

Предпринимательская деятельность в сфере креативных (творческих) индустрий как новый вектор развития российского предпринимательства

Аннотация. В статье рассмотрены и проанализированы направления государственной политики в области предпринимательской деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий. Дана характеристика этапов развития законодательства в данной сфере. Исследованы основные понятия, используемые в рассматриваемой области. Обращено внимание на необходимость пересмотра налогового регулирования предпринимательства в сфере креативных (творческих) индустрий.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, креативные индустрии, семейное предпринимательство, малое и среднее предпринимательство, налогообложение креативных индустрий, государственная поддержка



Рената Надимовна

АГАНИНА,

доцент кафедры

предпринимательского

и корпоративного права Университета

имени О.Е. Кутафина (МГЮА),

кандидат юридических наук, доцент

rnaganina@msal.ru

125993, Россия, г. Москва,

ул. Садовая-Кудринская., д. 9

DOI: 10.17803/2311-5998.2025.131.7.135-143

Renata N. AGANINA,

Associate Professor of the Entrepreneurial and Corporate Law Department
of the Kutafin Moscow State Law University (MSAL),

Cand. Sci. (Law), Associate Professor

rnaganina@msal.ru

9, ul. Sadovaya-Kudrinskaya, Moscow, Russia, 125993

Nana G. APRESOVA,

Associate Professor of the Entrepreneurial and Corporate Law Department
of the Kutafin Moscow State Law University (MSAL),

Cand. Sci. (Law), Associate Professor

ngapresova@msal.ru

9, ul. Sadovaya-Kudrinskaya, Moscow, Russia, 125993

Entrepreneurial activities in the sphere of creative industries as a new vector of development of russian entrepreneurship

Abstract. The article examines and analyzes the directions of state policy in the field of entrepreneurial activity in the field of creative (creative) industries. The characteristic of the stages of development of legislation in this area is given. The basic concepts used in the field under consideration are investigated. Attention is drawn to the need to review the tax regulation of entrepreneurship in the field of creative industries



Нана Гурамовна

АПРЕСОВА,

доцент кафедры

предпринимательского

и корпоративного права

Университета имени

О.Е. Кутафина (МГЮА),

кандидат юридических наук,

доцент

ngapresova@msal.ru

125993, Россия, г. Москва,

ул. Садовая-Кудринская., д. 9

© Аганина Р. Н.,

Апрецова Н. Г., 2025

Keywords: *entrepreneurship, creative industries, family entrepreneurship, small and medium-sized enterprises, taxation of creative industries, government support.*

Сегодня одним из приоритетных направлений государственной политики в Российской Федерации является развитие института семьи и сохранение традиционных семейных ценностей. Государство демонстрирует комплексный подход к вопросам поддержки российских семей — развитию системы здравоохранения и образования, социальной защите, психологической помощи и др. При этом традиционно в фокусе внимания находится необходимость развития семейного предпринимательства. К сожалению, в России отсутствуют законодательно закрепленные понятия «семейный бизнес» или «семейное предпринимательство». Несмотря на то, что развитие данной сферы идет уже давно, четкого и системного правового регулирования данного явления нет. Об этом пишут ученые-юристы¹.

Семейное предпринимательство является и всегда было значимой частью мировой экономики. В экономически развитых странах семейные компании составляли большую часть бизнеса (достигали 2/3 бизнеса)².

Действительно, благосостояние семьи связано с повышением доходов, а популяризация предпринимательской деятельности дает свои плоды — многие семьи задумываются именно о такой форме экономической активности. Какой сегмент рынка сегодня является наиболее перспективным для развития семейного предпринимательства? Однозначно ответить на такой вопрос нельзя — следует исходить из конкретного запроса, потенциала и фактических возможностей будущего предпринимателя. Однако в качестве общей тенденции можно отметить следующее: в большинстве случаев семейный бизнес формируется в лоне малого и среднего предпринимательства³.

При этом современная политическая и экономическая повестка дня, кризисные явления и санкционное давление создают ощутимые сложности для полноценного участия субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) в реальном секторе экономики. Все перечисленные факторы заставляют государство

¹ См., например: Пономарев Д. А. Правовое регулирование семейного предпринимательства в Российской Федерации: некоторые тенденции развития // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия : История и право. 2023. Т. 13. № 1. С. 53—63 ; Левушкин А. Н. Семейное предпринимательство в системе малого и среднего предпринимательства: правовая природа и пути развития // Актуальные проблемы российского права. 2018. № 11 (96). С. 19—25 ; Ершова И. В. Семейный бизнес: точки отсчета и вектор ориентира в правовом регулировании // Актуальные проблемы российского права. 2022. Т. 17. № 11 (144). С. 67—75.

² Апрецова Н. Г. Налогообложение семейного бизнеса: тенденции правового регулирования // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2023. № 8 (108). С. 162—168.

³ В целом можно констатировать, что в отличие от России в экономике Европы семейное предпринимательство занимает заметное место не только в малом и среднем, но и в крупном бизнесе.

пересмотреть структуру экономики. В сложившихся условиях *креативные индустрии* в целом и *креативное предпринимательство* в частности представляют собой новый экономический феномен, заслуживающий внимания исследователей.

Первый шаг в становлении креативного предпринимательства был сделан в рамках принятия Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года (далее — Концепция)⁴. В данном программном документе представлен обширный понятийный аппарат, включающий такие термины, как «креативная экономика», «креативные (творческие) индустрии», «креативный кластер» и «креативное (творческое) предпринимательство».

Вторым этапом в развитии креативных индустрий стало принятие Федерального закона от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» (далее — Закон о креативных индустриях)⁵.

Сфокусируем внимание на центральном понятии в рамках рассматриваемых отношений — *креативные (творческие) индустрии*. Под креативными (творческими) индустриями понимается экономическая деятельность, непосредственно связанная с созданием, продвижением на внутреннем и внешнем рынках, распространением и (или) реализацией креативного продукта, обладающего уникальностью и экономической ценностью. Из определения следует, что уникальность и экономическая ценность представляют собой сущностные характеристики креативного продукта.

В свою очередь *креативный продукт* — это результат интеллектуальной деятельности или совокупность результатов интеллектуальной деятельности, а также продукция, работы, услуги, добавленная стоимость которых обусловлена использованием результатов интеллектуальной деятельности и (или) средств индивидуализации.

Уникальность и экономическая ценность креативного продукта как результата интеллектуальной деятельности, на наш взгляд, в большей степени характеризуют инновации. Подобные свойства инноваций неоднократно обозначались в доктрине. Например, О. И. Худокормова выделяла три признака инновации: *интеллектуальный* (инновация представляет собой результат интеллектуальной деятельности (как охраняемый, так и неохраняемый)); *технический* (инновация может выражаться в виде нового или существенно улучшенного процесса/продукта); *предпринимательский* (основной целью созданных продукта/процесса является их коммерциализация (выход на рынок) либо иное практическое применение для получения прибыли или достижения общественно полезных целей)⁶.

Аналогичная позиция наблюдается и в законодательстве. Закон Пермского края от 11.06.2008 № 238-ПК «Об инновационной деятельности в Пермском крае»

⁴ Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р «Об утверждении Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года» // СЗ РФ. 2021. № 40. Ст. 6877.

⁵ Федеральный закон от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2024. № 33 (ч. II). Ст. 5026.

⁶ Худокормова О. И. Правовое регулирование инновационной деятельности в Российской Федерации : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2010.



выделяет три признака инноваций: новизна, практическая применимость и экономическая эффективность⁷. Таким образом, мы видим определенную попытку законодателя сблизить понятия креативного продукта и инноваций.

Акцент на инновационную составляющую креативных индустрий сделан и в базовом законодательстве. Так, в Законе о креативных индустриях одной из целей принятия нормативного правового акта выступает ускоренное внедрение инноваций во всех сферах деятельности. На наш взгляд, приравнение креативных (творческих) индустрий к инновационной сфере неоправданно. Креативные (творческие) индустрии шире по своему содержанию, чем инновационная деятельность, что вытекает даже из обозначенных в Законе видов креативных индустрий. Если рынок информационных технологий как одно из креативных направлений традиционно обладает потенциалом продуцировать инновационный продукт, то индустрии, основанные на историко-культурном наследии (деятельность галерей, деятельность по представлению обществу музейных предметов и музейных коллекций), вряд ли будут в общей массе способствовать ускоренному внедрению инноваций.

К сожалению, Закон о креативных индустриях лишь один раз, в самом определении, упоминает уникальность и экономическую ценность без последующего раскрытия содержания указанных категорий. Стоит обратить внимание на юридическую технику — использование союза «и» подразумевает одновременное сочетание уникальности и экономической ценности при характеристике креативного продукта. Закономерно возникают следующие вопросы: можно ли указанные свойства креативного продукта применить в отношении любой креативной индустрии? Любой ли креативный продукт одновременно обладает уникальностью и экономической ценностью?

Обратимся к ст. 6 Закона о креативных индустриях, в которой перечислены виды креативных индустрий. Экономическая ценность в большей или меньшей степени применима к любому креативному продукту индустрии, а дополнительная нагрузка в виде уникальности вызывает очевидные сомнения. На наш взгляд, индустрии, основанные на прикладном творчестве (например, производство одежды), а также индустрии, связанные с информационно-телекоммуникационными технологиями (например, обработка данных), скорее всего, не обладают свойством уникальности.

Установление порядка подтверждения соответствия физических лиц, юридических лиц и индивидуальных предпринимателей критериям отнесения к субъектам креативных индустрий относится к полномочиям органов государственной власти субъектов РФ в сфере креативных индустрий. В настоящее время региональное законодательство в области рассматриваемых отношений не содержит никаких разъяснений по оценке уникальности и экономической ценности креативного продукта⁸. Не учитывается этот аспект и при подтверждении физическими

⁷ Закон Пермского края от 11.06.2008 № 238-ПК «Об инновационной деятельности в Пермском крае». Ст. 2 // Собрание законодательства Пермского края. 2008. № 7.

⁸ Закон Московской области от 22.04.2025 № 51/2025-ОЗ «О развитии креативных индустрий в Московской области» // Официальный интернет-портал Правительства Московской области. URL: <http://www.mosreg.ru>.

и юридическими лицами, а также индивидуальными предпринимателями статуса субъекта креативных индустрий⁹. Полагаем, что данный вопрос должен быть надлежаще проработан. Очевидно, что уникальность креативного продукта в сравнении с имеющимися аналогами, рыночная новизна и экономическая перспективность должны учитываться в рамках государственной поддержки, например, при проведении конкурсного отбора в случае предоставления субсидий субъектам креативных индустрий.

Как уже было отмечено, понятие креативного (творческого) предпринимательства первоначально было закреплено в Концепции. Думается, что введение данного термина, по замыслу авторов программного документа, должно было обеспечить освоение субъектами МСП нового рынка креативных индустрий. Аргументом в пользу высказанного тезиса служит обозначенная правовая основа Концепции — законодательство в сфере поддержки малого и среднего предпринимательства. Под *креативным (творческим) предпринимательством* в Концепции понимается экономическая деятельность, направленная на получение прибыли за счет создания и (или) использования результатов интеллектуальной деятельности и являющаяся необходимой платформой и ресурсом для формирования и развития креативных (творческих) индустрий.

На наш взгляд, рассматриваемое определение не лишено недостатков.

Во-первых, уточнения требует использование в дефиниции термина «платформа». С одной стороны, речь может идти об использовании цифровых платформ для реализации креативного продукта потребителям. Однако, скорее всего, разработчики проекта слова «платформа» и «ресурс» рассматривали как синонимы базы/опоры/основания для развития креативных индустрий, что содержательно совершенно не обогащает определение.

Во-вторых, считаем более логичным использовать словосочетание «предпринимательская деятельность в сфере креативных (творческих) индустрий», а не «креативное (творческое) предпринимательство». Предпринимательская деятельность не теряет своих квалифицирующих признаков и не приобретает каких-либо новых свойств в зависимости от направления ее осуществления. Неважно, идет ли речь о предпринимательской деятельности в реальном секторе экономики или в области креативных (творческих) индустрий; в любом случае эта деятельность будет являться самостоятельной, основанной на риске, направленной на систематическое извлечение прибыли. Отличие проявляется лишь в степени и интенсивности регуляторного воздействия. Очевидно, что в сфере естественных монополий воздействие государства будет максимальным для обеспечения баланса частных и публичных интересов. Креативный сегмент рынка характеризуется минимальным государственным вмешательством, которое сводится не к прямому, а к косвенному регулированию через применение мер стимулирующего характера.

Примечательно, что введенный в оборот Концепцией термин «креативное (творческое) предпринимательство» не нашел отражения в Законе о креативных индустриях. Можно ли из этого сделать вывод, что законодатель таким образом

⁹ См.: постановление Правительства Москвы от 04.02.2025 № 134-ПП «О развитии креативных (творческих) индустрий в городе Москве» // Вестник Москвы. 2025. № 8.



решил оставить субъектов предпринимательской деятельности за скобками креативных (творческих) индустрий? Безусловно, нет. Одной из целей Закона о креативных индустриях является стимулирование развития креативных (творческих) индустрий и предпринимательской деятельности в данной сфере. Кроме того, представленный в базовом законодательстве субъектный состав креативных индустрий подтверждает тезис об активном вовлечении предпринимателей в творческую сферу.

Под *субъектом креативных индустрий* следует понимать физическое лицо, юридическое лицо или индивидуального предпринимателя, осуществляющих коммерческую деятельность по созданию, продвижению на внутреннем и внешнем рынках, распространению и (или) реализации креативного продукта и соответствующих критериям отнесения к субъектам креативных индустрий. Обратим внимание на то, что в определении субъекта креативной индустрии используется понятие «коммерческая деятельность», а не «предпринимательская». Следует подчеркнуть, что коммерческая деятельность традиционно рассматривается в качестве вида предпринимательской деятельности.

В законодательстве о креативных индустриях не раскрыты возможные организационно-правовые формы юридических лиц, претендующих на получение статуса субъекта креативных индустрий, что видится нам серьезным упущением. С учетом того, что регулирование указанной отрасли осуществляется в первую очередь в виде предоставления государственной поддержки, должен быть соблюден принцип независимости при формировании имущества указанных юридических лиц по аналогии с МСП. Таким образом, например, структура уставного (складочного) капитала не должна предусматривать определенную долю участия государства.

Еще одна проблема видится в «перекрещивании» статуса субъектов креативных индустрий и субъектов МСП в контексте предоставления государственной поддержки. Обзор главы 4 Закона о креативных индустриях позволяет увидеть тождественный подход законодателя при определении видов поддержки в отношении двух обозначенных категорий субъектов. И тем, и другим субъектам предоставляется финансовая, имущественная, информационная, образовательная и консультационная поддержка. Таким образом, в отношении отдельных видов деятельности, которые фактически относятся к креативным индустриям, уже реализуются меры поддержки субъектов МСП.

Кстати, необходимо отметить, что, наряду с иными, финансовая поддержка в целом, а следовательно и налоговая в частности, в сфере креативных индустрий, согласно ст. 11 Закона о креативных индустриях, оказывается на конкурсной основе субъектам, включенным в соответствующий реестр субъектов креативных индустрий, осуществляющих деятельность в субъекте РФ.

Развитие предпринимательства в сфере креативных индустрий в нашей стране упирается в решение двух вопросов: источники инвестиций и модель фискальной нагрузки. Существующая налоговая система не учитывает специфики креативной индустрии, в которой главным, а зачастую и единственным активом является интеллектуальная собственность. Данное обстоятельство является барьером для осуществления инновационной, высокотехнологичной и креативной предпринимательской деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий,

для производства продуктов с высокой долей творческой составляющей и эффективного развития экономики. Интеллектуальная собственность — это новый вид активов. Нынешняя фискальная политика ему не соответствует.

На сегодняшний день исключением является, пожалуй, IT- и киноиндустрия. В этих сферах налоговое регулирование меняется. Нам видится, что и в других областях предпринимательской деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий введение различных налоговых льгот способствовало бы быстрому развитию и, как следствие, пополнению бюджета.

Кроме того, как отмечается в правовой литературе, хорошо продуманная налоговая политика может помочь в привлечении и удержании творческих талантов в стране, тем самым способствуя созданию яркой и инновационной культурной экосистемы, а введение единого подхода к налоговой поддержке, с учетом специфики креативной деятельности и адаптации к национальным условиям, не только упростит административные процедуры и снизит барьеры для входа на рынок, но и станет важным шагом в создании благоприятной экосистемы для развития креативной экономики в России¹⁰. Безусловно способствует общему развитию креативных индустрий, формируя благоприятные условия для работы отдельных отраслей, освобождение от налогообложения отдельных видов творческой деятельности.

Сегодня ситуация складывается таким образом, что действующая налоговая система в основном благоприятствует государственным учреждениям, в то время как участие частного сектора и объемы частных инвестиций остаются существенно ограниченными. Данная асимметрия в распределении налоговых льгот и поддержки создает барьеры для частных инициатив, а это не лучшим образом сказывается на общем развитии предпринимательской деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий. Сталкиваются предприниматели и с административными трудностями, такими как сложности с подачей заявлений на получение льгот, недостаточная информированность о доступных стимулах. Следовательно, необходимо четкое регулирование налоговых льгот или адаптированных механизмов поддержки для предпринимателей, в первую очередь являющихся субъектами МСП и творческих кадров.

В отношении налоговой поддержки предпринимательства в сфере креативных индустрий учеными предлагается два варианта:

- *универсальный подход* (основан на создании единой системы налоговых льгот, применимых ко всем субъектам креативной экономики, независимо от их отраслевой принадлежности);
- *отраслевой подход* (предусматривает разработку целенаправленных налоговых льгот, учитывающих особенности и потребности отдельных отраслей внутри креативной экономики).

Оба эти подхода, как нам представляется, будут эффективными, поэтому стоит попробовать, хотя бы в форме эксперимента, сочетать их.

¹⁰ Карпова О. М., Тургель И. Д. Налоговые льготы как инструмент стимулирования развития креативных индустрий в региональной экономике // Вестник Пермского университета. Серия : Экономика. 2024. Т. 19. № 4. С. 409—426.



Как отметил член Комитета Совета Федерации по экономической политике Эдуард Исаков, зачастую креативные индустрии сталкиваются с трудностями определения режима налогообложения создаваемых продуктов и услуг, вследствие чего у предпринимателя возрастают риски применения к ним различных санкций. Он также подчеркнул, что парламентарии заинтересованы в развитии креативной экономики, а потому готовы пойти навстречу такому бизнесу¹¹.

Сама идея, нацеленная на развитие сектора креативных индустрий и популяризацию осуществления предпринимательской деятельности в творческом сегменте, безусловно, заслуживает поддержки. Вместе с тем механизм реализации данной идеи требует тщательной доработки. Считаем, что по аналогии с социальным предпринимательством понятие предпринимательской деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий должно быть закреплено непосредственно в Законе о развитии малого и среднего предпринимательства.

Кроме того, для субъектов МСП, осуществляющих деятельность в сфере креативных (творческих) индустрий, необходимо законодательно определить указанный вид поддержки.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. *Апресова Н. Г.* Налогообложение семейного бизнеса: тенденции правового регулирования // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). — 2023. — № 8 (108). — С. 162—168.
2. *Ершова И. В.* Семейный бизнес: точки отсчета и вектор ориентира в правовом регулировании // Актуальные проблемы российского права. — 2022. — Т. 17. — № 11 (144). — С. 67—75.
3. *Карпова О. М., Тургель И. Д.* Налоговые льготы как инструмент стимулирования развития креативных индустрий в региональной экономике // Вестник Пермского университета. — Серия : Экономика. — 2024. — Т. 19. — № 4. — С. 409—426.
4. *Левушкин А. Н.* Семейное предпринимательство в системе малого и среднего предпринимательства: правовая природа и пути развития // Актуальные проблемы российского права. — 2018. — № 11 (96). С. 19—25.
5. *Пономарев Д. А.* Правовое регулирование семейного предпринимательства в Российской Федерации: некоторые тенденции развития // Известия Юго-Западного государственного университета. — Серия : История и право. — 2023. — Т. 13. — № 1. — С. 53—63.
6. *Худокормова О. И.* Правовое регулирование инновационной деятельности в Российской Федерации : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. — М., 2010. — 33 с.

¹¹ В СФ предложили ввести налоговые льготы для креативных индустрий // URL: https://senatinform.ru/news/v_sf_predlozhili_vvesti_nalogovye_lgoty_dlya_kreativnykh_industriy/ (дата обращения: 05.05.2025).