

РОЗВИТОК КРЕАТИВНОГО ТА АДАПТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛІВ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ПЕРЕДУМОВА НАРОЩЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Т. Немченко, канд. екон. наук, доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет

Формування стратегічних конкурентних переваг організації в умовах постійної турбулентності зовнішнього середовища, викликаній глобалізаційними, цифровими та геополітичними зрушеннями, потребує глибокого переосмислення підходів до управління розвитком підприємств. У сучасному світі традиційні інструменти стратегічного менеджменту дедалі частіше виявляються недостатніми для забезпечення довготривалої ефективності функціонування організацій. У зв'язку з цим, усе більшого значення набувають нематеріальні чинники розвитку, зокрема креативний потенціал та адаптивна здатність як організацій, так і їх персоналу. Саме ці характеристики виступають не лише відповіддю на виклики нестабільності, а й джерелом інноваційного прориву, що визначає здатність організації змінювати правила гри в конкурентному середовищі.

Креативний потенціал, розуміється як здатність організації генерувати, розвивати та реалізовувати нові ідеї, продукти або процеси, є необхідною умовою для стратегічного оновлення. Його формування ґрунтується на взаємодії людського, організаційного та культурного капіталів і потребує підтримки інноваційної атмосфери, культури відкритості, довіри, свободи експериментування та толерантності до помилок [1]. Водночас адаптивний потенціал визначається як здатність організації реагувати на зміни середовища, мобілізувати внутрішні ресурси, змінювати структури, процеси й поведінку відповідно до нових умов. Його основою є як наявні внутрішні резерви організації, так і накопичений досвід, гнучкість управлінських рішень, організаційне навчання, а також лідерські практики, зорієнтовані на трансформацію [2].

Інтеграція креативного та адаптивного потенціалів відбувається за рахунок синергетичної взаємодії між генерацією нових стратегічних ідей і здатністю до їх ефективного впровадження в організаційній практиці. Високий рівень креативності дозволяє формулювати проривні інновації, які можуть забезпечити унікальну конкурентну перевагу. Проте без відповідного рівня адаптивності впровадження таких ідей може бути ускладненим через інерційність систем, опір персоналу або дефіцит гнучких управлінських рішень. У свою чергу, адаптивність без креативності може звести управлінську діяльність до реактивного реагування, позбавленого стратегічного бачення. Таким чином, тільки поєднання цих двох векторів розвитку формує підґрунтя для стратегічної резильєнтності – здатності організації не лише виживати в умовах кризи, а й посилювати свою позицію в конкурентному середовищі завдяки трансформації [3].

Резильєнтність, у даному контексті, є інтегрованим результатом дії креативного мислення та адаптивних механізмів управління. Вона проявляється як на індивідуальному рівні – через психологічну стійкість і здатність працівників до навчання, так і на командному – через колективну генерацію інновацій, взаємну підтримку, згуртованість, і, врешті, на корпоративному – через стратегічне бачення, трансформаційне лідерство, інноваційну культуру та стратегічне планування. В умовах нестабільного ринку найбільш ефективними виявляються організації, які інвестують у розвиток людського капіталу, підтримують атмосферу творчості, впроваджують гнучкі організаційні структури та забезпечують інституційні умови для самореалізації персоналу.

Крім суто внутрішньоорганізаційних чинників, важливою умовою ефективного розвитку креативного та адаптивного потенціалів виступає активна взаємодія організації з зовнішнім

середовищем, зокрема – участь у професійних мережах, міжорганізаційна співпраця, партнерство з науковими установами та стартап-екосистемами. Відкритість до зовнішніх джерел знань, досвіду та ідей сприяє розширенню когнітивних меж колективу, стимулює обмін практиками, прискорює трансфер інновацій та формує середовище взаємного навчання, у якому адаптація та креативність взаємно посилюються у процесі відкритої взаємодії із зовнішніми акторами. Тож, відповідно, організація не просто реагує на зміни, а стає активним учасником їх формування, проєктуючи власну стратегію на основі інклюзивних та коопераційних практик.

Сучасні концепції управління, зокрема підходи на основі talent management, дизайн-мислення, подвійного петльового навчання (double-loop learning), а також agile-моделі управління, дозволяють посилити як креативні, так і адаптивні можливості організації. Особливе місце посідає розвиток так званих meta-skills – наднавичок, серед яких критичне мислення, ініціативність, емпатія, психологічна стійкість, здатність до самоорганізації та прийняття рішень у невизначених умовах. Саме ці компетенції формують основу для ефективної діяльності в умовах BANI-середовища, яке характеризується крихкістю, тривожністю, нелінійністю та непередбачуваністю.

Підсумовуючи, зауважимо, що здатність до розвитку креативного та адаптивного потенціалів є стратегічною компетенцією сучасної організації. Успішні компанії не просто реагують на зміни, а проактивно формують нові можливості, створюють середовище для інновацій і перетворюють виклики на джерело конкурентних переваг. Саме тому управлінські стратегії майбутнього повинні бути зорієнтовані на цілісне формування організаційної резильєнтності через поєднання креативності як ресурсу зростання та адаптивності як ресурсу стабільності. Лише за таких умов можливо забезпечити не лише стійкість у сьогоденні, а й сталий розвиток у майбутньому.

Список літератури

1. Танасюк І., Кіршо С. Розвиток креативності персоналу підприємства як стратегічна умова конкурентоспроможності компанії. Економіка та суспільство. 2022. №37. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-76>
2. Халіна В., Колбасинський Ю. Теоретичне підґрунтя адаптивного управління підприємством. Економіка та суспільство. 2024. №63. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-127> (дата звернення: 20.03.2025)
3. Richtnér A., Löfsten H. Managing in turbulence: How the capacity for resilience influences creativity. R&D Management. 2014. № 44(2), Pp. 137–151. URL: <https://doi.org/10.1111/radm.12050> (дата звернення: 20.03.2025)