

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гибадуллина Е. А. Система стимулирования развития научно-технического и образовательного потенциала // Бизнес. Образование. Право. 2008. № 2 (6). С. 31–32.
2. Зубова О. Г. Комплексная оценка инвестиционного климата сельского поселения // Бизнес. Образование. Право. 2016. № 4 (37). С. 51–55.
3. Игнатова Т. В., Змияк С. С. Посткризисные особенности реализации государственной политики поддержки труда и бизнеса: региональный аспект // Бизнес. Образование. Право. 2013. № 2 (23). С. 78–81.
4. Романишина Т. С. Опыт развития социально-экономических систем муниципальных образований Московской области // Бизнес. Образование. Право. 2017. № 2 (39). С. 81–85.

REFERENCES

1. Gibadullina E. A. System of stimulation of development of scientific-technical and educational potential // Business. Education. Law. 2008. No. 2 (6). P. 31–32.
2. Zubova O. G. A comprehensive assessment of the investment climate of the rural settlement // Business. Education. Law. 2016. No. 4 (37). P. 51–55.
3. Ignatova T. V., Zmiyak S. S. Post-crisis features of the public policy realization as for support of labour and business: a regional perspective // Business. Education. Law. 2013. No. 2 (23). P. 78–81.
4. Romanishina T. S. Experience in the development of socio-economic systems of municipalities in the Moscow region // Business. Education. Law. 2017. No. 2 (39). P. 81–85.

Как цитировать статью: Романишина Т. С. Современные методы и принципы регулирования развития инновационных предприятий с учетом опыта Калужской области // Бизнес. Образование. Право. 2017. № 4 (41). С. 173–180.

For citation: Romanishina T. S. The modern methods and principles of regulation the development of innovative enterprises based on the experience of Kaluga region // Business. Education. Law. 2017. No. 4 (41). P. 173–180.

УДК 658.14

ББК 65.050

Spiridonova Ekaterina Vladimirovna,
candidate of economics,
associate professor of the department of Management
Novosibirsk State
Technical University,
Novosibirsk,
e-mail: e.uvarova@corp.nstu.ru

Спиридонова Екатерина Владимировна,
канд. экон. наук,
доцент кафедры Менеджмента
Новосибирского государственного
технического университета,
г. Новосибирск,
e-mail: e.uvarova@corp.nstu.ru

Trofimova Kristina Viacheslavovna,
graduate student, department of Management
directions of training 38.04.02 — Management
(International management)
Novosibirsk State
Technical University,
Novosibirsk,
e-mail: kris.v.tr@gmail.com

Трофимова Кристина Вячеславовна,
магистрант кафедры Менеджмента
направления подготовки 38.04.02 — Менеджмент
(профиль: Международный менеджмент)
Новосибирского государственного
технического университета,
г. Новосибирск,
e-mail: kris.v.tr@gmail.com,

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ: КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

SOURCES OF FINANCING INNOVATIONS: A CONCEPTUAL MODEL FOR ADOPTING MANAGERIAL DECISIONS

08.05.00 – Экономика и управление народным хозяйством
08.05.00 – Economics and management of national economy

В статье предпринята попытка построения концептуальной модели выбора фандрайзинговых (безвозмездных, безвозвратных) источников финансирования проектов, в том числе высокотехнологических, инновационных. Обозначены три основных источника (физические и юридические лица, государство) и две формы взаимодействия с ними (адресная

и программно-целевая поддержка). Выявлены три ключевых параметра, оценка которых позволяет принять решение об обращении к тому или иному источнику. На примере одного из источников (пожертвования физических лиц, в частности краудфандинг) проведено сопоставление теоретических предположений и аналитических материалов.

The article attempts to construct a conceptual model for selecting fundraising (gratuitous, irretrievable) sources of project financing, incl. high-tech, innovative ones. Three main sources are identified (individuals and companies, the government) and two forms of interaction with them (targeted and program focused support). There are identified three key options which evaluation makes it possible to take a decision to turn to a particular source. The example of one of the sources (donations of individuals, in particular, crowdfunding) allows a comparison of theoretical assumptions and analytical materials.

Ключевые слова: финансирование, фандрайзинг, источник финансирования, фонд, адресная поддержка, краудфандинг, инновации, проект, стартап, пожертвование, грант, государственные субсидии.

Keywords: financing, fundraising, source of financing, fund, targeted support, crowdfunding, innovation, project, start-up, donation, grant, state subsidy.

Введение

Инновационные проекты, стартапы, формирующиеся в бизнес-инкубаторах и технопарках, научных и образовательных учреждениях, малых инновационных компаниях являются одним из основных драйверов развития XXI века как в России, так и за рубежом. Независимо от отраслей и направлений деятельности основным барьером для успешного старта становится отсутствие доступных источников финансирования.

Кредитование и получение венчурных инвестиций на первых стадиях жизненного цикла проекта зачастую невозможно. Проектная команда может претендовать на заемные средства из традиционных источников только начиная с этапа раннего роста (есть первые продажи, определена стратегия развития, рассчитаны показатели экономической эффективности). На этапе генерации идеи, проведения исследований (технических, маркетинговых и т. д.) и производства прототипа могут быть задействованы собственные средства и/или фандрайзинговые источники. Фандрайзинг — это привлечение ресурсов (безвозмездных, безвозвратных), необходимых для реализации определенного проекта, которые организация не может обеспечить самостоятельно [1].

Термин «фандрайзинг» не является общераспространенным, тем не менее активно используется отдельными сообществами уже более 15 лет. Укрупненно можно выделить три таких сообщества: некоммерческие организации, научные и образовательные учреждения, инноваторы и инновационные компании.

Наибольший опыт привлечения безвозвратного, безмездного финансирования накоплен некоммерческими организациями (далее — НКО). Именно в этой среде систематизирована информация о фандрайзинговых источниках, методах и технологиях взаимодействия с ними. Проработана юридическая часть: формы заключения договоров, права и обязанности сторон, вопросы налогообложения. Наиболее полным и системным источником информации по фандрайзингу для НКО является Центр развития некоммерческих организаций (далее — Центр РНО). На официальном сайте Центра РНО (<http://www.crnо.ru/>) представлено более 40 брошюр, учебных пособий, сборников кейсов, посвященных всевозможным аспектам привлечения безвозмездного финансирования. И это не единственная организация, осуществляющая консультационную и информационно-методическую поддержку

НКО. Ассоциация фандрайзеров, Фонд поддержки и развития филантропии КАФ-Россия и др. изучают фандрайзинг некоммерческого сектора, обобщают и анализируют полученную информацию, проводят обучающие семинары и тренинги.

Академический фандрайзинг также развивается уже не одно десятилетие, но, как правило, он ограничен конкурсами научных фондов, федеральных целевых программ и формированием ассоциаций выпускников (созданием эндаумент-фондов). Исследования и систематизация знаний в данном сообществе сконцентрированы в Высшей школе экономики. Но академическая среда недостаточно сплочена вокруг данного вопроса. Большинство исследователей выбирают собственный путь проб и ошибок.

Фандрайзинг для инноваций — относительно новое направление. Оно возникло для того, чтобы решить важнейшую проблему поиска ресурсов на первых этапах финансирования инновационных проектов. Высокотехнологичные, капиталоемкие проекты требуют значительных инвестиций задолго до выпуска прототипа и первого жизнеспособного образца (MPV). При помощи фандрайзинга можно привлечь необходимые ресурсы в проект.

Актуальность. Каждый проект имеет свои особенности и ограничения, каждый фандрайзинговый источник преследует определенные цели и выдвигает специфические требования. Обобщенной информации по фандрайзингу для инноваций в России не существует. Руководители проектов, даже если и знают о существовании безвозмездных источников ресурсов, зачастую не представляют, как определить, в какой из них обратиться. Самостоятельное же изучение отдельных источников и неудачные попытки обращения в них могут занять месяцы, а иногда даже годы, что неприемлемо в динамично развивающейся инновационной среде.

Цель данного исследования заключается в построении концептуальной модели выбора фандрайзинговых источников финансирования проектов, в том числе высокотехнологичных, инновационных.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

- 1) рассмотреть основные источники безвозмездного финансирования;
- 2) изучить формы взаимодействия с рассмотренными источниками;
- 3) выявить ключевые параметры, оценка которых позволит принять решение об обращении к тому или иному источнику;
- 4) на примере одного из источников сопоставить теоретические предположения и аналитические материалы.

Основная часть

Укрупненно фандрайзинговые источники можно разбить на три основные группы: физические лица (частные пожертвования граждан), юридические лица (корпоративные пожертвования), государственные органы (гранты и субсидии).

Основными формами взаимодействия с данными источниками являются адресная поддержка и целевые конкурсы и программы, реализуемые, как правило, через частные, государственные и корпоративные Фонды.

Гипотезой данного исследования является предположение о том, что из всего многообразия параметров проекта можно выделить два или три общих, ключевых, на основании которых будет построена двух- или трехмерная модель, облегчающая процедуру принятия управленческого решения о выборе фандрайзингового источника.

В качестве основных методов исследования вы-браны анализ и синтез теоретической информации, обобщенной для НКО. Адаптация данной информации к специфике инновационных проектов. Изучение конкурсной документации крупнейших фондов. А также сопоставление теоретических выводов с аналитическими данными по одному из источников финансирования (частные пожертвования через краудфандинговые платформы). В частности, рассмотрены материалы американских исследователей, посвященные изучению более чем 150 тысяч проектов, размещенных на крупнейшей краудфандинговой платформе Kickstarter в 2009–2014 годах, а также собственные результаты анализа 150 проектов, размещенных на российском аналоге Boomstarter в 2016–2017 годах.

Особенности взаимодействия с фандрайзинговыми источниками

Государство осуществляет поддержку инновационных проектов, равно как и любых других, преимущественно используя программно-целевой подход, который реализуется через государственные фонды и целевые программы (федеральные, региональные, муниципальные). Адресная поддержка осуществляется крайне редко [2].

Средства фондов и целевых программ распределяются через процедуру открытого конкурса, имеющую как положительные, так и отрицательные стороны. Основными преимуществами являются регламентированность всех процессов и процедур; доступность конкурсной документации, закрепляющей основные правила и требования; унифицированная форма заявки. Основной недостаток: длительность проведения конкурса (с момента объявления конкурса до момента получения денег проходит от полугода до года).

Основным критерием отбора проектов для государственных структур является массовый эффект от реализации проекта и/или развитие приоритетных направлений и критических технологий. Важным является благонадежность грантополучателя, определяемая опытом предыдущего сотрудничества и имеющимся заделом по проекту. Преимущество отдается проектам кооперации российских образовательных организаций высшего образования, государственных научных учреждений и организаций, реализующих комплексные проекты по созданию высокотехнологичного производства [3].

Сумма грантов и субсидий может варьироваться от 100 тыс. руб. до 10 млн руб. в год. По особенно крупным конкурсам (например, гранты Российского Научного Фонда, средства по государственной программе в рамках

Постановления Правительства РФ от 09.04.2010 № 218) можно получить до 100–150 млн руб. [1].

Бизнес-структуры осуществляют поддержку как через корпоративные фонды, так и адресно. Первый вариант свойственен крупным корпорациям, его преимущества и недостатки описаны выше. Второй вариант практикуют небольшие компании. Его основная сложность в том, что не ясны правила игры, каналы взаимодействия, интересы компании и ее руководства. Но если инноватору удастся установить связь и определить точки взаимодействия с организацией, ресурсы могут быть получены значительно быстрее, чем в предыдущем варианте.

Главное, про коммерческие компании необходимо понимать, что оказывая даже безвозмездную поддержку, организация преследует собственные интересы. Бизнесу может быть интересен продукт, полученный в результате реализации проекта, или дополнительная связь с целевой аудиторией и другие элементы маркетинга. Обращаясь к бизнесу, следует осознавать возможность слияния или поглощения в дальнейшем [4].

Суммы, которые могут быть получены от коммерческих компаний, практически не ограничены. Они зависят от масштабов самой компании и уровня ее заинтересованности в проекте и проектной команде [1; 3].

Физические лица крайне редко применяют программно-целевой подход, тем не менее даже в России существует несколько крупных частных фондов, например, Благотворительный фонд В. Потанина, Фонд М. Прохорова и др. Большинство же граждан, если и участвует в благотворительности, то осуществляет адресные пожертвования.

Граждане, как правило, поддерживают интересные, но простые и понятные проекты. Бытовая техническая новинка или уникальный продукт питания скорее получают отклик и поддержку обывателя, чем важнейшая техническая разработка, суть которой не ясна.

Пожертвования граждан сравнительно малы. Даже через краудфандинговые платформы (площадки для сбора средств на проекты от большого количества физических лиц) собираются суммы от 10 тыс. руб. до 3 млн руб. [5].

Анализ особенностей взаимодействия с отдельными источниками позволяет выделить три основных параметра, которые необходимо учитывать: требуемая сумма средств, масштабность целевой аудитории проекта (является ли результат проекта предметом широкого потребления), длительность ожидания.

На первом этапе построим двухмерную концептуальную модель принятия решений о выборе источника безвозмездного финансирования на основе первых двух параметров (см. рис. 1).

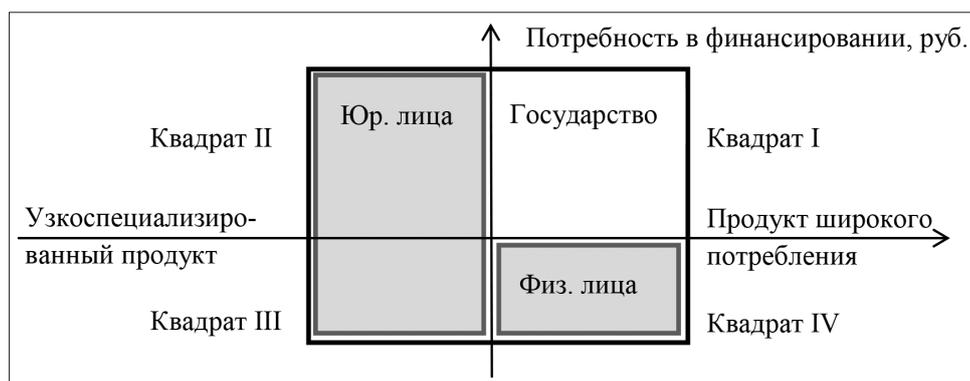


Рис. 1. Двухмерная концептуальная модель

По оси абсцисс отражается потребность в финансировании в денежных единицах, по оси ординат — масштабность целевой аудитории проекта. Отметим, что точка пересечения осей численно не равна нулю. По оси «X» — это точка близкая к 3 млн руб. Анализ открытых конкурсов и успешных краудфандинговых проектов показал, что объем получаемой безвозмездной поддержки колеблется от десятков тысяч рублей до 100–150 млн руб. Следовательно, высота III и IV квадратов на рис. 1 (от 10 тыс. руб. до 3 млн руб.) значительно меньше высоты I и II квадратов (от 3 до 150 млн руб.). Тем не менее большая часть инновационных проектов попадает именно в III и IV квадрат. Численно определить точку пересечения по оси «Y» пока не представляется возможным, она будет уточнена в дальнейших исследованиях. На данном этапе будем использовать качественные характеристики: в квадраты II и III попадают узконаправленные проекты, в квадраты I и IV — проекты, результатом которых являются продукты массового потребления [1].

К физическим лицам следует обращаться в том случае, если проект по своим характеристикам попадает в IV квадрат. Товары и услуги массового потребления понятны простым обывателям. Сумма денег, которая может быть получена от крупного мецената или группы физических лиц (например, через краудфандинговую платформу или сбор в социальной сети), составляет не более 3 млн руб.

Юридические лица вероятнее всего поддержат проекты, относящиеся к II и III квадратам. Коммерческие орга-

низации, преследующие, прежде всего, собственные выгоды, заинтересованы в специфических технических новинках или взаимодействии с конкретной целевой аудиторией. Величина корпоративной финансовой поддержки не ограничена 3 млн руб. Она зависит от масштабов самого бизнеса и его заинтересованности в проекте.

Многообразие программ государственной поддержки обуславливает возможность получения грантов и субсидий проектами, попадающими в любой квадрат. Государственные интересы направлены как на товары массового потребления, так и на узкоспециализированные проекты в приоритетных отраслях с использованием критических технологий. Размеры предоставляемых грантов и субсидий колеблются от минимальных (например, субсидии молодым предпринимателям Новосибирской области в размере 100–200 тыс. руб.) до максимальных (в том числе гранты РНФ). Ограниченность данного источника заключается в программной форме предоставления ресурсов. Она может быть отражена в модели путем введения третьего параметра — «длительность ожидания» [1].

В трехмерной модели выбора источника добавлена ось «Z» — длительность ожидания, которая расположена перпендикулярно плоскости «XY» и пересекает ее в точке пересечения двух первых осей. Рассмотрим трехмерную модель в плоском срезе на пересечении осей «X» и «Z» (см. рис. 2).

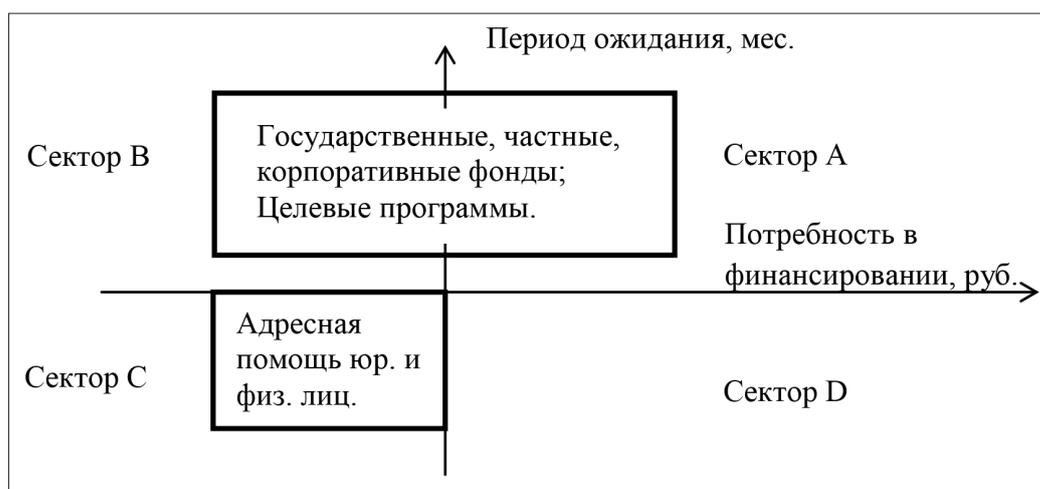


Рис. 2. Плоский срез трехмерной концептуальной модели (по осям «X» и «Z»)

Фактор времени определяет приемлемые формы взаимодействия с фандрайзинговыми источниками. Программные формы взаимодействия могут быть выбраны для проектов, попадающих в сектора А и В (см. рис. 2). Допустимый период ожидания таких проектов составляет 0,5–1 год. Отказ в финансировании и необходимость повторного обращения в тот или иной источник не ставит под угрозу реализацию проекта (например, при наличии собственных средств на первый цикл исследований сложного технического проекта) [1].

К программным формам взаимодействия относятся конкурсы грантов и субсидий государственных, частных и корпоративных фондов, а также федеральных, региональных и местных целевых программ. В рамках конкурсов выделяются различные суммы поддержки. Важно, чтобы цели проекта полностью соответствовали целям программы, а запрашиваемая сумма не противоречила его условиям.

Проектам, попадающим в сектор С, следует обращаться за адресной помощью, которую, как правило, оказывают граждане и коммерческие компании, не имеющие собственных благотворительных фондов и программ корпоративной социальной ответственности. Единственная адресная помощь только в исключительных случаях может составлять более 3 млн руб.

В модели не предложено источников для проектов, попадающих в сектор D, требующих многомиллионные суммы в срок до полугода. Не следует категорически отвергать возможность реализации таких проектов, но их авторам и руководителям необходимо задуматься о том, как разбить проект на этапы. В этом случае каждый этап можно рассматривать как отдельный проект. Для достижения общей цели может быть привлечен не один, а несколько финансовых источников.

Сопоставим теоретические предположения, представленные в моделях (см. рис. 1 и 2) с аналитикой статистической

информации о характеристиках успешных и неудачных краудфандинговых проектов, размещенных на платформах Kickstarter (США) в 2009–2014 годах и Boomstarter (Россия) в 2016–2017 годах. Краудфандинг — это форма адресной поддержки проектов со стороны большого числа физических лиц (от англ. crowd — толпа). Следовательно, успешные проекты должны попадать в IV квадрат двухмерной модели (см. рис. 1) и сектор С трехмерной модели (см. рис. 2). Их основные характеристики: результат проекта — продукт массового потребления; период ожидания финансирования — не более полугодя; потребность в финансировании составляет не более 3 млн руб.

Анализ проектов на Kickstarter.com показал, что финансовая цель успешных проектов в три раза меньше, чем в неудачных. При этом среднее количество полученных денег у успешных проектов в 10 раз больше, чем у потерпевших неудачу [6].

Цель рассмотренных успешных проектов российской платформы варьируется от 30 тыс. руб. до 3 млн руб. Только четыре из 1 553 успешных проектов (на 18.09.2017) собрали более 3 млн руб. Различия в величине запрашиваемых сумм российских успешных и неудачных проектов не столь очевидны. В среднем в неудачных проектах финансовая цель действительно выше, чем в успешных, но всего на 10 % (667 тыс. руб. и 607 тыс. руб. соответственно) [5].

Период сбора на обеих платформах 30–60 дней. Стандартной считается продолжительность в 30 дней, именно ее чаще всего выбирают авторы. Предположение о том, что увеличение длительности сбора позволяет собрать большие суммы средств, не подтверждается статистическими данными. Дополнительные исследования Kickstarter, в которых участвовала 1 000 проектов, показали, что в коротких краудфандинговых программах доля успешных проектов выше, чем в длинных. В кампаниях длительностью около 30 дней доля успешных проектов 50–60 % (варьируется по месяцам), в проектах по 45–90 дней успешны только 30–40 % проектов. Анализ российских кампаний повторяет данную тенденцию с более низкими долями успешных проектов. Таким образом, даже с учетом подготовки крауд-

фандинговой кампании продолжительность ожидания составляет не более полугодя [5; 6].

Анализ категорий, в которые могут быть размещены проекты на рассматриваемых краудфандинговых платформах, позволяет сделать вывод о том, что большинство проектов направлен на создание товаров и услуг широкого потребления. На обеих платформах есть такие категории, как «Еда», «Дизайн», «Мода», «Фотография» и другие. Даже в категории «Технологии» представлены проекты, понятные обывателю. Например, в 2017 году успешными стали проекты «Tengu — зарядка для телефона от костра» (собрано 700 тыс. руб. в 2017 году), «Подводный аппарат „Кусто“» (110 тыс. руб.).

Также в качестве основных факторов успеха краудфандинговых проектов выделяют его оформление и продвижение в сети и других средствах массовой информации. Но эти параметры не являются универсальными для всех фандрайзинговых источников, поэтому не могут быть включены в модель [5; 6; 7].

Сопоставление теоретических предположений и статистических данных на примере привлечения средств от физических лиц через краудфандинговые платформы подтвердило правильность выбранных параметров и обобщенную оценку их значений.

Заключение

Предложенный пилотажный вариант концептуальной модели принятия решения о выборе источника финансирования в самых общих чертах позволяет руководителю проекта определить, в какой источник следует обратиться с конкретным проектом. Выбор зависит от трех параметров: требуемая сумма средств, масштабность целевой аудитории проекта и длительность ожидания.

Дальнейшие исследования будут направлены на уточнение численных значений параметров с учетом анализа фактической информации о проектах, получивших поддержку в различных источниках. На основании предложенной модели может быть разработана методика принятия решений о выборе финансовых источников для инновационных проектов на первых стадиях жизненного цикла.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Спиридонова Е. В. Фандрайзинговые источники для высокотехнологичных инновационных проектов // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. № 11.
2. Грибанов Д. В. Государственная поддержка инновационной деятельности в современном законодательстве [Электронный ресурс] // Бизнес, менеджмент и право. 2013. № 1. URL: http://bmpravo.ru/show_stat.php?stat=928 (дата обращения: 15.09.2017).
3. Позднякова С., Смирнова А., Москвина А., Кудakov Е. Поиск средств для НКО: фандрайзинг и предпринимательство [Электронный ресурс] // Eduardo. On-line курс. URL: <http://lms.eduardo.studio/courses/course-v1:PozdnyakovaSvetlana+100000+1/info> (дата обращения: 15.09.2017).
4. Хайруллина М. В., Косачев А. А. Анализ бизнес-процессов в розничной торговле потребительской кооперации : учебное пособие. Новосибирск : СибУПК, 2006. 56 с.
5. Спиридонова Е. В., Сошников Д. С. Успешный краудфандинг в России и за рубежом // Российское предпринимательство. 2016. Т. 17. № 22. С. 3185–3196.
6. Chung Jinwook Long-term Study of Crowdfunding Platform: Predicting Project Success and Fundraising Amount. Logan : Utah State University, 2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://digitalcommons.usu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5486&context=etd> (дата обращения: 15.09.2017). Загл. с экрана.
7. Хайруллина М. В., Горевая Е. С. Управление инновациями: организационно-экономические и маркетинговые аспекты. Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2015. 307 с.

REFERENCES

1. Spiridonova E. V. Fundraising sources for high-tech innovation projects // Russian Entrepreneurship. 2017. Vol. 18. No. 11. P. 1761–1770.

2. Griбанов D. V. State support of innovative activity in the modern legislation [Electronic resource] // Business, management and law. 2013. No 1. URL: http://bmpravo.ru/show_stat.php?stat=928 (date of viewing: 15.09.2017).
3. Pozdnyakova S., Smirnova A., Moskvina A., Kudakov E. Fundraising for NGOs: fundraising and entrepreneurship [Electronic resource] // Eduardo. On-line course. URL: <http://lms.eduardo.studio/courses/course-v1:PozdnyakovaSvetlana+100000+1/info> (date of viewing: 15.09.2017).
4. Khayrullina M. V., Kosachev A. A. Analysis of business processes in the retail trade of consumer cooperation : a textbook. Novosibirsk : SibUPK, 2006. 56 p.
5. Spiridonova E. V., Soshnikov D. S. Successful crowdfunding in Russia and abroad // Russian Entrepreneurship. 2016. Vol. 17. No. 22. P. 3185–3196.
6. Chung Jinwook Long-term Study of Crowdfunding Platform: Predicting Project Success and Fundraising Amount. Logan : Utah State University, 2015 [Electronic resource]. URL: <http://digitalcommons.usu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5486&context=etd> (date of viewing: 15.09.2017). Screen title.
7. Khayrullina M. V., Gorevaya E. S. Management of innovations: organizational, economic and marketing aspects. Novosibirsk : Publishing house of the NSTU, 2015. 307 p.

Как цитировать статью: Спиридонова Е. В., Трофимова К. В. Источники финансирования инноваций: концептуальная модель для принятия управленческих решений // Бизнес. Образование. Право. 2017. № 4 (41). С. 180–185.

For citation: Spiridonova E. V., Trofimova K. V. Sources of financing innovations: a conceptual model for adopting managerial decisions // Business. Education. Law. 2017. No. 4 (41). P. 180–185.

УДК 338.49
ББК 65.305.142-861.1

Timofeeva Julia Nikolaevna,
candidate of economics, associate professor
of the department of industrial management
and energy economics
of Novosibirsk State
Technical University,
Novosibirsk,
e-mail: timofeeva@corp.nstu.ru

Normansky Roman Nikolaevich,
undergraduate student of the department of industrial management
and energy economics
training program 38.04.02 – Management
of Novosibirsk State
Technical University,
Novosibirsk,
e-mail: normanskij@gmail.com

Тимофеева Юлия Николаевна,
канд. экон. наук, доцент
кафедры производственного менеджмента
и экономики энергетики
Новосибирского государственного
технического университета,
г.Новосибирск,
e-mail: timofeeva@corp.nstu.ru

Норманский Роман Николаевич,
магистрант кафедры производственного менеджмента
и экономики энергетики
направления подготовки 38.04.02 – Менеджмент
Новосибирского государственного
технического университета,
г. Новосибирск,
e-mail: normanskij@gmail.com

ОБ УЧЕТЕ РАСХОДОВ НА ПЕРСОНАЛ В ТАРИФАХ

ABOUT STAFF COSTS' INCLUSION TO TARIFF CALCULATIONS

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
08.00.05 – Economics and management of national economy

В статье на основе анализа законодательных и нормативно-правовых актов в области определения величины расходов на персонал в тарифах на электрическую энергию, а также данных о фактических затратах на персонал, осуществляемых организациями электроэнергетики, определены основные статьи расходов на персонал, учет которых необходим в составе тарифов, устанавливаемых для данных организаций. С учетом практики включения в тарифно-балансовые решения регулирующих органов не всех расходов на персонал сделан вывод о необходимости утверждения нормативно-правового акта, устанавливающего правила учета в тарифах экономически обоснованных затрат на персонал, обусловленных отраслевым тарифным

соглашением в электроэнергетике РФ. Предложены структура и содержание указанного нормативно-правового акта.

Taking into account analysis of legislative and regulatory acts in the field of calculation of the staff cost value in electricity tariffs and also taking into account actual staff costs incurred by power supply companies, the article identifies the main staff costs items which are required as a part of the tariffs established for the organizations. Considering the fact that tariff and balance decisions of the regulatory bodies include a part of staff costs we conclude that it's necessary to establish a legislative act determining the regulations related to calculation of economically justifies staff costs in the tariffs due to the branch tariff agreement in the Russian electric power industry. The article offers the structure of such a regulatory act.