

Мюллер Д.Г.

Доцент кафедры связей с общественностью и прикладной политологии
КФУ, г. Казань, Российская Федерация

Лаптев В.В.

Доцент кафедры связей с общественностью и прикладной политологии
КФУ, г. Казань, Российская Федерация

ПРОИЗВОДСТВО ЦИФРОВОГО КОНТЕНТА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ ОТРАСЛИ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Аннотация. В представленной статье анализируются направления и перспективы развития цифрового медиаконтента, рассматриваются основные проблемы современной российской государственной политики в области регулирования его производства и распространения. В статье проводится анализ факторов привлекательности российской налоговой юрисдикции для компаний-производителей цифрового контента в сравнении с зарубежными юрисдикциями.

Ключевые слова: Цифровой медиаконтент, государственная политика, государственное регулирование, креативные индустрии.

Abstract. The article analyzes the directions and prospects for the development of digital media content, examines the main problems of modern Russian state policy in the field of regulation of its production and distribution. The article analyzes the factors of attractiveness of the Russian tax jurisdiction for companies producing digital content in comparison with foreign jurisdictions.

Keywords: Digital media content, public policy, government regulation, creative industries

Производство цифрового контента сегодня является одним из наиболее инвестиционно-привлекательных и быстрорастущих секторов современной высокотехнологичной экономики, стремительно приобретая черты отдельной отрасли современной российской экономики [1]. При этом само понятие «цифровой контент» в современной практике используется как «зонтичный» термин для обозначения трех сегментов рынка мультимедиа-продуктов:

1. сегмент производства контента в цифровом формате;
2. сегмент распространения мультимедиа-продуктов в цифровой среде;
3. сегмент потребления пользователями контента, произведенного и переданного в цифровом формате.

В существующих на сегодняшний день классификациях производство контента не выделяется как обособленный вид экономической деятельности. Все, что так или иначе связано с деятельностью в сети Интернет, по умолчанию относится к информационным технологиям, передаче данных или рекламным

услугам. Скачкообразный рост масштабов работы отрасли и её быстрая капитализация делают все более актуальным вопрос о выделении соответствующих подвидов экономической активности [2, 9, 10]. По данным Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК), в 2020 году вклад экономики Рунета в экономику России составил 6,7 трлн. руб. Выручка от цифрового контента в 2020 году достигла 123,4 млрд руб. (+44% по сравнению с 2019 годом), а от онлайн-маркетинга и рекламы – 349,8 млрд руб. (+11%) [3]. Цифровые технологии давно превзошли сельское хозяйство по вкладу в ВВП [4].

Несмотря на это, государство и в целом отрасль ИТ сегодня существуют фактически параллельно, несмотря на все декларации и предпринимаемые усилия. Промедление с выработкой и принятием государством конкретных форм поддержки, акцент на стремлении к усилению регулирования отрасли приводит к тому, что участники рынка либо стремятся к смене юрисдикции с целью оптимизации налогообложения, либо стараются оставаться «в тени», не приобретая официального статуса.

Основные усилия государства на протяжении последнего десятилетия были направлены на поддержку прежде всего традиционных медиа – телевидения, печатных изданий – чья деятельность в ряде случаев не приносит прибыли или убыточна, а целевая аудитория неуклонно сокращается по объективным причинам. Расходы федерального бюджета на поддержку СМИ только в 2018-2020 годах составили порядка 220 млрд. рублей, основная часть которых была выделена телеканалам в форме субсидий [5].

Иными словами, в современных российских политико-экономических реалиях складывается парадоксальная ситуация, в которой перспективная и востребованная рынком отрасль современной российской экономики вынуждена развиваться не благодаря, а вопреки текущей государственной политике. Производители цифрового контента, ориентированного на интернет-сервисы, оказываются в заведомо неравных условиях по сравнению с производителями телевизионного и печатного контента.

Ужесточение российского налогового законодательства, связанное с принятием в 2014 году закона «О внесении изменений в первую и вторую части Налогового кодекса Российской Федерации (в части налогообложения прибыли контролируемых иностранных компаний и доходов иностранных организаций)» от 24.11.2014 г., № 376-ФЗ, значительно осложнило деятельность российских ИТ-компаний, создало предпосылки для смены ими юрисдикций и привело к продолжающемуся физическому перебазированию ряда российских ИТ-компаний в зарубежные оффшорные зоны (Кипр, Британские Виргинские острова и др.). Важно отметить, что, в отличие от других отраслей, где физический перенос основных производственных процессов сопряжен с необходимостью серьезных затрат, ИТ-компании практически не несут издержек в случае смены локации [6].

Емкость российского рынка по объективным причинам такова, что большинство ИТ-компаний и абсолютное большинство компаний, занимающихся производством контента, ориентируются на глобальный рынок. Кроме того, по-

стоянно растущая административно-бюрократическая нагрузка на бизнес со стороны контрольно-надзорных и фискальных органов в условиях постоянного усложнения как внутривнутриполитических, так и внутриэкономических условий создает для предпринимателей атмосферу нестабильности и неуверенности в завтрашнем дне. Перечисленные факторы обуславливают ускоряющийся исход из российской юрисдикции как ИТ-компаний в целом, так и компаний, ориентированных на производство цифрового контента, в частности, а рост налоговой нагрузки приводит к утрате стимулов экономической деятельности и вынуждает компанию искать законные и незаконные пути снижения налогового бремени [7].

Решение проблем, обозначенных выше, и развитие отрасли производства цифрового контента как важного компонента цифровой экономики, возможно только при условии разработки и реализации комплекса взаимосвязанных мер, направленных на решение следующих задач:

1. поддержку российских компаний, работающих в сфере производства и распространения контента;
2. создания благоприятных условий для деятельности в российской юрисдикции правообладателей;
3. создания первичной инфраструктуры поддержки производства цифрового контента;
4. систематического вовлечения талантливой креативной молодежи в работу отрасли.

В настоящее время российским законодательством не предусмотрено специальных льгот или иных мер поддержки для компаний, занимающихся производством или дистрибуцией цифрового контента. Все существующие меры поддержки направлены на стимулирование развития ИТ-сектора, однако в существующем виде и они не способны эффективно остановить процесс исхода российских ИТ-компаний в зарубежные инвестиции и, там более, привлечь значительные внешние инвестиции в российскую экономику. Причина – фрагментарность и неэффективность мер поддержки. Они, за исключением ОЭЗ «Сколково» и «Иннополис», не носят системного характера и не способны стимулировать компании к органическому росту в российской юрисдикции. Принятое в 2019 году решение о снятии территориальных ограничений деятельности по созданию и развитию центра «Сколково» дает российским компаниям больше возможностей для использования льгот резидента особой экономической зоны. Однако, как показывает опыт, одних только льготных условий этих ОЭЗ оказывается недостаточно для удержания растущих компаний в российской юрисдикции, не говоря уже о возвращении в неё тех, кто эту юрисдикцию сменил на зарубежную.

Можно сделать вывод о том, что обозначенная модель стимулирования и поддержки при немалых потребляемых инвестициях недостаточно эффективна и не способна решить проблему исхода компаний из российской юрисдикции. Именно поэтому иногда предлагаемый способ решения проблемы путем привлечения компаний в существующие ОЭЗ не может служить базой для выработки мер поддержки сектора производства и распространения цифрового контента [8].

С 2020 года в рамках национального проекта «Культура» Институтом развития интернета на конкурсной основе выделяются гранты российским производителям цифрового контента, ориентированного на аудиторию в возрасте от 14 до 35 лет. Эта мера поддержки свидетельствует о начавшемся переосмыслении направлений и содержания государственной поддержки сферы производства цифрового контента, однако одной лишь грантовой поддержки недостаточно, чтобы изменить негативные тенденции, о которых говорилось выше. Одним из вариантов поддержки отраслей, связанных с производством цифрового контента в нынешних условиях, может быть организация особых экономических зон для компаний, занимающихся производством и распространением цифрового контента. Это позволит предотвратить уход российских компаний в зарубежные налоговые юрисдикции в условиях неизбежного обострения конкуренции за налоговых резидентов в условиях глобального экономического спада, вызванного пандемией коронавируса COVID-19, а также создаст стимулы для экономической деятельности в высокотехнологичной отрасли экономики.

Видится целесообразным принятие следующих мер стимулирования и поддержки компаний-резидентов: модификация налогового режима; льготный доступ к инфраструктуре (каналы передачи данных, хранение данных, специализированное оборудование); субсидирование арендной ставки. В части модификации налогового режима представляется целесообразным:

а) повысить порог годового оборота для малых и средних компаний, использующих упрощенную систему налогообложения (УСНО) со 150 миллионов рублей (действующий порядок, предусмотренный НК РФ) не менее, чем в два раза;

б) распространить на компании, работающие в сфере производства и распространения цифрового контента, льготы по размерам страховых отчислений в размере 7,6%-14%;

в) предоставить компаниям-резидентам ОЭЗ возможность аренды офисных и студийных площадей по сниженной ставке;

г) предоставить компаниям-резидентам ОЭЗ доступ к инфраструктуре передачи и хранения данных по льготным тарифам.

Современная российская практика предоставления налоговых преференций компаниям-участникам существующих территорий опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР) предполагает, что компании-резиденты ТОСЭР могут применять упрощенную систему налогообложения при условии соблюдения положений главы 26.2. Налогового кодекса РФ (в частности, такая практика применяется в ТОСЭР в Республике Башкортостан). Основные шаги к созданию таких зон сводятся к внесению изменений в действующее законодательство и классификаторы видов экономической деятельности. Отсутствие потребности в инвестициях означает возможность относительно простого масштабирования опыта создания таких зон в регионах РФ в случае, если пилотные проекты продемонстрируют свою целесообразность, востребованность и эффективность. С помощью данных мер удастся не только «переломить» негативные тенденции, которые характерны для развития современной российской цифровой медиа-отрасли, но и существенно повысить эф-

фektivность государственной политики в сфере поддержки развития цифровой медиа-отрасли в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Luciana Lazzeretti, Rafael Boix Domenech, Francesco Capone. Why do creative industries cluster? An analysis of the determinants of creative industries [Электронный ресурс]. – URL: https://www.researchgate.net/publication/46776505_Why_do_creative_industries_cluster_An_analysis_of_the_determinants_of_creative_industries (дата обращения 10.11.21).
2. Колобова Е.Ю. Развитие российского медиарынка и цифровой разрыв // Управленческое консультирование, - 2019, - №6, С.67-78.
3. Вклад экономики Рунета в российскую экономику составил 6,7 трлн рублей. [Электронный ресурс]. – URL: <https://raec.ru/live/branch/12448/> (дата обращения 10.11.21).
4. Доля цифровой экономики составит в этом году 5,1%, а сельского хозяйства – 4,4%. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2018/11/21/787069-vklad-ekonomiki> (дата обращения 16.07.20).
5. «Первый» за субсидиями. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3804411> (дата обращения 10.11.21).
6. СМИ и бюджет: деньги закончатся вместе с футболом. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2018/03/28/11699354.shtml> (дата обращения 10.11.21).
7. Jane Zheng, Roger Chan. The impact of ‘creative industry clusters’ on cultural and creative industry development in Shanghai [Электронный ресурс]. – URL: https://www.researchgate.net/profile/Jane_Zheng/publication/259524797_The_impact_of_%27creative_industry_clusters%27_on_cultural_and_creative_industry_development_in_Shanghai/links/57a0448d08ae100d3806692c.pdf (дата обращения 10.11.21).
8. J. Potts, Stuart D. Cunningham. Four Models of the Creative Industries [Электронный ресурс]. – URL: https://www.researchgate.net/publication/227355977_Four_Models_of_the_Creative_Industries (дата обращения 10.11.21).
9. Digital Content Market by Device, Type, and Geography - Forecast and Analysis 2020-2024. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.technavio.com/report/digital-content-market-industry-analysis> (дата обращения 10.11.21).
10. Nelson Granados. Digital Video And Social Media Will Drive Entertainment Industry Growth In 2019 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.forbes.com/sites/nelsongranados/2018/12/18/digital-video-an> (дата обращения 10.11.21).

©Д.Г. Мюллер, 2021

©В.В. Лаптев, 2021