

5. Скільки податків заплатив великий бізнес у бюджет у 2022 році? *ДЕБЕТ- КРЕДИТ*. 05.12.2022. URL: <https://news.dtki.ua/taxation/common/80310-skilki-podatkov-zaplattiv-velikii-biznes-u-biudzet-u-2022-roci> (дата звернення 03.01.2024 р.).

6. Проблеми та потреби українських підприємств малого та середнього бізнесу в умовах війни. *Аналітичний звіт проєкту Фонду «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва*. URL: <https://rpr.org.ua/news/problemu-ta-potreby-ukrainskykh-pidpryemstv-maloho-ta-serednoho-biznesu-v-umovakh-viyny/> (дата звернення 03.01.2024 р.).

7. Показники діяльності підприємств. Укрстат. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze_20.htm (дата звернення 03.01.2024 р.).

Самойленко Лариса Яківна

Кандидат наук з державного управління, доцент ННІ економіки і права,
кафедра менеджменту та державної служби.

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ORCID: 0000-0002-0335-3077

Назаренко Сергій Анатолійович

Доктор економічних наук, професор, ННІ економіки і права,
кафедра менеджменту та державної служби.

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ORCID: 0000-0002-9378-9009

МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗРОБКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ НОВОВВЕДЕНЬ

До недавнього часу в області стратегічного менеджменту існувало поняття стратегії як детально виписаного плану дій, спрямованого на досягнення визначених довготермінових цілей [1, с. 21]. Створення стратегії полягало у встановленні цих цілей і розробці плану для їх реалізації. В рамках цього підходу чітко окреслювалися конкретний кінцевий стан, який потрібно було досягти за певний період, і визначались конкретні кроки для досягнення цього стану [2, с. 203]. На основі цього формувався деталізований план дій, розбитий по етапах в часі.

Вважаючи стратегію детальним довготривалим планом для досягнення певної довготривалої мети, припускається, що можливо передбачити всі зміни та контролювати процеси у зовнішньому оточенні системи, адже вони

вважаються визначеними та такими, що піддаються запланованому управлінню. Однак це уявлення про визначеність зовнішнього середовища не відповідає дійсності, навіть у контексті централізованої планової економіки, не кажучи вже про ринкову економіку чи особливо у сфері новітніх, турбулентних та максимально динамічних інноваційних галузей.

Характерною рисою більшості інноваційних компаній є їхня висока динамічність і нестабільність в умовах змінного зовнішнього середовища. Така ситуація виникає під впливом кількох чинників:

- інноваційні компанії часто операційно залежні від секторів із швидкими темпами розвитку, де нові технології постійно з'являються та поширюються. Це призводить до швидкого створення нових продуктів і виникнення нових ринкових ніш, що спричиняє перетасування сил на ринку та посилення конкурентної боротьби.
- із зміною способу життя та переваг споживачів, компанії змушені випускати нові продукти та послуги, які відповідають змінним запитам. Це веде до ринкових змін, вимагаючи від організацій швидкої адаптації та пошуку ефективних стратегій у нестабільному середовищі.
- загальні фактори, такі як політичні, макроекономічні, соціальні, та демографічні зміни, впливають на інноваційні компанії так само, як і на будь-які інші економічні суб'єкти, модифікуючи умови їх діяльності та вимагаючи постійної готовності до змін.

Швидкі зміни в умовах, в яких діють інноваційні організації, роблять критично важливим застосування стратегічного управління для їхньої ефективної роботи. У рамках сучасного розуміння стратегічного управління, стратегія компанії вважається двоелементною: вона об'єднує чітко визначені плани та дії з одного боку та здатність до адаптації, зокрема, відповідь на неплановані зміни та несподівані виклики з зовнішнього середовища, з іншого.

Баланс між формалізованою та адаптивною стратегією залежить від характеристик конкретної організації, таких як її розвиток і ключові риси. Наприклад, у стабільній та досвідченій великій компанії, яка зосереджена на оптимізації діяльності, перевага надається формалізованій частині стратегії. В той час як у новій, щойно створеній фірмі, де головним завданням є визначення напрямку розвитку, стратегія зазвичай має сильну адаптивну складову, а формалізовані елементи можуть бути мінімальними або відсутніми.

У рамках стратегічного управління акцентується на визначенні дій, які необхідно здійснити в нинішній момент для досягнення майбутніх цілей, що вимагає планування з урахуванням перспективи. Відтак, зі зміною обставин або зовнішніх умов стратегія має бути гнучкою і здатною до адаптації, щоб відображати нове бачення майбутнього. Принцип рівноваги забезпечує збереження балансу між аналізом минулого і плануванням майбутнього,

уникаючи переваги одного над іншим. Надмірне зосередження на минулому може призвести до того, що стратегії компанії застрягнуть у застарілих підходах, тоді як ігнорування досвіду може призвести до повторення помилок і затримки у розвитку компанії.

Отже, у базовому розумінні, стратегія інноваційної компанії визначається як дорожня карта керування, націлена на досягнення оперативних цілей, покращення конкурентоспроможності та задоволення потреб клієнтів. Організаційна структура має бути досить гнучкою для адаптації до змін, але одночасно стабільною для ефективного управління процесами. Занадто великий розлад у системі може зробити управління хаотичним і несистематизованим, в той час як надмірна ригідність може пригнічувати стратегічне зростання та призводити до негнучкості у відповіді на виклики. Уникнення крайнощів необхідне для забезпечення впевненості відносно того, що організація не опиниться в стані повного хаосу, але й не буде занадто інертною для розвитку та пристосування.

Список використаних джерел

1. Правик Ю. М. Інноваційний менеджмент : Навч. посіб. К. : Знання. 2007. 431 с.
2. Sharyi, V., Supriaha, O., & Kalinichenko, B. (2023). Resolution of investment conflicts between the state and foreign companies in the context of crisis prevention. *Social & Legal Studios*, 6(4), 200-207. doi: 10.32518/sals4.2023.200