

ОСОБЕННОСТИ И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В МАЛЫХ И СРЕДНИХ ГОРОДАХ РОССИИ

Бабич Любовь Васильевна

первый заместитель директора
ФГБУН ВолНЦ РАН

кандидат экономических наук

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

26 марта 2026



**ВОЛОГОДСКИЙ НАУЧНЫЙ
ЦЕНТР РОССИЙСКОЙ
АКАДЕМИИ НАУК**

АКТУАЛЬНОСТЬ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Необходимость поиска новых путей развития малых и средних городов в условиях парадигмального сдвига от традиционной экономики к нооэкономике.

Город – пространство для генерации знаний, эксперимента и создания инновационных смыслов.

Материальное производство, основанное на механизированном труде, перестает быть драйвером роста, ценность создается знаниями и инновациями, а *креативный сектор* становится ключевым ресурсом развития населенных пунктов, позволяющим диверсифицировать их экономику, сохранить культурную идентичность и улучшить качество городской среды

- Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 N 2613-р (ред. от 21.10.2024) «Об утверждении Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года»
- Указ Президента РФ № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года»
- Федеральный закон № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации»

ЦЕЛЬ РАБОТЫ

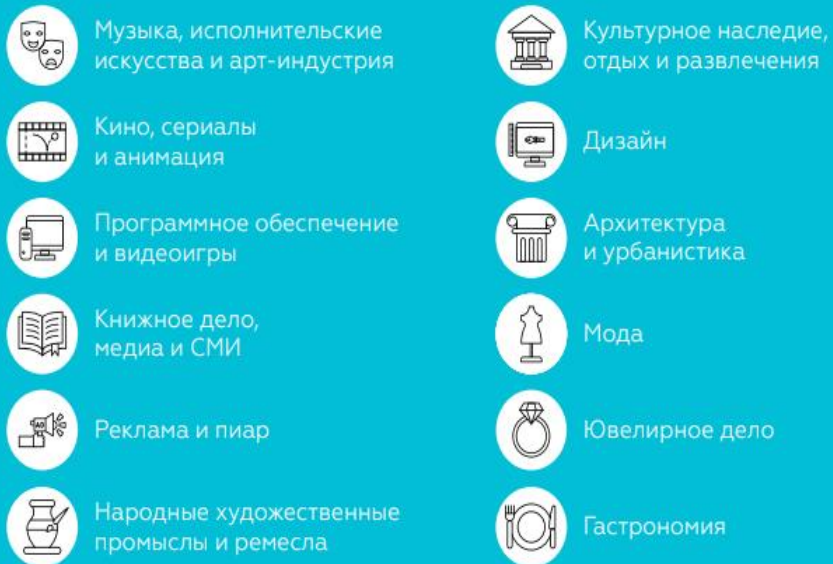
Выявить специфику и уровень развития креативных индустрий в малых и средних городах, определить системные барьеры и перспективные направления расширения их потенциала

ЗАДАЧИ

- исследование теоретических основ развития креативных индустрий в городской среде;
- оценка текущего состояния и уровня развития креативных индустрий в малых и средних городах России (на материалах Новосибирской, Ивановской и Вологодской областей);
- анализ институциональной среды развития креативных индустрий в малых и средних городах;
- выявление сильных и слабых сторон развития креативных индустрий в малых и средних городах, а также определение перспективных направлений их внедрения в экономику муниципалитетов.

МЕТОДЫ И ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА ИССЛЕДОВАНИЯ

Креативные индустрии



Сопутствующие виды деятельности

- Оборудование и материалы
- Специализированное образование
- Дизайн-интенсивные производства
- Организацию выставок и мероприятий

Информационной базой послужили данные сервиса проверки контрагентов List-org (<https://www.list-org.com>), на основе которых была сформирована база предприятий, функционирующих в малых и средних городах и относящихся согласно ОКВЭД к креативным индустриям.

- Стратегии социально-экономического развития исследуемых регионов
- Нормативно- правовые документы исследуемых субъектов РФ, ориентированные на поддержку креативных индустрий
- Существующие институты, обеспечивающие их развитие креативных индустрий

Рейтинг креативных регионов России: 2024 / Л. М. Гохберг, В. О. Боос, К. Н. Боякова, Е. С. Куценко и др.; под ред. Л. М. Гохберга, Е. С. Куценко. — М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ИСИЭЗ ВШЭ), 2025. — 198 с.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Регион	Количество организаций креативного сектора			Лидирующая отрасль в регионе /в МСГ	Наиболее представленные отрасли в МСГ
	Всего, единиц	В областной столице	В малых и средних городах		
Новосибирская область	7453	6110 (82%)	380 (5,1%)	Мода (1786 ед.), Программное обеспечение и видеоигры (1527 ед.)/ Мода (94 ед.)	Программное обеспечение и видеоигры (48 ед.) Культурное наследие, отдых и развлечения (45 ед.) Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия (43 ед.).
Ивановская область	3355	2409 (71,8%)	396 (11,8%)	Мода (1280 ед.)/ Мода (120 ед.)	Культурное наследие, отдых и развлечения (36 ед.) Книжное дело, медиа, СМИ (32 ед.) Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия (30 ед.)
Вологодская область	1676	1324* (79%)	119 (7,1%)	Мода (299 ед.), Программное обеспечение и видеоигры (231 ед.), Культурное наследие, отдых и развлечения (208 ед.)/ Культурное наследие, отдых и развлечения (37 ед.)	Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия (21 ед.) Книжное дело, медиа, СМИ (15 ед.) Мода (14 ед.)

*данные суммированы по г. Вологда и г. Череповец



Институциональная среда

развития креативных индустрий в малых и средних городах

Регион	Наличие в Стратегии СЭР акцента на			Наличие НПА/инфраструктуры, регулирующих КИ
	проблематику развития МСГ	развитии КИ в регионе в целом	роли МСГ в развитии КИ	
Новосибирская область	Частично	Присутствует	Незначительно	Да/Да (Концепция развития креативных индустрий в Новосибирской области, Центр креативных индустрий, Центр «Мой бизнес»)
Ивановская область	Частично	Присутствует	Незначительно	Планируется/Да (Региональный закон о развитии креативных индустрий/Центр «Мой бизнес»)
Вологодская область	Частично	Присутствует	Довольно значительна	Нет/Да (3 школы креативных индустрий, Центр «Мой бизнес»)

SWOT-анализ развития креативных индустрий в малых и средних городах России

Сильные стороны (Strengths):

1. *Локальная идентичность малых и средних городов:* наличие аутентичной истории, традиционных ремесел, фольклора, архитектуры и природных ландшафтов, которые выступают источником для развития творческой деятельности.
2. *Низкая стоимость операционных издержек по сравнению с крупными городами,* что снижает порог входа компаний креативного сектора экономики на локальные рынки.
3. *Компактность местного сообщества,* которая позволяет оперативно налаживать доверительные связи между бизнес-средой, населением, органами власти и представителями креативного сектора.
4. *Чистая природа* как фактор улучшения качества жизни креативного класса и роста привлекательности города для релокантов из крупных городов, что актуально с учетом моды на «цифровой детокс» и работу в природной среде.

Возможности (Opportunities):

1. *Участие в федеральном проекте «Придумано в России» и/или иных грантовых проектах и программах,* предусматривающих инфраструктурную поддержку для креативных предпринимателей.
2. *Цифровизация и развитие форм удаленной занятости* позволяет создавать продукт в малых и средних городах и продавать его по всей России и миру (IT, дизайн, анимация, музыка, онлайн-образование).
3. *Интеграция творческой деятельности с традиционными отраслями экономики,* применение креативных технологий для повышения конкурентоспособности местных промышленных производств (промдизайн), сельского хозяйства (агротуризм, эко-брендинг), туризма (создание событий, сувениров, гидов).
4. *Развитие культурного и образовательного туризма* за счет создания на базе креативных индустрий новых точек притяжения (фестивали, резиденции, музеи современного искусства, гастрономические проекты), формирующих турпоток.
5. *Оживление городских общественных пространств* за счет развития креативных индустрий, ревитализация неиспользуемых промышленных территорий.

Слабые стороны (Weaknesses):

1. *Ограниченный рынок сбыта, низкая платежеспособность спроса местного населения, консервативные потребительские привычки,* что ограничивает возможности для монетизации креативных продуктов и услуг.
2. *Дефицит высококвалифицированных кадров,* отток амбициозной и творческой молодежи в крупные города и агломерации для получения образования и построения карьеры.
3. *Недостаточное развитие транспортной сети и дефицит инфраструктуры* для развития креативных отраслей экономики: нехватка коворкингов, выставочных пространств, мастерских, репетиционных баз.
4. *Неразвитость институтов развития,* грантовых программ, краудфандинговых платформ, ориентированных именно на креативные индустрии.

Угрозы (Threats):

1. *Сохранение фокуса внимания в федеральных программах и проектах на развитии креативного сектора в городских агломерациях и крупных городах,* что затруднит выход проектов из малых и средних городов на федеральный уровень.
2. *Сокращение бюджетного финансирования на культуру и реализацию креативных проектов* как «неприоритетную» статью расходов в условиях экономической нестабильности.
3. *Бюрократические барьеры,* сложности с легализацией нестандартных видов деятельности, получением разрешений на использование помещений, высокие налоги для самозанятых в творческой сфере.
4. *Консерватизм местного сообщества, включая представителей власти и бизнеса;* непонимание ценности современной культуры, неприятие авангардных форм творчества и недооценка экономического потенциала креативного сектора с их стороны.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Во-первых, в настоящее время креативные индустрии наибольшее распространение получили в крупных городах.

Во-вторых, если близость к крупному городу выступает внешним стимулом, то внутренним фундаментом, без которого креативные индустрии в малых и средних городах не смогут устойчиво развиваться, является развитая институциональная среда.

В-третьих, в парадигме ноономики малые и средние города могут рассматриваться не как отсталые периферийные территории, а как альтернативные площадки для развития креативного сектора экономики страны.

Направления развития креативных индустрий в малых и средних городах России:

1. Развитие локальной идентичности малых и средних городов.
2. Поддержка развития креативных индустрий «сверху».
3. Развитие креативных индустрий «снизу» за счет вовлечения местного сообщества.
4. Развитие системы образования в сфере креативных индустрий.



Благодарю за внимание!



ФГБУН «Вологодский научный центр РАН»
Россия, 160014, г. Вологда,
ул. Горького, д. 56а
www.vscs.ac.ru
Тел.: (8172) 59-78-03
E-mail: common@volnc.ru