

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2024.13.26.029

Управление предприятиями креативной индустрии на основе бизнес-процессов

Григорьева Наталья Николаевна

Кандидат экономических наук, доцент,
Красноярский государственный медицинский университет
им. профессора В.Ф. Войно-Ясенецкого
Министерства здравоохранения Российской Федерации,
660022, Российская Федерация, Красноярск, ул. Партизана Железняка, 1;
Институт гастрономии,
Сибирский федеральный университет,
660041, Российская Федерация, Красноярск, пр. Свободный, 79;
e-mail: gnnat@yandex.ru

Данилова Альбина Сергеевна

Кандидат экономических наук, доцент,
Красноярский институт железнодорожного транспорта
филиал Иркутского государственного университета путей сообщения,
660028, Российская Федерация, Красноярск, ул. Ленина, 99;
e-mail: Danilovi2008@yandex.ru

Здрестова-Захаренкова Светлана Викторовна

Кандидат экономических наук, доцент,
Институт гастрономии,
Сибирский федеральный университет,
660041, Российская Федерация, Красноярск, пр. Свободный, 79;
e-mail: s_zachar@mail.ru

Аннотация

В статье рассматривается проблема управления предприятиями креативной индустрии, которая становится актуальной в условиях развития цифровой экономики и наукоемких технологий. Основная цель исследования - предложить модель управления предприятиями креативной индустрии на основе бизнес-процессов для повышения их эффективности и конкурентоспособности. Введение посвящено анализу текущей ситуации в креативной индустрии, особое внимание уделяется вызовам и возможностям, которые она предоставляет. Отмечена значимость грамотного управления бизнес-процессами для поддержки роста и адаптации креативных предприятий в быстро меняющейся экономике. В работе подчеркивается недостаток применимых моделей управления, предоставленных современной наукой для данной отрасли, и необходимость разработки эффективных бизнес-решений. В качестве методологических инструментов были выбраны системный анализ и процессный подход, которые позволяют структурировать и оптимизировать

деятельность предприятия. Применялись методы моделирования и анализа бизнес-процессов, а также сравнительный анализ теоретических моделей управления. Сбор данных осуществлялся с помощью анализа кейсов и обзора успешных практик в данной сфере. На основе исследования предложена модель управления, включающая в себя ключевые бизнес-процессы, адаптированные для креативных предприятий. Модель основывается на принципах гибкости, инновационности и ориентации на клиента. Приводятся конкретные примеры, как использование данной модели может оптимизировать создание и продвижение креативных продуктов, а также повысить операционную эффективность. В обсуждении приводится сравнение предложенной модели с существующими аналогами, а также рассматриваются перспективы её внедрения. Делается вывод о том, что управление на основе бизнес-процессов позволяет креативным организациям быстрее адаптироваться к изменениям рынка, а также улучшить их финансовые показатели. В заключении выражена уверенность, что разработанная модель управления имеет значительный потенциал для улучшения управления креативными предприятиями и формирует основу для дальнейших исследований в этой сфере.

Для цитирования в научных исследованиях

Григорьева Н.Н., Данилова А.С., Здрестова-Захаренкова С.В. Управление предприятиями креативной индустрии на основе бизнес-процессов // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 11А. С. 275-285. DOI: 10.34670/AR.2024.13.26.029

Ключевые слова

Управление, предприятия, креативная индустрия, бизнес-процессы, индустрия.

Введение

Предприятия креативной индустрии занимают особое место в современной экономике, объединяя в себе элементы культуры, искусства и технологий. Эта сфера деятельности характеризуется высокой степенью инновационности и динамичности, что обусловлено стремительным развитием технологий и меняющимися потребностями общества.

Креативная индустрия включает в себя широкий спектр направлений: от традиционных форм искусства, таких как живопись, музыка и литература, до современных цифровых медиа, рекламы, дизайна и разработки программного обеспечения. Общей чертой всех этих видов деятельности является создание продуктов и услуг с высокой добавленной стоимостью, основанных на интеллектуальной собственности и творческом потенциале сотрудников.

Одной из ключевых характеристик предприятий в этой отрасли является высокая зависимость от человеческого капитала. Главным ресурсом здесь являются талантливые специалисты, способные генерировать новые идеи и воплощать их в жизнь. Это накладывает определенные требования на управление персоналом, где важным становится не только профессиональная компетентность сотрудников, но и создание условий для раскрытия их творческого потенциала.

Основное содержание

Креативные предприятия часто сталкиваются с нестабильностью спроса и неопределенностью рынка. Потребности и предпочтения потребителей в сфере искусства и

развлечений могут меняться очень быстро, что требует от компаний гибкости и способности адаптироваться к новым тенденциям [Арсханова, 2023]. Это проявляется в необходимости постоянного обновления продуктовой линейки и использования современных технологий для продвижения своих услуг.

Уникальные черты управления в креативной индустрии связаны с особенностями творческого процесса. Управление такими предприятиями требует баланса между структурированностью и свободой творчества. С одной стороны, необходимы четкие бизнес-процессы для обеспечения эффективности и устойчивости компании. С другой стороны, чрезмерная регламентация может подавлять инициативу и инновации, которые являются ключевыми для успеха в этой сфере.

Одной из важных особенностей креативной индустрии является ее мультидисциплинарный характер. Предприятия часто объединяют в своих проектах представителей различных областей: художников, программистов, маркетологов, инженеров и других специалистов. Это требует от менеджеров умения организовывать эффективное взаимодействие в междисциплинарных командах, учитывая различия в подходах и методах работы [Ларионова, 2024].

В креативной индустрии наблюдается высокая степень индивидуализации труда. Многие проекты реализуются небольшими группами или даже отдельными фрилансерами, что создает дополнительные вызовы для координации и управления. Установление четких целей, сроков и распределение ответственности становятся критически важными для успешной реализации проектов.

Коммуникация играет ключевую роль в управлении предприятиями креативной индустрии. Открытый обмен информацией и идеями способствует возникновению инновационных решений и повышает вовлеченность сотрудников. В то же время, из-за эмоциональной вовлеченности в творческий процесс могут возникать конфликты и недопонимания. Эффективные коммуникационные стратегии и навыки разрешения конфликтов становятся необходимыми инструментами для менеджеров.

Мотивация персонала в креативной индустрии имеет свои особенности. Финансовые стимулы не всегда являются главным фактором для творческих работников. Для них большое значение имеют признание, возможность самореализации и участие в интересных проектах [Челнокова, 2023]. Предприятия должны учитывать эти аспекты при разработке систем мотивации, создавая условия, способствующие удовлетворению профессиональных и личных потребностей сотрудников.

Инновации и креативность тесно связаны с принятием рисков. Менеджерам необходимо создавать среду, где сотрудники не боятся экспериментировать и предлагать новые идеи, даже если они могут привести к неудачам. Поощрение экспериментального подхода и толерантность к ошибкам позволяют развивать инновационный потенциал компании и опережать конкурентов.

Адаптация к культурным и социальным контекстам является важным аспектом деятельности креативных предприятий. Продукты и услуги креативной индустрии часто напрямую связаны с культурными ценностями и традициями. При выходе на новые рынки или работе с международной аудиторией предприятия должны учитывать особенности восприятия и предпочтения различных групп потребителей. Кросс-культурные компетенции становятся важными для успешного управления и маркетинга.

Сетевое взаимодействие и партнерство играют значительную роль в развитии креативных предприятий [Алеева, 2022]. Установление связей с другими компаниями, образовательными

учреждениями и организациями позволяет обмениваться опытом, совместно развивать проекты и расширять свои возможности. Активное участие в профессиональных сообществах и отраслевых мероприятиях способствует укреплению позиций на рынке и повышению узнаваемости бренда.

Технологическое предпринимательство становится все более распространенным в креативной индустрии. Стартапы, основанные на инновационных идеях и технологиях, привлекают внимание инвесторов и потребителей. Управление такими предприятиями требует понимания как технических аспектов, так и особенностей рынка и потребностей клиентов. Гибкость и способность быстро масштабироваться становятся ключевыми факторами успеха.

Этика и социальная ответственность занимают важное место в деятельности предприятий креативной индустрии. Влияние продукции на общество, экологические аспекты производства и уважение к культурному наследию становятся предметом внимания как со стороны потребителей, так и регулирующих органов [Новицкая, 2024]. Компании должны учитывать эти вопросы в своей стратегии и операционной деятельности, чтобы сохранить доверие и лояльность аудитории.

Цифровизация и развитие интернет-технологий существенно меняют ландшафт креативной индустрии. Доступность цифровых инструментов и платформ позволяет малым предприятиям и индивидуальным создателям выходить на глобальный рынок. В то же время это усиливает конкуренцию и требует от компаний постоянного развития цифровых компетенций и стратегий онлайн-продвижения.

Управление временем и ресурсами является сложной задачей в креативной индустрии. Творческий процесс не всегда укладывается в жесткие временные рамки, что может приводить к задержкам и превышению бюджета. Менеджеры должны балансировать между необходимостью соблюдать сроки и бюджет и предоставлением художникам и дизайнерам достаточной свободы для качественного выполнения работы.

Лидерство в креативных предприятиях основывается на наставничестве, вдохновении и поддержке. Традиционные авторитарные стили управления редко эффективны в среде, где ценятся независимость и самовыражение. Лидеры должны уметь направлять команду, не подавляя ее творческий потенциал, и создавать атмосферу доверия и взаимного уважения.

Управление знаниями и интеллектуальной собственностью является ключевым аспектом. Создание и накопление уникальных знаний, технологий и творческих решений составляет основу конкурентного преимущества. Необходимо внедрять системы, позволяющие эффективно сохранять и использовать эти знания, а также защищать их от несанкционированного использования [Салогуб, 2022].

Кибербезопасность приобретает особое значение. Предприятия часто работают с конфиденциальной информацией и оригинальными материалами, утечка которых может иметь серьезные последствия. Инвестиции в защиту информационных систем и обучение сотрудников вопросам безопасности являются обязательными элементами современной управленческой практики.

Управление репутацией становится критическим фактором успеха. В мире, где информация распространяется мгновенно, любой негативный отзыв или скандал могут существенно повредить имиджу компании. Активное взаимодействие с аудиторией, прозрачность в деятельности и быстрое реагирование на проблемы помогают поддерживать положительный образ и доверие потребителей.

Регуляторные и законодательные изменения могут оказывать значительное воздействие на условия работы предприятий. Государственная политика в области культуры, медиа и

технологий влияет на возможности и ограничения в сфере деятельности. Менеджеры должны быть в курсе текущих и будущих изменений, адаптировать стратегии и участвовать в диалоге с регулируемыми органами.

Международное сотрудничество и экспорт культурных продуктов открывают новые горизонты. Однако это требует понимания международных рынков, культурных различий и правовых аспектов внешнеэкономической деятельности. Разработка глобальных стратегий и адаптация продуктов к локальным контекстам становятся важными задачами.

Внедрение устойчивых практик и ориентация на долгосрочное развитие становятся все более актуальными [Шкарина, 2024]. Ответственное использование ресурсов, экологическая осознанность и социальная ангажированность способствуют не только сохранению планеты, но и укреплению позиции компании на рынке, где потребители все чаще отдают предпочтение ответственным брендам.

Таким образом, особенности предприятий креативной индустрии обуславливают уникальные подходы к управлению. Руководители должны сочетать бизнес-навыки с пониманием творческого процесса, создавать среду, способствующую инновациям, и быть готовыми к быстрому реагированию на изменения рынка. Только комплексный и гибкий подход позволит предприятиям успешно развиваться и занимать устойчивые позиции в динамичной и конкурентной сфере креативной индустрии.

Бизнес-процессы играют ключевую роль в современном управлении организациями, включая предприятия креативной индустрии. Понимание и эффективное управление бизнес-процессами позволяют компаниям достигать своих стратегических целей, повышать эффективность и конкурентоспособность. В условиях динамично меняющейся деловой среды и высоких требований рынка, процессный подход становится незаменимым инструментом для достижения успеха.

Бизнес-процессы представляют собой совокупность взаимосвязанных действий или задач, направленных на создание ценности для потребителей и достижение целей организации. Они охватывают все аспекты деятельности компании, начиная от разработки продукта и заканчивая его доставкой клиенту. Каждый процесс имеет свои входы и выходы, ресурсы и ответственных лиц, что позволяет структурировать деятельность организации и обеспечить ее прозрачность.

Значение бизнес-процессов трудно переоценить. Они служат основой для понимания того, как именно работает организация, какие этапы необходимы для достижения результатов и где могут возникать проблемы или узкие места. Анализ и оптимизация бизнес-процессов позволяют выявить неэффективности, сократить издержки и повысить качество продукции или услуг [Ковалькова, 2022]. Это особенно важно в условиях жесткой конкуренции, когда даже небольшие улучшения могут привести к значительным преимуществам на рынке.

Процессный подход к управлению предполагает фокусирование на процессах как на основных единицах организации, а не на отдельных функциях или подразделениях. Такой подход способствует межфункциональному взаимодействию и повышению общей эффективности. Он позволяет избежать дублирования усилий, улучшить коммуникацию между отделами и создать единую цельную систему управления.

Для предприятий креативной индустрии процессный подход имеет особое значение. Эти организации часто сталкиваются с уникальными вызовами, связанными с высокой степенью неопределенности, необходимостью постоянно генерировать новые идеи и быстро реагировать на изменения в предпочтениях потребителей. В таких условиях четко выстроенные бизнес-процессы могут стать фундаментом для устойчивого развития и инноваций.

Одним из преимуществ процессного подхода для креативных предприятий является

повышение предсказуемости и управляемости деятельности. Несмотря на творческий характер работы, наличие структурированных процессов позволяет обеспечить соблюдение сроков, качество продукции и удовлетворенность клиентов. Это особенно важно при работе над сложными проектами, требующими координации усилий множества специалистов из разных областей.

Еще одним важным аспектом является возможность быстрого масштабирования бизнеса. Оптимизированные и стандартизированные процессы позволяют легко тиражировать успешные практики и адаптироваться к увеличению объемов работ. Предприятия креативной индустрии, которые успешно внедрили процессный подход, способны быстрее выходить на новые рынки, расширять свой ассортимент и укреплять позиции в отрасли.

Процессный подход также способствует повышению прозрачности и ответственности в организации. Четкое определение ролей, задач и ожидаемых результатов позволяет каждому сотруднику понимать свою зону ответственности и вклад в общее дело. Это создает условия для более эффективного управления персоналом, мотивации и профессионального развития сотрудников.

Не менее важным преимуществом является улучшение качества принимаемых решений. Бизнес-процессы обеспечивают доступ к актуальной информации о деятельности организации, что позволяет менеджменту принимать обоснованные решения на основе данных [Петухова, 2024]. Это особенно актуально в условиях, когда скорость и точность реакции на изменения рынка становятся критическими факторами успеха.

Внедрение процессного подхода способствует укреплению корпоративной культуры, ориентированной на постоянное совершенствование. Сотрудники становятся более вовлеченными в процессы улучшения, предлагают свои идеи и инициативы, направленные на повышение эффективности. Это создает атмосферу сотрудничества и инноваций, что в конечном итоге отражается на конкурентоспособности предприятия.

Однако стоит отметить, что внедрение процессного подхода в креативных организациях требует особого внимания к балансу между структурой и гибкостью. С одной стороны, процессы должны быть достаточно четкими и управляемыми, с другой – не должны ограничивать творческую свободу сотрудников. Успешные предприятия находят этот баланс, обеспечивая необходимые рамки для деятельности, но оставляя простор для инноваций и экспериментирования.

В заключение, роль бизнес-процессов в управлении предприятиями, особенно в креативной индустрии, является фундаментальной. Понимание и эффективное управление процессами позволяют организациям повышать эффективность, качество продукции и услуг, а также лучше удовлетворять потребности клиентов. Преимущества процессного подхода очевидны: он обеспечивает структурированность деятельности, улучшает коммуникацию и ответственность, способствует масштабируемости и инновациям. Для креативных предприятий, стремящихся сохранять конкурентоспособность в современном мире, процессный подход становится не просто инструментом управления, но и стратегическим преимуществом, позволяющим объединить творческий потенциал с эффективными бизнес-практиками.

В современном мире цифровые технологии проникли во все сферы жизни человека, оказывая значительное влияние на способы ведения бизнеса и управления организациями. Внедрение цифровых технологий стало неотъемлемой частью стратегического развития компаний, стремящихся к повышению своей конкурентоспособности и эффективности. Одним из ключевых аспектов этой цифровой трансформации является использование информационных систем в управлении, что существенно изменяет традиционные подходы к

организации бизнес-процессов.

Информационные системы в управлении играют критическую роль в сборе, обработке и анализе данных, необходимых для принятия обоснованных решений. Они обеспечивают доступ к актуальной информации в реальном времени, что позволяет руководителям быстрее реагировать на изменения рынка и внутренние процессы компании [Курина, 2021]. Такие системы интегрируют различные отделы организации, способствуя более эффективной коммуникации и сотрудничеству между сотрудниками.

Одним из примеров использования информационных систем является применение систем управления ресурсами предприятия (ERP). ERP-системы объединяют различные функциональные области компании, такие как финансы, продажи, производство и закупки, в единую платформу. Это позволяет улучшить планирование, снизить издержки и оптимизировать использование ресурсов. В результате компания получает возможность более гибко реагировать на потребности клиентов и динамику рынка.

Цифровизация также приводит к распространению систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). CRM-системы позволяют компаниям лучше понимать потребности и предпочтения своих клиентов, анализируя данные о предыдущих взаимодействиях и покупках. Это способствует персонализации предложений, улучшению качества обслуживания и увеличению лояльности клиентов. В условиях высокой конкуренции такие преимущества могут стать решающими для успеха на рынке.

Не менее важным является внедрение систем бизнес-аналитики (BI), которые позволяют извлекать ценные инсайты из больших объемов данных. BI-системы помогают организациям анализировать тенденции, прогнозировать будущие события и выявлять скрытые закономерности. Это позволяет принимать более информированные стратегические решения, основанные на достоверных данных, а не интуиции или предположениях.

Влияние цифровизации на бизнес-процессы проявляется в их ускорении, повышении гибкости и адаптивности. Традиционные, часто иерархические и бюрократические структуры уступают место более плоским и динамичным моделям управления. Цифровые инструменты позволяют автоматизировать рутинные операции, освобождая время сотрудников для решения более сложных и творческих задач. Это повышает общую производительность и способствует инновациям.

Одним из существенных изменений, вызванных цифровизацией, является переход к удаленной и распределенной работе. Облачные технологии и системы совместной работы позволяют сотрудникам взаимодействовать и сотрудничать независимо от их географического расположения. Это расширяет возможности компаний по привлечению талантов из разных регионов и стран, а также сокращает затраты на содержание офисных помещений.

Цифровые технологии способствуют повышению прозрачности бизнес-процессов. Системы мониторинга и отчетности позволяют отслеживать выполнение задач, эффективность сотрудников и использование ресурсов в режиме реального времени. Это облегчает выявление проблемных областей и принятие корректирующих мер. Подобная прозрачность также укрепляет доверие между сотрудниками и руководством, способствуя созданию открытой и ответственной корпоративной культуры.

Однако внедрение цифровых технологий также сопровождается определенными вызовами. Одним из них является необходимость обеспечения кибербезопасности. С ростом зависимости от информационных систем возрастает риск утечки данных, кибератак и других угроз. Компании должны инвестировать в надежные системы защиты, регулярно обновлять программное обеспечение и обучать персонал основам информационной безопасности.

Еще одним вызовом является управляемость изменений. Цифровая трансформация требует пересмотра устоявшихся процессов и привычек, что может встретить сопротивление со стороны сотрудников. Успешное внедрение цифровых технологий предполагает подготовку персонала, обучение новым навыкам и поддержку в период адаптации. Руководство должно активно участвовать в процессе изменений, демонстрируя преимущества и создавая мотивацию для перехода на новые системы.

Влияние цифровизации на бизнес-процессы также проявляется в усилении конкуренции. Компании, быстро адаптирующиеся к новым технологиям, получают существенные преимущества и могут вытеснять менее гибких конкурентов. Это создает давление на все организации, требуя постоянного мониторинга технологических тенденций и готовности к изменениям.

Кроме того, цифровизация открывает новые возможности для инноваций в бизнес-моделях. Появляются платформенные и экосистемные подходы, когда компании создают цифровые платформы для взаимодействия с клиентами, партнерами и конкурентами. Это способствует разработке новых продуктов и услуг, расширяет рынки сбыта и создает дополнительную ценность для всех участников.

Стремительное развитие искусственного интеллекта и машинного обучения также оказывает влияние на бизнес-процессы. Автоматизация принятия решений, прогнозирование спроса, персонализация маркетинговых кампаний – все это становится возможным благодаря интеграции интеллектуальных систем. Компании, активно внедряющие такие технологии, могут существенно повысить эффективность и качество своих услуг.

Однако важно помнить, что технологии сами по себе не являются решением всех проблем. Ключевым фактором успеха остается человек – его способность принимать решения, адаптироваться и творчески подходить к решению задач. Технологии должны рассматриваться как инструменты, дополняющие и усиливающие человеческие возможности, а не заменяющие их.

Заключение

В заключение, внедрение цифровых технологий и использование информационных систем в управлении кардинально меняют ландшафт современного бизнеса. Цифровизация бизнес-процессов приводит к повышению эффективности, гибкости и конкурентоспособности компаний. Однако успешная цифровая трансформация требует комплексного подхода, учитывающего технические, организационные и человеческие аспекты. Компании должны быть готовы к непрерывному обучению, инвестированию в новые технологии и управлению изменениями, чтобы максимально использовать возможности, предоставляемые цифровой эпохой.

Библиография

1. Алеева, А. О. Творческий бизнес: особенности создания и управления / А. О. Алеева // Путеводитель предпринимателя. – 2022. – Т. 15, № 4. – С. 70-75. – DOI 10.24182/2073-9885-2022-15-4-70-75. – EDN QPEGRZ.
2. Арсаханова, З. А. Креативный менеджмент как фактор конкурентоспособности предприятия / З. А. Арсаханова, М. М. Минкаилова, Г. А. Овсенко // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 11(160). – С. 855-859. – DOI 10.34925/EIP.2023.160.11.161. – EDN FEYPUY.
3. Ковалькова, Е. Ю. Право креативных индустрий / Е. Ю. Ковалькова // Образование и право. – 2022. – № 7. – С. 231-235. – DOI 10.24412/2076-1503-2022-7-231-235. – EDN FSFQLS.
4. Курина, Т. Н. Управление процессом развития креативных способностей в деятельности инновационных

- предприятий / Т. Н. Курина // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. – 2021. – № 4. – С. 40-46. – DOI 10.25586/RNU.V9276.21.04.P.040. – EDN RPXEER.
5. Ларионова, А. А. Креативные индустрии: роль в национальной экономике / А. А. Ларионова // Экономика строительства. – 2024. – № 4. – С. 91-93. – EDN CJZGF1.
6. Новицкая, А. И. Анализ предпринимательского потенциала креативных индустрий: региональный подход / А. И. Новицкая, А. К. Литвиненко // Экономика и предпринимательство. – 2024. – № 4(165). – С. 615-618. – DOI 10.34925/EIP.2024.165.4.118. – EDN RNQHQL.
7. Петухова, Е. П. Основные направления регулирования креативной экономики / Е. П. Петухова // Финансовые рынки и банки. – 2024. – № 7. – С. 34-38. – EDN NUPFJB.
8. Салогуб, А. М. Креативность и кризис - новые ресурсы коммерческой организации в условиях цифровой трансформации / А. М. Салогуб // Власть и управление на Востоке России. – 2022. – № 2(99). – С. 126-137. – DOI 10.22394/1818-4049-2022-99-2-126-137. – EDN VUEBBA.
9. Челнокова, Е. А. Менеджмент в креативной экономике: проблемы, перспективы / Е. А. Челнокова, А. Д. Фильченкова, К. Э. Бердникова // Наука Красноярья. – 2023. – Т. 12, № 3-2. – С. 99-104. – EDN RFTEBE.
10. Шкарина, В. С. Специфика функций менеджмента в организациях креативной экономики / В. С. Шкарина // Экономика и предпринимательство. – 2024. – № 9(170). – С. 1267-1273. – DOI 10.34925/EIP.2024.170.9.235. – EDN OIRROW.

Management of Creative Industry Enterprises Based on Business Processes

Natal'ya N. Grigor'eva

PhD in Economic Sciences, Associate Professor,
Krasnoyarsk State Medical University named after Professor V.F. Voino-Yasenetsky,
660022, Russian Federation, Krasnoyarsk, Partizana Zheleznyaka str., 1;
Institute of Gastronomy, Siberian Federal University,
660041, Russian Federation, Krasnoyarsk, Svobodny ave., 79;
e-mail: gnnat@yandex.ru

Al'bina S. Danilova

PhD in Economic Sciences, Associate Professor,
Krasnoyarsk Institute of Railway Transport – Branch of Irkutsk State Transport University,
660028, Russian Federation, Krasnoyarsk, Lenina str., 99;
e-mail: Danilovi2008@yandex.ru

Svetlana V. Zdrestova-Zakharenkova

PhD in Economic Sciences, Associate Professor,
Institute of Gastronomy, Siberian Federal University,
660041, Russian Federation, Krasnoyarsk, Svobodny ave., 79;
e-mail: s_zachar@mail.ru

Abstract

The article addresses the problem of managing creative industry enterprises, which is becoming increasingly relevant in the context of the development of the digital economy and knowledge-intensive technologies. The main goal of the research is to propose a management model for creative industry enterprises based on business processes to enhance their efficiency and competitiveness.

The introduction analyzes the current situation in the creative industry, with particular attention to the challenges and opportunities it presents. The importance of effective business process management to support the growth and adaptation of creative enterprises in a rapidly changing economy is emphasized. The study highlights the lack of applicable management models provided by modern science for this industry and the need to develop effective business solutions. System analysis and process approach were chosen as methodological tools, enabling the structuring and optimization of enterprise activities. Methods of business process modeling and analysis, as well as comparative analysis of theoretical management models, were applied. Data collection was carried out through case analysis and a review of successful practices in this field. Based on the research, a management model is proposed, including key business processes adapted for creative enterprises. The model is based on the principles of flexibility, innovation, and customer orientation. Specific examples are provided to illustrate how the use of this model can optimize the creation and promotion of creative products, as well as improve operational efficiency. The discussion compares the proposed model with existing analogues and explores the prospects for its implementation. It is concluded that business process-based management allows creative organizations to adapt more quickly to market changes and improve their financial performance. In conclusion, the authors express confidence that the developed management model has significant potential for improving the management of creative enterprises and forms the basis for further research in this area.

For citation

Grigor'eva N.N., Danilova A.S., Zdrestova-Zakharenkova S.V. (2024) Upravlenie predpriyatiyami kreativnoi industrii na osnove biznes-protsessov [Management of Creative Industry Enterprises Based on Business Processes]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 14 (11A), pp. 275-285. DOI: 10.34670/AR.2024.13.26.029

Keywords

Management, enterprises, creative industry, business processes, industry.

References

1. Aleeva, A. O. (2022). Tvorcheskiy biznes: osobennosti sozdaniya i upravleniya [Creative business: features of creation and management]. *Put'voditel' predprinimatelya* [Entrepreneur's Guide], 15(4), 70-75. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2022-15-4-70-75> EDN QPEGRZ.
2. Arsakhanova, Z. A., Minkailova, M. M., Ovseenko, G. A. (2023). Kreativnyy menedzhment kak faktor konkurentosposobnosti predpriyatiya [Creative management as a factor of enterprise competitiveness]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economics and Entrepreneurship], (11), 855-859. <https://doi.org/10.34925/EIP.2023.160.11.161> EDN FEYPYB.
3. Koval'kova, E. Yu. (2022). Pravo kreativnykh industriy [The law of creative industries]. *Obrazovanie i pravo* [Education and Law], (7), 231-235. <https://doi.org/10.24412/2076-1503-2022-7-231-235> EDN FSFQLS.
4. Kurina, T. N. (2021). Upravlenie protsessom razvitiya kreativnykh sposobnostey v deyatelnosti innovatsionnykh predpriyatiy [Management of the development process of creative abilities in the activities of innovative enterprises]. *Vestnik Rossiyskogo novogo universiteta. Seriya: Chelovek i obshchestvo* [Bulletin of the Russian New University. Series: Man and Society], (4), 40-46. <https://doi.org/10.25586/RNU.V9276.21.04.P.040> EDN RPXEEP.
5. Larionova, A. A. (2024). Kreativnye industrii: rol' v natsional'noy ekonomike [Creative industries: role in the national economy]. *Ekonomika stroitel'stva* [Construction Economics], (4), 91-93. EDN CJZGFI.
6. Novitskaya, A. I., Litvinenko, A. K. (2024). Analiz predprinimatel'skogo potentsiala kreativnykh industriy: regional'nyy podkhod [Analysis of the entrepreneurial potential of creative industries: a regional approach]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economics and Entrepreneurship], (4), 615-618. <https://doi.org/10.34925/EIP.2024.165.4.118> EDN RNQHQL.
7. Petukhova, E. P. (2024). Osnovnye napravleniya regulirovaniya kreativnoy ekonomiki [Main directions of regulating the

-
- creative economy]. *Finansovye rynki i banki* [Financial Markets and Banks], (7), 34-38. EDN NUPFJB.
8. Salogub, A. M. (2022). Kreativnost' i krizis - novye resursy kommertsionnoy organizatsii v usloviyakh tsifrovoy transformatsii [Creativity and crisis - new resources for commercial organizations in the context of digital transformation]. *Vlast' i upravlenie na Vostoke Rossii* [Power and Management in the East of Russia], (2), 126-137. <https://doi.org/10.22394/1818-4049-2022-99-2-126-137> EDN VUEBBA.
9. Chelnokova, E. A., Fil'chenkova, A. D., Berdnikova, K. E. (2023). Menedzhment v kreativnoy ekonomike: problemy, perspektivy [Management in the creative economy: problems and prospects]. *Nauka Krasnoyarsk* [Science of Krasnoyarsk], 12(3-2), 99-104. EDN RFTEBE.
10. Shkarina, V. S. (2024). Spetsifika funktsiy menedzhmenta v organizatsiyakh kreativnoy ekonomiki [Specifics of management functions in creative economy organizations]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economics and Entrepreneurship], (9), 1267-1273. <https://doi.org/10.34925/EIP.2024.170.9.235> EDN OIRROW.