

DOI: 10.37930/1990-9780-2026-1-87-176-200

Л. В. Бабич<sup>1</sup>, И. А. Секушина<sup>2</sup>

### ОСОБЕННОСТИ И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В МАЛЫХ И СРЕДНИХ ГОРОДАХ РОССИИ<sup>3</sup>

Актуальность исследования определяется необходимостью поиска новых путей развития малых и средних городов в условиях парадигмального сдвига от традиционной экономики к ноономике. В современных реалиях 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. Цель работы – выявить специфику и уровень развития креативных индустрий в малых и средних городах, определить системные барьеры и перспективные направления расширения их потенциала. Объектом исследования выступили малые и средние города Новосибирской, Ивановской и Вологодской областей. Теоретическую основу исследования составили концепция ноономии, работы в области экономики креативных индустрий и теория «креативного города». В качестве информационной базы использовались данные Росстата, сервиса проверки контрагентов List-org, сайта «Яндекс. Карты», документы стратегического планирования. Методологический аппарат включал монографический, содержательный и сравнительный анализ, а также комплекс общенаучных методов. Установлено, что даже в регионах-лидерах по развитию креативных индустрий (Новосибирская и Ивановская области) большинство организаций данного сектора экономики сконцентрированы в крупных городах. В Ивановской области лишь около 12% предприятий расположены в малых и средних городах, а в Новосибирской области – лишь 5%. Выявлено, что нахождение в зоне влияния крупного города или в составе агломерации создаёт ключевые предпосылки для роста креативных индустрий в малых и средних городах. Значимым фактором также выступает институциональная среда, включающая комплекс нормативно-правовых актов и действующие институты, задающие вектор развития креативной экономики и обеспечивающие планомерную ноотрансформацию городов. Проведенный SWOT-анализ позволил идентифицировать внутренние сильные стороны и системные ограничения для роста креативных индустрий в малых и средних городах России.

*Ключевые слова:* концепция ноономии, креативные индустрии, малые и средние города, креативная экономика, диверсификация экономики, Новосибирская область, Ивановская область, Вологодская область.

УДК 330.352

<sup>1</sup> *Любовь Васильевна Бабич*, первый заместитель директора Вологодского научного центра РАН (160014, РФ, Вологда, ул. Горького, д. 56а), канд. экон. наук, e-mail: lvbabich@volnc.ru

<sup>2</sup> *Ирина Анатольевна Секушина*, заместитель заведующего Научно-образовательным центром, старший научный сотрудник ФГБУН Вологодский научный центр РАН (160014, РФ, Вологда, ул. Горького, д. 56а), канд. экон. наук., e-mail: sekushina.isekushina@yandex.ru

<sup>3</sup> Статья подготовлена в соответствии с государственным заданием для Вологодского научного центра Российской академии наук по теме FMGZ-2025-0013: «Факторы и инструменты обеспечения сбалансированного пространственного развития регионов России в условиях обострения больших вызовов».

## Введение

Современное общество стоит на пороге принципиального парадигмального сдвига. Исчерпывает себя модель, основанная на индустриальном производстве и позднекапиталистических отношениях, где доминируют рынок, частная собственность и прибыль. Ускорение научно-технического прогресса лишь обостряет ее внутренние противоречия, приводя к нарастающему системному кризису в технологической, социальной и институциональной сферах. На смену этой системе приходит интеллектуально-креативная парадигма, являющаяся ядром ноономики – экономики будущего, основанной на знании и творчестве [2]. В данном контексте креативные индустрии перестают быть периферийным сектором услуг и становятся ключевым проводником и материальным воплощением новой экономической модели, поскольку именно они напрямую производят ту самую интеллектуальную и смысловую ценность, на которой строится ноономика.

В условиях современных геополитических вызовов и социально-экономических преобразований развитие креативных индустрий приобретает особую значимость для России. Прежде всего, это связано с необходимостью диверсификации экономики и снижения зависимости от сырьевых рынков. Креативные индустрии становятся новым драйвером экономического роста, формируя экспортный потенциал в сфере интеллектуальной собственности и создавая альтернативные источники дохода для государства. В настоящее время в России креативный сектор растет в 4 раза быстрее, чем экономика страны в целом. При этом вклад креативных индустрий в ВВП составляет 4,1%.<sup>4</sup>

Важнейшим аспектом развития креативных индустрий является их вклад в технологическое совершенствование страны. Они стимулируют появление отечественных программных продуктов, способствуют развитию цифровых технологий и формированию инновационных решений в различных сферах.

Развитие креативных индустрий также оказывает непосредственное влияние на повышение качества образования, формирование новых компетенций, развитие творческого мышления и создание инновационной среды. В современных реалиях развитие креативных индустрий становится не просто желательным, а необходимым элементом стратегии социально-экономического развития государства, направленной на обеспечение устойчивости и конкурентоспособности национальной экономики, создание новых возможностей для роста и развития, а также укрепления позиций страны на международной арене.

Креативные индустрии становятся одним из ключевых факторов развития городских территорий. В индустриальном обществе города, как правило, формировались «вокруг завода», что впоследствии привело к возникновению проблемы их монопрофильности [3]. В постиндустриальную эпоху основу городской экономики уже составляют нематериальные активы, человеческий капитал и сфера услуг, а не физическое производство товаров. Города становятся центрами генерации новых идей и креативные индустрии в данном контексте выступают не просто как один из секторов постиндустриальной экономики, а как эволюционный драйвер и инструмент «мягкой силы», особенно в контексте перехода к ноономике как экономике будущего, где основным

<sup>4</sup> Креативная экономика России сегодня. Аналитический доклад Центра стратегических разработок. 2025. 48 с. URL: [https://www.economy.gov.ru/material/file/12076383da381203a530669fff216077/kreativnaya\\_ekonomika\\_rossii\\_segodnya\\_2025.pdf?ysclid=mj728nyaz7620370086](https://www.economy.gov.ru/material/file/12076383da381203a530669fff216077/kreativnaya_ekonomika_rossii_segodnya_2025.pdf?ysclid=mj728nyaz7620370086) (дата обращения: 5.12.2025 г.)

производственным ресурсом, продуктом и капиталом являются идеи и знания. В парадигме ноономики город трансформируется из пассивной среды обитания в динамичное пространство, где непрерывно создаются новые смыслы, формируя креативную основу для общества нового типа – ноообщества [1].

В России в настоящее время на государственном уровне вопросам развития креативного сектора экономики уделяется заметное внимание. С 2021 года началось формирование организационной и правовой базы для развития креативной экономики, а также запуск первых специализированных мер поддержки федерального масштаба. В том же году распоряжением Правительства Российской Федерации была утверждена Концепция развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года<sup>5</sup>, а также разработан план по ее реализации<sup>6</sup>. В 2023 году при Агентстве стратегических инициатив (АСИ) начал работу Центр развития креативной экономики<sup>7</sup>.

В мае 2024 года вышел Указ Президента РФ № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года», который включил в число приоритетов увеличение доли креативных (творческих) индустрий в экономике. В августе того же года был принят Федеральный закон № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации», установивший ключевые направления государственной поддержки этого сектора экономики.

На региональном уровне в России уже предпринимаются конкретные шаги по развитию креативной экономики: внедряются программы поддержки, формируются специализированные институты, реализуются пилотные проекты в наиболее значимых творческих индустриях.

Важно отметить, что особую актуальность развитие креативного сектора экономики приобретает в контексте развития малых и средних городов как самой многочисленной категории городских поселений [4]. Данные населенные пункты, часто зависимые от одного-двух крупных предприятий, получают возможность развития новых хозяйственных отраслей. Креативные индустрии создают точки роста, не требующие значительных начальных инвестиций и больших производственных мощностей, что особенно важно в условиях экономической нестабильности.

Социокультурное развитие территорий также становится более динамичным благодаря креативным индустриям. Они способствуют обновлению городской среды, созданию новых общественных пространств и формированию локальной идентичности. Местные традиции и культурное наследие получают новое дыхание, обретая современные формы выражения. Также развитие креативных индустрий может способствовать решению проблемы оттока молодежи из небольших населенных пунктов за счет создания

---

<sup>5</sup> Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р (ред. от 21.10.2024) «Об утверждении Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года».

<sup>6</sup> Распоряжение Правительства РФ от 17.08.2022 № 2290-р (ред. от 26.01.2024) «О Плане мероприятий по реализации в 2022–2025 годах Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года».

<sup>7</sup> Официальный сайт Центра развития креативной экономики АСИ. URL: <https://asi.ru/creative/> (дата обращения: 18.11.2025 г.)

новых возможностей для самореализации молодых специалистов, что позволит им оставаться в родных городах и развивать свой потенциал на местах.

Вместе с тем, на наш взгляд, в настоящее время актуальной научной проблемой остаётся отсутствие целостной теории и инструментов развития креативных индустрий, учитывающих специфику малого или среднего города как особого типа социально-экономического и пространственного образования. Заполнение этого пробела имеет не только академическую ценность, но и прямое прикладное значение для формирования эффективной региональной политики в рамках нового законодательства, направленной на реальное оживление и устойчивое развитие нестоличных территорий России.

С учетом вышесказанного *целью настоящей работы является исследование особенностей и уровня развития креативных индустрий в малых и средних городах, выявление факторов и перспективных направлений расширения их потенциала.* Для достижения обозначенной цели были поставлены следующие 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 трех модельных субъектов РФ);
- 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.

Новизна исследования заключается в оценке уровня развития креативных индустрий в малых и средних городах, диагностике институционального поля их формирования, выявлении специфических факторов и стратегических направлений расширения их потенциала.

### **Теоретические основы исследования**

В научной литературе отсутствует единое мнение в отношении таких понятий, как «креативные индустрии» или «креативный сектор экономики». Соответственно, в состав креативных индустрий могут включаться разные отрасли экономики в зависимости от применяемого подхода. В целом к ним относятся те виды экономической деятельности, которые связаны с созданием, продвижением и реализацией креативного продукта. Хотя единого определения нет, в научном сообществе сложился условный мейнстрим – набор отраслей, которые большинство ученых и экспертов относят к ядру креативных индустрий. В их число входят следующие виды экономической деятельности:

- реклама и маркетинг;
- дизайн;
- архитектура;
- изобразительное и исполнительское искусство;
- кино и телевидение;
- музыка;

- издательское дело и литература;
- видеоигры и интерактивное программное обеспечение;
- разработка программного обеспечения;
- мода;
- музеи, галереи, библиотеки.

Иногда к категории креативных индустрий также относят гастрономию и кулинарное искусство, ремесла и народно-художественные промыслы, ивент-индустрию (проведение фестивалей, выставок и т.п.).

Обращаясь к тематике развития креативных индустрий, необходимо выделить несколько фундаментальных работ, которые составляют основу современного понимания роли креативного сектора в городском развитии. Прежде всего это труды Ричарда Флориды, в которых представлена теория креативного класса и креативной экономики [5], а также сформулирован принцип «трех Т» (технологии, талант, толерантность), выступающий базой для креативного экономического развития региона или города. Эта теория стала основой создания «креативных городов» по всему миру, хотя и неоднократно подвергалась жесткой критике [6, 7].

В исследованиях Чарльза Лэндри [8] предлагается концепция «креативного города» как системы, где творческое мышление может применяться к решению городских проблем. Аллен Скотт [9] рассматривает концепцию креативных городов в контексте «новой экономики» и дает содержательный анализ креативных индустрий как естественного продукта агломерации, акцентируя внимание на важности и большом значении уникальной промышленной и культурной базы каждого города.

В отличие от зарубежной литературы, где вопросы развития городского креативного сектора исследуются на протяжении длительного времени, в работах российских учёных эта тематика появилась в научной повестке относительно недавно. При этом заметная часть научных статей посвящена изучению зарубежных практик. В частности, в работе Костко Н.А. [10] представлен обзор европейского опыта реализации концепции креативного города, при этом акцент сделан на исследование социальных аспектов и условий развития населенных пунктов. Автор отмечает, что фундаментом реализации концепции «креативного города» является человеческий капитал и, соответственно, приоритетное значение приобретает качественное образование, создающее основу для формирования креативного класса и успешной интеграции его продуктов в социальную среду [10].

Байкова Э.Р. также рассматривает зарубежный опыт развития креативных индустрий, включая анализ инструментов поддержки креативного сектора [11]. Интерес представляют выделенные автором модели развития креативных индустрий: американская, скандинавская, европейская и азиатская. В качестве проблем, с которыми сталкиваются креативные индустрии за рубежом обозначены дефицит квалифицированных кадров, обусловленный недостаточным уровнем творческого образования и слабым освоением современных технологий, а также недостаток финансирования программ обучения и развития профессиональных компетенций работников креативной сферы [11].

Вместе с тем, на наш взгляд, важно понимать, что модели, разработанные на основе кейсов крупнейших западных городских агломераций, часто оказываются неприменимы или требуют серьезной адаптации в отношении городов глобального Юга или постсо-

циалистических стран. В данном контексте научный интерес представляет изучение опыта развития креативных индустрий в российских регионах.

Так, внимания заслуживает исследование Центра стратегических разработок, в котором представлен анализ тенденций развития креативных индустрий в российских регионах, а также осуществлен обзор существующих видов поддержки и успешных региональных практик<sup>8</sup>. В работе Сысоевой О.В. и Васина А.В. дана оценка современного состояния креативных индустрий и предложен комплекс стратегических решений в целях стимулирования дальнейшего продвижения креативных индустрий в российских регионах [12].

Среди научных работ, посвященных изучению опыта отдельных регионов, можно выделить исследование Климовой И.В. и Семерковой Л.Н. [13], в котором на примере региональных центров Поволжского федерального округа анализируется взаимосвязь между устойчивым развитием города и количеством организаций креативных индустрий, уровнем занятости населения в креативном секторе и вкладом организаций креативных индустрий в валовый муниципальный продукт.

Маленко И.С. рассматривает опыт Новгородской области в развитии креативных индустрий. Конечно, в основном внимание сфокусировано лишь на региональном центре – Великом Новгороде, вместе с тем автор приводит пример и малого города Старая Русса, в котором ежегодно проводится Фестиваль костюма и народных промыслов «САРАФАН» [14].

Полуянова О.Г. анализирует опыт развития креативных индустрий в Пермском крае и отмечает, что в регионе созданы благоприятные условия не только для развития местной культуры, но и создания инновационной экономики. Однако автор отмечает, что определяющее значение в этом процессе играют местные элиты, действиями которых закладываются основы креативной городской среды [15].

Ю.Н. Гамбеева и В.М. Смей в своем исследовании на примере Севастополя дают оценку вклада креативных индустрий в экономику города. Исследователи подчёркивают первостепенную роль инфраструктурного обеспечения в становлении креативных индустрий. Успешное развитие данной сферы невозможно без формирования специализированных площадок – креативных кластеров и бизнес-инкубаторов, которые становятся катализаторами роста. Важнейшим условием прогресса выступает концентрация представителей креативного класса на определённой территории. Именно поэтому создание особой среды и соответствующей инфраструктуры становится необходимым условием для эффективного развития креативных индустрий [16].

Масштабные работы по изучению развития креативных индустрий в России проводятся специалистами Центра междисциплинарных исследований человеческого потенциала. При этом в фокусе внимания ученых находятся не только субъекты РФ, но города. Так в работе<sup>9</sup> проведена оценка размера креативного сектора в 197 российских городах, а также определены их креативные специализации. Специалисты выделили две основные группы креативных индустрий: локальные и бизнес-индустрии. Первая группа представ-

---

<sup>8</sup> Меры поддержки креативной экономики // Сайт Центра стратегических разработок. URL: <https://www.csr.ru/ru/research/meru-podderzhki-kreativnoy-ekonomiki/>

<sup>9</sup> Креативные специализации российских городов // Научный дайджест. Спецвыпуск № 1. 2022. URL: <https://isek.hse.ru/mirror/pubs/share/565708222.pdf?ysclid=mj72uxutdi277288156> (дата обращения 30.11.2025 г.)

лена практически во всех рассмотренных городах, в нее входят издательское дело, музеи, библиотеки и архивы, народные промыслы и ремёсла, художественное творчество, кино и анимация. Бизнес-индустрии преимущественно сосредоточены в крупных и крупнейших городах страны. Именно они играют ключевую роль в экономическом развитии всего креативного сектора и выступают его движущей силой. Вместе с тем авторы рассматривали только населенные пункты с численностью населения более 100 тыс. человек, т.е. малые и средние города остались за рамками исследования.

Проблематика креативной реиндустриализации городов «второго эшелона» нашла отражение в исследовании Тургель И.Д. и Антоновой И.С. [17]. Авторы справедливо отмечают, что в современной отечественной литературе более широко представлен региональный уровень исследований, что обусловлено более высокой доступностью статистических данных на уровне региона и страны. В отношении городских населенных пунктов внимание исследователей сфокусировано главным образом на крупных городских агломерациях и городах с численностью населения, превышающей 100 тыс. чел.

В целом, можно заключить, что длительное время сохранялась выраженная тенденция в академических исследованиях, заключающаяся в фокусировании внимания на развитии креативных индустрий преимущественно в крупных городах. Во-первых, это было обусловлено тем, что данные населенные пункты концентрируют на своей территории творческих профессионалов, компании, инвесторов, учебные заведения и инфраструктуру, соответственно, изучать явления и процессы проще, когда они собраны в одном месте. Во-вторых, вклад креативных индустрий в экономику и социальную сферу в мегаполисах более значителен и легче поддается количественной оценке. В-третьих, во многом это было обусловлено сложностью проведения исследований на материалах небольших населенных пунктов, поскольку в малых городах или сельских территориях креативные индустрии часто носят неформальный или гибридный характер (совмещение с туризмом, ремеслами, сельским хозяйством), их границы размыты, что затрудняет сбор стандартизированных данных.

Однако уже в настоящее время намечаются определенные сдвиги в научном сообществе: исследователи начинают активно изучать креативные индустрии в нестоличных и периферийных территориях, в том числе в малых городах, признавая их важность для сбалансированного развития и сохранения культурного разнообразия [18,19,20].

В частности, Шабунова А.А. и Рычихина Н.С. развитие креативных индустрий рассматривают как элемент инновационной стратегии реструктуризации производственно-хозяйственной деятельности малых городов, наряду с созданием технопарков, формированием туристических кластеров и мерами по поддержке предпринимательства [21]. Андрейченко Н.Н. исследует как креативные индустрии способствуют диверсификации экономики малых монопрофильных городов. Рассматривая кейс моногорода Выкса, автор обосновывает тезис о том, что позиционирование культуры в качестве ключевого ресурса развития инициирует волну социокультурных изменений, создающих благоприятные условия для оживления экономической деятельности [22].

Таким образом, в современной глобальной экономике, основанной на знаниях и инновациях, креативные индустрии утвердились как мощный драйвер устойчивого развития, формирования человеческого капитала и повышения качества жизни. При этом длительное время внимание ученых было сфокусировано на мегаполисах – точках

концентрации финансовых, культурных и кадровых ресурсов. Однако в последнее десятилетие нарастает осознание стратегического потенциала креативного сектора для развития малых и средних городов России, которые сталкиваются с комплексом вызовов: миграционным оттоком населения, монопрофильностью экономики, сокращением социальной инфраструктуры.

### Методы и информационная база исследования

Объектом исследования выступили малые и средние города трех субъектов РФ: Новосибирской, Ивановской и Вологодской областей. Выбор данных регионов обусловлен тем, что Новосибирская (3-е место) и Ивановская области (6-е место) занимают лидирующие позиции в Рейтинге креативных регионов России за 2024 год (далее – Рейтинг) [23]. При этом их хозяйственная специализация существенно различается, что обусловлено географическими, историческими и экономическими факторами. Новосибирская область характеризуется диверсифицированной экономикой с акцентом на высокотехнологичные и индустриальные отрасли (машиностроение, металлообработка, химическая промышленность, информационные технологии, биотехнологии и т.д.), тогда как Ивановская область специализируется преимущественно на текстильной промышленности, хотя и развивает также машиностроение и новые направления в лёгкой промышленности. В целях проведения сравнительного анализа в качестве объекта исследования была выбрана также Вологодская область, которая занимает в Рейтинге лишь 48-е место, и представляет собой промышленно-аграрный регион с доминированием чёрной металлургии и химии, а также значимой долей лесопромышленного комплекса и устойчивым АПК.

На первом этапе исследования был проведен анализ количества организаций, зарегистрированных в малых и средних городах и функционирующих в креативном секторе экономики. Основой для отнесения вида экономической деятельности к категории креативных индустрий послужила методология, предложенная исследователями НИУ ВШЭ. Авторами предложена укрупненная классификационная группировка «Креативный сектор в регионах России», включающая 12 блоков креативных индустрий и 4 блока, сопутствующих им видов деятельности [23].

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.

Вместе с тем важно обратить внимание на важный нюанс. Код основного вида деятельности по ОКВЭД не всегда отражает реальную специализацию предприятия, т.е. по факту организаций в сфере креативного сектора экономики может оказаться меньше (или больше). В частности, в г. Бердске в категорию КИ «Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия» попали шесть гаражно-строительных кооперативов, поскольку основной ВЭД у них обозначен «Деятельность в области фотографии». Признавая данное ограничение методологии, мы тем не менее применяем её в настоящей работе, однако для углублённого анализа развития креативных индустрий в малых и средних городах данное ограничение требует особого внимания.

Также в рамках исследования, был рассмотрен фактор территориальной близости малых и средних городов к крупным городам – административным центрам регионов. В данном случае в качестве информационной базы использовались данные сервиса Яндекс.Карты о расстоянии между населенными пунктами по автомобильным дорогам.

На втором этапе исследования был проведен анализ институциональной среды развития креативных индустрий в малых и средних городах, рассматриваемых субъектов РФ. Рассмотрены стратегии социально-экономического развития регионов на предмет наличия в них акцентов на развитии креативных индустрий, в том числе в небольших населенных пунктах. Помимо этого, в исследовании рассмотрены нормативно-правовые документы субъектов РФ, ориентированные на поддержку креативных индустрий, а также существующие институты, обеспечивающие их развитие.

На заключительном этапе исследования был проведен SWOT-анализ потенциала развития креативных индустрий в малых и средних городах. Выявлены особенности и факторы формирования креативного сектора в данных населенных пунктах, а также предложен ряд направлений его дальнейшего развития.

### Результаты исследования и обсуждение

По состоянию на ноябрь 2025 года всего в *Новосибирской области* функционирует около 7,5 тысяч организаций креативного сектора (табл. 1). При этом подавляющее большинство из них расположено в областном центре – г. Новосибирск (6110 ед., 82%). На долю малых и средних городов региона приходилось лишь чуть более 5% организаций данной сферы. В разрезе видов креативных индустрий лидером является «Мода»: в данном секторе экономики функционируют 94 организации, примерно половина из которых локализована в г. Бердск.

Также в малых и средних городах функционируют организации таких креативных индустрий как «Программное обеспечение и видеоигры» (48 ед.), «Культурное наследие, отдых и развлечения» (45 ед.) и «Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия» (43 ед.). Организации, ведущие свою деятельность по направлениям «Дизайн» и «Ювелирное дело» в малых и средних городах региона отсутствуют. Среди сопутствующих видов деятельности наиболее широко представлены организации в сфере «Оборудование и материалы» – 47 ед. В целом к городам-лидерам в части развития креативных индустрий, помимо Бердска, в котором функционирует 201 организация данного сектора, можно отнести Искитим (52 ед.), Обь (21 ед.), Карасук (18 ед.), Куйбышев (17 ед.).

Следует отметить, что заметное влияние на уровень развития креативных индустрий в малых и средних городах региона играет фактор территориальной близости к крупнейшему городу области – Новосибирску. Так, наибольшее количество организаций креативного сектора расположено в городах, входящих в состав Новосибирской агломерации – Бердске, Искитиме и Оби.

Таблица 1

Количество организаций креативного сектора, функционирующих в городах Новосибирской области

Город	Чис-ть населения, тыс. чел. (2024 г.)	Расстояние от адм. центра, км	Креативные индустрии												Сопутствующие виды деятельности					ВСЕГО КИ	
			Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия	Кино, сериалы, анимация	ПО и видеопры	Книжное дело, медиа, СМИ	Реклама и пиар	НХПР	Культурное наследие, отль и развлекчния	Дизайн	Архитектура и урбаннстика	Мода	Ювелирное дело	Гастрономия	ВСЕГО по основным КИ	Оборудоване и материалы	Дизайн-интегсивные производств	Специализированное образование	Организация выставок и мероприятий		Всего по вепомот КИ
Новосибирская область	2789,5	-	480	80	1527	674	670	28	508	59	418	1786	35	142	6407	507	454	6	79	1046	7453
Новосибирск	1633,9	-	220	50	1359	577	607	25	327	51	376	1496	35	114	5237	431	374	4	64	873	6110
Бердск*	102,8	38	21	2	31	11	9	0	14	0	9	54	0	2	153	29	19	0	0	48	201
Искитим	56,7	58	5	1	5	5	1	0	8	0	2	16	0	1	44	6	2	0	0	8	52
Куйбышев	41,5	330	1	0	3	2	2	0	5	0	1	2	0	0	16	1	0	0	0	1	17
Обь	30,9	18	2	0	3	0	1	1	1	0	0	8	0	1	17	3	1	0	0	4	21
Барабинск	27,5	320	2	0	1	4	0	0	3	0	0	3	0	0	13	0	0	0	0	0	13
Карасук	24,7	390	2	0	0	4	0	0	2	0	3	2	0	1	14	3	0	0	1	4	18
Татарск	23,4	480	2	0	1	2	0	0	2	0	0	3	0	0	10	1	0	0	0	1	11
Тогучин	20,4	110	2	0	1	1	2	0	1	0	0	1	0	0	8	2	0	0	0	2	10
Черепаново	20	108	2	0	1	3	0	0	2	0	0	1	0	0	9	2	0	0	1	3	12
Болотное	15,4	134	1	0	0	2	0	0	2	0	0	3	0	1	9	0	0	0	0	0	9
Кулино	14,9	460	1	0	1	2	0	0	2	0	0	0	0	1	7	0	0	0	0	0	7
Чулым	10,9	141	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	4	0	1	0	0	1	5
Каргат	8,2	185	1	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	4	0	0	0	0	0	4
Всего в МСГ	397,3	-	43	3	48	37	15	1	45	0	15	94	0	7	308	47	23	0	2	72	380
Новосибирск доля, %	58,6	-	45,8	62,5	89,0	85,6	90,6	89,3	64,4	86,4	90,0	83,8	100,0	80,3	81,7	85,0	82,4	66,7	81,0	83,5	82,0
МСГ доля, %	14,2	-	9,0	3,8	3,1	5,5	2,2	3,6	8,9	0,0	3,6	5,3	0,0	4,9	4,8	9,3	5,1	0,0	2,5	6,9	5,1

Источник: составлено авторами по данным сервиса проверки контрагентов List-org (<https://www.list-org.com>). Дата обращения: 14.11.2025 г.  
 \*в рамках настоящего исследования г. Бердск отнесен к категории «малых и средних городов» поскольку до 2013 г. численность населения была менее 100 тыс. чел., в 2013-2020 гг. наблюдался рост показателя и затем последующее снижение в 2021–2025 гг.

В *Ивановской области* (табл. 2) также лидером по количеству организаций креативного сектора является региональный центр – г. Иваново (2409 организаций или 71,8% от общего количества в регионе). В малых и средних городах функционирует 396 организаций данной сферы (11,8% от регионального значения показателя) – 280 предприятий креативных индустрий и 116 сопутствующих видов деятельности. При этом лидером среди видов экономической деятельности, также как и в Новосибирской области, является «Мода» – 120 организаций. По направлению «Культурное наследие, отдых и развлечения» в малых и средних городах функционируют 36 организаций, «Книжное дело, медиа, СМИ» – 32 ед., «Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия» – 30 ед.

Интересно отметить, что несмотря на небольшое абсолютное значение количества организаций по видам деятельности «Дизайн» и «Гастрономия» почти треть из них зарегистрирована в малых и средних городах. Среди рассматриваемых населенных пунктов лидерами по количеству организаций креативного сектора являются г. Шуя (105 ед.) и г. Кинешма (87 ед.).

Фактор территориальной близости к региональному центру в части развития креативного сектора в Ивановской области проявлен не так сильно по сравнению с Новосибирской. С одной стороны, в г. Шуя, который расположен в 33 км от Иваново, действует 105 организаций в сфере креативных индустрий. С другой стороны, г. Кинешма, также занимающий лидирующие позиции, находится в 105 км от областного центра. В г. Кохма, находящемся в 15 км, расположено только 11 организаций креативного сектора, или в г. Фурманов, расположенном в 35 км, и вовсе действует лишь 3 таких организации.

*Вологодская область* заметно уступает Новосибирской (7,5 тыс. ед.) и Ивановской областям (3,4 тыс. ед.) по количеству организаций креативного сектора (табл. 3). В совокупности в регионе функционирует порядка 1,7 тыс. предприятий данного направления, при этом лишь 119 из них в малых городах. Наиболее широко представлены организации по виду деятельности «Культурное наследие, отдых и развлечения» (37 ед.), а также «Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия» (21 ед.). Менее популярны такие направления деятельности как «Реклама и пиар», «Дизайн» и «Ювелирное дело» (по 1 организации каждого вида). Сопутствующие виды деятельности креативного сектора в малых городах области также представлены в ограниченном количестве – всего 14 организаций.

В разрезе городов лидером является Великий Устюг (23 организации) и Сокол (20 организаций), что во многом обусловлено тем, что это более крупные по численности населения и количеству предприятий населенные пункты. В отношении г. Сокол вероятно оказывает влияние и фактор территориальной близости к областному центру – город расположен всего в 39 км от Вологды. Третье место разделили исторические города Устюжна и Кириллов. При этом последний является лидером среди малых городов региона по количеству организаций, функционирующих по направлению «Культурное наследие, отдых и развлечения».

Таблица 2

Количество организаций креативного сектора, функционирующих в городах Ивановской области

Город	Чис-ть населения, тыс. чел. (2024 г.)	Расстояние от адм. центра, км	Креативные индустрии												Сопутствующие виды деятельности					ВСЕГО КИ	
			Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия	Кино, сериалы, анимация	ПО и видеотры	Книжное дело, медиа, СМИ	Реклама и паар	НХПир	Культурное наследие, отдых и развлечения	Дизайн	Архитектура и урбанистика	Мода	Ювелирное дело	Гастрономия	ВСЕГО по основным КИ	Оборудование и материалы	Дизайн-интенсивные производства	Специализированные образованные	Организация выставок и мероприятий		Всего по вепомот КИ
Ивановская область	905,9		143	14	284	175	126	19	148	13	108	1280	23	33	2366	880	99	2	8	989	3355
Иваново	358,4	0	43	11	230	127	100	3	40	9	97	977	18	21	1676	656	68	2	7	733	2409
Клепешма	74,8	105	5	1	6	7	5	0	6	0	3	25	0	6	64	18	5	0	0	23	87
Шуя	53,3	33	6	0	9	3	1	2	10	0	1	31	0	2	65	34	6	0	0	40	105
Тейково	30,5	36	3	0	0	4	0	0	3	1	0	15	1	0	27	5	0	0	0	5	32
Кохма	30,2	15	0	0	0	1	0	0	0	1	0	9	0	0	11	0	0	0	0	0	11
Вичуга	29,6	75	3	0	3	3	1	0	4	0	0	8	0	0	22	10	2	0	0	12	34
Фурманов	28,9	35	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	3	0	0	0	0	0	3
Родники	23,6	55	2	0	3	3	0	0	1	0	0	9	0	0	18	12	2	0	0	14	32
Приволжск	14,1	51	1	0	0	4	0	0	1	1	0	11	4	0	22	2	1	0	0	3	25
Южа	12,5	100	2	0	0	1	1	0	1	0	0	2	0	0	7	6	0	0	0	6	13
Комсомольск	8,4	60	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	4	3	0	0	0	3	7
Заволжск	8,4	112	1	0	1	0	0	0	1	0	0	2	0	0	5	1	0	0	0	1	6
Наволоки	7,8	112	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	4	6	0	0	0	6	10
Юрьевец	7,4	165	0	1	1	2	1	0	2	0	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0	7
Пучеж	6,6	164	1	0	0	1	0	2	2	0	0	2	0	0	8	1	0	0	0	1	9
Гаврилов Посад	5,1	86	2	0	0	1	0	0	2	0	0	2	0	0	7	1	0	0	0	1	8
Плес	1,8	69	2	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0	1	6	0	0	0	1	1	7
МСГ всего	343,1	-	30	2	23	32	9	4	36	4	5	120	5	10	280	99	16	0	1	116	396
Доля Иваново	39,6	-	30,1	78,6	81,0	72,6	79,4	15,8	27,0	69,2	89,8	76,3	78,3	63,6	70,8	74,5	68,7	100,0	87,5	74,1	71,8
Доля МСГ	37,9	-	21,0	14,3	8,1	18,3	7,1	21,1	24,3	30,8	4,6	9,4	21,7	30,3	11,8	11,3	16,2	0,0	12,5	11,7	11,8

Источник: составлено авторами по данным сервиса проверки контрагентов List-org (<https://www.list-org.com>). Дата обращения: 14.11.2025 г.

Таблица 3

Количество организаций креативного сектора, функционирующих в городах Вологодской области

Город	Численность населения, тыс. чел. (2024 г.)	Расстояние от адм. центра, км	Креативные индустрии													Сопутствующие виды деятельности					ВСЕГО КИ
			Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия	Кино, сериалы, анимация	ПО и видеотри	Книжное дело, медиа, СМИ	Реклама и пиар	НХПир	Культурное наследие, отелей и развлекания	Дизайн	Архитектура и урбанистика	Мода	Ювелирное дело	Гастрономия	ВСЕГО по основным КИ	Оборудование и материалы	Дизайн-интенсивные производства	Специализированное образование	Организация выставок и мероприятий	Всего по веткам КИ	
Вологодская область	1121,3	-	165	24	231	187	167	17	208	13	112	299	6	38	1467	80	117	2	10	209	1676
Вологда	311,9	-	53	14	129	89	107	11	75	8	79	163	1	16	745	52	69	0	6	127	872
Череповец	298,8	137	33	7	85	58	49	2	44	2	26	81	4	15	406	22	22	0	2	46	452
Сокол	33,9	39	3	1	0	3	0	0	3	0	2	2	0	0	14	0	5	0	1	6	20
Великий Устюг	27,9	450	2	1	2	3	0	3	4	0	1	4	0	1	21	1	1	0	0	2	23
Грязовец	14,2	47	1	0	1	1	0	0	2	0	0	3	1	0	9	0	0	1	0	1	10
Бабаево	11,7	294	2	0	0	1	0	0	3	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	6
Вытегра	10,2	320	3	0	0	1	0	0	3	0	0	0	0	1	8	0	1	0	0	1	9
Тотьма	8,6	209	0	0	0	2	1	0	2	1	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	6
Харовск	8,3	110	2	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	4
Белозерск	8,1	171	3	0	0	1	0	0	4	0	0	1	0	0	9	0	0	0	0	0	9
Никольск	7,6	410	2	0	0	1	0	0	2	0	0	1	0	0	6	0	0	0	0	0	6
Устюжна	7,6	245	0	0	0	1	0	0	4	0	0	2	0	1	8	0	3	0	0	3	11
Кириллов	7,1	128	1	1	0	1	0	0	7	0	0	1	0	0	11	0	0	0	0	0	11
Красавино	5,4	470	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	1	3
Кадников	3,9	43	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Всего МСГ	154,5	-	21	3	3	15	1	3	37	1	3	14	1	3	105	2	10	1	1	14	119
Доля ВЧ	54,5	-	52,1	87,5	92,6	78,6	93,4	76,5	57,2	76,9	93,8	81,6	83,3	81,6	78,5	92,5	77,8	0,0	80,0	82,8	79,0
Доля МСГ	13,8	-	12,7	12,5	1,3	8,0	0,6	17,6	17,8	7,7	2,7	4,7	16,7	7,9	7,2	2,5	8,5	50,0	10,0	6,7	7,1

Источник: составлено авторами по данным сервиса проверки контрагентов List-org (<https://www.list-org.com>). Дата обращения: 14.11.2025 г.

*Институциональная среда развития креативных индустрий в малых и средних городах*

В широком смысле под институциональной средой развития КИ, на наш взгляд, следует понимать систему формальных и неформальных правил, действующих организаций и применяемых практик, которые создают условия для возникновения и роста креативного бизнеса.

Стратегия социально-экономического развития региона является ключевым документом стратегического планирования развития субъектов РФ на долгосрочную перспективу. Логично предположить, что перспективы развития данного сектора экономики должны быть отражены в этом документе.

В рамках настоящего исследования нами был проведен содержательный анализ Стратегий социально-экономического развития трех рассматриваемых регионов. Внимание было сфокусировано на следующих аспектах: 1) выявить отражена ли в документе проблематика развития малых и средних городов; 2) присутствует ли акцент на развитии креативных индустрий в регионе в целом, и какая роль в данной области отводится малым и средним городам. Кроме того, в рамках исследования были рассмотрены и другие принятые в субъектах РФ нормативно-правовые акты, направленные на развитие креативных индустрий, а также функционирующие институты поддержки данного направления.

В Стратегии социально-экономического развития Новосибирской области на период до 2030 года<sup>10</sup> в явном виде вопросы развития малых и средних городов не нашли своего отражения. Вместе с тем, в документе четко обозначена проблема несбалансированности территориального развития региона и высокой концентрации хозяйственной активности в Новосибирской агломерации при относительно слабом развитии остальных территорий. Города Бердск, Искитим и Обь обозначены как населенные пункты, входящие в состав Новосибирской агломерации, соответственно их дальнейшие перспективы рассматриваются в контексте ее развития как единого территориального образования. Также в Стратегии обозначено наличие формирующейся Барабинско-Куйбышевская агломерации, ядрами которой являются города Барабинск и Куйбышев.

В части развития креативного сектора в документе данному вопросу уделяется достаточно много внимания. В Стратегии обозначено, что сфера культуры должна стать ключевым направлением развития креативной индустрии региона, одной из основ экономики знаний. Интеграция цифровых и медиатехнологий в культурную сферу создаст условия для равного доступа населения Новосибирской области к культурным благам, эстетическому просвещению и формированию культурных компетенций. Реализация данной стратегии позволит закрепить за регионом статус ведущего культурного центра азиатской части России. В качестве приоритетных направлений развития креативного сектора обозначены исполнительские искусства (театр, опера, балет, академическая музыка); визуальные искусства и арт-кино; гастрольно-фестивальная деятельность; событийный и семейный культурный туризм; творческие индустрии; музейное дело; профессиональное и дополнительное художественное образование; сохранение этнокультурного наследия и объектов культурно-исторической ценности.

Важнейшим документом стратегического планирования развития креативного сектора экономики является «Концепция развития креативных индустрий в Новосибир-

<sup>10</sup> Постановление Правительства Новосибирской области от 19.03.2019 № 105-п «О стратегии социально-экономического развития Новосибирской области на период до 2030 года»

ской области»<sup>11</sup>. В документе обозначены преимущества, которыми обладает область для развития креативных индустрий. В частности, к ним отнесены наличие большого количества объектов культуры и искусства, имеющих значение не только для региона, но и для Сибири (Новосибирский государственный академический театр оперы и балета, Новосибирская государственная филармония и т.д.); развитый сектор научных исследований (Сибирское отделение РАН, научно-технологический парк Новосибирского Академгородка, Научно-технологический парк в сфере биотехнологий в наукограде Кольцово и т.д.); высокоразвитая система общего, среднего профессионального, высшего и дополнительного образования; высокий уровень предпринимательской активности; высокий уровень развития цифровых технологий и сервисов.

В качестве ключевых направлений развития креативной экономики в концепции обозначены создание креативных кластеров, арт-резиденций, центров коллективного пользования для развития креативных индустрий; развитие кадрового потенциала креативных индустрий; реализация системообразующих проектов.

Одним из таких проектов является Центр креативных индустрий<sup>12</sup> (ГБУК НСО «ЦКИ»), созданный Правительством и Министерством культуры Новосибирской области. Организация реализует комплексную поддержку креативных индустрий по четырём основным направлениям:

1. Информационная: доступ к новостям, грантам, ресурсам и партнёрам через портал «Фокус».
2. Культурно-просветительская: вовлечение в проекты и организация мероприятий.
3. Сообщество: нетворкинг, обмен опытом, совместные проекты и консультации для предпринимателей.
4. Инфраструктурная: предоставление площадок для мероприятий, таких как кинозал «Синема».

На практике поддержка включает индивидуальный подбор событий и экспертных консультаций по монетизации творчества, проведению мастер-классов и поиску коллабораций. Вместе с тем, хотя деятельность Центра креативных индустрий направлена на всю Новосибирскую область, внимание главным образом сфокусировано на г. Новосибирске.

Центры «Мой бизнес» также в настоящее время могут рассматриваться как важнейший инфраструктурный элемент поддержки малого и среднего предпринимательства в креативном секторе экономики. В Новосибирской области открыта только одна организация – в г. Новосибирске. Однако, следует отметить, что основная деятельность центра предусматривает и проведение мероприятий, направленных на развитие креативных индустрий. К примеру, в 2023 году была реализована акселерационная программа для предпринимателей в сфере креативных индустрий, в ходе которой участники ознакомились с полным циклом создания модного бренда<sup>13</sup>.

<sup>11</sup> Постановление Правительства Новосибирской области от 08 июня 2021 г. № 212-п «Об утверждении Концепции развития креативных индустрий в Новосибирской области».

<sup>12</sup> Официальный сайт ГБУК Новосибирской области «Центр креативных индустрий». URL: <https://creative-nso.ru/> (Дата обращения: 1.12.2025 г.)

<sup>13</sup> Акселерационная программа для предпринимателей в сфере креативных индустрий // Сайт «Мой бизнес. Новосибирская область». URL: <https://mbnso.ru/projects/obuchayushchie-programmy/akseleratsionnaya-programma-dlya-predprinimateley-v-sfere-kreativnykh-industriy/?ysclid=mipxt8sm6x755710958> (дата обращения: 18.11.2025 г.)

В целом, можно заключить, что институциональная среда для развития креативных индустрий в Новосибирской области характеризуется сравнительно высоким уровнем развития. Вместе с тем, акцент ставится прежде всего на развитии креативного сектора в Новосибирске, особого внимания малым и средним городам не уделяется, что возможно и является причиной того, что в них расположены лишь 5% организаций креативного сектора.

В стратегии социально-экономического развития *Ивановской области*<sup>14</sup> проблематика развития малых и средних городов также четко не выражена. В качестве перспективных направлений развития данных населенных пунктов рассматривается их включение в туристско-рекреационный кластер «Малые города Ивановской области», деятельность которого обеспечит формирование конкурентоспособного туристского продукта с длительным сроком пребывания и вовлечения в туристский оборот исторических и культурных достопримечательностей области.

Относительно планов по развитию креативного сектора экономики можно заключить, что в документе данному направлению уделяется много внимания. В качестве одной из стратегических целей развития экономического потенциала региона обозначено создание и продвижение собственных брендов предприятий легкой промышленности области, а также формирование крупнейшего в ЦФО промышленного кластера, ядром которого будет текстильное и швейное производство. Также отметим, что в Стратегии ставится акцент на развитии такого направления креативных индустрий как производство компьютеров и электронных изделий.

Развитие и сохранение народных художественных промыслов также закреплено в стратегии Ивановской области как важнейшее направление. Для достижения этой цели в Стратегии запланирован целый комплекс мероприятий: развитие и поддержка мест традиционного бытования промыслов, содействие их возрождению, а также создание условий для развития сбытовой сети через салоны-магазины в музеях региона. Важным направлением является включение традиционных центров промыслов в туристические маршруты и поддержка участия предприятий в культурных событиях, ярмарках и фестивалях регионального и всероссийского уровня. Планируется популяризация промыслов через информационные материалы, тематические фильмы и выставочные проекты, а также создание Центров креативных индустрий в местах развития народных художественных промыслов.

В перспективе органы государственной власти Ивановской области планируют разработку и принятие регионального закона о развитии креативных индустрий, при этом подчеркивается особая роль малых городов как территорий с высоким потенциалом для роста творческих отраслей экономики<sup>15</sup>.

Центры «Мой бизнес» в регионе открыты не только в г. Иваново, но и в городах Кинешма и Шуя. Одним из направлений деятельности организации является поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в креативном секторе. К примеру, в 2025 году была проведена конференция для представителей бизнеса на тему «Реализация

<sup>14</sup> Постановление Правительства Ивановской области от 27 апреля 2021 г. № 220-п «Об утверждении стратегии социально-экономического развития Ивановской области до 2030 года»

<sup>15</sup> В Ивановской области обсудили развитие креативных индустрий в малых городах. Сайт IvanovoNews. <https://www.ivanovonews.ru/news/1369435/> (дата обращения: 18.11.2025 г.)

проектов в сфере креативных индустрий. Мода, как перспективное направление российской экономики»<sup>16</sup>.

В стратегии социально-экономического развития *Вологодской области*<sup>17</sup> вопросы развития малых городов практически не отражены, однако тематика развития креативных индустрий рассматривается. Акцент ставится на развитии традиционных народных художественных промыслов, поскольку область занимает 4-е место в России по объёму их производства. Регион сохраняет более 10 традиционных видов, включая всемирно известные бренды: «Вологодское кружево», «Северная чернь», а также берестяные промыслы, эмали, ткачество и другие.

В Вологодской области функционирует только один центр «Мой бизнес» – в г. Вологде. Однако, на наш взгляд, одной из сильных сторон деятельности организации в сфере поддержки и развития креативных индустрий в регионе является наличие структурного подразделения «Центра народно-художественных промыслов», деятельность которого направлена на поддержку субъектов предпринимательства в сфере народных художественных промыслов, ремесленной деятельности, сельского и экологического туризма<sup>18</sup>.

В Вологодской области открыто 3 школы креативных индустрий: в Вологде и Череповце – на базе Центра дополнительного образования детей и Череповецкого областного училища искусств и художественных ремесел имени В.В. Верещагина, а также в малом городе Красавино Великоустюгского муниципального округа. При этом в 2026 году планируется открытие еще одной Школы креативных индустрий на базе Бабаевской детской школы искусств в г. Бабаево<sup>19</sup>.

На следующем этапе исследования в целях комплексного рассмотрения специфических условий, в которых формируется креативная экономика малых и средних городов России был проведен SWOT-анализ. Его задачей являлось выявление не только внутренних конкурентных преимуществ и системных барьеров на локальном уровне, но и прогнозирование влияния внешних макротрендов – от цифровизации и новой волны субурбанизации до изменений в государственной культурной и региональной политике.

Резюмируя, можно заключить, что значительный потенциал для роста креативного сектора в России сосредоточен в малых и средних городах, особенно в таких направлениях, как народные художественные промыслы, туризм, а также в сфере популяризации культурно-исторического наследия. Успешное развитие креативных индустрий в данных

<sup>16</sup> «Реализация проектов в сфере креативных индустрий. Мода, как перспективное направление российской экономики» // Сайт администрации городского округа Вичуга. URL: [https://vichuga37.gosuslugi.ru/dlya-zhiteley/novosti-i-reportazhi/novosti\\_146.html?ysclid=mipzknwc8x964192075](https://vichuga37.gosuslugi.ru/dlya-zhiteley/novosti-i-reportazhi/novosti_146.html?ysclid=mipzknwc8x964192075) (дата обращения: 18.11.2025 г.)

<sup>17</sup> Постановление Правительства Вологодской области от 17 октября 2016 г. № 920 «О стратегии социально-экономического развития Вологодской области на период до 2030 года».

<sup>18</sup> Центр народно-художественных промыслов // Сайт «Мой бизнес. Вологодская область». URL: <https://mb35.ru/podrazdeleniya-rtss-pp/tsentr-narodno-khudozhestvennykh-promyslov-remeslennoy-deyatelnosti-selskogo-i-ekologicheskogo-turiz1/> (дата обращения: 18.11.2025 г.)

<sup>19</sup> Еще одна Школа креативных индустрий откроется в Вологодской области в 2026 году // Официальный портал Правительства Вологодской области. URL: [https://vologda-oblast.ru/novosti/eshche\\_odna\\_shkola\\_kreativnykh\\_industriy\\_otkroetsya\\_v\\_vologodskoy\\_oblasti\\_v\\_2026\\_godu/](https://vologda-oblast.ru/novosti/eshche_odna_shkola_kreativnykh_industriy_otkroetsya_v_vologodskoy_oblasti_v_2026_godu/) (дата обращения: 18.11.2025 г.)

населенных пунктах может стать драйвером их социально-экономического роста, способствовать удержанию талантливой молодежи и формированию комфортной городской среды.

Таблица 4

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

<b>Сильные стороны (Strengths):</b>	<b>Слабые стороны (Weaknesses):</b>
<p>1. Локальная идентичность малых и средних городов: наличие аутентичной истории, традиционных ремесел, фольклора, архитектуры и природных ландшафтов, которые выступают источником для развития творческой деятельности.</p> <p>2. Низкая стоимость операционных издержек по сравнению с крупными городами, что снижает порог входа компаний креативного сектора экономики на локальные рынки.</p> <p>3. Компактность местного сообщества, которая позволяет оперативно налаживать доверительные связи между бизнес-средой, населением, органами власти и представителями креативного сектора.</p> <p>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.</p>	<p>1. Ограниченный рынок сбыта, низкая платежеспособность спроса местного населения, консервативные потребительские привычки, что ограничивает возможности для монетизации креативных продуктов и услуг.</p> <p>2. Дефицит высококвалифицированных кадров, отток амбициозной и творческой молодежи в крупные города и агломерации для получения образования и построения карьеры.</p> <p>3. Недостаточное развитие транспортной сети и дефицит инфраструктуры для развития креативных отраслей экономики: нехватка коворкингов, выставочных пространств, мастерских, репетиционных баз.</p> <p>4. Незрелость институтов развития, грантовых программ, краудфандинговых платформ, ориентированных именно на креативные индустрии.</p>
<b>Возможности (Opportunities):</b>	<b>Угрозы (Threats):</b>
<p>1. Участие в федеральном проекте «Придумано в России» и/или иных грантовых проектах и программах, предусматривающих инфраструктурную поддержку для креативных предпринимателей.</p> <p>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).</p> <p>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).</p> <p>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.</p> <p>5. Оживление городских общественных пространств за счет развития креативных индустрий, ревитализация неиспользуемых промышленных территорий.</p>	<p>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.</p> <p>2. Сокращение бюджетного финансирования на культуру и реализацию креативных проектов как «неприоритетную» статью расходов в условиях экономической нестабильности.</p> <p>3. Бюрократические барьеры, сложности с легализацией нестандартных видов деятельности, получением разрешений на использование помещений, высокие налоги для самозанятых в творческой сфере.</p> <p>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.</p>

### **Заключение**

Таким образом, в результате проведенного исследования можно сделать несколько ключевых выводов.

Во-первых, в настоящее время креативные индустрии наибольшее распространение получили в крупных городах. Исследование опыта даже регионов-лидеров в данной сфере – Новосибирской и Ивановской областей, продемонстрировало, что большая доля организаций креативного сектора сосредоточены в административных центрах – Новосибирске и Иваново. В большинстве малых и средних городов развитие креативных индустрий находится в зачаточном состоянии. В Ивановской области лишь около 12% организаций креативного сектора расположены в малых и средних городах, а в Новосибирской области и того меньше – 5%.

Вместе с тем, следует отметить, что одним из ключевых факторов, способных катализировать развитие креативных индустрий в малых и средних городах, выступает территориальная близость к крупному городу (вхождение в состав агломерации). Положительное влияние оказывает доступ к рынкам сбыта или аудитории, поскольку сам креативный продукт (дизайн, музыка, цифровой контент, предметы искусства) может быть создан в небольшом населенном пункте, а продан или представлен в крупном городе.

Помимо этого, крупный город открывает возможности участия в мероприятиях, обмена знаниями, использования специализированной инфраструктуры агломерации (студии звукозаписи, выставочные залы, типографии и т.д.) для представителей бизнеса небольших городов без необходимости переезда.

Малые и средние города в данном случае сохраняют такие свои конкурентные преимущества, как низкая стоимость жизни (аренда, жилье), близость к природе и размеренный темп жизни, но при этом имеют доступ к благам крупного города. Это в свою очередь выступает весомым аргументом для привлечения и удержания креативных специалистов, которые могут работать удаленно.

Вместе с тем важно понимать, что близость к крупному городу несет в себе определенные риски. Лучшие кадры и самые амбициозные проекты могут «перетекать» в крупный город, рассматривая небольшие населенные пункты лишь как временную стартовую площадку. Малому городу сложно конкурировать с насыщенной культурной повесткой мегаполиса. Кроме того, рост цен на недвижимость и услуги из-за повышенного спроса со стороны приезжих могут вытеснить коренных жителей и саму креативную среду.

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. Исследование показало, что в Новосибирской области – регионе-лидере по развитию креативных индустрий утверждена «Концепция развития креативных индустрий в Новосибирской области», а также создан Центр креативных индустрий. В Ивановской области проблематике развития креативного сектора уделяется пристальное внимание в Стратегии социально-экономического развития региона, а также прорабатывается вопрос о принятии регионального закона о развитии креативных индустрий. В Воло-

годской области – регионе, занимающем средние позиции в Рейтинге креативных регионов России, нельзя сказать, что данные вопросы игнорируются властями, однако в документах стратегического планирования они представлены фрагментарно, нет четкого видения развития креативного сектора в экономике региона.

В целом можно заключить, что в парадигме ноономики малые и средние города могут рассматриваться не как отсталые периферийные территории, а как альтернативные площадки для развития креативного сектора экономики страны. При этом, как справедливо отмечает профессор С.Д. Бодрунов, одним из ключевых процессов урбанистической ноотрансформации является институциональная адаптация – переход от иерархических форм управления городом к гибким сетевым моделям и цифровым платформам. Это в свою очередь требует законодательных корректировок, стимулирующих взаимодействие по модели «Государство-Бизнес-Наука», которое дополняет традиционную цепочку «Производство-Наука-Образование». Данные изменения будут способствовать формированию правовой и организационной среды, в которой креативные проекты могут свободно рождаться и масштабироваться, а сам город становится открытой площадкой для реализации нооинициатив [3].

В качестве направлений развития креативных индустрий в малых и средних городах России, на наш взгляд, можно предложить следующие.

1. Развитие локальной идентичности малых и средних городов. Креативные индустрии должны быть укоренены в местном контексте: истории, ремеслах, народных промыслах, природном ландшафте и т.д. Совместно с представителями администрации и представителями существующих культурных институций необходимо определить приоритетные направления развития креативных индустрий и уникальный символ города.

2. Поддержка развития креативных индустрий «сверху». Необходимо признание со стороны органов региональной власти и местного самоуправления креативных индустрий как приоритета и драйвера экономического развития города. Данное направление должно быть отражено в документах стратегического планирования развития муниципального образования, также возможно создание специализированного структурного подразделения или введение должности специалиста по развитию креативного сектора в городской администрации. В качестве мер правовой и финансовой поддержки можно предложить такие инструменты как льготная аренда муниципальных помещений (заброшенных заводов, домов культуры и т.п.) под креативные кластеры, мастерские, коворкинги; предоставление на конкурсной основе грантов и субсидий на запуск проектов в креативном секторе экономики; упрощенные процедуры согласования для уличного искусства.

3. Развитие креативных индустрий «снизу» за счет вовлечения местного сообщества. По данным ВЦИОМ в России лишь 2% жителей малых и средних городов хорошо знакомы с понятием «креативные индустрии», а более 70% вообще никогда про них не слышали. Вместе с тем, если людям объяснить, какие виды деятельности включает данная сфера, то 88% жителей отмечают, что для страны важно их развитие<sup>20</sup>. В отличие от стратегий «сверху», здесь нет готовых предписаний и навязанных форматов. Отправной точкой может стать работа с местным культурным кодом, живая исследовательская

<sup>20</sup> Россия – креативная наша держава! // Сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossija-kreativnaja-nasha-derzhava?ysclid=mj041xfvln335020591>

практика: совместные этнографические экспедиции по сбору семейных историй, фото-архивов и ремесленных техник; переосмысление индустриального наследия заброшенного завода через современное искусство; внимание к местным диалектам, природным ландшафтам и т.п. Важнейшую роль играют такие события как уличные выставки или литературные чтения в библиотеке, организованные горизонтальными инициативными группами.

4. Развитие системы образования в сфере креативных индустрий. В данном случае главный вызов – остановить утечку талантов, давая молодежи не только навыки, но и уверенность, что реализовать их можно здесь и сейчас, не покидая родной город. Для этого образование должно стать мостом между личным творчеством и конкретными потребностями территории, между локальной идентичностью и глобальными трендами. Фундаментом такой системы становится обновление формального образования через проектный подход. Школы и колледжи могут внедрять в учебные процессы реальные кейсы от местного бизнеса и учреждений: разработку фирменного стиля для городского фестиваля, создание анимационного ролика о местном музее, проектирование комфортной городской среды.

Теоретическая значимость проведенного исследования заключается в углублении научных представлений о том, как развиваются креативные индустрии в малых и средних городах. В ходе работы были выявлены ключевые факторы, сдерживающие и стимулирующие рост креативного сектора в периферийных регионах. Данные результаты не только расширяют теоретическую базу, но и могут послужить фундаментом для разработки конкретных управленческих решений и программ поддержки креативных индустрий на локальном уровне.

### Список литературы

1. Бодрунов, С. Д. Знание, творчество, креативные технологии и знаниеёмкость современной индустрии / С. Д. Бодрунов, А. Фриман, Е. А. Ткаченко, Н. Д. Дмитриев, А. А. Золотарёв // Новое индустриальное общество: истоки, реальность, грядущее. Ноономика : сб. науч. тр. / под общ. ред. С. Д. Бодрунова. – СПб. : ИНИР им. С. Ю. Витте, 2025. – Т. IX. – С. 381-403.
2. Бодрунов, С. Д. Ноономика как парадигма глобального развития / С. Д. Бодрунов // Ноономика и ноообщество. Альманах трудов ИНИР им. С. Ю. Витте. – 2025. – Т. 4, № 2. – С. 13-33. – DOI: 10.37930/2782 618X 2025 4 2 13 33.
3. Бодрунов, С. Д. От экономики – к ноономике (тезисы к вопросу о стратегировании интеллектуально креативного аспекта (ноо) трансформации общества) / С. Д. Бодрунов // Экономическое возрождение России. – 2025. – № 1(83). – С. 5-31. – DOI: 10.37930/1990 9780 2025 1 83 5 31.
4. Ускова, Т. В. Стратегические приоритеты развития малых и средних городов / Т. В. Ускова, И. А. Секушина // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2021. – № 1(14). – С. 56-70. – DOI: 10.15838/esc.2021.1.73.5.
5. Florida, R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life / R. Florida // Canadian Public Policy – Analyse de Politiques. – 2003. – Vol. 29. – P. 378.
6. Peck, J. Struggling with the Creative Class / J. Peck // International Journal of Urban and Regional Research. – 2005. – Vol. 29, No. 4. – P. 740-770. – URL: (дата обращения: не указана).

7. *Storper, M.* Rethinking human capital, creativity and urban growth / M. Storper, A. J. Scott // *Journal of Economic Geography*. – 2009. – Vol. 9, No. 2. – P. 147-167. – URL: (дата обращения: не указана).
8. *Landry, C.* The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators / C. Landry // *Community Development Journal*. – 2001. – DOI: 10.1093/CDJ/36.2.165.
9. *Scott, A.* Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions / A. Scott // *Journal of Urban Affairs*. – 2006. – Vol. 28. – P. 1–17. – DOI: 10.1111/j.0735 2166.2006.00256.x.
10. *Костко, Н. А.* Модели реализации концепции «креативный город»: анализ европейского опыта / Н. А. Костко // *Siberian Socium*. – 2021. – Т. 5, № 3(17). – С. 52–68. – DOI: 10.21684/2587 8484 2021 5 3 52 68.
11. *Байкова, Э. Р.* Опыт развития креативных индустрий за рубежом / Э. Р. Байкова // *Экономика и управление: научно практический журнал*. – 2022. – № 1(163). – С. 11–17. – DOI: 10.34773/EU.2022.1.2.
12. *Сысоева, О. В.* Анализ современного состояния креативных индустрий / О. В. Сысоева, А. В. Васина // *Актуальные проблемы экономики и менеджмента*. – 2024. – № 4(44). – С. 78–90.
13. *Климова, И. В.* Креативные индустрии и устойчивое развитие региональных центров Приволжского федерального округа: сонаправленность векторов развития / И. В. Климова, Л. Н. Семеркова // *Вестник Самарского государственного экономического университета*. – 2023. – № 7(225). – С. 59–71. – DOI: 10.46554/1993 0453 2023 7 225 59 71.
14. *Маленко, И. С.* Креативные индустрии. Опыт Новгородской области / И. С. Маленко // *Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Экономика*. – 2020. – № 4(46). – С. 24–28.
15. *Полуянова, О. Г.* Креативные индустрии как фактор региональной модернизации / О. Г. Полуянова // *Современный город: власть, управление, экономика*. – 2021. – Т. 1. – С. 119–125. – DOI: 10.15593/65.049 66/2021.15.
16. *Гамбеева, Ю. Н.* Роль креативных индустрий в социально экономическом развитии территории / Ю. Н. Гамбеева, В. М. Смей // *Вестник Челябинского государственного университета*. – 2021. – № 6(452). – С. 89–96. – DOI: 10.47475/1994 2796 2021 10610.
17. *Тургель, И. Д.* Креативная реиндустриализация городов «второго эшелона» в условиях цифровой трансформации: исследование инструментами SciVal / И. Д. Тургель, И. С. Антонова // *Экономика региона*. – 2023. – Т. 19, № 3. – С. 629–650. – DOI: 10.17059/ekon.reg.2023 3 3.
18. *Duxbury, N.* Developing and Revitalizing Rural Communities through Arts and Culture / N. Duxbury, H. Campbell // *Small Cities Imprint*. – 2011. – Vol. 3. – P. 111–122.
19. *Eglite, Ž.* Creative people, industries and places in small cities and rural areas / Ž. Eglite // *Culture Crossroads*. – 2022. – Vol. 21, No. 1. – P. 7–20.
20. *Tjarve, B.* Creative industries in small cities: contributions to sustainability / B. Tjarve, Z. Eglite, I. Kunda // *22nd International Scientific Conference «Economic Science for Rural Development 2021»*. – 2021. – No. 55: Sustainable Bioeconomy, Integrated and Sustainable Regional Development, Rural Development and Entrepreneurship, Circular Economy: Climate Change, Environmental Aspects, Cooperation, Supply Chains, Efficiency. – P. 15. – DOI: 10.22616/ESRD.2021.55.015.
21. *Шабунова, А. А.* Реструктуризация производственно хозяйственной деятельности малых городов / А. А. Шабунова, Н. С. Рычихина // *Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством*. – 2023. – № 3(57). – С. 70–77. – DOI: 10.6060/ivesofin.2023573.655.
22. *Андрейченко, Н. Н.* Креативные индустрии как стимул социально-экономического развития малых городов / Н. Н. Андрейченко // *Мир русскоговорящих стран*. – 2024. – № 3(21). – С. 133–152. – DOI: 10.20323/2658-7866-2024-3-21-133.

23. 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.

### References

1. Bodrunov S. D., Freeman A., Tkachenko E. A., Dmitriev N. D., Zolotarev A. A. (2025) Znaniye, tvorchestvo, kreativnyye tekhnologii i znaniyemkost sovremennoy industrii [Knowledge, Creativity, Creative Technologies and Knowledge Intensity of Modern Industry]. In: *New Industrial Society: Origins, Reality, Future. Noonomy*; Bodrunov S. D. (Ed.). Vol. 9. Saint Petersburg: S. Y. Witte INID, pp. 381–403.
2. Bodrunov S. D. (2025) Noonomika kak paradigma globalnogo razvitiya [Noonomy as a Paradigm of Global Development]. *Noonomy and Noosociety. Almanac of Scientific Works of the S.Y. Witte INID*, 4 (2), pp. 13–33. DOI: 10.37930/2782 618X 2025 4 2 13 33.
3. Bodrunov S. D. (2025) Ot ekonomiki – k noonomike (tezisy k voprosu o strategirovaniy intell-ktualno kreativnogo aspekta (noo) transformatsii obshchestva) [From Economy to Noonomy (Theses on the Issue of Strategic Planning of the Intellectual and Creative Aspect (Noo) of Societal Transformation)]. *Economic Revival of Russia*, 1 (83), pp. 5–31. DOI: 10.37930/1990 9780 2025 1 83 5 31.
4. Uskova T. V., Sekushina I. A. (2021) Strategicheskiye priority razvitiya malyykh i srednykh gorodov [Strategic Priorities for the Development of Small and Medium-Sized Cities]. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 1 (14), pp. 56–70. DOI: 10.15838/esc.2021.1.73.5.
5. Florida R. (2003) The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. *Canadian Public Policy/Analyse de Politiques*, 29, p. 378
6. Peck J. (2005) Struggling with the Creative Class. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29 (4), pp. 740–770.
7. Storper M., Scott A. J. (2009) Rethinking Human Capital, Creativity and Urban Growth. *Journal of Economic Geography*, 9 (2), pp. 147–167.
8. Landry C. (2001) The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators. *Community Development Journal*. DOI: 10.1093/CDJ/36.2.165.
9. Scott A. (2006) Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions. *Journal of Urban Affairs*, 28 (1), pp. 1–17. DOI: 10.1111/j.0735 2166.2006.00256.x.
10. Kostko N. A. (2021) Modeli realizatsii kontseptsii «kreativnyy gorod»: analiz yevropeyskogo opyta [Models for Implementing the “Creative City” Concept: Analysis of European Experience]. *Siberian Socium*, 5 (3), pp. 52–68. DOI: 10.21684/2587 8484 2021 5 3 52 68.
11. Baykova E. R. (2022) Opyt razvitiya kreativnykh industriy za rubezhom [Experience in Developing Creative Industries Abroad]. *Economics and Management: Scientific and Practical Journal*, 1 (163), pp. 11–17. DOI: 10.34773/EU.2022.1.2.
12. Sysoeva O. V., Vasina A. V. (2024) Analiz sovremennogo sostoyaniya kreativnykh industriy [Analysis of the Current State of Creative Industries]. *Current Issues of Economics and Management*, 4 (44), pp. 78–90.
13. Klimova I. V., Semerkova L. N. (2023) Kreativnyye industrii i ustoychivoye razvitiye regionalnykh tsentrov Privolzhskogo federalnogo okruga: sonapravlennost vektorov razvitiya [Creative Industries and Sustainable Development of Regional Centers of the Volga Federal District: Co-Direction of Development Vectors]. *Bulletin of Samara State University of Economics*, 7 (225), pp. 59–71. DOI: 10.46554/1993 0453 2023 7 225 59 71.
14. Malenko I. S. (2020) Kreativnyye industrii. Opyt Novgorodskoy oblasti [Creative Industries. Experience of the Novgorod Oblast]. *Bulletin of Ivanovo State University. Series: Economics*, 4 (46), pp. 24–28.

15. Poluyanova O. G. (2021) Kreativnyye industrii kak faktor regionalnoy modernizatsii [Creative Industries as a Factor of Regional Modernization]. *Modern City: Power, Management, Economy*, 1, pp. 119–125. DOI: 10.15593/65.049 66/2021.15.
16. Gambeeva Y. N., Smey V. M. (2021) Rol kreativnykh industriy v sotsialno-ekonomicheskom razvitiy territorii [The Role of Creative Industries in the Socio-Economic Development of a Territory]. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 6 (452), pp. 89–96. DOI: 10.47475/1994 2796 2021 10610.
17. Turgel I. D., Antonova I. S. (2023) Kreativnaya reindustrializatsiya gorodov «vtorogo eshelona» v usloviyakh tsifrovoy transformatsii: issledovaniye instrumentami SciVal [Creative Reindustrialization of “Second-Tier” Cities in the Context of Digital Transformation: A Study Using SciVal Tools]. *Economy of Region*, 19 (3), pp. 629–650. DOI: 10.17059/ekon.reg.2023 3 3.
18. Duxbury N., Campbell H. (2011) *Developing and Revitalizing Rural Communities Through Arts and Culture*. Small Cities Imprint, 3, pp. 111–122.
19. Eglite Z. (2022) Creative People, Industries and Places in Small Cities and Rural Areas. *Culture Crossroads*, 21 (1), pp. 7–20.
20. Tjarve B., Eglite Z., Kunda I. (2021) Creative Industries in Small Cities: Contributions to Sustainability. In: 22nd International Scientific Conference “Economic Science for Rural Development 2021”. No. 55: Sustainable Bioeconomy, Integrated and Sustainable Regional Development, Rural Development and Entrepreneurship, Circular Economy: Climate Change, Environmental Aspects, Cooperation, Supply Chains, Efficiency, pp. 15–25. DOI: 10.22616/ESRD.2021.55.015.
21. Shabunova A. A., Rychikhina N. S. (2023) Restrukturizatsiya proizvodstvenno-khozyaystvennoy deyatel'nosti mal'kh gorodov [Restructuring of the Production and Economic Activities of Small Cities]. *News of Higher Educational Institutions. Series: Economics, Finance and Production Management*, 3 (57), pp. 70–77. DOI: 10.6060/ivecofin.2023573.655.
22. Andreichenko N. N. (2024) Kreativnyye industrii kak stimul sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya mal'kh gorodov [Creative Industries as a Stimulus for the Socio-Economic Development of Small Cities]. *World of Russian-Speaking Countries*, 3 (21), pp. 133–152. DOI: 10.20323/2658 7866 2024 3 21 133.
23. Gokhberg L. M., Boos V. O., Boyakova K. N., Kutsenko E. S. et al. (2025) Reyting kreativnykh regionov Rossii: 2024 [Rating of Creative Regions of Russia: 2024]. Gokhberg L. M., Kutsenko E. S. (Eds.). Moscow: National Research University Higher School of Economics (NRU HSE). 198 p.

**L. V. Babich<sup>21</sup>, I. A. Sekushina<sup>22</sup>. Features and Factors of the Development of Creative Industries in Small and Medium-Sized Cities in Russia.** The relevance of this study stems from the need to find new development paths for small and medium-sized cities amid the paradigm shift from traditional economics to noonomy. In today’s reality, material production based on mechanized labor is no longer a driver of growth; value is created through knowledge and innovation, and the creative sector is becoming a key resource for the development of communities, enabling economic diversification, preserving cultural identity, and improving the quality of the urban environment. The aim of this study is to identify the specifics and state of development of creative industries in small and medi-

<sup>21</sup> *Lyubov V. Babich*, First Deputy Director of the Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences (56a Gorky ul., Vologda, 160014, Russian Federation), Candidate of Economic Sciences, e-mail: lvbabich@volnc.ru

<sup>22</sup> *Irina A. Sekushina*, Deputy Head of the Scientific and Educational Center, Senior Researcher of the Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences (56a Gorky ul., Vologda, 160014, Russian Federation), Candidate of Economic Sciences, e-mail: sekushina.isekushina@yandex.ru

um-sized cities, identify systemic barriers, as well as promising areas for expanding their potential. The study is focused on small and medium-sized cities in the Novosibirsk, Ivanovo, and Vologda Oblasts. The theoretical basis for this study is the concept of noonomy, research on the economics of creative industries, and the concept of the «creative city». Data from Rosstat, the List-org counterparty verification service, Yandex. Maps, and strategic planning documents were used as the information base. The methodological framework included monographic, substantive, and comparative analyses, as well as a range of general scientific methods. The authors reveal that even in regions leading in creative industry development (Novosibirsk and Ivanovo Oblasts), the majority of organizations in this sector are concentrated in large cities. In the Ivanovo Oblast, only about 12% of enterprises are located in small and medium-sized cities, while in the Novosibirsk Oblast, the figure is only 5%. It was concluded that being located within the influence zone of a large city or within an agglomeration creates key prerequisites for the growth of creative industries in small and medium-sized cities. The institutional environment, including a set of regulatory and legal acts and existing institutions that set the direction for the development of the creative economy and ensure the systematic nootransformation of cities, also plays a significant role. A SWOT analysis identified the internal strengths and systemic constraints to the growth of creative industries in small and medium-sized cities in Russia.

*Keywords:* noonomy concept, creative industries, small and medium-sized cities, creative economy, economic diversification, Novosibirsk Oblast, Ivanovo Oblast, Vologda Oblast.