

## ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ СТАТЬЯ

# ПРОСТРАНСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ КИНОИНДУСТРИИ В РЕГИОНАХ И ГОРОДАХ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

И. Д. Тургель<sup>1</sup>, И. М. Демьяненко<sup>1</sup><sup>1</sup> Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия)

## АННОТАЦИЯ

**Введение.** Актуальность работы продиктована ролью креативных индустрий как драйверов развития территорий, особенно в контексте «креативной реиндустриализации» таких макрорегионов, как Уральский федеральный округ (УФО). Несмотря на значимый потенциал, киноиндустрия округа характеризуется высокой пространственной неоднородностью и дефицитом системного экономического анализа на уровне городов. Научная новизна работы состоит в том, что впервые предложен комплексный пространственно-экономический анализ киноиндустрии округа на уровне городов: рассчитаны коэффициенты выживаемости и проведено финансовое ранжирование лидеров, эмпирически подтверждающее гиперконцентрацию креативного капитала. Целью исследования является комплексный пространственно-экономический анализ современного состояния киноиндустрии Уральского федерального округа на основе сплошной выборки городов.

**Материалы и методы.** Эмпирическую базу исследования составили микроданные о финансово-хозяйственной деятельности 507 организаций и индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных в шести субъектах Уральского федерального округа в период с 1991 по 2026 гг. Сбор информации осуществлялся через агрегаторы, аккумулирующие данные ФНС и Росстата по профильным видам деятельности (ОКВЭД 59.11–59.14). Методология базируется на сочетании пространственного анализа (геокодирование юридических адресов) и финансово-экономического профилирования. В работе применены методы дескриптивной статистики, расчет коэффициентов выживаемости и многомерное ранжирование лидеров рынка по показателям выручки, прибыли и капитала.

**Результаты и выводы.** Установлено, что рынок киноиндустрии УФО (507 организаций) отличается предельно жесткой конкурентной средой: уровень ликвидации достигает 48%. Совокупная выручка превышает 5,4 млрд руб. и распределена неравномерно: выявлена гиперконцентрация креативного капитала в трёх ядрах – Екатеринбурге, Челябинске и Тюмени, аккумулирующих более 85% выручки округа. Свердловская область лидирует по количеству организаций (45% рынка), Челябинская – по чистой прибыли за счёт монополизации сегмента кинопоказа. Наивысшая устойчивость бизнеса зафиксирована в Тюменской области (60,9%), что подтверждает эффективность региональных программ поддержки. Особым результатом стало выделение «северной модели» (ХМАО): нишевые B2B-продакшн студии демонстрируют рентабельность свыше 40%.

**Обсуждение.** Результаты подтверждают теорию о стягивании креативных ресурсов в крупнейшие агломерации и риске деградации периферийных территорий. На эмпирических данных выделены две устойчивые региональные модели: «тюменский инкубатор», обеспечивающий рекордную выживаемость бизнеса, и «северный путь» (ХМАО, ЯНАО), где киноиндустрия трансформируется в высокотехнологичный B2B-сервис для сырьевых корпораций. Доминирование сегмента кинопоказа над кинопроизводством создаёт риск превращения макрорегиона в «потребительскую колонию» с дефицитом локального символического капитала. Практическая значимость работы состоит в обосновании необходимости перехода от транзитной экономики дистрибуции к созданию кластерных механизмов полного цикла производства.

© Тургель И. Д., Демьяненко И. М., 2026

**Open Access** This article is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons license, and indicate if changes were made.



## КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Киноиндустрия, креативные индустрии, Уральский федеральный округ.

## ФИНАНСИРОВАНИЕ

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00679-П, <https://rscf.ru/project/22-18-00679/>.

## ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Тургель И. Д., Демьяненко И. М. Пространственно-экономический анализ развития киноиндустрии в регионах и городах Уральского федерального округа // Муниципалитет: экономика и управление. 2026. № 2. С. 60–74. EDN NKВННЕ.

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

**Тургель Ирина Дмитриевна** – доктор экономических наук, профессор; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (620062, Россия, г. Екатеринбург, ул. Мира, д. 19) – директор Школы экономики и менеджмента, заведующий кафедрой теории, методологии и правового обеспечения школы государственного управления и предпринимательства Института экономики и управления; i.d.turgel@urfu.ru. SPIN 6429-9218, ORCID 0000-0001-8647-7739, Researcher GYI-8744-2022, Scopus 6505743576.

**Демьяненко Иван Михайлович** – Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (620062, Россия, г. Екатеринбург, ул. Мира, д. 19) – бакалавр; i.m.demianenko@urfu.ru. SPIN 6410-9892, ORCID 0009-0001-6081-7827.

## ВКЛАД АВТОРОВ

Тургель И. Д. – разработала концепцию исследования, написала текст рукописи и сформулировала выводы.

Демьяненко И. М. – собрал, обработал и проанализировал данные.

## КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ ИИ

Авторы заявляют о том, что при написании данной статьи не применялись средства генеративного искусственного интеллекта.

Статья поступила 25.03.2026; рецензия получена 25.05.2026; принята к публикации 29.05.2026.

## RESEARCH ARTICLE

# SPATIAL AND ECONOMIC FILM INDUSTRY DEVELOPMENT ANALYSIS IN THE URAL FEDERAL DISTRICT CITIES AND REGIONS

I. D. Turgel<sup>1</sup>, I. M. Demianenko<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin (Yekaterinburg, Russia)

## ABSTRACT

**Introduction.** The relevance of the work is dictated by the role of creative industries as drivers of territorial development, especially in the context of the «creative reindustrialization» of such macro-regions as the Ural Federal Okrug. Despite its significant potential, the district's film industry is characterized by high spatial heterogeneity and a lack of systematic economic analysis at the city level. The scientific novelty of the work lies in the fact that for the first time a comprehensive spatial and economic analysis of the district's film industry at the city level has been proposed: survival rates have been calculated and a financial ranking of leaders has been conducted, empirically confirming the hyper-concentration of creative capital and resources. The purpose of the research is a comprehensive spatial and economic analysis of the current state of the film industry in the Ural Federal Okrug basing on a continuous sample of cities.

**Materials and methods.** The empirical basis of the study was made up of microdata on the financial and economic activities of 507 organizations and individual entrepreneurs registered in six subjects of the Ural Federal Okrug in the period from 1991 to 2026. Information was collected through aggregators that accumulate data from the Federal Tax Service and Rosstat on specialized types of activities (OKVED 59.11–59.14). The methodology is based on a combination of spatial analysis (geocoding of legal addresses) and financial and economic profiling. The paper uses methods of descriptive statistics, calculation of survival rates and multidimensional ranking of market leaders in terms of revenue, profit and capital.

**Results and conclusions.** It has been established that the Ural Federal Okrug film industry market (507 organizations) is characterized by an extremely tough competitive environment: the liquidation rate reaches 48%. The total revenue exceeds 5.4 billion rubles and is unevenly distributed: hyper-concentration of creative capital has been revealed in three cores – Yekaterinburg, Chelyabinsk and Tyumen, accumulating more than 85% of the district's revenue. The Sverdlovsk Region is the leader in the number of organizations (45% of the market), while the Chelyabinsk Region is the leader in net profit due to the monopolization of the film screening segment. The highest business sustainability was recorded in the Tyumen Region (60.9%), which confirms the effectiveness of regional support programs. A special result was the allocation of the «northern model» (KhMAO): niche B2B production studios demonstrate profitability of over 40%.

**Discussion.** The results confirm the theory of the concentration of creative resources in the largest agglomerations and the risk of degradation of peripheral territories. Basing on empirical data, two stable regional models have been identified: the Tyumen incubator, which ensures record business survival, and the Northern Way (Khanty-Mansi Autonomous Okrug, Yamalo-Nenets Autonomous Okrug), where the film industry is transformed into a high-tech B2B service for raw materials corporations. The dominance of the screening segment over film production creates the risk of the macro-region becoming a «consumer colony» with a shortage of local symbolic capital. The practical significance of the work is to substantiate the need for a transition from the transit economy of distribution to the creation of cluster mechanisms for a full production cycle.

## KEYWORD

Film industry, creative industries, Ural Federal Okrug.

## FUNDING

This study was supported by the grant of the Russian Science Foundation № 22-18-00679, <https://rscf.ru/en/project/22-18-00679/>

## FOR CITATION

Turgel, I. D., Demianenko, I. M. (2026) Spatial and economic film industry development analysis in the Ural federal district cities and regions. *Municipality: Economics and Management*, (2), 60–74. <https://elibrary.ru/nkbhhe>.

## AUTHORS' INFORMATION

**Irina D. Turgel** – Doctor of Economics, Professor; Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin (620062, Russia, Yekaterinburg, Mira st., 19) – *Director of the School of Economics and Management, Head of the Department of Theory, Methodology and Legal Support of the State Unitary Enterprise Institute of Economics and Management*; i.d.turgel@urfu.ru. SPIN 6429-9218, ORCID 0000-0001-8647-7739, Researcher GYI-8744-2022, Scopus 6505743576.

**Ivan M. Demianenko** – Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin (620062, Russia, Yekaterinburg, Mira st., 19) – *Bachelor's Degree*; i.m.demianenko@urfu.ru. SPIN 6410-9892, ORCID 0009-0001-6081-7827.

## AUTHORS' CONTRIBUTION

Turgel I. D. – developed the research concept, wrote the text of the manuscript and formulated the conclusions.  
Demianenko I. M. – collected, processed and analyzed the data.

## CONFLICT OF INTERESTS

The authors declare interest conflict lack.

## AI TOOLS USE

The authors declare that they have not used Artificial Intelligence (AI) tools for writing this article.

The article was submitted 25.03.2026; reviewed 25.05.2026; accepted for publication 29.05.2026.

## Введение

Современный этап мирового экономического развития характеризуется устойчивым смещением акцентов от традиционных индустриальных секторов к экономике знаний, инноваций и символического капитала. В глобальном контексте креативные индустрии перестают восприниматься исключительно как сфера досуга или культурного просвещения; сегодня они трансформируются в фундаментальные драйверы социально-экономического развития территорий, генераторы высокой добавленной стоимости и ключевые факторы удержания интеллектуального капитала в регионах [1, с. 4]. Киноиндустрия, будучи одним из наиболее капиталоемких, технологичных и медийно значимых сегментов креативной экономики, обладает мощнейшим мультипликативным эффектом [2, с. 830; 3, с. 73]. Она стимулирует развитие широкого спектра смежных отраслей: туризма, IT-сектора, дизайна, рекламы и гостинично-ресторанного бизнеса.

Для Уральского федерального округа (УФО), исторически сформировавшегося как мощный урбанизированный, старопромышленный макрорегион, вопрос диверсификации экономики стоит особенно остро. Традиционный экономический каркас Урала, базирующийся на металлургии, тяжелом машиностроении и добыче углеводородов, сегодня сталкивается с серьезными вызовами технологического суверенитета и необходимостью поиска принципиально новых точек роста [4, с. 240]. В этих условиях концепция «креативной реиндустриализации» приобретает особую теоретическую и практическую значимость. Она предполагает не отказ от промышленного наследия, а его органичную интеграцию с новыми творческими форматами. Киноиндустрия в данном процессе может выступить не только как вид экономической деятельности, но и как инструмент формирования новой идентичности региона, повышающий его привлекательность для «креативного класса».

Несмотря на наличие богатой кинематографической истории и сложившейся образовательной базы, нынешнее состояние киноиндустрии в УФО характеризуется значительной пространственной неоднородностью и диспропорциональностью между ключевыми центрами – Екатеринбург, Челябинском и Тюменью – и остальной территорией макрорегиона. Наблюдается острый дефицит эмпирических исследований, которые бы на основе микроданных детально анализировали деятельность конкретных рыночных акторов на уровне городов, оценивали их финансовую устойчивость и способность к выживанию в условиях жесткой конкуренции с федеральными центрами. Большинство существующих работ ограничиваются либо общероссийскими трендами, либо описанием культурных аспектов, оставляя

за рамками экономического анализа вопросы пространственной локализации и финансовой эффективности предприятий.

Научная новизна исследования заключается в следующем. Во-первых, впервые предлагается комплексный пространственно-экономический анализ киноиндустрии Уральского федерального округа на уровне городов, что позволило выйти за рамки преобладающих в литературе общероссийских и культурологических обзоров. Во-вторых, получены сопоставимые коэффициенты выживаемости и построено многомерное финансовое ранжирование рыночных лидеров, что обеспечивает эмпирическое подтверждение тезиса о гиперконцентрации креативного капитала в условиях старопромышленного макрорегиона.

С учётом обозначенного исследовательского пробела целью данного исследования является комплексный пространственно-экономический анализ современного состояния киноиндустрии Уральского федерального округа на основе сплошной выборки городов. Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- 1) анализ географии распределения и демографии (выживаемости) организаций киноиндустрии;
- 2) оценка финансовых ландшафтов киноиндустрии городов УФО;
- 3) выявление центров концентрации креативного капитала на уровне городов федерального округа;
- 4) проведение ранжирования действующих предприятий данного вида экономической деятельности по ключевым финансовым показателям (выручка, чистая прибыль, капитал).

Объединение итоговых аналитических выводов и данных, полученных в ходе анализа специализированных баз данных, позволяет сформировать целостную картину состояния индустрии в городах макрорегиона.

Для построения адекватной аналитической модели состояния региональной киноиндустрии необходимо обратиться к фундаментальным основам изучения креативной экономики, заложенным в трудах зарубежных и отечественных исследователей. Теоретический фундамент был заложен Р. Флоридой, который ввел понятие «креативного класса» и обосновал его роль как главного ресурса постиндустриального развития [5]. Согласно его концепции, экономический рост территорий обеспечивается наличием трех составляющих («3Т»): технологий, талантов и толерантности. В свою очередь, Дж. Хокинс, концептуализировавший «креативную экономику», акцентировал внимание на том, что в ее основе лежат интеллектуальные продукты, защищенные авторским правом [6]. Это делает институциональный и правовой контекст критически важным фактором развития данного вида экономической деятельности в конкретном регионе.

Пространственные аспекты локализации креативных кластеров стали предметом глубокого изучения в работах А. Пратта и П. Холла [7, с. 115; 8, с. 641]. Авторы доказали склонность креативных индустрий к гиперконцентрации в крупных городских агломерациях. Данный феномен обусловлен эффектом «экономики совместного использования», доступом к специализированным рынкам квалифицированного труда и необходимостью постоянного обмена неявными знаниями через личное неформальное взаимодействие [9, с. 965]. Однако, как отмечает ряд исследователей, в контексте регионального развития такая концентрация несет в себе риски монополизации рынков мегаполисами и последующей деградации периферийных территорий, что актуально для структуры УФО с его ярко выраженными центрами в Екатеринбурге, Челябинске и Тюмени [10, с. 57; 11, с. 11; 12, с. 11].

В отечественной науке последних лет проблематика управления креативными индустриями приобрела междисциплинарный и практико-ориентированный характер. И. Б. Королева и И. Л. Соколова указывают на высокие темпы роста сектора в России, которые, тем не менее, сопровождаются системными проблемами управления, хроническим недофинансированием и резкой неравномерностью распределения ресурсов [13, с. 12]. Авторы исследований подчеркивают необходимость институционализации креативного предпринимательства и создания благоприятной нормативно-правовой базы на региональном уровне для стимулирования частных инициатив [14, с. 45; 15, с. 230].

Фундаментальное значение для нашего исследования имеют работы, посвященные развитию креативных индустрий в специфических условиях промышленных городов. И. Д. Тургель, В. В. Дербенева и И. В. Баскакова предлагают концептуальный подход к управлению развитием креативных секторов в индустриальных городах «второго эшелона» [16, с. 379]. Авторы доказывают, что для таких территорий креативные индустрии выступают инструментом преодоления эффекта «колеи» и средством удержания талантов. В этих условиях киноиндустрия становится не просто культурным феноменом, а стратегическим активом управления территориальной идентичностью. В дальнейшем В. В. Дербенева и соавторы определили ключевые факторы управления стратегиями креативной реиндустриализации, сделав акцент на интеграции индустриального наследия и новых творческих форматов [17, с. 486].

Киноиндустрия занимает уникальное место в структуре креативной экономики. А. В. Малышев рассматривает ее как специфический вид экономической деятельности, требующий диверсифицированного подхода к управлению, объединяющего элементы высокого искусства и жесткие

бизнес-стратегии высокотехнологичного производства [18, с. 1406]. Высокие входные барьеры в производство аудиовизуального контента делают развитие данного вида экономической деятельности в регионах затруднительным без целенаправленной поддержки. Экономика регионального кинопроизводства критически зависит от локальных субсидий, наличия квалифицированных кадров и функционирования систем кинорибейтов [19, с. 72; 20, с. 6; 21, с. 295]. В то же время, для северных и ресурсодобывающих регионов (ХМАО и ЯНАО) применимы концепции «северной креативности», где медиа и кино рассматриваются как инструменты социальной стабилизации и развития человеческого потенциала в моногородах [22, с. 4].

Систематический обзор литературы (структурированный с учетом логики от глобальных трендов к региональной специфике) выявляет очевидный пробел: отсутствие детализированного эмпирического анализа выживаемости и финансовой эффективности киноиндустрии на мезоуровне в рамках Уральского федерального округа.

### *Материалы и методы*

Для проведения комплексного анализа был сформирован специализированный массив данных, агрегирующий сведения о юридических лицах и индивидуальных предпринимателях, зарегистрированных в шести субъектах Уральского федерального округа (Свердловская, Челябинская, Тюменская, Курганская области, ХМАО – Югра, ЯНАО). В выборку включены организации, чьим основным видом деятельности является производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ (ОКВЭД 59.11), монтажно-компоновочная деятельность (59.12), деятельность по распространению (59.13) и демонстрации кинофильмов (59.14).

Методология исследования выстроена на сочетании пространственного и финансово-экономического анализа и включает следующие этапы.

1. Анализ географии распределения и демографии организаций УФО. На данном этапе рассчитывается уровень выживаемости (доля действующих предприятий) – показатель, отражающий устойчивость креативной среды в каждом из шести регионов округа.

2. Анализ финансовых ландшафтов и региональной эффективности рынков. Проводится агрегация экономических показателей на уровне субъектов для выявления диспропорций в оборотах и реальной прибыльности бизнеса.

3. Выявление городских центров концентрации креативного капитала. С помощью геокодирования и анализа юридических адресов проводится сплошное исследование всех городов УФО для идентификации реальных точек агломерации.

4. Финансовое ранжирование и профилирование рыночных лидеров. Проводится анализ данных финансовой отчетности. Для выявления рыночных лидеров применена процедура многомерного ранжирования (топ-10 компаний УФО по финансовым критериям). Это позволяет верифицировать реальные центры силы в индустрии и оценить их экономическую устойчивость.

В качестве эмпирической базы исследования выступила совокупность микроданных о финансово-хозяйственной деятельности организаций, извлеченная из открытых верифицированных реестров. Основными источниками первичной информации послужили агрегаторы данных о российском бизнесе Checko (checko.ru) и «РБК Компании» (companies.rbc.ru), которые аккумулируют официальные сведения Федеральной налоговой службы (ФНС РФ), Росстата и профильных государственных ведомств. Использование данных систем позволило обеспечить высокую степень достоверности и сопоставимости показателей за рассматриваемый период.

В исследовании применялись методы дескриптивной статистики. Ограничением методологии является использование официальной бухгалтерской отчетности, которая может не в полной мере учитывать теневые денежные

потоки, специфику грантового финансирования некоммерческих организаций (АНО), а также кросс-региональную деятельность (случаи, когда компания зарегистрирована в УФО, но ведет производственную деятельность в Москве или иных регионах). Тем не менее, масштаб выборки, превышающий 500 субъектов, позволяет выявить устойчивые экономические тренды развития макрорегиона.

### Результаты

#### Демографический анализ и география распределения организаций в субъектах УФО

Анализ количественных показателей свидетельствует о высокой степени волатильности на рынке креативных индустрий УФО. Общий массив проанализированных организаций составил 507 единиц. Распределение между действующими и ликвидированными предприятиями в масштабах всего округа оказывается практически паритетным, что указывает на крайне жесткую конкурентную среду и высокие предпринимательские риски, связанные с данным видом экономической деятельности (рисунок 1).

Ниже представлена структура общего состояния предприятий киноиндустрии в УФО (период регистрации 1991–2026 гг.).

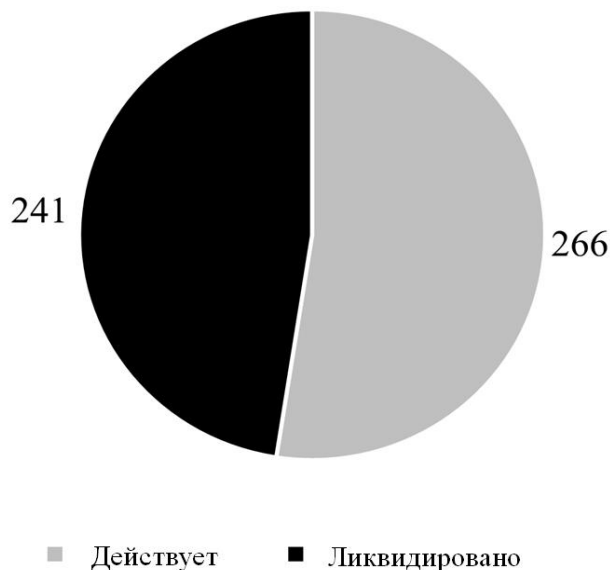


Рисунок 1 – Количество предприятий киноиндустрии УФО (1991–2026 гг.), 2026  
Figure 1 – Number of Ural Federal Okrug film industry enterprises (1991–2026), 2026

Из массива в 507 выявленных организаций действующими на текущий момент остаются 266 единиц, в то время как 241 предприятие (почти 48% выборки) было ликвидировано. Фактически каждая вторая созданная структура не достигает стадии долгосрочной операционной устойчивости и не преодолевает барьер адаптации к рыночным условиям.

Пространственный анализ по субъектам федерации выявляет фундаментальные диспропорции. Безусловным лидером по количеству созданных и функционирующих предприятий является Свердловская область, на которую приходится более 45% всего рынка макрорегиона (рисунок 2).

Детальное распределение организаций по регионам представлено в таблице 1.

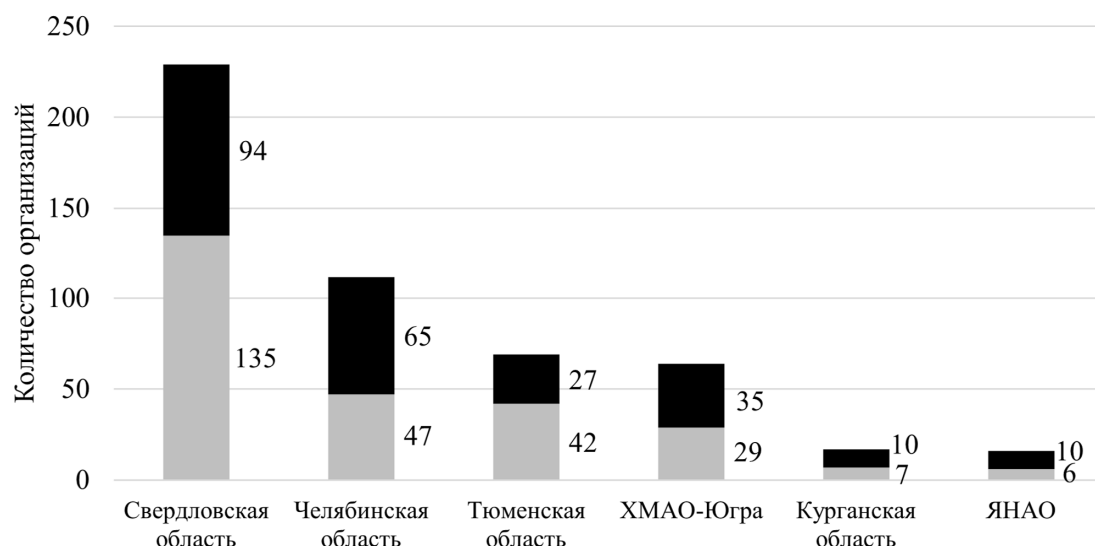


Рисунок 2 – Демография предприятий киноиндустрии УФО, 2026  
Figure 2 – Demographics of the Ural Federal Okrug film industry enterprises, 2026

Таблица 1 – Географическое распределение и уровень выживаемости организаций киноиндустрии в УФО, 2026  
Table 1 – Geographical distribution and survival rate of film industry organizations in the Ural Federal Okrug, 2026

Субъект УФО	Действующие организации	Ликвидированные организации	Всего организаций	Доля действующих (%)
Свердловская область	135	94	229	59,0
Челябинская область	47	65	112	42,0
Тюменская область	42	27	69	60,9
ХМАО-Югра	29	35	64	45,3
Курганская область	7	10	17	41,2
ЯНАО	6	10	16	37,5
ИТОГО ПО УФО	266	241	507	52,5

Лидерство Свердловской области (229 организаций) исторически обусловлено наличием мощной базы в лице Свердловской киностудии, профильных образовательных учреждений и развитой театрально-медийной среды Екатеринбурга. Примечательно, что регион показывает достаточно высокий уровень выживаемости бизнеса – 59,0%. Однако абсолютным лидером по устойчивости креативного предпринимательства выступает Тюменская область (60,9%). Этот показатель свидетельствует о высокой эффективности региональных программ поддержки креативных индустрий и благоприятном инвестиционном климате в регионе.

Напротив, Челябинская область, занимая второе место по общему количеству созданных организаций (112), демонстрирует тревожную динамику: количество закрытых предприятий (65) существенно превышает число действующих (47). Это дает показатель выживаемости на уровне

42,0%, что свидетельствует о неблагоприятном бизнес-климате для малых творческих фирм или о процессах монополизации рынка крупными игроками, вытесняющими малый бизнес. Еще более тревожная ситуация наблюдается в северных автономных округах и Курганской области, где доля выжившего бизнеса колеблется от 37,5% до 45,3%. Это феномен «долины смерти» креативных стартапов, сталкивающихся с узостью локальных рынков сбыта, кадровым дефицитом и высокими логистическими издержками.

#### Финансовые ландшафты киноиндустрии регионов УФО

Финансовый ландшафт киноиндустрии УФО характеризуется резким разрывом между оборотами и реальной прибыльностью. Совокупная выручка данного вида экономической деятельности в макрорегионе превышает 5,4 млрд рублей, однако финансовая архитектура крайне неоднородна.

Основная часть денежных потоков концентрируется в руках нескольких лидеров, специализирующихся преимущественно на кинопоказе.

Основные финансовые показатели в разрезе субъектов УФО представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Финансовые результаты деятельности организаций киноиндустрии по субъектам УФО (млн руб.), 2026

Table 2 – Financial results of film industry organizations by subjects of the Ural Federal Okrug (million rubles), 2026

Регион	Совокупная выручка	Чистая прибыль	Совокупный капитал
Свердловская область	2029,1	293,8	735,8
Челябинская область	2018,2	543,7	788,9
ХМАО-Югра	558,5	165,8	387,3
Тюменская область	516,9	32,8	-1600,9
ЯНАО	176,2	13,5	58,0
Курганская область	125,2	14,8	0,2

Сравнительный анализ Свердловской и Челябинской областей выявляет парадоксальную ситуацию. При практически идентичных объемах совокупной выручки (около 2 млрд руб. в каждом регионе) Челябинская область демонстрирует в 1,8 раз более высокую чистую прибыль – 543,7 млн руб. против 293,8 млн руб. в Свердловской области. Это указывает на фундаментальное различие в моделях функционирования рынков. Челябинская модель в большей степени ориентирована на высокомаржинальный сегмент

коммерческого кинопоказа. Свердловская же модель, будучи историческим хабом, несет значительную нагрузку по содержанию дорогостоящей производственной инфраструктуры, поддержке киностудий полного цикла и реализации некоммерческих культурных проектов, что неизбежно снижает показатели чистой рентабельности.

Для сопоставления масштабов финансовых потоков и эффективности извлечения прибыли используется визуализация распределения финансов (рисунок 3).

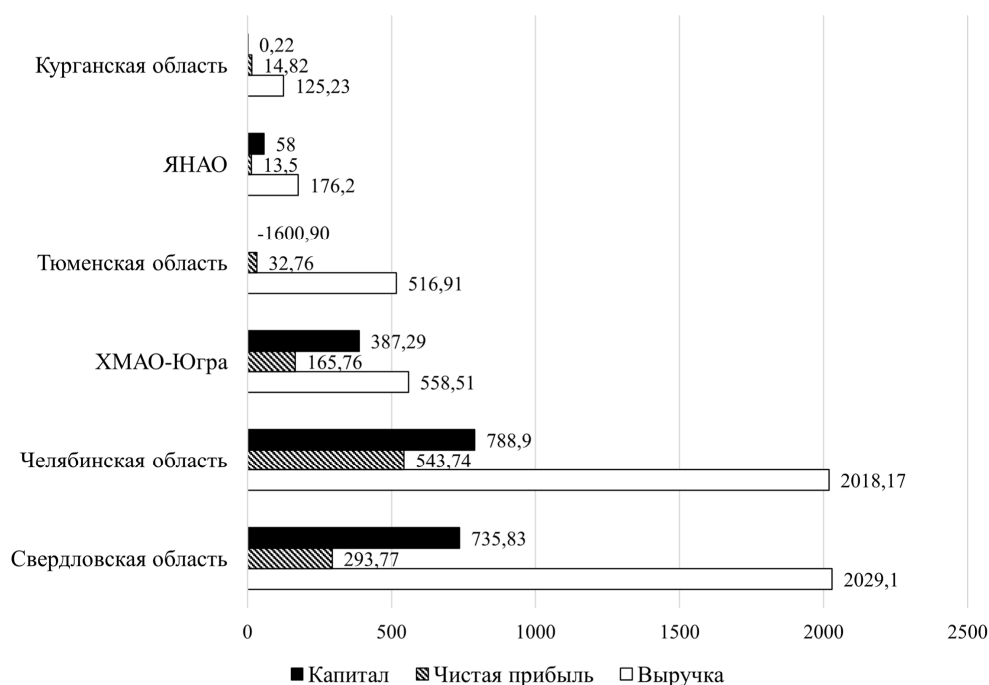


Рисунок 3 – Распределение финансов по субъектам (млн руб.), 2026

Figure 3 – Distribution of finances by region (million rubles), 2026

Любопытно отдельно остановиться на показателе совокупного капитала Тюменской области – он ушёл в минус и составил –1,6 млрд руб.

Если разобраться в микроданных, картина быстро проясняется: всю региональную статистику тянет вниз одна-единственная компания – ООО «ИДК»

из Ишима, у которой собственный капитал находится в глубоком дефиците. Остальные же 41 организация региона работают вполне устойчиво и приносят прибыль, просто их результаты теряются на фоне этой аномалии.

А вот в северных округах, прежде всего в ХМАО, картина складывается иначе. Выручка здесь невысокая – около 558 млн руб., – но при этом прибыль доходит до 165 млн руб. Такое соотношение говорит само за себя: на рынке работают точечные нишевые игроки с прямыми контрактами в закрытых сегментах, и именно они обеспечивают высокую отдачу при сравнительно небольших оборотах.

#### **Городские центры концентрации креативного капитала**

Разрыв между центром и периферией в состоянии киноиндустрии УФО лучше всего виден на уровне городов, где эта диспропорция

приобретает осязаемые очертания. Чтобы детально разобрать ситуацию, для анализа отобраны те города (таблица 3), которые играют наиболее заметную экономическую роль и концентрируют основную рыночную активность. В таблицу включены города, являющиеся лидерами в своих субъектах по количеству зарегистрированных организаций (порог отсека – не менее 6 предприятий в общем массиве) и объему генерируемой выручки. Данный подход позволяет сфокусироваться на реальных узлах пространственного развития индустрии, отсекая малые поселения с единичными и экономически неактивными субъектами предпринимательства. Анализ распределения киноиндустрии по городам подтверждает теоретический тезис А. Пратта о гиперконцентрации креативного капитала в крупнейших агломерациях (таблица 3).

Таблица 3 – Пространственная концентрация организаций киноиндустрии и финансовых потоков в ключевых городах УФО, 2026

Table 3 – Spatial concentration of film industry organizations and financial flows in key cities of the Ural Federal Okrug, 2026

Город	Субъект УФО	Всего организаций	Действующие	Выручка (млн руб.)
Екатеринбург	Свердловская область	179	104	1740,7
Челябинск	Челябинская область	59	21	1884,9
Тюмень	Тюменская область	57	32	414,5
Ханты-Мансийск	ХМАО – Югра	20	9	400,4
Сургут	ХМАО – Югра	15	4	48,5
Курган	Курганская область	11	5	124,6
Нижневартовск	ХМАО – Югра	10	5	78,9
Новый Уренгой	ЯНАО	6	3	159,5
Магнитогорск	Челябинская область	6	3	23,3
Нижний Тагил	Свердловская область	6	3	24,2

Екатеринбург выступает абсолютным центром притяжения талантов и институциональной базой данного вида экономической деятельности (104 действующих организации). Город функционирует как классический креативный хаб с большим количеством малых и средних компаний, что обеспечивает экосистемную устойчивость и кадровое разнообразие, однако ведет к размыванию прибыли между множеством игроков. Выручка действующих компаний города превышает 1,74 млрд рублей.

В Челябинске же мы наблюдаем обратную, крайне специфическую ситуацию. При скромном количестве действующих организаций (всего 21) совокупная выручка предприятий, осуществляющих деятельность на территории города (1,88 млрд руб.) превышает аналогичный

показатель Екатеринбурга. Это прямое доказательство высочайшей степени монополизации рынка Челябинска, где один сверхкрупный игрок контролирует основные финансовые потоки. Такая модель эффективна с точки зрения концентрации капитала, но крайне уязвима: уход или кризис одного монополиста может привести к коллапсу всей региональной индустрии.

Тюмень на этом фоне выглядит наиболее сбалансированно: 32 работающие компании суммарно дают 414,5 млн руб. выручки, и это уже позволяет говорить о складывающемся здоровом «среднем классе» в местном видеопроизводстве и медиа. Особняком стоит Ханты-Мансийск – небольшой, но по-своему уникальный случай. Всего девять действующих организаций генерируют впечатляющие

400,4 млн рублей. Это специфика северной экономики, где проекты могут иметь высокий средний чек за счет государственного заказа или корпоративных контрактов ресурсодобывающих гигантов.

Важно отметить отсутствие в числе центров концентрации столицы ЯНАО – г. Салехарда. Несмотря на административный статус, город уступает Новому Уренгою как по количеству действующих организаций, так и по финансовым показателям. Это подтверждает специфику северных территорий, где экономическая активность в креативном секторе зачастую смещена в сторону крупнейших промышленных и транспортных узлов, а не административных центров.

Города второго уровня (Нижний Тагил, Магнитогорск, Сургут) демонстрируют крайнюю

слабость состояния данного вида экономической деятельности, что подтверждает тезис о концентрации креативного класса в крупнейших региональных агломерациях в ущерб старопромышленным территориям.

#### **Ранжирование, локализация и специализация рыночных лидеров**

Для идентификации реальных центров силы в киноиндустрии Урала было проведено ранжирование компаний по ключевым финансовым индикаторам. Рейтинг возглавляют предприятия, специализирующиеся на демонстрации фильмов (киносети) и управлении коммерческой недвижимостью, что подтверждает тезис о вторичности регионального производства по отношению к прокату в текущей рыночной модели.

Таблица 4 – Топ-10 лидеров киноиндустрии УФО по объему выручки и прибыли, 2026  
Table 4 – Top 10 leaders of the Ural Federal Okrug film industry in terms of revenue and profit, 2026

Название компании	Город	Выручка (млн руб.)	Чистая прибыль (млн руб.)	Профиль деятельности
ООО «ИМПЕРИЯ ИГР»	Челябинск	1800,0	529,5	Кинопоказ
ООО «КИНВЕСТ»	Екатеринбург	198,3	29,3	Управление кинопоказом
ООО «РЕЛИЗ»	Новый Уренгой	141,6	15,6	Дистрибуция и показ
АО «СВЕРДЛОВСКАЯ КИНОСТУДИЯ»	Екатеринбург	139,2	0,5	Производство и инфраструктура
ООО «ИФГ»	Екатеринбург	138,2	32,9	Реклама и видеопродакшн
ООО «ЮНИАРТ»	Ханты-Мансийск	126,2	56,7	Корпоративный продакшн
ООО «АРКТИКА»	Ханты-Мансийск	125,0	88,6	Корпоративный продакшн
ООО «КОНТИНЕНТ СИНЕМА-ЕКАТЕРИНБУРГ»	Екатеринбург	107,1	4,1	Киносеть
ООО «АЙСМЕДИА»	Ханты-Мансийск	97,6	0,2	Медиауслуги
ООО «ЛАУД»	Реж	93,2	62,6	Видеопроизводство / реклама

Бесспорным финансовым лидером макро-региона является челябинская ООО «Империя игр». Компания успешно масштабировала бизнес-модель комфортного кинопоказа, став фактически центральным предприятием для данного вида экономической деятельности в Челябинске. Ее показатели (1,8 млрд руб. выручки и чистая прибыль 529,5 млн руб.) на порядок превышают результаты других участников рынка, что объясняет доминирующее положение Челябинской области в финансовом зачете при малом количестве компаний.

Данные о прибыли в рейтинге (таблица 4) подтверждает устойчивость компаний из ХМАО

(ООО «Арктика», ООО «Юниарт»), которые конвертируют свою выручку в высокую чистую прибыль.

Совсем иначе выглядит ситуация у исторического флагмана отечественной киноиндустрии – АО «Свердловская киностудия». При выручке в 139,2 млн руб. её чистая прибыль составила всего 482 тыс. руб. Этот разрыв красноречиво подтверждает наш более общий вывод: свердловская модель, в основе которой лежит попытка сохранить производственную базу полного цикла, обходится крайне дорого. Без серьезной поддержки со стороны государства или без принципиального разворота в сторону сервисной модели

работать «в плюс» при таком подходе оказывается очень сложно.

Отдельного упоминания заслуживает ООО «ЛАУД» из небольшого свердловского города Реж. Несмотря на то, что компания работает вдали от крупного центра, её выручка достигает 93 млн руб., а чистая прибыль – 62,6 млн руб. По нашим оценкам, это один из самых эффективных малых игроков всего УФО. Его пример наглядно показывает: креативный бизнес вполне может успешно развиваться и на периферии – нужно лишь грамотно выбрать рыночную нишу.

Таблица 5 – Рейтинг компаний киноиндустрии УФО по капиталу (млн руб.), 2026  
Table 5 – Rating of Ural Federal Okrug film industry companies by capital (million rubles), 2026

Название	Город	Капитал (млн руб.)
ООО «ИМПЕРИЯ ИГР»	Челябинск	847,3
ООО «ПАССАЖ-ПРЕМЬЕР»	Екатеринбург	269,0
ООО «ГАЛАКСИ СТАР»	Нижневартовск	200,8
ООО «ВИДИ-КИНОПЛЕКС»	Екатеринбург	154,8
ООО «АРКТИКА»	Ханты-Мансийск	88,6
АО «СВЕРДЛОВСКАЯ КИНОСТУДИЯ»	Екатеринбург	70,1
ООО «РЕЛИЗ»	Новый Уренгой	66,8
ООО «ЛАУД»	Реж	63,3
ООО «ИФГ»	Екатеринбург	62,4
ООО «СЕТЬ КИНОТЕАТРОВ-ПРЕМЬЕР-ЗАЛ»	Екатеринбург	59,7

Отрицательный капитал некоторых компаний с высокой выручкой (например, ООО «Кинвест» с капиталом –83,5 млн руб.) свидетельствует о высокой долговой нагрузке и использовании агрессивных схем финансового левериджа.

### Обсуждение

Проведенный анализ позволяет сформулировать ряд критических выводов о состоянии и перспективах развития киноиндустрии в Уральском федеральном округе (УФО). Результаты исследования подтверждают, что данный вид экономической деятельности находится на этапе трансформации от советской индустриальной модели к современной постиндустриальной экономике, что наиболее отчетливо проявляется в контрасте между динамично развивающимися Екатеринбург и Тюменью и промышленно-консервативными Нижним Тагилом или Магнитогорском. Полученные эмпирические данные расширяют положения, ранее предложенные И. Д. Тургель, В. В. Дербеневой и И. В. Баскаковой, и позволяют выявить ключевые закономерности развития креативных индустрий в макрорегионах с выраженным индустриальным прошлым.

Заметную часть рынка удерживают сети кинопроката – например, «Премьер-Зал» и «Континент Синема». Этот факт сам по себе симптоматичен: похоже, в УФО на дистрибуции контента сегодня стабильно заработать проще, чем на его производстве.

Анализ капитализации компаний показывает высокую обеспеченность собственными средствами компаний-прокатчиков, владеющих дорогостоящим оборудованием и площадями в торговых центрах (ООО «Пассаж-Премьер», ООО «Галакси Стар») (таблица 5).

### 1. Гиперконцентрация и роль культурного капитала

Во-первых, подтверждается тезис о гиперконцентрации креативного капитала: киноиндустрия УФО практически полностью стянута в региональные «ядра» – Екатеринбург, Тюмень и Челябинск. При этом крупные промышленные центры, такие как Магнитогорск или Нижний Тагил, несмотря на значительную численность населения, остаются на периферии креативной повестки.

Екатеринбургский феномен объясняется наличием значительного накопленного культурного капитала, мощного инфраструктурного наследия (в лице Свердловской киностудии) и развитой образовательной базы. Это соотносится с выводами А. Пратта о том, что креативные индустрии требуют плотных сетей коллаборации и не могут эффективно функционировать в вакууме.

Челябинская область, несмотря на финансовое доминирование, демонстрирует иную структуру. Высокие показатели здесь базируются на успехах одного монополиста, что делает модель крайне хрупкой. В отличие от Свердловской

области с её широкой сетью разнообразных игроков, Челябинск демонстрирует признаки олигополии. Для обеспечения долгосрочной устойчивости региону необходимо стимулировать появление малых продакшн-студий для диверсификации рисков.

## 2. Модели регионального успеха: «Тюменский инкубатор» и «Северный путь»

На основе анализа данных выделяются две уникальные и эффективные модели развития, адаптированные к специфике территорий.

### «Тюменский инкубатор»: создание безопасной среды

Рекордная для УФО выживаемость бизнеса в Тюменской области (60,9%) не является случайностью. Это прямой результат системной государственной политики по созданию креативных кластеров. Ключевую роль играет деятельность АНО «Медиаполис», функционирующей как полноценный продюсерский центр и инкубатор.

*Механизм поддержки.* На практике это набор вполне конкретных мер: студиям предоставляется инфраструктура, обеспечивается юридическое сопровождение в части авторских прав и оказывается помощь при выходе на рынок.

*Результат.* Главное – резкое снижение рисков для молодых команд именно на самом уязвимом отрезке, когда идею нужно довести до коммерческого продукта. Постепенно вокруг таких инкубаторов складывается устойчивая экосистема видеопроизводства, способная гибко реагировать на изменения спроса и не привязанная к редким разовым заказам.

### «Северный путь» (ХМАО и ЯНАО): высокотехнологичный B2B-сервис

В сырьевых регионах киноиндустрия идёт совсем иным путём – настолько необычным, что её хочется назвать «северной креативной аномалией». Кино здесь существует не как массовое искусство, рассчитанное на широкий прокат, а скорее как технологически насыщенный сервис, обслуживающий запросы нефтегазовых корпораций и региональных администраций.

*Экономические показатели.* У ханты-мансийских компаний «АРКТИКА» и «ЮНИАРТ» рентабельность по чистой прибыли превышает 40%, и для классических игровых студий «большой земли» такие значения, как правило, остаются недостижимыми.

*Устойчивость и риски.* Модель корпоративно-го видеопроизводства приносит компаниям ощутимую финансовую стабильность и оставляет ресурс для вложений в современное оборудование. Однако, согласно исследованиям северной экономики, низкая общая выживаемость малого бизнеса в этих регионах (37–45%) указывает на то, что без поддержки «сверху» и крупных контрактов независимые студии на Севере существовать не могут.

## 3. Структурные барьеры и институциональные дефициты

Несмотря на точки роста, исследование высвечивает ряд системных проблем:

1) *зависимость от кинопоказа.* Основная выработка в УФО генерируется не на этапе производства интеллектуального продукта, а на этапе его демонстрации (сети «Премьер-Зал», «Киномир»). Это свидетельствует о том, что региональный рынок остается преимущественно экономикой дистрибуции чужого контента. Существует риск превращения регионов в транзитные каналы для федерального и зарубежного сбыта, что препятствует накоплению локального символического капитала;

2) *«смертность» стартапов.* В Челябинской и Курганской областях наблюдается высокая «смертность» креативных стартапов. Согласно теории Дж. Хокинса, креативная экономика требует защиты интеллектуальной собственности и доступа к венчурному капиталу. В депрессивных регионах (особенно в Курганской области с минимальной активностью предприятий данного вида экономической деятельности) эти институты отсутствуют, что ведет к ликвидации организаций через несколько лет после регистрации.

## 4. Потенциал роста и перспективы

Опыт Тюмени («Медиаполис») доказал свою эффективность и требует масштабирования на другие субъекты округа. Параллельно с этим, потенциал северных регионов как центров высокотехнологичного производства остается недооцененным. Высокая маржинальность «северной модели» вполне может стать опорой для появления специализированных центров компьютерной графики, способных работать уже не на локальный, а на общероссийский рынок.

Определенные надежды на смещение баланса в сторону индустрии полного цикла связаны прежде всего с возрождением Свердловской киностудии, а также с появлением небольших продюсерских центров в малых городах – пример ООО «ЛАУД» из Режа здесь весьма показателен. Иными словами, будущее уральской киноиндустрии будет во многом определяться тем, удастся ли перейти от привычной прокатной модели к поддержке самого производства – через кластерные механизмы и опору на технологические возможности ресурсных территорий.

## Заключение

Проведенное нами исследование пространственно-экономического ландшафта киноиндустрии Уральского федерального округа показало, что структура предприятий данного вида экономической деятельности устроена довольно сложно и крайне неоднородно. Это, по сути, подтвердило исходную гипотезу: индустрия действительно сильно поляризована – и территориально,

и в финансовом отношении. Диспропорции здесь глубокие, но и потенциал для «креативной реиндустриализации» при этом остается весьма заметным. С учетом поставленных задач нам удалось прийти к следующим выводам.

**1. В области демографического анализа и географии распределения.** Институциональный каркас киноиндустрии в УФО, объединяющий 507 организаций, оказался устойчивым лишь умеренно: до сегодняшнего дня доживает в среднем 52,5% предприятий. География при этом явно асимметрична – модель здесь устойчиво двуцентровая: более 70% всех структур приходится на Свердловскую и Челябинскую области. Свердловскую область с её сохранённой институциональной преемственностью можно смело назвать ядром индустрии – своего рода «интеллектуальным и производственным цехом». Тюменская же область заметно выделяется аномально высокой жизнеспособностью бизнеса (60,9% действующих компаний), и это лишний раз подтверждает: для креативного сектора удобная институциональная среда часто оказывается важнее прямых денежных вливаний.

**2. В области анализа финансовых ландшафтов и региональной эффективности.** Финансовая структура рынка устроена так, что между оборотами компаний и их реальной прибылью образуется ощутимый разрыв. Выявлен парадокс: несмотря на лидерство Свердловской области по количеству организаций, Челябинская область опережает её по совокупной выручке (1,88 млрд руб. против 1,74 млрд руб.), выполняя роль «финансового донора» за счет коммерциализации кинопоказа. Выявленный «эффект масштаба» в Свердловской области не конвертируется в пропорциональный рост чистой прибыли, что указывает на высокие операционные издержки внутри производственного регионального кластера.

**3. В области выявления центров концентрации креативного капитала.** Эмпирически подтвержден тезис о гиперконцентрации киноиндустрии. Сформирована «триада лидеров» – Екатеринбург, Челябинск и Тюмень, – аккумулирующая более 85% совокупной выручки округа. Специфична роль северных территорий: в ЯНАО реальным рыночным узлом выступает промышленный Новый Уренгой, а не административный

центр Салехард. Важно отметить, что на фоне этих центров города второго эшелона (Магнитогорск, Нижний Тагил) практически исключены из креативной повестки. Курганская область остается зоной депрессии с минимальным количеством организаций, что требует внедрения кросс-региональных проектов.

**4. В области финансового ранжирования и профилирования лидеров.** Структура рынка имеет выраженный олигополистический характер с доминированием сегмента кинопроката над кинопроизводством. Сверхприбыли лидеров дистрибуции, прежде всего ООО «Империи Игр», резко контрастируют со скромной рентабельностью производственных площадок – например, АО «Свердловская киностудия» – и с теми трудностями, которые испытывает малый бизнес: здесь стоит отметить высокий уровень «смертности» стартапов. Из такой картины логично вырастает риск «технологического разрыва»: макрорегион постепенно может превратиться в своего рода «потребительскую колонию», где есть развитая инфраструктура для просмотра контента, но нет ни собственного локального продукта, ни механизмов, способных перераспределять прибыль в пользу производителей.

Если резюмировать, киноиндустрия Урала сейчас явно проходит через переходный этап – от хаотичного, во многом стихийного роста к более осознанному формированию устойчивых субрегиональных кластеров. Чтобы потенциал «креативной реиндустриализации» действительно был реализован, придется решить две взаимосвязанные задачи: преодолеть выявленные диспропорции и одновременно защитить производственный сегмент от монополизации со стороны прокатчиков, особенно с учётом стремительной цифровой трансформации медиапотребления.

Что касается перспектив дальнейшей работы, мы видим её прежде всего в плоскости качественной социологии. Речь идёт о глубинных интервью с руководителями региональных кинокомпаний: такие беседы помогли бы выявить неформальные барьеры роста, о которых сухая статистика обычно молчит, а заодно более точно оценить, как именно цифровизация и развитие стриминговых платформ влияют на локальные рынки аудиовизуального контента.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- [1] Ortiz-Ospino L., González-Sarmiento E., Roa-Perez J. Technology trends in the creative and cultural industries sector: a systematic literature review // *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 2025. Т. 14. № 1. С. 39. DOI 10.1186/s13731-025-00497-6. EDN MPJRPS.
- [2] Коробов С. А. Государственное стимулирование развития комплексов предприятий в сфере кинематографии: международный опыт и российские реалии // *Вестник Академии знаний*. 2025. № 3 (68). С. 829–837. EDN FUUQBW.
- [3] Кокорин А. М. Социально-экономические процессы развития региональной киноиндустрии // *Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество)*. 2019. № 3. С. 58–76. EDN IJTGРВ.
- [4] Новикова Н. В., Трофимов Р. В. Уральский макрорегион в процессах обеспечения технологической

- независимости России // Научные труды Вольного экономического общества России. 2025. № 4. С. 237–258. DOI 10.38197/2072-2060-2025-254-4-237-258 EDN RARQRC
- [5] Florida R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books, 2002. ISBN 0-465-02476-9.
- [6] Howkins J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books, 2001. ISBN 0-140-28794-9.
- [7] Pratt A. C. Creative cities: the cultural industries and the creative class // *Geografiska annaler: series B, human geography*. 2008. Т. 90. № 2. С. 107–117. DOI 10.1111/j.1468-0467.2008.00281.x.
- [8] Hall P. Creative cities and economic development // *Urban studies*. 2000. Т. 37. № 4. С. 639–649. DOI 10.1080/00420980050003946. EDN HAVITJ.
- [9] Scott A. J. A new map of Hollywood: the production and distribution of American motion pictures // *Regional Studies*. 2002. Т. 36. № 9. С. 957–975. DOI 10.1080/0034340022000022215. EDN DWVSPN.
- [10] Коновалова К. Ю. Оценка и способы преодоления регионального неравенства в новой экономической реальности // *Муниципалитет: экономика и управление*. 2022. № 4 (41). С. 53–63. DOI 10.22394/2304-3385-2022-4-53-63. EDN VRPWMJ.
- [11] Ускова Т. В., Кожевников С. А. Пространственное развитие социально-экономических систем – приоритетное направление исследований Вологодского научного центра Российской академии наук // *Проблемы развития территории*. 2025. Т. 29. № 5. С. 8–31. DOI 10.15838/ptd.2025.5.139.1. EDN NNWQTR.
- [12] Растворцева С. Н., Блохина С. Д. Региональные агломерационные эффекты в экономике России // *Проблемы развития территории*. 2024. Т. 28. № 3. С. 10–28. DOI 10.15838/ptd.2024.3.131.2. EDN HUKMJU.
- [13] Королева И. Б., Соколова И. Л. Креативные индустрии в России и мире: состояние, тенденции и проблемы управления развитием // *Baikal Research Journal*. 2022. Т. 13. № 3. С. 14. DOI 10.17150/2411-6262.2022.13(3).14. EDN FWPQNV.
- [14] Логунцова И. В. Развитие концепции креативной экономики в республике Саха (Якутия) на современном этапе // *Вестник Московского университета*. Серия 21. Управление (государство и общество). 2024. № 1. С. 30–47. DOI 10.55959/MSU2073-2643-21-2024-1-30-47. EDN GODCQR.
- [15] Карпова Г. А., Михайлова А. В. Оценка устойчивости потенциала развития креативных индустрий в региональной экономике в условиях резильентности / Устойчивое развитие интеллектуальной экономики и промышленности в условиях резильентности. Санкт-Петербург : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2025. С. 222–259. DOI 10.18720/IEP/2025.5/12. EDN HOMFAD.
- [16] Turgel I. D., Derbeneva V. V., Baskakova I. V. Conceptual approach to managing the development of creative industries in second-tier industrial cities // *R-Economy*. 2023. Vol. 9. Iss. 4. P. 366–383. DOI 10.15826/recon.2023.9.4.022. EDN BRAACH.
- [17] Derbeneva V. V. et al. Key factors in managing creative re-industrialization strategies // *R-Economy*. 2024. Vol. 10. Iss. 4. P. 475–494. DOI 10.15826/recon.2024.10.4.028. EDN OGRKSH.
- [18] Малышев А. В. Киноиндустрия как сектор «креативных индустрий»: задачи диверсифицированного подхода // *Креативная экономика*. 2019. Т. 13. № 7. С. 1401–1410. DOI 10.18334/ce.13.7.40825. EDN HWMXWT.
- [19] Алексеева П. А., Булочников П. А. Система рибейтов как фактор развития сферы кино и телевидения в регионах России // *Петербургский экономический журнал*. 2020. № 1. С. 70–79. DOI 10.25631/PEJ.2020.170.89. EDN SHPGPJ.
- [20] Curry J. T. Panel evidence and bibliometric insights on creative industries, human capital, and broadband in Latin America from 2010 to 2022 // *Cogent Business & Management*. 2025. Т. 12. № 1. Article 2564304. DOI 10.1080/23311975.2025.2564304. EDN SPTSAO.
- [21] Lorenzen, M., Täube, F. A. Breakout from Bollywood? The roles of social networks and regulation in the evolution of the Indian film industry // *Journal of International Management*. 2008. Т. 14. № 3. С. 286–299. DOI 10.1016/j.intman.2008.01.004.
- [22] Huhmarniemi M., Jokela T. Arctic arts with pride: Discourses on Arctic arts, culture and sustainability // *Sustainability*. 2020. Т. 12, № 2. С. 604. DOI 10.3390/su12020604. EDN UROMBI.

## REFERENCES

- [1] Ortiz-Ospino, L., González-Sarmiento, E., Roa-Perez, J. (2025). Technology trends in the creative and cultural industries sector: a systematic literature review. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14 (1), article 39. <https://doi.org/10.1186/s13731-025-00497-6>. <https://elibrary.ru/mpjrrps>.
- [2] Korobov, S. A. (2025). Development state stimulation of enterprise complexes in the cinematography: international experience and Russian realities. *Bulletin of the Academy of Knowledge*, (3), pp. 829–837. <https://elibrary.ru/fuuqbw>.
- [3] Kokorin, A. M. (2019). Socio-economic processes of development of the regional film industry. *Lomonosov Public Administration Journal. Series*, 21 (3), pp. 58–76. <https://elibrary.ru/ijtgpb>.
- [4] Novikova, N. V., Trofimov, R. V. (2025). The Ural macroregion in the processes of ensuring technological independence of Russia. *The Proceedings of the Free Economic Society of Russia*, 254 (4), pp. 237–258. <https://doi.org/10.38197/2072-2060-2025-254-4-237-258>. <https://elibrary.ru/rarqrc>.

- [5] Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books. ISBN 0-465-02476-9.
- [6] Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books. ISBN 0-140-28794-9.
- [7] Pratt, A. C. (2008). Creative cities: the cultural industries and the creative class. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90 (2), pp. 107–117. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0467.2008.00281.x>.
- [8] Hall, P. (2000). Creative cities and economic development. *Urban studies*, 37 (4), pp. 639–649. <https://doi.org/10.1080/00420980050003946>. <https://elibrary.ru/havitj>.
- [9] Scott, A. J. (2002). A new map of Hollywood: the production and distribution of American motion pictures. *Regional Studies*, 36 (9), article 957. <https://doi.org/10.1080/0034340022000022215>. <https://elibrary.ru/dwvspn>.
- [10] Konovalova, K. Y. (2022). Assessment of regional inequality and ways to overcome it in the new economic reality. *Municipality: economics and management*, (4), pp. 53–63. <https://doi.org/10.22394/2304-3385-2022-4-53-63>. <https://elibrary.ru/vrpbwmj>.
- [11] Uskova, T. V., Kozhevnikov, S. A. (2025). Spatial development of socio-economic systems in VOLRC RAS research. *Problems of Territory's Development*, 29 (5), pp. 8–31. <https://doi.org/10.15838/ptd.2025.5.139.1>. <https://elibrary.ru/nnwqtr>.
- [12] Rastvortseva, S. N., Blokhina, S. D. (2024). Regional agglomeration effects in Russia's economy. *Problems of Territory's Development*, 28 (3), pp. 10–28. <https://doi.org/10.15838/ptd.2024.3.131.2>. <https://elibrary.ru/hukmju>.
- [13] Koroleva, I. B., Sokolova, I. L. (2022). Creative industries in Russia and the World: state, trends and problems of development management. *Baikal Research Journal*, 13 (3), article 14. [https://doi.org/10.17150/2411-6262.2022.13\(3\).14](https://doi.org/10.17150/2411-6262.2022.13(3).14). <https://elibrary.ru/fwpqnv>.
- [14] Loguntsova, I. V. (2024). Development of the creative economy concept in the Republic of Sakha (Yakutia) at the present stage. *Lomonosov Public Administration Journal. Series*, 21 (1), pp. 30–47. <https://doi.org/10.55959/MSU2073-2643-21-2024-1-30-47>. <https://elibrary.ru/godcqr>.
- [15] Karpova, G. A., Mikhailova, A. V. (2025). Assessment of the sustainability of the development potential of creative industries in the regional economy in the conditions of resilience. St. Petersburg, Polytech Press, pp. 222–259. <https://doi.org/10.18720/IEP/2025.5/12>. <https://elibrary.ru/homfad>.
- [16] Turgel, I. D., Derbeneva, V. V., Baskakova, I. V. (2023). Conceptual approach to managing the development of creative industries in second-tier industrial cities. *R-Economy*, 9 (4), pp. 366–383. <https://doi.org/10.15826/recon.2023.9.4.022>. <https://elibrary.ru/braach>.
- [17] Derbeneva, V. V., Baskakova, I. V., Chukavina, K. V., Turgel, I. D., Novokshonova, Z. V., Tsepeleva, A. D. (2024). Key factors in managing creative reindustrialization strategies. *R-Economy*, 10 (4), pp. 475–494. <https://doi.org/10.15826/recon.2024.10.4.028>. <https://elibrary.ru/ogrksksh>.
- [18] Malyshev, A. V. (2019). The film industry as a sector of «creative industries»: the objectives of a diversified approach. *Journal of Creative Economy*, 13 (7), pp. 1401–1410. <https://doi.org/10.18334/ce.13.7.40825>. <https://elibrary.ru/hwmxwt>.
- [19] Alekseeva, P. A., Bulochnikov, P. A. (2020). Rebate system as a factor in the cinema and television development in the regions of Russia. *St. Petersburg Economic Journal*, (1), pp. 70–79. <https://doi.org/10.25631/PEJ.2020.1.70.89>. <https://elibrary.ru/shppgj>.
- [20] Curry, J. T. (2025). Panel evidence and bibliometric insights on creative industries, human capital, and broadband in Latin America from 2010 to 2022. *Cogent Business & Management*, 12 (1), article 2564304. <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2564304>. <https://elibrary.ru/sptsao>.
- [21] Lorenzen, M., Täube, F. A. (2008). Breakout from Bollywood? The roles of social networks and regulation in the evolution of the Indian film industry. *Journal of International Management*, 14 (3), pp. 286–299. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2008.01.004>.
- [22] Huhmarniemi, M., Jokela, T. (2020). Arctic arts with pride: Discourses on Arctic arts, culture and sustainability. *Sustainability*, 12 (2), article 604. <https://doi.org/10.3390/su12020604>. <https://elibrary.ru/urombi>.