических наук  
Р.В. Фаттахов, доктор экономических наук, профессор  
Д.П. Фролов, доктор экономических наук, профессор  
И.В. Шевченко, доктор экономических наук, профессор

Верстка: М.С. Гранильщикова

Корректор: А.М. Лейбович

### Редакция журнала:

111401, Москва, а/я 10. Тел.: +7 (495) 989-96-10

Адрес в Internet: <http://www.fin-izdat.ru>. E-mail: [post@fin-izdat.ru](mailto:post@fin-izdat.ru)

© ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ»

© ООО «Информсервис»

Журнал рекомендован ВАК Минобрнауки России для публикации научных работ, отражающих основное научное содержание кандидатских и докторских диссертаций.

Подписано в печать 02.09.2014.

Формат 60x90 1/8. Цена договорная. Объем 7,5 п.л.

Тираж 1 320 экз. Отпечатано в ООО «КТК»

г. Красноармейск Московской обл. Тел.: +7 (496) 588-0866.

Журнал реферируется в ВИНТИ РАН.

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).

Статьи рецензируются.

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Глухих Л.В., Родин Д.Я. Проблемы реализации конкурентных преимуществ ведения бизнеса в рамках формирования комплементарной стратегии.....2

### СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

- Алехин Е.И., Тихий В.И. Поиск ориентиров устойчивого развития городов региона.....10

### РАЗВИТИЕ АПК

- Абдурашитов А.А. Региональная продовольственная безопасность в кризисные периоды экономики .....23
- Сердобинцев Д.В. Теория и практика формирования и функционирования региональных агропромышленных кластеров в регионах Поволжья .....34

### ИННОВАЦИОННЫЕ КЛАСТЕРЫ

- Лаврикова Ю.Г., Малыш Е.В. Зеленая экономика в кластерном развитии.....48

---

Перепечатка материалов и использование их в любой форме, в том числе и в электронных СМИ, возможны только с письменного разрешения редакции.

---

---

# REGIONAL ECONOMICS

## THEORY AND PRACTICE

Analytical and practical journal

4 issues per month

36 (363), September, 2014

### SUBSCRIPTION AT ALL POST OFFICES:

- index 82327 – catalog of agency Rospechat
  - index 15089 – catalog FDPS RF Pressa Rossii
  - index 34133 – catalog of Russian press Pochta Rossii
- ONLINE VERSION: [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

Registration certificate ПИ № 77-14700 by the Ministry of Press, Broadcasting and Mass Communications of the Russian Federation.

### Founded by:

Publishing house FINANCE and CREDIT

### Published by:

Informservice, Ltd.

### Editor-in-chief:

Larisa A. Chaldaeava

### Deputy editors:

Veniamin O. Gridin, Vera V. Mezhenina

### Editorial council:

Igor' E. Bel'skikh, *Volgograd State Technical Univ., Volgograd*  
Nadezhda D. Gus'kova, *N.P. Ogarev's Mordovian State Univ., Saransk*

Larisa V. Davydova, *State Univ. – Education-Science-Production Complex, Orel*

Vladimir V. Klimanov, *Institute for Systems Analysis, RAS, Moscow*

Irina A. Morozova, *Volgograd State Technical Univ., Volgograd*

Konstantin V. Pavlov, *Kama Institute of Humanities*

and *Engineering Technology, Izhevsk*

Iurii N. Sagidov, *Institute for Social and Economic Research, DSC RAS, Makhachkala*

Larisa A. Tret'iakova, *Belgorod National Research Univ., Belgorod*

Rafael' V. Fattakhov, *Institute for Regional Research and Spatial Development of Financial Univ. under Govt of Russian Federation, Moscow*

Daniil P. Frolov, *Volgograd State Univ., Volgograd*

Igor' V. Shevchenko, *Kuban State Univ., Krasnodar*

**Design:** Marina S. Granil'shchikova

**Corrector:** Alla M. Leibovich

### Editorial contacts:

Mail address: 111401, P.O. Box 10, Moscow, Russia

Telephone: +7 (495) 989-9610

E-mail: [post@fin-izdat.ru](mailto:post@fin-izdat.ru), Website: [www.fin-izdat.ru](http://www.fin-izdat.ru)

© Publishing house FINANCE and CREDIT

© Informservice, Ltd.

The journal is recommended by VAK (the Higher Attestation Commission) of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation to publish scientific works encompassing the basic matters of the MPhil and DPhil theses.

Signed to print 02.09.2014. Format 60x90 1/8. Circulation 1 320.

Volume 7,5 printer's sheets. Printed by KTK, Ltd., Krasnoarmeisk, Moscow region.

Telephone: +7 (496) 588-0866

The journal is reviewed by the VINITI RAS.

The journal is included in the Russian Science Citation Index Database.

All articles peer-reviewed.

ISSN 2311-8733 (Online), ISSN 2073-1477 (Print)

## CONTENTS

### ECONOMY AND MANAGEMENT

- *Glukhikh L.V., Rodin D.Ya.* Problems of realization of competitive advantages of doing business in the form of complementary strategies .....2

### DEVELOPMENT STRATEGY

- *Alekhin E.I., Tikhii V.I.* Search for benchmarks for sustainable urban development of the region .....10

### DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL SECTOR

- *Abdurashitov A.A.* Regional food security in times of economic crisis .....23
- *Serdobintsev D.V.* Theory and practice of formation and functioning of regional agricultural clusters in the regions of the Volga region .....34

### INNOVATION CLUSTERS

- *Lavrikova Yu.G., Malyshev E.V.* The green economy in cluster development .....48

---

**Not responsible for the authors' personal views in the published articles.**

**This publication may not be reproduced in any form without permission.**

**All rights reserved.**

**Printed in the Russian Federation.**

---

УДК 330.101.8

## ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В РАМКАХ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЛЕМЕНТАРНОЙ СТРАТЕГИИ

**Л.В. ГЛУХИХ,**  
доктор экономических наук,  
доцент кафедры маркетинга и торгового дела  
E-mail: GluhihL@bk.ru  
Кубанский государственный университет

**Д.Я. РОДИН,**  
доктор экономических наук,  
доцент кафедры денежного обращения и кредита  
E-mail: rodin17@mail.ru  
Кубанский государственный аграрный университет

В статье авторы ставят проблему реализации конкурентных преимуществ хозяйствующих субъектов в рыночной среде. Доказано, что посредством реализации комплементарной стратегии формируется инновационный вектор развития современного бизнеса. Авторская концепция комплементарности расширяет модель М. Портера за счет оценки значимости и роли дополнительных участников рынка. Предложены новый методологический подход к формированию и алгоритм реализации комплементарной стратегии вовлечения участников-комплементоров в интеграционные процессы конкурентной бизнес-среды. Механизм реализации комплементарной стратегии на предприятии включает в себя как внешний анализ рынка, так и внутренний анализ собственных сил и возможностей, в результате чего выбираются наиболее подходящие комплементоры. Разработан алгоритм (карта) реализации комплементарной стратегии в рамках клиентоориентированного подхода организации бизнеса. Сама концепция комплементарности исходит из того, что множество организаций, либо услуг, либо теорий, основываясь на разных системах отношений, взаимно дополняют друг друга и могут быть использованы для построе-

ния системы более высокого уровня. На основе этого образуется новая система более высокого порядка, обеспечивающая всеми необходимыми параметрами организации, дополняя или замещая те или иные функции. Раскрыты методические подходы к реализации комплементарной стратегии фирмы, направленной на устойчивое развитие достижения общих целей и задач, способность сотрудничать и создавать единые стандарты и принципы, а значит, достигать больших по эффективности результатов, нежели конкурирующие организации. Алгоритм и реализация комплементарной стратегии бизнес-единиц направлены на комплексный анализ своих слабых и сильных сторон, мониторинг рынка, выбор подходящих конкурентов-сотрудников, впоследствии – комплементоров, взаимодействие с которыми принесет эффективный и устойчивый результат. Направленность на общие цели повысит финансовую устойчивость комплементоров, сведет к минимуму риски и обеспечит гарантированный результат сотрудничества.

**Ключевые слова:** комплементарная стратегия, алгоритм реализации комплементарной стратегии, методологические подходы к реализации комплементарной стратегии

В условиях жесткой конкуренции фирмы используют все более изощренные методы выживания. Внедрение новых технологий, снижение доли себестоимости в денежном выражении, активные рекламные компании, управление потребительским поведением – это далеко не весь список конкурентных преимуществ, используемых организациями для завоевания доли рынка. Некоторые компании прибегают к методам ведения нечестной борьбы в погоне за увеличением прибыли. Большинство руководителей и топ-менеджеров используют стандартные стратегии ведения бизнеса, многие не имеют четких маркетинговых планов, треть российских предпринимателей полагается на интуитивные действия, а значительная часть бизнесменов копирует действия конкурентов [5].

В силу разнородности бизнес-среды выбор комплементарной стратегии достижения целевых ориентиров является едва ли не основополагающим принципом построения конкурентных отношений в условиях неопределенности.

Для понимания комплементарности устойчивого развития компаний и ее роли в познании объекта исследования с точки зрения феноменологии обратимся к сематическому анализу данной категории.

Анализ системы феноменов (выявления и описания особенностей) строится на принципе комплементарности – максимального приближения реального протекания процесса к идеальному. Комплементарность изучает и измеряет синергетический эффект, характерный для самоорганизующихся систем [3].

В этом аспекте корпоративный бизнес с точки зрения внешних и внутренних процессов можно рассматривать как самоорганизующуюся систему.

Комплементарность – это соответствие, взаимодополняемость, взаимосоответствие. В самом общем смысле – это философское понятие, с помощью которого противоположные теории, концепции, явления и точки зрения, отражающие различные взгляды на действительность, можно представить в виде непротиворечивой модели.

Предложенный Ф. Энгельсом закон единства и борьбы противоположностей в рамках диалектического материализма наиболее близко описывает понятие комплементарности. Диалектический материализм в свою очередь базируется на диалектике Гегеля, который развил идеи философов-предшественников, начиная с Герклита, Сократа, Платона и заканчивая Кантом [9].

Актуальность темы исследования обусловлена непрерывным развитием экономической системы, появлением все новых экономических ниш, увеличением количества организаций, которые стремительно усиливают конкуренцию. В связи с этим комплементарность является основополагающей стратегией реализации современных бизнес-процессов.

Рассмотрим различные взгляды ученых на толкование комплементарности в различных направлениях развития категорий природы, общества, социально-экономических отношений (табл. 1).

Эффективным вектором развития современного бизнеса является формирование и использование комплементарной стратегии, что является пред-

Таблица 1

**Сущностные подходы  
к пониманию категории комплементарности  
в исследованиях о природе и обществе**

Автор	Толкование комплементарности
Н. Бор	Противоположности не исключают, а дополняют друг друга [7]
Ю. Магаршак	Принцип комплементарности является одним из универсальных принципов как в неживой природе, так и в мире живого. Разработка математического аппарата, адекватно описывающего комплементарные процессы, представляется абсолютно необходимой и своевременной, так же, как всестороннее рассмотрение сходства между комплементарными процессами, имеющими различную природу, их исследование и классификация [8]
У. Тоумен	В исследованиях семейно-брачных отношений выделяются комплементарный (взаимодополняющий), некомплементарный и частично комплементарный браки. Комплементарный – гармоничный [1]
Ж.Пиаже	В когнитологии для определения видов ментальности, соответствующих комплементарным или некомплементарным типам социальных общностей, комплементарными считаются знания, которые приобретаются в процессе коммуникации, дополняющие априорные и заполняющие лакуны в них [10]
Б. Райзберг	В экономической теории, в которой производительные средства (капитал, земля, труд) носят изначально комплементарный характер, комплементарными благами являются несколько товаров, которые потребляются одновременно и взаимодополняют друг друга [11]

Источник: авторская разработка.

посылкой успешного ведения бизнеса для многих компаний, без жестких конкурентных правил игры на рынке и необходимости уменьшения ценовой и потребительской стоимости конечного продукта.

Концепция комплементарности исходит из того, что множество организаций, услуг либо теорий, основываясь на разных системах отношений, взаимно дополняют друг друга и могут быть использованы для построения системы более высокого уровня. Путем анализа дополнительных участников рынка (конкурентов, поставщиков) происходит поиск комплементора, т.е. той организации, которая обладает большими возможностями или ресурсами. Каждая организация имеет собственные системы ценностей, систему теоретических и методологических обоснований реализации собственных стратегий. В этом случае комплементарность проявляется во внутренней и внешней взаимодополняемости и зависимости одного предприятия от другого. На основе этого образуется новая система более высокого уровня, обеспечивающая всеми необходимыми параметрами обе организации, дополняя или замещая те или иные функции.

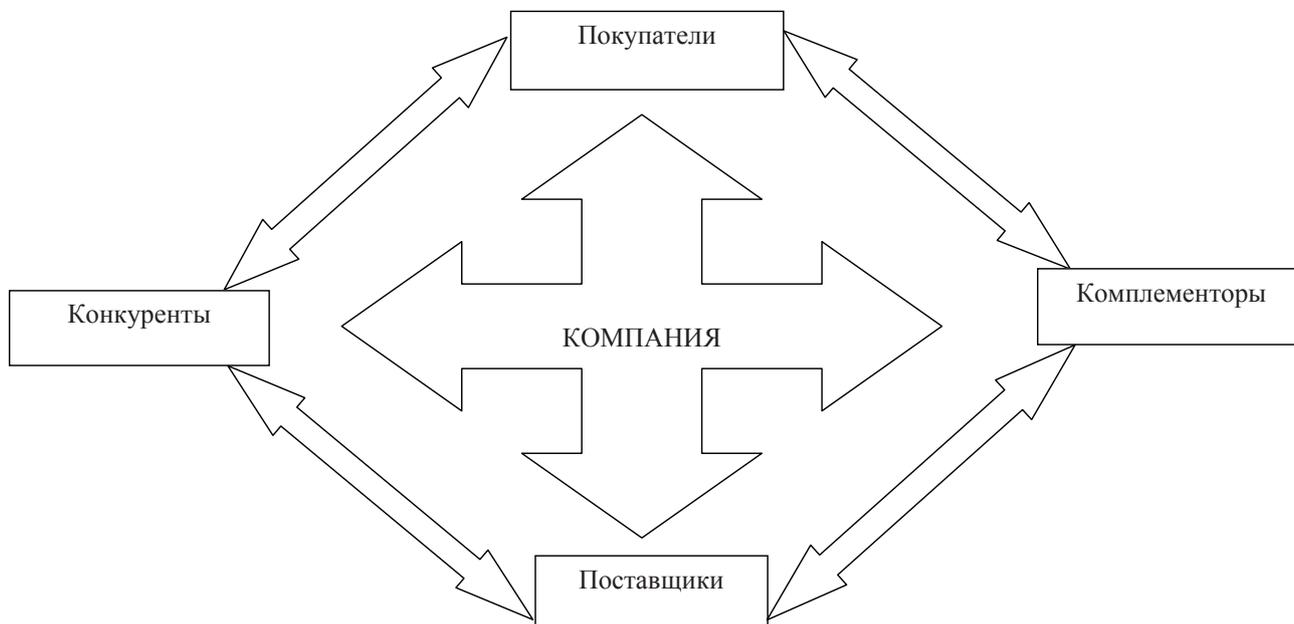
Экономическая сущность данной концепции комплементарности расширяет модель пяти сил Портера за счет анализа места роли дополнительных участников рынка. Дополнительные участники – это «компании-поставщики, у которых конечные потребители приобретают комплементарные (до-

полнительные к основному продукту) товары или услуги» [6].

Схематическая карта, которая показывает взаимозависимость между всеми ключевыми игроками рынка, представлена на рис. 1. В данной рыночной среде взаимодействия осуществляются по двум основным параметрам: потребители и поставщики расположены по вертикали, по горизонтали находятся те участники рынка, с которыми компания взаимодействует, но не заключает сделки. Это конкуренты и комплементоры – те, кому поставщики могут продать свои ресурсы.

Комплементорами являются участники рынка, у которых потребители могут купить комплементарные товары или услуги. Одновременно в данной среде поставщики могут предложить комплементарные ресурсы. Эти группы оказывают существенное влияние на стратегию любой фирмы.

Современный бизнес сосредоточен на конкурентных отношениях в любой экономической, социальной или политической сфере. Относительно небольшое количество предприятий выбирают иной путь существования – комплементарный, т.е. построенный на партнерских отношениях, взаимовыгодных условиях производства, соглашениях и сотрудничестве. Такая деятельность может принести значительно большие выгоды и преимущества, уменьшить количество рискованных ситуаций и обернуть свои недостатки в преимущества за счет



Источник: схема составлена с использованием материалов, представленных в работе [5].

Рис. 1. Взаимодополняемость и зависимость комплементоров

реализации синергетического эффекта вертикальных и горизонтальных интеграций.

Так, компании, занимающиеся выращиванием сельскохозяйственных культур, зачастую не имеют необходимого оборудования для дальнейшей обработки сырья. В случае сотрудничества с организацией, занимающейся переработкой, компании-производители становятся комплементорами, получая максимум выгоды.

Исторически сложилось представление о конкуренции как о непрерывной борьбе между организациями за одного потребителя. Любые попытки минимизировать конкурентную обстановку (путем вытеснения или поглощения конкурентов, путем образования монополий, заключения картельных соглашений) нарушают правила рынка и преследуются по закону [4].

Таким образом, комплементарные предприятия оказываются в противоречивой ситуации: они вынуждены вести конкурентную борьбу за потребителя, но не имеют права оказываться в ней явными победителями. Поскольку конкуренты рассматриваются как соперники, а сотрудничество между ними по определению исключено, то такой подход может привести к истощению ресурсов предприятий, неспособности удовлетворить потребности клиентов и, как следствие, ухудшению положения потребителей.

Поэтому комплементарные компании имеют существенные преимущества в свете реализации своих стратегических инициатив:

- деятельность сотрудничающих компаний не препятствует конкуренции, позволяя экономить на ресурсах, которые конкурирующими организациями затрачиваются на чрезмерную конкуренцию;
- деятельность таких компаний направлена на потребителя, а качество обслуживания несколькими сотрудничающими организациями гораздо выше, чем обслуживание обособленного предприятия [2].

На основании проведенных исследований авторы делают вывод о возможности применения концепции комплементарности в современной предпринимательской среде. В процессе реализации комплементарной концепции в производственной среде авторами уточнена структура целевых ориентиров конкурирующего и комплементарного предприятия с точки зрения частных и общих действий.

Новое авторское видение структурно-логических целей комплементарного и конкурирующего

предприятия обусловлено тем, что комплементарное предприятие направлено на достижение общих целей и задач, способно сотрудничать и создавать единые стандарты и принципы, а значит, достигать больших по эффективности результатов, нежели конкурирующая организация (табл. 2).

Комплементарность в бизнесе позволяет сбалансировать силы предприятий и рационально распределить ресурсы. Комплементарным предприятиям легче существовать, у них есть возможность доверить свои слабые стороны сильным конкурентам (в данном случае сотрудникам) и получать максимальный эффект.

Такое сотрудничество можно реализовать путем взаимодействия в тех направлениях, в которых интересы компаний совпадают (за исключением ценового договора), при сохранении соперничества и при достижении частных целей отдельных компаний.

Создание единых стандартов качества обслуживания означает, что компании совместными усилиями разрабатывают этический кодекс, а в ряде случаев создают отраслевую ассоциацию, которая также призвана проводить добровольную сертификацию компаний, работающих в данной сфере. Таким образом, потребитель получает гарантированное качество обслуживания, а компании, не желающие придерживаться этих стандартов и ведущие себя недобросовестно, постепенно удаляются с рынка.

Для реализации конкурентных преимуществ можно использовать методологические подходы,

Таблица 2

#### Структура целей конкурирующего и комплементарного предприятия

Частные цели конкурирующих предприятий	Общие цели комплементарных предприятий
Противодействие конкурентам, стремящимся переманить покупателей	Противодействие конкурентам из других отраслей, предлагающих на целевом рынке данной отрасли товары-субституты
Увеличение доли рынка	Создание единых стандартов обслуживания потребителей и контроль за их соблюдением
Рост объема продаж и расширение ассортимента	Лоббирование интересов отрасли
	Совместное обслуживание покупателей
	Ведение конкуренции добросовестными методами

Источник: авторская разработка.