

## ОЦЕНКА ИНТЕГРАЛЬНОГО РЕЙТИНГА ЦИФРОВОЙ ЗРЕЛОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

Дериглазов А. А.<sup>1</sup>

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Павлова Е. А.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Университет ИТМО

alexanderiglazov@gmail.com

### Введение

В эпоху повсеместного использования цифровых технологий процесс цифровой трансформации (ЦТ) организаций становится одним из основных факторов, способствующих росту и поддержанию конкурентоспособности. Креативные индустрии не являются исключением, более того, эмпирические исследования подтверждают гипотезу о том, что изменение бизнес-процессов с использованием цифровых технологий способствует акселерации роста креативного сектора и повышению экономической эффективности организаций [1]. Однако, несмотря на общую тенденцию цифровой трансформации бизнеса, в прикладных исследованиях наблюдается существенная диспропорция в сторону исследования уровня цифровой зрелости организаций промышленного сектора, что создает пробел относительно креативных индустрий с отличающейся спецификой создания продукта и услуги, где основным ресурсом является человеческий капитал.

### Основная часть

Целью работы является разработка методике интегрального рейтинга цифровой зрелости организаций креативных индустрий и последующий анализ взаимосвязи данной оценки с динамикой финансово-экономических результатов компаний данного сектора. Анализ ключевых источников в предметной области показывает, что большое количество работ использует качественные методы оценки готовности предприятий использовать современные цифровые технологии и реструктурировать протекающие бизнес-процессы. Например, подход Беловой Е.Ю и Бадьиной А.В. в качестве основы предполагает метод анкетирования и экспертной оценки [2]. Работа Гилевой Т.А., в свою очередь, концентрируется на экспертном подходе, формирует индексы цифровой трансформации по системе обобщающих критериев, что создает основу структуры для формирования интегрального показателя цифровой зрелости с целью оценки различных отраслей [3].

С целью повышения объективности, объединяя качественный и количественный методы, авторы Kuntsman A. и Arenkov I. предложили интегрированный подход к оценке эффективности ЦТ, сочетающий сбалансированную систему показателей и методы инвестиционного анализа (NPV, IRR) [4]. Касательно изучения особенностей цифровой трансформации креативной индустрии, следует отметить, что авторы стали обращаться сравнительно недавно. Славинская О.А. и Понамарёва Т.Н. провели анализ влияния цифровых технологий на развитие креативных индустрий и выявили, что цифровые инструменты становятся драйвером роста в данной сфере [5]. Belov P., Węcel K. проанализировали опыт измерения уровня ЦТ российских малых и средних предприятий креативной индустрии [6].

Тем не менее эти и другие исследования не предоставляют комплексного инструмента для сопоставимой оценки уровня цифровой зрелости компаний, который бы обладал принципами открытости данных, воспроизводимости и минимизации субъективности. При этом, несмотря на широкое распространение индикаторных моделей изменения уровня цифровой зрелости, преимущественно опирающихся на экспертные опросы и оценку менеджмента, в данном исследовании делется акцента на

подходе, основанном на оценке цифровой зрелости организаций креативных индустрий по совокупности наблюдаемых количественно измеримых признаков. Следует подчеркнуть, что настоящее исследование не отвергает использование экспертных шкал, однако первостепенно первично преследует задачу: верхнеуровнево оценить цифровую трансформацию организаций креативной индустрии на основе набора наблюдаемых признаков, сводящих к минимуму субъективность оценивания.

Таким образом, методика базируется на системе из 20 индикаторов, которые структурированы по стратегическому, технологическому, операционному, кадровому и клиентскому направлениям. Для расчета интегрального рейтинга в эмпирической части данного исследования используется 5 наблюдаемых признаков, выбранных в качестве операционального ядра, фиксируемых в открытых источниках: наличие CRM-системы, использование технологий искусственного интеллекта (ИИ), упоминание цифровых инструментов на сайте, публикации о цифровых кейсах в СМИ, участие и победы в отраслевых цифровых рейтингах.

Эмпирическая часть исследования апробирована на выборке из 153 компаний, работающих в ключевых сегментах креативной индустрии, образующих наибольшую долю в составе представленности на российском рынке. Включает в себя сферу рекламных услуг, маркетинга, в частности компании-разработчики сайтов и приложений, дизайн-студии, брендинг-агентства и прочие организации, сконцентрированные в большей степени в российских городах-миллионниках. Финансовые показатели представлены в динамике за период 2021-2024 гг.

Часть показателей, отражающих внутренние процессы, оценивалась экспертами на основе косвенных сведений и самоотчетов компаний с использованием многократного оценивания и преимущественно бинарных/формализованных шкал, что снижало роль субъективного фактора и повышало сопоставимость результатов. Интегральный индекс цифровой зрелости (R) рассчитывался как взвешенная сумма нормированных значений индикаторов по пяти блокам с приблизительно равной совокупной значимостью, при доминирующем вкладе технологической оснащенности (включая использование ИИ и наличие CRM – с присвоенными весами 0,35 и 0,25 соответственно) и более низкими весами показателей внешней цифровой активности: «Упоминание цифровых инструментов на сайте» – 0,2; «Публикации в СМИ» – 0,1; «Участие в рейтингах» – 0,1. В результате чего каждая организация получала итоговый балл в диапазоне от 0 до 2, пригодный для нормировки шкалы 0-100 и сравнительного ранжирования.

### **Выводы**

Проведённое исследование выявило, что организации креативной индустрии различаются по уровню цифровой зрелости. Интегральный рейтинг позволил не только ранжировать 153 компании, но и выделить четыре типовые траектории цифрового развития и соответствующие им группы организаций:

1. «Рост эффективности за счет цифровизации»: в данную траекторию входит группа цифровых лидеров, демонстрирующих комплексную интеграцию технологий и рост производительности.
2. «Латентный рост без цифровизации»: компании, наращивающие выручку преимущественно за счет расширения штата и экстенсивного масштабирования. Траекторию формируют организации с высоким уровнем цифровой трансформации.
3. «Цифровой рывок через кризис»: организации, использовавшие кризис 2022 г. как триггер для ускоренной цифровой трансформации.
4. «Затухающая цифровизация»: организации с формально высоким уровнем цифровой трансформации, но ухудшающейся финансовой динамикой.

Такая типизация позволила описать характерные цифровые профили и выявить устойчивые сочетания технологических и организационных практик внутри креативного сектора.

Анализ связи интегрального рейтинга с финансово-экономическими результатами за 2021-2024 гг., в свою очередь, продемонстрировал устойчивую положительную зависимость между уровнем цифровой зрелости и показателями выручки, прибыльности и устойчивости к внешним шокам: компании с более высокими значениями рейтинга в среднем демонстрировали более благоприятные траектории развития и быстрее адаптировались к изменению рыночных условий. Это позволяет рассматривать предложенную методику как прикладной инструмент аналитики и бенчмаркинга, поддерживающий управленческие решения в сфере цифровой трансформации креативных индустрий, который в том числе задает основу для дальнейших исследований по уточнению набора индикаторов и расширению эмпирической базы.

### Литература

1. Zhao X., Shen L., Jiang Z. The impact of the digital economy on creative industries development: empirical evidence based on the China // PLOS One. – 2024. – Vol. 19, № 3. – e0299232. doi: 10.1371/journal.pone.0299232.
2. Белова Е. Ю. Измерение эффекта от внедрения ИИ на предприятиях / Е. Ю. Белова, А. В. Бадьина // Прогрессивная экономика. – 2025, № 3. – С. 42–59. doi: 10.54861/27131211\_2025\_3\_42.
3. Гилева Т. А. Цифровая зрелость предприятия: методы оценки и управления // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2019, № 1(27). – С. 38–52.
4. Kuntsman A., Arenkov I. A. Method for Assessing Effectiveness of Company Digital Transformation: Integrated Approach // IBIMA Business Review. – 2019. – Article ID 334457, 16 p. doi: 10.5171/2019.334457.
5. Славинская О. А., Пономарева Т. Н. Цифровые технологии и развитие креативных индустрий // Вестник университета «Туран». – 2021, № 4. – С. 234–241.
6. Belov P., Węcel K. Measuring Digital Transformation: A Case of Russian SMEs in Creative Industries // Lecture Notes in Business Information Processing. – 2023. – Vol. 468. – P. 123–135. doi: 10.1007/978-3-031-34556-2\_10.