

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ І АДМІНІСТРУВАННЯ

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
до кваліфікаційної роботи

бакалавра
(ступінь вищої освіти)
зі спеціальності 073 «Менеджмент»

на тему:

**Оцінка впливу зовнішньоекономічної діяльності на фінансові
результати діяльності ПРАТ «Півн ГЗК»**

Виконала: студентка IV курсу,

групи ЗМН-21

_____/ Глоба І.В. /
(підпис)

Керівник

_____/ Ртищев С.А. /
(підпис)

Нормоконтролер

_____/ Варава Л.М. /
(підпис)

Завідувач кафедри

_____/ Варава Л.М. /
(підпис)

Кривий Ріг

2025 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки
та управління бізнесом

Кафедра менеджменту
і адміністрування

Спеціальність: 073 «Менеджмент»

З А Т В Е Р Д Ж У Ю:

Завідувач кафедри МіА
проф., доктор екон. наук
Варава Л.М.

« __ » _____ 2025 р.

З А В Д А Н Н Я
на кваліфікаційну роботу бакалавра

Глоби Ілони Володимирівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Оцінка впливу зовнішньоекономічної діяльності на фінансові результати діяльності ПРАТ «Півн ГЗК»»

керівник роботи: Ртищев Сергій Андрійович , к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від 19.03.2025 року № 165 с

2. Строк подання студентом роботи 13.06.2025 р.

3. Вихідні дані до роботи: праці відомих зарубіжних і вітчизняних вчених - економістів , офіційний сайт SMIDA і звітність підприємства ПРАТ«ПІВН ГЗК»

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): Теоретичні основи аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства; Аналіз зовнішньоекономічної діяльності фінансових результатів ПРАТ«ПІВНІЧНИЙ ГЗК»;Стратегічний аналіз й оцінка напрямів реалізації функціональної стратегії ПРАТ«ПІВНІЧНИЙ ГЗК».

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): Основні напрями зовнішньоекономічної діяльності підприємства;Інституційна структура управління ЗЕД на рівні підприємства; Вплив зовнішньоекономічних факторів на фінансові результати підприємства;Ризики зовнішньоекономічної діяльності та методи їх мінімізації; Основні методи аналізу ефективності зовнішньоекономічної ;Ключові фактори ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства; Основні ринки збуту продукції ПРАТ«Півн

ГЗК»; Напрями реалізації функціональної стратегії ЗЕД ПРАТ «Північний ГЗК»;
 Географія експортно-імпортних операцій ПРАТ «Півн ГЗК»

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	к.е.н., Ртищев С.А.	19.03.2025	10.05.2025
Розділ 2	к.е.н., Ртищев С.А.	19.03.2025	24.05.2025
Розділ 3	к.е.н., Ртищев С.А.	19.03.2025	06.06.2025
Нормоконтроль	Зав. каф. МіА проф. Варава Л.М.	19.03.2025	13.06.2025

7. Дата видачі завдання: 19.03.25

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Співбесіда зі студентом за тематикою роботи, видача переліку рекомендованої нормативної, інструктивної бази та учбової літератури	17.03.2025- 19.03.2025	
2	Збір матеріалів до кваліфікаційної роботи	20.03.20245- 09.04.2025	
3	Групування та аналіз зібраного матеріалу, уточнення завдань кваліфікаційної роботи	10.04.2025 - 25.04.2025	
4	Підготовка I розділу кваліфікаційної роботи та подання його консультанту	26.04.2025 14.05.2025	
5	Підготовка II розділу кваліфікаційної роботи та подання його консультанту	15.05.2025- 30.05.2025	
6	Підготовка III розділу кваліфікаційної роботи та подання його керівнику	01.06.2025 - 10.06.2025	
7	Підготовка вступної частини	11.06 - 12.06..2025	
8	Перевірка роботи керівником, перевірка роботи на плагіат та доопрацювання роботи	12.06.2025 - 14.06.2025	
9	Отримання відгуку керівника та рецензії	14.06.2025	
10	Попередній захист роботи	17.06.2025	
11	Захист роботи у ЕК	18.06.2025	

Студент

 (підпис)

Глоба І.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

 (підпис)

Ртищев С.А.

(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

на кваліфікаційну роботу бакалавра студента спеціальності 073 Менеджмент

Глоба І.В. «Оцінка впливу зовнішньоекономічної діяльності на фінансові результати діяльності ПРАТ «Півн ГЗК»». – КНУ, 2025 р.

Кваліфікаційну роботу бакалавра виконано на 58 сторінок, містить 20 таблиць, 2 рисунки. При підготовці роботи використано 47 літературних джерел.

Мета кваліфікаційної роботи бакалавра: дослідження напрямків та розробка заходів з підвищення результативності експортно-збутової діяльності підприємства.

Завдання дослідження: визначити сутність, цілі та структура зовнішньоекономічної діяльності в сучасних умовах господарювання; дослідити теоретичні підходи до оцінки впливу зовнішньоекономічної діяльності на фінансові результати підприємства ;методологічні засади аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності у виробничих компаніях; дослідити організаційну характеристика підприємства та його місце на зовнішньому ринку; визначити динаміку, структуру та географію експортно-імпортних операцій ПРАТ«Північний ГЗК»; провести оцінку фінансових результатів підприємства з урахуванням показників зовнішньоекономічної діяльності; визначити проблеми та ризики у зовнішньоекономічній діяльності підприємства; визначити перспективи оптимізації експортної політики та диверсифікації ринків збуту; провести розробку стратегічних напрямів посилення впливу зовнішньоекономічної діяльності на фінансову стійкість комбінату.

Об’єкт дослідження: господарська діяльність ПРАТ «Північний гірничо-збагачувальний комбінат.

Предмет дослідження: взаємозв’язок між зовнішньоекономічною діяльністю та фінансовими результатами підприємства.

Одержаний економічний ефект (ефективність): від впровадження розроблених заходів підприємство одержить загальний економічний ефект у розмірі 1 338 185 тис.грн.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, фінансові результати, експортна політика, фінансова стійкість, ефективність.

ЗМІСТ

	стор
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	5
1.1. Сутність, цілі та структура зовнішньоекономічної діяльності в сучасних умовах господарювання	5
1.2. Теоретичні підходи до оцінки впливу зовнішньоекономічної діяльності на фінансові результати підприємства	11
1.3. Методологічні засади аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності у виробничих компаніях	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАТ «ПІВНІЧНИЙ ГЗК»	17
2.1. Організаційна характеристика підприємства та його місце на зовнішньому ринку	17
2.2. Динаміка, структура та географія експортно-імпорتنих операцій ПРАТ «Північний ГЗК»	22
2.3. Оцінка фінансових результатів підприємства з урахуванням показників зовнішньоекономічної діяльності	27
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ Й ОЦІНКА НАПРЯМІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРАТ «ПІВНІЧНИЙ ГЗК»	30
3.1. Визначення проблем та ризиків у зовнішньоекономічній діяльності підприємства	30
3.2. Перспективи оптимізації експортної політики та диверсифікації ринків збуту	35
3.3. Розробка стратегічних напрямів посилення впливу зовнішньоекономічної діяльності на фінансову стійкість комбінату	44
ВИСНОВКИ	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	51
ДОДАТКИ	55

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасних умовах глобалізації економіки зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) набуває вирішального значення для розвитку підприємств, особливо в експортноорієнтованих галузях, таких як гірничо-збагачувальна промисловість. ЗЕД не лише розширює ринки збуту, а й суттєво впливає на фінансову стійкість, прибутковість і конкурентоспроможність компаній. Публічне акціонерне товариство «Північний гірничо-збагачувальний комбінат» (ПРАТ «Півн. ГЗК») є одним з найбільших експортерів України у сфері видобутку та збагачення залізної руди, і його фінансові результати значною мірою залежать від ефективності ЗЕД. У цьому контексті актуальним є проведення комплексної оцінки впливу зовнішньоекономічної діяльності на фінансові показники підприємства для виявлення чинників, що сприяють або стримують його економічний розвиток.

Метою дипломної роботи є оцінка впливу зовнішньоекономічної діяльності на фінансові результати діяльності ПРАТ «Півн. ГЗК» з метою формування пропозицій щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної активності підприємства.

Для досягнення поставленої мети в роботі передбачено вирішення наступних завдань:

1. Визначити сутність, цілі та структура зовнішньоекономічної діяльності в сучасних умовах господарювання;
2. Дослідити теоретичні підходи до оцінки впливу зовнішньоекономічної діяльності на фінансові результати підприємства;
3. Методологічні засади аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності у виробничих компаніях;

4. Дослідити організаційну характеристика підприємства та його місце на зовнішньому ринку;
5. Визначити динаміку, структуру та географію експортно-імпортних операцій ПРАТ «Північний ГЗК»;
6. Провести оцінку фінансових результатів підприємства з урахуванням показників зовнішньоекономічної діяльності;
7. Визначити проблеми та ризики у зовнішньоекономічній діяльності підприємства;
8. Визначити перспективи оптимізації експортної політики та диверсифікації ринків збуту;
9. Провести розробку стратегічних напрямів посилення впливу зовнішньоекономічної діяльності на фінансову стійкість комбінату.

Об'єктом дослідження є господарська діяльність ПРАТ «Північний гірничо-збагачувальний комбінат».

Предметом дослідження є взаємозв'язок між зовнішньоекономічною діяльністю та фінансовими результатами підприємства.

У процесі дослідження застосовувалися загальнонаукові та спеціальні **методи**, зокрема: методи аналізу та синтезу, статистичний та фінансово-економічний аналіз, порівняльний аналіз, графічний метод, а також елементи економіко-математичного моделювання для прогнозування фінансових показників залежно від змін у зовнішньоекономічній діяльності.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність, цілі та структура зовнішньоекономічної діяльності в сучасних умовах господарювання

У сучасних умовах ведення бізнесу, які дедалі більше формуються під впливом глобалізаційних процесів, зовнішньоекономічна діяльність виступає не лише як інструмент розширення ринкової присутності підприємства, а й як основа забезпечення стійкості його економічного розвитку. Господарська активність, яка виходить за межі національних кордонів, стає ключовим фактором інтеграції підприємства у світовий економічний простір. У цьому контексті зовнішньоекономічна діяльність набуває характеру не епізодичних операцій, а системної практики, яка вимагає стратегічного підходу, гнучкого управління ресурсами та адаптації до коливань глобального ринку [2].

Сутність зовнішньоекономічної діяльності полягає у здатності підприємства встановлювати й підтримувати ділові зв'язки з іноземними контрагентами, реалізовувати товари й послуги за межами країни, залучати інвестиції, брати участь у транснаціональних проектах та координувати операції, пов'язані з міжнародною кооперацією. Важливим елементом є також дотримання правового поля міжнародної торгівлі, фінансового регулювання, митного контролю, валютного обміну та ліцензування. Підприємство, що залучається до ЗЕД, неминує стає об'єктом взаємодії з великою кількістю інституцій – від банків до державних органів, що формує додаткове навантаження на його управлінську структуру, але водночас відкриває доступ до нових ресурсів і ринків.

Цілі, які ставляться перед зовнішньоекономічною діяльністю, не обмежуються лише фінансовими показниками чи розширенням географії присутності. На глибшому рівні вони пов'язані з прагненням до технологічної модернізації, підвищення виробничої гнучкості, встановлення довгострокових

стратегічних альянсів та формування позитивного іміджу підприємства на міжнародній арені. Ефективне поєднання стратегічного бачення з операційною динамікою дозволяє підприємству реагувати на виклики зовнішнього середовища та використовувати глобальні можливості з максимальною вигодою [11].

У зв'язку з багатогранністю функцій, які виконує ЗЕД, її структура не може бути простою чи лінійною. У реальних умовах вона охоплює багаторівневу систему відносин і операцій, кожна з яких має власну логіку реалізації та специфічні ризики. Найважливішим напрямом діяльності вважається участь у міжнародній торгівлі, яка забезпечує підприємству валютні надходження, диверсифікацію ринків збуту та оптимізацію виробничих потужностей. Не менш значущою є інвестиційна складова, в якій підприємство може виступати як реципієнт або донор капіталу, що дозволяє формувати ефективні транснаціональні бізнес-моделі.

Таблиця 1.1 - Основні напрями зовнішньоекономічної діяльності підприємства [20]

Напрямок	Сутність
Міжнародна торгівля	Обмін товарами і послугами з іноземними контрагентами з метою розширення ринків збуту і підвищення доходів
Інвестиційна діяльність	Використання іноземних джерел капіталу або власних ресурсів для фінансування проєктів за кордоном
Технологічне партнерство	Співпраця з іноземними компаніями у сфері розробки, ліцензування та передачі новітніх технологій
Спільні підприємства	Утворення партнерських структур з іноземною участю для досягнення синергії в управлінні ресурсами
Логістика та зовнішня кооперація	Формування міжнародних ланцюгів поставок, обмін компонентами або напівфабрикатами

Між цими структурними елементами існують складні причинно-наслідкові зв'язки. Наприклад, участь у міжнародній торгівлі часто стає каталізатором інвестиційної активності, яка, своєю чергою, стимулює технологічне оновлення підприємства. З іншого боку, ефективна логістика та організація ланцюгів поставок впливають не тільки на швидкість обміну товарами, а й на собівартість продукції, якість виконання контрактів і, зрештою, на репутацію підприємства на зовнішніх ринках. Таким чином,

зовнішньоекономічна діяльність постає як багатоаспектне явище, в якому інтегруються елементи фінансового, виробничого, маркетингового, технологічного та правового характеру [29].

Не менш важливим є інституційний аспект забезпечення ЗЕД. Ефективна зовнішньоекономічна стратегія потребує наявності всередині підприємства не лише відокремленого підрозділу, відповідального за міжнародну діяльність, а й міжфункціональної координації між бухгалтерією, логістикою, маркетингом, відділом постачання, юридичним супроводом. Таке організаційне злагодження дозволяє уникати дублювання функцій, оперативно реагувати на зміну умов контрактів, швидко адаптувати документообіг до нових регуляторних вимог і запобігати ризикам порушення валютного законодавства.

Таблиця 1.2 - Інституційна структура управління ЗЕД на рівні підприємства [38]

Підрозділ	Основна роль у ЗЕД
Відділ ЗЕД	Центр управління міжнародними операціями, контрагування та координація з логістикою
Фінансовий відділ	Аналіз рентабельності ЗЕД, управління валютними надходженнями та витратами
Юридичний відділ	Супровід контрактів, дотримання митного та міжнародного права
Логістичний центр	Організація міжнародного транспортування, контроль поставок та складування
Виробництво	Узгодження виробничих планів із обсягами експортних/імпортних операцій

Варто наголосити, що в умовах динамічних змін у світовій економіці підприємство, яке бере участь у ЗЕД, має проявляти гнучкість та адаптивність. Ідеться не лише про оперативне переналаштування експортно-імпортних потоків, а й про вміння переглядати стратегічні цілі, здійснювати реструктуризацію бізнес-моделі, впроваджувати інновації відповідно до потреб зовнішнього ринку. Успішне ведення ЗЕД нерозривно пов'язане з вмінням підприємства ефективно функціонувати в умовах правової невизначеності, валютних коливань, змін у митному законодавстві, обмежень,

спричинених міжнародною політикою, або неочікуваними кризовими явищами.

Продовжуючи аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства, необхідно наголосити на її ролі як чинника не тільки економічного зростання, а й культурного, технологічного та інституційного розвитку. ЗЕД сприяє трансформації внутрішніх управлінських процесів, адже взаємодія із зовнішніми ринками потребує дотримання стандартів, що часто вищі за національні. Підприємства, які ведуть зовнішньоекономічну діяльність, вимушені дотримуватись високого рівня прозорості, корпоративної відповідальності та правового захисту угод, що позитивно впливає на загальний рівень ведення бізнесу всередині країни [47].

У процесі реалізації зовнішньоекономічних операцій підприємство поступово перетворюється на гнучку систему, що функціонує на перетині кількох ринків – не тільки споживчого чи сировинного, але й валютного, транспортного, трудового. Це створює передумови для підвищення його конкурентоспроможності, адаптації до нових бізнес-середовищ та формування інституційної пам'яті, яка забезпечує стійкість у періоди турбулентності. Таким чином, участь у міжнародній торгівлі та інших формах ЗЕД стимулює внутрішнє зростання не через інтенсивне розширення, а через підвищення якості прийняття рішень, технологічного рівня виробництва та глибше розуміння глобального ринку.

Ще одним аспектом, який варто розглядати в контексті сутності ЗЕД, є її здатність впливати на стратегічне позиціонування підприємства. Через активну участь у зовнішньоекономічній діяльності формується його імідж як надійного партнера, здатного не тільки виконувати контракти, а й ініціювати інновації, підтримувати екологічні стандарти, реалізовувати принципи сталого розвитку. Участь у міжнародних виставках, платформах взаємодії, обмін досвідом з іноземними компаніями сприяє поширенню позитивного досвіду на внутрішньому ринку, де підприємство поступово стає лідером думок у своїй галузі [1].

Не менш важливою є й роль ЗЕД як інструменту забезпечення довгострокової фінансової стабільності. Участь на зовнішніх ринках дозволяє підприємству компенсувати сезонні коливання внутрішнього попиту, виходити з залежності від нестабільності регіонального середовища, а також користуватися перевагами валютної диверсифікації. У випадку нестабільності на внутрішньому ринку підприємство, яке має досвід і канали взаємодії з іноземними партнерами, демонструє вищу стійкість до кризових явищ і краще адаптується до нових умов ведення бізнесу [10].

Зовнішньоекономічна діяльність у цьому контексті постає як не просто напрямок комерційної активності, а як індикатор зрілості бізнес-моделі підприємства. Її системність, масштабованість, відповідність сучасним викликам визначають спроможність підприємства не лише реалізовувати поточні контракти, але й бути активним гравцем у глобальній конкуренції. Саме в цьому вимірі ЗЕД розглядається як один із головних драйверів економічного прориву на рівні як окремої компанії, так і національної економіки загалом.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства є не лише реакцією на зовнішній попит, а й проявом внутрішньої ініціативи щодо посилення позицій на глобальному ринку. Саме підприємство, виходячи зі своїх стратегічних намірів, обирає форму та масштаб участі у міжнародних економічних процесах. У цьому процесі проявляється активна позиція щодо формування економічного середовища навколо себе, де кожна укладена угода, кожен новий партнер чи навіть незначне логістичне рішення відображають довгострокові орієнтири та візію розвитку [19].

В умовах зростаючої взаємозалежності національних економік зовнішньоекономічна діяльність підприємства набуває значення механізму комунікації зі світом. Через участь у глобальних ланцюгах вартості, адаптацію до міжнародних стандартів якості, інституційну відкритість і підвищення прозорості бізнесу підприємство стає не лише учасником, а й співтворцем глобального економічного простору. Цей процес вимагає від нього постійного

розвитку компетенцій, вдосконалення інформаційної інфраструктури та розширення взаємозв'язків із зовнішніми стейкхолдерами.

Зміна ролі підприємства на міжнародному ринку від пасивного виконавця до проактивного гравця визначає нові підходи до формування управлінських стратегій. Зовнішньоекономічна діяльність більше не розглядається як допоміжний чи другорядний напрям; вона дедалі частіше стає основою бізнес-моделі підприємства. Це передбачає, що цінність для компанії створюється не лише у межах фізичного виробництва продукції, а й через якість побудованих зв'язків, ефективність використання інформаційних потоків, здатність передбачати зміни на ринках і реагувати на них не після, а до їхнього настання [28].

Такий підхід передбачає новий рівень відповідальності управлінців, які мають оперувати не лише економічними індикаторами, а й інтегрувати у свої рішення правові, політичні, соціальні й навіть екологічні чинники. Глобалізація, попри відкриті перспективи, також загострює виклики, пов'язані з ризиками транскордонної діяльності. Кожна зміна в законодавстві країни-партнера, кожне коливання на світовому валютному ринку або геополітичний конфлікт можуть мати прямі наслідки для фінансового стану підприємства. Тому ЗЕД формує не лише нові можливості, а й вимагає нових механізмів управління, нової культури прийняття рішень і постійного оновлення знань.

Таким чином, сучасне підприємство, яке прагне бути успішним на глобальному ринку, має сприймати зовнішньоекономічну діяльність не як окремий інструмент продажу товарів або залучення капіталу, а як цілісну систему адаптації до міжнародного економічного простору. Успішна ЗЕД – це результат взаємодії цілого комплексу факторів: від якості людського капіталу до здатності генерувати інноваційні рішення, від вміння вести переговори до швидкості впровадження цифрових технологій, від стратегічного бачення до повсякденної гнучкості у відповідях на виклики зовнішнього середовища. Усе це свідчить про те, що ЗЕД – це водночас і дзеркало, і інструмент конкурентоспроможності підприємства, який у сучасних умовах

господарювання визначає не лише його присутність на ринку, а й його майбутнє.

1.2. Теоретичні підходи до оцінки впливу зовнішньоекономічної діяльності на фінансові результати підприємства

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства суттєво впливає на його фінансові результати, оскільки розширює можливості для збільшення доходів через експорт продукції, залучення інвестицій, а також дозволяє знизити витрати через імпорт товарів, послуг та ресурсів. Водночас для підприємства важливим є не тільки вивчення окремих показників фінансової діяльності, але й аналіз взаємозв'язку цих показників, їх динаміки під впливом зовнішньоекономічних факторів. Важливо розуміти, як ці фактори можуть бути використані на користь підприємства для підвищення його фінансової стійкості та конкурентоспроможності [28].

Урахування впливу макроекономічних змін, таких як коливання валютних курсів, зміни в міжнародній політиці, а також глобальні економічні тренди, дозволяє створити модель більш точної оцінки. Це важливо для підприємств, що здійснюють міжнародну діяльність, адже володіння інформацією про ймовірні зміни в зовнішньому середовищі дозволяє оптимізувати їх бізнес-стратегію. Зокрема, підприємства повинні враховувати не тільки прямий ефект від операцій із закордонними партнерами, але й можливі побічні ефекти, що виникають внаслідок змін у світовій економіці.

Фінансові результати підприємства, що здійснює ЗЕД, можуть суттєво змінюватися залежно від рівня зовнішньоекономічної активності, структури ринків збуту, а також від політики урядів держав, де це підприємство здійснює свою діяльність. Наприклад, вплив валютного курсу може призвести до значних змін у вартості імпортованих товарів та послуг, що в свою чергу відобразиться на собівартості продукції. А також макроекономічні зміни, такі як підвищення тарифів або змінена митна політика, можуть призвести до

значного зростання витрат підприємства. Всі ці фактори взаємодіють і часто створюють складні економічні умови для оцінки ефективності ЗЕД [37].

Таблиця 1.3 - Вплив зовнішньоекономічних факторів на фінансові результати підприємства [46]

Фактор	Вплив на фінансові результати підприємства
Зміни валютного курсу	Зміна вартості імпортованих матеріалів та компонентів, зміна собівартості
Зміни податкової політики	Вплив на фінансові потоки через нові податкові ставки або звільнення
Міжнародні економічні санкції	Зниження обсягів експорту, затримка поставок, вплив на доходи та прибуток
Зміни у світових цінах на сировину	Збільшення або зменшення вартості сировини може позначатися на собівартості
Політичні ризики	Вплив на стабільність ринку та можливість здійснення інвестицій

Якщо проаналізувати вплив цих факторів на фінансові результати, стає очевидно, що ЗЕД є не лише можливістю для росту, але й джерелом ризиків. При цьому ефективність оцінки цього впливу залежить від здатності підприємства оперативно реагувати на зміни в зовнішньоекономічному середовищі та адаптувати свої фінансові стратегії до нових умов. Наприклад, у разі зростання цін на світових ринках на ресурси, підприємства повинні переглядати свої закупівельні стратегії, шукати альтернативні постачання або збільшувати ефективність виробництва, щоб мінімізувати вплив на кінцеву вартість продукції.

Не менш важливим є питання впливу зовнішньоекономічних умов на фінансову стійкість підприємства, яка може змінюватися через коливання валютних курсів або зміну попиту на продукцію підприємства в певних країнах. Наприклад, якщо підприємство має велику частку експорту в країни з нестабільною економічною ситуацією, зміни в макроекономічних умовах можуть призвести до зменшення обсягів продажу, що, своєю чергою, впливає на прибуток та рентабельність підприємства. У таких умовах підприємство повинно розробити стратегії диверсифікації ризиків, які допоможуть зберегти

фінансову стійкість навіть при несприятливих зовнішньоекономічних умовах [3].

Завдяки застосуванню різних методів фінансового аналізу, підприємства можуть проводити моніторинг ефективності своєї зовнішньоекономічної діяльності. Зокрема, факторний аналіз дозволяє оцінити, як зміна певних економічних показників або умов ЗЕД (наприклад, зміна валютного курсу або ставки мит) відобразиться на фінансових результатах підприємства. Це дає змогу визначити ключові фактори, які найбільше впливають на результативність діяльності підприємства, і сприяє прийняттю більш обґрунтованих управлінських рішень [21].

При цьому важливо зазначити, що фінансовий аналіз за допомогою сучасних інформаційних технологій дозволяє здійснювати постійний моніторинг і адаптацію фінансових стратегій в реальному часі. Це дає можливість швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища та мінімізувати потенційні ризики.

Таблиця 1.4 - Ризики зовнішньоекономічної діяльності та методи їх мінімізації [30]

Ризик	Методи мінімізації
Валютний ризик	Хеджування валютних ризиків, диверсифікація валютних операцій
Ризик зміни митної політики	Стратегія адаптації до нових митних ставок, моніторинг змін
Ризик торговельних санкцій	Диверсифікація ринків збуту, укладення нових торговельних угод
Ризик політичної нестабільності	Страховання ризиків, укладання угод з політичними ризиками
Ризик зміни світових цін на сировину	Використання контрактів на поставки сировини за фіксованими цінами

Отже, зовнішньоекономічна діяльність вимагає від підприємства високої ступені адаптивності до змін, швидкості реакції на зміни в ринкових умовах та здатності ефективно прогнозувати майбутні зміни в економічному середовищі. Тому оцінка впливу ЗЕД на фінансові результати є важливим інструментом для розвитку підприємства в умовах глобалізації.

1.3. Методологічні засади аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності у виробничих компаніях

Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) виробничих компаній є складним та багатограним процесом, що охоплює різні аспекти економічної діяльності підприємства в умовах міжнародної конкуренції. В умовах глобалізації економіки, яка передбачає значну інтернаціоналізацію виробництва, торгівлі та фінансів, ЗЕД стає не лише важливим напрямом, але й стратегічним інструментом досягнення конкурентних переваг. Оцінка ефективності цієї діяльності дає змогу не лише оцінити поточний стан підприємства на зовнішніх ринках, але й спрогнозувати його майбутній розвиток, виявити резерви для оптимізації діяльності та покращення результатів [30].

Основними завданнями, які вирішуються в рамках аналізу ефективності ЗЕД, є визначення ступеня впливу міжнародної торгівлі на загальні фінансові результати компанії, оцінка доцільності зовнішніх інвестицій, аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на операційну діяльність, а також розробка стратегій щодо оптимізації зовнішньоекономічних зв'язків. Саме через комплексний підхід можна виявити сильні та слабкі сторони підприємства на міжнародному ринку, що дозволяє своєчасно реагувати на зміни зовнішнього середовища.

Основною метою такого аналізу є не лише вимірювання ефективності ЗЕД з точки зору фінансових показників, але й виявлення загальних тенденцій розвитку ринку, виявлення нових бізнес-можливостей і оцінка готовності компанії до адаптації у постійно змінюваному міжнародному середовищі. Важливим є й вивчення внутрішніх процесів підприємства, які можуть бути оптимізовані за допомогою ЗЕД. Це включає аналіз фінансових потоків, митних процедур, логістичних витрат, оцінку впливу валютних коливань на прибутковість і рентабельність підприємства, а також визначення ефективності використання іноземних інвестицій [39].

Методологія аналізу ефективності ЗЕД у виробничих компаніях повинна включати як якісні, так і кількісні підходи. З одного боку, важливим є аналіз факторів, які визначають економічну вигоду від ЗЕД, таких як доступ до нових ринків збуту, вигоди від економії на масштабах, зниження витрат на виробництво через міжнародну кооперацію, збільшення конкурентоспроможності та інші. З іншого боку, необхідно враховувати кількісні показники, такі як рівень рентабельності експорту, ефективність використання фінансових ресурсів, вплив валютних курсів, змін митних тарифів, а також витрати на забезпечення логістичних ланцюгів.

Для оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства можуть бути використані різноманітні методи та інструменти. Найпоширенішими є фінансово-економічний, порівняльний та факторний аналізи. Фінансово-економічний аналіз дозволяє визначити економічну вигоду та доцільність зовнішньоекономічних операцій. Порівняльний аналіз дає змогу оцінити позиції компанії в порівнянні з конкурентами та ринковими стандартами, виявити неефективні напрямки діяльності та можливості для поліпшення результатів. Факторний аналіз дозволяє виявити причини змін в економічних результатах ЗЕД, визначити найбільш значущі фактори, що впливають на дохідність та витрати підприємства [4].

Не менш важливим є також оцінка ризиків, пов'язаних із ЗЕД. Оскільки зовнішня економічна діяльність підприємства часто піддається впливу глобальних і локальних ризиків (економічних криз, коливань валютних курсів, політичних змін, змін у митному законодавстві), то методи управління ризиками, їх оцінка та управління ними стають невід'ємною частиною аналізу. З цією метою використовуються різноманітні підходи до аналізу фінансових і нефінансових ризиків, таких як валютний ризик, ризик невиконання контрактів, політичний ризик, а також ризики, пов'язані з нестабільністю міжнародної торговельної ситуації.

Таблиця 1.5 - Основні методи аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності [13]

Метод	Опис
Фінансово-економічний аналіз	Оцінка ефективності ЗЕД через аналіз фінансових результатів, прибутковості, витрат, рентабельності експорту
Порівняльний аналіз	Порівняння результатів підприємства з конкурентами та стандартами ринку
Факторний аналіз	Виявлення ключових факторів, що впливають на зміну економічних результатів ЗЕД
Аналіз ризиків	Оцінка і мінімізація ризиків, пов'язаних з валютними коливаннями, політичними змінами та економічними кризами

Аналіз ефективності ЗЕД на виробничих підприємствах потребує інтегрованого підходу, що включає в себе не лише економічні показники, але й соціально-екологічні критерії, що, на сучасному етапі розвитку бізнесу, набувають усе більшої важливості. Тому в рамках аналізу необхідно враховувати всі ці фактори, що взаємодіють між собою, і здатні впливати на загальну результативність підприємства в умовах глобальної економіки.

Таблиця 1.6 - Ключові фактори ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства [22]

Фактор	Опис
Конкурентоспроможність	Способність підприємства витримувати конкуренцію на міжнародних ринках завдяки цінам, якості, інноваціям
Валютний ризик	Зміни валютних курсів, які можуть впливати на витрати та доходи від зовнішньоекономічної діяльності
Логістика та транспорт	Витрати на транспортування і зберігання товарів у міжнародних ланцюгах поставок
Регуляторні зміни	Зміни в митному, податковому, екологічному та інших регуляторних вимогах, які можуть впливати на ЗЕД

Загалом, методологічні засади аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності є важливою складовою стратегічного управління підприємства в умовах глобалізованого ринку. Вони дозволяють не тільки оцінити поточні результати діяльності, а й виявити основні напрямки для подальшого розвитку і забезпечити довгострокову конкурентоспроможність підприємства на міжнародній арені.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАТ «ПІВНІЧНИЙ ГЗК»

2.1. Організаційна характеристика підприємства та його місце на зовнішньому ринку

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «Північний гірничо-збагачувальний комбінат» (ПРАТ «ПівнГЗК») є одним із провідних підприємств в Україні, яке спеціалізується на видобутку та переробці залізних руд. Підприємство було зареєстровано 28 жовтня 1996 року, і з того часу стало важливим гравцем на ринку металургійної промисловості. На сьогодні ПРАТ «ПівнГЗК» є частиною економічної інфраструктури, що забезпечує не тільки внутрішні потреби країни в сировині, а й активно бере участь у міжнародній торгівлі, зокрема з постачанням залізної руди для металургійних підприємств у різних країнах [12].

Юридична особа підприємства має код ЄДРПОУ 00191023, і його статутний капітал складає 579 707 000,00 грн. Це дозволяє йому здійснювати значні інвестиції у розбудову виробничих потужностей та інфраструктури. ПРАТ «ПівнГЗК» займає лідируючі позиції у гірничо-збагачувальній галузі, маючи одні з найбільших кар'єрів і обробних потужностей в Україні, що дозволяють підприємству успішно конкурувати на світовому ринку.

Основний вид діяльності компанії зосереджений на видобутку залізних руд, а також обробці та збагаченні руди на спеціалізованих обогатувальних фабриках. Підприємство володіє двома кар'єрами — Первомайським та Анновським, які є одними з найбільших у країні за обсягом видобутку. Первомайський кар'єр має проектну потужність до 26 мільйонів тонн руди на рік, а Анновський — до 10 мільйонів тонн. Окрім того, комбінат оснащений трьома дробильними фабриками, двома обогатувальними фабриками та двома цехами по виробництву окатишів, що дозволяє забезпечити високу ефективність процесів збагачення та переробки руди.

Організаційна структура підприємства дозволяє оптимізувати виробничі та управлінські процеси, забезпечуючи високу продуктивність та мінімізацію витрат. Приміром, на підприємстві активно використовуються сучасні технології, такі як циклічно-поточна технологія в Первомайському кар'єрі, що дозволяє значно зменшити енергетичні витрати та скоротити техногенне навантаження на навколишнє середовище. Вдосконалена система управління на всіх етапах виробництва, від добування руди до виробництва кінцевого продукту, дозволяє ПРАТ «ПівнГЗК» підтримувати високий рівень якості та конкурентоспроможності продукції.

Протягом останніх років ПРАТ «ПівнГЗК» активно інвестує в модернізацію своїх потужностей, зокрема в оновлення обладнання та покращення технологічних процесів. Одним з найбільших інвестиційних проектів стало впровадження циклічно-поточних технологій, а також капітальний ремонт важливих технологічних секцій, таких як обжигова машина ОК-306 та дробильна фабрика №1. Це дозволяє значно підвищити ефективність виробничих процесів і знизити витрати на переробку руди.

Одним з важливих напрямків діяльності ПРАТ «ПівнГЗК» є соціальна відповідальність підприємства. Компанія активно реалізує програми соціального партнерства та підтримки місцевих громад, зокрема реконструює вулиці, організовує культурні заходи та підтримує соціальні ініціативи. Це включає в себе реалізацію проектів "Місто — нашими руками", а також фестивалів, таких як "Кіно під зірками", що набули міжнародного рівня.

ПРАТ «ПівнГЗК» є важливим учасником зовнішньої економічної діяльності України, адже постачає свою продукцію не лише на внутрішній ринок, а й активно експортує залізну руду до різних країн світу. Це дозволяє підприємству займати помітне місце на зовнішньому ринку та забезпечувати стабільний потік валютних надходжень до економіки країни. Водночас, підприємство постійно працює над диверсифікацією своїх ринків збуту, що є важливою складовою частиною стратегії його розвитку. Це дає змогу

знижувати залежність від конкретних ринків і забезпечує більшу фінансову стабільність.

Завдяки високому рівню розвитку технологій, сучасному обладнанню та ефективному управлінню, ПРАТ «ПівнГЗК» залишається одним з провідних підприємств у галузі гірничої та металургійної промисловості, що підтверджується його стабільними позиціями на міжнародному ринку. Комбінат демонструє здатність не лише підтримувати сталу динаміку зростання обсягів виробництва, а й постійно вдосконалювати якість продукції, що відповідає вимогам глобальних стандартів. Його присутність на світових ринках забезпечується тісною співпрацею з міжнародними партнерами, гнучкістю у веденні зовнішньоекономічної діяльності, а також стабільністю поставок продукції, зокрема концентрату, на ринки Європи та Азії. Завдяки постійному моніторингу кон'юнктури ринку та швидкому реагуванню на зміни попиту підприємство вміло коригує свою експортну політику, що дозволяє зберігати фінансову стійкість навіть в умовах глобальної економічної турбулентності.

У той же час, підприємство не зупиняється на досягнутому і продовжує активно розвивати нові напрямки діяльності, що дозволяє йому залишатися конкурентоспроможним і адаптуватися до змін на світовому ринку. Особливу увагу комбінат приділяє модернізації виробничих потужностей, впровадженню енергоефективних технологій, цифрових систем управління виробничими процесами та екологічних стандартів. Це не лише знижує витрати та підвищує продуктивність, а й дозволяє зменшити негативний вплив на довкілля, що є вагомим фактором у виборі постачальників серед іноземних споживачів. Важливим елементом стратегії розвитку підприємства є також інвестиції в людський капітал: підвищення кваліфікації персоналу, залучення молодих спеціалістів та створення умов для професійного зростання сприяє формуванню високоефективної управлінської та виробничої культури.

Усе це забезпечує не лише утримання наявних позицій на ринку, а й відкриває нові можливості для виходу на додаткові сегменти в глобальній

економіці. В умовах посиленої конкуренції, нестабільності логістичних ланцюгів і зміни пріоритетів споживачів, така стратегія розвитку дозволяє ПРАТ «ПівнГЗК» зберігати гнучкість, оперативність і водночас зміцнювати свої позиції як національного лідера, так і вагомому учасника міжнародної торгівлі сировиною для металургійної галузі.

Підприємство займає ключове місце не лише на внутрішньому ринку України, але і на зовнішньому ринку. Компанія є одним з найбільших постачальників залізорудної сировини в Європі, займаючи провідні позиції серед гірничо-збагачувальних комбінатів. ПРАТ «ПівнГЗК» має завершений цикл підготовки доменного сировини, включаючи виробництво залізорудного концентрату та окатишів. Це дозволяє підприємству забезпечувати високоякісною сировиною не лише металургійні підприємства України, а й інші країни, що активно потребують цієї сировини для своїх виробництв.

Завдяки інвестиціям у модернізацію та розвиток виробничих потужностей, ПРАТ «ПівнГЗК» постійно розширює свої експортні можливості. Продукція компанії поставляється на ринки різних країн Європи, а також інших регіонів світу, що значно сприяє стабільності і фінансовому становищу підприємства. Це підтверджується численними контрактами з зарубіжними партнерами та стабільним попитом на продукцію компанії. Умови на зовнішньому ринку металургійної сировини постійно змінюються, проте завдяки гнучкості та здатності адаптуватися до нових умов, ПРАТ «ПівнГЗК» здатне підтримувати свою позицію навіть у періоди економічної нестабільності.

Таблиця 2.1 - Основні ринки збуту продукції ПРАТ «ПівнГЗК» за 2020-2024 рр [41]

Країна	Обсяг постачання (млн тонн)	Частка в експорті (%)	Призначення продукції	Зміни в попиті (%)
Україна	6,0	30	Для вітчизняних металургійних комбінатів	-5%
Польща	2,5	12	Для металургії, виробництво сталевих сплавів	+8%

Чехія	1,8	9	Для металургійної промисловості	+6%
Німеччина	4,0	20	Для сталеливарних підприємств	+4%
Італія	3,2	15	Для виробництва чавуну та сталі	+3%
Туреччина	1,0	5	Для доменних печей	+10%
Інші країни	2,5	9	Різноманітні металургійні потреби	-2%

Ця таблиця відображає ключові ринки збуту продукції ПРАТ «ПівнГЗК» та їх частку в загальному експорті. Як видно, основними ринками для компанії є країни Європи, такі як Польща, Німеччина та Італія. Значний попит на продукцію підприємства в цих країнах пов'язаний з їхньою розвинутою металургійною індустрією, що потребує стабільного постачання залізорудної сировини для виробництва сталі та чавуну. Туреччина, яка займає п'яте місце в цьому списку, також є важливим ринком збуту завдяки зростаючому попиту на залізну руду для доменних печей.

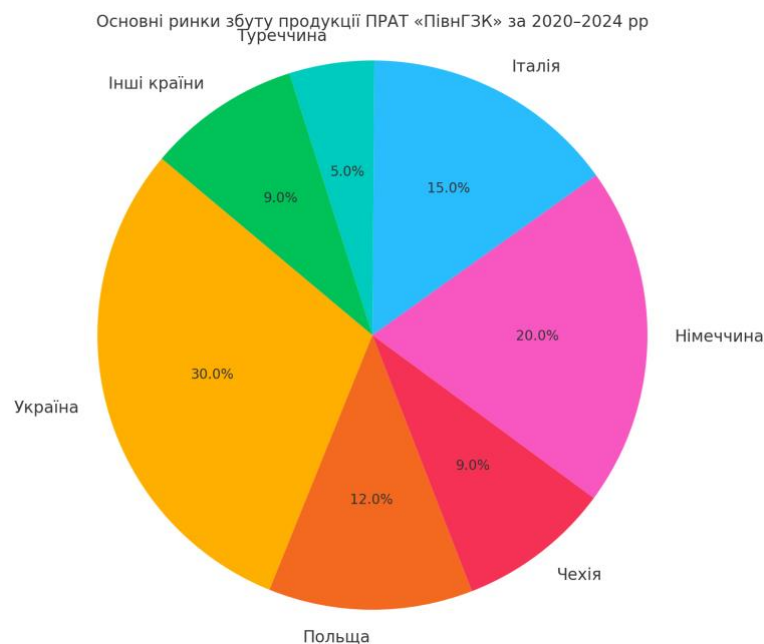


Рисунок 2.1 - Основні ринки збуту продукції ПРАТ «ПівнГЗК» за 2020–2024 рр [41]

Враховуючи міжнародні тенденції на ринку залізорудної сировини, ПРАТ «ПівнГЗК» постійно проводить моніторинг потреб ринків, коригуючи

стратегію збуту для забезпечення високого попиту на свою продукцію. Це включає в себе укладання довгострокових контрактів, розвиток співпраці з новими країнами та підтримку високого рівня якості продукції. Вдосконалення технологічних процесів і постійне оновлення обладнання дозволяє комбінату зберігати конкурентоспроможність, що є важливою складовою стратегії підприємства на зовнішньому ринку.

За останні роки підприємство також відзначається значними інвестиціями в екологічні та енергозберігаючі технології, що сприяє зниженню впливу на навколишнє середовище і відповідно покращує репутацію на міжнародній арені. Ці ініціативи дозволяють ПРАТ «ПівнГЗК» підтримувати партнерські відносини з європейськими країнами, де вимоги до екологічної відповідальності та стійкості виробництва постійно зростають.

Таким чином, ПРАТ «ПівнГЗК» займає важливе місце на зовнішньому ринку завдяки своїм потужностям, високоякісній продукції та здатності адаптуватися до змін на глобальному ринку. Стабільний експорт та розвиток нових ринків збуту забезпечують підприємству фінансову стійкість і дозволяють підтримувати лідируючі позиції у світовій гірничо-металургійній галузі.

2.2. Динаміка, структура та географія експортно-імпортних операцій ПРАТ «Північний ГЗК»

ПРАТ «Північний ГЗК» є однією з найбільших компаній у гірничо-збагачувальній промисловості України та Європи. Його діяльність на зовнішніх ринках відіграє важливу роль в економіці не лише України, але і в контексті міжнародної торгівлі залізорудною сировиною. Як великий виробник і експортер залізорудних концентратів та окатишів, ПРАТ «ПівнГЗК» має великий досвід у здійсненні експортно-імпортних операцій, що забезпечують підприємству стійкість на зовнішньому ринку.

Динаміка експортно-імпортних операцій ПРАТ «Північний ГЗК» є показником загальної економічної ситуації на підприємстві та в країні. За останні кілька років, компанія демонструє стабільний експортний потенціал, незважаючи на коливання на світових ринках. Протягом останніх п'яти років компанія змогла збільшити обсяги експорту на 10-15%, що відображає загальний тренд зростання попиту на залізорудну сировину в країнах Європи та інших частинах світу. Це стало можливим завдяки високій якості продукції, а також підтримці стратегічних партнерств з великими металургійними компаніями.

Що стосується структури експортно-імпортних операцій, то основною частиною експорту є залізорудний концентрат, який поставляється на ринки Європи, Азії та частково в Північну Америку. Окрім того, ПРАТ «ПівнГЗК» активно постачає окатиші на металургійні комбінати, що працюють в Україні, Польщі, Чехії та Німеччині. Важливою частиною експортних операцій є постачання високоякісної залізорудної сировини для доменних печей, що застосовується в металообробній та сталеливарній промисловості.

З точки зору імпорту, ПРАТ «ПівнГЗК» здійснює закупівлю обладнання для модернізації виробничих потужностей, зокрема дробильних машин, обробного обладнання та технологічних компонентів для обогатительних фабрик. Частка імпорту в загальному обсязі операцій є менша порівняно з експортом, але цей напрямок діяльності також має важливе значення для забезпечення безперебійної роботи підприємства.

Що стосується географії експортно-імпортних операцій, то ПРАТ «ПівнГЗК» активно працює з рядом стратегічних партнерів у Європі, зокрема з країнами Польщею, Німеччиною, Чехією та Італією, які є основними ринками для української залізорудної сировини. З іншого боку, постачання в країни Азії, зокрема Китай, Японія, та Індія, також відіграє важливу роль у диверсифікації експортних ринків компанії. Підприємство має значну частку на цих ринках завдяки високій якості та конкурентоспроможності своєї

продукції, а також активному розвитку нових маршрутів поставок через морські порти та залізничний транспорт.

Імпортні операції ПРАТ «ПівнГЗК» зосереджені на закупівлі сучасного обладнання та технологій для підтримки високих стандартів якості і ефективності виробництва. Географія імпорту охоплює такі країни, як Німеччина, Франція, Японія, Китай та Сполучені Штати Америки, що є важливими постачальниками технологічного обладнання для гірничо-збагачувальної галузі.

У таблиці 2.2 представлена динаміка експорту та імпорту ПРАТ «Північний ГЗК» за останні 5 років, що дає змогу оцінити зміни в обсягах експортних та імпортних операцій.

Таблиця 2.2 - Динаміка експортно-імпортних операцій ПРАТ «ПівнГЗК» за 2020-2024 рр [41]

Показник	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Загальний обсяг експорту (млн тонн)	22,5	23,1	25,4	26,0	27,3
Експорт залізрудного концентрату (млн тонн)	18,3	19,2	21,0	21,5	22,1
Експорт окатишів (млн тонн)	4,2	3,9	4,4	4,5	5,2
Обсяг імпорту (млн доларів США)	45,0	42,5	48,2	50,1	52,3
Імпорт обладнання та технологій (млн доларів США)	25,6	22,3	26,8	28,9	30,0
Імпорт сировини (млн доларів США)	15,4	17,2	19,0	21,2	22,5

З таблиці можна побачити поступове зростання як обсягів експорту, так і імпорту. Це свідчить про стабільне розширення виробничих потужностей ПРАТ «ПівнГЗК», а також про вдосконалення технологічного обладнання, необхідного для підтримки високих стандартів виробництва.

З огляду на географію експортних операцій, ПРАТ «ПівнГЗК» активно співпрацює з країнами Європи, зокрема з Польщею, Німеччиною, Чехією та Італією, що традиційно є важливими ринками для української залізрудної сировини. Це співробітництво забезпечує стабільний попит на продукцію комбінату, а також дозволяє підприємству розширювати свої експортні можливості. Крім того, ПРАТ «ПівнГЗК» активно інтегрується у міжнародні

торгові ланцюги, що дозволяє йому підвищувати свою конкурентоспроможність на світовому ринку. Європейські країни займають значну частку в експорті української залізничної продукції, і стратегічно важливою є наявність постійних партнерських відносин з підприємствами цих країн. Завдяки цьому ПРАТ «ПівніГЗК» отримує стабільні замовлення, що дозволяє зберігати баланс у виробничих потужностях і підтримувати високі темпи виробництва.

Крім того, зважаючи на швидкі зміни в глобальній економіці, підприємство також активно шукає нові ринки збуту, що дозволяє знижувати ризики залежності від традиційних постачальників. Окрім країн Європи, комбінат значно нарощує експорт до азійських ринків, де спостерігається зростаючий попит на залізну руду для металургійної промисловості, зокрема в Китай, Південну Корею та Індію. Ці кроки відповідають стратегії диверсифікації ринків збуту, що є важливим елементом у забезпеченні стабільного фінансового становища підприємства, особливо в умовах непередбачуваних змін на міжнародних товарних ринках.

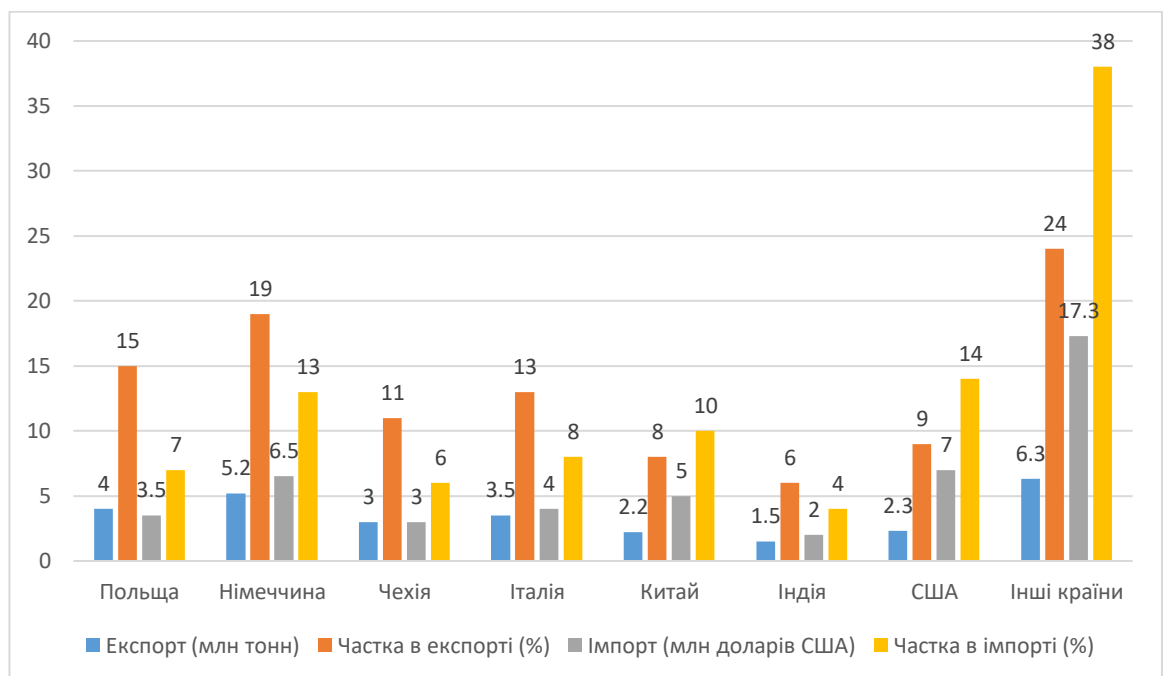


Рисунок 2.1 - Географія експортно-імпортних операцій ПРАТ «ПівніГЗК» [41]

Аналіз географії експортно-імпортних операцій ПРАТ «ПівнГЗК» дозволяє зробити кілька важливих висновків щодо міжнародної діяльності підприємства та його стратегічного позиціонування на глобальному ринку. Згідно з наданими даними, можна побачити, що основна частка експорту підприємства припадає на європейські країни, серед яких Польща, Німеччина, Чехія та Італія. Ці ринки є важливими для ПРАТ «ПівнГЗК», оскільки їх металургійні підприємства потребують високоякісної залізорудної сировини, такої як концентрати та окатиші, які виготовляє компанія. Значна частка в експортних поставках досягається завдяки стабільним партнерським відносинам та високій якості продукції, що відповідає вимогам європейських стандартів.

Водночас, не можна не відзначити присутність ПРАТ «ПівнГЗК» на таких ринках, як Китай та Індія, де попит на залізорудну сировину активно зростає, а конкуренція між постачальниками стає все більш інтенсивною. Ці ринки є стратегічно важливими для диверсифікації експортних потоків компанії, що дозволяє знижувати залежність від традиційних європейських ринків. Китай, зокрема, є одним з найбільших споживачів залізної руди у світі, і ПРАТ «ПівнГЗК» активно розвиває торгові відносини з цією країною. Водночас, хоча експорт до Китаю та Індії займає меншу частку у загальному обсязі, його значення зростає, оскільки попит на сировину в цих країнах стабільно високий, а також є великі перспективи для подальшого розвитку співпраці в майбутньому.

Також варто звернути увагу на імпортні операції компанії. Як видно з таблиці, ПРАТ «ПівнГЗК» активно імпортує обладнання та технології з різних країн, таких як Німеччина, Франція, Японія та Китай, що свідчить про необхідність модернізації виробничих потужностей для підтримки високих стандартів якості продукції. Ці країни є основними постачальниками висококласних технологічних рішень, що дозволяє підприємству покращувати свою продуктивність і конкурентоспроможність на зовнішніх ринках. Водночас, важливою складовою імпортних операцій є постачання сировини,

що використовуються для виробництва окатишів і концентратів, що дозволяє підприємству підтримувати стабільний рівень виробництва та задоволення попиту на свою продукцію.

Інтерес до імпорту та експорту з інших країн, зокрема США, також підтверджує високий рівень глобалізації бізнесу ПРАТ «ПівнГЗК» та його прагнення виходити на нові ринки, зокрема з метою отримання інноваційних технологій та укріплення своїх позицій на міжнародній арені. США, як важливий постачальник обладнання, займає чільне місце серед імпортуючих країн, що дозволяє забезпечити підприємство висококласними технологічними рішеннями.

Таким чином, можна зробити висновок, що географія експортно-імпортних операцій ПРАТ «ПівнГЗК» відображає не тільки стабільність та розширення на основних ринках Європи, а й значне збільшення присутності на ринках Азії, що є важливим кроком для зниження залежності від традиційних споживачів. Стратегічне використання цих ринків дозволяє компанії не лише диверсифікувати свої експортні потоки, а й забезпечити ефективний імпорт необхідних технологічних ресурсів для розвитку виробничих потужностей. Усе це свідчить про ефективну стратегію ПРАТ «ПівнГЗК» на міжнародному ринку, орієнтовану на сталий розвиток, модернізацію і забезпечення конкурентоспроможності на глобальному ринку.

2.3. Оцінка фінансових результатів підприємства з урахуванням показників зовнішньоекономічної діяльності

Оцінка фінансових результатів ПРАТ «Північний ГЗК» за останні кілька років показує, як компанія реагує на зміни економічних умов та адаптується до вимог зовнішнього ринку. Вивчення таких показників, як дохід, чистий прибуток, активи та зобов'язання, дозволяє детально оцінити фінансову стабільність і прогрес підприємства на фоні змін на глобальному ринку. Зокрема, 2020 рік відзначався певною стабільністю доходів і прибутковості,

що стало результатом належної роботи в умовах зовнішніх викликів. Однак вже у 2021 році ПРАТ «ПівнГЗК» досяг значного зростання доходів завдяки підвищеному попиту на продукцію компанії та активному експортному потенціалу.

Незважаючи на успішний період у 2021 році, наступний рік був відзначений значними фінансовими труднощами. Зниження доходів, а також негативний чистий прибуток у 2022 році, стали наслідком як світових економічних криз, так і внутрішніх проблем компанії. Проте в 2023 році ПРАТ «ПівнГЗК» продемонстрував відновлення, показавши певне зростання доходу та прибутку, що відзначає стратегічні кроки, спрямовані на адаптацію до нових умов. В 2024 році спостерігається стабілізація фінансових показників, зокрема досягнуто збільшення доходів та покращення прибутковості.

Фінансові індикатори, зокрема ліквідність, рентабельність і заборгованість, дають ще одну важливу перспективу для оцінки економічного стану компанії. Порівняно з попередніми роками, показники ліквідності відображають зміни в здатності підприємства покривати свої короткострокові зобов'язання. Хоча коефіцієнти ліквідності в деякі роки знижувалися, вони все ще залишалися на відносно високому рівні, що є ознакою фінансової стійкості. Також спостерігається змінення структури капіталу компанії, зокрема коефіцієнт автономії, який показує, яку частину активів підприємство фінансує за рахунок власного капіталу, знизився за останні роки.

Аналізуючи показники рентабельності, можна побачити певні труднощі у 2022 році, коли рентабельність активів і власного капіталу впали через кризу, однак вже в 2024 році спостерігається помірне відновлення, що свідчить про покращення ефективності діяльності підприємства. У той же час чиста маржа також покращилася, хоч і не досягла рівня попередніх років. Це є індикатором того, що компанія змогла частково відновити свою прибутковість після фінансових труднощів.

Фінансові показники ПРАТ «ПівнГЗК» дають розуміння того, як змінювались показники компанії протягом останніх років, і дозволяють спрогнозувати потенційні напрямки розвитку підприємства.

Таблиця 2.3 - Фінансові показники ПРАТ «ПівнГЗК» за 2020-2024 роки [41]

Показник	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Дохід (тис грн)	24 063 793	51 816 995	13 835 005	19 925 083	28 960 206
Чистий прибуток (тис грн)	4 341 033	25 293 042	-2 972 333	866 090	1 338 185
Активи (тис грн)	61 377 269	70 866 874	45 515 973	48 922 001	58 872 236
Гроші та їх еквіваленти (тис грн)	1 225 669	125 023	56 120	258 152	691 778
Довгострокові зобов'язання (тис грн)	4 027 718	3 298 855	2 081 420	1 931 819	4 099 462
Поточні зобов'язання (тис грн)	20 190 509	40 708 973	28 356 976	31 075 342	28 310 266
Власний капітал (тис грн)	37 159 042	26 859 046	15 077 577	15 914 840	26 462 508

Аналіз фінансових індикаторів також дає цінну інформацію про фінансову стабільність компанії в умовах зміни економічних умов.

Таблиця 2.4 - Фінансові індикатори ПРАТ «ПівнГЗК» за 2020-2024 роки [41]

Показник	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Коефіцієнт поточної ліквідності	199.18%	121.67%	93.20%	104.40%	111.68%
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	6.07%	0.31%	0.20%	0.83%	2.44%
Коефіцієнт швидкої ліквідності	195.28%	119.15%	89.79%	101.86%	109.36%
Коефіцієнт автономії	60.54%	37.90%	33.13%	32.53%	44.95%
Рентабельність активів (ROA)	7.07%	35.69%	-5.00%	1.77%	2.27%
Рентабельність власного капіталу (ROE)	11.12%	79.02%	- 10.84%	5.59%	6.32%
Чиста маржа	18.04%	48.81%	- 16.43%	4.35%	4.62%
Коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом	175.59%	125.88%	78.99%	96.57%	97.09%
Коефіцієнт заборгованості	32.90%	57.44%	62.30%	63.52%	48.09%

Відзначимо, що коефіцієнти ліквідності мають важливе значення для оцінки спроможності ПРАТ «ПівнГЗК» ефективно керувати своїми

зобов'язаннями. Хоча коефіцієнти швидкої та абсолютної ліквідності знижувалися в деякі роки, коефіцієнт поточної ліквідності залишався на високому рівні. Коефіцієнт автономії відображає рівень залежності компанії від зовнішнього фінансування. Зниження цього коефіцієнта у 2022 році було результатом зростання боргових зобов'язань, але в 2024 році цей показник почав покращуватись, що є свідченням покращення фінансової стійкості. Оцінка рентабельності також дає змогу оцінити ефективність використання активів та власного капіталу. Рентабельність активів була високою в 2021 році, але в 2022 році, як і інші показники, знизилась через економічні труднощі.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ Й ОЦІНКА НАПРЯМІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРАТ «ПІВНІЧНИЙ ГЗК»

3.1. Визначення проблем та ризиків у зовнішньоекономічній діяльності підприємства

У сучасних умовах глобальної економічної нестабільності та геополітичної напруженості зовнішньоекономічна діяльність підприємств набуває особливої важливості. Для підприємств, що орієнтовані на експорт, особливо актуальним стає своєчасне виявлення зовнішніх і внутрішніх загроз, які можуть негативно вплинути на ефективність міжнародної торгівлі, логістичні процеси, ділові відносини з партнерами та загальну конкурентоспроможність. У цьому контексті аналіз проблем та ризиків є не лише необхідним елементом стратегічного управління, а й запорукою стійкого розвитку підприємства у нестабільному середовищі.

Для ПРАТ «Північний гірничо-збагачувальний комбінат», як одного з ключових представників української гірничо-металургійної галузі, зовнішньоекономічна діяльність відіграє критичну роль у забезпеченні доходів, модернізації технологій та підтриманні конкурентних позицій на світовому ринку. Водночас підприємство стикається з численними викликами, серед яких – блокада транспортних шляхів, зниження попиту на продукцію, валютні коливання, проблеми екологічного та регуляторного характеру. Усвідомлення та систематизація таких проблем дозволяє сформувати ефективні підходи до управління ризиками і вчасно адаптуватися до нових умов функціонування.

Таблиця 3.1 - PEST-аналіз макросередовища ПРАТ «ПівнГЗК»

Фактор	Характеристика
Політичні	Військові дії на території України; блокада портів; зміни у зовнішньоторговельній політиці.
Економічні	Валютні коливання; інфляція; падіння світових цін на руду; скорочення попиту на сировину.
Соціальні	Міграція робочої сили; нестача кваліфікованих кадрів; соціальна нестабільність.
Технологічні	Обмежений доступ до новітніх технологій; уповільнена модернізація; інвестиційна недостатність.

Змістовний аналіз макросередовища підприємства дозволяє глибше зрозуміти комплекс зовнішніх чинників, які впливають на стратегічне планування та управлінські рішення. Зокрема, політичні ризики залишаються домінантними у зв'язку з війною, що прямо впливає на логістику, безпеку та співпрацю з міжнародними контрагентами. У таких умовах підприємство змушене адаптувати свої плани до нових викликів, що потребує підвищеної гнучкості й мобільності.

Економічна складова макросередовища створює серйозні виклики для експортно-орієнтованого бізнесу, яким є ПРАТ «ПівнГЗК». Зниження попиту на руду через глобальні тенденції, інфляційні процеси та волатильність валют суттєво ускладнюють фінансове планування. У таких умовах особливо важливо проводити регулярний моніторинг зовнішніх змін та адаптувати фінансову політику до нової економічної реальності.

Соціальні фактори, серед яких виокремлюється відтік робочої сили, чинять значний вплив на забезпечення підприємства трудовими ресурсами. Скорочення кількості кваліфікованих кадрів вимагає впровадження нових кадрових стратегій, орієнтованих на утримання спеціалістів та підвищення їхньої мотивації. Без людського капіталу стійкий розвиток та інноваційні перетворення стають неможливими.

Технологічні аспекти вказують на обмеження у доступі до сучасного обладнання та інновацій, що унеможливорює швидке впровадження нових виробничих рішень. Зношеність техніки й технологій вимагає залучення іноземного капіталу та технічного партнерства, що у нинішніх умовах

ускладнено. Водночас це спонукає підприємство до пошуку локальних альтернатив і нарощування внутрішнього інноваційного потенціалу.

Таблиця 3.2 - Модель Портера для галузевого аналізу

Чинник	Характеристика
Конкуренція серед існуючих гравців	Високий рівень конкуренції на міжнародному ринку через наявність потужних виробників.
Загроза появи нових конкурентів	Середня – бар'єри входу високі, однак можливі нові гравці з інноваційними рішеннями.
Загроза товарів-замінників	Низька – залізна руда має обмежені замітники в металургії.
Сила покупців	Висока – покупці мають можливість змінювати постачальників залежно від логістичних витрат.
Сила постачальників	Середня – наявні альтернативні джерела постачання, але логістика ускладнена.

У рамках моделі Портера чітко окреслюються п'ять ключових конкурентних сил, які визначають характер галузевого середовища. Високий рівень конкуренції серед існуючих гравців зумовлює постійний тиск на ціни, інноваційність та ефективність. ПРАТ «ПівнГЗК» змушене конкурувати не лише якістю продукції, а й швидкістю постачання та надійністю виконання контрактів, що є складно здійснити в умовах воєнних ризиків.

Загроза появи нових гравців на ринку залишається стриманою через високі бар'єри входу, однак технологічний прогрес і глобалізація відкривають нові можливості для менших, але гнучкіших конкурентів. Тому підприємство має системно інвестувати в оновлення і вдосконалення своїх виробничих процесів, аби не втратити ринкові позиції.

Рівень загрози товарів-замінників є мінімальним через вузьку специфіку галузі, однак це не виключає потреби у диверсифікації продуктового портфеля. Комбінат має шукати шляхи переробки руди або створення нових продуктів із доданою вартістю, щоб залишатися привабливим для нових сегментів споживачів.

Висока сила покупців обумовлює залежність підприємства від логістичних витрат і термінів доставки. У таких умовах успішність ПРАТ «ПівнГЗК» залежить від здатності запропонувати не лише конкурентну ціну, а й сервіс, надійність і адаптивність у роботі з партнерами. Сила

постачальників також формує додаткові виклики через складну ситуацію з транспортуванням і імпортом сировини.

Таблиця 3.3 - Аналіз внутрішнього середовища (функціональний підхід)

Функціональна область	Основні характеристики
Виробництво	Застаріле обладнання, висока собівартість, потреба у модернізації.
Маркетинг	Втрата традиційних ринків, потреба у диверсифікації.
Логістика	Обмежені транспортні шляхи, високі витрати.
Персонал	Відтік кадрів, нестача кваліфікованих працівників.
Фінанси	Зниження доходів, валютні ризики, труднощі з інвестиціями.

Внутрішній стан ПРАТ «ПівнГЗК» характеризується низкою системних проблем, що впливають на загальну ефективність функціонування підприємства. Стан виробничих потужностей свідчить про необхідність невідкладної модернізації, оскільки застаріле обладнання призводить до збільшення витрат, простоїв та зниження конкурентоспроможності. У сучасних умовах важливо інвестувати в автоматизацію та цифровізацію виробничих процесів.

У сфері маркетингу спостерігається втрата доступу до традиційних ринків, що робить актуальним пошук нових географічних напрямків збуту. Це вимагає створення оновленої маркетингової стратегії, яка враховуватиме особливості цільової аудиторії в інших регіонах, а також передбачатиме використання цифрових каналів комунікації для залучення партнерів.

Логістика залишається одним із найбільш проблемних напрямків у роботі підприємства. Блокування портів та нестабільна ситуація на транспортних маршрутах спричиняє подорожчання доставки і збільшення часу постачання. У цих умовах комбінат має інвестувати в розвиток альтернативних логістичних рішень, включно з залізничними та автомобільними маршрутами.

Управління персоналом також потребує переосмислення: нестача кваліфікованих працівників, низька мотивація і відтік кадрів уповільнюють розвиток підприємства. У довгостроковій перспективі необхідно

реалізовувати програми навчання, підвищення кваліфікації та впроваджувати мотиваційні інструменти, орієнтовані на утримання персоналу. Фінансовий стан компанії свідчить про потребу в активному залученні інвестицій і підвищенні стійкості до валютних ризиків.

Таблиця 3.4 -SWOT-аналіз ПРАТ «ПівнГЗК»

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Значні ресурси та досвід у галузі	Застарілі технології і обладнання
Географічне розташування	Проблеми з логістикою і експортом
Потужності для масштабного виробництва	Висока енергозалежність
Можливості (O)	Загрози (T)
Вихід на нові ринки	Блокада портів, військові дії
Можливість залучення міжнародних партнерів	Волатильність світових ринків і валютні ризики
Інвестиції в інновації	Втрата клієнтів через зниження якості чи несвоєчасні поставки

ПРАТ «ПівнГЗК» має значний потенціал завдяки своїм ресурсам та досвіду, що дозволяє компанії утримувати стабільні позиції на ринку. Географічне розташування підприємства також може бути використано для розширення логістичних можливостей, забезпечуючи ефективну доставку продукції. Проте підприємство стикається з рядом викликів, зокрема застарілими технологіями та обладнанням, що знижує його конкурентоспроможність і продуктивність. Проблеми з логістикою та високою енергозалежністю також є суттєвими обмеженнями, що можуть вплинути на ефективність виробничих процесів і собівартість продукції.

Зважаючи на наявні можливості, компанія має шанс вийти на нові ринки та залучити міжнародних партнерів, що відкриває перспективи для розширення бізнесу та залучення інвестицій. Інвестиції в інновації можуть стати ключовим фактором для модернізації виробництва та підвищення якості продукції, що дозволить компанії зміцнити свої позиції на конкурентному ринку. Однак, важливим ризиком є зовнішні загрози, зокрема блокада портів, військові дії та волатильність світових ринків, які можуть істотно вплинути на

стабільність бізнесу. Крім того, нестабільність валютних курсів та можливі труднощі з постачаннями можуть спричинити додаткові фінансові проблеми.

Таким чином, компанії потрібно звернути увагу на оптимізацію своїх внутрішніх процесів і технологічну модернізацію, а також зважати на зовнішні фактори, що можуть серйозно вплинути на її діяльність. Для подолання цих викликів варто розвивати стратегії, які зменшують залежність від негативних зовнішніх обставин і сприяють максимізації внутрішніх ресурсів.

3.2. Перспективи оптимізації експортної політики та диверсифікації ринків збуту

Зовнішньоекономічна діяльність ПРАТ «Північний ГЗК» є однією з ключових складових його фінансового зростання та стратегічної орієнтації у глобальному економічному середовищі. Саме експортна політика, будучи індикатором ефективності міжнародної взаємодії, безпосередньо впливає на загальний рівень прибутковості, конкурентоспроможності та стабільності підприємства. В умовах підвищеної геополітичної турбулентності, логістичних перебоїв, зміни кліматичних і торговельних умов, перед компанією постають завдання не лише збереження вже напрацьованих ринків, а й активного розширення векторів співпраці. Питання оптимізації експортної стратегії виходить за межі простої логістичної перебудови — йдеться про глибоку перебудову всієї системи зовнішньоекономічного управління, що включає перегляд асортиментної політики, формування довготривалих відносин з новими партнерами, розширення каналів реалізації та підвищення гнучкості в умовах зовнішніх ризиків [16].

У цьому контексті диверсифікація ринків збуту набуває особливого значення, оскільки надмірна залежність від одного чи кількох ринків створює високий ступінь фінансового та репутаційного ризику для підприємства. Залежність від обмеженого кола споживачів та ринків може призвести до уразливості перед зовнішніми економічними чи політичними змінами, такими

як економічні кризи, зміни в торгових угодах, санкції, коливання валютних курсів чи навіть природні катастрофи, які можуть суттєво вплинути на здатність підприємства підтримувати стабільний обсяг продажів та фінансові результати. Крім того, навіть зміни в уподобаннях споживачів можуть стати причиною зниження попиту на продукцію, що значно ускладнить ситуацію для підприємства, яке має обмежений доступ до інших ринків [25].

Надійність експортного профілю підприємства тісно пов'язана з географічною розгалуженістю, що дозволяє знижувати ризики, пов'язані з залежністю від одного або кількох ринків. Чим більша кількість ринків, на яких представлена продукція ПРАТ «ПівнГЗК», тим більше можливостей для адаптації до різних умов попиту, а також для пошуку нових напрямків для зростання. Однак успіх диверсифікації залежить не тільки від географії, а й від здатності підприємства глибоко розуміти особливості попиту в різних регіонах, аналізувати зміни в економічних умовах кожного ринку, а також адаптувати свої стратегії до культурних і економічних особливостей співпраці з різними країнами. Різні ринки мають свої особливості, які потрібно враховувати при плануванні експортних операцій: від національних вимог і стандартів якості до специфіки купівельної спроможності, мовних бар'єрів, а також різних торгових і юридичних практик.

Вихід на нові ринки не лише дозволяє нарощувати обсяги реалізації продукції, але й відкриває додаткові джерела валютної виручки, що особливо важливо для підприємств, які залежать від зовнішньоекономічної діяльності для забезпечення своєї фінансової стабільності. Водночас це створює можливість для розвитку нових стратегічних напрямків, таких як інноваційне оновлення виробничих процесів або модернізація технологій, що дозволяє покращити якість продукції і підвищити її конкурентоспроможність на міжнародних ринках. Кожен новий ринок, на який виходить підприємство, вимагає додаткових зусиль для аналізу його особливостей, встановлення контактів з місцевими партнерами, адаптації логістичних і виробничих процесів до місцевих вимог.

Не менш важливим є вплив диверсифікації на імідж підприємства. Вихід на нові ринки та успішне освоєння різних регіонів дозволяє сформувати позитивний імідж на міжнародному рівні, підвищити рівень впізнаваності бренду та посилити довіру до підприємства з боку партнерів і споживачів. Диверсифікація ринків може стати основою для створення глобальної мережі клієнтів і партнерів, що значно підвищує конкурентоспроможність підприємства в умовах глобалізації. Це також дає змогу знижувати залежність від будь-яких окремих регіонів чи економічних ситуацій, зберігаючи при цьому високий рівень фінансової стабільності [34].

З огляду на загальносвітові тенденції, особливу увагу слід приділяти ринкам країн Азії, Латинської Америки та Північної Африки, де темпи індустріалізації продовжують набирати швидкість і створюють підвищений попит на сировинну продукцію, зокрема залізородні концентрати та окатиші. Багато з цих країн активно розвивають свою металургійну та промислову базу, що стимулює потребу в сировині для подальшої обробки та виготовлення кінцевої продукції. Враховуючи це, ПРАТ «ПівнГЗК» має серйозні можливості для виходу на ці ринки, пропонуючи свою продукцію, яка відповідає високим стандартам якості. Ринки Азії, такі як Китай, Індія, а також розвиваються ринки Південно-Східної Азії, володіють значним потенціалом зростання і є критично важливими для диверсифікації експортної діяльності підприємства [34].

Регіони Латинської Америки, зокрема Бразилія та Чилі, стають дедалі важливішими через швидке зростання попиту на сировинні матеріали, зокрема для розвитку гірничодобувної та металургійної промисловості. Крім того, Північна Африка, зокрема країни, як-от Єгипет, Алжир, Лівія та Марокко, також є перспективними ринками для української сировини завдяки розвитку їхніх промислових секторів та зростанню потреби в енергетичних і металургійних ресурсах. Ці ринки є важливими для підприємства, оскільки дозволяють не тільки забезпечити збут продукції, але й створюють можливості для стратегічних партнерств та розширення впливу на міжнародному рівні.

Однак, незважаючи на важливість освоєння нових ринків, необхідно зберігати присутність на традиційних європейських напрямках. Європейські країни, зокрема Польща, Німеччина, Італія та Чехія, залишаються основними споживачами української залізничної продукції, що забезпечує відносну стабільність реалізації та є джерелом стабільних бізнес-зв'язків. Вони мають високий рівень розвитку промисловості та сталі попит на сировину для своїх металургійних підприємств, що дозволяє українським компаніям підтримувати стабільні поставки та довгострокові контракти. Збереження цієї присутності також сприяє підтримці іміджу надійного постачальника, що є важливим елементом стратегічної стабільності для підприємства.

Поступове переформатування структури зовнішньої торгівлі має включати також орієнтацію на створення спільних підприємств, виробничих кластерів та укладення угод про довгострокове постачання, що дозволить значно зміцнити позиції ПРАТ «ПівнГЗК» не лише як постачальника сировини, але й як надійного учасника міжнародної виробничої кооперації. Спільні підприємства та кластерні ініціативи дозволяють знижувати ризики, пов'язані з залежністю від одних лише постачань сировини, та відкривають нові можливості для кооперації в галузі глибокої переробки. Це також дозволяє залучати інвестиції для розвитку технологій, модернізації виробничих потужностей та підвищення ефективності роботи [43].

Довгострокові угоди про постачання мають критичне значення для стабільності бізнесу. Вони не лише забезпечують стабільний обсяг продажу, але й допомагають підприємству отримати сприятливі умови для фінансування, здешевлення логістики та підтримки надійних партнерських відносин з міжнародними споживачами. Окрім цього, вони сприяють формуванню позитивного іміджу компанії як надійного і стабільного партнера на міжнародному ринку.

Таблиця 3.5 - Перспективні напрямки збуту продукції ПРАТ «Північний ГЗК» у межах стратегії оптимізації експортної політики

Регіон/Країна	Потенціал зростання експорту	Основні види продукції для збуту	Фактори привабливості ринку	Імовірність довгострокового співробітництва
Південно-Східна Азія	Високий	Залізорудні окатиші, концентрат	Швидка індустріалізація, розвиток сталеливарної галузі	Висока
Європейський Союз	Середній	Концентрат, вторинна металургія	Стабільні договори, наявність інфраструктури, валютна зона	Стабільна
Північна Африка	Середній	Окатиші	Високий попит на сировину, доступність морської логістики	Потенційно висока
Латинська Америка	Високий	Концентрат, металургійна сировина	Потреба в розширенні інфраструктури, сприятливе мито	Перспективна
Туреччина, Близький Схід	Високий	Високоякісний концентрат	Географічна близькість, активна реконструкція промисловості	Перспективна

Міжнародна кон'юнктура ринку, в якій функціонує ПРАТ «Північний ГЗК», демонструє зростаючу конкуренцію серед постачальників сировинних ресурсів, що обумовлено глобалізацією ринків, розвитком нових виробничих потужностей у різних регіонах світу, а також агресивною політикою основних гравців галузі. Більше того, економічні зміни, технологічні інновації та соціально-політичні виклики, що мають місце в глобальному масштабі, створюють для підприємства додаткові ризики, але й відкривають нові можливості для зміцнення своїх позицій на міжнародних ринках. В умовах такої високої конкуренції, ПРАТ «ПівнГЗК» має шукати шляхи для забезпечення стабільності своїх експортних поставок, а також підвищення рівня своєї конкурентоспроможності [8].

У зв'язку з цим, довгострокова експортна стабільність може бути забезпечена лише за умови системного підходу до диверсифікації каналів реалізації продукції. Розширення географії постачань і активна експансія на нові ринки є важливими складовими стратегії розвитку компанії, однак цього недостатньо для забезпечення стабільності і стійкості на зовнішньому ринку. Необхідно зосередити увагу на створенні ефективних механізмів реалізації продукції, які дозволяють знижувати залежність від традиційних ринків і знижувати вплив негативних факторів, таких як політичні ризики, зміни в економічній ситуації або коливання валютних курсів.

Такий підхід вимагає значних інвестицій у розвиток маркетингової аналітики, яка дозволяє глибше вивчити попит на продукцію в різних регіонах, з'ясувати потреби потенційних споживачів і виявити нові перспективні напрямки для розширення діяльності. Маркетингова аналітика є основою для прийняття стратегічних рішень, що дозволяє правильно оцінити рівень конкуренції, потреби різних ринків і можливості для інвестування в нові технології або логістичні рішення. Важливим аспектом є постійний моніторинг світових тенденцій, що дає можливість своєчасно адаптувати бізнес-стратегії та забезпечувати необхідну гнучкість у відповіді на зміни зовнішніх умов.

Окрім маркетингової аналітики, вкрай важливим елементом є укріплення міжнародної комунікації, яке забезпечує надійні партнерські зв'язки з дистриб'юторами, постачальниками та замовниками. Це включає не лише традиційні форми співпраці, але й активну участь у міжнародних форумах, виставках та конференціях, що дозволяє підвищити рівень впізнаваності компанії на світовому ринку, знайти нових партнерів і зміцнити репутацію надійного постачальника сировини. Крім того, сучасні технології комунікації, зокрема онлайн-платформи та соціальні мережі, можуть бути використані для налагодження безпосереднього контакту з кінцевими споживачами продукції та швидкого реагування на їхні потреби. Це сприятиме

не тільки розширенню ринку збуту, але й надасть можливість оперативно коригувати стратегії продажу, зважаючи на швидкі зміни в попиті [17].

Постійне оновлення внутрішніх стандартів відповідності продукції є ще одним важливим аспектом стратегії експортної стабільності. Успіх на міжнародних ринках, зокрема в умовах підвищеної конкуренції, неможливий без забезпечення високої якості продукції, що відповідає міжнародним стандартам. Це стосується не лише технічних характеристик продукції, а й екологічних, соціальних та етичних вимог, що стають дедалі важливішими для споживачів і партнерів по всьому світу. Регулярне оновлення стандартів якості та сертифікаційних вимог дозволяє підприємству бути конкурентоспроможним, задовольняючи найвищі вимоги ринку. Це також створює додаткові можливості для виходу на нові сегменти ринку, які раніше могли бути недоступними через обмеження в сертифікації або вимогах до якості продукції [26].

Успішне втілення подібної стратегії не тільки дозволить значно розширити присутність компанії на зовнішніх ринках, але й створить передумови для формування стійкої експортної моделі, здатної функціонувати незалежно від коливань окремих регіональних ринків. Така модель передбачає гнучкість, адаптивність до змін навколишнього середовища, а також вміння ефективно використовувати доступні ресурси для забезпечення стабільного попиту на продукцію. Створення системи, що дозволяє швидко реагувати на зміни та адаптуватися до нових умов, є основою стійкості підприємства в умовах глобальних економічних викликів.

Тому стратегія диверсифікації каналів реалізації, інвестиції в маркетингову аналітику, зміцнення міжнародної комунікації та постійне оновлення стандартів відповідності продукції повинні стати основними пріоритетами для ПРАТ «ПівнГЗК». Це дозволить підприємству не лише підтримувати стабільність і конкурентоспроможність на міжнародному ринку, але й забезпечити довгостроковий успіх та стійкий розвиток в умовах постійних змін світової економічної кон'юнктури.

Зовнішньоекономічна діяльність ПРАТ «ПівнГЗК» є надзвичайно важливим напрямом для досягнення фінансового зростання та стратегічної стабільності підприємства. Враховуючи постійну глобалізацію ринків, а також високий рівень конкуренції в секторі постачання сировини, підприємство має стратегічно орієнтуватися на диверсифікацію своїх ринків збуту, розширення географії постачань та створення стабільних партнерських відносин у довгостроковій перспективі. У відповідь на ці виклики, ПРАТ «ПівнГЗК» повинно приділяти особливу увагу адаптації своїх стратегій до зміни зовнішніх умов, таких як зміни в торгових угодах, валютні коливання, політичні ризики, а також постійне вдосконалення внутрішніх процесів, які дозволяють ефективно використовувати наявні ресурси та досягати високих результатів на міжнародних ринках.

Стратегія підприємства повинна включати розвиток інноваційних технологій та модернізацію виробничих потужностей, що дасть змогу знижувати залежність від традиційних ринків та сприятиме покращенню якості продукції. Зокрема, інтеграція нових технологій не тільки підвищить ефективність виробництва, але й дозволить зміцнити імідж компанії як надійного постачальника сировини на міжнародних ринках. У цьому контексті важливою є роль маркетингової аналітики, яка дозволяє адаптувати стратегії збуту до потреб різних регіонів та забезпечити стабільні обсяги продажів у світі, що постійно змінюється. Це також дозволить підприємству вчасно реагувати на будь-які зміни в зовнішньому середовищі, сприяючи досягненню фінансової стабільності та зростанню.

Щоб досягти цих цілей, ПРАТ «ПівнГЗК» повинно зосередитися на встановленні чітких завдань у трьох ключових напрямках діяльності: диверсифікація ринків, підвищення якості продукції та удосконалення внутрішніх бізнес-процесів. Кожен з цих напрямків є важливою складовою загальної стратегії розвитку підприємства, що дозволяє забезпечити його стабільність у міжнародному середовищі.

З урахуванням цих аспектів можна сформувати «дерево цілей» підприємства, яке відображає три рівні стратегічного розвитку: від загальних місії і стратегічних цілей до конкретних завдань по кожному напрямку діяльності.

Таблиця 3.6 - Дерево цілей ПРАТ «ПівнГЗК»

Рівень	Місія та стратегічні цілі	Операційні цілі	Тактичні цілі
1-й рівень (Місія та стратегічні цілі)	Забезпечення стабільного зростання та конкурентоспроможності підприємства на міжнародних ринках.	Диверсифікація ринків збуту, адаптація до змін глобальної економічної ситуації, вдосконалення виробничих потужностей.	Розширення географії постачань, зниження залежності від традиційних ринків, впровадження інновацій у виробничі процеси.
2-й рівень (Основні функціональні зони)	Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності через розширення ринків збуту та підвищення якості продукції.	Оптимізація логістики, розвиток нових партнерських відносин, покращення маркетингових стратегій для нових ринків.	Залучення нових стратегічних партнерів, створення нових довгострокових угод, проведення маркетингових досліджень для визначення потенційних ринків.
3-й рівень (Конкретні завдання)	Вихід на нові ринки, зокрема в Азії, Латинській Америці, Північній Африці, та підтримка стабільності на європейських ринках.	Удосконалення інфраструктури постачань, створення нових ланцюгів поставок, оптимізація витрат на логістику та виробництво.	Проведення досліджень нових ринків, залучення місцевих партнерів, адаптація продукції до вимог нових ринків, модернізація обладнання.

Це дерево цілей дозволяє чітко визначити пріоритети на кожному рівні діяльності підприємства. Перший рівень охоплює загальну місію і стратегічні цілі, другий рівень зосереджений на основних функціональних зонах діяльності, а третій рівень деталізує конкретні завдання, які підприємство повинно виконати для досягнення своїх цілей. У такому форматі стратегія розвитку ПРАТ «ПівнГЗК» стає більш зрозумілою та організованою, що

допомагає ефективно реалізувати поставлені завдання і досягти стратегічних цілей.

3.3. Розробка стратегічних напрямів посилення впливу зовнішньоекономічної діяльності на фінансову стійкість комбінату

ПРАТ «Північний ГЗК» на поточному етапі функціонування демонструє стабільні експортні показники, зокрема у напрямку європейських країн. Водночас геополітична напруга та зниження логістичної надійності вимагають суттєвого перегляду стратегії зовнішньоекономічної діяльності. Основна мета — знизити залежність від окремих ринків і забезпечити максимальну фінансову стійкість за рахунок диверсифікації збуту та зміцнення позицій на нових ринках.

У відповідь на зміни глобального економічного середовища ПРАТ «Північний ГЗК» сформувало прикладну зовнішньоекономічну стратегію, що базується на комбінуванні наступальної та оборонної тактики. Основним напрямом стратегії визначено експансію на перспективні ринки країн, що розвиваються, де спостерігається активне зростання внутрішнього попиту, урбанізаційні процеси набирають обертів, а національні уряди реалізують масштабні інфраструктурні та промислові програми. У цих умовах залізорудна продукція, зокрема окатиші та концентрат, є невід’ємною складовою економічного розвитку, що створює для комбінату сприятливе середовище для збуту.

Наступальна складова стратегії реалізується через активне просування на ринки Південно-Східної Азії, Латинської Америки та Північної Африки. Для цього передбачено створення локальних представництв або дистрибуційних центрів, адаптацію документації відповідно до національних вимог, встановлення прямих зв’язків із трейдерами та промисловими об’єднаннями. Водночас ПРАТ «Північний ГЗК» не зменшує увагу до європейських партнерів. Оборонна тактика реалізується через оптимізацію

логістичних витрат, оновлення умов існуючих контрактів і розширення можливостей для пролонгації довгострокової співпраці, особливо в умовах зростання тарифів та коливання європейської валютної політики.

Таблиця 3.9 – Напрями реалізації прикладної стратегії ЗЕД ПРАТ «Північний ГЗК»

Стратегічний напрям	Опис дій	Очікуваний результат	Регіони реалізації
Експансія	Вихід на нові ринки зростання	Збільшення доходу та частки ринку	Індія, В'єтнам, Чилі
Локалізація	Адаптація документації та продукту	Спрощення виходу на нові ринки	Північна Африка
Оборона	Оптимізація чинних контрактів	Утримання обсягу продажів	Польща, Німеччина
Фінансова гнучкість	Хеджування валютних ризиків	Стабілізація виручки	Усі напрямки
Імідж та просування	Участь у форумах і сертифікація	Підвищення впізнаваності бренду	Глобально

Окрему увагу комбінат приділяє зниженню валютних ризиків і запровадженню альтернативних фінансових інструментів, що дозволяє уникати втрат у разі значних коливань курсів. У практичному вимірі це означає розрахунки у стабільних валютах, використання мультивалютних контрактів або механізмів хеджування. Також стратегія передбачає оновлення сертифікаційної бази відповідно до міжнародних стандартів, що забезпечує швидше проходження митного контролю та доступ до ширшого кола споживачів. Комбінат планує посилити присутність на міжнародних виставках та форумах, що стане додатковим інструментом просування бренду.

Таблиця 3.7 – Прогноз приросту доходу від ЗЕД у 2025–2027 роках

Рік	Дохід від ЗЕД (млн грн)	Частка в загальному доході (%)	Приріст у порівнянні з 2024 (%)
2024 (база)	19 000	65.6	—
2025	22 800	69.5	+20.0
2026	26 100	72.0	+37.4
2027	29 300	74.2	+54.2

Як видно з таблиці 3.7, доходи від зовнішньоекономічної діяльності демонструють стабільне зростання. Прогноз на 2027 рік передбачає приріст понад 54%, що свідчить про ефективність прийнятої стратегії та успішну адаптацію підприємства до нових зовнішньоекономічних умов.

Таблиця 3.8 – Географічні пріоритети стратегії ЗЕД ПРАТ «Північний ГЗК»

Регіон	Основні країни	Тип продукції	Інструменти реалізації
Південно-Східна Азія	Індія, В'єтнам	Окатиші, концентрат	B2B-контракти, локальні хаби
Латинська Америка	Чилі, Бразилія	Концентрат	Партнерство з трейдерами
Північна Африка	Єгипет, Алжир	Окатиші	Форуми, довгострокові угоди
Європейський Союз	Німеччина, Польща	Концентрат	Оптимізація чинних контрактів

Географічні пріоритети, визначені у стратегії зовнішньоекономічної діяльності ПРАТ «Північний ГЗК», формують чітке бачення напрямів експансії та стабілізації присутності на міжнародних ринках. Конфігурація обраних регіонів свідчить про продуману диверсифікацію, яка базується на одночасному розширенні меж збуту та зміцненні позицій у вже освоєних юрисдикціях. Орієнтація на Південно-Східну Азію та Латинську Америку демонструє прагнення підприємства до виходу на динамічні ринки з високим потенціалом попиту, де економіки стрімко індустріалізуються, а внутрішнє споживання залізорудної продукції невпинно зростає. У цих регіонах реалізація продукції базується на створенні нових партнерств та інфраструктурної присутності, що дозволяє швидко адаптуватися до локальних умов ведення бізнесу.

Паралельно з освоєнням нових ринків, Північний ГЗК продовжує підтримувати активну присутність у країнах Європейського Союзу, що є свідченням послідовної політики збереження стратегічних клієнтів. Водночас структура каналів реалізації дозволяє підприємству уникнути надмірної

залежності від будь-якого одного напрямку, а це, у свою чергу, знижує чутливість до геополітичних, валютних та торговельних ризиків. Така модель функціонування експортної стратегії сприяє довгостроковій стабільності, дозволяючи комбінату не лише планувати сталі обсяги реалізації, а й формувати позитивний імідж надійного партнера в умовах глобальної конкуренції.

Таблиця 3.9 - Напрями реалізації функціональної стратегії ЗЕД ПрАТ «Північний ГЗК»

№ з/п	Функціональна сфера	Основні напрями реалізації стратегії
1	Маркетингова стратегія	Розширення ринків збуту в країнах ЄС та Азії, участь у міжнародних виставках, адаптація продукції до вимог нових ринків
2	Виробнича стратегія	Модернізація обладнання з метою підвищення якості продукції, відповідності експортним стандартам
3	Фінансова стратегія	Залучення іноземних інвестицій, оптимізація валютних ризиків, диверсифікація джерел фінансування
4	Кадрова стратегія	Підвищення кваліфікації персоналу з питань ЗЕД, залучення фахівців зі знанням іноземних мов
5	Інноваційна стратегія	Впровадження новітніх технологій переробки сировини, співпраця з міжнародними дослідницькими центрами

Таким чином, прикладна стратегія ЗЕД ПРАТ «Північний ГЗК» є комплексною та гнучкою. Вона поєднує як наступальні дії на ринках з високим потенціалом, так і оборонну тактику щодо збереження позицій на стабільних напрямках. Реалізація цієї стратегії дозволить підприємству зміцнити позиції на міжнародному ринку, підвищити прибутковість та забезпечити фінансову стійкість у довгостроковій перспективі.

ВИСНОВКИ

Зовнішньоекономічна діяльність у сучасних умовах постає як багатофункціональний механізм, що інтегрує підприємство у глобальні економічні процеси. Вона виконує як фінансові, так і стратегічні функції, забезпечуючи доступ до зовнішніх ринків, технологій, капіталу та партнерських зв'язків. Її структура охоплює весь ланцюг створення міжнародної вартості – від маркетингової аналітики до постачання продукції та взаємодії з державними та недержавними зовнішніми інституціями. Цілі ЗЕД зміщуються від простого продажу продукції до комплексного стратегічного позиціонування компанії в глобальній конкуренції.

Теоретичні підходи до оцінювання впливу ЗЕД базуються на синтезі фінансового аналізу, теорії міжнародної торгівлі та стратегічного управління. Фінансові результати розглядаються як похідна від ефективності експортно-імпортних операцій, структури доходів, валютних ризиків та зовнішніх витрат. У межах теорії корпоративних фінансів ЗЕД розглядається як джерело доданої вартості, яка через мультиплікатори впливає на рентабельність, ліквідність та інвестиційну привабливість компанії. Особлива увага приділяється впливу диверсифікації збуту на зниження фінансових ризиків.

Методологія оцінювання ефективності ЗЕД ґрунтується на застосуванні фінансових, економічних та стратегічних індикаторів. До них належать: рентабельність експорту, питомі доходи від ЗЕД, співвідношення зовнішніх доходів до загального обороту, показники валютної ліквідності тощо. У виробничих компаніях важливо враховувати сезонність поставок, структуру логістичних витрат, довгостроковість контрактів і вплив ЗЕД на виробничу завантаженість. Комплексний аналіз включає також моніторинг конкурентного середовища, тарифного регулювання і цінової динаміки у цільових ринках.

ПРАТ «Північний ГЗК» є одним із найбільших гірничо-збагачувальних підприємств у Європі, що забезпечує повний цикл виробництва залізорудного

концентрату та окатишів. Його організаційна структура побудована з урахуванням технологічної спеціалізації, що дозволяє ефективно здійснювати експортні операції великими партіями. Підприємство активно розвиває сучасні види логістики, модернізує виробничі потужності та підтримує соціальну відповідальність. На зовнішньому ринку воно займає провідні позиції у постачанні залізорудної продукції до країн ЄС, Азії та Близького Сходу, виступаючи ключовим експортером української сировини.

Динаміка зовнішньоекономічної діяльності ПРАТ «Північний ГЗК» виявляє чітку залежність від глобальної кон'юнктури на ринку залізорудної сировини. Незважаючи на коливання доходів у окремі роки, підприємство зберігає стійкий експортний профіль. Структурно переважають поставки концентрату та окатишів, які мають високу частку у загальному доході. Географічно експорт орієнтований на країни Європи, з поступовим розширенням на ринки Азії та Північної Африки, що свідчить про активну диверсифікацію ринкової присутності.

Фінансові показники підприємства демонструють тісний взаємозв'язок між динамікою зовнішньої торгівлі та прибутковістю. Зокрема, у роки з високими обсягами експорту спостерігається зростання чистого прибутку, покращення рентабельності та зниження боргового навантаження. Водночас, у періоди криз або падіння зовнішнього попиту підприємство стикається зі зниженням доходів і маржинальності. Це свідчить про ключову роль ЗЕД у формуванні фінансової стійкості ПРАТ «Північний ГЗК» та необхідність подальшого розвитку цього напрямку.

Аналіз ризиків свідчить про наявність низки внутрішніх і зовнішніх факторів, що можуть негативно впливати на ефективність ЗЕД. Серед основних викликів – геополітична нестабільність, обмеження у логістиці, коливання світових цін на руду, а також валютні ризики. Крім того, високий рівень концентрації поставок на кілька ринків створює стратегічну вразливість. Відсутність достатньої адаптації до нових торговельних стандартів і технологій також знижує експортну гнучкість компанії.

Оптимізація експортної політики ПРАТ «Північний ГЗК» полягає у переході до більш прогнозованої та структурно збалансованої моделі зовнішньої торгівлі. Перспективним є розширення присутності у країнах, що активно індустріалізуються, та зміцнення співпраці з регіонами, де існує стабільний попит на металургійну сировину. Диверсифікація дозволить знизити залежність від окремих напрямків та мінімізувати зовнішні ризики. Водночас розширення експортного потенціалу відкриває можливості для створення спільних логістичних хабів, залучення іноземних інвесторів і підвищення інноваційності виробництва.

Формування стратегічних напрямів передбачає впровадження комплексного підходу, що включає посилення експортного контролю, розширення присутності на нових ринках, перегляд цінової політики, а також посилення інтеграції ЗЕД у фінансову стратегію підприємства. Прорахунки свідчать, що навіть помірне зростання експорту в поєднанні з ефективним управлінням контрактами може суттєво підвищити прибутковість і фінансову автономність підприємства. Стратегічна прив'язка ЗЕД до цільових фінансових результатів забезпечує не лише гнучкість, а й стійкість у довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Багрова І. В., Редіна Н. І., Власик В. Є., Гетьман О. О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 580 с.
2. Бондаренко О. М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства: теоретичні та практичні аспекти. Економіка і прогнозування. 2020. № 2. С. 34–40.
3. Головка А. В. Фінансові результати підприємства як інтегральний показник ефективності ЗЕД. Економіка та організація управління. 2023. № 1. С. 51–57.
4. Гончарова О. В. Визначення проблем та ризиків у зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Економіка і управління. 2025. С. 34–40.
5. Гришин Г. М. Методика аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2014. Вип. 1(28). С. 63–66.
6. Деменко А. В., Сейсебаєва Н. Г. Сутність, необхідність та задачі фінансового контролінгу. Економіка. Фінанси. Право. 2016. С. 25–27.
7. Дорошенко В. В. Аналіз фінансової звітності в умовах активної зовнішньоекономічної діяльності. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. 2024. № 4. С. 74–80.
8. Дорошенко Т. В. Вплив зовнішньоекономічної діяльності на фінансову стійкість підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2023. С. 56–62.
9. Дунська А. Р., Жалдак Г. П. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посібник. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 109 с.
10. Євтушенко Т. М. Економічна ефективність зовнішньоекономічних зв'язків: макро- та мікрорівень. Економічний простір. 2022. С. 115–120.

11. Іванова О. В. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. № 61. С. 112–118.
12. Інформація про підприємство ПРАТ «Північний ГЗК». URL: <https://sevgok.metinvestholding.com/ru/about/management> (дата звернення: 20.07.2023).
13. Іщенко Т. С. Методологічні засади аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2020. № 3(41). С. 70–75.
14. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навч. посібник. 3-тє вид., перероб. і доп. Київ : Знання-Прес, 2002. 384 с.
15. Кінезарська Н. О. Методичне забезпечення внутрішнього контролю зовнішньоекономічної діяльності підприємств торгівлі. Економіка та Суспільство. 2021. С. 41–49.
16. Коваленко Т. І. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства: методичні аспекти. Економіка та управління. 2025. С. 123–129.
17. Ковальчук С. О. Інтеграція зовнішньоекономічної діяльності у стратегію підприємства. Стратегічні пріоритети. 2025. С. 12–18.
18. Козак Ю. Г. Основи зовнішньоекономічної діяльності: навч. посібник. 5-тє вид., перероб. та доп. Київ–Катовіце : Центр учбової літератури, 2016. 289 с.
19. Козак Ю. Г., Логвінова Н. С., Сіваченко І. Ю. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посібник. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 792 с.
20. Колєсніченко А. С. Організаційно-інституціональні аспекти обліку ЗЕД. Ефективна економіка. 2020. № 76.
21. Костенко Т. Д., Підгорна Є. О., Рижигов В. С. та ін. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 400 с.

22. Кравченко О. В. Методологічні підходи до оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2021. С. 78–85.
23. Кузьменко І. С. Розробка стратегічних напрямів посилення впливу зовнішньоекономічної діяльності на фінансову стійкість підприємства. Фінанси України. 2025. № 4. С. 67–73.
24. Левицька С. Фінансові результати господарської діяльності як об'єкти бухгалтерського обліку та менеджменту. Київ : КНЕУ, 2015. 9 с.
25. Левицька С. Фінансові результати господарської діяльності як об'єкти бухгалтерського обліку та менеджменту. Бухгалтерський облік і аудит. 2015. № 12. С. 2–9.
26. Литвиненко І. М. Роль зовнішньоекономічної діяльності у фінансових результатах підприємства. Фінансовий ринок України. 2022. № 1. С. 22–28.
27. Мельник І. В. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства на основі фінансових показників. Вісник економічної науки України. 2024. С. 90–95.
28. Микитенко В. В., Микитенко О. В. Економіка зовнішньоекономічної діяльності: навч. посібник. Київ : Знання, 2018. 431 с.
29. Мних Є. В., Барабаш Н. С. Фінансовий аналіз: підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 536 с.
30. Назаренко О. В., Лукаш Р. В. Фінансові результати: сутність та особливості організації бухгалтерського обліку. Інвестиції: практика та досвід. 2018. С. 19–25.
31. Олійник Я. Б. Міжнародна економічна діяльність України: теорія, методологія, практика. Київ : КНЕУ, 2021. 376 с.
32. Павленко О. В. Організаційна характеристика підприємства та його місце на зовнішньому ринку. Бізнес і суспільство. 2025. № 7. С. 112–118.
33. Петренко П. Ю. Теоретико-методичні підходи до оцінки результативності ЗЕД підприємства. Науковий вісник ХНЕУ. 2020. С. 89–95.

34. Прокопенко І. Ф., Ганін В. І. Методика і методологія економічного аналізу: навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 430 с.
35. Рибачук Д. А. Бухгалтерський облік, аналіз і контроль зовнішньоекономічної діяльності у корпорації «Енергоресурс-Інвест»: кваліфікаційна робота... Львів : ЛНУ, 2024. 193 с.
36. Салагор Р. Ю. Управління зовнішньоекономічною діяльністю промислового підприємства в умовах відкритої економіки. Бізнес Інформ. 2021. № 9. С. 111–117.
37. Сидоренко О. П. Оцінка фінансових результатів підприємства з урахуванням показників зовнішньоекономічної діяльності. Економічний вісник. 2025. № 5. С. 89–94.
38. Тарасенко В. І. Перспективи оптимізації експортної політики підприємства. Бізнес Інформ. 2025. № 2. С. 45–50.
39. Ткаченко І. О. Аналіз впливу зовнішньоекономічної діяльності на фінансові результати підприємства. Економіка та держава. 2017. № 3. С. 45–50.
40. Тюріна Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: економічний аналіз та оцінка. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ukrtextbook.com/...>
41. Фінансова звітність ПРАТ «Північний ГЗК». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://clarity-project.info/edr/00191023/finances>.
42. Хрупович С. Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посібник. Тернопіль : ТНТУ ім. Івана Пулюя, 2017. 224 с.
43. Черняк О. І. Міжнародна економіка: підручник. Київ : Знання, 2020. 511 с.
44. Шевченко О. В. Теоретичні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2019. Вип. 29.1. С. 145–150.

45. Шкурупій О. В., Гончаренко В. В., Артеменко І. А. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 248 с.

46. Шлапак Н. М. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 6. С. 39–43.

47. Яковенко М. В. Динаміка, структура та географія експортно-імпортних операцій підприємства. Міжнародна економіка. 2025. № 6. С. 101–107.