



Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»

Секция «Инновационная
экономика»

Ашхабад, 2025

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ ИННОВАЦИЙ: ОПЫТ РОССИЙСКИХ ЗАКАЗЧИКОВ

Коллектив НУГ по исследованию госзакупок (НИУ ВШЭ-Пермь):

Кашин Дмитрий Викторович

Вилкова Мария Николаевна

Заворохина Анна Павловна

Петрова Полина Алексеевна

Подгоренко Юлия Павловна

Тиллашайхов Дилмурод Рустам угли



Актуальность исследования

- Приоритет государства – стимулирование инноваций и достижение технологического суверенитета – является стратегической целью государственной политики на ближайшие 6 лет [Стратегия НТР, Послание Президента Федеральному собранию, 2024].
- Одним из инструментов стимулирования инноваций являются государственные и государственно-корпоративные закупки.



Исследовательские вопросы

- 1) Какие организации реже, а какие чаще проводят закупки инноваций?
- 2) Какие стимулы, помимо законодательных императивов, сказываются на проведении закупок инноваций российскими заказчиками?
- 3) Какие факторы сдерживают широкое проведение этого вида госзакупок в России?



Гипотезы исследования

Гипотеза **Н1**. Воздействие закупочного законодательства в большей степени сказывается на частоте проведения закупок инноваций в России среди заказчиков, регулируемых 44-ФЗ, в сравнении скупающими организациями, подпадающими под регулирование 223-ФЗ.

Гипотеза **Н2**. Информированность закупщиков о том, как проводить закупки инноваций, а также методические рекомендации по проведению таких закупок – значимые стимулы для заказчиков проводить закупки инноваций в больших объемах.

Гипотеза **Н3**. Высокая стоимость и сложности с оценкой качества инновационной продукции – два ключевых барьера к проведению закупок инноваций.



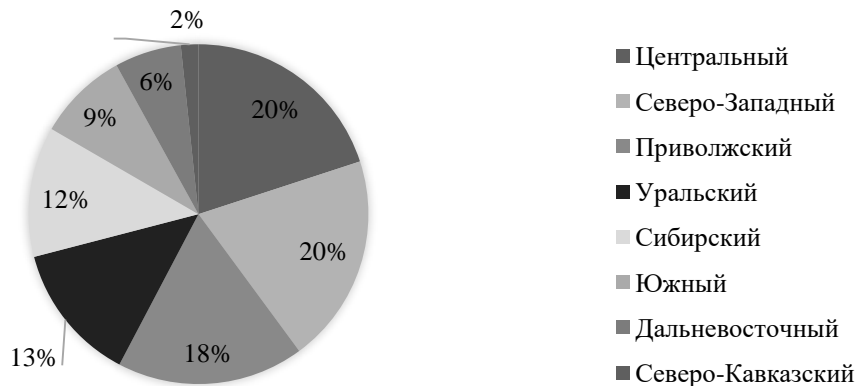
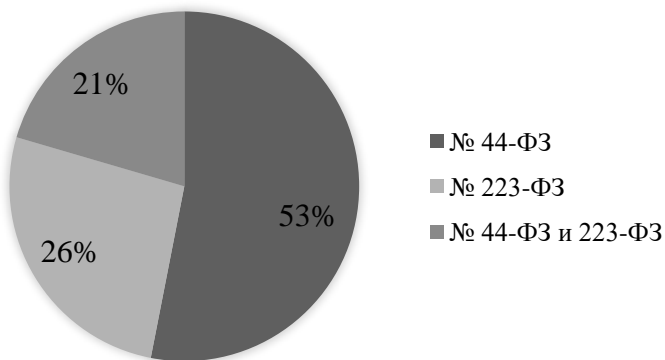
Этапы исследования и данные

Масштабный онлайн-опрос среди российских организаций-заказчиков (апрель-май 2024):

- 1. Сбор репрезентативной выборки респондентов** (с помощью платформы «Контур.Закупки»)
- 2. Оценка частоты закупок инноваций на основе нескольких переменных**, с целью сравнить эти закупки и тенденции, найденные в ходе их анализа, с особенностями закупок готовой инновационной продукции

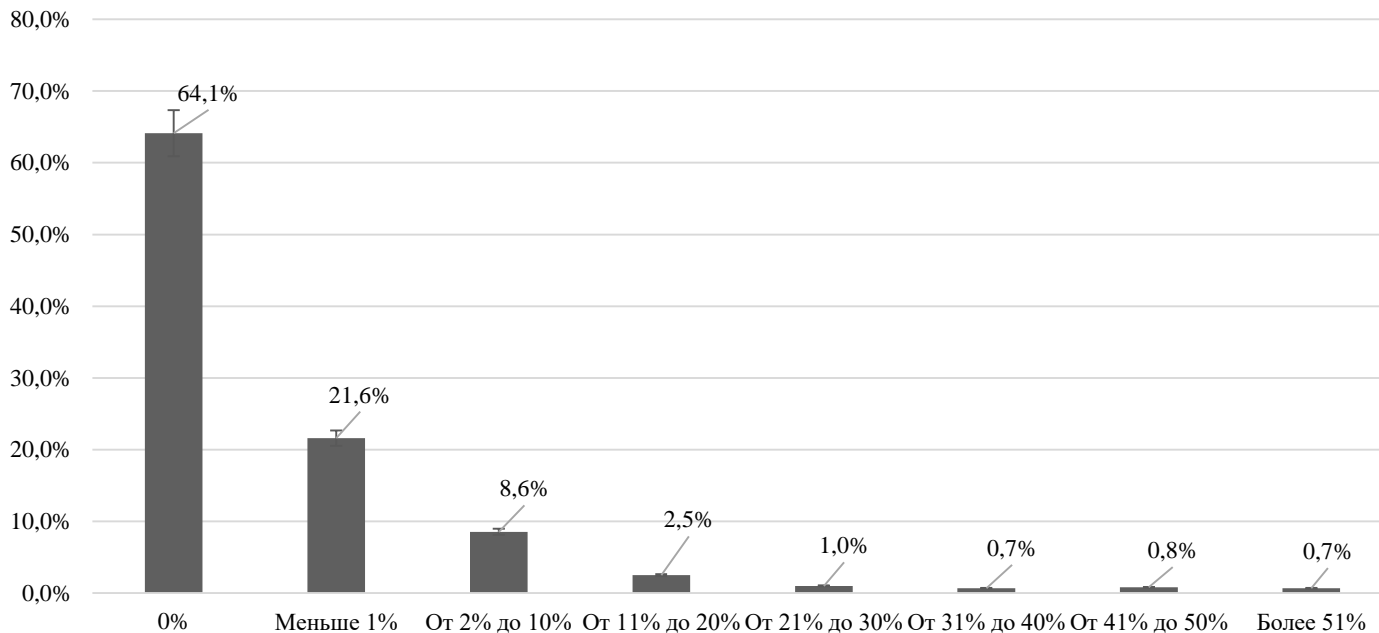
Всего анкету прошли **1 832 респондента**, из них 1 303 ответили полностью на все вопросы анкеты, а 529 начали заполнять, но не полностью ее завершили.

Распределение закупающих организаций в зависимости от регулирующего их деятельность закона и по федеральным округам





Доля закупок инновационной продукции в общем объеме закупок заказчиков в год





Факторы, способствующие проведению закупок инновационной продукции

Название	Утверждение	Кол-во ответивших респондентов	Кол-во ответивших «полностью согласен / согласен» (в %)
Info	Информирование о преимуществах проведения закупок инновационной продукции	828	81,76%
No_rigid	Меньшая регламентация процесса закупок	713	81,63%
Preferences	Установленные законом преференции при закупках инновационной продукции	798	79,45%
Recommend	Методические рекомендации по проведению закупок инновационной продукции от органов власти и регуляторов	815	78,65%
Quality	Инновационная продукция качественнее, чем обычная продукция	707	72,84%
Econ_benefit	Инновационная продукция экономически выгодна	730	69,18%



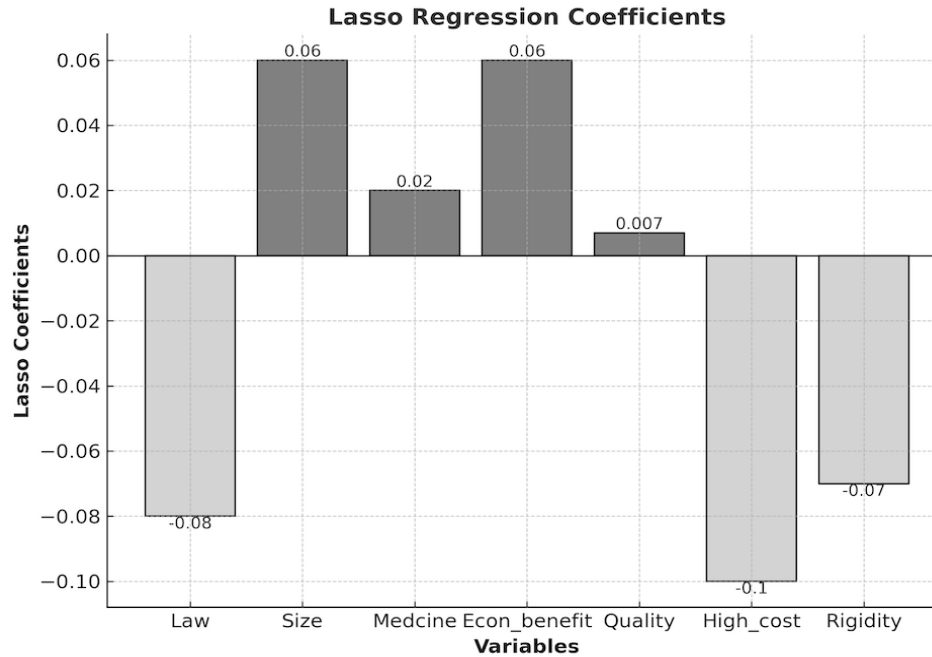
Факторы, сдерживающие проведение закупок инновационной продукции

Название	Утверждение	Кол-во ответивших респондентов	Кол-во ответивших «полностью согласен / согласен» (в %)
Classify	Сложности с классификацией продукции как инновационной	764	91,88%
High_cost	Инновационная продукция дороже обычной продукции	808	90,59%
Rigidity	Строгость закупочного законодательства	764	89,66%
No Info	Нехватка информации при проведении закупок инновационной продукции	785	89,55%
No_purchase	Инновационную продукцию сложнее купить, чем обычную продукцию	785	79,75%
High PP	Длительный срок окупаемости инновационной продукции	707	78,64%
No_market	Инновационная продукция отсутствует на рынке	645	48,99%

Факторы, сказывающиеся на проведении закупок инноваций по 44-ФЗ и 223-ФЗ

Variable	(1) PPI	(2) PPI	(3) PPI
<i>Size</i>	0.0574*** (0.0210)	0.0232*** (0.0061)	0.0724*** (0.00255)
<i>Medcine</i>	0.0130 (0.0206)	-0.0311 (0.0553)	0.2480 (0.2150)
<i>Econ_benefit</i>	0.0509** (0.0251)	0.1420*** (0.0236)	0.0724*** (0.00255)
<i>Quality</i>	0.00669 (0.0262)	-0.0270 (0.0182)	0.3353*** (0.0240)
<i>High_cost</i>	-0.0959*** (0.0264)	-0.0116*** (0.0039)	-0.9441** (0.4087)
<i>Rigidity</i>	-0.0619*** (0.0239)	-0.0580*** (0.0214)	-0.1823*** (0.0459)
<i>Law</i>	-0.0744*** (0.0203)	-	-
<i>Mun</i>	-	-0.0645*** (0.0076)	-
<i>JSC</i>	-	-	0.0482** (0.0206)
<i>Control variables</i>	Yes	Yes	Yes
<i>N (obs.)</i>	1 303	725	578
<i>Pseudo R2</i>	0.32	0.28	0.18
<i>Prob > chi2</i>	0.00	0.00	0.00
<i>AIC</i>	917.06	797.45	931.39
<i>BIC</i>	938.74	816.30	949.93

Robustness check: Lasso-регрессия



Robustness check: порядковый пробит с инфляцией нулей

Variable	(1) PPI share	(2) PPI order	
<i>Law</i>	-0.0785*** (0.0256)	0.0400 (0.100)	-0.564** (0.223)
<i>Size</i>	0.0272 (0.0284)	0.526*** (0.101)	0.416* (0.233)
<i>Medicine</i>	0.0154 (0.0268)	0.178* (0.101)	-0.394 (0.244)
<i>Econ_benefit</i>	0.0871*** (0.0334)	-0.0233 (0.117)	0.792** (0.317)
<i>Quality</i>	0.0425 (0.0343)	0.0381 (0.119)	-0.305 (0.308)
<i>High_cost</i>	-0.138*** (0.0331)	0.0374 (0.123)	-0.912*** (0.248)
<i>Rigidity</i>	-0.117*** (0.0302)	0.0668 (0.118)	-0.783*** (0.236)
<i>Control variables</i>	Yes	Yes	
<i>Pseudo R2</i>	0.31	0.21	
<i>Prob > chi2</i>	0.00	0.00	
<i>AIC</i>	997.02	1071.09	
<i>BIC</i>	1006.54	1092.41	

Результаты

1. Российские заказчики систематически размещают закупки готовой инновационной продукции и закупки НИОКР;
2. Заказчики, подпадающие под 223-ФЗ, чаще по количеству проводят закупки инноваций;
3. Цены в закупках инновационной продукции у заказчиков, подпадающих под 44-ФЗ, выше в сравнении с аналогичной продукцией, закупаемой по 223-ФЗ;
4. Инновации чаще закупают через конкурсы и запросы котировок, чем через другие способы определения поставщика;
5. Закупки инновационной продукции в среднем дороже, чем обычные закупочные процедуры;
6. Среди ключевых факторов, способствующих проведению закупок инноваций, респонденты отмечают информирование о преимуществах таких закупок;
7. Наиболее значимыми барьерами к проведению закупок инновационной продукции сложности с классификацией продукции как инновационной, стоимость инновационной продукции.

Спасибо за внимание!