

Результаты анализа

1. Ваша деятельность в организации связана закупками?

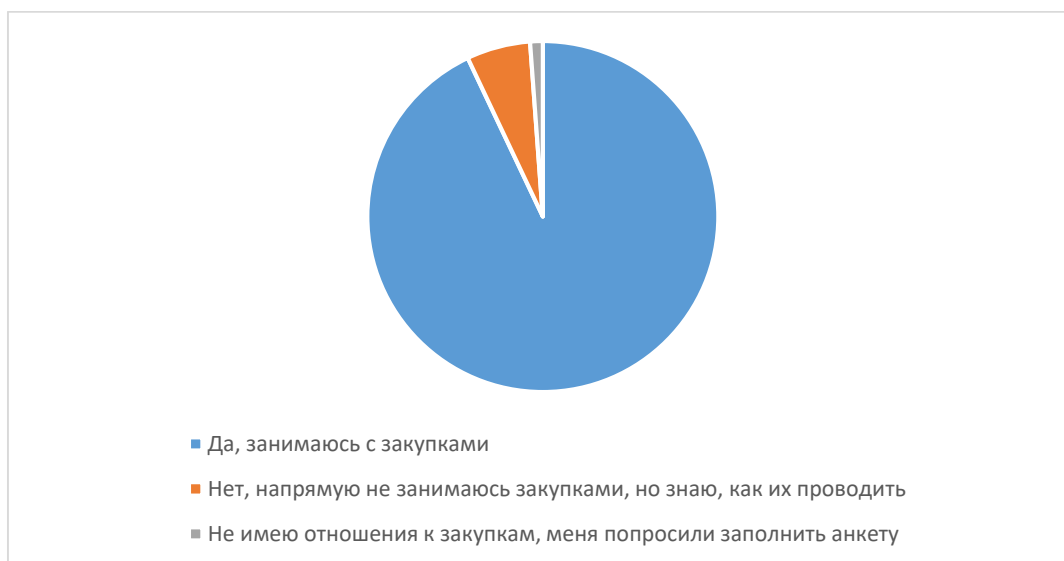
варианты ответа:

Да, занимаюсь с закупками – 93% (1677 ответов)

Нет, напрямую не занимаюсь закупками, но знаю, как их проводить – 5,9% (106 ответов)

Не имею отношения к закупкам, меня попросили заполнить анкету – 1,1% (21 ответ)

Всего на этот вопрос ответили 1804 человека. Из всех респондентов, прошедших опрос, практически 93% непосредственно занимаются закупками в своей организации. Практически 6% знают их особенности и процедуру проведения. Лишь 1% опрошенных не имели никакого отношения к закупкам.

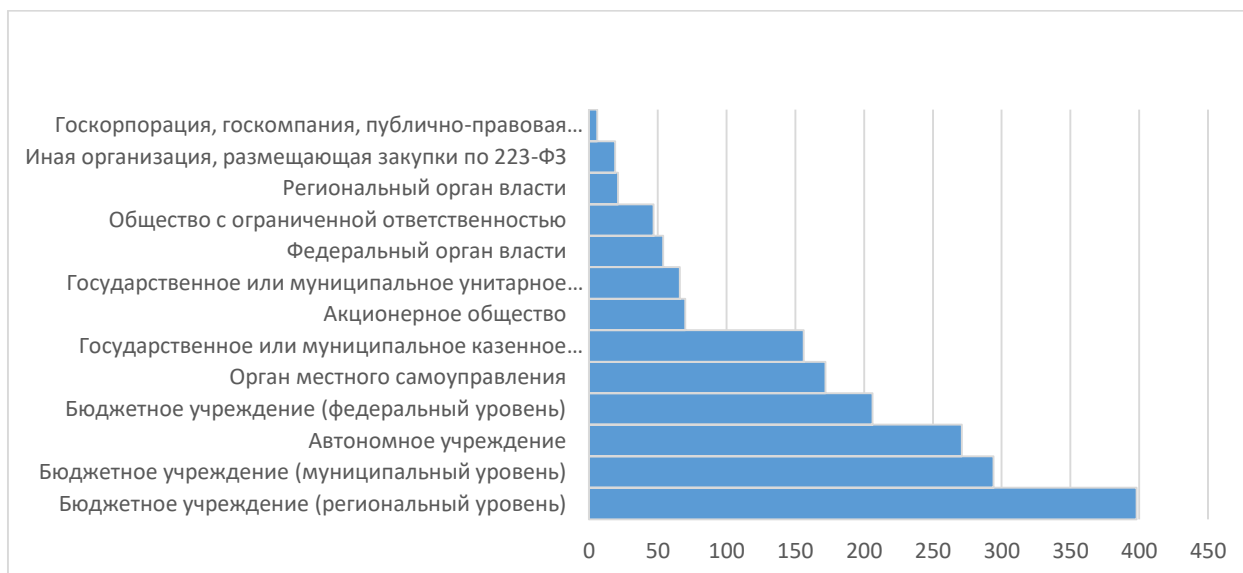


2. В какой организации Вы работаете?

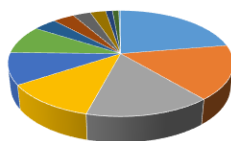
Значения В процентах

Бюджетное учреждение (региональный уровень)	398	22,36%
Бюджетное учреждение (муниципальный уровень)	294	16,52%
Автономное учреждение	271	15,22%
Бюджетное учреждение (федеральный уровень)	206	11,57%
Орган местного самоуправления	172	9,66%
Государственное или муниципальное казенное учреждение	156	8,76%
Акционерное общество	70	3,93%
Государственное или муниципальное унитарное предприятие	66	3,71%
Федеральный орган власти	54	3,03%
Общество с ограниченной ответственностью	47	2,64%
Региональный орган власти	21	1,18%
Иная организация, размещающая закупки по 223-ФЗ	19	1,07%
Госкорпорация, госкомпания, публично-правовая компания	6	0,34%
Общий итог	1780	

Большинство респондентов были из бюджетных учреждений регионального уровня – более 22%. Чуть меньше респондентов – представители бюджетных учреждений муниципального и федерального уровней, автономных учреждений, а также органов местного самоуправления и казенных учреждений. Остальные опрошенные являются представителями федеральных и региональных органов власти, унитарных предприятий, госкорпораций, госкомпаний, акционерных обществ, обществ с ограниченной ответственностью и иных организаций.



2. В какой организации Вы работаете?



- Бюджетное учреждение (региональный уровень)
- Бюджетное учреждение (муниципальный уровень)
- Автономное учреждение
- Бюджетное учреждение (федеральный уровень)
- Орган местного самоуправления
- Государственное или муниципальное казенное учреждение

3. По какому закону Ваша организация размещает закупки?

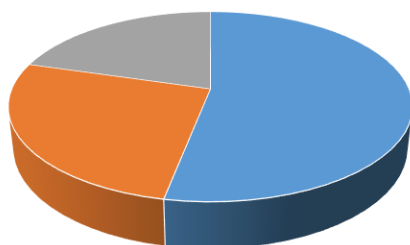
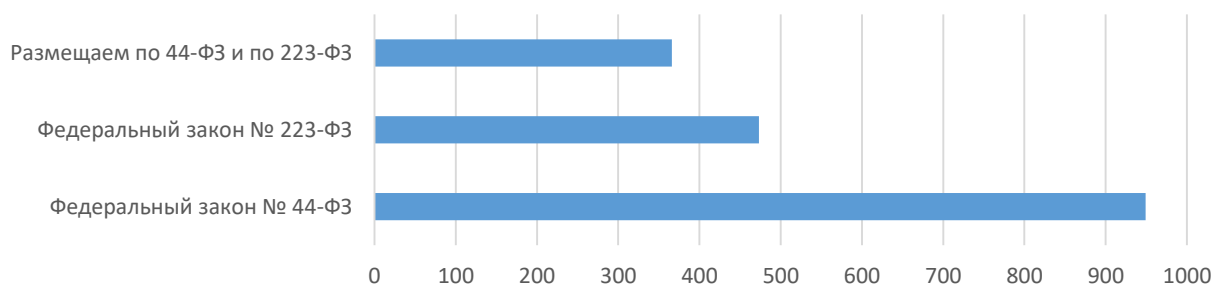
Федеральный закон № 44-ФЗ – 53,1% (949 ответов)

Федеральный закон № 223-ФЗ – 26% (473 ответа)

Размещаем по 44-ФЗ и по 223-ФЗ – 20,1% (275 ответов)

Подавляющее большинство респондентов осуществляют закупки именно по 44-ФЗ. Менее половины опрошенных размещают закупки либо только по 223-ФЗ, либо одновременно по двум законам.

3. По какому закону Ваша организация размещает закупки?



- Федеральный закон № 44-ФЗ
- Федеральный закон № 223-ФЗ
- Размещаем по 44-ФЗ и по 223-ФЗ

4. В каком федеральном округе находится Ваша организация?

Центральный – 19% (359 ответов)

Северо-Западный – 19% (358 ответов)

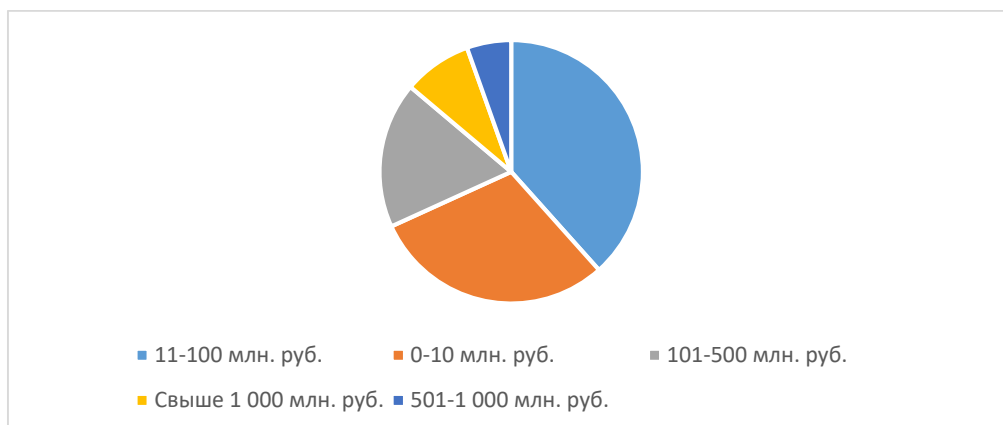
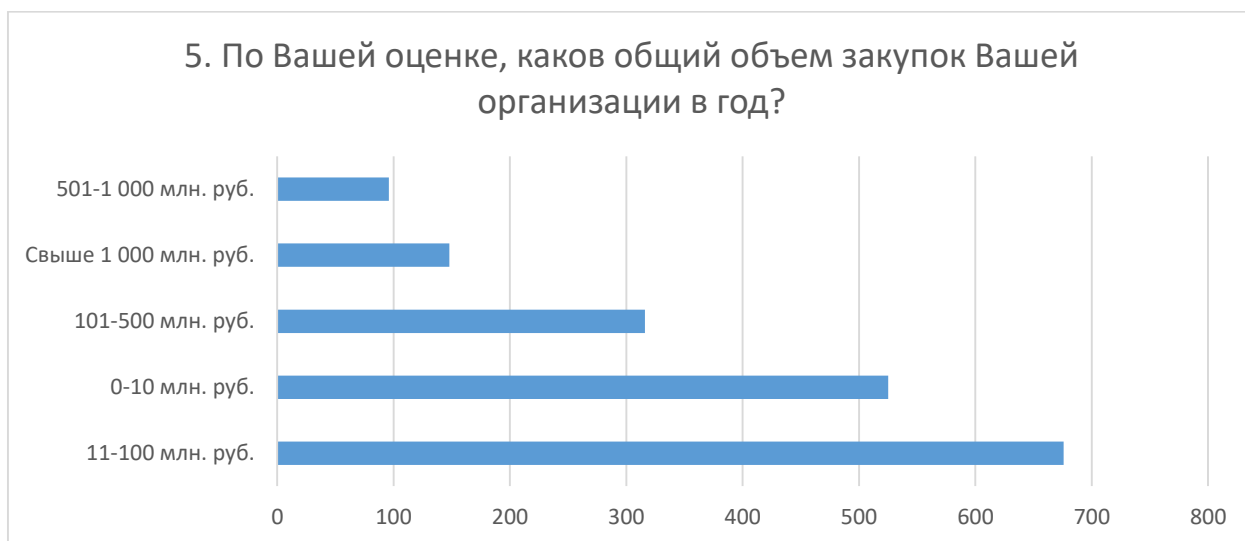
Приволжский – 17% (320 ответов)
Уральский – 13% (238 ответа)
Сибирский – 12% (223 ответов)
Южный – 8% (155 ответ)
Дальневосточный – 6% (114 ответов)
Северо-Кавказский – 2% (30 ответов)

Большинство респондентов из Центрального, Северо-Западного и Приволжского ФО (от каждого почти 20% опрошенных). Наименьшее количество респондентов были из Северо-Кавказского и Дальневосточного ФО.

5. По Вашей оценке, каков общий объем закупок Вашей организации в год?

0-10 млн. руб. – 29,8% (525 ответов)
11-100 млн. руб. – 38,4% (676 ответов)
101-500 млн. руб. – 17,2% (316 ответов)
501-1 000 млн. руб. – 5,5% (96 ответов)
Свыше 1 000 млн. руб. – 8,4% (148 ответов)

Годовой бюджет на закупки у большинства организаций (70%) не более 100 млн рублей. Только у 8% организаций объем закупок в год свыше 1000 млн рублей.



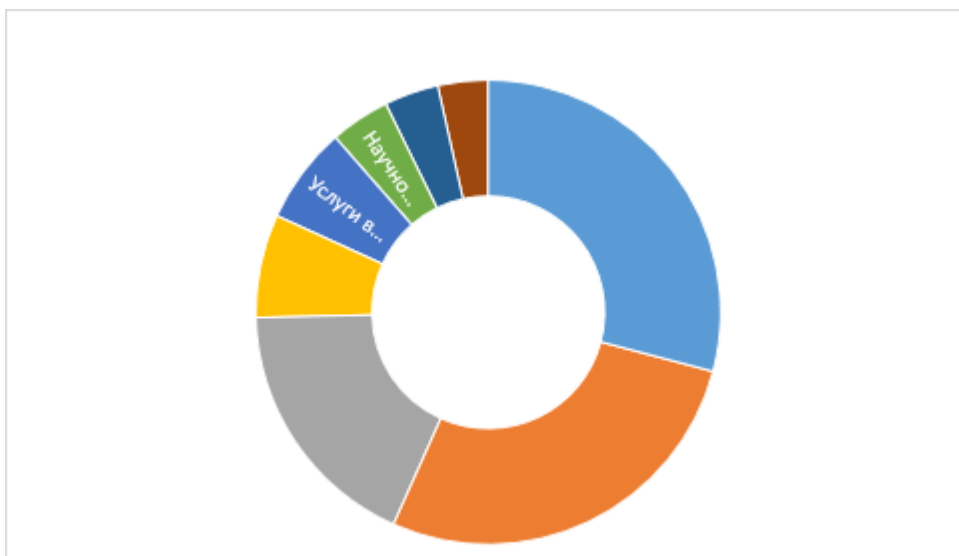
6. На Ваш взгляд, какую инновационную продукцию чаще закупают российские заказчики?

Российские заказчики чаще закупают Медицинские инструменты и оборудование (ОКПД 2-32.50) – 59% (470 ответов)

Техника и информационные технологии (ОКПД 2-62) – 57,4% (457 ответов)

Машины и оборудование (ОКПД 2-28) – 39,6% (315 ответов)

Реже всего, по мнению заказчиков, в России закупают Химико-технологические инновации (ОКПД 2-20), за них проголосовали лишь 8% (64 ответа)



7. Размещает ли Ваша организация закупки инновационной продукции?

16% респондентов ответили, что размещают закупки инновационной продукции.

Некоторые заказчики размещают нулевые планы инновационных закупок, а кто-то даже сам участвует в таких конкурсах как исполнитель (поставщик).

7. Размещает ли Ваша организация закупки инновационной продукции?



8. Как бы Вы оценили объем закупок инновационной продукции Вашей организации в год?

На вопрос об объеме закупок инновационной продукции 21,6% респондентов ответили, что инновационная продукция составляет менее 1% в общем объеме закупок.

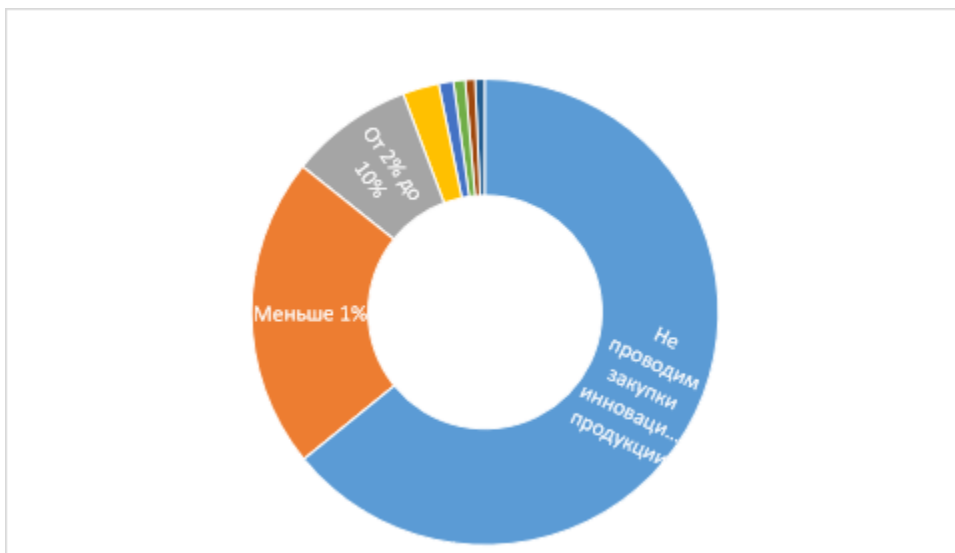
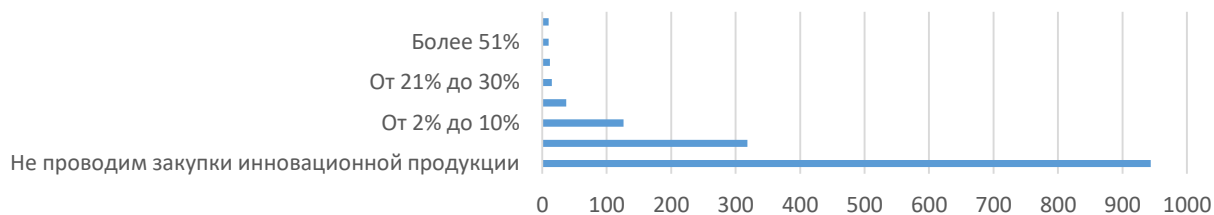
Большинство опрошенных согласны с утверждениями, что Инновационная продукция дороже обычной продукции и Инновационную продукцию сложнее купить, чем обычную продукцию. Многие согласны, что Инновационная продукция качественнее, чем обычная продукция.

Почти 95% опрошенных не проводят закупки НИОКР, лишь 5% организаций – да.

Большинство респондентов согласны с утверждениями, что *инновационная продукция дороже обычной продукции и инновационную продукцию сложнее купить, чем обычную продукцию*. Многие согласны, что *инновационная продукция качественнее, чем обычная продукция*. Одним из самых значимых **стимулов** при закупках инновационной продукции для заказчиков является *информирование о преимуществах проведения закупок инновационной продукции*. Также в число стимулов входят *установленные законом преференции при закупках инновационной продукции и методические рекомендации по проведению закупок инновационной продукции* от органов власти и регуляторов. Наиболее значимыми **барьерами** к проведению закупок инноваций заказчики считают *строгость закупочного законодательства, а также сложности с классификацией продукции как инновационной*.

Последний блок вопросов в анкете был посвящен закупкам НИОКР. Почти 5% опрошенных регулярно проводят такие закупки. Чаще всего закупают НИОКР в сфере технических наук и технологий (например, нанотехнологии, защита информации), а также компьютерные науки и информационные технологии.

8. Как бы Вы оценили объем закупок инновационной продукции Вашей организации в год?



9. Насколько следующие утверждения соответствуют отношению к закупкам инновационной продукции?

1. Инновационная продукция экономически выгодна
2. Инновационная продукция качественнее, чем обычная продукция
3. Инновационная продукция дороже обычной продукции
4. Инновационную продукцию сложнее купить, чем обычную продукцию
5. Инновационная продукция отсутствует на рынке

Оценка утверждений количественный виды	1	2	3	4	5
Скорее соответствует	393	434	383	341	249
Скорее не соответствует	170	152	51	126	248
Полностью соответствует	112	81	349	285	67
Полностью не соответствует	55	40	25	33	81
Общий итог	730	707	808	785	645

Оценка утверждений %	1	2	3	4	5
Скорее соответствует	53,84%	61,39%	47,40%	43,44%	38,60%
Скорее не соответствует	23,29%	21,50%	6,31%	16,05%	38,45%
Полностью соответствует	15,34%	11,46%	43,19%	36,31%	10,39%
Полностью не соответствует	7,53%	5,66%	3,09%	4,20%	12,56%

Исходя из полученных данных, можно сделать следующий вывод

- Полностью согласны 112 респондентов (15,34%) или скорее согласны 393 респондента (53,84%) с утверждением, что инновационная продукция экономически выгодна – это

может быть связано с тем, что она позволяет увеличить эффективность компании, снизить издержки, за счет внедрения новых технологий. Также это может поспособствовать увеличению конкурентных преимуществ, в результате эксплуатации высокотехнологичной продукции, возможно увеличение показателей качества продукции, а также разработка новых уникальных товаров/услуг.

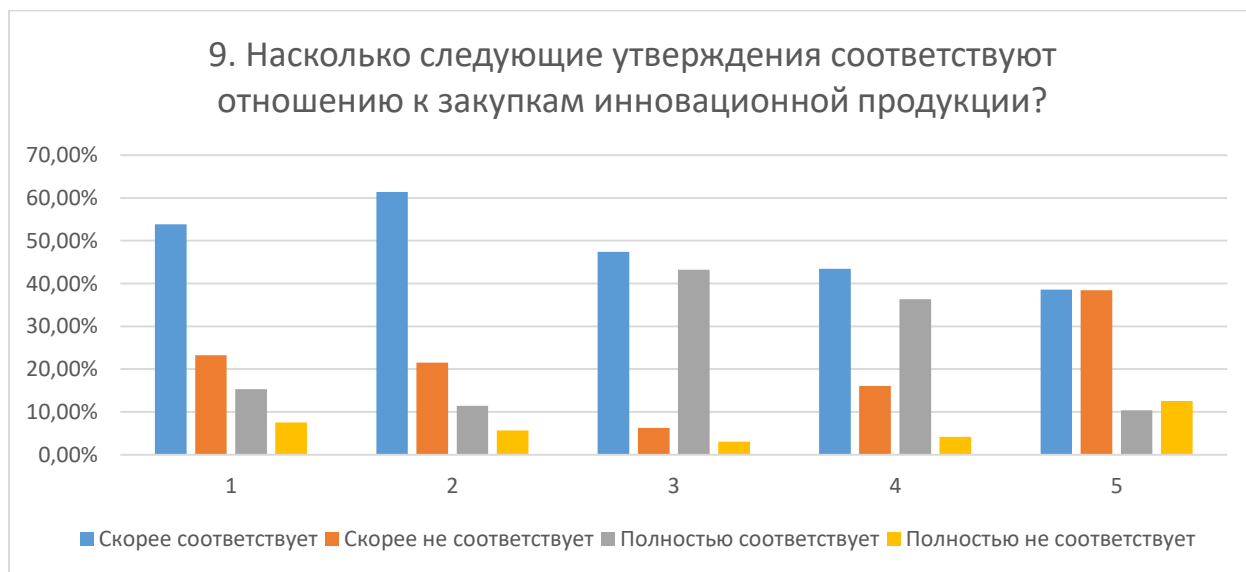
- Полностью согласны 81 респондент (11,46%) или скорее согласен 434 респондента (61,39%) с утверждением, что инновационная продукция качественнее, чем обычная продукция – это может быть связано с тем, что это является не массовым, а единичным производством, уникальность, ограниченный тираж, возможна ручная сборка.

- Полностью согласны 349 респондента (43,19%) или скорее согласны 383 респондента (47,40%) с утверждением, что инновационная продукция дороже обычной продукции, очевидно, что это может быть связано с тем, что это является единичным производством и дороже эта продукция за счет затрачиваемых ресурсов интеллектуальных (разработка), техника (сборка), материалы, время и т.д.

- Полностью согласны 285 респондентов (36,31%) или скорее согласны 341 респондент (43,44%) с утверждением, что инновационную продукцию сложнее купить, чем обычную продукцию – это связано с ограниченным выпуском продукции и высокой стоимостью.

- Полностью согласны 67 респондентов (10,39%) или скорее согласны 249 респондентов (38,60%) с утверждением, что инновационная продукция отсутствует на рынке – это возможно связано с тем, что отсутствует достаточная осведомленность о понятии «Инновационная деятельность» или в рамках своей деятельности респонденты не связаны с таким видом продукции, ввиду этого отсутствует понимание.

При этом полностью не согласен 81 респондент (12,56%) или скорее не согласны 248 респондентов (38,45%).



10. Как Вы считаете, насколько нижеследующие стимулы значимы при проведении закупок инновационной продукции?

1. Методические рекомендации по проведению закупок инновационной продукции от органов власти и регуляторов
2. Информирование о преимуществах проведения закупок инновационной продукции
3. Установленные законом преференции при закупках инновационной продукции
4. Меньшая регламентация процесса закупок

Оценка утверждений количественный вид	1	2	3	4
Скорее значимы	366	397	359	289
Очень значимы	275	280	275	293

Скорее не значимы	109	98	100	90
Абсолютно не значимы	65	53	64	41
Общий итог	815	828	798	713

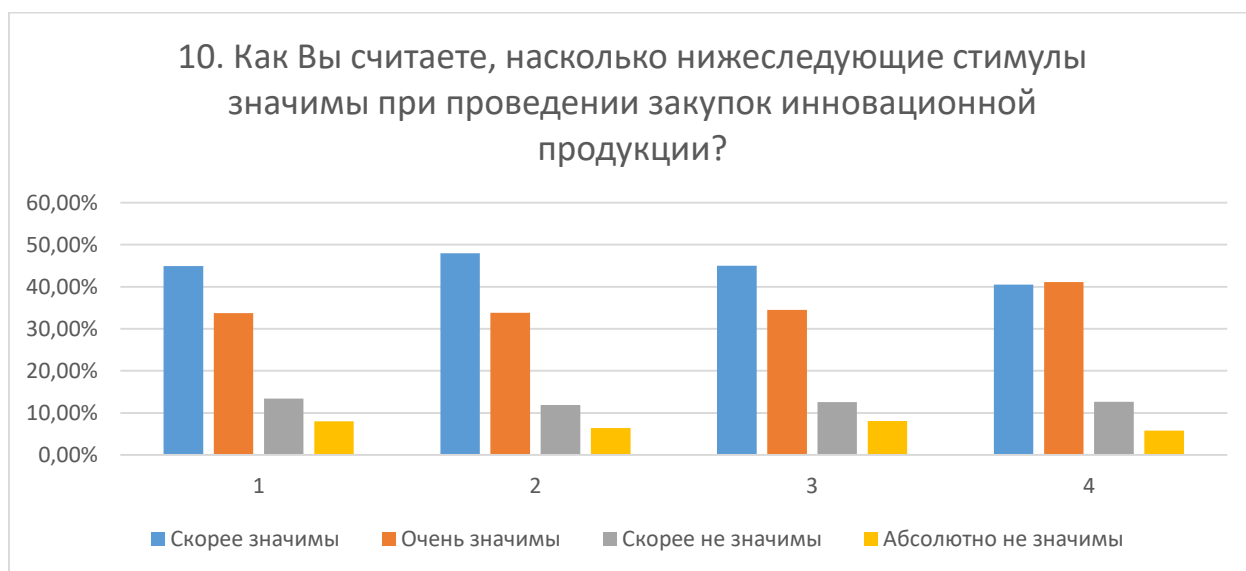
Оценка утверждений %	1	2	3	4
Скорее значимы	44,91%	47,95%	44,99%	40,53%
Очень значимы	33,74%	33,82%	34,46%	41,09%
Скорее не значимы	13,37%	11,84%	12,53%	12,62%
Абсолютно не значимы	7,98%	6,40%	8,02%	5,75%

- Утверждение, связанное с предоставлением методических рекомендаций по проведению закупок инновационной продукции от органов власти и регуляторов, считают очень значимым 275 респондентов (33,74%) и скорее значимым 366 респондентов (44,91%), то есть в данном случае можно сделать вывод о том, что большинство респондентов не знают, как правильно проводить закупки инновационной продукции.

- Утверждение, связанное с информированием о преимуществах проведения закупок инновационной продукции считают очень значимым 280 респондентов (33,82%) и скорее значимым 397 респондентов (47,95%) – это связано с тем, что при понимании определенных выгод закупки такой продукции, компании смогут оценивать свои возможности и необходимость проведения таких закупок.

- Утверждение, связанное с установленными законом преференции при закупках инновационной продукции, считают очень значимыми 275 респондентов (34,46%) и скорее значимыми 359 респондентов (44,99%), в данном случае можно предположить, что для респондентов важны преференции, которые они смогут получать от государства. В результате закупки инновационной продукции.

- Утверждение, связанное с меньшей регламентацией процесса закупок, считают очень значимым 293 респондента (41,09%) и скорее значимыми 289 респондентов (40,53%) – это может быть связано со сложной процедурой проведения закупочной деятельности.



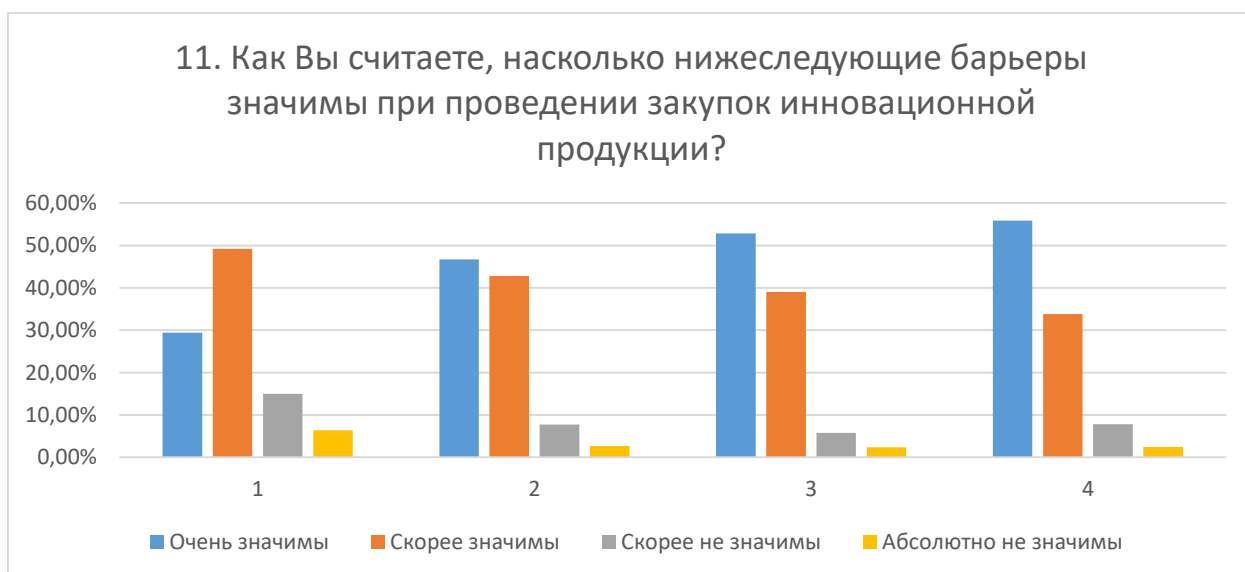
11. Как Вы считаете, насколько ниже следующие барьеры значимы при проведении закупок инновационной продукции?

1. Длительный срок окупаемости инновационной продукции
2. Нехватка информации при проведении закупок инновационной продукции
3. Сложности с классификацией продукции как инновационной
4. Строгость закупочного законодательства

Оценка утверждений количественный вид	1	2	3	4
Очень значимы	208	367	404	427
Скорее значимы	348	336	298	258
Скорее не значимы	106	61	44	60
Абсолютно не значимы	45	21	18	19
Общий итог	707	785	764	764

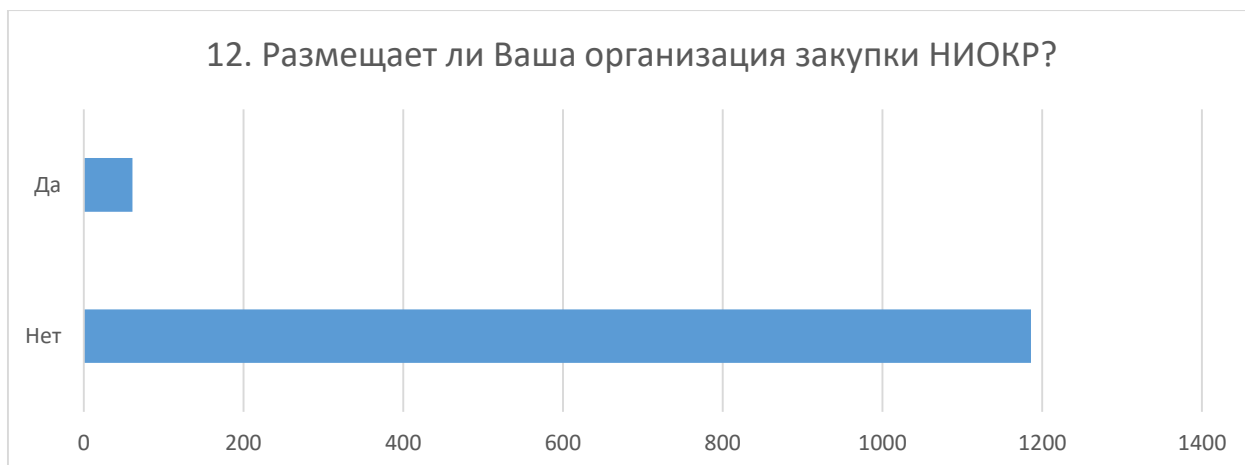
Оценка утверждений %	1	2	3	4
Очень значимы	29,42%	46,75%	52,88%	55,89%
Скорее значимы	49,22%	42,80%	39,01%	33,77%
Скорее не значимы	14,99%	7,77%	5,76%	7,85%
Абсолютно не значимы	6,36%	2,68%	2,36%	2,49%

- Барьер в виде длительного срока окупаемости инновационной продукции очень значим для 208 респондентов (29,42%) и скорее значим для 348 респондента (49,22%) – это вполне очевидно, так как стоимость инновационной продукции является высокой.
- Барьер в виде нехватки информации при проведении закупок инновационной продукции очень значим для 367 респондентов (46,75%) и скорее значим для 336 респондентов (42,80%) – это связано с отсутствием осведомленности о проведении такого типа закупок.
- Барьер в виде сложности с классификацией продукции как инновационной очень значим для 404 респондента (52,88%) и скорее значим для 298 респондентов (39,01%), то есть нет четкой границы и перечня того, что называется инновационной продукцией – это является достаточно обширным и абстрактным определением.
- Барьер в виде строгости закупочного законодательства очень значим для 427 респондентов (55,89%) и скорее значим для 258 респондентов (33,77%).



12. Размещает ли Ваша организация закупки НИОКР?

Большинство респондентов, а именно 1186 (95,11%) не размещают закупок НИОКР, только 61 респондент (4,89%) размещают закупки такого вида. В целом это является не очень хорошим показателем, так как слишком малое количество компаний занимаются размещением закупок НИОКР.



13. В каких сферах Вы закупаете НИОКР?

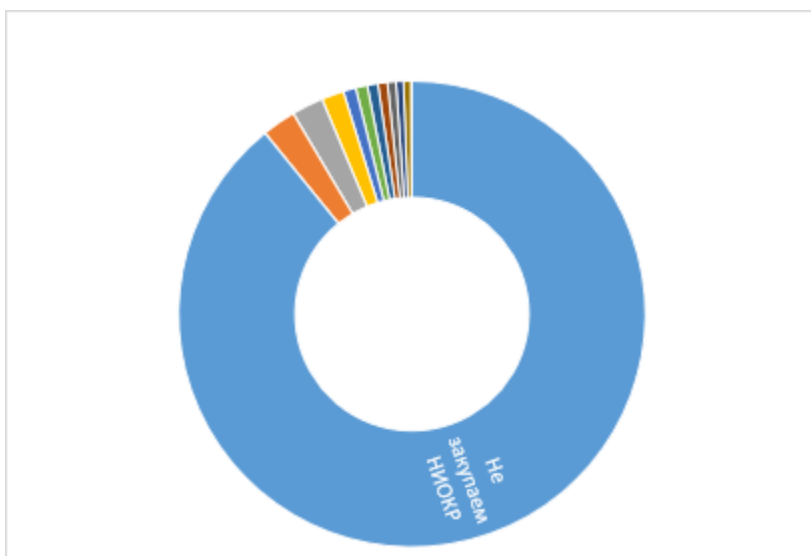
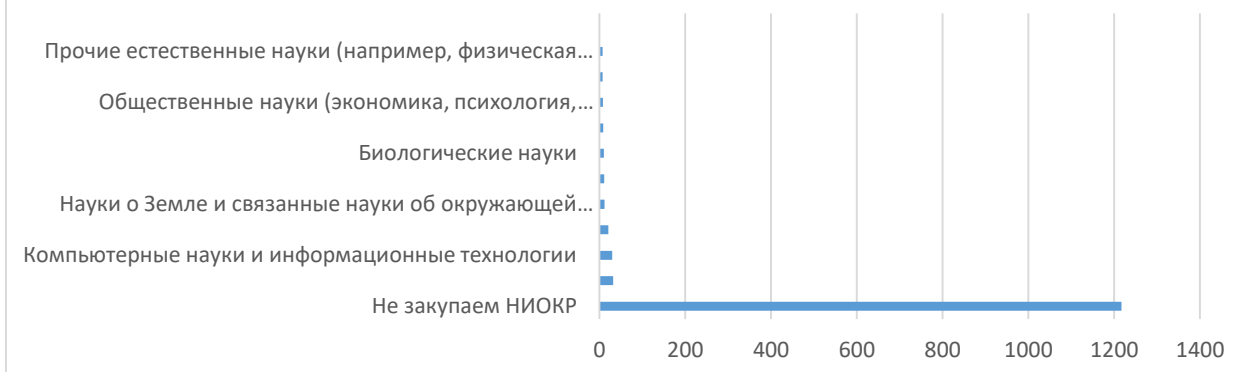
Утверждения	Значения	%
Не покупаем НИОКР	1217	89,16%
Технические науки и технологии кроме биотехнологий (например, нанотехнологии, защита информации)	32	2,34%
Компьютерные науки и информационные технологии	30	2,20%
Медицинские науки	21	1,54%
Науки о Земле и связанные науки об окружающей среде	12	0,88%
Химические науки	11	0,81%
Биологические науки	10	0,73%
Биотехнологии	9	0,66%
Общественные науки (экономика, психология, юридические науки)	8	0,59%
Гуманитарные науки (языкознание и литературоведение)	7	0,51%
Прочие естественные науки (например, физическая география)	7	0,51%
Физика	1	0,07%
Общий итог	1365	

По результатам данного вопроса, можно сделать следующие выводы:

- Большинство респондентов 1217 (89,16%), не проводят закупки НИОКР, возможно это связано с тем, что такой вид закупок предполагает большие финансовые затраты. Также это может быть связано с высоким уровнем неопределенности и рисками, это также может быть связано с отсутствием опыта и низкой осведомленности о процедуре проведения закупочной деятельности.

- В основном закупка НИОКР у других респондентов связана с техническими, компьютерными, информационными и медицинскими отраслями науки.

13. В каких сферах Вы закупаете НИОКР?



14. Насколько следующие утверждения соответствуют отношению к закупкам НИОКР?

1. Сложности в формулировке предмета закупки
2. Сложности с прогнозированием результатов закупки НИОКР
3. Сложности с определением НМЦК в закупках НИОКР
4. Сложности с оценкой квалификации поставщиков
5. Ограниченное количество поставщиков НИОКР на рынке

Оценка утверждений количественный вид	1	2	3	4	5
Скорее соответствует	222	226	201	215	193
Полностью соответствует	136	163	186	175	183
Скорее не соответствует	76	44	43	48	40
Полностью не соответствует	22	17	23	15	17
Общий итог	456	450	453	453	433

Оценка утверждений %	1	2	3	4	5
Скорее соответствует	48,68%	50,22%	44,37%	47,46%	44,57%
Полностью соответствует	29,82%	36,22%	41,06%	38,63%	42,26%
Скорее не соответствует	16,67%	9,78%	9,49%	10,60%	9,24%
Полностью не соответствует	4,82%	3,78%	5,08%	3,31%	3,93%

По результатам данного вопроса можно сделать следующий вывод:

Большее количество респондентов с каждым из приведенных утверждений полностью согласны или скорее согласны.

- Это может быть связано с тем, что проведение закупок НИОКР требуют необходимых технических аспектов в проектах и респонденты могут сталкиваться с нехваткой опыта в данной области, что соответственно делает формулировку предмета сложной.

- Результаты НИОКР часто непредсказуемы и могут зависеть от множества факторов к этому можно отнести и инновационность проводимых работ, технические риски и высокую неопределенность.

- Может быть связано с отсутствием аналогов и высокими затратами проведения работ НИОКР – это требует специализированных знаний и зачастую приводит к неопределенности стоимости проекта.

- Оценка квалификации поставщиков затруднена в результате того, что очень малый процент компаний, которые проводят закупки такой продукции, а также невозможно оценить их предыдущий опыт и наличие необходимых ресурсов.

- Ввиду низкой конкуренции, поставщики завышают стоимость.

