

Макрорегион Сибирь

Научная статья

УДК 332.12

doi: 10.17223/19988648/69/4

Моногорода: на пути от креативного арбитража и суверенитета к креативному перетоку

Ирина Сергеевна Антонова^{1, 2, 3}

¹ *Национальный исследовательский Томский политехнический университет,
Томск, Россия*

² *Национальный исследовательский Томский государственный университет,
Томск, Россия*

³ *Уральский федеральный университет имени первого Президента России
Б.Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия
^{1, 2, 3} antonovais@tpu.ru*

Аннотация. Устойчивое развитие моногородов напрямую зависит от успешной диверсификации экономики, значительный потенциал которой несут креативные индустрии. Данная статья предлагает концептуальную модель и эмпирическое обоснование ключевых факторов, влияющих на развитие креативных индустрий на основе панельных данных о моногородах Урала и Сибири. На примере Верхней Пышмы показано, что потенциалом креативного арбитража обладает индустрия рекламы и коммуникаций, медиа и журналистики.

Ключевые слова: моногород, креативные индустрии, новая индустриализация, креативный арбитраж, креативный суверенитет, креативный переток, институциональная колея, информационно-телекоммуникационные виды деятельности

Благодарности: исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 22–18–00679 «Креативная реиндустриализация городов «второго эшелона» в условиях цифровой трансформации»).

Для цитирования: Антонова И.С. Моногорода: на пути от креативного арбитража и суверенитета к креативному перетоку // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2025. № 69. С. 57–79. doi: 10.17223/19988648/69/4

Siberia macro-region

Original article

Single-industry towns: From creative arbitrage and sovereignty to creative spillover

Irina S. Antonova^{1, 2, 3}

¹ Tomsk Polytechnic University, Tomsk, Russian Federation

² Tomsk State University, Tomsk, Russian Federation

³ Ural Federal University, Yekaterinburg, Russian Federation

^{1, 2, 3} antonovais@tpu.ru

Abstract. The sustainable development of single-industry towns is intrinsically linked to successful economic diversification, with creative industries representing a significant potential driver. This article presents a conceptual model and empirical validation of key factors influencing the development of creative industries, utilizing panel data from Ural and Siberian company towns. The case study of Verkhnyaya Pyshma illustrates the potential of creative arbitrage within the advertising and communications, media, and journalism sectors. The analysis explores the transition from creative arbitrage, leveraging external resources, to creative sovereignty, fostering internal capacity building, and the resulting spillover effects on the broader economy. The role of institutional inertia and information and communication technologies in shaping this trajectory is also investigated.

Keywords: single-industry town, creative industries, new industrialization, creative arbitrage, creative sovereignty, creative spillover, institutional path dependency, information technologies

Financial support: The study was supported by the Russian Science Foundation, Project No. 22-18-00679.

For citation: Antonova, I.S. (2025) Single-industry towns: From creative arbitrage and sovereignty to creative spillover. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika – Tomsk State University Journal of Economics*. 69. pp. 57–79. (In Russian). doi: 10.17223/19988648/69/4

Введение

Монопрофильные города представляют собой объекты социально-экономических и пространственных исследований в течение более полувекового опыта реализации программ реиндустриализации в европейских странах. В России тем не менее они сохраняют свою актуальность. В попытке предложить новый подход к управлению развитием моногородов в исследованиях систематизируются стратегии диверсификации, умной специализации [1, с. 1], цифровой трансформации [2–4], а также концепция умного города [5].

Ключевым фактором сдерживания развития моногородов выступает институциональная колея [6, с. 53], отражающая высокую зависимость новых видов деятельности от существующего градообразующего комплекса. Под

воздействием ограничивающего воздействия эффекта колеи моногорода сталкиваются с острыми вызовами в условиях новой индустриализации и перехода на новый технологический уклад, ядром развития которого выступают информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) [7–10]. Результаты одновременного воздействия данных факторов на зарождающиеся виды деятельности, призванные диверсифицировать экономику моногорода, остаются неясными.

Вслед за международным интересом в России обратили внимание на развитие креативных индустрий, неожиданно проявивших устойчивость и даже выживаемость в ковидный период. Креативные индустрии продемонстрировали способность адаптироваться, перейдя на цифровые платформы, которые стали незаменимыми для выживания во время карантина [11, с. 221]. Пандемия ускорила такие тенденции, как рост доставки цифрового контента, что позволило креативным секторам охватить более широкую аудиторию, несмотря на физические ограничения [12, с. 91]. Оценив вклад креативных индустрий в ВВП на уровне 2,4–4,87% [11, 13], с 2021 г. был запущен процесс активного нормотворчества. Менее чем за четыре года разработаны Концепция развития творческих (креативных) индустрий в РФ [14], План мероприятий по ее реализации в 2022–2024 гг. [15] и Федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» [16], обсуждаются региональные законы, Агентством стратегических инициатив предложен региональный стандарт развития креативных индустрий [17]. Крупнейшие мегаполисы мира разработали стратегии развития креативных городов: креативный Лондон, креативный Нью-Йорк, креативный Берлин, креативный Торонто и др. Применение данной концепции для развития городов «второго эшелона», включая моногорода, в данном контексте приобретает особую актуальность. В статье проводится попытка выявить перспективы развития креативных индустрий под воздействием эффекта колеи в условиях сложившихся информационно-телекоммуникационных видов детальности моногорода.

Постановка проблемы

Очевидный подъем креативных индустрий ставит новые исследовательские задачи, к числу которых относится разработка модели и механизма развития креативных индустрий в моногородах. Сочетание предприятий новой волны в условиях сформированных вертикально интегрированных связей вызывает вопросы о том, какие механизмы развития будут доминировать, смогут ли предприятия креативных индустрий эффективно встроиться в существующую модель развития городов, десятилетиями развивавшихся за счет отдельной промышленности, такие как моногорода, какие пространственные эффекты последуют за этим развитием.

Мы выдвигаем смелую *гипотезу* о том, что даже в условиях сильного воздействия эффекта институциональной колеи моногорода способны к

креативному новому индустриальному развитию. *Целью* данного исследования становится формирование концептуальной модели и эмпирическое обоснование факторов нового индустриального развития креативной деятельности в моногородах. В разделе «Креативная новая индустриализация» концептуализируются понятия «новая индустриализация» и «креативные индустрии». На основе их синтеза предлагается авторское понятие «креативной новой индустриализации». В разделе «Креативный арбитраж» на основе комплексного обзора литературы предлагается система понятий: креативный арбитраж – креативный суверенитет – креативный переток, которые ложатся в основу циклической модели креативного нового индустриального развития моногорода. В разделе «Методология исследования» предложен математический аппарат эмпирического обоснования ключевых факторов развития креативной новой индустриализации. В «Результатах» представляются выявленные значимые факторы развития креативных индустрий в моногородах, а на примере моногорода Верхняя Пышма показываются примеры формирования креативного арбитража. В «Выводах» подводятся итоги исследования, указываются ограничения и направления дальнейших изысканий.

Научной новизной исследования является обоснование модели креативной новой индустриализации моногородов через циклический балансирующий процесс формирования креативного арбитража и креативного суверенитета моногородов, позволяющих преодолеть парадокс креативного насыщения, и следующий за ним креативный переток с отсроченным эффектом. *Практическая значимость* исследования заключается в разработке предложений по формированию креативного суверенитета на примере отдельного моногорода, отвечающего модели креативной новой индустриализации. Методология исследования может быть тиражирована на широкий спектр моногородов, а также прочих относительно диверсифицированных муниципальных образований.

Креативная новая индустриализация

Новая индустриализация представляет собой комплексный процесс модернизации экономики, характеризующийся переходом к высокотехнологичному производству, инновациям, диверсификации и повышению конкурентоспособности [18]. Ядром новой индустриализации являются технологии четвертой промышленной революции (пятого и шестого технологического уклада), включая нано-, биоинженерные и ИКТ, механизмом сдерживания которых является повестка устойчивого развития («зеленая» экономика, ESG-трансформация), а самоподдерживающим фактором развития служит креатосфера [19]. Новые виды деятельности проявляют разную склонность к внедрению технологий нового индустриального развития, в чем кроется различный темп их роста и выхода на принципиально новый уровень технологического уклада. Не являются исключением и креативные индустрии.

В соответствии с принятым Федеральным законом от 08.08.2024 № 330-ФЗ креативная (творческая) индустрия – экономическая деятельность, непосредственно связанная с созданием, продвижением на внутреннем и внешнем рынках, распространением и (или) реализацией креативного продукта, обладающего уникальностью и экономической ценностью. Сопоставляя различные подходы к определению данного понятия [20], предлагается выделить его три ключевых критерия:

- наличие творческого процесса;
- закрепление результатов интеллектуальных прав в форме нематериальных активов;
- коммерческую деятельность.

Приложение 1 Приказа Минэкономразвития РФ № 674 от 23.12.2023 г. сформировало собирательную классификационную группировку видов экономической деятельности в области креативных индустрий, среди которых следующие индустрии [21]:

- архитектуры и урбанистики;
- дизайна;
- моды;
- кино- и анимационной продукции;
- музыки и саун-дизайна;
- культурно-зрелищные;
- литературно-издательские;
- изобразительных и визуальных искусств;
- программного обеспечения;
- игр и игрушек;
- медиа и журналистики;
- рекламы и коммуникаций;
- гастрономии.

Данный правовой акт при всех недостатках предлагаемой методологии подвел черту под чередой методических подходов, предлагаемых ранее экспертами Агентства стратегических инициатив [22] и Высшей школы экономики [23].

В соответствии с концепцией новой индустриализации ИКТ, представленные в классификации креативных индустрий, прежде всего в виде индустрии программного обеспечения, следует рассматривать не как структурную составляющую креативных индустрий, а как ядро нового технологического уклада, формирующего потенциал креативной новой индустриализации. В данном исследовании под креативной новой индустриализацией предлагается понимать системную трансформацию креативных индустрий на различных уровнях государственного устройства в ответ на достижение нового уровня инновационного развития, реализующегося через совокупность технологий ядра нового технологического уклада, в частности ИКТ. Различная скорость и эффективность внедрения новых цифровых технологий в креативные индустрии становится фактором их ускоренного роста, развивая предпосылки креативного арбитража.

Креативный арбитраж

Наиболее эффективные в финансовом плане организации креативных индустрий научились применять механизм креативного арбитража, заключающийся в использовании различий в располагаемых знаниях, творческом потенциалах, а также маркетинговых подходах для получения конкурентного преимущества. Синергия финансовых, цифровых и творческих ресурсов определяет успех или неудачу в индустрии кино, телевидения и музыки в таких регионах, как Китай и Латинская Америка, где правительства стремятся развивать креативные сектора, ориентированные на экспорт [24, с. 159]. Творческий арбитраж может значительно улучшить маркетинговые стратегии, используя ценовой и рыночный дисбаланс для получения конкурентного преимущества [25, с. 183]. Используя это неравенство, компании могут создавать арбитражные возможности в правилах охраны труда и техники безопасности, трудовом законодательстве, экологических стандартах и различиях в знаниях [26, с. 27]. Использование перспективных и нацеленных на достижение конкретных целей маркетинговых планов, увязывающих прошлые сделки в СМИ с прогнозируемыми будущими финансовыми результатами, может оптимизировать маркетинговые стратегии для достижения максимальных финансовых результатов [27, с. 741]. Комбинируя эти принципы, компании могут разрабатывать динамичные и эффективные маркетинговые стратегии, позволяющие извлечь выгоду из неэффективности рынка и обеспечить устойчивый рост.

В условиях новой индустриализации развитие моногородов связано с их способностью внедрения технологий ядра нового технологического уклада, к которым относят ИКТ. Внедрение данных технологий ускоряет индустриальное развитие, выводя его на принципиально новый уровень. Возможность использования «цифрового рычага» для новой индустриализации моногородов изучена в контексте цифровизации, умной специализации и создания умных городов. Цифровизация способствует переходу от градообразующих предприятий к более диверсифицированной экономике с акцентом на малый и средний бизнес [5], тогда как внедрение ИКТ повышает конкурентоспособность и качество жизни, улучшая взаимодействие между гражданами, бизнесом и властью [4, с. 216]. Исследование информационно-телекоммуникационных видов деятельности в моногородах Кемеровской, Свердловской и Челябинской областей позволило подтвердить воздействие агломерационных факторов развития ИКТ, а именно: влияние численности, плотности, доходов населения на развитие информационно-телекоммуникационных видов деятельности в моногородах [2, с. 54]. Однако наличие только агломерационных факторов развития ИКТ не позволяет запустить механизм нового индустриального развития моногородов. Новая волна роста креативных индустрий предлагает нам осуществить новую попытку переосмысления данного механизма через концепцию креативного арбитража.

Креативный арбитраж в отношении моногородов в условиях новой индустриализации представляет собой механизм запуска ускоренного роста

креативных индустрий вслед за ядром нового технологического уклада (ИКТ) с учетом жесткого воздействия институциональной колеи (моноотрасли), а также следующий за ним механизм перераспределения локального арбитража в пространстве. Разработка данного механизма решает одну из наиболее значимых научных проблем современности – сбалансированного пространственного развития моногородов, заключающуюся в следующем. Развитие креативных индустрий на основе ядра нового технологического уклада сталкивается с необходимостью преодоления эффектов институциональной колеи со стороны сформировавшегося градообразующего комплекса. Преодоление институциональной колеи видится в двух вариантах: через со-развитие с моноотраслью (связанная диверсификация), через контрразвитие моноотрасли (несвязанная диверсификация) как самого ядра нового технологического уклада – информационно-телекоммуникационных видов деятельности, так и прочих видов деятельности (в данном случае креативных индустрий). Успешно преодолев эффект моноотраслевой колеи, ИКТ и креативные индустрии получают возможность сформировать креативный арбитраж от со-развития. Предприятия креативных индустрий, повышая свою эффективность за счет внедрения цифровых технологий, получают значительные конкурентные преимущества и сигнализируют инвесторам об инвестиционной привлекательности, а потенциальным контрагентам о наличии креативного арбитража в разнице стоимости оказываемых услуг и создаваемых креативных продуктов.

Распознав возможность креативного арбитража, столичные контрагенты, а также инвесторы с готовностью привлекают новых участников креативного рынка, повышая цены на результаты творческого труда компаний на локальных рынках. При этом задействуются механизмы пространственного перераспределения экономической активности с постепенным перетягиванием локальных лидеров креативных индустрий из периферийных моногородов в региональные и национальные центры, тем самым усиливая пространственную неоднородность. Именно поэтому система инструментов поддержки, на которые ориентированы существующие механизмы развития креативных индустрий в регионах, приведет к *парадоксу креативного насыщения*.

Решение парадокса креативного насыщения видится в формировании креативного суверенитета. *Креативный суверенитет* реализуется через создание уникальных условий в моногородах для назревающих флагманов креативного бизнеса, во внутренней связанности процесса развития, в формировании локального технологического и креативного суверенитета моногородов, комфортной среды функционирования, а также системе встречных арбитражей, усиливающих конкурентные преимущества развивающихся бизнесов в моногородах. Креативный суверенитет выступает балансирующим механизмом закрепления креативных флагманов в моногородах, предотвращая отток креативного бизнеса в крупные и крупнейшие агломерации.

Принимая во внимание теорию циклов, креативный арбитраж и креативный суверенитет выступают последовательно развивающимися этапами общего цикла развития креативных индустрий, завершающегося этапом затухания. В данном случае предлагается новый взгляд на этап затухания – передача накопленного потенциала в пространство схожих социально-экономических систем, то есть моногородов, через *креативный эффект перетока*. Креативный эффект перетока связан с процессами обучения и движения инвестиций внутри креативных индустрий и на практике может реализовываться через институт образования дочерних и совместных предприятий в моногородах, а также через распространение франшиз. При этом положительное влияние на данные процессы, как полагается, может оказывать межмуниципальное сотрудничество в области креативных индустрий между моногородами как на региональном, так и межрегиональном уровне. Данный аспект требует отдельного обстоятельного исследования, частично проведенного в работе [28].

Таким образом, предложена концептуальная модель *циклического креативного нового индустриального развития моногородов*, включающая креативный арбитраж, креативный суверенитет и креативный переток как этапы цикла, ведущего от формирования точек роста к пространственному развитию. Для обоснования предложенной концептуальной модели необходимо разработать математическую модель, учитывающую как факторы институциональной колеи, так и внутреннего со-развития ядра с моноотраслью и прочими креативными индустриями. В дополнение к модели разрабатывается инструмент оценки креативного арбитража отдельных видов креативных индустрий в моногороде для того, чтобы иметь возможность создать комплекс мероприятий по формированию уникальных условий закрепления креативных флагманов в моногородах.

Методология исследования

Эмпирическое обоснование влияния факторов институциональной колеи и со-развития креативных индустрий с ИКТ предлагается провести с применением сквозного регрессионного моделирования (OLS), а также модели с фиксированными (FE) и случайными (RE) эффектами вида:

$$y_{it} = \alpha + x_{i(t-j)}\beta_{i(t-j)} + \varepsilon_{it}, \quad (1)$$

где $x_{i(t-j)}$ – элемент сбалансированной панельной выборки данных; α и $\beta_{i(t-j)}$ – свободный член и коэффициенты при независимых переменных соответственно; ε_{it} – остатки модели. Ввиду инерционности институциональной колеи, как базового фактора развития моногорода, предлагается учесть и годовое со-развитие, и наличие воздействия, включая временные лаги j в 0–6 лет для учета долгосрочного влияния моноотрасли.

В качестве *зависимой переменной* тестируется динамика выручки (скорректированная на темп инфляции) среднего предприятия креативных индустрий без учета ИКТ, оцененная по следующей формуле:

$$CI_{gr} = \ln \left[\frac{(\overline{CI - IT})_t^{inf}}{(\overline{CI - IT})_{t-1}^{inf}} \right], \quad (2)$$

где $(\overline{CI - IT})_t^{inf}$ – средняя выручка одного предприятия креативных индустрий без учета видов деятельности, отнесенных к индустрии программного обеспечения, игр и игрушек, скорректированная на темп инфляции периода t ; $(\overline{CI - IT})_{t-1}^{inf}$ – тот же показатель годом ранее.

Независимой контрольной переменной выступает уровень диверсификации видов экономической деятельности моногорода, рассчитанный по формуле индекса Тейла:

$$Theil_{Rev} = \sum_{i=1}^N \frac{R_i}{AR} * \ln \frac{R_i}{AR/N}, \quad (3)$$

где R_i – выручка организации i в моногороде; AR – агрегированная выручка организаций в моногороде; N – количество организаций в моногороде. Автор исходит из того, что рост диверсификации экономики моногорода выступает фактором развития креативных индустрий.

К независимым переменным интереса отнесены следующие факторы. Для выявления наличия со-развития креативных индустрий с ИКТ оценивается динамика роста средней выручки информационно-телекоммуникационного вида деятельности в моногороде:

$$IT_{gr} = \ln \left[\frac{(\overline{IT})_t^{inf}}{(\overline{IT})_{t-1}^{inf}} \right], \quad (4)$$

где $(\overline{IT})_t^{inf}$ – средняя выручка одного предприятия информационно-телекоммуникационного вида деятельности, скорректированная на темп инфляции периода t ; $(\overline{IT})_{t-1}^{inf}$ – тот же показатель годом ранее.

Для эмпирического обоснования влияния институциональной колеи на развитие креативных индустрий оценивается динамика выручки моноотрасли (градообразующего предприятия) с учетом годового и регионального темпов инфляции:

$$Mono_{gr} = \ln \left[\frac{Mono_t^{inf}}{Mono_{t-1}^{inf}} \right], \quad (5)$$

где $Mono_t^{inf}$ – выручка моноотрасли (градообразующего предприятия), скорректированная на темп инфляции периода t ; $Mono_{t-1}^{inf}$ – тот же показатель годом ранее.

Уровень инновационного потенциала оценивается на основе наличия патентов и лицензий, зарегистрированных в данном моногороде ($PatLic_{Ex}$). К прочим факторам развития креативных индустрий относится потенциал развития креативных стартапов (доля зарегистрированных юридических лиц в общем числе зарегистрированных организаций креативных индустрий).

ствий, включая индивидуальные предприятия) – STU_{sh} , а также уровень концентрации креативных индустрий в моногороде (на основе индекса Херфиндаля–Хиршмана):

$$HHI_{CI} = \sum_{i=1}^N \left(\frac{R_i}{AR} \right)^2, \quad (6)$$

где HHI_{CI} – индекс Херфиндаля–Хиршмана, отражающий концентрацию выручки предприятий; R_i – выручка предприятия i креативных индустрий; AR – агрегированная выручка предприятий креативных индустрий в моногороде.

Для эмпирического обоснования создана база данных «Потенциал креативной реиндустриализации городов “второго эшелона” Урала и Сибири» [29]. Для формирования сбалансированной панельной выборки из базы данных отобраны 15 моногородов с ненулевыми значениями выручки предприятий информационно-телекоммуникационного вида деятельности за 13-летний период – с 2010 по 2022 г. (число наблюдений $13 \cdot 15 = 195$) Свердловской и Кемеровской областей. Описательная статистика полученных переменных представлена в табл. 1.

Таблица 1. Описательная статистика переменных

Переменная	Значение	Среднее	Ст. откл.	Мин	Макс	Число наблюдений
CI_{gr}	Общее	0,23	2,11	–18,45	20,40	$N = 195$
	Межгрупповое		0,08	0,14	0,42	$n = 15$
	Внутригрупповое		2,11	–18,42	20,44	$T = 13$
IT_{gr}	Общее	1,27	5,32	–22,82	23,57	$N = 195$
	Межгрупповое		0,80	0,03	2,10	$n = 15$
	Внутригрупповое		5,26	–21,58	24,70	$T = 13$
Mono _{gr}	Общее	–,0004	0,40	–2,31	1,37	$N = 195$
	Межгрупповое		0,10	–0,24	0,12	$n = 15$
	Внутригрупповое		0,39	–2,07	1,34	$T = 13$
HHI_{CI}	Общее	0,21	0,19	0,00	1,00	$N = 195$
	Межгрупповое		0,11	0,07	0,50	$n = 15$
	Внутригрупповое		0,16	–0,29	1,04	$T = 13$
$Theil_{Rev}$	Общее	3,68	0,83	1,18	5,16	$N = 195$
	Межгрупповое		0,67	2,09	4,51	$n = 15$
	Внутригрупповое		0,51	1,73	5,39	$T = 13$
STU_{sh}	Общее	0,033	0,03	0,00	0,13	$N = 195$
	Межгрупповое		0,01	0,02	0,05	$n = 15$
	Внутригрупповое		0,02	–0,01	0,13	$T = 13$
$PatLicEx$	Общее	0,277	0,45	0,00	1,00	$N = 195$
	Межгрупповое		0,22	0,00	0,54	$n = 15$
	Внутригрупповое		0,39	–0,27	1,19	$T = 13$

Теория арбитража в методологии имеет микрооснования, что крайне ограничивает применение ее на региональном уровне. В данном исследовании предлагается использование микрооснований для изучения развития креативных и цифровых видов экономической деятельности промышленных городов Урала и Сибири. Мы предлагаем на основе β -коэффициента оценить степень зависимости креативных видов экономической деятельности от промышленных и цифровых секторов экономики. Для этого собрана уникальная база данных 1999–2022 гг. по креативным видам деятельности в разрезе промышленных городов Урала и Сибири. Оценка значимых β -коэффициентов позволит выявить наличие со-развития отдельных видов креативных индустрий с:

- 1) цифровыми видами деятельности (потенциал цифровой креативной трансформации);
- 2) промышленными видами деятельности (потенциал креативной ревитализации городов);
- 3) одновременно с цифровыми и промышленными видами деятельности (отрицательное) (потенциал креативной и цифровой диверсификации);
- 4) одновременно с цифровыми и промышленными видами деятельности (положительное) (потенциал креативной связанной диверсификации –реиндустриализации).

В общем случае коэффициент β оценивается следующим образом:

$$\beta = \frac{Cov(r_i; r_m)}{Var(r_m)}, \quad (7)$$

где r_m – средняя динамика ИКТ или моноотрасли в зависимости от направления оценки; r_i – ожидаемая доходность вида креативных индустрий или ИКТ в соответствии с моделью со-развития.

Среди выявленных стратегий развития выделяются те виды креативных индустрий, которые проявляют значительный креативный арбитраж. Креативный арбитраж – это ситуация, когда отдельный вид креативных индустрий со-развивается с сектором ИКТ более высокими темпами, чем сам ИКТ. Если среднее значение CI_{gr} отличается от r_i , тогда существует арбитражная возможность вложения инвестиций в данный вид креативных индустрий и получения повышенной отдачи. В такой постановке вопроса модель креативного арбитража схожа с моделью ценообразования долгосрочных активов (САРМ). При этом остается критически важным наличие со-развития ИКТ с моноотраслью, а также отдельного вида креативных индустрий с моноотраслью и ИКТ. Результаты оценки значимых коэффициентов β в сопоставлении со средними темпами роста ИКТ и моноотрасли предлагаются в виде графика распределения динамики исследуемого вида креативных индустрий в соответствии с выявленным значимым коэффициентом β , а при его отсутствии – с учетом временного лага (0–7). Предложенный инструмент визуализации складывающихся креативных арбитражей в моногороде позволит сформулировать мероприятия формирования креативного суверенитета и отложенного креативного перетока по отдельным видам творческой деятельности.

Результаты

Результаты регрессионного моделирования со-развития креативных индустрий с ИКТ и моноотраслью, представленные в табл. 2, свидетельствуют о том, что одновременное влияние институциональной колеи в виде динамики развития моноотрасли и динамики развития ИКТ в моногородах не имеют однозначно проявленного характера связи, ввиду чего не выступают одновременно значимыми в общей модели. Именно поэтому влияние динамики развития моноотрасли на креативные индустрии рассматривается отдельно (модели 4–6).

Таблица 2. Результаты регрессионного моделирования со-развития креативных индустрий с ИКТ и моноотраслью

Группа моделей	Доминирование ИКТ			Доминирование моноотрасли		
	1	2	3	4	5	6
Модели	OLS	FE	RE	OLS	FE	RE
s_TheilRev	0,153256** (0,0713185)	0,0986029 (0,115919)	0,153256** (0,0715069)	0,0900563** (0,0366307)	-0,0681689 (0,0664860)	0,0928426** (0,0382338)
s_IT _{gr}	0,233859*** (0,0642601)	0,247390*** (0,0665435)	0,233859*** (0,0644298)	0,0595705 (0,0723872)	0,00314515 (0,0736517)	0,0545618 (0,0750757)
s_PatLic _{Ex}	0,180756** (0,0707590)	0,151895* (0,0827475)	0,180756** (0,0709460)	0,0259347 (0,0524804)	0,00552810 (0,0651038)	0,0148616 (0,0668841)
s_HHI _{ci}	0,381138*** (0,0715061)	0,454438*** (0,0833212)	0,381138*** (0,0716950)	0,229332*** (0,0418003)	0,363886*** (0,0488724)	0,228129*** (0,0422366)
s_STU _{sh}	-0,307750*** (0,0702171)	-0,337596*** (0,0791751)	-0,307750*** (0,0704026)	-0,0265297 (0,0472563)	-0,0284965 (0,0566853)	-0,0328004 (0,0528907)
s_Mono _{gr}				0,0511709* (0,0269626)	0,108580*** (0,0304223)	0,0505555* (0,0271875)
s_Mono _{gr} (t-6)				-0,101996* (0,0590407)	-0,118340* (0,0670219)	-0,0933872 (0,0673967)
Const		0,00000 (0,0642866)	0,00000 (0,0631925)		0,0466535 (0,0584746)	-0,0157243 (0,0584286)
Среднее завис. перемен	0	0	0	-0,049815	-0,049815	-0,049815
Сумма кв. остатков	147,1728	141,0308	147,1728	9,981716	7,383189	9,974268
R-квадрат	0,241377	0,273037		0,325075	0,491824	
F(4, 190)	15,11345	3,459344		6,743052	3,825205	
Лог. правдоподобие	-249,2573	-245,1010	-249,2573	-25,44527	-9,613926	-25,40608
Крит. Шварца	524,8796	595,6619	530,1526	83,46825	121,6150	88,04384
Параметр rho	-0,103035	-0,074262	-0,074262	-0,196624	-0,150021	-0,150021
Ст. откл. завис. перем	1	1	1	0,373765	0,373765	0,373765
Ст. ошибка модели	0,880110	0,897714	0,880110	0,319146	0,298252	0,319027
Исправ. R-квадрат	0,225406	0,272093		0,312971	0,485015	
P-значение (F)	9,58e-11	6,87e-06		1,59e-06	6,07e-06	
Крит. Акаике	508,5146	530,2019	510,5146	64,89053	63,22785	66,81216
Крит. Хеннана–Куинна	515,1406	556,7059	518,4658	72,41859	86,88747	75,41566
Стат. Дарбина–Уотсона	2,070174	2,006530	2,006530	2,149500	2,038985	2,038985

Группа моделей	Доминирование ИКТ			Доминирование моноотрасли		
	1	2	3	4	5	6
Модели	OLS	FE	RE	OLS	FE	RE
Диагн. Белсли–Ку–Велша	0	0	0	0	0	0
Тест Бройша–Пагана	$\chi^2(1) = 2,76461$ $p = 0,0963703$			$\chi^2(1) = 0,155201$ $p = 0,693614$		
Тест Хаусмана		$\chi^2(5) = 8,3629$ $p = 0,137337$			$\chi^2(7) = 35,071$ $p = 0,00001$	

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$; значения стандартизированы.

Результаты эконометрического моделирования свидетельствуют в пользу модели OLS, что также подтверждает информационный критерий Акаике и Хеннана–Куинна. Значение статистики Дарбина–Уотсона подтверждает отсутствие автокорреляции остатков (значения близки к 2), а диагностика Белсли–Ку–Велша не выявляет признаков значительной мультиколлинеарности. Интерпретация полученной наиболее эффективной модели позволяет сделать следующие выводы:

1) на динамику развития креативных индустрий в моногородах оказывает положительное влияние динамика развития ИКТ, что характеризует со-развитие креативных индустрий и ИКТ;

2) на динамику развития креативных индустрий оказывает влияние динамика развития моноотрасли; это влияние носит сложный характер и условно может быть охарактеризовано как положительное краткосрочное и отрицательное долгосрочное; таким образом, имеется основание говорить о со-развитии креативных индустрий в краткосрочном периоде и контрразвитии в долгосрочном ($t-6$);

3) положительным фактором развития выступает инновационный потенциал, отражаемый в наличии патентов и лицензий, зарегистрированных в моногороде;

4) вопреки ожиданиям на развитие креативных индустрий положительно влияет более высокая концентрация среди креативных индустрий, что позволяет рассуждать о некой модели копирования моноотрасли на уровне креативных индустрий (создание «креативной моноотрасли», когда для развития формируется определенный уровень концентрации в креативных индустриях (подобно моноотрасли); так проявляется самоподобие как свойство системы социально-экономического развития моногорода, описываемое теорией фракталов;

5) отрицательное влияние на динамику креативных индустрий оказывает доля потенциальных стартапов, то есть креативных индустрий, созданных в форме обществ с ограниченной ответственностью (ООО); развитие креативных индустрий идет, напротив, через создание индивидуальных предприятий; креативные индустрии на начальном этапе своего развития стремятся снизить налоговое бремя и риски и стараются не создавать юридические лица; действующие же ООО, достигнув определенного уровня развития, наоборот, расщепляются путем создания индивидуальных предприятий.

Таким образом, мы получили возможность для запуска механизма креативной новой индустриализации, основанной на преодолении институциональной колеи и опоре на ИКТ. В качестве примера для детального изучения выбран моногород Верхняя Пышма, градообразующим предприятием которого является Уральская горно-металлургическая компания. Для выявления потенциала формирования креативного арбитража проведена оценка соразвития креативных индустрий с ИКТ и моноотраслью, представленная в прил. 1, 2. На основе полученных значимых уровней β -коэффициентов построены графики распределения динамики креативных индустрий (КИ) по моноотрасли и ИКТ (рис. 1, 2).

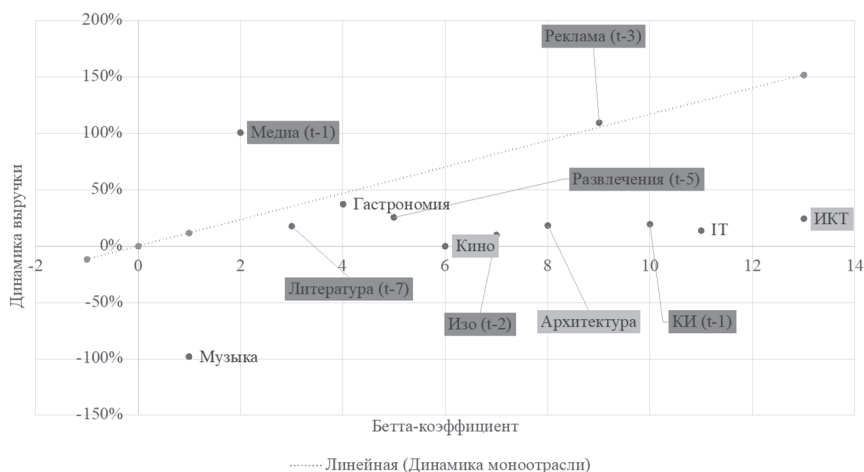


Рис. 1. Со-развитие креативных индустрий и моноотрасли в Верхней Пышме за период 1999–2022 гг.

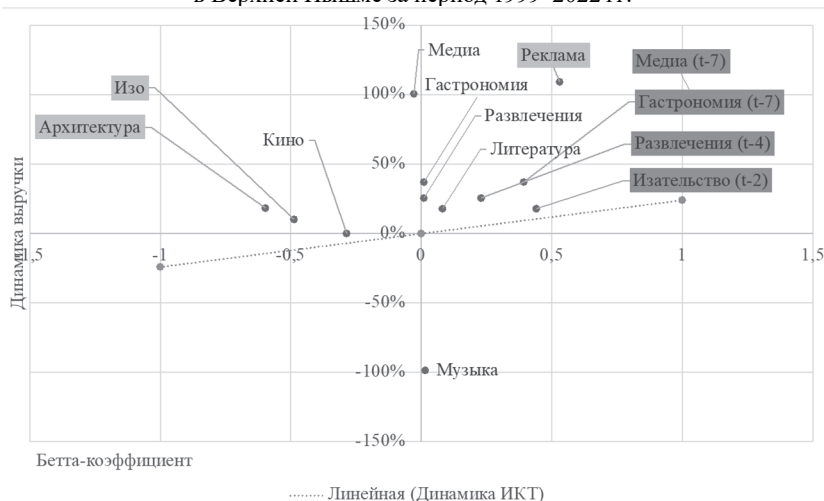


Рис. 2. Со-развитие креативных индустрий и информационно-телекоммуникационных видов деятельности в Верхней Пышме за период 1999–2022 гг. (наличие креативного арбитража)

Ключевой вывод, который позволяет сделать рис.1, заключается в том, что хотя темпы развития ИКТ в сопоставлении с моноотраслью гораздо ниже, тем не менее наблюдается их со-развитие, так же как в индустрии архитектуры и урбанистики, кино и анимационной продукции. Есть основания полагать, что со-развитие проявляется и с учетом временного лага по индустрии медиа и журналистики, изобразительных и визуальных искусств, рекламы и коммуникаций. Так, индустрия медиа и журналистики показывает наибольшее положительное отклонение от линии ожидаемого значения («Динамика моноотрасли» на рис. 1). Таким образом, становится необходимым формирование инструментов поддержки ИКТ в данном моногороде для запуска роста креативных индустрий.

Рисунок 2 позволяет выявить наличие креативного арбитража, т.е. развития креативных индустрий большими темпами, нежели ИКТ. Такой креативный арбитраж виден в индустрии рекламы и коммуникаций. В целом данная индустрия со-развивается с ИКТ и моноотраслью, что позволяет говорить о развертывании креативного нового индустриального развития на основе связанной диверсификации с моноотраслью (реиндустриализация). Индустрия медиа и журналистики проявляет креативный арбитраж схожим образом, однако с отсроченным долгосрочным эффектом (лагом в один год по отношению к моноотрасли и 7 лет к ИКТ).

Индустрия изобразительных и визуальных искусств, архитектуры и урбанистики контрразвивается с ИКТ, что говорит не в пользу их потенциальной новой индустриализации. Данные виды креативных индустрий остаются значимо связаны с моноотраслью и противоположно развиваются с ядром нового технологического уклада. В связи с чем данные креативные индустрии следует отнести к традиционным.

Выводы

Креативная новая индустриализация моногородов, с одной стороны, зависит от процесса формирования цифрового сегмента экономической деятельности в городе, с другой – от воздействия институциональной колеи сложившегося градообразующего комплекса. В статье предложена модель *циклического креативного нового индустриального развития моногородов*, включающая начальный этап роста креативных индустрий за счет креативного арбитража, следующий этап достижения более высокого уровня развития – становление креативного суверенитета моногорода, и итоговый этап передачи накопленного потенциала в пространство – креативный переток, завершающийся спадом и поиском нового тренда роста и развития.

Эмпирическое обоснование модели позволило подтвердить выдвинутую гипотезу исследования, что даже в условиях сильного воздействия эффекта институциональной колеи моногорода способны к креативному новому индустриальному развитию. Выявлено значимое положительное влияние динамики моноотрасли в краткосрочном периоде, ИКТ, а также наличия зарегистрированных патентов и лицензий в качестве фактора инновационного

развития. В долгосрочной перспективе влияние моногородов сказывается негативно на динамике креативных индустрий. Выявлена удивительная закономерность, отражающая признак самоподобия системы, – креативные индустрии склонны развиваться через концентрацию креативных индустрий, а не за счет их разнообразия и диверсификации, как показано в работах Д. Джейкобс и Р. Флориды. Кроме того, на данном этапе развития креативные индустрии не склонны создавать юридические лица, развитие протекает через создание индивидуальных предприятий или расщепление созданных юридических лиц – обществ с ограниченной ответственностью. Последнее свидетельствует о недостатке креативного суверенитета для поддержания дальнейшего их роста. Балансирующий процесс формирования креативного арбитража и креативного суверенитета моногородов, позволяющий преодолеть парадокс креативного насыщения, может быть запущен через создание уникальных условий в моногородах для назревающих флагманов креативного бизнеса, формирование комфортной среды жизнедеятельности, а также систему встречных арбитражей, усиливающих конкурентные преимущества развивающихся бизнесов в моногородах, – поддержка проектов на стыке ИКТ и креативных индустрий, локализованных в моногороде.

Данное исследование содержит естественные ограничения, вызванные разнообразием моногородов, которое устраняется путем инструмента точечной оценки креативного арбитража. На основе предложенного инструментария оценки со- и контрразвития отдельных КИ с ИКТ и моноотраслью на примере Верхней Пышмы рассматривается стратегия креативной новой индустриализации, связанной с диверсификацией (рениндустриализацией) рекламы и коммуникаций, медиа и журналистики, с учетом рекомендаций по поддержке ИКТ.

Другим ограничением данного исследования выступает система оценки выручки креативных индустрий по ОКВЭД и видам креативных индустрий. В данном случае намеренно принято решение о системе видов деятельности, утвержденных органами государственной статистики, для обеспечения сопоставимости полученных результатов с последующими результатами статистических наблюдений.

Дальнейшее направление исследования связано с эмпирическим обоснованием формирования креативного перетока в региональной системе моногородов, что позволит логически завершить обоснование предложенной концептуальной модели.

Приложение 2. Оценка со-развития креативных индустрий с моноотраслью

	Реклама	Архитектура	Изо	Кино	Развлече- ния	Гастроно- мия	ИКТ- методология	Издатель- ство	Медиа	Музыка	КИ в среднем
Mono		-9,66352**		10,3746**		-2,39258	15,2840***			-1,98481	
		(4,14928)		(4,47620)		3,47147	(4,43160)			2,35546	
		-17,6411**					24,6921***		-20,8589***		0,368663
		(6,04271)					(6,27844)		(7,24251)		0,243651
Mono (i-1)			-16,6201**								
			(7,75544)								
Mono (i-2)			24,3696**								
			(9,75286)								
Mono (i-3)	-19,1485**						-14,8570*	15,2028			
	(9,04756)						(7,02293)	(11,8201)			
Mono (i-4)					7,40502			-20,3814*			-0,635729*
					5,46110			(10,5359)			0,330863
Mono (i-5)					-9,73757*						
					5,26797						
Mono (i-6)		11,7596*					-10,3701	16,5681			-0,322351
		(6,49434)					(6,48144)	(10,3049)			0,320114
Mono (i-7)							11,2084	-28,081**			
							(6,90440)	(10,7067)			
Const	3,97954	0,0740960	-1,30326	-1,21166	2,07477	0,649463	1,07333	4,13221	3,85044	-0,75107	0,345956**
	(2,66694)	(2,18781)	(2,86568)	(1,95215)	(1,78024)	(1,51396)	(2,36727)	(3,97045)	(2,57908)	(1,02725)	(0,118631)
Среднее завис. перемен	0,285585	0,319951	1,164938	0,000000	1,421081	0,370031	1,667406	0,097575	0,073160	-0,98287 8	0,194089
Сумма кв. остатков	1313,390	415,4635	1361,842	1556,533	341,8981	936,1917	268,4112	763,0813	1967,687	431,0124	1,011897
R-квадрат	0,208539	0,492950	0,356297	0,211725	0,240261	0,023200	0,752371	0,521748	0,303897	0,034285	0,343508
	4,479269	3,888762	4,428085	5,371869	2,213687	0,475016	5,468951	2,727366	8,294792	0,710045	2,092995
Лог. правдопо- добие	-67,20115	-48,75747	-67,54530	-78,06756	-49,63300	-72,47520	-42,91760	-50,75394	-77,46867	-63,94269	-0,616917
Крит. Шварца	140,2912	108,6053	143,9239	162,3172	107,7656	151,1325	102,0835	115,0481	161,0264	134,0675	12,32419
Параметр rho	-0,076232	-0,266425	-0,047401	-0,063251	-0,260680	-0,045058	0,160741	-0,445989	-0,337557	0,006028	-0,111853

	Реклама	Архитектура	Изо	Кино	Развлече- ния	Гастроно- мия	ИКТ- методология	Издатель- ство	Медиа	Музыка	КИ в среднем
Ст. откл. за- вис. перем	9,601651	7,390865	10,84137	9,696852	5,303420	6,755693	8,799054	10,67561	11,88847	4,610104	0,320559
Ст. ошибка модели	8,789667	5,884043	9,225785	8,821942	4,941790	6,841753	5,461087	8,735452	10,17657	4,642265	0,290387
Исправ. R-квадрат	0,161983	0,366187	0,275834	0,172312	0,131727	-0,025640	0,614800	0,330447	0,267259	-0,014001	0,179385
R-значение (F)	0,049363	0,037420	0,029477	0,031179	0,146101	0,498607	0,013798	0,090290	0,009589	0,409393	0,154630
Крит. Акаике	138,4023	105,5149	141,0906	160,1351	105,2660	148,9504	97,83521	111,5079	158,9373	131,8854	9,233835
Крит. Хен- нана-Куинна	138,7220	105,6732	141,5701	160,6492	105,5145	149,4644	97,78995	111,4702	159,3907	132,3994	9,392086
Стат. Дар- бина-Уотсона	2,010821	2,484898	1,960624	2,077777	2,469835	1,771502	1,560954	2,763229	2,560795	1,059523	2,118426

Список источников

1. *Ivanova O.P., Trifonov V.A., Nesteruk D.N.* Directions and possibilities of predictive analytics in managing the development of single-industry towns // *Espacios*. 2019. Vol. 40, № 3. P. 1–4.
2. *Antonova I.S., Maleeva E.A.* IT Services and the Digital Transformation of the Regions with High Concentration of Single- Industry Towns Towards Smart City // 2019 International Multi-Conference on Engineering, Computer and Information Sciences (SIBIRCON). IEEE, 2019. P. 50–54.
3. *Avramchikova N.T., Proskurnin S.D., Erigina L.V., Chuvashova M.N.* Digital Transformation of Monotowns: Prospects and Opportunities // *Conf. DEStech Transactions on Social Science Education and Human Science (Electronic Materials, icesd)*. 2019. URL: <https://research.sfu-kras.ru/publications/publication/773121762-190495376>
4. *Guseva M.S., Dmitrieva E.O.* The Competitiveness of Single-Industry Cities in the Digital Transformation of the Economy. 2020. P. 216–226.
5. *Kunanbaeva K., Rahimova S., Titkov A., Goncharenko L.* The “smart city” concept as a strategy for managing the infrastructure of a single-industry town // *E3S Web of Conferences*. 2020. Vol. 164. P. 03049.
6. *Zamyatina N., Pilyasov A.* Single-Industry Towns of Russia: Lock-In and Drivers of Innovative Search // *Foresight and STI Governance*. 2016. Vol. 10, № 3. P. 53–64.
7. *Глазьев С.* Мирохозяйственные уклады в глобальном экономическом развитии // *Экономика и математические методы*. 2016. № 2. С. 3–29.
8. *Рязанов В.Т.* Новая индустриализация и экономическое возрождение России: восточный вектор // *Известия УрГЭУ*. 2017. № 5(73). С. 68–80.
9. *Силин Я.П., Анимича Е.Г., Новикова Н.В.* Региональные аспекты новой индустриализации // *Экономика региона*. 2017. Т. 13, № 3. С. 684–696.
10. *Татаркин А.И., Романова О.А.* О возможностях и механизме неоиндустриализации старопромышленных регионов // *Экономист*. 2013. № 1. С. 21–38.
11. *Abankina T.V.* Creative economy in Russia: New trends // *Journal of the New Economic Association*. 2022. Vol. 54, № 2. P. 221–228.
12. *Gushchina E., Tarabanova E.* Creative Industries: New Capabilities for the Development of Russian Cities and Regions // *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika*. 2022. № 1. P. 91–104.
13. Креативные индустрии. Краткий обзор. М., 2023. 48 с.
14. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021. № 2613-р «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года».
15. Распоряжение Правительства РФ от 17.08.2022 № 2290-р (ред. от 26.01.2024) «О Плана мероприятий по реализации в 2022–2025 годах Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года».
16. Федеральный закон от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации».
17. Региональный стандарт развития креативных индустрий «Креативная экономика регионам» // Агентство стратегических инициатив. 2023. С. 58.
18. *Довбий И.П., Дегтеренко А.Н., Кобылякова В.В.* «Новая индустриализация» в России как фактор перехода к «зеленой» экономике // *Финансовый журнал*. 2020. Т. 12, № 4. Р. 85–100.
19. *Кульков В.М.* Постиндустриализация или новая индустриализация? // *Проблемы современной экономики*. 2014. № 3 (51). С. 56–59.
20. *Антонова И.С., Малеева Е.А.* Оценка потенциала развития креативного бизнеса в городах «второго эшелона» // *Экономика региона*. 2024. Т. 3. С. 671–685.

21. Приказ Федеральной службы государственной статистики от 14.01.2014 № 21 «Об утверждении Официальной статистической методологии расчета показателей “Валовая добавленная стоимость креативной экономики” и “Доля валовой добавленной стоимости креативной экономики в валовом внутреннем продукте Российской Федерации”».
22. Журавлева Т., Токарев И., Гай О. Атлас креативных индустрий Российской Федерации. М., 2021. 558 с.
23. Власова В.В., Гершман М.А., Гохберг Л.М. и др. Креативная экономика Москвы в цифрах. М., 2021. 108 р.
24. Konrad E.D. Cultural entrepreneurship and money: Start-up financing structures in the creative industries // *Problemy Zarządzania*. 2015. Vol. 4/2015, № 56. P. 159–176.
25. Carayannis E.G. Knowledge-Driven Creative Destruction: Strategic Knowledge Arbitrage and Serendipity // *Entrepreneurial Profiles of Creative Destruction*. London : Palgrave Macmillan UK, 2014. P. 183–208.
26. Voliotis D. Arbitrage, strategic inefficiency and self-regulation // *Review of Economic Design*. 2013. Vol. 17, № 1. P. 27–41.
27. Menétrey S. Le réseau associatif: un exemple de marketing arbitral // *Revue de l'arbitrage: Bulletin du Comité français de l'arbitrage*. 2012. Vol. 4. P. 741–755.
28. Antonova I.S. Creative startup spillover in industrial second-tier cities evidence from Kemerovo region, Russia // *Area Development and Policy*. 2024 (In press).
29. Антонова И.С., Копасов Д.В., Малеева Е.А. База данных «Потенциал креативной реиндустриализации городов ‘второго эшелона’ Урала и Сибири». М., 2023.

References

1. Ivanova, O.P., Trifonov, V.A. & Nesteruk, D.N. (2019) Directions and possibilities of predictive analytics in managing the development of single-industry towns. *Espacios*. 40 (3). pp. 1–4.
2. Antonova, I.S. & Maleeva, E.A. (2019) IT Services and the Digital Transformation of the Regions with High Concentration of Single- Industry Towns Towards Smart City. *2019 International Multi-Conference on Engineering, Computer and Information Sciences (SIBIRCON)*. IEEE. pp. 50–54.
3. Avramchikova, N.T., Proskurnin, S.D., Erigina, L.V. & Chuvashova, M.N. (2019) *Digital Transformation of Monotowns: Prospects and Opportunities*. DEStech Transactions on Social Science Education and Human Science (Electronic Materials, icesd). [Online] Available from: <https://research.sfu-kras.ru/publications/publication/773121762-190495376>
4. Guseva, M.S. & Dmitrieva, E.O. (2020) *The Competitiveness of Single-Industry Cities in the Digital Transformation of the Economy*. S.l. pp. 216–226.
5. Kunanbaeva, K., Rahimova, S., Titkov, A. & Goncharenko, L. (2020) The "smart city" concept as a strategy for managing the infrastructure of a single-industry town. *E3S Web of Conferences*. 164. Art. 03049.
6. Zamyatina, N. & Pilyasov, A. (2016) Single-Industry Towns of Russia: Lock-In and Drivers of Innovative Search. *Foresight and STI Governance*. 10 (3), pp. 53–64.
7. Glaz'ev, S. (2016) Mirokhozyaystvennye uklady v global'nom ekonomicheskom razvitii [World economic structures in global economic development]. *Ekonomika i Matematicheskie Metody*. (2). pp. 3–29.
8. Ryazanov, V.T. (2017) Novaya industrializatsiya i ekonomicheskoye vozrozhdeniye Rossii: vostochnyy vektor [New industrialization and economic revival of Russia: Eastern vector]. *Izvestiya UrGEU*. 5 (73). pp. 68–80.
9. Silin, Ya.P., Animitsa, E.G. & Novikova, N.V. (2017) Regional'nyye aspekty novoy industrializatsii [Regional aspects of new industrialization]. *Ekonomika Regiona*. 13 (3). pp. 684–696.

10. Tatarkin, A.I. & Romanova, O.A. (2013) O vozmozhnostyakh i mekhanizme neoindustrializatsii staropromyshlennykh regionov [On the possibilities and mechanism of neo-industrialization of old industrial regions]. *Ekonomist*. 1. pp. 21–38.
11. Abankina, T.V. (2022) Creative economy in Russia: New trends. *Journal of the New Economic Association*. 54 (2). pp. 221–228.
12. Gushchina, E. & Tarabanova, E. (2022) Creative Industries: New Capabilities for the Development of Russian Cities and Regions. *Vestnik Volgogradskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Ekonomika*. 1. pp. 91–104.
13. Anon. (2023) *Kreativnye industrii. Kratkii obzor* [Creative industries. A brief overview]. Moscow.
14. Government of the Russian Federation. (2021) *Decree of the Government of the Russian Federation of September 20, 2021, No. 2613-r "Concept for the development of creative industries and mechanisms for the implementation of their state support in large and largest urban agglomerations until 2030"*. (In Russian).
15. Government of the Russian Federation. (2024) *Decree of the Government of the Russian Federation of August 17, 2022 No. 2290-r (as amended on January 26, 2024) "On the Action Plan for the implementation in 2022–2025 of the Concept for the Development of Creative Industries and Mechanisms for the Implementation of their State Support until 2030"*. (In Russian).
16. Russian Federation. (2024) *Federal Law of August 8, 2024, No. 330-FZ "On the development of creative industry in the Russian Federation"*. (In Russian).
17. Agentstvo strategicheskikh initsiativ [Agency for Strategic Initiatives]. (2023) *Regional'nyi standart razvitiya kreativnykh industrii kreativnaya ekonomika regionam* [Regional standard for the development of creative industries creative economy for the regions].
18. Dovbiy, I.P., Degterenko, A.N. & Koblyakova, V.V. (2020) "Novaya industrializatsiya" v Rossii kak faktor perekhoda k "zelenoy" ekonomike ["New industrialization" in Russia as a factor in the transition to a "green" economy]. *Finansovyi Zhurnal*. 12 (4). pp. 85–100.
19. Kul'kov, V.M. (2014). Postindustrializatsiya ili novaya industrializatsiya? [Post-industrialization or new industrialization?]. *Problemy Sovremennoi Ekonomiki*. 3 (51). pp. 56–59.
20. Antonova, I.S. & Maleeva, E.A. (2024) Otsenka potentsiala razvitiya kreativnogo biznesa v gorodakh "vtorogo eshelona" [Assessing the development potential of creative business in "second-tier" cities]. *Ekonomika Regiona*. 3. pp. 671–685.
21. Federal State Statistics Service. (2014) *Order of the Federal State Statistics Service of January 14, 2014, No. 21 "On approval of the Official Statistical Methodology for calculating the indicators 'Gross value added of the creative economy' and 'Share of gross value added of the creative economy in the gross domestic product of the Russian Federation'"*. (In Russian).
22. Zhuravleva, T., Tokarev, I. & Gay, O. (2021) *Atlas kreativnykh industrii Rossiiskoi Federatsii* [Atlas of creative industries of the Russian Federation]. Moscow.
23. Vlasova, V.V., Gershman, M.A., Gochberg, L.M. et al. (2021) *Kreativnaya ekonomika Moskvy v tsifrakh* [The creative economy of Moscow in numbers]. Moscow.
24. Konrad, E.D. (2015) Cultural entrepreneurship and money: Start-up financing structures in the creative industries. *Problemy Zarqdzania*. 4/2015(56). pp. 159–176.
25. Carayannis, E.G. (2014) Knowledge-Driven Creative Destruction: Strategic Knowledge Arbitrage and Serendipity. In: *Entrepreneurial Profiles of Creative Destruction*. London: Palgrave Macmillan UK. pp. 183–208.
26. Voliotis, D. (2013) Arbitrage, strategic inefficiency and self-regulation. *Review of Economic Design*. 17 (1). pp. 27–41.
27. Menétrey, S. (2012) Le réseau associatif: un exemple de marketing arbitral. *Revue de l'Arbitrage: Bulletin du Comité Français de l'Arbitrage*. 4. pp. 741–755.
28. Antonova, I.S. (2024) Creative startup spillover in industrial second-tier cities evidence from Kemerovo region, Russia. *Area Development and Policy*. (In press).
29. Antonova, I.S., Kopasov, D.V. & Maleeva, E.A. (2023) *Baza dannykh "Potentsial kreativnoi reindustrializatsiya gorodov 'vtorogo eshelona' Urala i Sibiri"* [Database "Potential of creative reindustrialization of cities of the 'second tier' of the Urals and Siberia"]. Moscow.

Информация об авторе:

Антонова И.С. — кандидат экономических наук, доцент, доцент Отделения управления бизнесом и инновациями, Бизнес-школа, Национальный исследовательский Томский политехнический университет (Томск, Россия); доцент кафедры организационного поведения и управления персоналом, Национальный исследовательский Томский государственный университет (Томск, Россия); докторант кафедры теории, методологии и правового обеспечения государственного и муниципального управления, Школа экономики и менеджмента, Институт экономики и управления, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия). E-mail: antonovais@tpu.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

I.S. Antonova, Cand. Sci. (Economics), docent, associate professor, Tomsk Polytechnic University (Tomsk, Russian Federation); associate professor, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation); doctoral candidate, Ural Federal University (Yekaterinburg, Russian Federation). E-mail: antonovais@tpu.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 05.11.2024;
одобрена после рецензирования 12.02.2025; принята к публикации 12.02.2025.*

*The article was submitted 05.11.2024;
approved after reviewing 12.02.2025; accepted for publication 12.02.2025.*