

4. Полясковська К.В. Інноваційний розвиток підприємств: сутність та особливості у сфері торгівлі. *Економіка розвитку*. 2014. № 3(71). С. 93–99.
5. Федулова Л. Інноваційність розвитку сфери торгівлі. *Scientia fructuosa*. 2016. № 107. С. 17–33.

Д-р екон. наук Яровенко Т. С., Полтавець О. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЗМІСТ АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ ТУРБУЛЕНТНОСТІ

Антикризова стратегія підприємства, яка представляє собою систему стратегічних механізмів попередження кризових явищ та боротьби з ними з метою забезпечення стабільного розвитку, має специфіку в умовах ринкової турбулентності. У цілому зміст антикризової стратегії, на думку Бавико О.Є., охоплює сфери [1]: діагностики та моніторингу; планування та розробки заходів; реалізації стратегії; контролю та коригування. Основними складовими механізму реалізації антикризової стратегії Крот Л. вважає: адміністративні, економічні, фінансові та соціальні заходи, що спрямовані на забезпечення довгострокової стійкості підприємства [2]. Основними методами оцінки ефективності антикризової стратегії Житар М.О. вважає: фінансовий аналіз, оцінку рентабельності, прогнозування ринкових тенденцій та стратегічний аналіз діяльності компанії [3]. Отже, антикризова стратегія в умовах ринкової турбулентності має враховувати як макроекономічні детермінанти, так і мікроекономічні, зокрема, інноваційність технології, рівень витрат та інші аспекти функціонування й розвитку підприємства.

Зміст та механізми антикризової стратегії в умовах ринкової турбулентності містить вирішення специфічних завдань, які спрямовані на стабілізацію до ринкових змін, а також адаптацію до них з мінімальними витратами (збитками) й забезпечення довгострокового розвитку. Особливе місце в ньому відводиться моніторингу ринкової кон'юнктури та чинників ризику. Таким чином, антикризова стратегія в умовах ринкової нестабільності повинна зосереджуватись на розробці плану дій, ухваленні гнучкої стратегії, збереженні ринкових позицій і ефективній реалізації змін [4].

Вона є певною програмою адаптаційних або попереджуючих дій підприємства в умовах високого рівня динамічності, складності та невизначеності ринкового середовища. Її зміст полягає не тільки у попередженні або ліквідації зовнішніх/внутрішніх загроз, а й недопущенні подальшого поглиблення кризових явищ, відновленні конкурентоздатності й фінансової стійкості підприємства. Такі дії можуть бути розроблені у межах самоорганізації, або зовнішньої підтримки підприємства. Для кожного підприємства існує своя унікальна комбінація ринкових зовнішніх і внутрішніх кризових явищ, які визначають необхідність впровадження спеціалізованої антикризової стратегії.

Ареф'єва О., Пілецька С. та Лістрова М. вважають, що система антикризового управління підприємством передбачає управління його конкурентною поведінкою. Вона базується на формуванні збалансованої конкурентної стратегії, яка забезпечує конкурентну перевагу у довгостроковій перспективі та складається з управлінських зусиль, розроблених керівництвом для досягнення необхідних показників у відповідній сфері функціонування підприємства [5]. Тобто антикризова стратегія в умовах ринкової турбулентності визначає засоби конкурентної боротьби підприємства на цільовому ринку з метою збереження та забезпечення ефективності використання ринкового потенціалу. Для практичного використання антикризової стратегії підприємству необхідно розробляти системну антикризову програму. Крім того, вона повинна бути орієнтована, перш за все, на швидку й ефективну адаптацію до нових ринкових умов.

Список використаних джерел:

1. Бавико О.Є. Антикризова трансформація стратегій підприємницьких структур та організаційно-економічний механізм їх реалізації. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2024. № 1(27). С. 18–26.
2. Крот Л. Еволюція наукових поглядів на зміст теорії добробуту. *Економіка та суспільство*. 2020. № 22. С. 168–176.
3. Житар М.О. Концептуальні засади управління інноваційним розвитком телекомунікаційних підприємств. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2024. № 1(13). С. 157–165.
4. Бавико О.Є. Розвиток підприємництва в умовах зростання турбулентності соціально-економічних процесів: монографія за ред. О.Є. Бавико. Одеса: Бондаренко М.О., 2022. 288 с.
5. Ареф'єва О., Пілецька С., Лістрова М. Формування конкурентної стратегії підприємства в системі антикризового управління. *Економіка та суспільство*. 2022. №43. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-35>.