Дмитрий Кашин, Юлия Подгоренко, Дилмурод Тиллашайхов

*(Россия)*

**АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК   
ИННОВАЦИЙ В РОССИИ**

В России государственные, муниципальные и государственно-корпоративные закупки составляют значительную часть расходов государственного бюджета – сумма цен контрактов, заключенных по всей России в 2023 году, превысила 19,3 трлн. рублей в текущих ценах. Государство, являясь крупнейшим заказчиком продукции многих отраслей превращает государственный спрос в действенный инструмент регулирования экономики, проводит структурную экономическую политику через размещение заказов, поддерживает дотационные отрасли. Помимо своей основной задачи, связанной с удовлетворением нужд и потребностей государства, через систему государственных закупок возможно достичь стратегических целей государства, решить приоритетные задачи национального уровня.

Одной из таких приоритетных государственных задач является стимулирование инновационной активности экономических агентов, а также развитие инновационного потенциала страны. В условиях четвертой промышленной революции, и учитывая активное развитие высокотехнологичных отраслей, где основная часть добавленной стоимости смещается с этапа производства на этап разработки продукта, приоритет стимулирования и поддержки инноваций на государственном уровне становится особенно актуальным. Значимость данного приоритета сегодня усиливается структурной перестройкой российской экономики, необходимостью активизации процессов импортозамещения, и разработкой российских высокотехнологичных производств. В этой связи государственные закупки являются действенным инструментом в реализации приоритета стимулирования инноваций, поддерживая инновационную активность через создание спроса на инновационную продукцию. Учитывая вышепредставленные факты, возникают следующие вопросы: какую закупаемую продукцию, существующую на рынке, государственные заказчики относят к инновационной, и какие виды и категории закупающих организаций проводят закупки, связанные с созданием инноваций? Какие факторы связаны с частотой проведения закупок инновационной продукции в России? Данное исследование призвано эмпирически ответить на поставленные вопросы.

В исследовании анализируются данные по государственным и государственно-корпоративным закупкам готовой инновационной продукции (128 522 извещения о закупках) и закупкам стратегических инноваций (47 012 извещений) в России за период с 2018 по 2023 гг. Источник данных — Единая информационная система в сфере закупок (ЕИС). Маркировка закупок как инновационных проводится с использованием региональных реестров инновационной продукции посредством машинного и ручного поиска по предметам закупок в закупочной документации.

По результатам исследования на основе статистического анализа данных показаны различия в эффективности закупок инноваций среди разных категорий российских заказчиков. Среди факторов, сказывающихся на эффективности закупок инновационной продукции можно выделить институциональные факторы (закон, под регулирование которого подпадает заказчик, уровень власти, форма собственности и др.). Показано, что заказчики, подпадающие под 223-ФЗ, чаще по количеству проводят закупки инновационной продукции, в то время как цены закупок инновационной продукции у заказчиков, подпадающих под 44-ФЗ, выше в сравнении с аналогичной продукцией, закупаемой по 223-ФЗ. Дополнительно показано, что в электронных аукционах чаще отражается приоритет стимулирования инноваций, чем в других способах определения поставщика; наблюдаются различия по отраслям закупаемой продукции, а именно в медицине, приоритет инновационного развития отражается чаще, чем в других отраслях; закупки инновационной продукции в среднем дороже, чем стандартные закупочные процедуры. Полученные результаты согласуются с выводами более ранних исследований и подтверждают гипотезу, согласно которой организации с разной частотой реализуют государственные приоритеты в закупках в зависимости от регулирующего их деятельность закона.

Дмитрий Кашин, Юлия Подгоренко, Дилмурод Тиллашайхов

*(Россия)*

Аннотация

В исследовании анализируются открытые данные по государственным закупкам готовой инновационной продукции и закупкам научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР). Данное исследование эмпирически отвечает на следующие вопросы: какую закупаемую продукцию, существующую на рынке, заказчики относят к инновационной, какие характеристики и особенности присущи закупкам инноваций в России, и какие виды и категории заказчиков проводят такие закупки? Выявлено, что частота проведения закупок инноваций различается в зависимости от закона, в соответствии с которым организация проводит закупку, и организационно-правовой формы заказчика. На частоте размещения закупок инноваций также сказывается способ определения поставщика, цена продукции и предмет закупки.

Dmitriý Kaşin, ululiýa Podgorenko, Dilmurod Tillaşaýhow

(Russiýa)

Annotasiýa

Gözleg, taýýar innowasiýa önümlerini hökümetden satyn almak we gözleg we ösüş işlerini (R&D) satyn almak barada açyk maglumatlary seljerýär. Bu gözleg, aşakdaky soraglara empirik jogap berýär: bazarda bar bolan satyn alnan önümleri müşderiler innowasiýa diýip hasaplaýarlar, Russiýada innowasiýalary satyn almakda haýsy aýratynlyklar we aýratynlyklar bar we müşderileriň haýsy görnüşleri we kategoriýalary şeýle satyn alýarlar? Täzelikleri satyn almagyň ýygylygynyň, guramanyň satyn alyşlary alyp barýan kanunlaryna we müşderiniň kanuny görnüşine baglylykda üýtgäp durýandygy aýan edildi. Täzelikleri satyn almagyň ýygylygy üpjün edijini, önümiň bahasyny we satyn alyş predmetini kesgitlemegiň usulyna-da täsir edýär.

Dmitry Kashin, Yulia Podgorenko, Dilmurod Tillashaikhov

*(Russia)*

*Abstract*

The study analyzes open data on public procurement of innovative products and procurement of research and development (R&D). The study empirically answers the following questions: what purchased products existing on the market do customers classify as innovative, what characteristics and features are inherent in the procurement of innovations in Russia, and what types and categories of customers make such purchases? We reveal that the frequency of procurement of innovations varies depending on the law in accordance with which the organization conducts the procurement and the type of the customer. The frequency of procurement of innovations is also affected by the method of determining the supplier, the price of the product and the subject of purchase.