

# КРЕАТИВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ПОТРЕБНОСТИ ГОРОДСКОГО НАСЕЛЕНИЯ

Васильева Э.В. директор центра  
материальной культуры и дизайна ОмГТУ,  
член Союза дизайнеров России

# ИНДЕКС ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

18  
место по  
стране

- Индекс образования

5

место

- Индекс долголетия

40



место

- Индекс доходов

27



место

30,1 %

Омичей планируют  
уехать из города

## Причины:

- это низкий уровень заработных плат 58,3 %
- плохие условия для жизни 70,2 %
- отъезд знакомых респондентов 19 %
- желание родных и близких 21,7 %

# МИГРАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ

## ВЫТАЛКИВАЮЩИЕ

- 1) Отсутствие возможности для самореализации.
- 2) Низкий доход.
- 3) Низкое качество среды.

## УДЕРЖИВАЮЩИЕ

- 1) «Своё дело» или активная общественная деятельность уже ведётся людьми.
- 2) Стремление к стабильности
- 3) Недостаток материальных ресурсов
- 4) Сети социального взаимодействия

## КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ

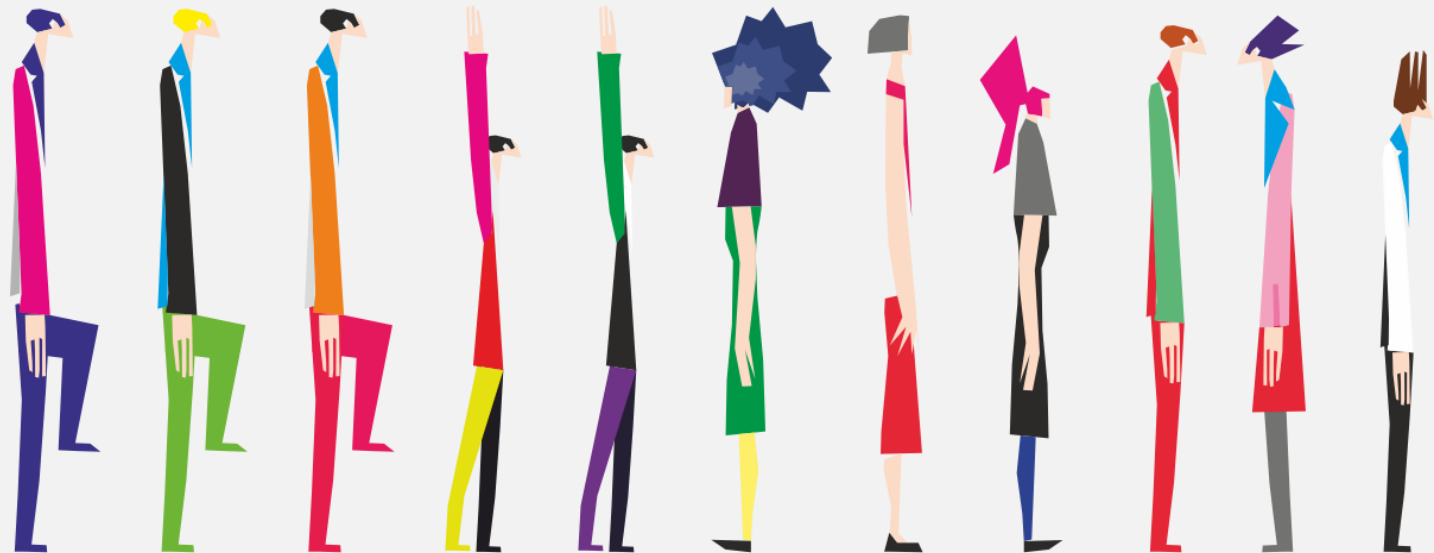
отрасли экономики, которые имеют свое происхождение в индивидуальном творчестве, навыках и талантах, и которые имеют потенциал для создания богатства и новых рабочих мест посредством создания и эксплуатации интеллектуальной собственности.

В Великобритании к креативным индустриям относятся:

- Реклама и маркетинг (Advertising and marketing)
- Архитектура (Architecture)
- Ремесла (Crafts)
- Дизайн: продукта, графики, одежды (Design: product, graphic and fashion design)
- Фильмы, теле- и радиопередачи, фотографии (film, TV, video, radio and photography)
- Информационные технологии, разработка софта, обслуживание компьютерной техники (IT, software and computer services)
- Издательства (Publishing)
- Музеи, галереи и библиотеки (Museums, galleries and libraries)
- Музыка, перформанс и визуальные искусства (Music, performing and visual arts)

## КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА ОМСКА

- 1. IT-технологии,
- 2. фэшн-индустрия,
- 3. графический дизайн,
- 4. дизайн среды,
- 5. архитектура и урбанистика.



## Омская АРТ-резиденция (Омский государственный технический университет)



«ФОРМУЛА МОДЫ» И  
«СИБИРСКАЯ ЭТНИКА»





ЭКСПОЗИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ





УРБАНИСТИКА





ТЕАТР МОД «ОБРАЗ»

Феникс & Сделано  
Подведение итогов



ЭКО-МОДА



# SWOT-АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В ОМСКЕ

## Сильные стороны

- Население города – более миллиона человек
- Многофункциональность и разностороннее развитие
- Промышленность региона - занимает пятое место из 250 промышленных центров РФ.
- Широта направлений подготовки в образовательных учреждениях.
- 39,4% занятого населения трудоустроены на предприятиях малого и среднего бизнеса

## Слабые стороны:

- Остаточный принцип финансирования региональной культуры
- Слабая диверсификация региональной экономики
- Малое количество МИПов с тенденцией к спаду их количества
- Общая тенденция рынка МСП - снижение доходов от предпринимательской деятельности;
- Низкая доля вовлеченности МСП в международные проекты и экспортно ориентированный бизнес

СЛАБАЯ  
ДИВЕРСИФИКАЦИЯ  
РЕГИОНАЛЬНОЙ  
ЭКОНОМИКИ

## Структура ЭКОНОМИКИ



# ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ

## ВОЗМОЖНОСТИ

- Сформированы основы для создания креативного кластера: : профильных кафедр университетов региона. Около 300 действующих членов творческих союзов (СХ, СД, СА); 259 предприятий и организаций действующих на рынке креативных индустрий и смежных направлениях;
- Известны около 15-20 мега брендов в области моды, ИТ, живописи и графики и смежных отраслях (предприятий и самостоятельных авторов, получивших международное признание и являющихся экспортоориентированными).
- Широкий спектр технологий представлен на региональных предприятиях.

## УГРОЗЫ

- Негативный образ Омска в СМИ воспринимается как стигма
- Текущий негативный имидж региона не позволит переломить негативную тенденцию в области притяжения инвесторов, что может привести к невозможности реализации части проектов направленных на развитие креативных индустрий и региона в целом.
- Отток населения из города на основе экономических и личностных мотивов

**ЦЕЛЬ КОНЦЕПЦИИ**  
ПРОЕКТА ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ  
В РЕГИОНЕ

**Сделать город привлекательным  
для жизни и самореализации**

# ЗАДАЧИ

## Развитие метанаправлений:

- Брендинг территории
- Работа с приезжей талантливой молодежью (мигрантами, в хорошем смысле этого слова) (обучение, интеграция, самореализация здесь)
- Формирование «Третьих мест»
- Работа с туристами
- Поддержка проектов, уже реализующихся в регионе, как точек притяжения креативного потенциала
- Вовлечение населения в экономическую и культурную жизнь региона

## Формирование креативной городской среды

- Обучение и рождение новых идей: Точки входа населения (практикоориентированное обучение, лекции мастеров, передача опыта, обсуждения, «точки кипения», мозговые штурмы, консалтинг и др.);
- Производство: Коворкинг площадки, специализированные производственные площадки, консалтинг и др. Налоговые преференции? Другое;
- Сбыт: Площадки сбыта продукции как элемент экономики впечатлений. Раскрытие экспортного потенциала креативной индустрии в Омске (онлайн-продажи, развитие логистики).



КООРДИНАЦИОННЫЙ ОРГАН  
ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ  
КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ  
ДОЛЖЕН СОСТОЯТЬ

1

**из экспертного сообщества** в разных творческих областях (дизайн, медиа, архитектура, IT) и представителей органов исполнительной власти, крупного бизнеса, вузовской среды и т.д. – это внешние стейкхолдеры

2

**из аналитической группы** (осуществляющей предпроектные исследования, мониторинг актуального состояния деятельности Агентства, и форсайт сессии для выработки стратегии)

АГЕНТСТВО  
РАЗВИТИЯ  
КРЕАТИВНЫХ  
ИНДУСТРИЙ



# ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АГЕНТСТВА РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

## Деятельность центра компетенций

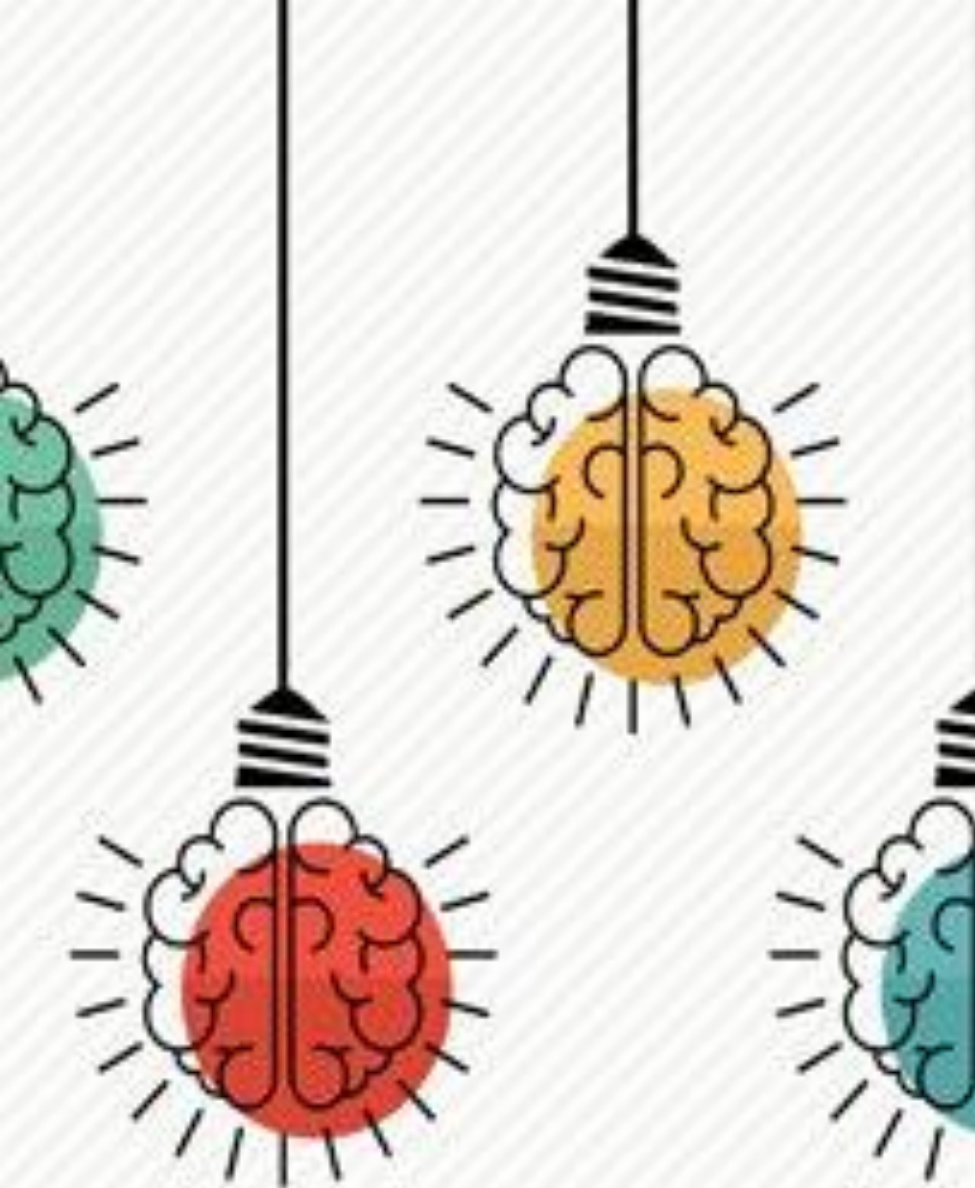
- Решение проблемы образования в области креативной деятельности
- Создание и реализация программ дополнительного профессионального образования;
- Совместные образовательные проекты с представителями КИ других стран
- Здесь организационная поддержка со стороны университетов

## Деятельность проектного офиса

- Проектирование и реализация различных ивентов в рамках программы.
- Интеграция выставочных пространств и достопримечательностей

## Деятельность Имидж-центра

- Одна из основных задач центра – позиционирование города в информационном поле.
- Брендирование Омской области и ее символов;
- Работа со СМИ по продвижению креативных индустрий в целом и омских проектов в частности в медиа и социальных сетях;
- Работа с внешними и внутренними туристами.



# ВИДЫ ПОДДЕРЖКИ

## ПРЕДАКСЕЛЕРАЦИОННАЯ

- проведение образовательных программ и конкурсов с целью выявления сильных и слабых сторон различных проектов;
- предоставление скидки на аренду помещений под мастерские;
- предоставление льготного централизованного бухгалтерского обслуживания.

## АКСЕЛЕРАЦИОННАЯ

- конкурсы бизнес проектов в области креативных индустрий с целью получения возможности прохождения стажировок у топовых игроков индустрии за пределами региона и страны;
- льготные условия предоставления выставочных площадок, как открытых, так и закрытых для проведения выставочных мероприятий.

АКСЕЛЕРАТОР  
КРЕАТИВНЫЙ  
КВАРТАЛ.  
ОМСКАЯ АРТ-  
РЕЗИДЕНЦИЯ



# СЕРВИСНАЯ КОМПАНИЯ ДЛЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

- Будет предоставлять единое сопровождение резидентов резидентов в сферах связи и отчетности с ИФНС, Росстат, ПФР, ФСС
- Снизит нагрузку на представителей творческого сообщества и позволит им сконцентрироваться на основных производственных процессах
- Обеспечит ввод креативных компаний в белую налоговую зону и их постепенный переход на самоокупаемость