

Особливості управління інноваційними ризиками

Ковальова О.М.

Однією з характерних ознак розвитку вітчизняної та світової економіки останнього часу є зростання невизначеності умов господарювання через ускладнення зовнішнього середовища, загострення конкуренції, обмеженість ресурсів, падіння попиту тощо. Зростання невизначеності породжує зростання ризиків, з якими підприємства стикаються у своїй повсякденній діяльності, зокрема і в процесі реалізації інноваційних проєктів.

Інноваційна підприємницька діяльність, порівняно з традиційною господарською діяльністю, більш ризикова, оскільки характеризується рядом особливостей:

Особливості інноваційних проєктів, що необхідно враховувати у процесі управління інноваційними ризиками:

- *розтягненість інноваційних проєктів в часі* (для окремих проєктів проєктний цикл може тривати роки);
- *відокремленість витрат від результатів* науково-технічних проєктів у часі;
- *залучення великої кількості учасників* (кредитори, інвестори, замовники, консультанти, проєктувальники, страхувальники тощо);
- *комплексний характер інноваційних проєктів*, тобто вони є комбінацією "простіших" форм господарської діяльності (наукової, технічної, фінансово-кредитної, страхової тощо);
- *інтернаціональний характер інноваційних проєктів*, унаслідок чого можуть виникати інноваційні ризики щодо різних країн та політик;
- *відсутність гарантій отримання позитивних результатів* при освоєнні інноваційних проєктів (існує небезпека невідвортної втрати авансованих грошових засобів, оскільки характеристики кінцевого продукту можуть дуже відрізнятись від запланованих).

Отже інвестування в наукову діяльність є дуже ризикованим для підприємця, особливо в умовах обмежених фінансових ресурсів, що характерно для вітчизняної економіки. У цьому зв'язку однією з проблем управління інноваційною діяльністю є те, що суб'єкти завжди, у тій чи іншій мірі, свідомо чи/і несвідомо намагаються чинити опір інноваціям. Це відбувається на кожній стадії інноваційного процесу, а особливо болісним і майже завжди важким для будь-якої організації є процес впровадження інновацій.

Економісти виділяють три **причини, що зумовлюють небажання здійснювати інноваційну діяльність** і взагалі чинити опір нововведенням: *економічні, соціальні та особисті*.

До **економічних** відносять побоювання людини, що через нововведення вона залишиться без роботи, чи зменшиться заробітна плата, чи відбудеться інтенсифікація її праці тощо. Більшість людей прагне не змін, а стабільності, не переносить невизначеності. Так, опитування, проведене в Австрії, засвідчує: будучи безробітною, людина страждає від своєї нереалізованості, а тому охочіше погоджується на помірну плату за працю, аніж на дещо вищу матеріальну допомогу з безробіття. Так само підприємцеві, який отримує стабільний дохід від бізнесу, важко погодитись на радикальні зміни виробничого процесу, викликані інноваційною діяльністю.

Соціальними причинами неприйняття інновацій є: небажання пристосовуватися до нового соціально-психологічного клімату в колективі; прагнення зберегти звичні соціальні зв'язки; побоювання, що у нових соціальних умовах буде менше вдовolenня роботою; переконання в тому, що будь-які нововведення на підприємстві вигідні лише керівнику, а не колективу тощо. Отже, соціальні наслідки інноваційної діяльності перш за все турбують не керівників підприємств, а рядових працівників.

Серед **особистих** причин, що викликають супротив інноваціям, найчастіше називають такі: небажання витрачати час і зусилля на перенавчання чи зміну професії; страх перед невизначеністю результатів нововведень; побоювання того, що набуті вміння і знання виявляться непотрібними, що знизиться власна значущість у виробничому процесі тощо.

Всі ці антиінноваційні бар'єри формують небажання ризику, прагнення не стільки досягти успіху, скільки оминати невдачу, породжують недовіру до нової техніки, технології, заважають займатися підприємництвом взагалі, оскільки останнє – це завжди ризик, адже невідомо чим скінчиться спроба чи ініціатива реалізувати задум, створити справу.

На високий рівень невизначеності і ризикованості інноваційної діяльності одним з перших звернув увагу Й. Шумпетер. Але він у той же час вказував на необхідність вести дослідницьку роботу і патентувати всі оригінальні ідеї і технічні рішення. Адже уникнути ризику взагалі, а тим паче в підприємницькій діяльності, неможливо. До причин, що зумовлюють економічні ризики пов'язані саме з підприємницькою діяльністю, дослідники відносять такі, як розмаїтість та численність суб'єктів, що здійснюють цей вид господарської діяльності, спільність договірних відносин, діяльність у конкурентному середовищі, що постійно змінюється. Дійсно, приймаючи будь-яке господарське рішення, суб'єкт зіставляє його зі способом вирішення подібної проблеми іншими суб'єктами, з рішеннями, які ухвалювались авторами інновації. При цьому підприємець завжди порівнює альтернативні технології, намагаючись одержати додаткову інформацію про їх ефективність і надійність. Але в умовах конкурентного ринку одержати таку інформацію досить складно. До того ж, окрема фірма може бути обізнана з досвідом обмеженої кількості фірм і аж ніяк з досвідом

безлічі господарських суб'єктів. Все це і зумовлює невизначеність процесів прийняття рішень і дифузії інновацій у ринковій економіці.

Причина невизначеності пов'язана також з самими інноваціями. На ранніх стадіях поширення їх потенційна прибутковість ще невідома. На пізніших стадіях, з нагромадженням досвіду впровадження і використання інновації, ця невизначеність може бути усунута. Однак, разом із зниженням невизначеності і ризику застосування інновації вичерпується і потенціал її ринкового проникнення та знижується прибутковість. У більшості випадків можливість одержання додаткового прибутку від використання будь-якого нововведення тимчасова і знижується з наближенням межі його поширення.

Високий рівень ризику в інноваційній діяльності підприємств пояснюється тим, що інноваційні рішення, з одного боку, потребують значних витрат коштів, а з іншого – не всі інновації приносять очікуваний економічний ефект підприємству. Великі витрати на дослідження, розробки, проектування, побудову моделей, їх тестування, маркетингові дослідження підприємства здійснюють перш ніж новий продукт буде впроваджено на ринок, а у багатьох випадках активно пропаговані концепції нових продуктів не досягають навіть фази комерціалізації. Інноваційний продукт, який все ж таки впроваджений на ринок, з одного боку, повинен повернути підприємству затрачені на його розробку кошти, а з іншого – компенсувати також й інші витрати, що були понесені підприємством на так звані невдалі інноваційні проекти.

Таким чином, проблема дослідження інноваційних ризиків дуже актуальна.