

**А. Н. Пилясов**

# **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В АРКТИКЕ**

**Проблемы развития  
малого и среднего бизнеса  
в Арктической зоне,**

**или**

**Чем арктические  
предприниматели  
похожи  
на белых медведей?**



**А. Н. Пилясов**

# **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В АРКТИКЕ**

**Проблемы развития  
малого и среднего бизнеса  
в Арктической зоне,  
или  
Чем арктические  
предприниматели похожи  
на белых медведей?**



**URSS**  
**МОСКВА**



*Настоящее издание осуществлено при финансовой поддержке  
Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 20-15-00008),  
не подлежит продаже*

**Пилясов Александр Николаевич**

**Предпринимательство в Арктике: Проблемы развития малого и среднего бизнеса в Арктической зоне, или Чем арктические предприниматели похожи на белых медведей? — М.: КРАСАНД, 2020. — 400 с.**

Книга обобщает многолетние исследования и наблюдения автора, начатые еще в 1990-е годы в период работы в магаданском Северо-Восточном комплексном научно-исследовательском институте, потом в Госкомсевере России, Совете по изучению производительных сил и Московском государственном университете имени М. В. Ломоносова. В ней предпринята попытка посмотреть на арктического предпринимателя с разных уровней: в масштабе Арктики в целом, ее отдельных регионов и городов, наконец, отдельных физических лиц и предприятий малого бизнеса. Отдельно охарактеризованы типичные для Арктики предприниматели в сфере бизнес-услуг и предприниматели-кочевники (оленьеводы ЯНАО).

Книга представляет интерес для тех, кто интересуется современными проблемами Арктики России, российского предпринимательства (в его особенной зональной версии), неожиданными парадоксами в изучении развития регионов, когда очевидные, казалось бы, истины, вдруг подвергаются сомнению. Автор надеется, что книга будет полезна преподавателям, студентам и аспирантам российских вузов, работникам муниципального управления, органам федеральной исполнительной и законодательной власти, коллегам-ученым — всем, кто сегодня участвует в захватывающем процессе теоретического и практического обустройства российской Арктики.

**Entrepreneurship in the Arctic**

The most important factors in the development of entrepreneurship in the Arctic, which create a mosaic picture of situations in the Arctic territories, are in the island or quasi-continental situation, the presence of large resource corporations and the specific stage of exploitation of the resource field, and the institutional structure of the local economy in terms of the degree of its nationalization. The combined effect of these factors creates a variegated picture when the Murmansk region is at one pole of the extreme favorable conditions for entrepreneurship, and the Chukotka Autonomous Region is at the other extreme marginal rigidity. However, favorable factors alone do not guarantee the active development of entrepreneurship. The example of the Murmansk region demonstrates the opposite: the conditions for entrepreneurs are so comfortable that they prefer to slip south, where there is no need to bear the burden of northern guarantees and compensations for the employee and from there conduct their business activities.

Ethnic entrepreneurship of nomads is not isolated from ordinary Arctic entrepreneurship, as is customary in world literature, but, on the contrary, is understood as the quintessence of small business in the Arctic zone. Using the methodology of Elinor Ostrom and the ideas about the economics of private reindeer husbandry of Erik Reinert, a concrete path of reforms in the Yamal reindeer husbandry is proposed, which will ensure not a half but a decisive transition to an entrepreneurial model in the industry. For this, the existing system of state support should cease to see in the family business of reindeer herders simply a reduced copy of the previous large enterprise, and recognize the essential features of the new economic interests, motivations and economic behavior of the Yamal tundra entrepreneurs.

**Рецензенты:**

д-р экон. наук, проф. *В. И. Сморгачева* (РАНХиГС);

д-р экон. наук, доц. *Н. В. Гальцева* (Северо-Восточный комплексный НИИ ДВО РАН)

Издательство «КРАСАНД». 117335, Москва, Нахимовский пр. т. 56.

Формат 60×90/16. Тираж 300 экз. Печ. л. 25. Зак. № 862.

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного электронного оригинал-макета в АО «Областная типография «Печатный двор». 432049, г. Ульяновск, ул. Пушкина, 27.

ISBN 978-5-396-01015-4

© КРАСАНД, 2020

27088 ID 262380



9 785396 010154

НАУЧНАЯ И УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА	
	E-mail: URSS@URSS.ru
	Каталог изданий в Интернете: <a href="http://URSS.ru">http://URSS.ru</a>
	Тел./факс (многоканальный): + 7 (499) 724 25 45
	URSS

# Содержание

**Арктическое предпринимательство:  
выделите меня в отдельное производство! ..... 7**

**Глава 1. Феномен арктического  
предпринимательства:  
теория и методология ..... 21**

1. Специфика высекается из ограничений..... 21
2. Арктическая предпринимательская система ..... 24
3. Предприниматель Арктики..... 30
4. Арктическая фирма ..... 34
5. Эффекты арктического предпринимательства ..... 36
6. Статистика специфики..... 45

**Глава 2. Арктика как «антиматерик»:  
чем арктические предприниматели  
похожи на белых медведей? ..... 55**

1. Горизонты темы..... 55
2. Поиски теоретической платформы..... 59
3. Материалы и методы исследования ..... 64
4. Арктическое предпринимательство:  
вызов и ответ ..... 67
5. Арктический предприниматель  
как зеркало арктической экономики..... 77
6. Факторы развития ..... 81
7. Мурманская область: противоречия  
ожидаемого и реального  
(как благоприятные факторы препятствуют  
предпринимательской деятельности) ..... 92

<b>Глава 3. Проблемы развития малого и среднего бизнеса в Арктической зоне Российской Федерации.....</b>	<b>96</b>
1. Есть арктическое предпринимательство, но нет «степного», «пустынного» .....	96
2. Локальные монополии, перекрестное субсидирование и мифы федеральной политики.....	98
3. Кто оплатит северные гарантии и компенсации.....	115
4. Внутрарктические региональные версии.....	127
5. Зональный «ритм» .....	141
6. Типы арктического предпринимательства .....	148
6.1. Фронтирный предприниматель .....	149
6.2. «Материковый» предприниматель.....	152
6.3. Этнический предприниматель — кочевой и оседлый .....	156
7. Основной арктический контракт: партнерство Давида и Голиафа .....	163
<b>Глава 4. Арктическое предпринимательство и развитие регионов.....</b>	<b>169</b>
1. Борьба с арктическими рисками: страхование через комплексность, кооперативность, совместительство и надомничество .....	169
2. Откуда берется новое знание? .....	182
3. Нет безусловных истин: очевидное неочевидно .....	187
4. Предприниматели ЯНАО: траектории пути в бизнес .....	193
5. Контрасты развития предпринимательства внутри ЯНАО.....	200

---

<b>Глава 5. Предпринимательство арктических городов.....</b>	<b>210</b>
1. Когалым: что есть и что будет? .....	210
2. Ноябрьск — стратегия развития городского предпринимательства .....	225
<b>Глава 6. Предпринимательство в сфере бизнес-услуг .....</b>	<b>249</b>
1. Ядро — неторговое предпринимательство .....	249
2. Фирмы деловых услуг ЯНАО.....	257
3. Роль транспорта в арктическом предпринимательстве .....	267
<b>Глава 7. Предприниматели-кочевники арктической тундры .....</b>	<b>271</b>
1. Частное оленеводство как особый вид этнического предпринимательства Арктики .....	275
2. Оленеводы-частники как типичные предприниматели Арктики.....	287
2.1. Переплетение связей .....	290
2.2. Пространственные экстерналии аборигенных предпринимателей .....	293
2.3. Внутренняя структура: два полюса кочевого предпринимательства — вынужденные и фронтирные.....	296
2.4. Районные типы кочевника-предпринимателя: выбор «мясной» или «пантовой» модели .....	299
3. Парадоксы ямальского оленеводства: тень или день? .....	305
4. «Трагедия общественной собственности» в ямальском оленеводстве: миф или реальность?.....	313
5. Вспоминая Э. Остром: предпринимательская модель, адаптивный менеджмент, полицентричное управление .....	321

---

6. Ошибка: поддержка оленеводства как отрасли, а не оленевода-частника .....	324
7. Новая модель оленеводства Ямала: малый бизнес как главный агент изменений.....	336
<b>Глава 8. Что делать? .....</b>	<b>342</b>
<b>Заключение .....</b>	<b>360</b>
<b>Литература .....</b>	<b>366</b>
<b>Приложение 1. Анкета для ямальских предпринимателей, оказывающих производственные услуги другим крупным и малым предприятиям (фирмы бизнес-услуг / деловых услуг / производственного сервиса) .....</b>	<b>374</b>
<b>Приложение 2. Анкета для оленеводов- предпринимателей .....</b>	<b>382</b>