

Статистическое обследование малых инновационных предприятий

С. Г. Поляков,

д. э. н., генеральный директор «Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере»

В. И. Зинченко,

заместитель губернатора Томской области по научно-технической и инновационной политике и образованию

И. М. Бортник,

д. т. н., профессор, председатель наблюдательного совета «Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере»

Г. П. Казьмин,

председатель комитета по развитию инноваций и предпринимательства административной г. Томска

Д. Б. Рыгалин,

д. э. н., начальник Центра коммерциализации и трансфера технологий МИЭТ, зам. генерального директора по научной и инновационной деятельности ОАО «Зеленоградский инновационно-технологический центр», зам. генерального директора некоммерческой организации «Союз инновационно-технологических центров России»

А. В. Ларчиков,

к. ф.-м. н., зам. генерального директора некоммерческой организации «Союз инновационно-технологических центров России», координатор проекта Gate2RuBIN

Ю. А. Крупнов,

к. т. н., директор ООО «Инновационный центр новых технологий»

В. А. Попова,

директор фонда «ТВН», Санкт-Петербург

Н. Ю. Фофонова,

к. э. н., начальник управления ЗАО «Воронежский инновационно-технологический центр»

А. С. Челноков,

*генеральный директор МЦДК «Дельконт», г. Москва
e-mail: 9189605@gmail.com*

Статья посвящена вопросам учета инновационной деятельности малых предприятий. Дается анализ выборочного статистического обследования малых предприятий в четырех регионах России, проведенного по инициативе Фонда содействия раз-

витию малых предприятий в научно-технической сфере. В приложении к статье приведена методическая основа статистического обследования, обсуждаются выявленные проблемы подобных обследований.

Ключевые слова: малые предприятия, мониторинг, статистика, инновационная деятельность.

Для выработки собственной позиции по вопросу учета инновационной деятельности малых предприятий Фондом было заказано выполнение выборочного статистического обследования малых предприятий в четырех регионах России. Исполнителями была выработана соответствующая методическая основа обследования, соответствующая мировой практике.

Статистическое обследование по выработанной методике было проведено местными командами специалистов в четырех городах России — Зеленограде (Москва), Санкт-Петербурге, Томске, Воронеже. Всего было обследовано около 300 малых предприятий. Но, как и предполагалось при выработке методики обследования, около трети предприятий (и их руководители, и их финансово-экономические службы) оказались

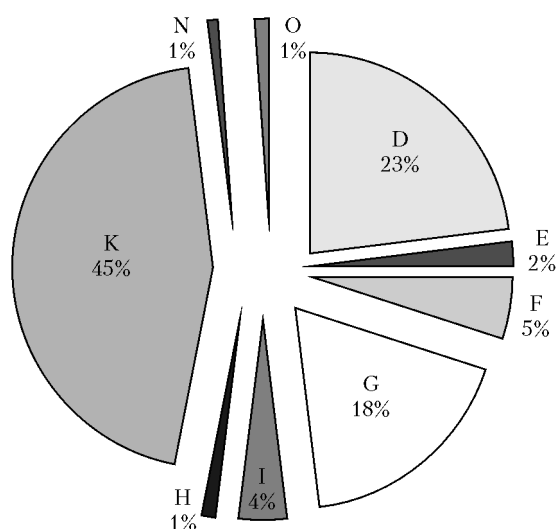


Рис. 1. Предприятия по ОКВЭД

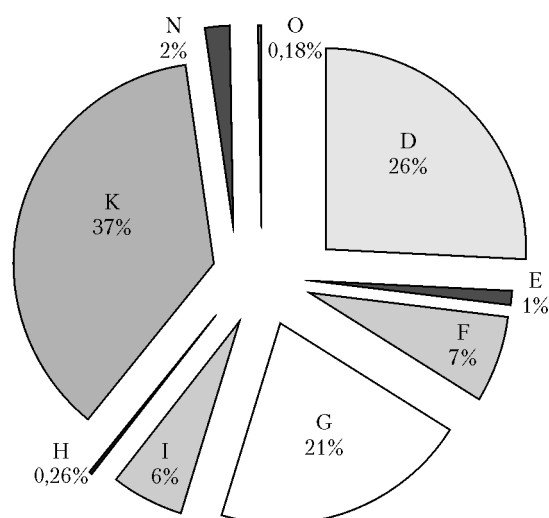


Рис. 2. ОКВЭД по численности работников

неготовыми или неспособными представлять информацию о своей инновационной деятельности. Главная причина — отсутствие опыта ее учета, если говорить о принятом в международной практике способе учета даже при запросе данных в упрощенном виде по форме СИМП. Опыт показал, что степень готовности малых предприятий к такого рода обследованиям такова, что только при сопровождении обследования консультантами степень полноты получаемой информации удается повысить до 80–90%. При простой рассылке

форм на предприятия для заполнения только около 40% респондентов (Санкт-Петербург) предоставляют информацию достаточно в полном виде для ее дальнейшей статистической обработки.

Поэтому ниже все результаты анализа статистической информации предоставлены по 229 предприятиям из всех четырех городов, предоставившим достаточно полную информацию. Среди выбранных по методике отбора для статистических обследований предприятий представлены предприятия из 9 групп ОКВЭД (рис. 1)

Таблица 1

Сводные результаты обследования

СВОДНАЯ 2008										
регион/ОКВЭД	D	E	F	G	I	H	K	N	O	
Зеленоград	x			x		x	x	x	x	
Томск	x	x		x	x		x			
Санкт-Петербург	x		x	x			x			
Воронеж	x		x	x	x		x			
										сумма
Предприятий	53,00	4,00	12,00	41,00	9,00	2,00	104,00	3,00	1,00	229,00
Человек	1180,00	66,00	321,00	947,00	248,00	12,00	1679,00	70,00	15,00	4538,00
Выручка	1290,00	80,00	550,00	1229,00	118,00	3,30	1334,00	24,30	8,50	4637,10
ВИ	451,00	46,00	187,00	241,00	2,50	0,20	767,00	2,00	0,00	1696,70
ТИ	165,00	11,30	16,50	40,00	2,30	0,30	332,00	6,10	2,00	575,50
ОИ	18,00	0,03	1,70	18,80	0,20	0,00	38,00	0,30	0,20	77,23
МИ	11,00	0,00	0,20	27,00	0,10	0,30	3,60	0,10	0,00	42,30
ЗИ	194,00	11,30	18,40	85,80	2,60	0,60	374,00	6,50	2,20	695,40
ЗН	74,10	0,00	2,80	13,30	0,00	0,00	262,30	0,00	0,00	352,50
X	0,94	1,49	0,20	0,25	0,00	0,18	2,94	0,39	0,10	
										сред. по ОКВЭД
ВИ/В	34,96%	57,50%	34,00%	19,61%	2,12%	6,06%	57,50%	8,23%	0,00%	36,59%
ВИ/Ч	0,38	0,70	0,58	0,25	0,01	0,02	0,46	0,03	0,00	0,37
ЗИ/Ч	0,16	0,17	0,06	0,09	0,01	0,05	0,22	0,09	0,15	0,15
ЗИ/В	15,04%	14,13%	3,35%	6,98%	2,20%	18,18%	28,04%	26,75%	25,88%	15,00%
ТИ/ЗИ	85,05%	100,00%	89,67%	46,62%	88,46%	50,00%	88,77%	93,85%	90,91%	82,76%
ОИ/ЗИ	9,28%	0,27%	9,24%	21,91%	7,69%	0,00%	10,16%	4,62%	9,09%	11,11%
МИ/ЗИ	5,67%	0,00%	1,09%	31,47%	3,85%	50,00%	0,96%	1,54%	0,00%	6,08%
В/П (пр.)	24,34	20,00	45,83	29,98	13,11	1,65	12,83	8,10	8,50	20,25
В/Ч (лев.)	1,09	1,21	1,71	1,30	0,48	0,28	0,79	0,35	0,57	1,02

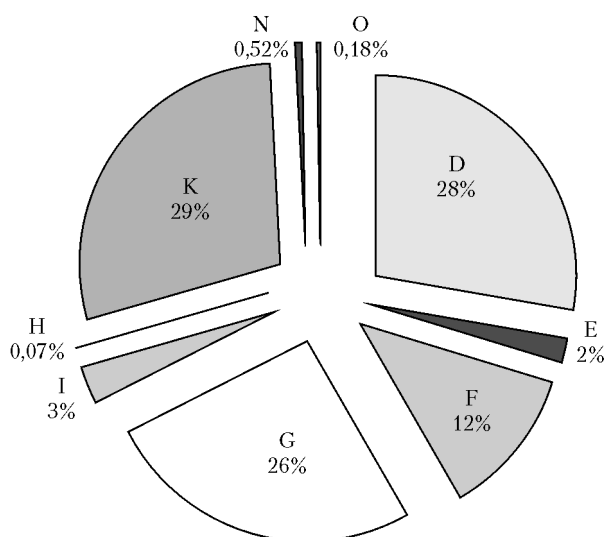


Рис. 3. ОКВЭД по общей выручке

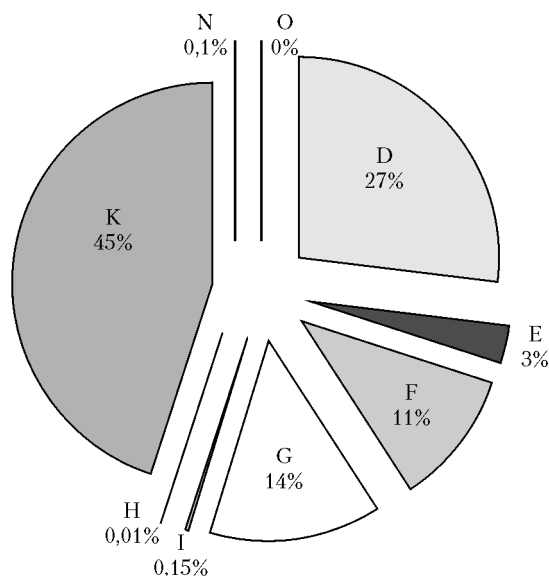


Рис. 4. ОКВЭД по выручке от инновационных товаров

с общей штатной численностью работающих 4538 чел. и годовой выручкой за 2008 г. — 4,6 млрд руб. Сводные результаты обследования приведены в табл. 1. Диапазон годовой выручки предприятий составил от 150 тыс. руб. до 200 млн руб., диапазон численности работающих — от 2 до 90 чел.

Распределение численности (Ч), выручки полной (В) и от продажи инновационных товаров (ВИ), технологических (ТИ), организационных (ОИ) и маркетинговых инноваций (МИ), полных затрат на инновационную деятельность (ИД) обследованных предприятий по ОКВЭД приведены на рис. 2–8.

Наибольший интерес представляет сопоставление данных по предприятиям с различными видами экономической деятельности в относительных единицах (рис. 9–12).

По анализу данных на этих рисунках могут быть сделаны следующие выводы.

На предприятиях всех видов экономической деятельности идет инновационная деятельность, как в части затрат на инновационную деятельность, так и в части выручки от продажи инновационной продукции. Поэтому разделение предприятий на инновационные и неинновационные без введения количественного критерия уровня инновационности представляется искусственным.

На предприятиях всех видов экономической деятельности осуществляются все виды инновационной деятельности — и технологические, и организационные, и маркетинговые инновации. Поэтому говорить о наличии технологических инноваций, как об основном критерии инновационности предприятия, необходимо со специальной оговоркой.

Тем более, что даже для предприятий с наименьшим уровнем затрат на технологические инновации (категории ОКВЭД G и H) он составляет около 50%

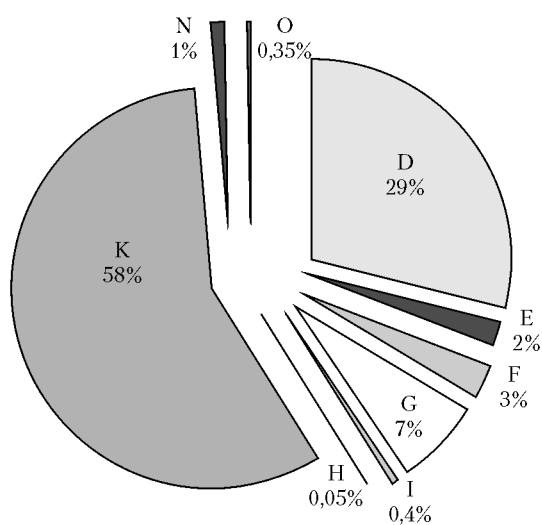


Рис. 5. Технологические инновации

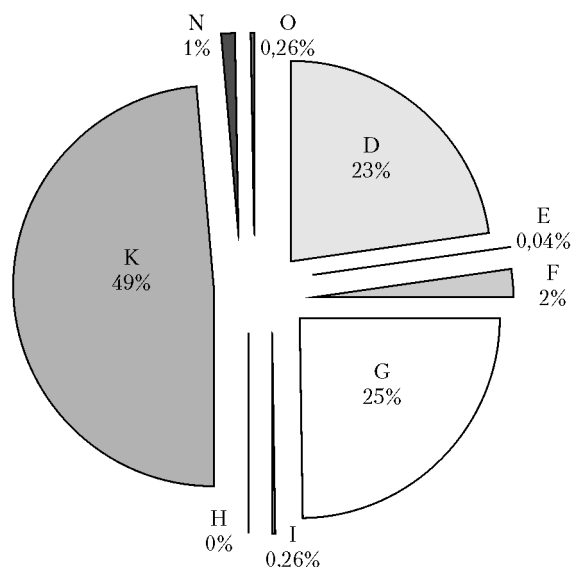


Рис. 6. Организационные инновации

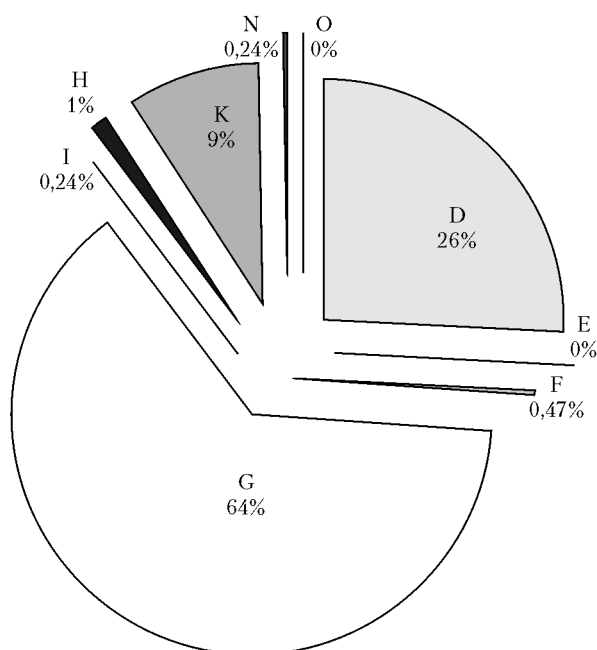


Рис. 7. Маркетинговые инновации

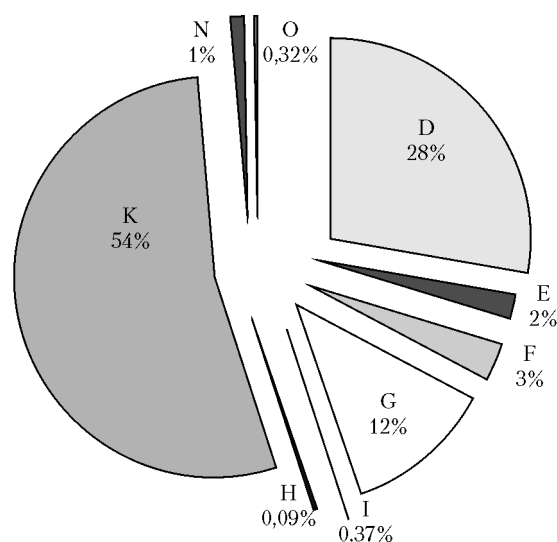


Рис. 8. Затраты на инновации

от общего уровня затрат на инновационную деятельность.

При оценке уровня инновационности предприятия необходимо учитывать его затраты на организационные и маркетинговые инновации, так как в совокупности они составляют почти 20% всех затрат на инновационную деятельность.

Удельная выручка предприятий на одного работающего или на одно предприятие также не может служить критерием инновационности предприятия (рис. 10). Высокая выработка еще не означает высокой доли реализации инновационной продукции. Следует отметить, что средняя выручка на одного работающего по обследованным малым предприятиям (1 млн руб. на человека) практически равен аналогичному показателю по промышленности в целом.

Наиболее четким критерием инновационности предприятия является доля затрат на инновационную деятельность в его выручке (рис. 11). Этот вывод совпадает и с «Рекомендациями Осло». Обращает на себя внимание тот факт, что отношение долей затрат на инновационную деятельность в выручке или долей выручки от инновационных товаров в выручке

по данному коду к среднему значению по всем кодам различается для различных ОКВЭД. Есть некоторое ощущение, что это отношение, например, если по кодам D, E, G, I и K они более или менее близки к единице, то по F, H, N и O они различаются в несколько раз. В то же время объемы выборок по этим кодам были очень небольшими.

Вполне возможно, что по мере увеличения объемов выборок и по этим кодам, это отношение будет приближаться к единице. Но в условиях ограниченных выборок тогда оптимальным для выявления критериев инновационности становится произведение отношений $((Zи/V)/<Zи/V>)$ $((Ви/V)/<Ви/V>)$, где $(Zи/V)$ и $(Ви/V)$ – доли затрат на инновационную деятельность и выручки от инновационной деятельности в выручке по данному ОКВЭД, а $<Zи/V>$ и $<Ви/V>$ – доли затрат и выручки от инновационной деятельности, усредненных по всем ОКВЭД.

Значение этого произведения (X) для разных ОКВЭД в данном обследовании представлено на рис. 13, из которого видно, что такой метод оценки инновационности предприятий позволяет достаточно однозначно рейтинговать их по инновационности.

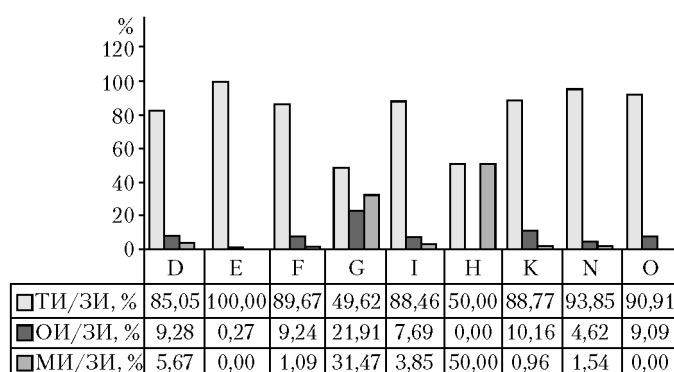


Рис. 9. Соотношение видов инновационной деятельности

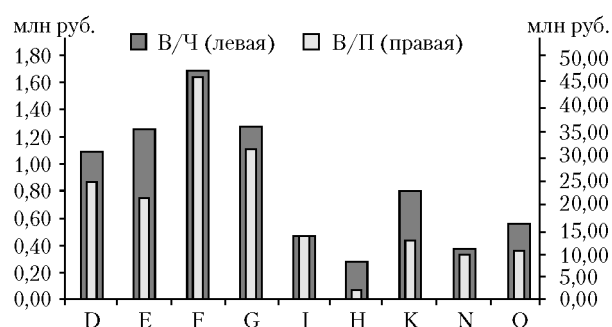


Рис. 10. Удельные выручки (на предприятие V/П и на работника V/Ч)

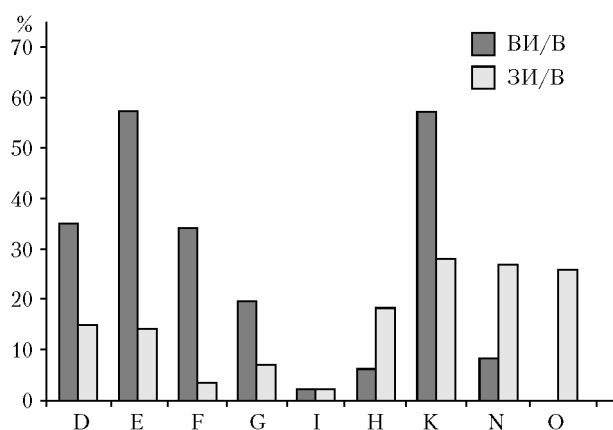


Рис. 11. Доля инновационных товаров и затрат в выручке

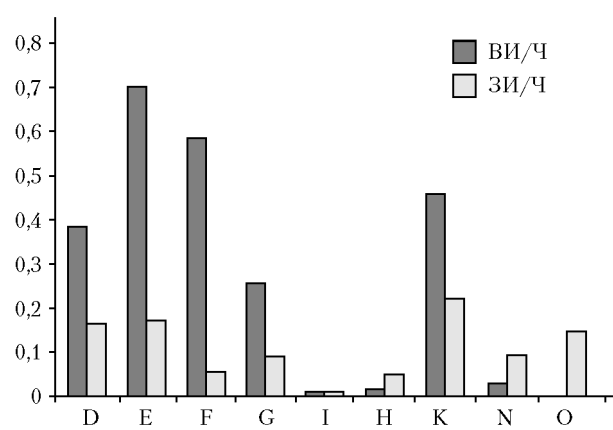


Рис. 12. Инновационная выручка и инновационные затраты на человека

Сразу становится видно, что предприятия ОКВЭД D, E и K резко по своей инновационности отличаются от предприятий других кодов.

Представляется, что при больших выборках использование для рейтингования по инновационности столь искусственной конструкции, как выше приведенное произведение, не потребуется. Достаточно будет ориентироваться на превышение уровня затрат на ИД или доли выручки от реализации инновационной продукции над некоторым значением. Выбор этого значения как критерия предприятия высоко инновационного, конечно, является весьма условным. Этим значением может быть, например, средние значения указанных величин по совокупной выборке всех предприятий. В частности, они составили 15% для затрат на инновации, (ЗИ/В) и 36,6% для доли инновационной продукции в общей выручке (ВИ/В).

Но представляется более логичным немного снизить уровни отнесения предприятий к предприятиям высоко инновационным. Основанием для этого может быть полученное в данном обследовании соотношение между уровнем затрат на инновации и затрат на НИ-ОКР (ЗН) (табл. 1). Оно практически равно двойке. И если в соответствии с рекомендациями ОЭСР отрасли с долей расходов на НИОКР в выручке свыше 5% относятся к высокотехнологичным, то исходя из полученного соотношения логично относить к высоко инновационным предприятиям с долей затрат на инновации свыше 10%.

С учетом полученного в обследовании соотношения долей выручки от инновационной продукции и затрат на ИД в 2,5, к высоко инновационным предприятиям можно относить предприятия с долей выручки от инновационной продукции в общей выручке в 25%.

Таким образом, в соответствии с результатами настоящего обследования и «Руководством Осло» можно рекомендовать следующие определения:

- инновационно активное предприятие — предприятие, осуществляющее затраты на инновационную деятельность, но не обязательно осуществляющее реализацию инновационной продукции;
- инновационное предприятие — предприятие, осуществляющее инновационные затраты и реализующее инновационную продукцию;

- высоко инновационное предприятие — предприятие с уровнем затрат на инновации свыше 10% всех затрат и с уровнем реализации инновационной продукции свыше 25% общей выручки. Возможность раздельного употребления этих критериев требует дополнительных исследований.

При таких определениях есть возможность выделить при установлении каких-либо предпочтений именно высоко инновационные фирмы, в то же время, не применяя к ним необоснованно завышенных требований (типа 60% или 100% выручки от реализации инновационной продукции).

Одной из главных проблем определения уровня инновационности предприятия является значительное число видов затрат, которые «Руководство Осло» относит к затратам на инновационную деятельность. Сложность состоит в том, что по многим из них в реальной ситуации с малым предпринимательством в России почти нереально организовать практический их учет. Поэтому существенным результатом данного обследования явилась возможность определить круг затрат, учет которых можно считать достаточным для определения уровня инновационности. Из обследования следует, что при точности учета затрат в 5% необходимо учитывать технологические инновации по всем строкам 202–209, и в то же время в организационных инновациях достаточно проводить учет по строкам 303, 305, 306, 311, а в маркетинговых — по строкам 402, 403, 405.

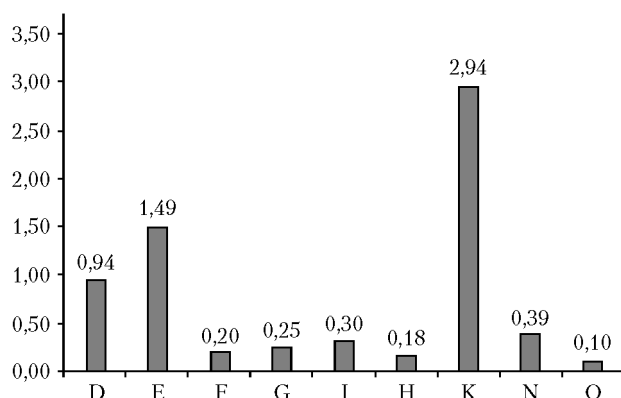


Рис. 13. Производство отношений X (по табл. 1)

Statistical survey of small innovative enterprises

I. M. Bortnik, Doctor of technical sciences, The professor, The chairman of the Supervisory Board of Foundation for Assistance to Small Innovative Enterprises.

Yu. A. Krupnov, Director of LLC «Innovation Centre of New Technologies», candidate of technical sciences.

A. V. Larchikov, the candidate of physical and mathematical sciences, Deputy Director, coordinator of Gate2RuBIN project of Nonprofit organization Russian Union of Innovation and Technology Centres.

D. B. Rygalin, Doctor of economical sciences, The Chief of the Center of commercialization and technology transfer of MIET, the Deputy Director on scientific and innovative activity of the open joint-stock company «Zelenograd innovation and technology centre» (ZITC), the Deputy Director of the nonprofit organization Russian Union of Innovation and Technology Centres.

S. G. Polyakov, Doctor of economical sciences, the general director of the «FASIE Foundation for Assistance to Small Innovative Enterprises in scientific-technical area».

V. I. Zinchenko, deputy governor of Tomsk region for scientific-technical and innovation policy and education.

G. P. Kazmin, the chairman of the committee on development of innovations and business of administration of city of Tomsk.

V. A. Popova, the director of the fund «TVD», St. Petersburg.

N. U. Fofonova, the head of department JOINT-stock company «Voronezh innovation and technology center», candidate of economic sciences.

A. S. Chelnokov, the director-general «Delkont», Moscow.

The article is devoted to issues of the innovative activity of small enterprises. There are analysis of selective statistical survey of small enterprises in four regions of Russia, held on the initiative of FASIE Foundation for Assistance to Small Innovative Enterprises in scientific-technical area. The annex to the paper presents the methodological framework of a statistical survey, are discussed the problems identified such surveys.

Keywords: small enterprises, monitoring, statistics, innovative activity.

Приложение

Методическая основа статистического обследования

Основной целью выполнения данной работы является определение реальной статистически достоверной доли инновационной деятельности в общем объеме оборота малых предприятий, определение существующих проблем и выработка рекомендаций по актуальным мерам содействия повышению инновационной активности малых предприятий.

Для выработки методической основы обследования выполнены следующие работы задачи:

- анализ современных подходов к оценке инновационной деятельности малых предприятий на основе отечественного и зарубежного опыта;
- исследование существующей практики статистического учета инновационной деятельности малых предприятий;
- апробация методики исследования инновационной деятельности малых предприятий на основе упрощенной формы «Сведения об инновациях малого предприятия» (СИМП);
- разработка регламента проведения исследования инновационной деятельности малых предприятий.

В процессе реального исследования на конкретных предприятиях необходимо получить фактические данные о том, что и как малые предприятия учитывают по разделу «инновационная деятельность». При этом предприятие не должно соответствовать каким-либо формализованным критериям инновационности. С обследуемого предприятия просто получают фактические данные о его затратах на инновационную деятельность по установленной форме и данные о его обороте по балансу (с выделением собственной деятельности).

Для ответа на вопрос, что такое «инновационная деятельность» решено не отсылать предприятия к «Руководству Осло, 2005», а дать виды затрат, которые предприятие имеет право и должно относить на затраты по разделу «инновационная деятельность».

Сами виды затрат принято решение использовать те же самые, что использует и Росстат в своих обследованиях инновационной деятельности как для малых (форма 2МП-инновация), так и для крупных (форма 4-инновация) предприятий. Для данного обследования эти формы принято решение объединить, чтобы учесть затраты не только на технологические инновации (только и учитываемые Росстатом в обследованиях малых предприятий по форме 2МП-инновация), но и затраты на организационные и маркетинговые инновации, учитываемые Росстатом только для крупных предприятий по форме 4-инновация. На современном этапе развития российской экономики даже на «технологических» малых предприятиях уровень затрат на организационные и маркетинговые инновации может оказаться (при их правильном учете) весьма заметным. Насколько — это как раз и должно выяснять настоящее обследование.

Итоговая форма для обследования — «СИМП» — опубликована в статье «Исследование состояния и тенденции развития малого инновационного предпринимательства регионов России на примере Зеленоградского АО г. Москвы» (Инновации № 2, 2011)..

В форму включены виды затрат, которые предусматриваются российской и мировой практикой статистических исследований объемов ИД предприятий. Однако, при формировании такого перечня решено исходить из нескольких принципов:

- перечень должен быть минимальным для уменьшения затрат предприятия на проведение данного обследования;
- перечень будет заполняться совместно обследующим и руководством предприятия в лице его руководителя и главного бухгалтера (финансового директора). При этом важна роль обследующего, так как руководство предприятия может часто недооценивать или переоценивать (даже иногда неправильно понимать) те или иные виды затрат

на инновационную деятельность. А некоторые затраты, как показал опыт пробных обследований, вообще показывать не по тем строкам расходов.

Составление перечня — это самый главный этап всего обследования. Основная проблема состоит в убеждении руководства предприятия присоединиться к обследованию. Никакой необходимости в этом предприятие для себя не видит. Выгод (экономических) никаких, хлопот с организацией учета много, последствия непредсказуемы (а вдруг получаемая нами информация окажется противоречащей информации, выдаваемой предприятием по другим каналам).

Главное отличие настоящего обследования от обследования Росстата и аналогичных ему обследований — это не обследование по почте (переписке) с рассылкой форм с некоторыми методическими рекомендациями, оставляющими у предприятий много вопросов, заполнением предприятиями этих форм по мере их понимания главным бухгалтером (финансовым директором) предприятия и возвратом (с не очень высоким коэффициентом возврата и достоверности данных) в обследующий орган. Есть и более мелкие отличия. Росстат проводит обследование МП только раз в два года. Для МП учитываются только технологические инновации, предприятия только нескольких видов экономической деятельности и численностью свыше 15 человек, организационные и маркетинговые инновации даже для крупных предприятий учитываются только качественно, а не в виде затрат на них.

Преимущество обследований Росстата — широта охвата. Преимуществом данного обследования должны стать детальность и повышенная достоверность получения фактических данных от предприятий.

Цель Фонда в данном обследовании — убедиться в степени достоверности представляемых МП отчетных данных об их объемах затрат на инновационную деятельность (в ее понимании международной и российской статистикой, которые для цели настоящего обследования совпадают).

Роль МП в экономике России будет только возрастать (с имеющихся 13–15% в ВВП до 50%), поэтому учет затрат на ИД на МП очень существенен. Для тех из них, которые уже считают себя инновационными, тем более важно правильно понимать российскую и международную практику учета затрат на ИД. Для тех, кто не считает себя инновационным, может оказаться приятным сюрпризом, что они тоже инновационные. Только они никогда не думали, что целый ряд из их фактических затрат относится к затратам на ИД.

Некоторые предприятия сами пришли к выводу, что им очень полезен четкий учет затрат. Это особенно важно (и легче организовать) когда на предприятии используется проектная организация работ. Руководитель проекта и руководитель предприятия заинтересованы в четком ведении затрат. Функция главного бухгалтера тут минимальна, т.к. в бухгалтерии тогда идет обычный общий учет затрат, а их разбиение осуществляется на уровне руководителей проектов. Здесь возрастает роль финансового директора.

Может оказаться, что обследуемые предприятия на самом деле представляют из себя группу пред-

приятий. Причина проста и все та же — оптимизация налогообложения. Что-то руководству группы выгодно проводить через упрощенку, какие-то виды деятельности (например, НИОКР для всей группы) выгодно вывести в отдельное предприятие. Для нашего обследования каждое из таких предприятий отдельное, т.к. они и в статистических и в налоговых реестрах числятся по отдельности. Группа предприятий юридически в этом случае не существует, они объединены только через систему учредительства.

Кстати, у всех обследованных фирм такое сильное стремление оптимизировать налогообложение, что они никак не хотят показывать свои внутренние затраты на НИОКР, так как тогда надо показывать прибыль, из которой они финансируют эти НИОКР. Никто им толком не разъяснил действие соответствующей статьи Налогового кодекса, которая позволяет сносить затраты на НИОКР на себестоимость. Но для нашего обследования наиболее важен другой вывод бухгалтеров фирм — что выполнение заказных НИОКР (за счет денег заказчика) они не имеют права показывать, как затраты своего предприятия на ИД.

Что же касается внутренних затрат на НИОКР, то они являются хорошим примером той дополнительной информации, которую полезно было бы получить в результате обследования, чтобы потом оценить эффект на «уровень инновационности» предприятий, если затраты на НИОКР станут выгодно предприятию показывать. Совсем откровением для многих компаний является то, что они могут (и должны) показывать затраты на приобретение земли, строительство и ремонт зданий, если эти работы связаны с освоением производства новой продукции, как затраты на ИД. Здесь им особенно тщательно надо разъяснять особенность учета таких затрат.

При проведении опроса с использованием анкет возникает несколько проблем.

Во-первых, это неполнота получения информации — отказы в предоставлении ответов, в том числе в виде формального заполнения анкет. Заполнение анкет по инновациям не является обязательным. Предприятия не заинтересованы предоставлять информацию о своей инновационной деятельности в требуемых разрезах и форматах, тем более что они не отвечают организации первичного учета на предприятии.

Во-вторых, полноту и достоверность заполнения отчета снижают неточность и незнание понятийного аппарата инновационной статистики, а также неизбежная доля субъективизма при ответе на вопросы анкеты. Такая количественная переменная, как затраты на инновации, часто не заполняется в анкетах, поскольку предприятия не ведут систематический учет таких данных.

Конечно, для предприятий большой новацией оказывается то, что затраты не только на дизайн, но на маркетинговые и организационные инновации тоже надо учитывать. Они действительно могут оказаться относительно небольшими на ряде высокотехнологичных фирм, но для ряда фирм (особенно входящих в состав группы) могут оказаться основными.

Проблемы, обнаруженные на этапе пробных обследований:

1. Содержание и формулировки вопросов анкет ориентированы на предприятия, для которых характерны признаки (направления) инновационной деятельности и понимание понятия «инновационный потенциал». В связи с этим значительная часть малых предприятий вряд ли самостоятельно сможет провести самодиагностику и заполнить анкеты. В первую очередь это касается МП тех ОКВЭД, которые ранее никогда не заполняли форму 2МП-инновации.
 2. Многие малые предприятия, по которым проведена диагностика, находятся на упрощенной схеме бухгалтерского и налогового учета. Это вызывает существенные трудности в получении точной информации по затратам по направлениям инновационной деятельности.
 3. Предприятия достаточно точно определяют затраты по «овеществленным» технологическим инновациям на основе документированных платежных документов и смет затрат. Затраты по организационным и маркетинговым инновациям определялись или по фактическим затратам на основе договоров, контрактов на проведение тех или иных работ (например, разработка стратегии развития предприятия, сертификация процесса либо продукта, обучение персонала) или экспертным оцениванием затрат, включаемых в операционные издержки, с погрешностью оценивания в 5–10%
 4. Методическое руководство по заполнению формы СИМП требовало постоянного комментария по отнесению тех или иных фактических затрат по направлениям инновационной деятельности. Это существенно увеличивало время обсуждения, приводило к потере интереса к реализуемой задаче, раздражению у респондентов.
 5. Руководители МП в своем большинстве отмечают сложность восприятия формулировок вопросов и пояснений к ним по многим направлениям деятельности.
 6. Наличие направлений инновационной деятельности, которая не свойственна для малого бизнеса и МП конкретного ОКВЭД. Например: «внедрение корпоративных систем управления знаниями», «внедрение современных систем логистики и поставок сырья, материалов» и т. п.
- В результате опроса было принято решение детализировать информацию по затратам по инновациям с учетом экономического содержания затрат (фонд оплаты труда с начислениями, материальные затраты и комплектующие услуги, капитальные затраты, услуги сторонних организаций, прочие).

ТАЛОН ПОДПИСКИ ЖУРНАЛА

«ИННОВАЦИИ»

Подписка в редакции — это получение журнала сразу после тиража.

*Подписка на 2011 год (12 номеров) **11160 руб. 00 коп.** (Одиннадцать тысяч сто шестьдесят рублей 00 коп.), в том числе НДС — 1116 руб. 00 коп.*

Название организации _____

Фамилия, имя, отчество _____

Должность _____

Почтовый адрес (адрес доставки) _____

Просим высылать нам журнал «Инновации» в количестве _____ экземпляров.

Нами уплачена сумма _____

Платежное поручение № _____ от _____ 20 __ г.

Банковские реквизиты редакции:

ОАО «ТРАНСФЕР», ИНН 7813002328, КПП 781301001
р/с 40702810727000001308 в Приморском филиале ОАО «Банк Санкт-Петербург», г. Санкт-Петербург,
к/с 30101810900000000790, БИК 044030790

Дата заполнения талона подписки _____ Подпись _____

Подписка на год, а также полугодие оформляется с любого месяца.

Заполненный талон подписки мы принимаем по факсу: (812) 234-09-18

Контактное лицо: А. Б. Каминская..

По каталогу «Агентство «РОСПЕЧАТЬ» ГАЗЕТЫ. ЖУРНАЛЫ-2009 (Москва) подписка принимается на общих основаниях.
Подписной индекс: **38498.**

«ИННОВАЦИИ»

ТАЛОН ПОДПИСКИ ЖУРНАЛА