

РИЗИКИ НА ЕТАПАХ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

Шумкова О.В., к.е.н., доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу

Для сталого економічного розвитку підприємств сфери виробництва та надання послуг необхідна активізація товарної інноваційної політики. До того ж не кожна інноваційна ідея реалізується, значна їх кількість зазнає невдач. За дослідженнями, із 58 ідей нових товарів повністю розробляються лише чотири, дві впроваджуються на ринок, а комерційний успіх одержує одна. Успіху на ринку досягає близько 65% інновацій, хоча тільки 10% з них є дійсно новими, а 20% оновленням відомих товарів. Із загальної кількості інноваційних проектів з розробки і виведення на ринок нової продукції на ринку зазнає краху близько 40% проектів, пов'язаних з розробкою товарів споживчого призначення, 20% - товарів промислового призначення, більше 18% - послуги. При цьому близько 50% витрат на створення й просування інновацій на ринок припадає на товари, що так і не змогли знайти попит, а 30% товарних інновацій, що одержали визнання на ринку, але швидко залишили його. У світі в середньому тільки 9 % інноваційних ідей та розробок стають успішними, а інші зникають.

Щоб забезпечити ефективність товарної інноваційної політики необхідно під час інноваційного планування чітко формулювати основні чинники, що можуть призвести до невдачі задля розробки превентивних шляхів запобігання їх впливу. До основних причин невдач найчастіше відносять: помилки визначення попиту (45%), недоробки й дефекти нового товару (29%), недоліки системи просування інновацій на ринок (25%), завищення ціни (19%), конкуренція (17%), несвоєчасний вихід на ринок (14%). А комерційні невдачі нових товарів на ринку викликані наступними причинами: неправильною оцінкою вимог ринку (32%), технічною недосконалістю нових виробів (23%), високою ціною (14%), неадекватною збутовою політикою (13%), несвоєчасним виходом на ринок (10%), жорсткою конкуренцією (8%).

Практика діяльності вітчизняних і іноземних підприємств підтверджує їх високі ризики при розробці та впровадженні товарної інноваційної політики. Деталізація видів і причин прояву інноваційних ризиків представлена у таблиці 1.

Таблиця 1

Ризики, спричинені впливом факторів макросередовища	Ризики, спричинені впливом факторів мікросередовища
Економічний ризик. Виникає внаслідок несприятливих змін економічних умов на аналізованому ринку.	Споживчий ризик. Виникає унаслідок певного консерватизму споживачів і не сприйняття ними нової продукції, особливо, якщо вона різко відрізняється від традиційної.
Політико-правовий ризик. Викликається недосконалістю (несприятливими змінами) політико-правового середовища: податкового законодавства, митного законодавства, кредитно-фінансової системи, політичних прав і гарантій.	Конкурентні ризики. Викликаються активною протидією конкурентів. Слід зазначити, що ці ризики особливо великі для високоприбуткових ринків і галузей, які інтенсивно розвиваються, що приваблює конкурентів.
Соціально-демографічний ризик. Викликається протиріччями в інтересах різних соціальних груп населення, погіршенням демографічної і соціальної обстановки.	Інвестиційні ризики. Виникають як наслідок високого ступеня невизначеності в успіху інновації, що викликає сумніви інвесторів у доцільності вкладення засобів в інноваційний проект.
Екологічний ризик. Виникає внаслідок можливих негативних впливів продукції на навколишнє середовище.	Постачальницькі ризики. Спричиняються можливими діями постачальників, як правило, змінами умов постачання, а також можливою зміною профілю їхньої діяльності.
Технологічний ризик. Розвиток науки може привести до морального старіння використовуваних технологій і устаткування, продукції, методів управління і збуту і т.д. із усіма наслідками, що випливають.	Посередницькі ризики. Спричиняються можливими змінами умов взаємодії з торговельними і збутовими посередниками. Нова продукція може потребувати перебудови існуючої системи збуту, а для принципово нових товарів - формування.

Ризики, спричинені впливом факторів макросередовища - є зовнішніми і некерованими, тому їх слід сприймати як неминучу загрозу (або ж шанс на успіх) і прилаштовуватися до їх - приймати рішення, що мінімізують можливі несприятливі впливи і використовувати сприятливі можливості.

Ризики, викликані впливом факторів мікросередовища найчастіше проявляються як погіршення умов товарної інноваційної політики, аж до повної неможливості її здійснення.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності та авторитетності сучасних підприємств, ріст частки ринку та доходів можливо тільки на основі розвитку товарної інноваційної політики. Проте невдачі та ризики є її невід'ємною частиною.