

УДК 32(17.022.1)

Мюллер Д.Г.

кандидат политических наук, доцент кафедры связей с общественностью и прикладной политологии Казанского (Приволжского) федерального университета

Особенности и перспективы развития российского рынка производства и дистрибуции цифрового контента.

В представленных тезисах рассматриваются проблемы развития российского рынка производства и дистрибуции цифрового контента. Автор указывает, что бурный рост данной отрасли не сопровождается вниманием и поддержкой со стороны государства, начиная с выделения соответствующих видов экономической деятельности и заканчивая экономической поддержкой и преференциями. В то же время высокая налоговая нагрузка на бизнес приводит российские компании к необходимости поиска путей оптимизации налогообложения вплоть до ухода в зарубежные налоговые юрисдикции.

Ключевые слова: цифровые медиа, цифровой контент, дистрибуция контента, медиарынок.

Features and prospects of development of the Russian market of production and distribution of digital content

The presented theses address the problems of the development of the Russian market for the production and distribution of digital content. The author points out that the rapid growth of this industry is not accompanied by attention and support from the state, starting with the allocation of relevant types of economic activity and ending with economic support and preferences. At the same time, a high tax burden on business leads Russian companies to the need to find ways to optimize taxation, to the point of going to foreign tax jurisdictions.

Key words: digital media, digital content, content distribution, media market.

Производство контента для электронных медиа сегодня является одним из наиболее инвестиционно-привлекательных и быстрорастущих секторов современной высокотехнологичной экономики. В России, в условиях практически повсеместной затянувшейся экономической стагнации производство цифрового контента стремительно приобретает черты отдельной отрасли российской экономики. Данная отрасль развивается устойчивыми темпами, практически без какой-бы то ни было поддержки со стороны государства. Таким образом, данная отрасль повторяет в своем развитии историю становления российского ИТ-сектора в 2000-е годы, когда на государственном уровне фактически не было понимания значения, содержания и тенденций развития информационных технологий как отрасли экономики.

Доля цифровой экономики в российском ВВП растет на десятки процентов каждый год и, по данным Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК), в 2018 году составила 5,1% [1]. Выручка от цифрового контента в 2018 году достигла 75 млрд руб., а от онлайн-маркетинга и рекламы – 250 млрд руб. [2]. По данным РАЭК, по итогам 2017 года объем рекламного сегмента в рунете достиг 166,3 млрд. руб., вплотную приблизившись к объему рекламного сегмента на ТВ (170,9 млрд. руб.) [3]. Сегмент рекламы в интернет демонстрирует ежегодный рост более 20%.

Само по себе производство контента для электронных медиа не является принципиально новым видом деятельности – традиционно под ним понимается производство контента для телевидения и радио. Понятие «цифровой контент» в современной практике используется чаще всего как «зонтичный» термин для обозначения трех сегментов рынка мультимедиа-продуктов:

- сегмент производства контента в цифровом формате;
- сегмент распространения мультимедиа-продуктов в цифровой среде;

- сегмент потребления пользователями контента, произведенного и переданного в цифровом формате.

Значимой тенденцией рынка является быстрый рост доли производства видеоконтента, ориентированного, прежде всего, на размещение на видеохостингах и в соцсетях. Если производство традиционного телевизионного контента требует инфраструктуры, больших затрат и квалифицированных кадров, то производство конкурентоспособного интернет-контента по силам даже талантливим одиночкам, не имеющим опыта и профессионального оборудования.

Современный медиарынок – это прежде всего индустрия развлечений с монетизацией преимущественно за счет рекламы. В наибольшей степени востребован оказывается развлекательный контент – поскольку его проще и быстрее монетизировать. Очевиден и еще один тренд – производители ТВ-контента все больше ориентируются на формат Youtube и других видеохостингов.

Современный российский рынок производства интернет-контента находится в стадии формирования. К основным его особенностям можно отнести большое количество игроков (от любителей до крупных компаний), относительно низкий средний уровень профессионализма производителей контента, а также ориентацию в основном на развлекательный контент с постепенным расширением тематики в сторону более серьезных жанров. Еще одной важной особенностью рынка является относительно высокая маржинальность – при сравнительно небольших инвестициях производители контента могут получать относительно высокий доход, размер которого зависит от степени актуальности и востребованности создаваемого контента.

Особенностью отрасли производства цифрового контента является то, что она на данный момент все еще находится на этапе структуризации, а рынок развлекательного контента – в процессе становления. Высокая маржинальность при фактическом отсутствии входных барьеров привлекает в отрасль как инвесторов, так и огромное число производителей – от

талантливых одиночек до крупных компаний. При этом число индивидуальных производителей и микропредприятий очень велико, значительна доля «серой» зоны, связанной с большим количеством небольших транзакций и расчетов между участниками рынка, которые не идентифицируются налоговыми органами и не ассоциируются с отраслевой деятельностью. Этим обусловлена относительно низкая прозрачность отрасли с финансовой точки зрения. Кроме того, рынок быстро меняется в направлении роста объемов производства контента. Поэтому существующие оценки объемов производства и темпов роста базируются только на «видимых» аспектах работы рынка. В этой связи существующие оценки объемов рынка и темпов роста отрасли не могут в полной мере отражать реальности.

Можно утверждать, что фактические объемы сегмента производства контента в РФ с учетом «теневого сектора» больше как минимум в полтора раза и составляют на данный момент более 100 млрд. руб., при этом демонстрируемые темпы роста сегмента позволяют говорить о том, что в среднесрочной перспективе они достигнут отметки в 150 млрд. рублей.

В то же время более прозрачный рынок рекламы в рунете демонстрирует темпы роста около 20% в год. При сохранении существующих тенденций можно прогнозировать рост объемов данного рынка в среднесрочной перспективе до 350-400 млрд. руб. в год.

К основным видам деятельности в сфере производства цифрового контента можно отнести:

- Видеопродакшн (производство видеоматериалов);
- Ведение видеоблогов, каналов и видеообзоров;
- Пабблишинг;
- Производство фотоматериалов;
- Производство тематического текстового контента.

Существующие подходы к классификации видов экономической деятельности не предусматривают выделения производства цифрового

контента в качестве отдельного вида деятельности. С точки зрения Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД) производство и распространение интернет-контента в той или иной мере соотносится не менее, чем с полутора десятками существующих видов деятельности, относящимся к пяти разным классам. В ряде случаев производство и распространение цифрового контента путают с информационными технологиями, исходя очевидно, из сходства в способах передачи и хранения данных.

Указанное обстоятельство приводит к тому, что на государственном уровне не предполагается разработки мер поддержки данной отрасли, при том что высокая налоговая нагрузка на бизнес вынуждает компании искать пути оптимизации налогообложения. В отличие от других секторов компании-производители контента (как и ИТ-компании) очень мобильны, поэтому перенос деятельности, в том числе и за рубеж, для них не является проблемой. Перечисленные факторы обуславливают ускоряющийся исход из российской юрисдикции как ИТ-компаний в целом, так и компаний, ориентированных на производство цифрового контента, в частности.

Таким образом, сегодня российский рынок производства и распространения цифрового контента находится в двоякой ситуации – высокие темпы роста при столь же высокой налоговой и административной нагрузке заставляет бизнес искать варианты оптимизации налогообложения, лучшими и наиболее простыми из которых в настоящий момент оказываются зарубежные налоговые юрисдикции.

Литература и источники:

1. Открытие RIW 2018: Экономика Рунета составляет 5,1% от ВВП России
// <https://raec.ru/live/branch/10727/>
2. Цифровые технологии превзошли сельское хозяйство по вкладу в ВВП.
Доля цифровой экономики составит в этом году 5,1%, а сельского хозяйства – 4,4% //

<https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2018/11/21/787069-vklad-ekonomiki>

3. Открытие RIW 2018: Экономика Рунета составляет 5,1% от ВВП России
// <https://raec.ru/live/branch/10727/>