

Подсистемы креативных индустрий и конкурентоспособность стартапов

Марина Николаевна Титова, доктор экономических наук,
профессор, заведующий кафедрой менеджмента СПбГУПТД

marinatitovasutd@mail.ru

Характеристики спроса креативных индустрий

- Характеристики спроса находятся под воздействием эффектов **Харви Лейбенштейна (*Harvey Leibenstein*)**:
- Эффект присоединения к большинству (*bandwagon effect*)
- Эффект Веблена (*Veblen effect*)
- Эффект сноба (*snob effect*)

Особенности спроса креативных индустрий

Эффект Веблена (*Veblen effect*)

- Под эффектом Веблена понимается эффект увеличения потребительского спроса, связанный с тем, что товар имеет более высокую, по сравнению с товарами-заменителями, а не более низкую цену.

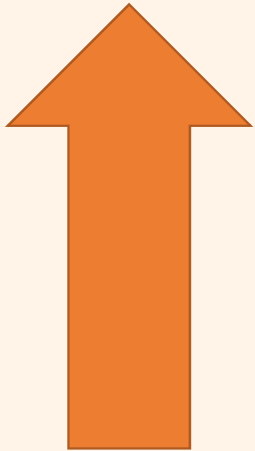
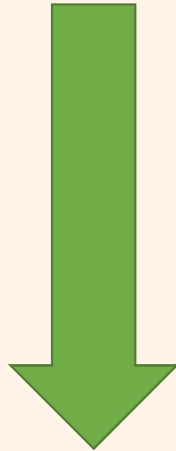
Эффект сноба (*snob effect*)

- Эффект сноба представляет собой случай обратный по отношению к эффекту присоединения к большинству.
- Потребитель стремится отличаться от большинства, быть особенным

АРТ-объект как результат труда

Назначение продукта	Цена
Технологии создания продукта	Защита от копирования
Компоненты и материалы	Идентификация
Создатель продукта	Эстетика, стиль, каноничность
Качество изготовления	Каналы продаж

Пирамидальная модель арт-объектов

	Произведения искусства ,уникальная работа	
	Небольшие серии ,цеховые традиции, ручная работа, высокое ремесленное мастерство	
	Серийность. Фабричное производство, высокое качество в категории	
	Массовая серийность, акцент на затраты	
Доходы	Ремесленно-кустарное изготовление	Известность, аура вещи

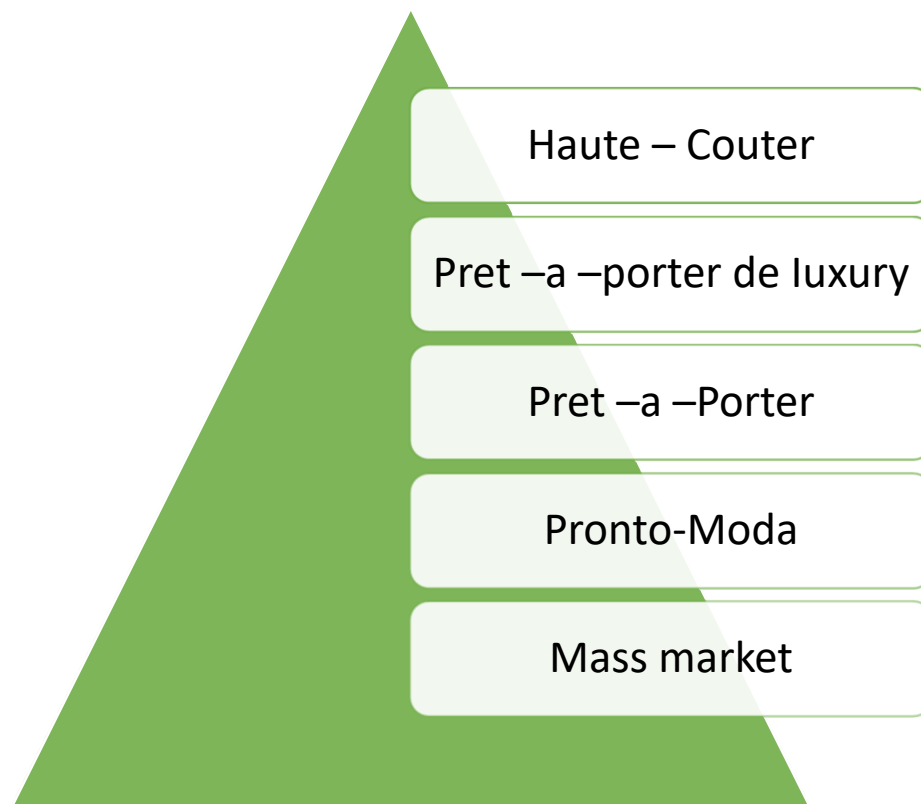
Назначение арт-объектов

- Коллекционирование — покупка редких артефактов;
- Перфекционизм — покупка продуктов, наилучших из имеющихся на рынке;
- Статусность — покупка наиболее престижных продуктов.
- Инвестирование - покупка с целью вложения средств и ожидания роста цен
- Подарок
- Символ
- Сувенир

Пирамида арт-объектов



Пирамида индустрии моды



Возможности трудоустройства специалиста в области креативных индустрий

Организационная форма

- Работать индивидуально
- Создать малое предприятие
- Работать в группе на основе разделения труда
- Работать на крупном и среднем предприятии на основе разделения труда

Выполняемые работы

- Полный цикл работ
- Начальная стадия жизненного цикла: инициация, дизайн (Нерегламентированный результат)
- Стадии выполнения задания (Регламентированный результат)

Рыночные характеристики стартапа

	Продукт существующий	Продукт новый
Рынок существующий	Отступление Консолидация Развитие рынка	Развитие продукта
Рынок новый	Проникновение на рынок	Несвязанная диверсификация Интеграция в продажи Связанная диверсификация Интеграция в закупки

Конкурентоспособность: поиск источника дохода

Высокий ТРР		
	Проблема 1-2 2-3	Звезда 1-2 0
	Собака 1 4-5	Дойная корова 2-3 1
Низкий ТРР	Низкая ОДР	Высокая ОДР



Спасибо за внимание