

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ОСВОЕНИЯ НОВЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Ирина Валерьевна МАКАРОВА^{а,*}, Андрей Дмитриевич МАКСИМОВ^б

^а доктор экономических наук, доцент, директор Института стратегических исследований, Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург, Российская Федерация
makarova_iv@usue.ru

^б доктор экономических наук, профессор кафедры архитектуры и урбанистики, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, Пермь, Российская Федерация
amaximov@topcom.ru

* Ответственный автор

История статьи:

Получена 23.08.2017
Получена в доработанном виде 20.09.2017
Одобрена 17.10.2017
Доступна онлайн 14.12.2017

УДК 332.122

JEL: L59, M31, R12

Аннотация

Предмет. Статья посвящена изучению специфики промышленного освоения новых территорий на примере Арктики.

Цели. Разработка методологических подходов к изучению процессов промышленного освоения новых территорий с использованием элементов регионального маркетинга.

Методология. Методологические аспекты исследования рассмотрены в разрезе ресурсного, институционального и сетевого подходов. В качестве инструмента формирования сетей и позиционирования промышленных объектов на осваиваемых территориях предложен региональный маркетинг.

Результаты. Сформирована модель промышленного освоения территорий Арктической зоны Российской Федерации, включающая принципы построения, план пространственного размещения объектов и форму пространственной организации промышленности, описание и анализ базовых блоков, условия взаимодействия участников процесса промышленного освоения территории, критерии эффективности реализации модели. В качестве базовых блоков маркетинга территории представлены: имидж, инвестиционная привлекательность, инфраструктура, население и персонал. При определении условий взаимодействия участников процесса промышленного освоения Арктики определены типы, ключевые компетенции и зоны ответственности участников промышленного взаимодействия. В основу выбора критериев оценки эффективности реализации маркетинговой модели заложен переход от точечного к комплексному промышленному развитию регионов Арктической зоны Российской Федерации. Модель носит описательный характер и построена с использованием методов дискурсивного анализа.

Выводы. Результаты исследования могут быть использованы при определении маркетинговых контуров и индикаторов результативности промышленного взаимодействия территорий Арктики с прочими регионами Российской Федерации, что позволит оптимизировать затраты участников и повысить эффективность освоения новых территорий.

Ключевые слова:

промышленное освоение территорий, региональный маркетинг, маркетинговая модель, оценка эффективности, Арктика

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2017

Для цитирования: Макарова И.В., Максимов А.Д. Методологические аспекты изучения промышленного освоения новых территорий // Региональная экономика: теория и практика. – 2017. – Т. 15, № 12. – С. 2210 – 2224.

<https://doi.org/10.24891/re.15.12.2210>

Введение

Освоение новых территорий происходило со времен появления человека и происходит

вплоть до сегодняшних дней. Возникающие при этом проблемы, по мнению большинства специалистов, не являются обособленными и находятся в плоскости решения задач

регионального развития. Вместе с тем промышленное освоение территорий имеет свою специфику, что предполагает необходимость определенных теоретико-методологических разъяснений по поводу экономической сущности данного процесса.

Уточнения теоретических положений и методологических аспектов, относящихся к изучению промышленного освоения новых территорий, востребованы практикой. Актуальность обусловлена ограниченным количеством отечественных исследований на данную тему, которые связаны преимущественно с конкретными проблемами разведки и добычи полезных ископаемых на территориях Арктики и Дальнего Востока, что отражено в работах А. Истомина, К. Павлова и В. Селина [1], Ю. Леонова [2], П.А. Минакира и С.Н. Леонова [3], К. Павлова и В. Селина [4], В. Шаповалова [5], Н. Юшкина [6]. Работы носят в основном эмпирический характер, направлены на решение проблем и выявление стратегических перспектив развития преимущественно сектора добычи сырья. Вопросы комплексного промышленного освоения территорий с учетом потенциала сопредельных индустриально-развитых регионов остаются мало изученными.

Понятие и особенности промышленного освоения новых территорий

В рамках основных понятий исторической географии процесс промышленного освоения территорий относится к одному из методов колонизации¹, рассматриваемых как

¹ Колонизация выражается в пространственном расширении страны и установлении контроля за новыми землями, заселении их жителями страны (миграцией населения). Основание колоний было характерно как для древней Греции и Финикии, так и современных Франции, Великобритании, Испании и других стран. В России историки отмечают данный период от правления Ивана Калиты, когда Московское государство было небольшим княжеством, ограниченными прилегающими к Москве землями, до Российской империи XIX – начала XX в. [Шаповалов В.Ф., 2003]. Колонизация являлась результатом межгосударственных войн и новых географических открытий (открытий новых земель и континентов). К причинам колонизации относили: перенаселение

противоположность простого (в результате добровольного объединения или военного захвата) присоединения. Освоение может остановиться на стадии извлечения и первичной обработки ресурсов, а может повлечь за собой всестороннее социально-экономическое развитие региона².

Среди различных типов освоения территорий (градостроительное, рекреационное, социокультурное, комплексное и др. выделим промышленное освоение, которое может касаться как уже населенных или открытых людьми, так и неразведанных (в том числе космических объектов) территорий. При этом если признаком освоения новой территории считается ее заселенность людьми³, то, соответственно, признаком промышленного освоения – использование ранее не эксплуатировавшихся площадей в промышленных целях. В ретроспективном аспекте А. Полякова⁴ выделяет два этапа промышленного освоения – индустриальный и постиндустриальный (новое освоение) [7].

Драйверами индустриального освоения территорий являются:

- выгодные географическое положение и климатические условия;
- наличие природных ресурсов;
- относительно благоприятные цены на ключевые факторы производства.

Необходимость нового промышленного освоения обусловлена проблемами невозобновляемости многих природных

территории, более благоприятные географические условия, расширенные возможности экономического обмена и т.д.

² Скрипник Е.О. Освоение территорий: теории, модели, политика. URL: <http://ru.convdocs.org/docs/index-103819.html>

³ Дедю И.И. Экологический энциклопедический словарь. Кишинев: Молдавская советская энциклопедия, 1990. 406 с.

⁴ Полякова А.Г. Регионы нового освоения: характер и источники модернизации // Materiály VII mezinárodní vědecko-praktická conference “Dny vědy – 2011”. Díl 10. Ekonomické vědy: Praha. Publishing House «Education and Science». s.r.o. С. 48–51.

ресурсов, нарастанием потребности в сырье. Новое промышленное освоение предполагает создание и гармоничное развитие индустриального комплекса территории, ориентацию на долгосрочные инвестиционные проекты производственного характера, не нарушающие экологического баланса, осуществляемые с использованием инновационных технологий.

К районам нового промышленного освоения относят северную часть Скандинавии (район Северного моря), Север Канады и Аляску, центральную, северную и западную части Австралии, Амазонию в Южной Америке, Сибирь и Дальний Восток в России, Арктику. Они располагают значительными сырьевыми ресурсами, являются основой для долгосрочного развития нефте- и газодобычи, обеспечения энергетической безопасности соответствующих стран. Однако извлечение и использование таких сырьевых ресурсов зачастую сопряжены с целым рядом труднорешаемых проблем (*рис. 1*).

Масштабной проблемой, объединяющей ранее сказанное, является достижимость комплексности освоения территорий в целях формирования целостного внутритерриториального пространства, основанного, по мнению Л. Ларченко, на взаимодействии природно-географических, экономических, промышленных, социальных, этнических, демографических и прочих процессов⁵. Комплексность промышленного освоения территорий может быть достигнута только в рамках целенаправленной государственной политики, ориентированной на создание опорного каркаса развития регионов освоения, организации на них хозяйства с соответствующими географией расселения и размещением базовых промышленных, инфраструктурных и социальных объектов.

В основу методологии изучения промышленного освоения и развития

территории современные отечественные и зарубежные специалисты закладывают ресурсный, институциональный и сетевой подходы.

Ресурсный подход учитывает компетенции и эффективность использования ресурсного потенциала территории освоения, государства, основных инвесторов и сопредельных регионов. Он используется как инструмент для целостного описания инвестиционных проектов и процессов промышленного освоения, а также как основа для согласования интересов государства, бизнеса и населения, сглаживания разрыва между социально-экономическим развитием новых и освоенных регионов. Основополагающими принципами ресурсного подхода, по мнению А. Веселовой и А.К. Казанцева, являются концепции динамических способностей и интеллектуального капитала [8].

Институциональный подход применяется при изучении содержания, признаков организации и специфики формирования зон промышленного развития как институциональных образований мезоуровня (такие возможности представлены в работах В.В. Вольчика [9], Дж. Дози и С. Уинтера [10], Д. Фролова, А. Лаврентьевой и В. Шишкова [11]). По оценке экспертов, для территорий нового освоения характерен достаточно низкий уровень развития формальных институтов, высокая концентрация производства, тесные взаимосвязи бизнеса с государством. Поэтому институциональный подход недостаточно ориентирован на выбор пространственного развития и размещения объектов промышленности.

Сетевой подход позволяет проанализировать и спрогнозировать развитие не только «домашних», но и внешних деловых сетей.

Основу сетевого подхода составляет изучение:

- стратегических сетей, которые постепенно формируются вокруг базовых предприятий

⁵ Ларченко Л.В. Современная Арктика: проблемы освоения и социально-экономического развития // Региональная экономика: теория и практика. 2011. № 11. С. 2–8.

промышленности осваиваемых территорий (поставщики, потребители, конкуренты и т.д.);

- социальных связей или отношенческой вовлеченности людей в производственный процесс;
- управленческих или деловых сетей, оказывающих положительный эффект на прибыльность компании за счет получения нужной информации и обмена знаниями между различными компаниями.

В качестве эффективного инструмента формирования сетей и позиционирования промышленных объектов осваиваемых территорий в рамках целевых сегментов потенциальных партнеров и потребителей может быть использован региональный маркетинг (маркетинг территорий). Его теоретической основой являются работы В.А. Алексунина, А.Г. Байча, В.А. Гурова [12], С. Анхольта⁶, А. Дайана⁷, А. Эли, Э. Кеттера [13], И.В. Князевой и Е.В. Шевцовой⁸, Ф. Котлера [14], А.П. Панкрухина⁹, Т.В. Сачук [15], Б.А. Соловьева и Б.В. Мусатова¹⁰, Д.П. Фролова [16] и др. Данная концепция развивается как функционально-направленная составляющая прикладного анализа понимания пространственной экономики и может быть использована для изучения промышленного развития, достигаемого в условиях взаимодействия с сопредельными территориями.

⁶ Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition/ Edited by N.Morgan, A.Pritchard and R.Pride. UK: Oxford, Butterworth Heinemann, 2002. URL: www.amazon.co.uk/dp/0750649941

⁷ Дайан А. Академия рынка: маркетинг. М.: Экономика, 1993. 103 с.

⁸ Князева И.В., Шевцова Е.В. Маркетинг территорий. Новосибирск: СибАГС, 2007. 200 с.

⁹ Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. СПб: Питер, 2006. 416 с.

¹⁰ Соловьев Б.А., Мусатов Б.В. Управление маркетингом. М.: Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, 2002. 88 с.

Маркетинговая модель промышленного освоения Арктики

На примере освоения Арктики предложено сформировать маркетинговую модель региона промышленного освоения, учитывающую уникальность арктических ресурсов, а также ресурсов сопредельных территорий. Особый интерес к Арктике в современной научной литературе объясняется значительным возрастанием ее роли в национальной и мировой экономике. Модель носит преимущественно описательный характер и включает определенный набор системообразующих параметров (табл. 1).

Стратегия маркетингового развития промышленности формируется на основе позиционирования Арктики как стратегически важного, насыщенного ресурсами, социально-ответственного региона и включает следующие блоки (рис. 2).

Маркетинг имиджа территории предполагает мероприятия, направленные на создание и развитие соответствующего целевым установкам имиджа региона.

Предлагается придерживаться трех направлений оценки имиджа Арктики:

- стратегического;
- природно-ресурсного;
- экономического.

С точки зрения наращивания *стратегического потенциала* Российской Федерации освоение Арктики делает возможным использование коммерчески выгодного северного морского пути, который соединит Европу с Азией, и размещение военных объектов для защиты территории страны.

С точки зрения *природно-ресурсного и экономического потенциалов* данная территория рассматривается как сырьевой придаток, где реализуемая промышленная

политика малоэффективна и усиливает перекос в сторону развития добывающих отраслей.

Улучшение имиджа территории возможно только в стратегической перспективе при условии:

- роста влияния государственных органов власти на опережающее развитие;
- протекционистской политики в отношении локализованных в арктических регионах предприятий;
- формирования благоприятного инвестиционного климата.

Маркетинг инвестиционной привлекательности территории – один из ключевых блоков концепции промышленного освоения. Для территорий Арктики маркетинг привлекательности касается в первую очередь сфер государственной поддержки процессов промышленного освоения.

К инструментам государственной поддержки промышленного освоения территорий Н. Власовой отнесены [17]:

- финансово-кредитные;
- имущественные;
- административные, включая прямые субсидии, займы частным фирмам, налоговые льготы, непосредственное участие в создании инфраструктуры.

Значимым источником инвестиций являются средства крупных корпораций, в том числе зарубежных. Важно при этом понимать, что в Арктике концентрируются стратегические ресурсы страны, поэтому привлечение иностранных инвестиций может способствовать снижению экономической безопасности осваиваемого региона и страны в целом.

Эффективное распределение инвестиций возможно на основе формирования системы

приоритетов, учитывающей особенности планов хозяйственного освоения Арктики, размещения городских поселений и инфраструктуры. При этом необходимо сочетать имидж индустриально развитого региона с имиджем социально ориентированной и экологически благоприятной территории, что обеспечивает кредит доверия инвесторов и общества.

Маркетинг инфраструктуры является самым затратным и масштабным проектом освоения территории. Обеспечение производственной, социальной, деловой, культурной и иных сфер современной жизни достигается путем строительства комплекса объектов соответствующего назначения. Чем выше насыщенность территории инфраструктурой, тем большей привлекательностью она обладает.

Различают текущую и перспективную эффективность развития объектов инфраструктуры. Текущая эффективность оценивается степенью удовлетворенности потребностей предприятий и занятого на них населения. Перспективность развития инфраструктуры, по мнению И.С. Степущ¹¹, зависит от динамики роста промышленности, частоты создания новых производств, опережающего строительства объектов, обеспечивающих мотивацию для миграции высокообразованного населения. Поскольку промышленному освоению Арктики способствует кооперация с внешними по отношению к ней регионами, то маркетинг инфраструктуры должен учитывать и их потенциал, а также включать инфраструктуру взаимодействия.

В настоящее время многие предприятия, например, Свердловской области, обладают компетенциями в производстве материалов и оборудования для арктических территорий (табл. 2). Кроме того, инструменты для

¹¹ *Степущ И.С.* Стратегическое развитие экономики Арктического макрорегиона и его обеспеченность кадрами со средним профессиональным образованием // Региональная экономика: теория и практика. 2016. № 11. С. 66–80.

нефтедобывающей промышленности создаются на ПАО «Серовский механический завод» и ПАО «Уралбурмаш».

Опыт создания и внедрения комплексных систем управления на отечественной элементной базе имеют ПАО «Научно-производственное объединение автоматики им. академика Н.А. Семихатова», инженерная компания ООО «Прософт-Системы» и ЗАО «Автоматизированные системы и комплексы». Академическая и вузовская наука также ориентирована на удовлетворение интересов нефтегазового комплекса.

Инфраструктура территории промышленного освоения должна быть органично включена в дорожно-транспортную сеть Арктики и Российской Федерации, дополнена коммерческими объектами и особыми типами недвижимости для обеспечения высокого качества жизни занятого на территории населения.

Маркетинг населения и персонала.

Социальная составляющая – человек с его потребностями и возможностями – находится в основе концепции промышленного освоения. Социальная часть концепции промышленного освоения территории является частью общей социальной политики государства. Маркетинг населения и персонала в значительной степени зависит от целеполагания. Так, с одной стороны, дешевизна рабочей силы может стать весомым аргументом в пользу привлечения на территорию инвесторов, с другой – она же будет препятствовать миграции профессионально подготовленных кадров.

В силу производственных и социально-бытовых особенностей в Арктике преобладает адресный маркетинг персонала. При этом важно придерживаться существующих в мире критериев индексов соотношения нормы производительности труда и уровня жизни населения, что обосновано С. Волковым [18]. Задачи роста социальной ответственности территории

должны быть увязаны с одновременным обеспечением высокой производительности труда.

Из крупных нефтегазодобывающих компаний в укреплении своих позиций в Арктике заинтересованы ПАО «ЛУКОЙЛ», ПАО «НК «Роснефть» и ПАО «Газпром». Держателями лицензий на освоение месторождений арктического шельфа являются две государственные компании – «Газпром» и «Роснефть», при этом на «Газпром» приходится менее 20% западного сегмента, а на «Роснефть» – 70% восточного и 30% западного сегментов арктического шельфа¹². Публичное акционерное общество «Лукойл – Западная Сибирь» получило 104 лицензионных участка на территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры и Ямало-Ненецкого автономного округа, где ежегодно добывается более 41 млн т нефти и 12 млрд кубометров газа¹³. При промышленном освоении Арктики нефтедобывающие компании могут взаимодействовать:

1) с исполнительными органами власти на территориях присутствия. В данном случае зонами ответственности нефтегазодобывающих компаний могут рассматриваться:

- развитие социальной сферы;
- экологический мониторинг;
- санация территорий промышленной разработки.

Так, например, ПАО «ЛУКОЙЛ» в 2016–2018 гг. предполагает инвестировать в развитие социальной инфраструктуры десяти населенных пунктов Таймыра 350 млн руб. Компания «ЛУКОЙЛ – Западная Сибирь» (ведет деятельность на

¹² Конопляник А., Бузовский В., Попова Ю., Трошина Н. Возможности и риски арктического шельфа // Нефть России. 2016. № 1-2. С. 14–19.

¹³ Потапов М. «Лукойл» обустроит Арктику // Эксперт. 2016. № 7. URL: <http://expert.ru/expert/2016/07/lukoil-obustroit-arktiku>

территориях Тюменской области, Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, Ямало-Ненецкого автономного округа и севера Красноярского края) ежегодно отчисляет в региональные бюджеты порядка 300 млрд руб. (в рамках соглашений с субъектами Федерации), на взаимодействие с коренными малочисленными народами Севера и на благотворительность – примерно 2 млрд руб. (на строительство и реконструкцию социальных и спортивных объектов, жилья, парков, прочей городской инфраструктуры). Что касается экологичности освоения арктических ресурсов, то ООО «ЛУКОЙЛ – Западная Сибирь» ведется работа по очистке промышленных сточных вод, утилизации отходов на специализированных полигонах и шламонакопителях, уменьшению площади загрязненных участков. Компанией практикуется безамбарное бурение, бесфакельная добыча, гидроизоляция основания кустовых площадок. Компания «ЛУКОЙЛ – Западная Сибирь» потратила в 2016 г. на экологию более 10 млрд руб. Исполнительные органы власти на территориях присутствия нефтедобывающих компаний в целях создания условий для их успешного развития и функционирования, должны обеспечивать благоприятный налоговый режим, нейтрализацию конфликтов интересов, эффективность реализации проектов государственно-частного партнерства и т.д. Другими словами, органы власти должны выступать в качестве партнеров нефтегазодобывающих компаний;

2) с промышленными предприятиями сопредельных территорий и территорий их присутствия. Зонами ответственности со стороны промышленных предприятий могут рассматриваться:

- формирование центров судостроения и судоремонта;
- производство, поставка, установка и наладка, пуск и обслуживание необходимого оборудования;

- разработка и внедрение новых технологий обеспечения безопасности бурения, ликвидации разливов нефти;
- создание системы буровой защиты, новых схем эвакуации и спасения, специализированных баз снабжения;
- разработка логистических схем доставки грузов/персонала и др.

Наиболее интересными, но технико-технологически сложными являются работы по освоению Арктических шельфов. В настоящее время ПАО «Роснефть» совместно с компанией Statoil ведет геологоразведку на шельфе Охотского моря. Публичное акционерное общество «ЛУКОЙЛ», которое в отличие от нефтегазодобывающих государственных компаний имеет большой опыт работы на шельфе, в том числе на шельфе Норвегии, согласно ст. 9 Закона Российской Федерации от 21.02.1992 № 2395-1 «О недрах» не может участвовать в данном процессе (на шельф допускаются только компании с государственным участием в капитале, превышающем 50%, и имеющие более чем пятилетний опыт освоения российских шельфовых месторождений). Сложность проведения таких работ заключается в отсутствии российских технологий и техники для работы на арктическом шельфе. Имеющийся буровой флот страны на 100% оснащен импортным оборудованием, суда также произведены за рубежом еще в советское время. Поэтому ПАО «Роснефть» осуществляет бурение на арктическом шельфе с помощью предоставленной китайской компанией China Oilfield Services Limited (COSL) буровой платформы. Однако технологические санкции в отношении Российской Федерации со стороны зарубежных компаний на доступ к критически важным технологиям в сфере глубоководного бурения (глубже 152 м), дали толчок к ведению работ и активизации механизмов замещения западного импорта конкурентоспособными

отечественными технологиями и продукцией. Только предприятия Свердловской области могут сотрудничать с нефтегазодобывающими компаниями по следующим направлениям:

- трубная продукция (насосно-компрессорная, обсадная, нефтепроводная, бурильная);
- емкостное оборудование, печи, подогреватели;
- нефтепромысловое оборудование;
- блочно-модульное оборудование и электротехническое оборудование;
- лакокрасочные материалы и резинотехнические изделия;
- запорная арматура, запасные части, инструмент и принадлежности;
- программное обеспечение и автоматизированные системы управления технологическими процессами;
- катализаторы нефтехимии и прочее.

Большинство видов продукции предназначено для эксплуатации в условиях холодного климата. Мотивационным рычагом со стороны нефтегазодобывающих компаний для расширения сфер взаимодействия с промышленными предприятиями сопредельных территорий может стать изменение финансовых условий взаимодействия, заключение долгосрочных контрактов и т.д.

Модель промышленного освоения не ограничивается представленными типами, ключевыми компетенциями и зонами ответственности участников промышленного взаимодействия.

Критерии эффективности реализации модели. Оценить эффективность выбранных маркетинговых моделей и эффективность самого процесса освоения новых территорий не представляется возможным. При этом

важно отметить, что результатом процесса промышленного освоения территории является достижение определенного уровня, который можно измерить показателями степени вовлечения территории в хозяйственный оборот, величин основных направлений и параметров социально-экономического развития. В основу выбора критериев необходимо заложить переход от точечного к комплексному промышленному развитию Арктики, от «технологического потребления» к «технологии единства».

Данные критерии были применены при разработке анкеты для анализа стратегических направлений взаимодействия и механизмов сбалансированного промышленного развития арктической и сопряженных с ней территорий. В работах Г. Черчилля и Т. Брауна¹⁴ предложена технология проведения такого анкетирования, использующая комбинацию методов прямого опроса и синтетических методов исследования.

Системообразующие параметры маркетинговой модели промышленного освоения территорий Арктической зоны Российской Федерации могут быть использованы при определении маркетинговых контуров и индикаторов эффективности промышленного взаимодействия территорий Арктики и прочих территорий России, в частности, Урала. Тем самым в основу формирования механизмов промышленного взаимодействия заложены элементы методологии маркетинга территорий и менеджмента.

Методы проведения маркетинговых исследований охватывают три контура: макро-, мезо- и микроуровни, формируемые в рамках соотношений «потребности – возможности (потенциал)» предприятий, территорий и государства. Такие исследования строятся на принципах обязательной системности и комплексности изучения процессов промышленного

¹⁴ Черчилль Г., Браун Т. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер, 2007. 704 с.

взаимодействия, объектов и субъектов таких взаимодействий, внешних и внутренних факторов, влияющих на эффективность их осуществления.

На мезо- и макроуровнях генерируется информация о потребностях предприятий Арктики, распространяется и аккумулируется ответная информация со стороны производителей/поставщиков. Латентные информационные потоки способствуют координации деятельности потребителей и производителей, а также деятельности органов власти различного уровня, что облегчает достижение целей согласования интересов всех субъектов взаимодействия. При этом внимание представителей сторон взаимодействия и органов власти фокусируется на организации работы на рынках. Это позволяет повысить эффективность осуществления процессов взаимодействия, что способствует развитию системы интегративного управления производственным комплексом Арктики.

Заключение

1. В статье уточнено экономическое содержание понятия «промышленное освоение территории» путем введения базовых признаков такого освоения: строительство, ввод в эксплуатацию, эксплуатация индустриальных объектов и/или ведение производственной деятельности, что было ранее затруднено ввиду объективных причин (суровых климатических условий, отсутствия необходимой инфраструктуры

и производственных технологий, удаленностью от мест переработки и т.д.).

2. Разработаны системообразующие параметры маркетинговой модели промышленного освоения Арктики:

- принципы построения;
- план пространственного размещения объектов промышленности;
- базовые элементы маркетинговой модели;
- условия взаимодействия участников промышленного освоения территории;
- критерии эффективности реализации такой модели.

Предложена упрощенная схема промышленного взаимодействия Арктики и прочих территорий Российской Федерации с использованием элементов концепции маркетинга.

3. В развитие отечественных и мировых разработок предлагаемая модель промышленного освоения Арктики расширяет представления российских и зарубежных авторов о сфере использования регионального маркетинга, предлагая данный инструмент для организации промышленного освоения территории путем формирования сетей и позиционирования промышленности в рамках целевых сегментов потенциальных партнеров и потребителей.

Таблица 1**Системообразующие параметры маркетинговой модели промышленного освоения Арктики****Table 1****Framework parameters of the Arctic industrial development marketing model**

Параметр	Содержание
Принципы построения	Комплексность, системность, прямая зависимость от государственной политики
План пространственного размещения объектов промышленности	Формируется с учетом этапов освоения новых нефтяных и газовых месторождений, организации промышленной добычи и переработки природных ресурсов. План включает комплементарные проекты развития объектов транспортно-логистической, социальной, деловой и прочей инфраструктуры
Форма пространственной организации объектов промышленности	На начальном этапе освоения осуществляется формирование зон мобильного расселения с постепенным переходом к очаговому развитию. На последующих этапах происходит выбор одно- или многоядерного пространственного развития и размещения объектов промышленности
Базовые блоки маркетинга территории	Имидж, инвестиционная привлекательность, инфраструктура, население и персонал
Условия взаимодействия участников	Формируются с учетом типов, ключевых компетенций и зон ответственности участников промышленного взаимодействия
Критерии эффективности реализации модели	Вовлеченность территории в хозяйственный оборот, основные направления и параметры социально-экономического развития

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 2**Компетенции предприятий Свердловской области в производстве материалов, инструментов и оборудования для арктических территорий****Table 2****The scope of responsibilities of the Sverdlovsk oblast enterprises producing materials, tools, and equipment for Arctic territories**

Предприятие	Вид оборудования, материалов
Нефтепромысловое оборудование	
1. ЗАО «АСК – Буровое машиностроение», филиал ООО «Уралмаш Нефтегазовое Оборудование Холдинг»	Инновационные буровые установки
2. ПАО «Уралтрансаш», ООО «НПП «ПСМ-Импэкс», НПК «УралНефтьСервис»	Штанговые глубинные насосы
3. ПАО «Серовский механический завод»	Инструмент для нефтедобывающего оборудования
Электротехническое оборудование	
4. Группа компаний «ЮНАКО-Инвест»	Уникальные подстанции для электроснабжения удаленных от центров питания потребителей с малой мощностью нагрузки
5. Группа предприятий «Энергомаш»	Современные силовые трансформаторы, высоковольтная аппаратура
6. ЗАО «Высоковольтный союз», ФГУП «Комбинат «Электрохимприбор», ФГУП «Уральский электромеханический завод», ПАО «Свердловский завод трансформаторов тока», ГП «Камышловский электротехнический завод»	Прочее электротехническое оборудование
Нефтегазовое оборудование	
7. ФГУП «Комбинат «Электрохимприбор»	Запорная арматура с применением уплотнителей из долговечных полимерных материалов
Изделия химической промышленности	
8. Научно-производственный холдинг «ВМП»	Лакокрасочные материалы, обеспечивающие антикоррозийную защиту на срок до 25 лет, а также огнезащитную эффективность до 180 мин.
9. Холдинг «Уралхимпласт»	Синтетические смолы

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Рисунок 1**Структура основных проблем, возникающих в процессе нового промышленного освоения территорий****Figure 1****A structure of the main problems encountered in the process of new industrial development of territories**

ПРОБЛЕМЫ	Природно-географические	Экстремальные природные условия
	Инфраструктурные	Неразвитость инфраструктуры (транспортной, инженерной, деловой, социальной и прочей)
	Производственные	Труднодоступность извлечения запасов из-за отсутствия эффективных технологий добычи и переработки. Специфичность используемых технологий – высокий уровень малолюдности, автоматизации и роботизации, ориентация на создание мини-заводов, мобильных станций. Повышенные требования к экологической составляющей проектов освоения. Большая инвестиционная емкость проектов промышленного освоения территорий
	Социокультурные	Отсутствие или неустойчивость мотиваций для привлечения высококвалифицированных, физически здоровых людей из обжитых индустриально развитых районов, имеющих высокий уровень потребностей, сформировавшийся уклад жизни, ценностные ориентации, жизненные и семейные планы. Необходимость создания благоприятных условий быта. Особенности социально-культурных условий, включающие учет сложившихся культурных традиций коренного населения, накопленного опыта жизни в экстремальных условиях, рационального использования растительных и животных ресурсов территории

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Рисунок 2**Основные элементы маркетинга промышленного освоения Арктики****Figure 2****The main marketing elements of the Arctic industrial development**

Маркетинг имиджа территории	•оценка стратегического, природно-ресурсного и экономического имиджа Арктики
Маркетинг инвестиционной привлекательности территории	•оценка наличия и распределенности инвестиций; •анализ привлекательности сфер государственной поддержки
Маркетинг инфраструктуры	•насыщенность инфраструктурой; •уровень обеспечения потребностей (предприятий, людей, государства и т.д.)
Маркетинг населения и персонала	•уровень социальной ответственности территории

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. *Истомин А., Павлов К., Селин В.* Экономика арктической зоны России // *Общество и экономика*. 2008. № 7. С. 158–172.
2. *Леонов Ю.* Исследования Арктики продолжаются // *Наука в России*. 2008. № 3. С. 104–112.
3. *Минакир П.А., Леонов С.Н.* Методологические проблемы прогнозирования развития Арктики Дальнего Востока России // *Вестник МГТУ*. 2014. Т. 17. № 3. С. 540–551. URL: http://vestnik.mstu.edu.ru/v17_3_n58/540_551_minak.pdf
4. *Павлов К.В., Селин В.С.* Российская Арктика: современные проблемы и перспективы развития // *Вісник економічної науки України*. 2012. Т. 21. № 1. С. 206–211. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/rossiyskaya-arktika-sovremennye-problemy-i-perspektivy-razvitiya>
5. *Шаповалов В.Ф.* Истоки и смысл российской цивилизации. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. 624 с.
6. *Юшкин Н.П.* Арктика в стратегии реализации топливно-энергетических перспектив. М.: Наука, 2006. 254 с.
7. *Полякова А.Г.* Регионы нового освоения в условиях модернизации: монография. Тюмень: Ист Консалтинг, 2010. 232 с.
8. *Веселова А.С., Казанцев А.К.* Конкурентные преимущества компаний из растущих экономик: основные теоретические подходы к исследованию // *Экономика и управление*. 2014. № 10. С. 18–23.
9. *Вольчик В.В.* Институциональные изменения: на пути к созданию общей теории // *Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований)*. 2012. Т. 4. № 4. С. 4–6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnye-izmeneniya-na-puti-k-sozdaniyu-obschey-teorii>
10. *Дози Дж., Уинтер С.* Интерпретация экономических изменений: эволюция, структура и игры // *Журнал экономической теории*. 2005. № 4. С. 5–24.
11. *Фролов Д., Лаврентьева А., Шишков В.* Маркетинг территории, институционально-эволюционная парадигма. Германия, Саарбрюккен, Palmarina Academic Publishing, 2013. 208 с.
12. *Алексунин В.А., Байч А.Г., Гуров В.А.* Маркетинговые исследования в сфере брендинга // *Вестник российского государственного торгово-экономического университета*. 2010. № 1(39). С. 129–134. URL: http://rea.ru/ru/org/managements/izdcentr/PublishingImages/Pages/archivergteu/01_2010_.pdf
13. *Eli A., Ketter E.* Media Strategies for Marketing Places in Crisis: Improving the Image of Cities, Countries and Tourist Destinations. Oxford, UK, Butterworth-Heinemann, 2008, 231 p. URL: <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-8452-1.50002-0>

14. *Rein I., Kotler P., Haider D.* Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations. New York, The Free Press, 1993.
15. *Сачук Т.В.* Основы территориального маркетинга: монография. Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2004. 202 с.
16. *Фролов Д.П.* Маркетинговая парадигма регионального развития: монография. Волгоград: ВолГУ, 2013. 157 с.
17. *Власова Н.Г.* Основные подходы к концепции освоения новой территории // Иркутский историко-экономический ежегодник. Иркутск: БГУЭП, 2009. С. 419–423.
18. *Волков С.* Социальная ответственность регионов как важнейшая функция территориального маркетинга // Общество и экономика. 2014. № 10. С. 74–82.

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

METHODOLOGICAL ASPECTS OF STUDY OF THE INDUSTRIAL DEVELOPMENT OF NEW TERRITORIES

Irina V. MAKAROVA^{a,*}, Andrei D. MAKSIMOV^b

^a Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russian Federation
makarova_iv@usue.ru

^b Perm National Research Polytechnic University, Perm, Russian Federation
amaximov@topcom.ru

• Corresponding author

Article history:

Received 23 August 2017

Received in revised form

20 September 2017

Accepted 17 October 2017

Available online

14 December 2017

JEL classification: L59,
M31, R12

Keywords: territorial
development, territorial
marketing, marketing model,
performance evaluation,
Arctic

Abstract

Subject The article deals with the specific issues of industrial development of new territories considering the Arctic as a case study.

Objectives The article aims to develop methodological approaches to the study of the industrial development of new territories using regional marketing elements.

Methods We consider the methodological aspects of the study in terms of resource, institutional and network approaches. We used regional marketing as a tool to form networks and position industrial facilities in clustered territories.

Results The article presents a model for industrial expanding into the Arctic territories of the Russian Federation, and it includes the principles of construction, a spatial layout of objects and a form of spatial organization of industry, description and analysis of mainframes, conditions for the interaction of actors engaged, and the criteria for effective implementation of the model. The model is descriptive and constructed using discourse analysis techniques.

Relevance The results of the study can be used to define the marketing contours and performance indicators of the Arctic territories' interaction with other regions of the Russian Federation, thus optimizing the costs and improving the development of new territories.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2017

Please cite this article as: Makarova I.V., Maksimov A.D. Methodological Aspects of Study of the Industrial Development of New Territories. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2017, vol. 15, iss. 12, pp. 2210–2224.
<https://doi.org/10.24891/re.15.12.2210>

References

1. Istomin A., Pavlov K., Selin V. [Russia's Arctic Zone Economics]. *Obshchestvo i ekonomika = Society and Economics*, 2008, no. 7, pp. 158–172. (In Russ.)
2. Leonov Yu. [Arctic research continues]. *Nauka v Rossii = Science in Russia*, 2008, no. 3, pp. 104–112. (In Russ.)
3. Minakir P.A., Leonov S.N. [Methodological problems of development of the Russian Far East Arctic zone]. *Vestnik MGTU = Vestnik of MSTU*, 2014, vol. 17, no. 3, pp. 540–551.
URL: http://vestnik.mstu.edu.ru/v17_3_n58/540_551_minak.pdf (In Russ.)
4. Pavlov K.V., Selin V.S. [Russian Arctic: Current challenges and prospects for development]. *Вісник економічної науки України*, 2012, vol. 21, no. 1, pp. 206–211.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/rossiyskaya-arktika-sovremennye-problemy-i-perspektivy-razvitiya> (In Russ.)

5. Shapovalov V.F. *Istoki i smysl rossiiskoi tsivilizatsii* [Origins and the significance of the Russian civilization]. Moscow, FAIR-PRESS Publ., 2003, 624 p.
6. Yushkin N.P. *Arktika v strategii realizatsii toplivno-energeticheskikh perspektiv* [The Arctic in the implementation strategy for fuel and energy prospects]. Moscow, Nauka Publ., 2006, 254 p.
7. Polyakova A.G. *Regiony novogo osvoeniya v usloviyakh modernizatsii: monografiya* [Regions of new development under conditions of modernization: a monograph]. Tyumen, Ist Konsalting Publ., 2010, 232 p.
8. Veselova A.S., Kazantsev A.K. [Competitive advantages of enterprises from emerging economies: Main theoretical approaches]. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*, 2014, no. 10, pp. 18–23. (In Russ.)
9. Vol'chik V.V. [Institutional changes: Towards a general theory]. *Journal of Institutional Studies*, 2012, vol. 4, no. 4, pp. 4–6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnye-izmeneniya-na-puti-k-sozdaniyu-obschey-teorii> (In Russ.)
10. Dosi J., Winter S.D. [Interpretation of economic changes: evolution, structure and games]. *Zhurnal ekonomicheskoi teorii = Russian Journal of Economic Theory*, 2005, no. 4, pp. 5–24. (In Russ.)
11. Frolov D., Lavrent'eva A., Shishkov V. *Marketing territorii, institutsional'no-evolyutsionnaya paradigma* [Territorial marketing, an institutional and evolutionary paradigm]. Germany, Saarbrücken, Palmarina Academic Publishing, 2013, 208 p.
12. Aleksunin V.A., Baich A.G., Gurov V.A. [Marketing research for branding]. *Vestnik rossiiskogo gosudarstvennogo torгово-ekonomicheskogo universiteta = Bulletin RGTEU*, 2010, no. 1(39), pp. 129–134. URL: http://rea.ru/ru/org/managements/izdcentr/PublishingImages/Pages/archivergteu/01_2010_.pdf (In Russ.)
13. Eli A., Ketter E. *Media Strategies for Marketing Places in Crisis: Improving the Image of Cities, Countries and Tourist Destinations*. Oxford, UK, Butterworth-Heinemann, 2008, 231 p. URL: <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-8452-1.50002-0>
14. Rein I., Kotler P., Haider D. *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*. New York, The Free Press, 1993.
15. Sachuk T.V. *Osnovy territorial'nogo marketinga: monografiya* [Territorial marketing basics: a monograph]. Petrozavodsk, Karelian Research Center of RAS Publ., 2004, 202 p.
16. Frolov D.P. *Marketingovaya paradigma regional'nogo razvitiya: monografiya* [A marketing paradigm of regional development: a monograph]. Volgograd, VolSU Publ., 2013, 157 p.
17. Vlasova N.G. *Osnovnye podkhody k kontseptsii osvoeniya novoi territorii. V kn.: Irkutskii istoriko-ekonomicheskii ezhegodnik* [Basic approaches to the concept of development of new territories. In: Irkutsk Historical and Economic Yearbook]. Irkutsk, BSUEL Publ., 2009, pp. 419–423.
18. Volkov S. [Social responsibility of regions as the most important function of territorial marketing]. *Obshchestvo i ekonomika = Society and Economics*, 2014, no. 10, pp. 74–82. (In Russ.)

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.