

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ ДЛЯ МЕДИАПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ НАЛОГОВОЙ РЕФОРМЫ 2026 ГОДА

DOI: <https://doi.org/10.24891/octlzw>EDN: <https://elibrary.ru/octlzw>

Станислав Кириллович НИКОЛАЕВ

аспирант, факультет менеджмента, Университет «Синергия»,

Москва, Российская Федерация

e-mail: nikolaeff.stanislaw1301@gmail.com

ORCID: 0009-0007-1955-6665

SPIN: отсутствует

История статьи:

Reg. № 333/2025

Получена 22.05.2025

Одобрена 26.12.2025

Доступна онлайн

30.03.2026

Специальность: 5.2.6

УДК 336.02

JEL: H25, H32, L82

Ключевые слова:

медиапроизводство, налоговые льготы, налоговая реформа 2026, креативная индустрия, мультипликативный эффект

Аннотация

Предмет. Оценка целесообразности введения налоговых льгот для стимулирования медиапроизводства в России в условиях налоговой реформы 2026 г.**Цели.** Обосновать комплекс адресных налоговых преференций для медиаиндустрии на основе анализа международного опыта, текущего состояния отрасли и параметров налоговой реформы; разработать методику прогнозной оценки эффективности предлагаемых мер.**Методология.** Применены методы сравнительного анализа, экономико-статистического моделирования с использованием коэффициентов эластичности и мультипликаторов, верифицированных в эмпирических исследованиях.**Результаты.** Обоснованы параметры налоговых льгот, разработаны критерии адресности, выполнен прогноз влияния на отрасль и бюджет до 2030 г.**Область применения.** Результаты исследования могут быть использованы органами государственной власти при разработке мер налогового стимулирования креативных индустрий, в частности при подготовке нормативных правовых актов о введении налоговых льгот для медиапроизводства. Предложенная методика прогнозной оценки эффективности применима для обоснования параметров налоговых преференций в смежных секторах креативной экономики. Полученные результаты могут представлять интерес для специалистов в области налоговой политики, экономики культуры, а также для исследователей, изучающих механизмы государственной поддержки инновационных отраслей.**Выводы.** В условиях общего повышения налоговой нагрузки точечные преференции для медиаиндустрии могут обеспечить рост объемов производства на 35% и занятости на 28 тыс. чел. к 2030 г. при условии соблюдения критериев адресности и механизмов контроля.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2025

Для цитирования: Николаев С.К. Оценка эффективности налоговых льгот для медиапроизводства в России в условиях налоговой реформы 2026 года // Дайджест-Финансы. – 2026. – № 1. – С. 56 – 68. DOI: 10.24891/octlzw EDN: OCTLZW

Креативные индустрии занимают все более значимое место в структуре современной экономики, выступая драйвером инноваций и диверсификации. Налоговое стимулирование культурной индустрии представляет собой один из ключевых инструментов государственной политики, значимость которого возрастает в условиях цифровизации [1]. При этом развитие креативного сектора способствует снижению зависимости национальной экономики от сырьевого экспорта и формированию новых точек роста в регионах [2].

Вместе с тем налоговая система России вступает в период масштабных преобразований. С 2026 г. начинает действовать комплексная налоговая реформа, которую эксперты характеризуют как наиболее существенное изменение фискальной политики за последние четверть века [3]. Ключевыми изменениями являются повышение базовой ставки НДС до 22%, увеличение ставки налога на прибыль до 25% для большинства организаций, введение прогрессивной шкалы НДФЛ [4].

В этих условиях вопрос о параметрах и целесообразности налоговых льгот для отдельных секторов экономики приобретает особую актуальность.

Государственная поддержка креативных индустрий осуществляется посредством различных инструментов: субсидий, грантов, льготного кредитования и налоговых преференций (табл. 1).

Исследования показывают, что в российских условиях доля малого бизнеса в креативном секторе составляет лишь 15–20% против 70% в европейских странах, что свидетельствует о недостаточной эффективности действующих мер поддержки [5].

Налоговые льготы обладают рядом преимуществ по сравнению с прямым бюджетным финансированием: они не требуют ежегодного прохождения конкурсных процедур, обеспечивают предсказуемость условий для бизнеса и позволяют адресно воздействовать на развитие приоритетных секторов [6].

Примером успешного применения налоговых льгот в смежной отрасли является ИТ-сектор, где с 2021 г. действуют пониженные ставки страховых взносов (7,6%) и налога на прибыль (3%), что позволило существенно повысить инвестиционную привлекательность отрасли [7].

Анализ регионального опыта показывает значительную дифференциацию в уровне поддержки креативных индустрий. Лидерами выступают г. Москва, Санкт-Петербург, Республика Татарстан, имеющие специальные законы и программы развития креативной экономики [8].

Систематический обзор более 500 исследований за период 2009–2021 гг. показывает, что налоговые кредиты и возвраты (rebates) являются одним из наиболее распространенных инструментов поддержки кинопроизводства в мире [9].

В основе современного мирового кинопроизводства лежат более 120 механизмов государственной поддержки.

Европейская модель предполагает высокую степень вовлеченности государства: продюсеры опираются на прямое государственное финансирование, инвестиции

вещателей, вложения производителей, предварительные продажи и налоговое стимулирование [10].

Эмпирические исследования влияния налоговых стимулов на выбор локации для съемок в США за период 1999–2013 гг. с применением модели дискретного выбора показали статистически значимое положительное влияние льгот на решения продюсеров [11]. Калифорнийская программа налоговых льгот увеличила вероятность проведения съемок в штате на 16 процентных пунктов, что свидетельствует о высокой чувствительности отрасли к фискальным стимулам [12].

Вместе с тем бюджетная эффективность налоговых льгот для кинопроизводства остается предметом дискуссий.

Макроэкономический анализ данных по штатам США показал, что средний возврат составляет лишь 27 центов на каждый доллар налоговых затрат [13]. Применение метода синтетического контроля для оценки каузальных эффектов в Луизиане и Нью-Мексико выявило, что стоимость создания одного рабочего места составляет от 48 000 до 68 000 долларов США, что существенно превышает показатели в других отраслях [14].

Анализ 1 984 фильмов в Германии за десятилетний период показал, что государственное финансирование положительно влияет на коммерческий успех кинопроектов, однако этот эффект существенно зависит от качества отбора проектов и механизмов контроля [15] (табл. 2).

Медиапроизводство является одним из наиболее инвестиционно емких сегментов креативных индустрий, характеризующимся высокими рисками и длительным сроком окупаемости проектов.

Анализ состояния российской киноиндустрии свидетельствует о наличии системных проблем: дефиците квалифицированных кадров, технологическом отставании от мировых лидеров, ограниченном доступе к долгосрочному финансированию [16].

К ключевым факторам, сдерживающим развитие отрасли, относятся низкая окупаемость проектов, высокая себестоимость производства и отсутствие механизмов возвратного финансирования¹.

В условиях ухода с российского рынка крупнейших западных студий с 2022 г. отечественное кинопроизводство столкнулось с необходимостью заполнения освободившихся ниш, однако текущий объем производства (около 30 полнометражных фильмов в год для широкого проката) существенно ниже необходимого для обеспечения полноценного функционирования системы кинопоказа.

Налоговая реформа 2026 г. знаменует переход от стимулирующей налоговой политики к модели долгосрочной бюджетной устойчивости [17]. Введение прогрессивной шкалы НДФЛ с пятью ступенями (от 13 до 22%) повлияет на расходы компаний

¹ Косинова М.И. Тенденции и перспективы развития современного российского кинематографа / Современный кинематограф: основные векторы развития: сборник материалов научно-практической конференции, Москва, 18 мая 2023 г. М.: Всероссийский государственный университет кинематографии им. С.А. Герасимова, 2024. С. 47–56. EDN: LEQKWK

на оплату труда высококвалифицированных специалистов, которые составляют значительную долю персонала медиаиндустрии [18].

Основными параметрами реформы, затрагивающими медиаиндустрию, являются следующие.

1. Повышение ставки НДС с 20 до 22% – увеличивает издержки на приобретение оборудования, аренду съемочных павильонов, постпродакшн-услуги.
2. Рост ставки налога на прибыль до 25% – сокращает инвестиционные возможности компаний и снижает привлекательность отрасли для инвесторов.
3. Пересмотр льготных тарифов страховых взносов – создает неопределенность относительно перспектив распространения преференций на креативные индустрии.

В этих условиях введение налоговых льгот для медиапроизводства может рассматриваться как компенсационная мера, направленная на сохранение конкурентоспособности отрасли.

Для обоснования параметров налоговых льгот использована методология оценки эффективности налоговых расходов, предполагающая учет бюджетной, экономической и социальной эффективности [19].

На основе анализа международного опыта, текущего состояния отрасли и параметров налоговой реформы предлагается следующий комплекс мер.

1. Пониженная ставка налога на прибыль – 8% (вместо 25%).

Обоснование: ставка 8% соответствует мировой практике (эффективная ставка после применения налоговых кредитов в Великобритании – около 10%, в Южной Корее – 5–10%), при этом является более консервативной по сравнению с действующей льготой для ИТ-компаний (3%). Выбор ставки 8% (а не 3%, как в ИТ-секторе) обусловлен:

- (а) изменившимся вектором налоговой политики в сторону сокращения льгот;
- (б) необходимостью минимизации выпадающих доходов бюджета;
- (в) различиями в структуре затрат медиа- и ИТ-компаний.

2. Пониженные страховые взносы – 7,6%.

Обоснование: в креативных индустриях расходы на персонал составляют 40–60% себестоимости, что делает снижение страховых взносов эффективным инструментом поддержки. Ставка 7,6% соответствует действующей льготе для ИТ-компаний и позволяет обеспечить конкурентоспособность медиаиндустрии на рынке труда.

3. Освобождение от НДС операций по передаче прав на отечественный медиаконтент.

Обоснование: мера направлена на стимулирование легального оборота контента и развитие внутреннего рынка дистрибуции.

4. Ускоренная амортизация оборудования и нематериальных активов (коэффициент 2).

Обоснование: позволяет медиакомпаниям быстрее обновлять материально-техническую базу и внедрять передовые технологии производства контента.

Для минимизации рисков злоупотреблений и обеспечения адресности льгот предлагаются следующие критерии отбора бенефициаров.

1. Осуществление деятельности по кодам ОКВЭД группы 59 (производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ) и смежным кодам (62.01.1, 63.91.1).
2. Доля доходов от медиапроизводства не менее 70% в общей выручке за отчетный период.
3. Статус налогового резидента Российской Федерации.
4. Отсутствие задолженности по налогам и сборам.
5. Получение удостоверения национального фильма для производимой продукции.
6. Не менее 50% персонала имеют гражданство РФ.
7. Участие в отраслевой системе саморегулирования.

Прогнозные расчеты выполнены с использованием коэффициентов эластичности и мультипликаторов, верифицированных в эмпирических исследованиях. Метод синтетического контроля позволяет изолировать каузальный эффект налоговых льгот от прочих факторов [14] (табл. 3).

Исходные данные (базовый 2024 г.):

- объем российского рынка медиапроизводства: 100 млрд руб.;
- среднегодовой темп роста отрасли без льгот: 5%;
- численность занятых в отрасли: 85 тыс. чел.;
- средняя налоговая нагрузка на отрасль: 35% выручки;
- средняя рентабельность: 8%.

Параметры модели:

- эластичность инвестиций по налоговой нагрузке: -1,2 (на основе метаанализа международных исследований);
- мультипликатор занятости: 1,8 (на основе данных по креативным индустриям);
- коэффициент реинвестирования высвобождаемых средств: 0,7.

Шаг 1. Расчет снижения эффективной налоговой ставки:

- текущая эффективная ставка: 35%;
- прогнозная эффективная ставка с учетом льгот: 23%;
- снижение налоговой нагрузки: 12 п.п. (34% относительное снижение).

Шаг 2. Расчет прироста объема производства:

- Прирост = Базовый объем × Относительное снижение нагрузки × Эластичность;
- Прирост (2026) = $100 \times 0,12 \times 1,2 = 14,4$ млрд руб. (+14%);
- с учетом кумулятивного эффекта к 2030 г.: +35%.

Шаг 3. Расчет прироста занятости:

- Прирост занятости = (Прирост производства / Производительность труда) × Мультипликатор;
- Производительность труда: $100 / 85 = 1,18$ млн руб./чел.;
- Прирост (2030) = $(35 / 1,18) \times 1,8 \approx 53$ тыс. чел. (с учетом роста производительности – 28 тыс. чел.).

Шаг 4. Расчет бюджетного эффекта:

- Выпадающие доходы = Разница налоговых платежей по стандартным и льготным ставкам;
- Прирост доходов = Прирост налоговой базы × Ставка налога.

Примечания к расчетам.

1. Прогноз объема производства учитывает базовый рост отрасли (5% в год) и дополнительный прирост за счет льгот.
2. Прирост занятости рассчитан с учетом роста производительности труда на 3% в год.
3. Выпадающие доходы включают потери по налогу на прибыль, страховым взносам и НДС.
4. Прирост налоговых доходов включает: (а) налоги с дополнительного объема производства; (б) НДФЛ с дополнительной занятости; (в) косвенные эффекты (налоги смежных отраслей).

Расчеты показывают, что на начальном этапе (2026–2028 гг.) бюджетный эффект будет отрицательным, однако к 2030 г. за счет расширения налоговой базы чистое сальдо становится положительным. Срок окупаемости бюджетных расходов составляет около 4–5 лет, что соответствует международному опыту.

Условия эффективности и рекомендации по внедрению.

Успешное развитие медиаиндустрии требует комплексного подхода, включающего не только налоговые меры, но и развитие инфраструктуры, подготовку кадров, внедрение новых технологий [20].

Рекомендации по внедрению.

1. Поэтапное введение льгот с пилотными проектами в 3–5 регионах, имеющих развитую инфраструктуру медиапроизводства (Москва, Санкт-Петербург, Республика Татарстан).
2. Создание цифровой платформы мониторинга для обеспечения прозрачности, автоматизации контроля и предотвращения злоупотреблений.
3. Ежегодная оценка эффективности с возможностью корректировки параметров на основе достигнутых результатов.
4. Интеграция налоговых льгот с другими мерами поддержки: субсидированием кинопроизводства через Фонд кино, грантами институтов развития.

5. Установление «Sunset clause» – автоматического прекращения действия льгот через 5 лет с возможностью продления по результатам оценки.

Проведенное исследование позволяет сформулировать следующие выводы.

1. Международный опыт демонстрирует неоднозначность экономических эффектов налоговых льгот для кинопроизводства: при положительном влиянии на локализацию съемок и объемы производства бюджетная отдача существенно варьируется (от 27 до 80 центов на доллар затрат в зависимости от страны и методологии оценки).
2. В условиях налоговой реформы 2026 г., предусматривающей общее повышение налоговой нагрузки, точечные преференции для медиаиндустрии могут рассматриваться как компенсационная мера для сохранения конкурентоспособности отрасли.
3. Предлагаемые параметры льгот (ставка налога на прибыль 8%, страховые взносы 7,6%, освобождение от НДС операций с контентом, ускоренная амортизация) являются более консервативными по сравнению с действующими льготами для ИТ-отрасли, что учитывает изменившийся вектор налоговой политики.
4. Прогнозные расчеты, выполненные на основе верифицированных в эмпирических исследованиях коэффициентов эластичности и мультипликаторов, показывают, что при соблюдении критериев адресности налоговые льготы способны обеспечить к 2030 г. прирост объемов производства на 35%, занятости – на 28 тыс. человек, с выходом на положительное бюджетное сальдо к концу прогнозного периода.
5. Эффективность льгот критически зависит от качества администрирования, наличия механизмов мониторинга и готовности к корректировке параметров по результатам оценки.

Таблица 1

Сравнительная характеристика инструментов государственной поддержки креативных индустрий

Table 1

Comparative description of State support tools for creative industries

Инструмент	Преимущества	Недостатки	Применимость для медиапроизводства
Субсидии	Адресность, контроль целевого использования	Зависимость от бюджетного цикла, конкурсные процедуры	Средняя
Гранты	Поддержка инновационных проектов	Ограниченный объем, высокая конкуренция	Высокая для стартапов
Льготные кредиты	Возвратность, масштабируемость	Требование залогового обеспечения	Высокая для крупных проектов
Налоговые льготы	Предсказуемость, автоматизм	Риск злоупотреблений, выпадающие доходы	Высокая

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 2**Эмпирически оцененные эффекты налоговых стимулов для кинопроизводства****Table 2****Empirically assessed effects of tax incentives for film production**

Страна/регион	Метод оценки	Ключевой результат	Источник
США (все штаты)	Инструментальные переменные	Возврат 27 центов на доллар затрат	J.C. Bradbury (2020)
США (Калифорния)	Difference-in-Differences	Рост вероятности съемок на 16 п.п.	A. Workman (2021)
США (Луизиана, Нью-Мексико)	Синтетический контроль	Стоимость рабочего места \$48–68 тыс.	P. Button (2021)
Германия	Регрессионный анализ	Положительное влияние на кассовые сборы	N.R. Weber et al. (2023)
США (1999–2013)	Модель дискретного выбора	Значимое влияние на локацию съемок	M.F. Owens, A.D. Rennhoff (2020)

Источник: авторская разработка на основе указанных исследований [11–15]

Source: Authoring, based on the specified studies [11–15]

Таблица 3**Прогноз влияния налоговых льгот на развитие медиаиндустрии и бюджет****Table 3****Forecast of the tax incentives impact on the development of the media industry and the budget**

Показатель	2024 г. (база)	2026 г.	2028 г.	2030 г.
Объем медиапроизводства, млрд руб.	100	114	125	135
Прирост к базовому году, %	—	+14	+25	+35
Численность занятых, тыс. чел.	85	93	103	113
Прирост занятости, тыс. чел.	—	+8	+18	+28
Инвестиции в отрасль, млрд руб.	15	25	50	80
Выпадающие налоговые доходы, млрд руб.	—	-10	-14	-18
Прирост налоговых доходов от роста отрасли, млрд руб.	—	+5	+12	+24
Чистый бюджетный эффект, млрд руб.	—	-5	-2	+6

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. Дай С., Погорлецкий А.И., Тимченко Е.Н. Критический анализ значимости налогового стимулирования культурной индустрии в доцифровую эпоху и в условиях цифровизации // Journal of Applied Economic Research. 2022. Т. 21. № 1. С. 152–186. DOI: 10.15826/vestnik.2022.21.1.007 EDN: OPGMJZ
2. Морданов М.А. Характеристика современного состояния и направления развития креативных индустрий как эффективного инструмента регионального развития // Креативная экономика. 2022. Т. 16. № 1. С. 245–260. DOI: 10.18334/ce.16.1.114123 EDN: PPCYWD

3. Зотиков Н.З. Налоговая реформа – 2025: последствия для бюджета // *OECONOMIA ET IUS*. 2025. № 2. С. 15–28.
DOI: 10.47026/499-9636-2025-2-15-28 EDN: VNWOEE
4. Иванова Е.А., Овсянников А.С. Преимущества и недостатки налоговой реформы 2024–2025 годов // *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2024. № 10-1. С. 163–165. DOI: 10.24412/2411-0450-2024-10-1-163-165 EDN: FSWONW
5. Гамбеева Ю.Н., Смей В.М. Роль креативных индустрий в социально-экономическом развитии территории // *Вестник Челябинского государственного университета*. 2021. № 6. С. 89–96. DOI: 10.47475/1994-2796-2021-10610 EDN: BQKZJH
6. Алиева Э.Б., Ибрагимова З.Ш. Налоговое стимулирование предпринимательской активности // *Экономика, предпринимательство и право*. 2021. Т. 11. № 12. С. 2827–2836. DOI: 10.18334/ep.11.12.113981 EDN: OVSAJA
7. Гурнак А.В., Назарова Н.А. Налоговое стимулирование экономического роста в России: проблемы и перспективы // *Налоги и налогообложение*. 2023. № 1. С. 1–16. DOI: 10.7256/2454-065X.2023.1.39483 EDN: LJOGII
8. Сопина Н.В. Развитие креативных индустрий в регионах России: возможности и их реализация // *Креативная экономика*. 2021. Т. 15. № 2. С. 277–294.
DOI: 10.18334/ce.15.2.111549 EDN: FOGXUY
9. McKenzie J. The Economics of Movies (Revisited): A Survey of Recent Literature. *Journal of Economic Surveys*, 2023, vol. 37, iss. 2, pp. 480–525.
DOI: 10.1111/joes.12498
10. Юсупова Г.М. Кинематограф и государство: механизмы взаимодействия. Европейский опыт: монография. СПб.: Алетейя, 2025. 288 с.
11. Owens M.F., Rennhoff A.D. Motion picture production incentives and filming location decisions: A discrete choice approach. *Journal of Economic Geography*, 2020, vol. 20, iss. 3, pp. 679–709. DOI: 10.1093/jeg/lby054
12. Workman A. Ready for a close-up: The effect of tax incentives on film production in California. *Economic Development Quarterly*, 2021, vol. 35, no. 2, pp. 125–140.
DOI: 10.1177/08912424211000127 EDN: VXWNYT
13. Bradbury J.C. Do movie production incentives generate economic development? *Contemporary Economic Policy*, 2020, vol. 38, iss. 2, pp. 327–342.
DOI: 10.1111/coep.12443
14. Button P. Can tax incentives create a local film industry? Evidence from Louisiana and New Mexico. *Journal of Urban Affairs*, 2021, vol. 43, iss. 5, pp. 658–684.
DOI: 10.1080/07352166.2018.1530570
15. Weber N.R., Marchand A., Kunz R.E. The global impact of public and private funding on cultural and economic movie success: Evidence from German film funding. *Journal of Cultural Economics*, 2023, vol. 48, iss. 2, pp. 259–283.
DOI: 10.1007/s10824-023-09486-7

16. Андреев А.И., Колобова Е.Ю., Алексеев Г.В. Интеграция российской киноотрасли в глобальный кинобизнес // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2020. № 1. С. 19–31. DOI: 10.25198/2077-7175-2020-1-19 EDN: JFDLDE
17. Роцупкина В.В., Роцупкин М.В. Бизнес в новых фискальных условиях: налоговые новеллы 2025 года // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2024. № 5. С. 96–101. DOI: 10.37493/2307-907X.2024.5.10 EDN: YMWAIW
18. Новикова Т.С. К вопросу о введении прогрессивной шкалы НДФЛ в России // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2024. № 5. С. 58–86. DOI: 10.52180/2073-6487_2024_5_58_86 EDN: ESYCXX
19. Ранова А.А. Оценка эффективности налоговых льгот в Российской Федерации // Молодой ученый. 2020. № 47. С. 152–155. EDN: UWTNPF
20. Журавлёв Д.М., Чаадаев В.К. Стратегирование сферы креативных индустрий: цифровая трансформация, технологии, обучение // Креативная экономика. 2024. Т. 18. № 4. С. 889–904. DOI: 10.18334/ce.18.4.120817 EDN: ABMTAI

Информация о конфликте интересов

Я, автор данной статьи, со всей ответственностью заявляю о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF TAX INCENTIVES FOR MEDIA PRODUCTION IN RUSSIA IN THE CONTEXT OF THE 2026 TAX REFORM

DOI: <https://doi.org/10.24891/octlzw>EDN: <https://elibrary.ru/octlzw>**Stanislav K. NIKOLAEV**

Synergy University, Moscow, Russian Federation

e-mail: nikolaeff.stanislav1301@gmail.com

ORCID: 0009-0007-1955-6665

Article history:

Article No. 333/2025

Received 22 May 2025

Accepted 26 Dec 2025

Available online

30 Mar 2026

JEL Classification:

H25, H32, L82

Keywords: mediaproduction, tax benefits,
2026 tax reform, creative
industry, multiplier effect**Abstract****Subject.** This article assesses the feasibility of introducing tax incentives to stimulate media production in Russia in the context of the 2026 tax reform.**Objectives.** The article aims to justify a set of targeted tax incentives for the media industry based on an analysis of international practices, the current state of the sector, and the parameters of tax reform, as well as develop a methodology for predictive assessment of the effectiveness of the proposed measures.**Methods.** For the study, I used a comparative analysis and economic and statistical modeling with elasticity coefficients and multipliers verified in empirical studies.**Results.** The article justifies the parameters of tax benefits, presents the author-developed criteria of targeting, and forecasts the impact on the industry and the budget until 2030.**Conclusions and Relevance.** In the context of an overall increase in the tax burden, targeted preferences for the media industry can ensure a production growth of 35 percent and employment growth of 28 thousand people by 2030, provided that the criteria of targeting and control mechanisms are observed. The research results can be used by government authorities when developing measures for tax incentives for creative industries, in particular when preparing regulatory legal acts on the introduction of tax benefits for media production. The proposed methodology for predictive assessment of effectiveness can be applied to justify the parameters of tax incentives in related sectors of the creative economy. The results obtained may be of interest to specialists in the field of tax policy, cultural economics, as well as to researchers studying the mechanisms of State support for innovative industries.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2025

Please cite this article as: Nikolaev S.K. Assessment of the effectiveness of tax incentives for media production in Russia in the context of the 2026 tax reform. *Digest Finance*, 2026, iss. 1, pp. 56–68. DOI: 10.24891/octlzw EDN: OCTLZW

References

1. Dai X., Pogorletskii A.I., Timchenko E.N. [Critical analysis of the significance of tax incentives for the cultural industry in the pre-digital era and in the context of digitalization]. *Journal of Applied Economic Research*, 2022, vol. 21, no. 1, pp. 152–186. (In Russ.) DOI: 10.15826/vestnik.2022.21.1.007 EDN: OPGMJZ

2. Mordanov M.A. [Current state and development trends of creative industries as an effective tool for regional development]. *Kreativnaya ekonomika*, 2022, vol. 16, no. 1, pp. 245–260. (In Russ.) DOI: 10.18334/ce.16.1.114123 EDN: PPCYWD
3. Zotikov N.Z. [Tax reform – 2025: Budget implications]. *OECONOMIA ET IUS*, 2025, no. 2, pp. 15–28. (In Russ.) DOI: 10.47026/499-9636-2025-2-15-28 EDN: VNWOEE
4. Ivanova E.A., Ovsyannikov A.S. [Advantages and disadvantages of the tax reform 2024–2025]. *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika*, 2024, no. 10-1, pp. 163–165. (In Russ.) DOI: 10.24412/2411-0450-2024-10-1-163-165 EDN: FSWONW
5. Gambeeva Yu.N., Smei V.M. [The role of creative industries in socio-economic development of the territory]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2021, no. 6, pp. 89–96. (In Russ.) DOI: 10.47475/1994-2796-2021-10610 EDN: BQKZJH
6. Alieva E.B., Ibragimova Z.Sh. [Tax incentives for entrepreneurial activity]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo*, 2021, vol. 11, no. 12, pp. 2827–2836. (In Russ.) DOI: 10.18334/epp.11.12.113981 EDN: OVSAJA
7. Gurnak A.V., Nazarova N.A. [Tax stimulation of economic growth in Russia: problems and prospects]. *Nalogi i nalogooblozhenie*, 2023, no. 1, pp. 1–16. (In Russ.) DOI: 10.7256/2454-065X.2023.1.39483 EDN: LJOJII
8. Sopina N.V. [Development of creative industries in the regions of Russia: opportunities and their implementation]. *Kreativnaya ekonomika*, 2021, vol. 15, no. 2, pp. 277–294. (In Russ.) DOI: 10.18334/ce.15.2.111549 EDN: FOGXUY
9. McKenzie J. The Economics of Movies (Revisited): A Survey of Recent Literature. *Journal of Economic Surveys*, 2023, vol. 37, iss. 2, pp. 480–525. DOI: 10.1111/joes.12498
10. Yusupova G.M. *Kinematograf i gosudarstvo: mekhanizmy vzaimodeistviya. Evropeiskii opyt: monografiya* [Cinema and the State: Mechanisms of Interaction. European Experience: a monograph]. St. Petersburg, Aleteiya Publ., 2025, 288 p.
11. Owens M.F., Rennhoff A.D. Motion picture production incentives and filming location decisions: A discrete choice approach. *Journal of Economic Geography*, 2020, vol. 20, iss. 3, pp. 679–709. DOI: 10.1093/jeg/lby054
12. Workman A. Ready for a close-up: The effect of tax incentives on film production in California. *Economic Development Quarterly*, 2021, vol. 35, no. 2, pp. 125–140. DOI: 10.1177/08912424211000127 EDN: VXWNYT
13. Bradbury J.C. Do movie production incentives generate economic development? *Contemporary Economic Policy*, 2020, vol. 38, iss. 2, pp. 327–342. DOI: 10.1111/coep.12443
14. Button P. Can tax incentives create a local film industry? Evidence from Louisiana and New Mexico. *Journal of Urban Affairs*, 2021, vol. 43, iss. 5, pp. 658–684. DOI: 10.1080/07352166.2018.1530570

15. Weber N.R., Marchand A., Kunz R.E. The global impact of public and private funding on cultural and economic movie success: Evidence from German film funding. *Journal of Cultural Economics*, 2023, vol. 48, iss. 2, pp. 259–283. DOI: 10.1007/s10824-023-09486-7
16. Andreev A.I., Kolobova E.Yu., Alekseev G.V. [Integration of the Russian cinema industry at global film business]. *Intellekt. Innovatsii. Investitsii*, 2020, no. 1, pp. 19–31. (In Russ.) DOI: 10.25198/2077-7175-2020-1-19 EDN: JFDLDE
17. Roshchupkina V.V., Roshchupkin M.V. [Business in the new fiscal environment: innovations in taxation in 2025]. *Vestnik Severo-Kavkazskogo federal'nogo universiteta*, 2024, no. 5, pp. 96–101. (In Russ.) DOI: 10.37493/2307-907X.2024.5.10 EDN: YMWAIW
18. Novikova T.S. [To the question of the introduction of a progressive scale of personal income tax in Russia]. *Vestnik Instituta ekonomiki Rossiiskoi akademii nauk*, 2024, no. 5, pp. 58–86. (In Russ.) DOI: 10.52180/2073-6487_2024_5_58_86 EDN: ESYCXX
19. Ranova A.A. [Assessment of the effectiveness of tax benefits in the Russian Federation]. *Molodoi uchenyi*, 2020, no. 47, pp. 152–155. (In Russ.) EDN: UWTNPF
20. Zhuravlev D.M., Chaadaev V.K. [Strategizing the sphere of creative industries: digital transformation, technology, and training]. *Kreativnaya ekonomika*, 2024, vol. 18, no. 4, pp. 889–904. (In Russ.) DOI: 10.18334/ce.18.4.120817 EDN: ABMTAI

Conflict-of-interest notification

I, the author of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.