

конкретную организацию (замена текста в подсказках, примерах); возможностью создавать новые пользовательские места и объединять их в группы.

Таким образом, с целью открытости информации и упрощения ведения контроля соблюдения правил трансфертного ценообразования целесообразно иметь в Беларуси собственную широкую базу информации по контролируемым сделкам и аналогичным сделкам, осуществляемым по рыночным правилам.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Макаров, А. Трансфертное ценообразование: нарушения, выявленные налоговыми органами / А. Макаров // Моя бухгалтерия. Опыт проверок. – 2020. – № 1. – С. 21–24.

УДК 338.467.6

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ КУЛЬТУРЫ В КИТАЕ

Лю И, асп.

Белорусский государственный университет  
г. Минск, Республика Беларусь

***Ключевые слова:** индустрия культуры, цифровизация, механизм государственного управления индустрией культуры, тенденции развития индустрии культуры.*

***Реферат.** Рассмотрены основные аспекты цифровизации индустрии культуры в Китае, в числе которых: усиление защиты авторских прав на цифровые культурные ресурсы, построение законодательной системы цифрового культурного рынка, усиление надзора за контентом цифровой культуры, в том числе запрета на производство культурных продуктов, которые ставят под угрозу интересы страны и граждан. Дана общая характеристика механизма государственного управления индустрией культуры и тенденций развития индустрии культуры.*

Цифровизация культуры – это новый тип культурной формы, продукт взаимодействия цифровых технологий и культуры в информационную эпоху и важная часть национальной культурной системы. Правительство Китая придает большое значение цифровизации индустрии культуры и постепенно совершенствует соответствующие законы и положения, направленные на применение

в этой сфере современных технологий. В докладах о государственной политике цифровизации индустрии культуры в качестве ключевых слов приведены слова «блокчейн» и «5G + культура», «цифровая культурная индустрия», «расширение возможностей с помощью искусственного интеллекта». Другими ключевыми словами являются «интеграция культуры и туризма», «культурная креативность», «городской бренд», «защита культурных реликвий» и «креативный индустриальный парк» [1]. В последние годы культурная индустрия Китая также характеризовалась быстрым ростом, улучшением своей структуры, ростом потребления и быстро растущим сектором коротких видео. Прогнозируется, что в 2020 году отрасль получит больше юридической поддержки, и вырастет ее вклад в усилия Китая по возрождению сельских районов.

Важным элементом государственного механизма управления индустрией культуры является совершенствование правовой системы цифровой культуры, которая должна включать три аспекта:

1. Усиление защиты авторских прав на цифровые культурные ресурсы. Правительству необходимо усовершенствовать закон об охране авторских прав на ресурсы, чтобы гарантировать экономические права и духовные права на цифровые культурные ресурсы.

2. Построение законодательной системы цифрового культурного рынка. Законы и нормативные акты уточняют обязанности субъекта цифрового управления культурой, гарантируют справедливую торговлю и разумную конкуренцию на рынке культуры, а также создают хорошую атмосферу для рынка цифровой культуры.

3. Усиления надзора за контентом цифровой культуры, в том числе запрета на производство культурных продуктов, которые ставят под угрозу интересы страны и граждан и контролировать направление развития цифровой культуры в интересах обеспечения гражданам качественных культурных услуг.

За последние 10 лет современные технологии способствовали развитию цифровой культуры, содействовали созданию и развитию концепций цифровых культурных услуг учреждений культуры и управлению цифровой культурой. Управление контентом цифровой культуры направлено на создание системы культурных ресурсов, системы сетевых средств, системы управления и системы обслуживания, включая платформу цифровой культуры, цифровые культурные ресурсы и цифровые культурные услуги. Под влиянием концепции цифровых услуг в области культуры на национальном и местном уровнях была осуществлена серия проектов по продвижению цифрового культурного строительства и цифровых культурных услуг. В их числе проект «Новой сельской цифровой культуры», который направлен на создание сети цифрового культурного сообщества, охватывающей сельские районы [2], [3].

Создаются цифровые культурные платформы услуг с региональными характеристиками путем интеграции цифровых ресурсов, таких как библиотеки, культурные центры, музеи, художественные галереи и т. д.

Основная роль механизма стимулирования цифровизации культуры заключается

в мобилизации энтузиазма участия в управлении культурой. В работе по управлению цифровой культурой правительство направляет все подразделения и отдельных лиц к участию в управлении цифровой культурой посредством оценки и поощрения поведения государственных культурных учреждений и отдельных лиц в области культурного управления, с тем чтобы цели всех подразделений и отдельных лиц были едины и действовали.

Создание механизма стимулирования должно в основном учитывать два аспекта: во-первых, укреплять взаимодействие участвующих подразделений и отдельных лиц в области управления цифровой культурой и направлять их на совмещение интересов участников с целями цифрового культурного управления.

Эффективное управление цифровой культурой осуществляется также путем формулирования стандартных норм технических операций, политик и систем для персонала и фондов, в том числе: технических стандартов и нормотворчества для обеспечения совместного использования ресурсов и взаимодействия платформ между различными учреждениями культуры, а также для координации отношений между различными участвующими подразделениями цифрового управления культурой. Второе важное направление – это объединение талантов путем обеспечения им соответствующей рабочей среды, отношения и обучения.

Создание инфраструктуры, цифровых ресурсов и талантов в процессе управления цифровой культурой требует адекватной финансовой поддержки. Государство и местные органы власти создают специальные фонды для цифрового управления культурой и поддержки общественных служб формирования цифровых культурных ресурсов. Кроме того, применяются меры стимулирования, которые позволят предприятиям и общественным организациям вкладывать средства в развитие цифровой культуры.

В целом, за последние десять лет в индустрии культуры Китая определились следующие 10 основных тенденций [1]:

1. Культурный рынок стал главной платформой для развития и процветания культуры и развития культурной индустрии. Преобразование телеканалов и спортивных мероприятий полностью завершено, а индустрия культуры постепенно стала одной из основных отраслей в различных регионах.

2. В соответствии со второй тенденцией, в Китае будет зарегистрировано около 120 культурных компаний, которые будут котируются внутри страны и за рубежом, и после листинга будут проводить различные формы корпоративных слияний и поглощений и интеграции ресурсов. Культурная индустрия постепенно станет одной из ключевых областей рынка капитала и инвестиций в акционерный капитал.

3. Быстрое развитие цифровой культурной индустрии. Она будет и дальше становиться основной культурной индустрией. По мере того, как молодежь становится основными потребителями культурной индустрии, цифровая культурная индустрия будет продолжать расти в следующие пять лет, если судить по рыночной стоимости листинговых компаний. В течение года она станет основной отраслевой категорией, занимающей половину индустрии культуры.

Телекоммуникационные компании становятся медийными компаниями, а услуги с добавленной стоимостью культурного и развлекательного контента будут составлять более 70 % прибыли телекоммуникационных компаний (включая мобильные). ИТ-компании должны стать компаниями индустрии культуры, чтобы избавиться от низкопроизводительной формы производства.

4. Традиционная культурная индустрия серьезно изменится под воздействием цифровизации. Некоторые традиционные медиа-компании и развлекательные компании постепенно трансформируются, чтобы сформировать новую модель полностью медийных компаний.

5. Активность в сфере культуры станет новой точкой роста индустрии культурного туризма. Особенно в областях с быстрым экономическим развитием и относительно богатыми традиционными туристическими ресурсами различные формы экономической деятельности, включая конференции, выставки, шоу талантов, обучение, деловые обмены, спортивные мероприятия, храмовые ярмарки, фестивали и другие мероприятия, будут продолжать процветать и быть активными. Это будет стимулировать туристический отдых и другие виды потребления городской экономики.

6. Индустрия создания культурного контента будет еще быстрее развиваться и будет объединена с медиа и каналами распространения, чтобы сформировать модель, в которой одно предприятие управляет и контентом, и каналами. Функционирование отраслевой цепочки, движимой индустрией контента, также приведет к созданию группы ведущих предпринимательских компаний, котирующихся на культурных биржах, с рыночной стоимостью более 100 миллионов юаней.

7. Создание и углубление кластеров культурной индустрии станет основной формой городского развития культурных индустрий. Появится ряд кластеров культурной индустрии, которые станут промышленными кластерами в форме всей производственной цепочки. Такой кластер отличается от парков художников, выставочных площадок творческой продукции и культурных блоков, что позволяет использовать преимущества интенсивных и крупномасштабных операций. В процессе создания кластеров индустрии культуры также будут происходить некоторые движения по огораживанию земель от имени индустрии культуры. Правительство на всех уровнях будет регулировать приобретение земли и стандарты землепользования в кластерах индустрии культуры.

8. Китайская культура достигнет значительных результатов, когда выйдет на рынок. В частности, некоторые компании, обладающие определенным потенциалом, будут проводить слияния и поглощения зарубежных средств массовой информации, предприятий и культурных и развлекательных проектов, а экспорт продуктов культурного содержания будет постепенно увеличиваться.

9. Рост значимости менеджмента индустрии культуры. Будут еще более востребованы управленцы, которые обладают коммерческими способностями и разбираются в бизнес-модели культурной индустрии, а также те, кто хорошо разбирается во всех СМИ и всей отраслевой цепочке.

Обучение и повышение квалификации станут основным элементом рыночной конкуренции в индустрии культуры.

10. Возрастающая потребность в эстетике жизни и прикладной эстетике бизнес-моделей и продуктов. Сочетание индустрии дизайна и индустрии моды внесет важный вклад в развитие местной индустрии культуры, стимулируя развитие местной индустрии и способствуя реструктуризации промышленности. С другой стороны, результирующая бизнес-модель «технологии + культура + бренд + модные тенденции» заменит общие концепции продуктов и корпоративную конкуренцию. Модельная конкуренция, особенно конкуренция бизнес-моделей, превратится в медиакомпания в сфере культуры. Основная конкурентоспособность будет обеспечиваться ИТ-компаниями.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Газета «Чжунго вэньхуабао» («Китайская культура»). – Пекин, 9 января 2020 года.
2. У Лицаи. Три грани управления культурой [Дж] // Журнал Центрально-Китайского педагогического университета (гуманитарные и социальные науки), 2014, 53 (1) : 58–68 с.
3. Ху Хайлинь. Национальное управление культурой: новое измерение для развития индустрии культуры [Дж] Xueshu в месяц, 2012 (5) : 28–32 с.

УДК 338.43:338.22

## АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ СПОРОВСКОГО СЕЛЬСКОГО СОВЕТА К РАЗВИТИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**Мацкевич Н.В., ст. преп.**

**Витебский государственный технологический университет  
г. Витебск, Республика Беларусь**

***Ключевые слова:** потенциал развития территории, предпринимательская активность населения, уровень доходов, развитие предпринимательства.*

***Реферат.** В статье дается оценка современному положению Споровского сельского совета на основе исследования социально-инфраструктурного комплекса территории, человеческого потенциала. По результатам анкетирования и интервьюирования проведена оценка сильных и слабых сторон,*