

19. Davidsson P., Kirchoff B., Hatemi A., Gustavsson H. Empirical analysis of business growth factors using Swedish data. //Journal of Small Business Management, 2002. No 40(4). pp. 332-349.
20. Davidsson P., Steffens P., Ftzsimmons, J. Growing profitable or growing from profits: Putting the horse in front of the cart. Paper presented at the Academy of Management Meeting, Honolulu, 2005
21. Higgins R. C. How much growth can a firm afford? //Financial Management, 1977. No 6(3). p.7-16.
22. Littunen H., Virtanen M. Picking the Winners – Motivation and Strategy as Explaining Factors of New Venture Growth. 50<sup>th</sup> ICSB Conference, Washington, June 15-18, 2005.
23. Penrose E. The Theory of Growth of the Firm. N.Y.: John Wiley, 1959.
24. Stewart B. G. Best-practice EVA. The definitive guide to measuring and maximizing shareholder value. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2013.
25. Van Horne J. Financial Management and Policy. 11th ed. Prentice-Hall: London, 1998.

## **Креативность трансграничного экономического пространства**

*Останин Владимир Анатольевич,  
Школа экономики и менеджмента,  
Дальневосточный федеральный университет*

**Аннотация.** Формирование креативной модели пространственной экономики на трансграничных территориях опережающего социально-экономического развития Дальнего Востока России происходит противоречиво, отмечается определённым снижением конкурентоспособности дальневосточного региона и национальной экономики в системе мирового хозяйства. Это связано с обнаружившейся тенденцией сокращения доли высокотехнологичных производств в ВВП как в экспорте, так и с действующей системой санкций по отношению к России. Повышение конкурентоспособности регионов, позиционирующих себя как трансграничные территории опережающего социально-экономического развития может лежать в тренде перехода на модель креативной экономики.

**Ключевые слова:** Территория опережающего социально-экономического развития, трансграничные территории, креативная экономика, инновационность экономики.

В развитых странах идет становление новой экономики, связанной с пятым и шестым технологическим укладом, что дает основания судить о переходе к новой инновационной экономике, которая по своей природе есть креативная экономика.

**Цель статьи** – раскрыть возможность получения новых знаний, способности к обучению и последующему внедрению знаний в мире, которая может стать признаком необходимым, но недостаточным для повышения конкурентоспособности трансграничного региона. Перед правительствами стран ставится задача по созданию территориальных инновационных систем (ТИС) национального, регионального и локального уровней.

Следует различать новационное, инновационное и факторное пространство. При этом новационное пространство – это совокупность (вместилище) потенциальных, воплощенных только в потоках мыслей и идей, пространственных связей, производных от появления новых технологий или идеи. Одновременно новационное пространство является частью мирового или локального информационного пространства, а совокупность пространственных связей и факторов, образуемых в начальном этапе реализации инновационного процесса, будет названо инновационным пространством. По аналогии совокупность традиционных факторов размещения – ресурсным пространством, разбивая его соответственно на совокупность трудовых факторов и ресурсов – факторное пространство.

Это не исключает, что уже в традиционном факторном ресурсном пространстве зарождается новое знание, которое изначально появляется и оформляется в виде идей, что дает основание вести речь об некотором интеллектуальном пространстве.

Для интеллектуального пространства характерна неупорядоченность, когда (энтропия) территориальной системы на начальном этапе её формирования максимальная. По мере развития территориальной системы нарастает её инерционность, уменьшается мобильность и эластичность элементов, связей. Инновационное пространство переформатируется в традиционное факторное пространство. Завершаясь, каждый инновационный цикл теряет свою динамику и остается в форме некоторого рудимента, образования прошлого.

Представляет большой научный и практический интерес определить возможность, а затем и вероятность создания нового знания вначале, а затем и трансформацию его в инновацию. Как показывают исследования и подтверждается самой практикой, интенсивность и сама возможность этого становления и перехода зависит от концентрации новаций и интенсивности взаимодействия между инноваторами. Новые идеи, новации, которые способны зародиться в

местах с высокой концентрацией новации, в дальнейшем детерминируют процесс детерминации инновационных волн на периферию, оформляя при этом самоподдерживающийся поток инноваций.

**Новизна данной статьи** заключается в суждении о том теоретическом феномене, что формирование креативной интеллектуальной среды на трансграничных регионах ведет к повышению энтропии трансграничного региона, что одновременно означает концентрацию, и одновременно «сжатие» пространства. Последнее наряду с географической близостью социально-экономических пространств, усиливают эффект сокращения затрат времени, производственных и интеллектуальных ресурсов, на выпуск единицы продукции. В креативном трансграничном пространстве уже время, как и пространство принимает форму инновационного специфического ресурса, как фактора организации общества в регионе. Инновации в трансграничных территориях с большей скоростью перемещаются от места зарождения в наиболее выгодные условия функционирования методами:

-- Перемещается в географическом пространстве сам носитель новации (человек) в результате миграции, утечки мозгов в мета, где обеспечивается большая обеспеченность финансовыми и информационными ресурсами, что позволяет материализовать новацию уже на новом месте;

-- Перемещается новационная (информационная) волна, у которой в силу близости социально-экономического пространства не происходит затухание, диссипация информационных волн;

-- Перемещаются в результате диффузии нововведения материализованной новации в места, где более привлекательные на неё спрос.

**Методология исследования** основана на положении, что в пространственной экономике важное значение приобретает фактор экономического трансграничного пространства. Однако это становится значимым фактором и в новой инновационной экономике, которая все в большей мере приобретает специфические черты креативной экономики. Так, благоприятное экономико-географическое положение, его близость и нахождение в локальном центре инновационных структур и организаций, близость и доступность источника нововведений может стать индикатором высокого инновационного потенциала. Инновации зарождаются в наиболее плотном, концентрированном и связанном пространстве. [1, С. 29]

Новация в процессе инновационной деятельности привела к увеличению текущего запаса знаний, умений и компетенций. Можно сделать вывод о том, что произошла утрата ранее накопленного капитала. Проблема в том, что знания, если они не накапливаются, то они устаревают. Национальная экономика мо-

жет расти за счет инвестиций в уже становящимся устаревшим производственный потенциал. Возможный рост будет обеспечиваться на основе факторов экстенсивного роста, инвестиций в становящиеся устаревшими технологии.

Объем производимых знаний становится не функцией производительности факторов, а наоборот, сам объём знаний, компетенций становится детерминантой самого процесса накопления запаса факторов.

Во-первых, сам регион не может сам по себе быть инноватором. Регион как трансграничное пространство есть часть регионального сообщества, а инноваторы есть отдельные индивиды, которые участвуют в инновационном процесс. Последние создают творят, генерируют новые, оригинальные идеи, производят новые знания и компетенции. При этом эти процессы протекают в творческом сообществе, концентрируемое в университетах, научно-исследовательских институтах, лабораториях. Последнее не исключает истинность фундаментального положения о том, что именно в индивидуальном сознании, мышлении реализуется креативная логика. Это сообщество индивидов и исследовательских организаций создают так называемое ядро региональных инновационных систем.

Продуктивная идея исследователя Ричарда Флориды о том, что города соревнуются не за фирмы, а за людей. Здесь масштаб города следует расширить до масштаба трансграничного региона. Уже потом фирмы переносят свои мощности и штаб-квартиры на место жительства работников. Когда фирмы пытаются нанять или переманить хороших специалистов, то они привлекают их не большими зарплатами, страховками и премиями, и даже не предложением пакета акций, а перспективой проживания в хорошем месте. Как следует из утверждении Р. Флориды, сегодня престижно не то, что ты работаешь в «Боинге» или «Майкрософте», а то, что ты живешь в Сиэтле. [3]

Проблема экономического роста региона в постиндустриальную эпоху, в эпоху формирования и построения креативной региональной экономики не будет проблемой роста сообщества «вне пространства». Существенная доля усилий экономической, политической власти региона будет отводиться в теории роста факторам благоприятной почвы, среды, её искусственного культивирования. Следует признать тот факт, что появляется все больше оснований для утверждения того, что именно города, в меньшей степени регионы и страны будут становиться главными акторами в социально-экономическом, культурном развитии. Уже города и регионы будут выходить на арену как главные конкуренты транснациональным корпорациям и национальным государствам, как это было ранее в индустриальную эпоху или эпоху тейлоризма. Главными объектами конкуренции станут креативные, талантливые и образованные люди – креативные по своей природе профессионалы, ибо именно они становятся

главным ресурсом и фактором социально-экономического, культурного развития в постиндустриальную эпоху. [3]

Следовательно, перспективы инновационного развития трансграничного региона следует усматривать в конкурентных способностях региональной власти создавать предпосылки по созданию благоприятной среды будущей креативной экономики, или так называемой часто «креативной индустрии» (*creative industries*), в которой существенным отличительным признаком становится сектор, отрасль, ориентированный на производство и распространение, тиражирование знаний, умений и компетенций. Эта идея пока очень трудно проникает в мысли региональных политиков. Однако следует при этом понимать, что корни этой проблемы уже выходят из рамок проблем экономических. Как отмечал по этому поводу А. Эйнштейн, «Ни одну проблему нельзя решить на том уровне сознания, на котором она была создана». [11]

Признак того, что в городе «сформировалась «креативная экосистема» — это та городская среда, которая готова принять новых людей и новые идеи. Среда, в которой люди с легкостью строят сети, взаимосвязи, в которой идеи не душат, не подавляют, а превращают в новые проекты, новые компании, новый источник роста». Новые точки роста создаются вокруг «важнейших индустрий» (промышленность, строительство, оптовая и розничная торговля). Специфика в том, что все эти отрасли индустрии зависят от креативности тех людей, которые будут создавать их окружение. Никто не будет ничего творить, строить, пока кто-нибудь не придумает и не создаст новый бизнес, которому потребуются эти постройки. [8, 9]

И хотя творческие профессии имели место быть и в индустриальном и более ранних укладах, тем не менее именно в регионах с креативными особенностями они становятся господствующими, так как возрастает их роль в экономическом развитии. Один из методических подходов отнесения региона к креативному был описан на примере Англии. В креативном регионе преобладают креативные индустрии, где создается добавленная стоимость на основе эксплуатации интеллектуальной собственности.

**Результат исследования.** Следуя методическому подходу Т. Флориды, можно сделать вывод, что *фактор места играет более существенную роль для креативного класса, чем для других групп населения*. Эта группа более требовательна к среде окружения в сообществе, обладают большей мобильностью, но одновременно и более инкорпорированы в местную среду.

Если опираться на данный методический подход, то можно выстроить модель индекса креативности региона, например, города. Здесь в основу положены три фактора: толерантность, технологии и талант.

Следуя методическому подходу Т. Флориды, можно сделать вывод, что *фактор места играет более существенную роль для креативного класса, чем для других групп населения*. Эта группа более требовательна к среде окружения в сообществе, обладают большей мобильностью, но одновременно и более инкорпорированы в местную среду.

Если опираться на данный методический подход, то можно выстроить модель индекса креативности региона, например, города. Здесь в основу положены три фактора: толерантность, технологии и талант.

Трансграничные территории, позиционирующие себя как территории опережающего социально-экономического развития, могут перейти из разряда декларируемых, потенциальных в разряд действительных тогда, когда они реализуют свои намерения и обеспечат преимущества в конкурентной борьбе за креативную часть населения. Приоритеты смещаются с конкуренции за финансовые ресурсы к конкуренции за креативную, творческую часть населения. Эта категория может как воспроизводиться творческой интеллектуальной средой региона, так и пополняться за счет иммиграции её и других российских регионов, а также из интеллектуальной среды ближнего и дальнего зарубежья.

## Литература

1. Бабурин В.Л., Земцов С.П. Инновационный потенциал регионов России: монография / В.Л. Бабурин, С.П. Земцов. – М.: «КДУ», «Университетская книга», 2017. – 358с.
2. Гнедовский В.М. Проблемы развития постиндустриального общества в городах США. [https://buk.irk.ru/exp\\_seminar/4/doc4.pdf](https://buk.irk.ru/exp_seminar/4/doc4.pdf)
3. Гнедовский В.М. Современные проблемы развития постиндустриального общества в городах США и Европы. <http://www.cultura.kh.ua/images/stories/document/invest/Gnedovskiy.doc>
4. Шараев Ю.В. Теория экономического роста. Учеб. пособие для вузов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. -- 254с.
5. Brenner T. Science, Innovation and National Growth No. 2014 -03. Philipps University Marburg, Department of Geography.
6. Florida, Richard, Irene Tinagli. Europe in the Creative Age. Pittsburgh : Carnegie Mellon Software Industry Center / London : Demos, February, 2004
7. Florida, Richard. The Economic Geography of Talent. Annals of the American Association of Geographers, 92, 4: 2002: 743-755.
8. Florida, Richard. The Geograph of Bohemia Pittsburgh Carnegie Mellon University, 2001. [www.heinz.cmu.edu/~florida/](http://www.heinz.cmu.edu/~florida/)

9. Florida, Richard. The Rise of the Creative Class. And How It's transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York : Basic Books, 2002.
10. Howkins J. The Creative Economy. NY.: The penguin press. 2001.
11. <http://socratify.net/quotes/albert-einshtein/17852>
12. Romer P. Increasing returns and long run growth. Journal of Political Economy. 1986, 94, 1002-1038.

## **Механизмы стимулирования и определение инструментов финансирования расходов развития местных бюджетов**

*Остовская Анастасия Андреевна  
кандидат наук государственного управления, доцент  
доцент кафедры государственного и муниципального управления  
Института экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ  
им. В.И. Вернадского»*

**Аннотация.** Неэффективность финансовых механизмов преодоления социально-экономической отсталости и системы межрегионального перераспределения ресурсов усиливают диспропорции в социально-экономическом развитии регионов, препятствуют модернизации экономики, налаживанию гармоничного взаимодействия центра и регионов, что приводит к различным показателям уровня и качества жизни населения страны в зависимости от места его проживания. Бюджет развития является главным и реальным финансовым инструментом обеспечения социально-экономического развития территории, должен быть основой для реализации стратегии и среднесрочного планирования местных бюджетов, формироваться на основе целевых программ.

**Ключевые слова:** бюджеты, управление бюджетными ресурсами, расходы.

На сегодня ресурсы бюджетов всех уровней являются недостаточными для удовлетворения интересов граждан и государства, что обуславливает поиск альтернативных методов управления бюджетным процессом и новых механизмов государственного управления, которые бы дали возможность получить максимальный результат от расходования бюджетных средств.

Учитывая вышеуказанное важной научной задачей является обоснование нового подхода к формированию и реализации государственного управления бюджетными ресурсами в условиях децентрализации финансовой системы и разработка рекомендаций по совершенствованию механизмов бюджетного управления.