

Научная статья

Original article

УДК 33

doi: 10.55186/2413046X_2022_7_8_483

**ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ АПК РЕСПУБЛИКИ
КОМИ**

**FUNCTIONAL STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF THE AGRO-
INDUSTRIAL COMPLEX OF THE KOMI REPUBLIC**



Статья подготовлена в рамках государственного задания № FGMW-2019-0051 по разделу X 10.1., подразделу 139 Программы ФНИ государственных академий на 2020 год, регистрационный номер НИОКР 1021062411604-8-4.1.1

The article was prepared within the framework of the state task No. FGMW-2019-0051 under section X 10.1., subsection 139 of the Program of the FNI of State Academies for 2020, R&D registration number 1021062411604-8-4.1.1

Юдин Андрей Алексеевич, кандидат экономических наук, научный сотрудник, Институт агробιοтехнологий им. А.В. Журавского – обособленное подразделение ФГБУН ФИЦ Коми НЦ УрО РАН, г. Сыктывкар, audin@rambler.ru

Тарабукина Татьяна Васильевна, кандидат экономических наук, научный сотрудник, Институт агробιοтехнологий им.А.В. Журавского – обособленное подразделение ФГБУН ФИЦ Коми НЦ УрО РАН, г. Сыктывкар, strekalovat@bk.ru

Облизов Алексей Валерьевич, кандидат экономических наук, научный сотрудник, Институт агробιοтехнологий им.А.В. Журавского –

обособленное подразделение ФГБУН ФИЦ Коми НЦ УрО РАН, г. СЫКТЫВКАР, oblizov_a@mail.ru

Yudin Andrey Alekseevich, Candidate of Economic Sciences, Researcher at the A.V. Zhuravsky Institute of Agrobiotechnologies – a separate division of the Federal State Budgetary Institution of the Komi National Research Center of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Syktyvkar
audin@rambler.ru

Tarabukina Tatyana Vasilyevna, Candidate of Economic Sciences, Researcher at the Institute of Agrobiotechnologies named after A.V. Zhuravsky – a separate division of the Federal State Budgetary Institution of the Komi National Research Center of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Syktyvkar, strekalovat@bk.ru

Oblizov Alexey Valeryevich, Candidate of Economic Sciences, Researcher at the Institute Agrobiotechnologies named after A.V. Zhuravsky – a separate division of the Federal State Budgetary Institution of the Komi National Research Center of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Syktyvkar, oblizov_a@mail.ru

Аннотация. Кооперация участников кластера ориентирована на создание тесного взаимодействия с внешними участниками, которая базируется на государственной поддержке и единой стратегии развития. Выстроить эффективное межфункциональное взаимодействие позволит учет позиций участников кластера при принятии ключевых решений. Центр кластерного развития Республики Коми должен уделять особое внимание формированию условий для эффективного взаимодействия участников кластера АПК друг с другом, а также с государственными органами.

На центр кластерного развития будет возложена функция посредника между участниками кластера и образовательными и научно-исследовательскими учреждениями республики, выявляя текущие потребности предприятий малого и среднего бизнеса.

Итоговой целью должна выступить созданная система научных разработок в соответствии с реальными и потенциальными потребностями участников кластера.

При этом, лаборатории и образовательные учреждения могли бы производить знакомство производителей сельскохозяйственной продукции с действующими и потенциальными исследовательскими проектами, для промышленной апробации которых необходимо дополнительное финансирование и интерес со стороны реальных потребителей. Данное взаимодействие участников кластера будет способствовать выявлению приоритетных инвестиционных проектов, оптимизации затрат на инновационное развитие АПК республики, а также позволит минимизировать нецелевые разработки.

Содействовать коммерциализации научно-исследовательских разработок будет Центр кластерного развития Республики Коми, оказывая консультационную и методологическую помощь. Объединение в единый бренд сельскохозяйственной продукции Республики Коми приведет к существенной оптимизации затрат предприятий на продвижение продукции.

Чтобы активизировать коммуникационную стратегию кластерного проекта «Агропродукты из Республики Коми» требуется взаимодействие потребителей с производителями агропродукции посредством CRM-подхода, который предполагает автоматизацию всех отделений участников кластера, взаимодействующих с клиентами. Совместную работу, связанную с продвижением бренда «Агропродукты из Республики Коми» будут осуществлять специалисты-маркетологи посредством организации круглых столов, семинаров.

Abstract. Cooperation of cluster members is focused on creating close interaction with external participants, which is based on state support and a unified development strategy. Effective cross-functional interaction will be built by taking into account the positions of cluster members when making key decisions. The

Center for Cluster Development of the Komi Republic should pay special attention to the formation of conditions for effective interaction of the participants of the agro-industrial complex cluster with each other, as well as with government agencies.

The cluster development center will be assigned the function of an intermediary between the cluster participants and educational and research institutions of the republic, identifying the current needs of small and medium-sized businesses.

The final goal should be the created system of scientific developments in accordance with the real and potential needs of the cluster participants.

At the same time, laboratories and educational institutions could introduce agricultural producers to existing and potential research projects, for the industrial testing of which additional funding and interest from real consumers are needed. This interaction of cluster participants will help identify priority investment projects, optimize the costs of innovative development of the agro-industrial complex of the republic, and will also minimize non-targeted developments.

The Center for Cluster Development of the Komi Republic will promote the commercialization of research and development, providing consulting and methodological assistance. The unification into a single brand of agricultural products of the Komi Republic will lead to a significant optimization of the costs of enterprises for product promotion.

In order to activate the communication strategy of the cluster project "Agro-products from the Komi Republic", interaction of consumers with producers of agricultural products is required through a CRM approach, which involves automation of all departments of cluster participants interacting with customers. Joint work related to the promotion of the brand "Agro-products from the Komi Republic" will be carried out by marketing specialists through the organization of round tables, seminars.

Ключевые слова: АПК, республика Коми, стратегия развития, кластер, кооперация

Keywords: agro-industrial complex, Komi Republic, development strategy, cluster, cooperation

Базовая стратегия развития АПК Республики Коми должна быть подкреплена функциональной стратегией, которая конкретизирует выбранный вектор развития [1].

Цель функциональной стратегии – распределение ресурсов кластера АПК, поиск эффективных действий каждой организации в пределах общей стратегии.

Чтобы повысить эффективность взаимодействия участников кластера АПК следует применять организационные и управленческие инновации, представленные на рисунке 1.

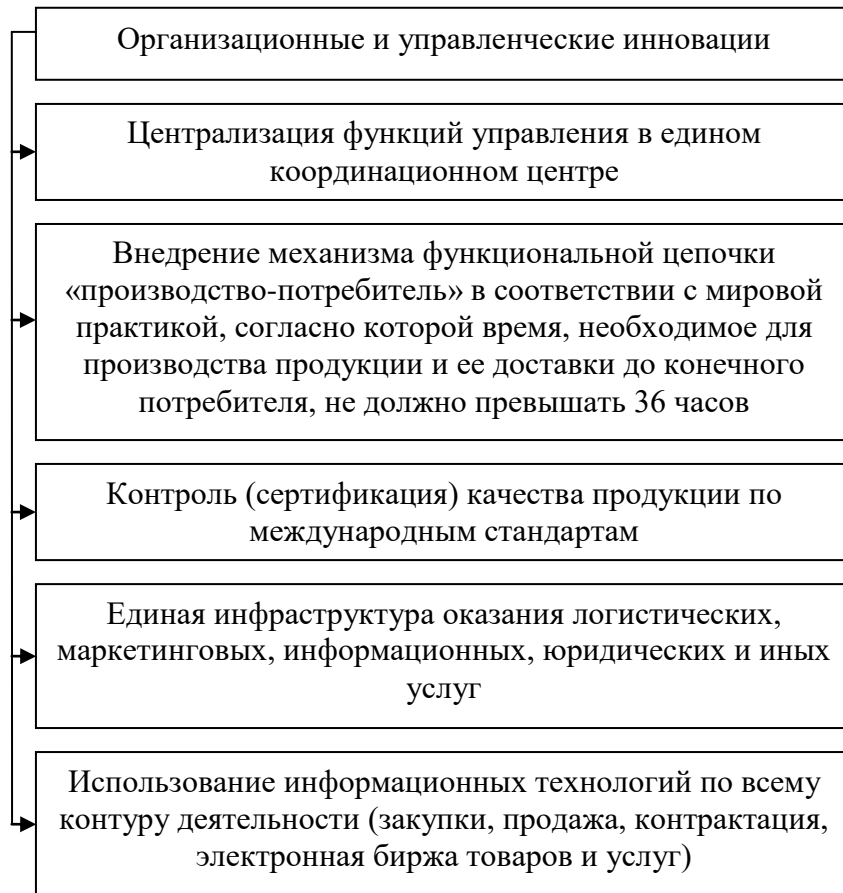


Рисунок 1 – Организационные и управленческие инновации для повышения эффективности взаимодействия участников кластера АПК

Элементы функциональной стратегии представлены на рисунке 1.

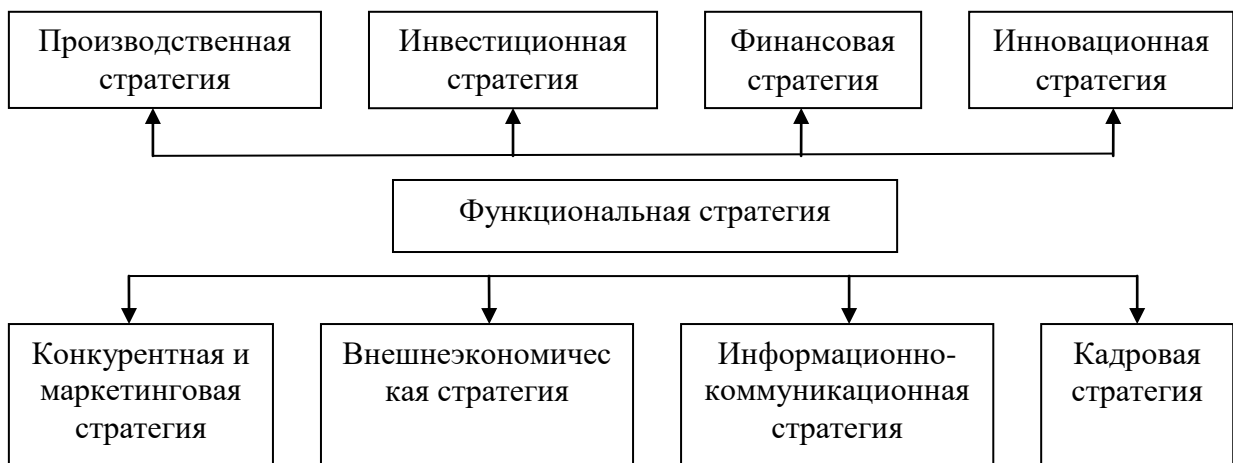


Рисунок 2 – Составляющие функциональной стратегии

Функциональная стратегия развития агропромышленного кластера Республики Коми учитывает необходимость формирования новых взаимосвязей внутри кластера, внедрения инноваций, системы непрерывного обучения персонала предприятий кластера [2].

Рассмотрим более подробно каждую стратегию.

1. Производственная стратегия, ее целью является формирование экологически безопасного производства продукции с максимально высокой добавленной стоимостью.

Задачами производственной стратегии являются:

- повысить плодородие почвы, улучшить качество семенного фонда, увеличить урожайность, развивать животноводство;
- сформировать интегрированные технологические цепочки, направленные на увеличение доли добавленной стоимости и производства импортозамещающей продукции в республике;
- расширить количество участников кластера, привлекая к сотрудничеству новые промышленные предприятия, научно-исследовательские и научно-образовательные учреждения, а также объекты промышленной и технологической инфраструктуры.

2. Инвестиционная стратегия, цель которой создать благоприятные условия, чтобы привлечь инвесторов на предприятия агропромышленного кластера и ускорить производственный процесс новых видов продукции [3].

Задачами инвестиционной стратегии являются:

- разработать бизнес-планы, связанные с организацией совместных инвестиционных проектов, вносить в них корректировки в случае изменения организационно-экономических и иных условий;
- осуществлять поиск возможных инвесторов, оценить характер перспективных требований, которые выдвигают инвесторы, и сформировать соответствующие условия, чтобы привлечь их в экономику региона;

- создать каталог внедрения эффективных совместных инвестиционных проектов участниками кластера и реестра предполагаемых проектов;

- проанализировать степень проработки проектов и сроки их окупаемости.

3. Финансовая стратегия, цель которой совокупное применение доступных ресурсов, включая привлечение дополнительных ресурсов, стимулирование сотрудничества, в том числе в образовании, науке, маркетинге [4].

Задачами финансовой стратегии являются:

- определить проекты и программы для финансирования, провести мониторинг общей стоимости совместных проектов;

- определить виды и источники финансирования для этого требуется:

- а) разработать программы финансирования для участников кластера и механизмов ГЧП;

- б) участвовать в программах государственной поддержки сельхозпредприятий, а также в федеральных программах;

- разработать план и порядок привлечения финансирования для этого требуется:

- а) провести мониторинг объема нужного финансирования проектов со стороны кредитных организаций;

- б) провести переговоры по условиям лизинга, кредитования;

- в) сделать выбор в пользу партнера или венчурного фонда;

4. Инновационная стратегия, цель которой сформировать территориальную научно-производственную систему, направление которой заключается в эффективном применении научно-технологического потенциала республики и участников кластера, что позволит осваивать новые наукоемкие технологии, включая сферу биотехнологий в более ускоренном темпе [5].

Задачами инновационной стратегии являются:

- создать научно-технический совет кластера с целью принятия совместных решений в сфере научно-инновационной политики;
- создать и развивать научно-исследовательские центры анализа рынков и предпринимательства в сфере АПК;
- создать на основе существующих научно-образовательных учреждений научных лабораторий и инкубаторов, которые осуществляют разработки проектов кластера;
- внедрить систему поддержки инновационных проектов в области АПК;
- создать новую наукоемкую продукцию;
- создать и развивать новые малые высокотехнологичные предприятия;
- содействовать разработке и внедрению научно-исследовательских проектов и программ, инновационных предложений, которые ориентированы на формирование наукоемких технологий;
- развивать инновационное предпринимательство в АПК Республики Коми.

5. Конкурентная стратегия представляет совокупный план действий кластера АПК относительно конкурентов.

Маркетинговый смысл конкурентных стратегий в их ориентире на удержание кластером своих позиций на рынке относительно конкурентов (рисунок 3).

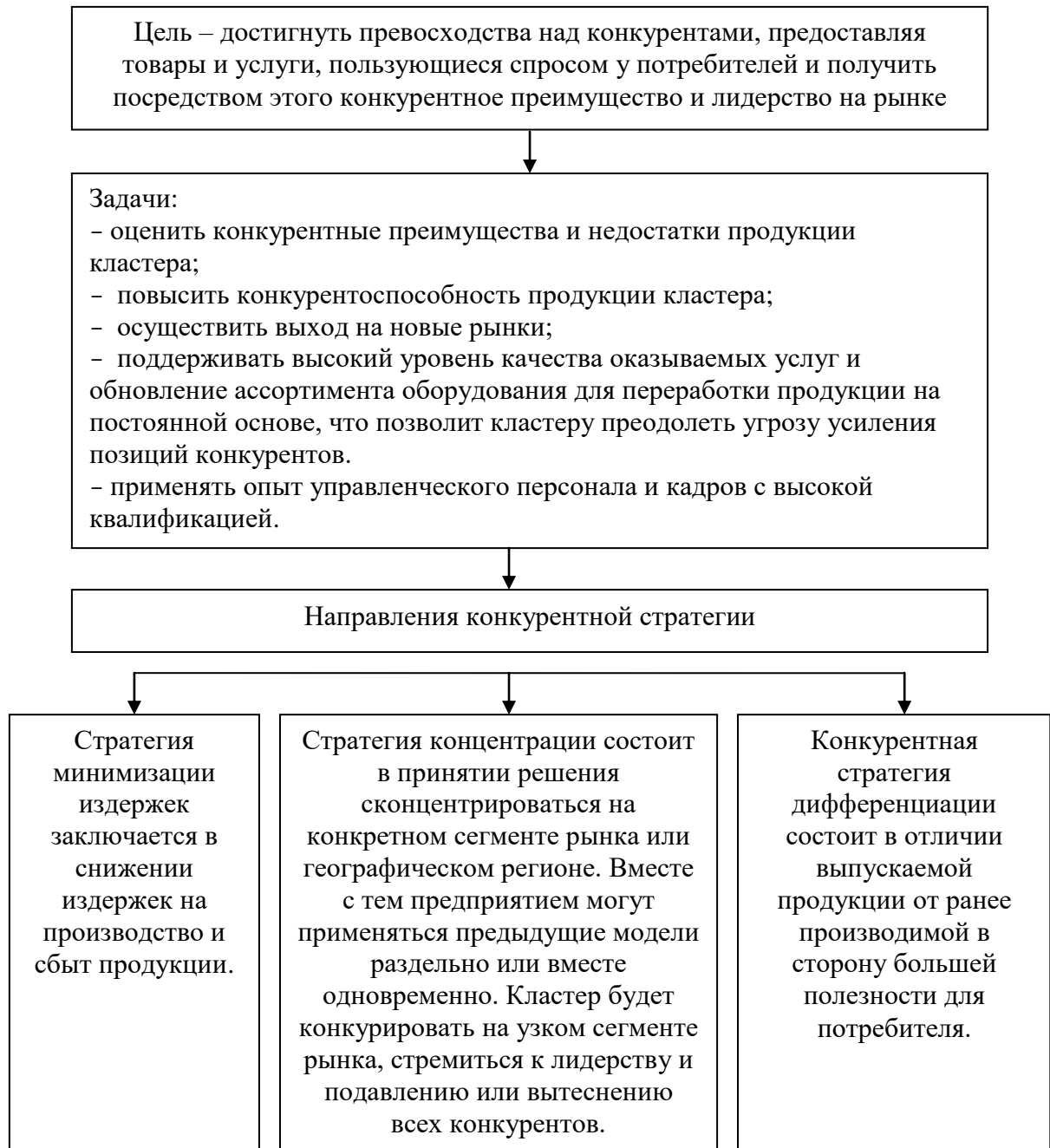


Рисунок 3 – Направления конкурентной стратегии кластера АПК

Выбор конкурентной стратегии зависит, во-первых, от привлекательности отрасли с точки зрения обеспечения прибыльности на долгосрочный период, а, во-вторых, от относительной конкурентной позиции кластера внутри этой отрасли. Вместе с тем, не только условия отрасли влияют на выбор конкурентной стратегии, но и сама конкурентная стратегия влияет на эти условия в пользу кластера [6].

Учитывая сложившуюся конъюнктуру на рынке продукции АПК региона, имеющегося потенциала участников агрокластера, можно обозначить цель, задачи и основные направления реализации маркетинговой стратегии сбыта продукции участников кластера [7].

Цель маркетинговой стратегии агропромышленного кластера состоит в том, чтобы направить все бизнес-процессы на максимальное удовлетворение потребительских предпочтений, укрепление позиций участников кластера на рынках России и за рубежом.

На рисунке 4 представлен механизм достижения цели.



Рисунок 4 – Механизм достижения цели продвижения кластерной концепции [8]

Чтобы достигнуть цели участникам кластера необходимо реализовать следующие задачи:

- организовать маркетинговое исследование, чтобы осуществить сбор и провести анализ сведений о предпочтениях потребителей, обозначить идеи, направленные на улучшение и продвижение продукции на рынке;
- сформировать эффективную сбытовую сеть;

- организовать рекламные и маркетинговые мероприятия, чтобы обеспечить выход продукции АПК на новые рынки (разработать единую систему скидок, создать единый бренд участников кластера, провести единую рекламную кампанию);
- скорректировать ассортиментную политику, учитывая конъюнктуру рынка;
- внедрить систему менеджмента безопасности продукции АПК.

Для продвижения регионального агрокластера могут применяться следующие инструменты:

- событийный маркетинг (организация фестивалей и праздников);
- проведение выставок;
- инструменты социальной рекламы;
- инструменты внутреннего маркетинга для работы на некоторых предприятиях кластера и формирования лояльности со стороны персонала к компании и кластеру в целом [9];
- формирование качественного цифрового материала (официальный сайт, активность в социальных сетях, элементы интерактивности).

Данная стратегия может быть реализована по направлениям, представленным на рисунке 5.



Рисунок 5 – Приоритетные направления маркетинговой стратегии развития агропромышленного кластера Республики Коми

2. Направление «Создание единого бренда агропромышленного кластера Республики Коми» предполагает объединение под единой маркой «Агропродукты из Республики Коми» товаров агропромышленных организаций-участников кластера, что позволит повысить узнаваемость всю линейку агропродуктов и реализовывать их посредством торговых сетей предприятий-участников кластера.

Задачами брендинга являются:

- сделать продукцию агропромышленного кластера узнаваемой среди целевой аудитории;
- сформировать в восприятии потребителей устойчивое представление о бренде как о лучшем товаре среди аналогов;
- создать в сознании целевой аудитории связь агропродукции участников кластера с местом ее производства.

3. Направление «Создание единого информационного ресурса агропромышленного кластера Республики Коми», которое предполагает создание отдельного интернет-ресурса агропромышленного кластера Республики Коми, где будет размещаться информация о продуктах кластера, предприятиях малого и среднего бизнеса – участниках кластера, бренде кластерного продукта, его потребительских свойствах, местах реализации.

4. Направление «Развитие технологической платформы в рамках бренда АПК Республики Коми как производителя продуктов здорового питания», целью которого создать технологический базис, который включает комплекс технологий, направленных на решение проблем продовольственной безопасности и рационального природопользования. Данное направление будет реализовываться Институтом агробиотехнологий ФИЦ Коми НЦ УрО РАН.

В рамках этого направления деятельность Института агробиотехнологий ФИЦ Коми НЦ УрО РАН будет ориентирована на

создание и ускоренное внедрение новых сортов растениеводства и животноводства, повышение плодородия почвы, создание условий для наращивания производства и импортозамещения продукции.

5. Создание транспортно-логистического центра, цель которого обеспечить сбыт продукции сельского хозяйства посредством формирования в рамках сети оптово-распределительных центров, условий для приема, реализации и хранения продукции сельского хозяйства, в том числе через закупки для государственных и муниципальных нужд.

Для создания транспортно-логистического центра требуется создание официального сайта, базы постоянных поставщиков; заключение договоров с производителями; разработка ассортимента продукции.

Внешнеэкономическая стратегия, цель которой состоит в выходе на новые рынки сбыта, в импортозамещении продукции [10].

Задачами внешнеэкономической стратегии являются:

- создать оптово-распределительный центр кластера, который свяжет покупателей и поставщиков и обеспечит услугами первичной переработки, хранения, предпродажной подготовки свежей продукции, логистики;

- содействовать развитию научно-технических и торгово-экономических связей участников агропромышленного кластера с российскими и иностранными предприятиями;

- ознакомить широкий круг потребителей с научно-техническими, технологическими и производственными достижениями участников кластера АПК;

- наладить сотрудничество между регионами относительно реализации продукции местных сельхозпроизводителей.

7. Информационно-коммуникационная стратегия, цель которой создать условия для эффективного взаимодействия участников агропромышленного кластера, некоммерческих организаций, учреждений образования и науки, государственных органов, инвесторов.

Задачами информационно-коммуникационной стратегии являются:

– оказывать комплексную информационно-консультационную поддержку участников кластера в процессе реализации их совместных проектов.

Методы взаимодействия с экспертами могут иметь различную форму: дистанционное общение, обучение в группах, индивидуальные консультации, сезонные встречи внутри группы и пр.

К выбору новых тем лекций и семинаров следует подключить как действующих участников кластера, так и бизнес-сообщество, активно изучающее возможности для инвестирования. Для оказания консультационной помощи возможно составление рейтинговой системы отбора тем, включая применение закрытого онлайн голосования, которое интегрировано в сайт кластера. Проведение образовательных программ и иных обучающих мероприятий позволит представителям малого и среднего бизнеса, которые объединились в рамках Центра кластерного развития, эффективнее и с минимальными затратами реализовывать бизнес-проекты [11],

– установить коммуникативную связь с ведомствами и профильными региональными министерствами;

– взаимодействовать с региональными органами государственной власти Республики Коми в плане получения административной поддержки на внедрение совместных проектов;

– создать и продвигать сайт агропромышленного кластера, создать на сайте единую площадку взаимодействия Кластера, Министерства экономического развития и промышленности и Министерства сельского хозяйства и потребительского рынка Республики Коми, которая построена на принципах обратной связи; организовать ведение страницы по деятельности Кластера в социальных сетях [12];

- организовывать круглые столы, семинары, вебинары, касающиеся интересов участников агропромышленного кластера;

- развивать систему информирования участников кластера о мероприятиях, связанных с оказанием поддержки для кластера, изменениях в сфере регулирования малого и среднего бизнеса на законодательном уровне.

8. Кадровая стратегия, цель которой состоит в развитии человеческого капитала предприятий агропромышленного кластера, в повышении производительности и мотивации труда [13].

Задачами кадровой стратегии являются:

- осуществлять мониторинг дефицита персонала в агропромышленном кластере в профессионально-квалификационном разрезе, определять и планировать потребности персонала в кластере (осуществляют участники кластера);

- организовывать круглые столы совместно с образовательными учреждениями Республики Коми, чтобы разработать новые программы обучения, образовательные стандарты и повысить квалификацию по приоритетным направлениям подготовки (реализует Министерство сельского хозяйства и потребительского рынка Республики Коми, в т.ч. Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина, Сыктывкарский лесной институт (филиал) Санкт-Петербургского государственного лесотехнического университета им. С.М. Кирова) [14];

- сформировать для участников кластера реестр приоритетных образовательных тем, которые будут способствовать развитию деятельности предприятий малого и среднего бизнеса (осуществляют участники кластера, Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина, Сыктывкарский лесной институт (филиал) Санкт-Петербургского государственного лесотехнического университета им. С.М. Кирова) [15].

Список источников

1. Абдуллаева, Т.К. Применение кластерного метода для эффективного управления регионом / Т.К. Абдуллаева, Х.Г. Абдулаев // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2018. – № 3 (89). – С. 62–72.
2. Андреева, Л.В. Формирование контрактной системы в России в условиях экономической интеграции / Л.В. Андреева // Юрист. – 2013. – № 14. – С.3–8.
3. Афанасьев, М.В. Мировая конкуренция и кластеризация экономики / М.В. Афанасьев, Л.А. Мясникова // Вопросы экономики. – 2005. – № 4. – С.75–85.
4. Байбарова, М.А. Маркетинговые инструменты продвижения территориального кластера в концепции развития региона / М.А. Байбарова // Синергия наук. – 2018. – № 27 – С.258–268.
5. Баутин, В.М. Концептуальные основы формирования инновационной экономики в агропромышленном комплексе России: монография / В.М. Баутин. – М.: Изд-во РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева, 2012.
6. Блюм, Ю.Д. Инновации: понятие и состояние в Республике Коми / Ю.Д. Блюм, М.С. Демина // СЕВЕРГЕОЭКОТЕХ – 2015: материалы XVI Международной молодёжной науч. конф.: в 6 ч. – Ухта: Ухтинский государственный технический университет, 2015. – С.149–152.
7. Голованова, С.В. Межфирменная кооперация: уроки для развития кластеров в России / С.В. Голованова, С.Б. Авдашева, С.М. Кадочников // Российский журнал менеджмента. – 2010. – Т. 8. – № 1. – С.41–66.
8. Григорян, Т.Р. Некоторые вопросы применения принципов контрактной системы в сфере закупок / Т.Р. Григорян // Черные дыры в Российском законодательстве. – 2015. – № 3. – С. 37–39.
9. Дмитриев, Ю.А. Развитие государственно-частного партнерства в агропромышленном комплексе / Ю.А. Дмитриев, Л.И. Шустров, Т.Л. Шустров, И.И. Савельев // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2018. – Т. 1. – № 3. – С.45–50.

10. Дусаев, Х.Б. Агропромышленные кластеры – основа эффективности и конкурентоспособности регионального АПК / Х.Б. Дусаев // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2014. – № 3 (20). – С.32–35.
11. Завьялов, Д.В. Оценка перспективности кластерной политики в регионах Российской Федерации / Д.В. Завьялов // Федерализм. – 2015. – № 2 (78). – С. 63–74.
12. Мищенко, Ю.П. Кластерный подход организации производственного взаимодействия / Ю.П. Мищенко // Вестник КАСУ. – 2006. – № 4. – С.83–91.
13. Тарабукина, Т.В. Агропромышленный кластер как основа устойчивого развития сельского хозяйства северного региона / Т.В. Тарабукина, О.Ю. Воронкова // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 8 (109). – С.1227–1231.
14. Чарыкова, О.Г. Региональная кластеризация в цифровой экономике / О.Г. Чарыкова, Е.С. Маркова // Экономика региона. – 2019. – Т. 15. – № 2. – С.409–419.
15. Юдин, А.А. Управление инновационным развитием аграрного сектора России в региональном спектре / А.А. Юдин // Аграрная наука Евро-Северо-Востока. – 2017. – № 4 (59). – С.75–80.

References

1. Abdullayeva, T.K. Application of the cluster method for effective management of the region / T.K. Abdullayeva, H.G. Abdulaev // Regional problems of economic transformation. – 2018. – № 3 (89). – Pp. 62-72.
2. Andreeva, L.V. Formation of the contract system in Russia in the conditions of economic integration / L.V. Andreeva // Lawyer. – 2013. – No. 14. – pp.3–8.
3. Afanasyev, M.V. World competition and clusterization economics / M.V. Afanasyev, L.A. Myasnikova // Economic issues. - 2005. – No. 4. – pp.75-85.
4. Baibarova, M.A. Marketing tools for promoting a territorial cluster in the concept of regional development / M.A. Baibarova // Synergy of Sciences. – 2018. – No. 27 – pp.258–268.

5. Bautin, V.M. Conceptual foundations of the formation of an innovative economy in the agro-industrial complex of Russia: monograph / V.M. Bautin. – M.: Publishing house of the RGAU-MSHA named after K.A. Timiryazev, 2012.
6. Blum, Yu.D. Innovations: the concept and state in the Komi Republic / Yu.D. Blum, M.S. Demina // SEVERGEOECOTECH – 2015: materials of the XVI International Youth Scientific Conference: at 6 o'clock – Ukhta: Ukhta State Technical University, 2015. – pp.149-152.
7. Golovanova, S.V. Inter-firm cooperation: lessons for cluster development in Russia / S.V. Golovanova, S.B. Avdasheva, S.M. Kadochnikov // Russian Journal of Management. - 2010. – Vol. 8. – No. 1. – pp.41-66.
8. Grigoryan, T.R. Some issues of application of the principles of the contract system in the field of procurement / T.R. Grigoryan // Black holes in Russian legislation. – 2015. – No. 3. - pp. 37-39.
9. Dmitriev, Yu.A. Development of public-private partnership in the agro-industrial complex / Yu.A. Dmitriev, L.I. Shustrov, T.L. Shustrov, I.I. Savelyev // Economics and management: problems, solutions. - 2018. – Vol. 1. – No. 3. – pp.45-50.
10. Dusaev, H.B. Agro–industrial clusters - the basis of efficiency and competitiveness of the regional agro-industrial complex / H.B. Dusaev // Economics, labor, management in agriculture. – 2014. – № 3 (20). – Pp.32-35.
11. Zavyalov, D.V. Evaluation of the prospects of cluster policy in the regions of the Russian Federation / D.V. Zavyalov // Federalism. – 2015. – № 2 (78). – Pp. 63-74.
12. Mishchenko, Yu.P. Cluster approach organization of industrial cooperation / Yu.P. Mishchenko // Bulletin of KASU. – 2006. – No. 4. – C.83–91.
13. Tarabukina, T.V. Agro-industrial cluster as a basis for sustainable development of agriculture in the northern region / T.V. Tarabukina, O.Y. Voronkova // Economics and entrepreneurship. – 2019. – № 8 (109). – Pp.1227–1231.

14. Charykova, O.G. Regional clustering in the digital economy / O.G. Charykova, E.S. Markova // The economy of the region. – 2019. – Vol. 15. – No. 2. – pp.409–419.

15. Yudin, A.A. Management of innovative development of the agricultural sector of Russia in the regional spectrum / A.A. Yudin // Agrarian science of the Euro-North-

Для цитирования: Юдин А.А., Тарабукина Т.В., Облизов А.В. Функциональная стратегия развития АПК Республики Коми // Московский экономический журнал. 2022. № 8. URL: <https://qje.su/selskohozyajstvennye-nauki/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-8-2022-33/>

© Юдин А.А., Тарабукина Т.В., Облизов А.В., 2022. Московский экономический журнал, 2022, № 8.