

РИЗИК В ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

А.Ф. Бондаренко, к.т.н, Українська академія банківської справи

Відомий вислів “ситуацій без ризику не буває” має глибоку сутність. Він може бути пояснений з точки зору важливості впливу на організацію і управління інноваційно-інвестиційною діяльністю.

Особливо інноваційна діяльність пов’язана з чинником ризику. Чому саме так? Відповідь на це питання криється в самій суті інноваційного процесу, який пояснюється, перш за все, впровадженням нововведення і доведенням ідеї до логічного завершення. Розробка нового товару часто супроводжується присутністю і проявом ризикової ситуації. Зазначимо, якщо все відомо заздалегідь, то і ризик відсутній або досить незначний. Це твердження можна також пояснити на прикладі ситуацій, які часто зустрічаються. Маються на увазі десятки ринкових варіантів, коли:

- 1) деяка фірма А збирається виробляти товар Х, попит на який наперед невідомий чи недостатньо відомий;
- 2) ігнорується практика поглибленого аналізу ціноутворюючих чинників з боку товаровиробника. Мова йде саме про ціну виробництва, стан грошової сфери, співвідношення попиту та пропозиції, державне регулювання ціноутворенням і таке інше. Все це окремі ланцюги однієї низки непродуманих рішень і зроблених кроків, які зумовлюють наявність ризиків різної направленості. Звідси і не менш відомі у господарчій практиці явища з неотриманням (недоотриманням) прибутку, невиправдані скорочення (збільшення) обсягів виробництва, необґрунтовані ціни, “відірвані” від реального запиту.

Такий незначний огляд ситуацій, які приводяться і пов’язуються з явищем ризику, дає змогу перейти до проблеми його моделювання, аналізу, прогнозування. Занадто складне і тонке вирішення цієї задачі значною мірою можна реалізувати, відштовхуючись від протилежного, а саме – помітити та зафіксувати умови, без яких ситуація не ототожнюється з ризиком. Як зазначають автори [1], при такій постановці проблеми йдеться про необхідні умови ризику, аналіз яких – найважливіша обставина формування моделі ризику.

Немає сумніву в тому, що ризик в господарській, інноваційно-інвестиційній діяльності як “вірус” зумовлює всі підстави для пошуку засобів його уникнення. Особливо важливим для цього явища є факт середовища як мікро-, так і макрорівня. Мається на увазі середовище, для якого характерна невизначеність, відсутність здорового глузду, інформаційний голод, багатоваріантність, непередбаченість і таке інше, котрі провокують поглиблення ризикового розповсюдження.

Невизначеність занадто часто провокує ризикову ситуацію, але ж і залежить вона від конкретної роботи щодо пошуку необхідної інформації і забезпечення нею виконання особливо важливих робіт, за якими йде поява певної ознаки зрілості, розвинутості в економічному просторі. Зауважимо,

що вище йшлося про те, що ризик – це вже результат, виникнення якого залежить від багатьох причин. Саме визначення останніх, їх глибокий аналіз, розробка концепції уникнення – найважливіший підхід до скорочення ризикової хвилі.

Проте хотілось би торкнутися і проблеми наявності ризику як певної ознаки зрілості економіки, її розвинутості. Для підприємств з низьким рівнем інновативності та фактором відсутності концепції наукових впроваджень немає підстав для ризикового явища. В ситуації, коли для економіки країни, її виробничого потенціалу характерні умови для активного керування, управління, прийняття рішень, свободи підприємництва є місце для ризику.

Щодо підприємців-інноваторів, то кожен з них має на меті позитивний результат, пов'язаний з прибутками, і це особливий процес, зумовлений стилем ринкової системи господарювання. Тому для підприємців, які впроваджують новації, найважливішою умовою стає не уникнення ризику як такого, а його передбачення, що врешті може призвести до мінімально можливого рівня негативних наслідків.

Оскільки ризик як базове, вихідне поняття – це загроза (небезпека) виникнення збитків (витрат) [1], то ті сфери, де він можливий (виробнича, комерційна, фінансова, науково-технічна, соціально-економічна) мають свій особливий відтінок ризику.

Отже, підприємницький ризик можна тлумачити як небезпеку потенційно можливої, вірогідної втрати ресурсів або ж недоодержання доходу у порівнянні з варіантом, орієнтованим на раціональне використання ресурсів у процесі певного виду підприємницької діяльності. Інакше кажучи, ризик – це загроза того, що підприємець матиме витрати (збитки) у вигляді додаткових витрат понад передбачених прогнозом, програмою його дій або ж отримає доходи нижчі за ті, на які він сам розраховував [1].

Залежно від напрямку, причини та сфери виникнення господарські витрати доцільно розділити на:

- витрати матеріальної сфери, які торкаються прямих витрат майна, продукції, сировини, енергоносіїв, комплектуючих вузлів тощо;
- витрати трудової сфери, які зумовлені збитками ефективного робочого часу;
- витрати фінансової сфери означають види грошових збитків (витрати коштів, цінних паперів, непередбачені платежі, штрафи, відрахування, додаткові податки тощо);
- витрати чинника часу мають місце, коли виробничий процес запізнюється, або стає повільнішим;
- витрати соціальної сфери зумовлені відповідно негативним фактором несприятливих умов життя і діяльності людей.

Відповідно до поданої вище класифікації втрат та їх особливостей простежується інша класифікація, яка торкається саме ризикових зон.

Ситуація, при якій втрати не очікуються, або вони від'ємні, називається “зоною відсутнього ризику” (безризиковою). Це ідеальний результат

підприємницької діяльності, який слід передбачати, відпрацьовувати заздалегідь, опираючись на сучасні методи прогнозування, бізнес-планування і ефективного управління.

Підприємницька діяльність, в межах якої втрати мають місце, але вони менші за очікуваний прибуток – це зона допустимого ризику. Це більш реальний і більш розповсюджений варіант, котрий можливо створити, спираючись на досвід, отриманий результат чи існуючу практику.

Та діяльність, в результаті якої збитки перевищують (набагато перевищують) величину очікуваного прибутку, є, відповідно, зоною критичного і катастрофічного ризиків. Слід зазначити, що останні два типи – характерне явище сьогодення, яке потребує особливо виважених аналітичних і методологічних міркувань та практичних впроваджень.

Варто сказати, що в разі негативних випадків, пов'язаних з ризиком, з останнім починаються особливо рахуватися вже після факту його появи. А повинно бути навпаки. Якщо це нова ідея і її реалізація супроводжується ризиками, то замало комплексної програми впровадження ідеї, паралельно повинна розроблятися програма хеджування і/або мінімізації ризиків. Головним аспектом цієї програми повинен стати концептуальний маркетинговий аналіз ринкового середовища щодо доцільності і корисності виробництва нового товару. Тільки своєчасно проаналізована і представлена програма реального попиту чи ефективний прогноз експертів мають запобігти помилкам, які потім дорівнюють конкретній цифрі збитків.

Не секрет, що кожна окрема ідея нововведення, з позиції її автора, – найкращий варіант, а з позиції ефективності виробничої та ринкової мають бути розроблені свої критерії конкурсного відбору. Таким чином, напрацьований досвід у сфері практичного маркетингу якнайкраще стане в нагоді і допоможе розв'язати проблему невизначеності, зокрема, в інноваційній сфері. Буде добре всім, коли виробництво нового товару стане спрямованим на потреби і тоді позиціонування нововведення в ринковому просторі супроводжуватиметься меншими збитками і ризиком.

Традиційно методи вивчення запитів споживачів, як і весь інструментарій маркетингу, базуються на тих же підходах, що використовуються у багатьох інших науках: вибірки та групування, складання та опрацювання анкет, тестів, психоаналіз, експертні оцінки, математичне моделювання.

Щодо прогнозування ситуації експертами-фахівцями – маркетологами, менеджерами, аналітиками, то варто прислуховуватися до відповідної точки зору чи тенденції, частіше звертатися до накопиченого досвіду діячів сфери виробництва і ринку.

Звернімося до відомого методу стандартного розподілу вірогідностей, який базується на моделі ПЕРТ (від англ. PERT – program evaluation and review) і має на меті оцінку та перегляд планів із застосуванням моделей і методів планування, управління та прогнозування [3].

При цьому методі експертним шляхом визначають три види прогнозів: *O* – оптимістичний; *M* – найбільш вірогідний; *P* – песимістичний. Далі

розраховується статистичне очікуване значення прогнозу (EP) за стандартною формулою:

$$EP = \frac{O + 4M + P}{6}. \quad (1)$$

Застосування цього методу дозволяє порівняти експертні оцінки зі статистично очікуваними значеннями, щоб визначити найбільш вірогідний діапазон варіації прогнозу.

Стандартне відхилення (CO) визначається за формулою:

$$CO = \frac{O - P}{6}. \quad (2)$$

Це означає, що відповідно до загальної теорії статистики найбільш вірогідне значення чинника прогнозу (з вірогідністю 95 %) знаходитиметься в конкретному числовому діапазоні.

Слід вважати, що прогноз проведений вірно, якщо різниця між вірогідним і фактичним прогнозом не перевищує 5 %.

Таким чином, узагальнюючи головну мету розглянутої проблеми, слід зазначити, що ефективність застосування того чи іншого методу залежить від конкретних умов та специфіки господарської діяльності виробника сфери інноваційної діяльності і може бути визначена тільки в системі елементів комплексу маркетингу.

Навіть найбільш удосконалена методика планування, прогнозування і бюджетування при все більш високих вимогах до підвищення гнучкості і оперативності виробництва втрачає здоровий глузд без маркетингу, аналізу і прогнозування динаміки структури споживчого попиту, діючого механізму зворотного зв'язку між нововведенням на ринку та реакцією на нього з боку споживача.

Список літератури

1. Покропивний С.Ф., Новак А.П. Ефективність інноваційно-інвестиційної діяльності. – К.: КНЕУ, 1997.
2. Хойтер В. Как делать бизнес в Европе. Вступ. слово В. Пискунова. – М.: Прогресс, 1990.
3. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В., Автухова Е.Э. Современный маркетинг. – М.: Финансы и статистика, 1991.

Бондаренко, А.Ф. Ризик в інноваційно-інвестиційній діяльності [Текст] / А.Ф. Бондаренко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: збірник наукових праць. – Суми: УАБС НБУ, 2002. - Вип. 5. - С. 262-266.