

Список використаних джерел:

1. Дерев'янченко Т.Є. Маркетинговий аудит: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2017. 357 с.
2. Василькова Н.В. Маркетингове ціноутворення: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2015. 133 с.

Чередніченко Д. В., канд. екон. наук Кучеренко С. К.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА
В МАРКЕТИНГОВІЙ БОРОТБІ**

Фінансовий стан підприємства представляє собою складне поняття, що виникає в результаті взаємодії всіх компонентів системи фінансових відносин підприємства. Він визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і відображається через набір показників, які вказують на наявність, розміщення і ефективне використання фінансових ресурсів. Фінансовий стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності, оскільки всі ці аспекти взаємодіють між собою. Перш за все, безперервний випуск і успішна реалізація високоякісної продукції мають позитивний вплив на фінансовий стан підприємства.

Фінансовий стан напряму впливає на можливості фінансування маркетингових ініціатив, визначення стратегій та оптимальне використання ресурсів. Крім того, визначення фінансових можливостей дозволяє планувати інновації та інвестиції, забезпечуючи конкурентоспроможність та успішну адаптацію до змін на ринку [5]. Усе це робить тему актуальною в контексті розвитку стратегій маркетингової боротьби та досягнення успіху на сучасному бізнес-ландшафті.

Основною метою оцінки фінансового стану підприємства є розробка та реалізація заходів, спрямованих на швидке відновлення платоспроможності, відновлення достатнього рівня фінансової стійкості підприємства, забезпечення можливості продовження господарської діяльності, подальшого розвитку, забезпечення прибутковості та зростання виробничого потенціалу, а також ухвалення відповідних управлінських рішень [3].

Фінансовий стан представляє собою одну з важливих характеристик функціонування будь-якого підприємства. Ця сутнісна характеристика виникає

внаслідок взаємодії фінансових відносин підприємства протягом певного періоду. Вона визначається впливом різноманітних виробничо-господарських факторів і представлена системою показників, які остаточно відображають реальні та потенційні можливості суб'єкта господарювання. Такий фінансовий стан забезпечує достатній рівень фінансування фінансово-виробничої діяльності підприємства та здатність його ефективно управляти нею у майбутньому.

Кожне підприємство прагне досягти оптимального фінансового стану, щоб мати можливість ефективно розпоряджатися своїми фінансовими ресурсами. Крім того, такий стан дозволяє своєчасно розраховуватися з іншими учасниками фінансових відносин.

Фінансовий стан конкретного підприємства визначається рядом ключових елементів, включаючи [1]:

- прибутковість його діяльності;
- оптимальний розподіл залишеного прибутку після сплати податків;
- наявність власних фінансових ресурсів;
- ефективне розміщення основних і оборотних фондів, а також платоспроможність та ліквідність.

Для систематичного та всебічного оцінювання фінансового стану підприємства використовуються різноманітні методи, прийоми та методики аналізу. Це дозволяє критично оцінити фінансові результати діяльності підприємства як у статичному плані за конкретний період, так і в динаміці за ряд періодів. Такий підхід дозволяє ідентифікувати «больові точки» у фінансовій діяльності та розробляти ефективні стратегії використання фінансових ресурсів і їх раціонального розміщення [2].

Зростання глобальної конкуренції та швидка зміна економічних умов вимагають від підприємств не лише активного маркетингу, але й ретельної оцінки їхнього фінансового здоров'я. Фінансовий стан безпосередньо впливає на здатність реалізовувати маркетингові стратегії, визначає обсяги доступних ресурсів для рекламних кампаній та розвитку нових продуктів. Оцінка фінансового стану є ключовим інструментом для ефективного планування та визначення стратегій, спрямованих на забезпечення належного рівня конкурентоспроможності та стабільності у вимірюваному світі сучасного бізнесу.

Крім того, фінансовий стан підприємства не лише визначає його можливості, але і впливає на взаємовідносини з зацікавленими сторонами. Здатність забезпечити фінансову стабільність впливає на репутацію підприємства та рівень довіри споживачів і партнерів. Розуміння фінансових ризиків дозволяє уникати негативних сценаріїв та ефективно управляти економічними викликами. Таким чином, оцінка фінансів виходить за межі стандартної фінансової звітності, стаючи інструментом для побудови стратегій маркетингової боротьби, які базуються на реальних можливостях та управлінській мудрості підприємства.

Найкраще оцінку фінансового стану підприємства рекомендується проводити в динаміці, охоплюючи період у 3-5 років. Це дозволяє виявити тенденції його зміни та ретельно вивчити ймовірні причини, які спричинили ці зміни. Такий підхід допомагає зрозуміти не лише поточний стан, але і розвиток фінансової ситуації на підприємстві з плином часу [4].

Отже, на сьогодні в наявності широкий арсенал інструментів для аналізу та оцінки фінансового стану підприємства. Цей аналіз необхідний для ефективного формування маркетингових стратегій, адаптації до змін на ринку та забезпечення фінансової стабільності. Розуміння фінансового стану стає ключем до побудови довіри споживачів, управління ризиками та забезпечення його конкурентоспроможності в динамічному світі бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Безбородова Т.В. Сутність та необхідність аналізу фінансового стану. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2018. № 1. С. 73-79.
2. Громова А.С., Крамаренко К.В., Рудик Т.О. Аналіз фінансового стану підприємства з огляду ефективного використання фінансових ресурсів. *Молодий вчений*. 2019. № 5. С. 41-48.
3. Животок Е.Б. Фінансовий стан підприємства та шляхи його покращення. *Фінанси, страхування і біржова діяльність*. 2017. № 1. С. 36-42.
4. Коломієць Н.О., Павліченко В.М., Коломієць О.П. Методологічні аспекти оцінки фінансового стану як основи ефективного управління підприємством. *Бізнес Інформ*. 2021. № 1. С. 342-348. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2021-1_0-pages-342_348.pdf
5. Grynko T., Hviniashvili T. Innovative strategies of business entities staff management. Управління розвитком суб'єктів підприємництва в умовах викликів ХХІ століття: Колективна монографія: за заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпро: Біла К.О., 2019. С. 174-203.