

Библиографические ссылки

1. Рожков И. В. Стратегические решения и риск-менеджмент / И. В. Рожков // Современные тренды информатизации финансового маркетинга. – Москва, 2017. – № 2 (101). – С. 44–47.
2. Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова ; под редакцией С. В. Карповой. – Москва : Юрайт, 2019. – 457 с.
3. Котлер, Ф., Келлер, К. Л. Маркетинг менеджмент, 15-е изд. – СПб. : Питер, 2018. – 848 с.
4. Dimension Data Benchmarking Report 2019 [Электронный ресурс] / Официальный сайт dimensiondata.com – Электрон. дан. – Режим доступа : <https://www.dimensiondata.com/insights/customer-experience-benchmarking-report-2019> (дата обращения : 01.02.2020).
5. Бутковская Г. В. Цифровые технологии взаимодействия с клиентами после покупки : основные тенденции и успешный опыт / Г. В. Бутковская // Вестник университета. – Москва, 2019. – С. 40–46.
6. Retail Pain Index Research [Электронный ресурс] / Официальный сайт Cossa.ru – информационного портала о маркетинге в цифровой среде. <https://www.cossa.ru/news/228446/> (дата обращения : 01.02.2020).
7. What is customer experience management platform [Электронный ресурс] / Официальный сайт Qualtrics – Электрон. дан. – Режим доступа : <https://www.qualtrics.com/experience-management/customer/customer-experience-management-platform/> (дата обращения: 01.02.2020).
8. Forrester-wave-customer-feedback-management-platforms-2020 [Электронный ресурс] / Официальный сайт smg.com – Электрон. дан. – Режим доступа : <https://www.smg.com/resources/detail/forrester-wave-customer-feedback-management-platforms-2020> (дата обращения : 01.02.2020).
9. Гринева О. О., Цивлин А. П. Персонализация предложения в режиме реального времени на примере телекоммуникационного рынка / Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – Москва. – 2019. – № 3. – Т. 10. – С. 51–64.
10. Case Vimpelcom & Medalia [Электронный ресурс] / Официальный сайт Medalia – Электрон. дан. – Режим доступа : <https://www.medallia.com/customers/vimpelcom/> (дата обращения : 01.02.2020).
11. Встреча с представителями компании ESET в рамках реализации сервисной платформы ESET «С как сервис : //experience.esetnod32.ru/», март 2019 г.
12. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : Учебник и практикум / Авторский коллектив под редакцией Скоробогатых И. И., Ефимовой Д. М. // М. : Кнорус, 2019. – 570 с
13. Reichheld F. F. The One Number You Need to Grow / F. F. Reichheld // Harvard Business Review, 2003. – P. 1–3.

УДК 339.972

РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ КУЛЬТУРЫ В КИТАЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Лю И¹⁾, Б. Н. Паньшин²⁾

¹⁾ Аспирант экономического факультета

Белорусского государственного университета, г. Минск

²⁾ Доктор технических наук, профессор, профессор кафедры цифровой экономики
Белорусского государственного университета, г. Минск

Развитие индустрии культуры Китая становится одной из новых опор социально-экономического развития страны. По сравнению с традиционными индустрия культуры имеет свои очевидные преимущества, так как содействует национальным экономическим преобразованиям, стимулированию экономического роста и созданию рабочих мест. Индустрия культуры является развивающейся отраслью и способствует росту международной конкурентоспособности.

Ключевые слова: индустрия культуры; экономическое развитие; китайская культурная индустрия; государственная политика в сфере культуры; краудфандинговые платформы.

DEVELOPMENT OF THE CULTURAL INDUSTRY IN CHINA IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

Liu Yi¹⁾, B. N. Panshin²⁾

¹⁾ *Postgraduate Student of the Faculty of Economics
Belarusian State University, Minsk*

²⁾ *Doctor of Technical Sciences, Professor, Professor of Digital Economy Department
Belarusian State University, Minsk*

The development of China's cultural industry is becoming one of the new pillars of the country's socio-economic development. Compared to traditional, the cultural industry has its obvious advantages, which are important for promoting national economic transformation, stimulating economic growth and creating jobs. The cultural industry is a growing industry and contributes to the growth of the international competitiveness.

Key words: cultural industry; economic development; Chinese cultural industry; state policy in the field of culture; crowdfunding platforms.

Анализ мирового опыта развития культуры показывает, что культурные индустрии стимулируют рост других отраслей. Так, развитие театрального искусства способствует росту туризма, розничной торговли, общественного питания, транспорта, местных промыслов и других предприятий. В последние десятилетия, Китай, благодаря театральному искусству, кино и телевидению, издательскому делу, произведениям искусства, и сети интернет, значительно увеличил экономическую отдачу от культурных отраслей и сравнялся по этому показателю с другими развитыми государствами.

За более чем 30 лет реформ и открытости Китай достиг колоссальных успехов, «проложил путь к социализму с китайской спецификой» и к культурному развитию. Тематика индустрии культуры и определение места китайской культуры в глобальной стратегической модели, осуществления экспорта китайской культурной продукции и распространения в мире китайских культурных ценностей, является составной частью стратегии социально-экономического развития, основные положения которой изложены в ряде государственных документов, прежде всего, это:

- Стратегии построения развитого культурного государства», утвержденная решениями 6-го Пленума ЦК КПК в 2012 году о политике в области культуры;
- План развития индустрии культуры, утвержденный Исполкомом Госсовета КНР 22 июля 2009 года совместно с «Планом развития национальной культуры», в котором отмечено, что индустрия культуры является эффективным двигателем прогресса в наращивании темпов экономического роста и в развитии всего народного хозяйства в целом;
- План активизации культурной индустрии, который был утвержден и обнародован в 2009 году определил культурную индустрию уже как стратегическую отрасль страны, поскольку было зафиксировано, что экономический аспект культурной индустрии становится все более значимым для развития экономики Китая в целом;
- План национального экономического и социального развития на период двенадцатой пятилетки, принятый Госсоветом Китая в 2011 году, в котором культурная индустрия была уже определена как важное звено в развитии страны.

В последние годы Правительство Китая дополнительно приняло ряд положений о развитии индустрии культуры, таких как «Предложения по ускорению формирования современной государственной системы культурных услуг» (2015 год), в которых указывается на необходимость создания и совершенствования государственного механизма закупки общественных культурных услуг, а также содействия предоставлению населению услуг в сфере культуры.

Принятый в 2016 году Закон о гарантиях государственных культурных услуг, направлен на поощрение и поддержку государством творческих работников с целью роста уровня их для участия в предоставлении культурных услуг посредством таких мер, как государственные закупки и поощрение инвестиций.

Государственные цифровые культурные услуги являются новой платформой для культурного строительства в информатизированной и сетевой среде и включают в себя

различные виды финансирования, предоставления услуг, строительства объектов и производства продукции в сфере культуры.

Все это является показателем того, что роль культурной индустрии в общественной жизни и экономике Китая продолжает возрастать. Правительство, ученые, деятели культуры оправданно подчёркивают, что развитие Китая требует ещё более мощной культурной поддержки [1]. Пользу этого вывода свидетельствуют и достаточно многочисленные исследования китайских и зарубежных ученых и специалистов. В работах по тематике индустрии культуры отмечается, что развитие культуры является высшим приоритетом экономического общества, а уровень развития культурной индустрии страны также является важным показателем уровня экономического и социального развития страны. По сравнению с традиционными индустриями индустрия культуры имеет свои очевидные преимущества, которые имеют большое значение для содействия национальным экономическим преобразованиям, стимулирования экономического роста и создания рабочих мест. В 1990-х годах многие западные капиталистические страны осознали важность развития индустрии культуры и ввели соответствующую политику для поддержки и поощрения развития своих собственных индустрий культуры.

В настоящее время индустрии культуры занимают важное место в национальной экономике многих развитых стран и даже превратились в опорную отрасль экономического развития. Внутренняя культурная индустрия Китая также получает все больше внимания, и соответствующие стратегии развития культуры были разработаны местными органами власти. В результате, в последние годы, индустрия культуры стала новой точкой роста для экономического развития Кита и располагает практически неограниченными потенциальными рынками для экспорта. Поэтому, в настоящее время, это направление является государственным приоритетом.

Одним из решающих факторов дальнейшего развития КНР является повышение международного влияния и конкурентоспособности китайской культуры. Поставленная на XVII съезде КПК (2007 г.) цель превращения государства в глобальную культурную державу обуславливает необходимость повышения привлекательности китайской культуры, что связано с наращиванием потенциала «мягкой силы» современного Китая.

Культурная сила современного Китая измеряется не только количеством экспортируемых материальных продуктов культурных индустрий и нематериальных культурных услуг. «Мягкая сила» культуры воплощает культурные ценности, философско-антропологические идеи, содержащиеся в национальных учениях. Их глобальное продвижение в процессе осуществления стратегии «выхода китайской культуры вовне» необходимо для формирования имиджа КНР как крупной культурной державы.

Одним из инструментов «мягкой силы», способствующих этому процессу, являются культурные индустрии. Поэтому осмысление в обозначенном контексте проблем, связанных с новой для современной эпохи тематикой «культурных индустрий», достаточно актуально [2].

Важной особенностью индустрии культуры является то, что на начальном этапе она требует больших вложений в капитал и интеллект, но после завершения работы она вступает в период массовых продаж. Из-за огромного объема продаж издержки резко сокращаются.

Индустрия культуры является важной частью третичной индустрии. Развитие третичной индустрии, представленной индустрией культуры, имеет большое значение для ускорения модернизации промышленности и изменения режима экономического развития в текущий период экономического перехода в Китае.

Индустрия культуры способствует экономическому росту. В 2011 году культурной индустрии Китая составлял более 3 % от ВВП и ее эффекты проявляются в следующих трех аспектах: 1 – развитие индустрии культуры способствует развитию сферы услуг; 2 – стимулирует развитие традиционных отраслей промышленности; 3 – влияет на повышение конкурентоспособности национальной экономики и повышение уровня социальной культуры в целом. Так как, развитие культурной индустрии стимулирует потребления жителей. С развитием экономики и улучшением уровня жизни людей люди стали уделять больше внимания материальному и культурному потреблению. Одновременно, развитие индустрии культуры является одним из способов решения проблемы занятости. По оценкам экспертов, на каждый 1% прироста доли продукции индустрии культуры в ВВП Китая добавляется один миллион новых рабочих мест [3].

В отличие от материальных потребительских товаров, культурные товары являются потребительскими товарами духовного уровня. Согласно известной теории Маслоу, культурные потребности возникают у человека на самом высоком уровне роста его потребностей человека (развитие и самореализация). То есть, потребление продукции культурной индустрии основано на удовлетворении потребности в предметах первой необходимости, и только после того, как доходы и уровень жизни жителей достигнут определенного уровня, люди начинают формировать запрос на культурные продукты. Другими словами, культурные продукты предъявляют определенные требования к уровню дохода семьи, и их эластичность по доходу относительно высока. Только тогда, когда экономический рост достигнет определенного уровня, можно обеспечить процветание и развитие индустрии культуры.

Развитие индустрии культуры имеет большое значение для обеспечения всесторонней конкурентоспособности страны. В Китае пять тысяч лет цивилизации создано богатое культурное наследие. Внедрение инноваций в индустрию культуру, в том числе и оцифровку продуктов творчества существенно повышает потенциал индустрии культуры. С этой целью Правительство Китая принимает соответствующие законы и нормативные акты, направленные на создание благоприятной рыночной среды для развития индустрии культуры, защите прав интеллектуальной собственности, противодействия различным нарушениям и стимулировать творческий энтузиазм практиков индустрии культуры, чтобы способствовать большому процветанию индустрии культуры Китая. Правительство также поощряет и поддерживает разработку политики в области культуры, смежных отраслей, оказывает поддержку индустрии культуры посредством субсидий, налоговых льгот и других способов.

В Китае сформирована Система государственных цифровых культурных ресурсов и многопрофильный кооперативный механизм по управлению развитием этой системы. Важной частью построения этого механизма является оптимизация системы закупок общедоступных цифровых культурных продуктов и формирования цифровой культуры. Конкретные меры по оптимизации заключаются в следующем: создание государственных фондов культурных услуг; укрепление интеграции и координации отраслей индустрии культуры; экономии средств на производство и распространение продукции креативных отраслей; совершенствование правовой системы в сфере культуры; улучшение государственной системы публичных торгов по закупке культурной продукции; совершенствование государственной системы оценки эффективности культурных услуг, предоставляемых государством.

В результате этой политики в стране, начиная с 2011 года в стране появилось много краудфандинговых веб-сайтов, таких как NameTime, JD.com, Taobao Crowdfunding, Tencent Music Donation, Crowdfunding Network, а также быстро развивались культурные краудфандинговые проекты, такие как Tencent, которая является основной отечественной общественной краудфандинговой платформой в интересах роста общественного благосостояния. Кроме перечисленных существует также более 200 краудфандинговых проектов, связанных с пожертвованиями. Внедрение механизма краудфандинга в области явилось важной институциональной инновацией, которая способствует участию общественных сил в общественных культурных услугах и целенаправленному снижению уровня бедности в общественной культуре в слаборазвитых районах.

В целом, с проникновением цифровых технологий в культурную сферу цифровая культурная индустрия постепенно стала ключевой областью развития культурной индустрии и важной частью цифровой экономики. В постановлении Министерства культуры по содействию инновациям и развитию индустрии цифровой культуры», опубликованном в апреле 2017 года, отмечается, что индустрия цифровой культуры основана на культурном и творческом контенте, использовании цифровых технологий для создания, производства, распространение продуктов индустрии культуры [4].

Анализ государственной политики по развитию индустрии культуры в Китае позволяет сделать следующие выводы:

1. В настоящее время Китай переживает важный переход от быстрого роста к качественному развитию, что способствует росту потребления услуг индустрии культуры.
2. Цифровая культурная индустрия является воплощением концепции «Интернета + культуры» в эпоху цифровой экономики.

3. Цифровая культурная индустрия имеет большое значение для развития сферы услуг и смежных отраслей промышленности.

4. Государство проводит мероприятия по содействию оцифровке культурных ресурсов, в том числе в рамках проекта «Память Китая» и плана действий «Интернет + Китайская цивилизация»

5. Цифровая трансформация традиционных культурных ресурсов позволяет создать цифровую систему культурных услуг, которая отвечает потребностям индивидуального потребления жителей и адаптируется к потребностям развития цифровой эпохи, с сильными коммуникационными возможностями и ростом международной конкуренции в сфере культуры.

6. Цифровая трансформация индустрии культуры является составной частью мероприятий по глобальному проекту "Цифровой Китай".

С проникновением цифровых технологий в культурную сферу цифровая культурная индустрия постепенно стала ключевой областью развития культурной индустрии и важной частью цифровой экономики.

Библиографические ссылки

1. Хатькова К. С., Абрамова Н. А. Культурные индустрии КНР в стратегии «Построения могущественного культурного государства» // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 7–1. – С. 18.
2. Абрамов, В. А. Глобализирующийся Китай: грани социокультурного измерения : Монография / В. А. Абрамов. – М. : Восточная книга, 2010. – 240 с.
3. Ван Хань. Развитие индустрии культуры может способствовать экономическому росту? [J] Исследование финансово-экономические вопросы, 2016 (05): 48–53.
4. Вэй Наньхуа, У Гао. Проблемы, препятствия и механизмы функционирования публичных цифровых культурных ресурсов / Вэй Наньхуа //библиотека//–13.06.2018 г. – С. 130–140.

УДК 338.28

ЦИФРОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

О. С. Маковоз¹⁾, Т. С. Передерий²⁾

¹⁾ Доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры менеджмента и налогообложения
Национального технического университета
«Харьковский политехнический институт», г. Харьков (Украина)

²⁾ Ведущий экономист филиала «Центр строительно-монтажных работ
и эксплуатации зданий и сооружений» АО «Укрзалізниця», г. Киев (Украина)

Охарактеризована стратегическая задача модернизации экономической системы государственного управления как формирования эффективной системы государственной власти путем создания комфортных условий для проживания граждан, предоставления им высококачественных и доступных информационных услуг. Исследовано эффективное управление информацией как ключевым ресурсом цифровой экономики и безопасности государства.

Ключевые слова: цифровая безопасность; цифровые данные; технологии; государство; модернизация; экономика.

DIGITAL SECURITY OF THE STATE IN THE CONTEXT OF THE MODERNIZATION OF THE ECONOMY

O. S. Makovoz¹⁾, T. S. Peredery²⁾

¹⁾ Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Management and Taxation
National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», Kharkov (Ukraine)