

**Київський національний торговельно-економічний університет**  
**Кафедра світової економіки**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«Міжнародна економічна діяльність підприємства»**

**(на матеріалах ТОВ «Plastic Card», м. Київ)**

Студента 2 курсу, 1мз групи,  
спеціальності 051 «Економіка»  
спеціалізації «Міжнародна  
економіка»

Хоменка  
Богдана Олеговича

\_\_\_\_\_ *підпис*

Науковий керівник  
Доктор економічних наук,  
професор кафедри  
світової економіки

Корж  
Марина Володимирівна

\_\_\_\_\_ *підпис*

Гарант освітньої програми,  
кандидат економічних наук,  
професор кафедри світової  
економіки

Кудирко  
Людмила Петрівна

\_\_\_\_\_ *підпис*

**Київ 2020**

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет **ФМТП**

Кафедра **Світової економіки**

Спеціальність, спеціалізація **051.Економіка: «Міжнародна економіка»**

Затверджую

Зав. кафедри \_\_\_\_\_ «\_\_» \_\_\_\_\_

20\_\_ р

Завдання на випускний кваліфікаційний проект (роботу) студентові  
**Хоменку Богдану Олеговичу** (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускного кваліфікаційного проекту (роботи)

**«Міжнародна економічна діяльність підприємства» (на матеріалах ТОВ**

**«Plastic Card», м. Київ)** Затверджена наказом ректора від «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

№ \_\_\_\_\_

2. Строк задачі студентом закінченого проекту (роботи)

3. Цільова установка та вихідні дані до проекту (роботи) Мета проекту (роботи) **є розробка шляхів підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств.**

Об'єкт дослідження **є процес здійснення міжнародної економічної діяльності підприємства.**

Предмет дослідження **є теоретико – методичні засади здійснення міжнародної економічної діяльності підприємств.**

4. Перелік графічного матеріалу:

**Таблиці.**

**Рисунки.**

5. Консультанти по проекту (роботі) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

6. Зміст випускного кваліфікаційного проекту (роботи) (перелік питань за кожним розділом):

## **ВСТУП**

### **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

1.1. Теоретичні підходи здійснення міжнародної економічної діяльності підприємства

1.2. Особливості міжнародного ринку пластикових карток

Висновки до розділу

### **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «PLASTIC CARD»**

2.1. Моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища ТОВ «Plastic Card»

2.2. Аналіз ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Plastic Card»

Висновки до розділу 2

### **РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «PLASTIC CARD»**

3.1. Напрями підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Plastic Card»

3.2. Прогнозне оцінювання ефективності запропонованих заходів на ТОВ «Plastic Card»

Висновки до розділу 3

## **ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ**

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

## **ДОДАТКИ**

## 7. Календарний план виконання проекту (роботи)

№ пор.	Назва етапів випускного кваліфікаційного проекту (роботи)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Подача до друку нуак.стат.	До 01.04.202	
2	Підготовка 1 розділу ВКР	До 25.05.2020	
3	Підготовка 2 розділу ВКР	До 29.08.2020	
4	Підготовка 3 розділу ВКР	До 01.10.202	
5	Подача науковому керівнику готової роботи	До 23.10.2020	

8. Дата видачі завдання « \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

9. Керівник випускного кваліфікаційного проекту (роботи)  
 \_\_\_\_\_ (прізвище, ініціали, підпис)

10. Гарант освітньої програми \_\_\_\_\_ (прізвище, ініціали, підпис)

11. Завдання прийняв до виконання студент  
Хоменко Богдан Олегович (прізвище, ініціали, підпис)



12. Відгук керівника випускного кваліфікаційного проекту (роботи)

Blank lines for the supervisor's response.

Керівник випускного кваліфікаційного проекту (роботи) \_\_\_\_\_ (підпис, дата)

13. Висновок про випускний кваліфікаційний проект (роботу)

Випускний кваліфікаційний проект (робота) студента \_\_\_\_\_ (прізвище, ініціали) може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми \_\_\_\_\_ (підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ (підпис, прізвище, ініціали) « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## АНОТАЦІЯ

**Хоменко Б.О. «Міжнародна економічна діяльність підприємства»  
(на матеріалах ТОВ «Plastic Card», м. Київ)**

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю «Економіка», спеціалізацією «Міжнародна економіка». Київський національний торговельно-економічний університет, 2020.

У випускній кваліфікаційній роботі представлено теоретичні підходи здійснення міжнародної економічної діяльності підприємства та проаналізовано міжнародний ринок банківських карт.

Здійснено моніторинг зовнішнього середовища ТОВ «Plastic Card» та проведено аналіз ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Plastic Card».

Визначено напрями підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Plastic Card» та представлено прогнозну оцінку ефективності запропонованих заходів на ТОВ «Plastic Card».

*Ключові слова: міжнародна економіка, ефективність, міжнародна економічна діяльність, експорт, пластикові картки, банківські картки.*

## ANNOTATION

**Khomenko B.O. "International economic activity of the enterprise"  
(on the materials of Plastic Card LLC, Kyiv)**

Graduation qualification work for the degree of "Master" in "Economics", specialization "International Economics". Kyiv National University of Trade and Economics, 2020.

The final qualification work presents theoretical approaches to the international economic activity of the enterprise and analyzes the international market of bank cards.

The external environment of Plastic Card LLC was monitored and the analysis of the efficiency of international economic activity of Plastic Card LLC was carried out.

The directions of increase of efficiency of the international economic activity of LLC Plastic Card are defined and the forecast estimation of efficiency of the offered actions on LLC Plastic Card is presented.

Key words: international economy, efficiency, international economic activity, export, plastic cards, bank cards.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>6</b>
1.1. Теоретичні підходи здійснення міжнародної економічної діяльності підприємства.....	6
1.2. Особливості міжнародного ринку пластикових карток.....	14
Висновки до розділу 1.....	22
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «PLASTIC CARD» .....</b>	<b>25</b>
2.1. Моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища ТОВ «Plastic Card».....	25
2.2. Аналіз ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Plastic Card».....	31
Висновки до розділу 2.....	38
<b>РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «PLASTIC CARD» .....</b>	<b>40</b>
3.1. Напрями підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Plastic Card».....	40
3.2. Прогнозне оцінювання ефективності запропонованих заходів на ТОВ «Plastic Card».....	47
Висновки до розділу 3.....	55
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....</b>	<b>57</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>63</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>69</b>



## ВСТУП

На нинішньому етапі розвитку економіки України, що характеризується посиленням залежності від ефективності її інтеграції до світового господарства, актуальним стає питання підвищення якості та результативності міжнародної економічної діяльності підприємств. Міжнародна активність справляє значний вплив на функціонування підприємств у сучасних умовах, при чому напрям такого впливу не завжди є позитивним, оскільки взаємодія із зарубіжними партнерами вимагає від суб'єктів господарювання значних витрат, що призводить до погіршення фінансового стану підприємства, особливо в умовах реалізації зовнішніх шоків. Зазначене свідчить про актуальність дослідження сутності міжнародної економічної діяльності підприємства та напрямів, які забезпечують підвищення її ефективності.

Міжнародна економічна діяльність та фактори впливу на неї вивчали такі вчені як А. А. Мазаракі, А. В. Дугінець, М. В. Корж, С. В. Бестужева, А. І. Боярчук, Д. С. Бутенко, М. С. Васьків, Р. Б. Вільгуцька, Н. В. Власюк, О. В. Гарматій, Н. І. Горбаль, Л. Г. Гетьман, У. І. Когут, В. В. Ксендзук, А. О. Мельник, О. В. Олійник, А. І. Осадчук, В. В. Турчак та ін. Проте питання впливу міжнародної економічної діяльності на результативність функціонування підприємства, а також чинники, які підвищують власне її ефективність, не знайшли широкого висвітлення у науковій літературі, що і обумовило вибір даної проблематики.

*Метою роботи є розробка шляхів підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств. Досягненню визначеної мети сприяло виконання наступних завдань:*

- визначення теоретичних підходів до здійснення міжнародної економічної діяльності підприємства;
- аналіз міжнародного ринку банківських карт;
- моніторинг зовнішнього середовища досліджуваного підприємства;

- аналіз ефективності міжнародної економічної діяльності досліджуваного підприємства;
- визначення напрямів підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності досліджуваного підприємства;
- здійснення прогностичної оцінки ефективності запропонованих заходів для досліджуваного підприємства.

*Об'єктом випускної кваліфікаційної роботи* є процес здійснення міжнародної економічної діяльності підприємства.

*Предметом дослідження* є теоретико – методичні засади здійснення міжнародної економічної діяльності підприємств.

*Методи дослідження.* Теоретичну та методичну основу дослідження формують фундаментальні праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених з питань здійснення міжнародної економічної діяльності. У процесі вирішення поставлених завдань застосовані методи аналізу та синтезу, індукції та дедукції, методи системного узагальнення та порівняння, статистичні методи, методи економічного моделювання та прогнозування та ін. Інформаційною базою дослідження слугували нормативно-правові та статистичні матеріали Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, Державної служби статистики, Міжнародна організація виробників пластикових карт, Держзовнішінформу, Державної фіскальної служби України, Національного банку України, СОТ, Світового Банку та ін.

*Науково-практична новизна одержаних результатів випускної кваліфікаційної роботи* полягає у поглибленні існуючих теоретико-методичних основ та розробленні практичних підходів щодо підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності підприємство.

*Інформація про апробацію результатів дослідження.* Автором підготовлено та опубліковано статтю на тему «Сутність та напрями підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності підприємства».

*Структура та обсяг випускної кваліфікаційної роботи.* Випускна кваліфікаційна робота складається з вступу та основної частини, яка містить три розділи, кожний з яких містить по 2 параграфи, висновки, список використаних джерел та додатки.



## РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### 1.1. Теоретичні підходи здійснення міжнародної економічної діяльності підприємства

Для підприємства міжнародна економічна діяльність є сьогодні одним із основних векторів розвитку, оскільки спроможність збільшити обсяги збуту товарів чи послуг за рахунок укладення угод на зовнішніх ринках або навпаки зменшити видатки шляхом придбання сировини за нижчими цінами істотно впливає на ефективність їх діяльності. Законодавство України наразі не визначає поняття міжнародна економічна діяльність, проте на основі представлених у Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [1] термінів експорт та імпорт, можемо розглядати його як діяльність суб'єкта господарської діяльності України та іноземного суб'єкта господарської діяльності, яка побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами.

У табл. 1.1 наведено аналіз наукових підходів до визначення сутності поняття «міжнародна економічна діяльність».

*Таблиця 1.1*

#### Наукові підходи до визначення поняття «міжнародна економічна діяльність»\*

№	Автор	Визначення
1	Калетнік Г.М., Мазур А.Г., Кубай О.Г.	Це сукупність відносин суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарювання, побудованих на принципах взаємної вигоди, еквівалентного обміну і дотримання положень міжнародного права; це заснована на взаємовигідних економічних відносинах діяльність у сфері зовнішньої торгівлі, міграції капіталів та робочої сили, науково-технічного співробітництва тощо[2].
2	Гордієнко Д.Д. Бугинець Ф.Ф.	Діяльність вітчизняних та іноземних суб'єктів господарювання, що базується на взаєминах між



	Загородній А.Г. Вознюк Г.Л.	ними і здійснюється як на території України, так і за її межами[3].
3	Економічний енциклопедичний словник за ред. Мочерного С.В.	Поняття міжнародної економічної діяльності дається з погляду сфери економічної діяльності підприємств, фірм, компаній та держави, пов'язаною із зовнішньою торгівлею, іноземними кредитами та інвестиціями, здійсненням спільних з іншими країнами проектів тощо[4].
4	Покровська В.В. Федорець Л.М.	Це виробничо – комерційна діяльність підприємств з іноземними партнерами[5].
5	Машталін Я.П. Дроздова Г.М.	Сукупність міжнародних економічних операцій у сфері господарської діяльності, що здійснюється підприємством з метою отримання прибутку через створення та реалізацію конкурентних переваг внаслідок виходу на світовий ринок[6].
6	Паски І.М. Фатенок – Ткачук А.О.	Система зі своїми специфічними організаційно – економічними та правовими механізмами функціонування, а також як складова єдиного національного комплексу[7].
7	Новіков О.Є., Садридінов Т.Ш.	Важливий і потужний фактор економічного зростання і розвитку кожної країни (національний аспект) [8]; це спосіб включення економіки кожної країни до системи світового господарства, а отже, і до процесів міжнародного поділу праці та міжнародної кооперації, що особливо актуально в умовах зростаючих тенденцій до глобалізації (регіональний, глобальний аспект) [9-11].
8	Азріліян А. Н., Райзберг Б. А., Мочерний С. В.	Одна зі сфер економічної діяльності держави, підприємств, фірм, тісно пов'язана із зовнішньою торгівлею, експортом та імпортом товарів, іноземними кредитами та інвестиціями, здійсненням спільних із іншими країнами проектів[12].
9	Дроздова Г. М.	Сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних та оперативно-комерційних функцій підприємства, пов'язаних із його виходом на зовнішній ринок та участю в зовнішньоекономічних операціях[13].
10	Машталір Я. П.	Сукупність міжнародних економічних операцій у сфері господарської діяльності, які здійснює підприємство з метою отримання прибутку через створення та реалізацію конкурентних переваг унаслідок виходу на світовий ринок[14-15].
11	Фатенок-Ткачук А. О.	Система міжнародних економічних відносин, які виникають між суб'єктами господарювання країн світу внаслідок виробництва, обміну й споживання товарів, послуг та ідей в умовах необмеженості потреб та ресурсів і на основі міжнародного поділу праці, унаслідок виходу за межі національних господарств із метою максимізації прибутку [16].

\* Джерело: складено автором на основі [2-16].

Формами міжнародних економічних відносин є: міжнародна торгівля (експорт та імпорт товарів та послуг), міжнародний рух капіталу, наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності; спільна підприємницька діяльність. Вибір тієї чи іншої форми міжнародної економічної діяльності залежить від сфери діяльності підприємства та його цілей, при чому можливим є одночасне залучення компанії до декількох напрямів інтернаціональної взаємодії.

На сьогодні міжнародна економічна діяльність більшості підприємств полягає у здійсненні експортно-імпортних операцій. Так, експортні операції передбачають продаж і вивезення товарів за кордон для передачі їх у власність іноземному контрагенту. Розвиток фірми може бути обмежений зменшенням обсягу внутрішнього ринку через недостатню кількість споживачів або їх низьку купівельну спроможність. За сприятливої економічної кон'юнктури в інших країнах або в світі в цілому фірма має змогу нарощувати обсяги продажу через вихід на міжнародні ринки, збільшуючи свої прибутки. Імпорт, у свою чергу, - це закупівля і ввезення іноземних товарів для реалізації їх на внутрішньому ринку країни-імпортера або виробничого споживання підприємством-імпортером. Для підприємств, які здійснюють імпортні операції, отримують за рахунок цього доступ до дешевих та більш якісних товарів, готових виробів, сировинних та інших матеріалів та комплектуючих деталей, а також спроможність наповнення ринку дефіцитними товарами або товарами, які взагалі не виробляються на національній території.

Для забезпечення ефективності міжнародної економічної діяльності товари або послуги для відповідного ринку (внутрішнього при імпорті, зовнішнього при експорті) мають обиратися з чіткою орієнтацією на певну, завчасно визначену цільову групу потенційних споживачів, тобто орієнтуватись не на "пересічного", а на конкретного покупця з урахуванням вимог певного сегмента ринку. При цьому переваги товару (послуги) на ринку, які сприяють успішному збуту в умовах конкуренції забезпечують його конкурентоспроможність, що визначається

наявністю на обраному ринку платоспроможного попиту, рівнем конкуренції, заходами державного регулювання обраного ринку, рівнем інформаційного забезпечення, а також техніко-економічними параметрами самого товару.

Дослідження міжнародного маркетингового середовища має, перш за все, забезпечити вивчення конкурентів і посередників, можливостей виходу на ринок з урахуванням правової бази здійснення міжнародної діяльності. При цьому такий аналіз має здійснюватися оперативно і на належному рівні для того, щоб вчасно виявляти слабкі і сильні сторони фірми в даній країні, а також визначати можливості і загрози в міжнародному маркетинговому середовищі [17, с. 57].

На нинішньому етапі розвитку економіки України, міжнародна економічна діяльність відіграє значну роль у розвитку вітчизняних підприємств. Міжнародні операції надають підприємствам можливість істотно зменшити витрати, у першу чергу за рахунок закупівлі за кордоном сировини та комплектуючих за нижчими цінами аніж на внутрішньому ринку. З іншого боку, збут виготовленої продукції за цінами світових ринків дозволяє підприємствам отримати додатковий дохід, що, позитивно впливає на показники функціонування підприємства.

Мінімізація витрат підприємства за рахунок здійснення міжнародних комерційних операцій можлива також у випадку закупівлі за кордоном обладнання та устаткування, використання якого дозволить знизити собівартість виготовлення продукції. Оптимізації витрат підприємства сприяє також використання прикладних комп'ютерних програм у сфері управління підприємством, аналогів яких на внутрішньому ринку не розроблено. До очевидних напрямів мінімізації витрат підприємства за умови здійснення міжнародних комерційних операцій належить також зниження собівартості продукції за умов збільшення обсягів виробництва та збуту.

Мінімізація витрат підприємства внаслідок здійснення міжнародних комерційних операцій може також бути пов'язана з можливістю вивчення та адаптації на підприємстві зарубіжного досвіду ведення бізнесу, управління витратами, мотивування персоналу. Переважна частина вчених наголошує, що на



нинішньому етапі саме кваліфікований персонал у сфері міжнародної діяльності набуває найбільшого значення для забезпечення високих показників діяльності [18].

До напрямів максимізації прибутків підприємства за рахунок міжнародної економічної діяльності належить, у першу чергу, можливість збільшення доходів за рахунок продажу продукції за цінами міжнародних ринків. Збільшення прибутків підприємства може також бути досягнуте за рахунок закупівлі за кордоном ліцензій на виробництво інноваційної продукції, аналогів якої на внутрішньому ринку або на ринках основних країн-торговельних партнерів не існує. Для невиробничого підприємства аналогічний результат може бути досягнутий за рахунок закупівлі за кордоном інноваційної готової продукції з метою перепродажу на внутрішньому ринку.

Можливість максимізувати прибутки підприємства за рахунок міжнародної економічної діяльності дає також просторова диференціація цін: значна кількість вітчизняних компаній отримує сьогодні прибутки за рахунок перепродажу на ринку України та країн близького зарубіжжя товарів масового вжитку, придбаних на азійських ринках за мінімальними цінами.

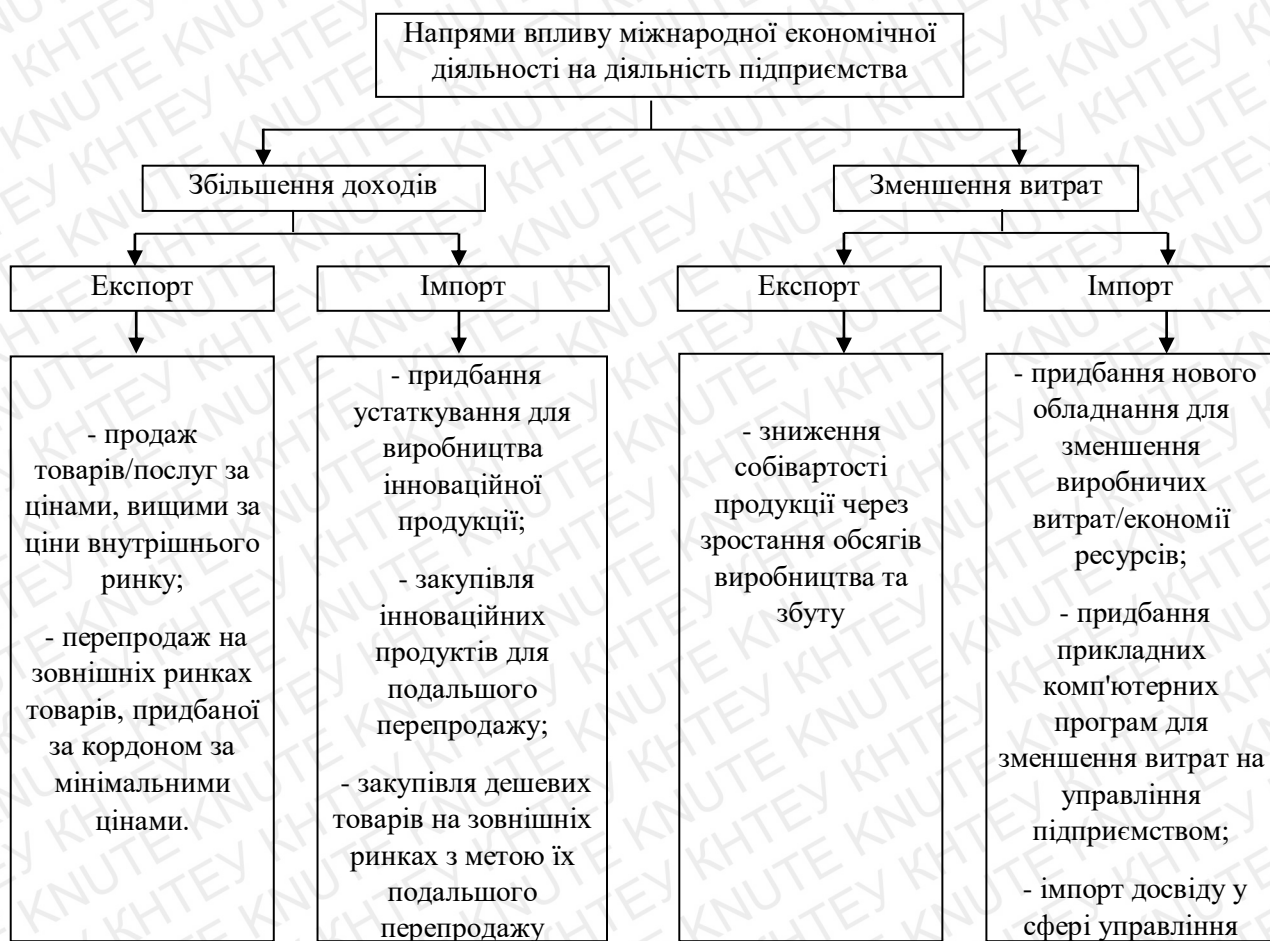
Наразі, в умовах збільшення попиту на окремі групи товарів внаслідок впровадження обмежувальних заходів на період пандемії коронавірусу, підприємства, що мають спроможність закуповувати у зарубіжних партнерів відповідну продукцію, мають можливість істотно підвищити ефективність міжнародних операцій, що є ще одним аргументом на користь залучення вітчизняних компаній у міжнародну економічну діяльність.

Сучасна ситуація вказує також на важливість впровадження на підприємствах, залучених у міжнародну діяльність, системи антикризового управління витратами, що має полягати у розробці системи заходів комплексно-стратегічного характеру, спрямованих на недопущення необґрунтованих витрат і втрат, оптимізацію величини та структури витрат, зниження рівня витрат на одиницю продукції з метою попередження, недопущення та полегшення



кризових явищ на підприємстві, а в разі їх виникнення — розробка заходів з їх ліквідації [19, с. 200-201].

Таким чином, міжнародна економічна діяльність має істотний вплив на результативність підприємства. Міжнародні операції за нинішніх умов можуть виступати інструментом мінімізації видатків та підвищення доходів підприємства, що свідчить про існування істотного впливу міжнародних комерційних операцій на показники його підприємства (рис. 1).



**Рис. 1.1. Напрями впливу міжнародної економічної діяльності на розвиток підприємств\***

\*Джерело: складено автором на основі [17-19]

Необхідно наголосити, що існує різниця між ефективністю безпосередньо міжнародної економічної діяльності та результативністю функціонування підприємства, оскільки доходи підприємства не завжди пов'язані виключно з

міжнародною активністю, так само як і витрати компанії можуть бути пов'язані з діяльністю підприємства на внутрішньому ринку.

Необхідно також зазначити, що висока ефективність міжнародної економічної діяльності не завжди є запорукою прибуткової діяльності підприємства у цілому: у випадку, якщо на здійснення міжнародних операцій було витрачено значні кошти, яких потребували інші сфери діяльності компанії (зокрема, підприємства часто знижують маркетингові видатки на внутрішньому ринку, що не завжди є стратегічно виправданим), позитивний ефект від міжнародної діяльності може бути нівельований збитками, отриманими на внутрішньому ринку. Це вказує на те, що прийняття управлінських рішень у міжнародній сфері має бути обґрунтованим та взаємоузгодженим з цілями та завданнями підприємства.

Оцінка показників ефективності міжнародної економічної діяльності має здійснюватися на усіх без виключення підприємствах з метою оцінки перспектив розвитку компанії та розробки за необхідності системи корегуючих дій, спрямованих на вирішення проблем підприємства та його подальший прогресивний розвиток. Особливе значення аналіз ефективності має для підприємств, які працюють в у сфері міжнародного бізнесу, оскільки, окрім можливості оцінити продуктивність використання ресурсів підприємства, він дозволяє обґрунтувати доцільність залучення підприємства у міжнародну діяльність.

Ефективність основних форм здійснення міжнародної економічної діяльності можна розрахувати за наступними формулами:

*Ефективність експорту:*

$$E_e = \frac{Чд}{В_e} \quad (1)$$

де:  $E_e$  – ефективність експорту;

Чд – чистий дохід від експорту;

$В_e$  – витрати пов'язані з експортом.

*Ефективність імпорту:*

$$E_i = \frac{Чді}{V_i} \quad (2)$$

де:  $E_i$  – ефективність імпорту;

$Чді$  – чистий дохід від реалізації імпортової продукції на внутрішньому ринку;

$V_i$  – витрати пов'язані з імпорту.

*Ефективність зовнішньоторговельного обороту:*

$$E_{зто} = E_e + E_i \quad (3)$$

де:  $E_{зто}$  – ефективність зовнішньоторговельного обороту;

$E_e$  – ефективність експорту;

$E_i$  – ефективність імпорту.

До факторів, що впливають на ефективність міжнародної економічної діяльності, належить у першу чергу кваліфікація управлінців, які приймають рішення у зазначеній сфері. На нашу думку, невідповідність якості кадрів вимогам ринку є однією з найбільших проблем розвитку міжнародної економічної діяльності на сучасному етапі.

Ще один важливий фактор, що знижує ефективність міжнародної економічної діяльності, носить організаційний характер. Структура підприємств, залучених у міжнародну діяльність, спрощена, нераціональна у функціональному плані, що пояснюється до економії коштів на функціонування та загальною тенденцією до універсалізації діяльності.

Фактором, що впливає на ефективність міжнародної економічної діяльності підприємств, проте не є підконтрольним їм, є відмінності технічних норм і стандартів українських підприємств та іноземних. Таким чином, для забезпечення ефективності міжнародної діяльності підприємствам, які виходять або посилюють свої позиції на міжнародному ринку, необхідним є здійснення стандартизації відповідно до стандартів цільового ринку, модернізації виробничої лінії або технічного переоснащення [20, 21].

Окрім цього, важливу роль у підвищенні ефективності міжнародної економічної діяльності на сьогодні відіграє її інформаційне забезпечення. Підприємства постійно розширюють технологічні можливості власних Інтернет-



ресурсів, розвивають додаткові сервіси, способи і швидкість надання інформації. З огляду на той факт, що Інтернет стає все більш значимим джерелом інформації для широкої аудиторії, використання новітніх інформаційно-комунікаційних технологій та досягнень підвищує успішність та конкурентоспроможність підприємств на міжнародному ринку [22, с. 259].

## 2.2. Аналіз міжнародного ринку пластикових карток

Міжнародна організація виробників пластикових карт (ICMA) [33] кожного року здійснює дослідження щодо кількості випущених, персоналізованих та заповнених пластикових карток у світі. Дане дослідження здійснюється у розрізі таких регіональних ринків (рис. 1.2):

- *Близький Схід та Африка* (країни Африки, Ізраїль, Йорданія, Ліван, Ірак, Іран, Саудівська Аравія, ОАЕ),
- *Азіатсько – Тихоокеанський регіон* (Індія, Пакистан, Китай, Японія, Корея, Австралія, Нова Зеландія, Індонезія, Малайзія, острови Тихого океану),
- *Європа* (Великобританія, Росія, колишні країни СРСР, Туреччина, інші європейські країни),
- *Латинська Америка* (Мексика, центральна Америка, Південна Америка),
- *Північна Америка* (Канада, США, Карибські острови).

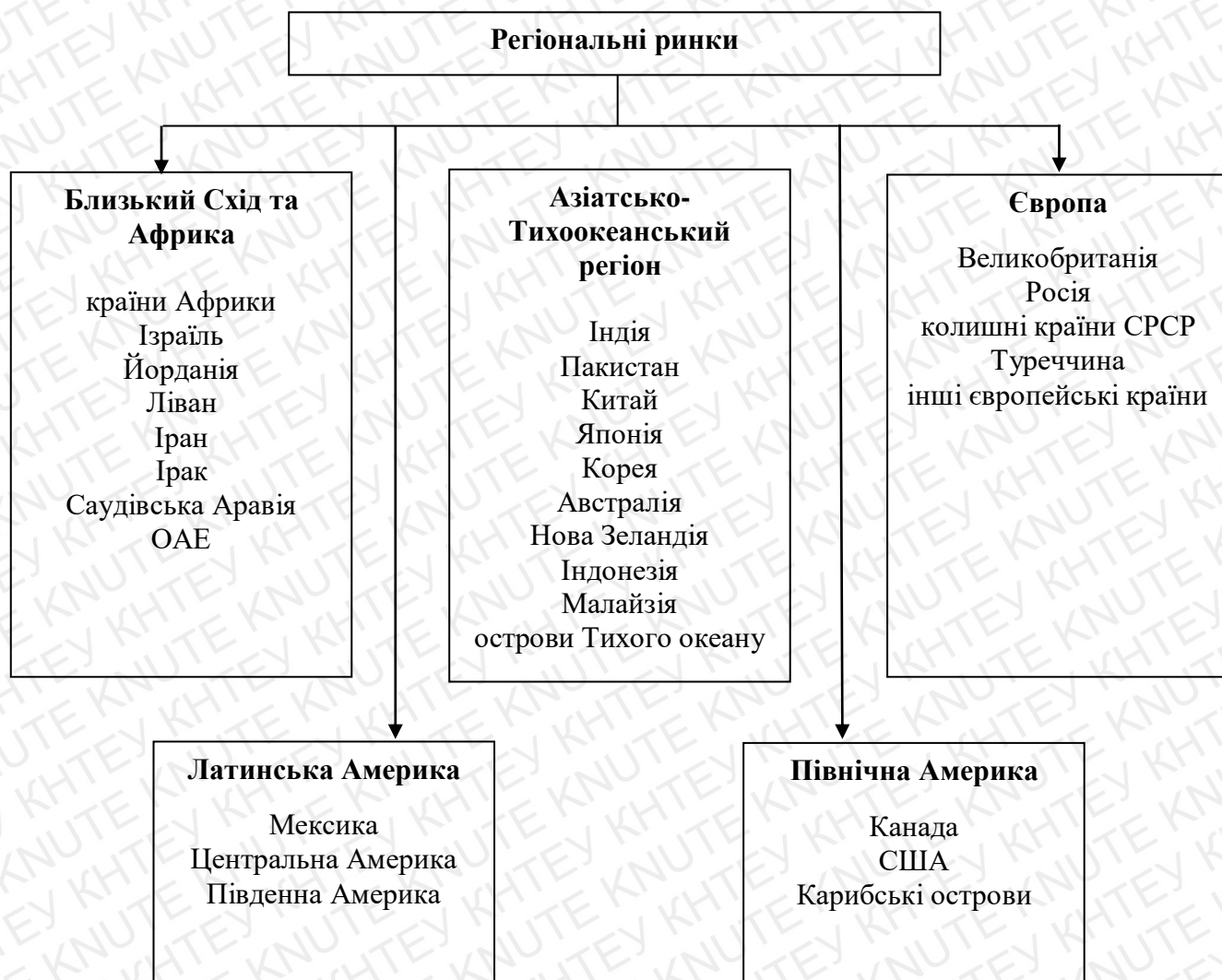
Глобальна карткова промисловість у 2019 році виробила 37,1 млрд карток, що на 1% більше, ніж вироблено в 2018 році [34].

Ринок Азіатсько-Тихоокеанського регіону показує динаміку до зростання і в даний час є найбільшим регіональним ринком, на якому було виготовлено понад 16,3 млрд карток у 2019 році. Північна Америка посідає друге місце з показником в 9,54 млрд виготовлених карток у 2019 р., а Європа третє місце - 6 млрд карток.

Глобальна карткова промисловість виробила картки на суму 18,6 мільярдів доларів у 2019 році, що на 2,8% перевищує дохід від попереднього року. Це



можна пояснити зростанням на восьми з 12 глобальних вертикальних ринків. Азіатсько-тихоокеанський регіон отримав найбільший дохід, приблизно 8,6 млрд дол. США, оскільки регіон продовжує використовувати інновації та технології карток. Європа посіла друге місце з 4,37 млрд дол. США, а Північна Америка третє - 3,21 млрд дол. США.



**Рис. 1.2. Регіональні ринки, які входять до дослідження обсягів випуску, персоналізації та заповнення карток, що здійснює Міжнародна організація виробників пластикових карт (ICMA)\***

\*Джерело: складено автором на основі [34].

Майже 18,7 млрд чіпових карт було виготовлено по всьому світу в 2019 році. До них належать картки пам'яті, контактні, безконтактні та двоінтерфейсні карти, що становить 50% від загального обсягу карт. Виготовлено 18,5 млрд традиційних карток, включаючи картки з магнітною смужкою, штрих-кодуванням, QR-кодуванням та основні звичайні картки, що становить 50% від загального об'єму карток. В усьому світі було вироблено смарт-карт на майже 16,6 млрд дол. США, що становить 89% світового доходу. Виробництво традиційних карток принесло майже 2,1 млрд дол. США у 2019 році, що становить 11% світового доходу. Всього в 2019 році було виробництво карток склало 18,65 млрд дол. США.

У табл. 1.2. наведено дані щодо персоналізації та заповнення пластикових карток упродовж 2015-2019 рр. Відтак, наведені дані свідчать про зростання глобальної карткової галузі. Обсяг персоналізованих та заповнених карток у 2019 р. склав 30,8 млрд шт., що на 2,18 млрд шт. більше у порівнянні з 2015 р.

Таблиця 1.2

**Персоналізовано та заповнено карток у 2015 – 2019 рр.,  
у розрізі регіональних ринків, млрд шт.\***

Рік / Регіон	2015	2016	% до попереднього року	2017	% до попереднього року	2018	% до попереднього року	2019	% до попереднього року
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	11,97	12,08	0,9	12,47	3,1	13,16	5,6	13,40	1,8
Північна Америка	7,16	7,33	2,3	7,29	-0,5	7,20	-1,2	7,50	4,2
Європа	5,08	5,16	1,6	5,20	0,6	5,23	0,7	5,10	-2,5
Близький Схід та Африка	2,62	2,84	7,7	2,97	4,5	3,17	6,5	2,96	-6,5
Латинська Америка	1,79	1,88	4,7	1,88	-0,2	1,87	-0,5	1,84	-1,8
<b>Всього</b>	<b>28,62</b>	<b>29,29</b>	<b>2,3</b>	<b>29,80</b>	<b>1,7</b>	<b>30,64</b>	<b>2,7</b>	<b>30,80</b>	<b>0,5</b>

\*Джерело: складено автором на основі [33-35].

Глобальна карткова галузь персоналізувала та заповнила 30,8 млрд карток у 2019 році, що на 0,5% більше, ніж у 2018 році. Азіатсько-Тихоокеанський регіон персоналізував та заповнив найбільше карток, а саме 13,4 млрд карток, керованих сегментами ринку SIM, фінансової та урядової / медичної картки. Північна Америка супроводжує 7,5 млрд карток, керованих сегментами ринку подарунків, уряду / охорони здоров'я та фінансових карток. Європа посіла третє місце в цій категорії з показником в 5,1 млрд карток, персоналізованих та заповнених у 2019 році, керованих сегментами ринку SIM, фінансових та державних карток та медичних карт.

Ринок Близького Сходу та Африки посів четверте місце завдяки великому обсягу передплачених телефонних карток. У регіоні персоналізовано та заповнено 2,96 млрд карток, при цьому 2,1 млрд цих карт були передплаченими телефонними картками. Однак обсяг передплаченої телефонної картки зменшиться зі збільшенням кількості альтернативних способів оплати. Латинська Америка персоналізувала та заповнила 1,84 млрд карток у 2019 році.

Також необхідно відзначити, що у 2019 р. три ринки мали тенденцію до зменшення обсягів персоналізації та заповнення пластикових карток, а саме ринок Близького Сходу та Африки, на якому обсяг персоналізації та заповнення карток зменшився на 6,5% у порівнянні з попереднім 2018 р. та склав 2,96 млрд шт. Тенденцію до зменшення також мав ринок Європи, де кількість персоналізації та заповнення пластикових карток зменшився на 2,5% та склав 5,1 млрд шт. Трійку замикає ринок Латинської Америки з показником 1,8% зменшення персоналізації та заповнення пластикових карток.

На рис. 1.3. наведено обсяги наданих послуг з персоналізації карток та глобальної карткової промисловості у 2015 – 2019 рр.

Глобальна галузь виготовлення карток 2019 року оцінюється у 18,65 млрд дол. США, а ринок персоналізації та виконання послуг оцінюється у 8,4 млрд дол. США. Глобальна карткова індустрія оцінюється у 27 млрд. дол. США, що сприяє



торгівлі, безпеці та технологіям, забезпечуючи при цьому можливості та зайнятість для тисяч людей у всьому світі.

Таблиця 1.3

**Послуги з персоналізації карток та глобальної карткової промисловості у 2015 – 2019 рр., у розрізі регіональних ринків, млрд дол. США\***

Рік / Регіон	2015	2016	% до попереднього року	2017	% до попереднього року	2018	% до попереднього року	2019	% до попереднього року
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	2,42	2,49	2,9	2,53	1,5	2,71	7,3	2,78	2,5
Північна Америка	2,15	2,24	4,2	2,31	3,0	2,33	1,0	2,49	6,8
Європа	1,69	1,85	9,5	1,94	5,1	2,03	4,3	2,02	-0,3
Близький Схід та Африка	0,58	0,61	5,2	0,63	3,2	0,65	3,4	0,68	4,5
Латинська Америка	0,39	0,41	5,1	0,43	5,1	0,45	4,4	0,42	-6,7
<b>Всього</b>	<b>7,23</b>	<b>7,60</b>	<b>5,1</b>	<b>7,84</b>	<b>3,1</b>	<b>8,17</b>	<b>4,2</b>	<b>8,39</b>	<b>2,7</b>

\* Джерело: складено автором на основі [33-35].

У 2019 році послуги з персоналізації карток та глобальної карткової промисловості склали 8,39 млрд дол. США, що на 2,7% більше, ніж у попередньому 2018 році. Азіатсько-Тихоокеанський регіон отримав найбільший дохід від персоналізації та реалізації на рівні 2,78 млрд дол. США, що на 2,5% більше, ніж у 2018 році. Це зростання доходів було зумовлене сегментами ринку SIM та фінансових карток. Послуги з персоналізації та виконання Азіатсько-Тихоокеанського регіону оцінюються нижче за одиницю, ніж у Північній Америці та Європі, завдяки загальним меншим цінам та непрямому розповсюдженню, що означає, що емітент надає послуги та матеріали щодо виконання у фінансових та роздрібних відділеннях та урядових офісах, де клієнти забирають картки [33].



Північна Америка посіла друге місце в цій категорії з показником в 2,49 млрд дол. США, що на 6,8% більше, ніж у попередньому році. Це зростання було зумовлене централізованою видачою та прямим розповсюдженням цінних послуг з персоналізації та виконання у фінансових, подарункових та роздрібних продажах та на картках, що випускаються на газ.

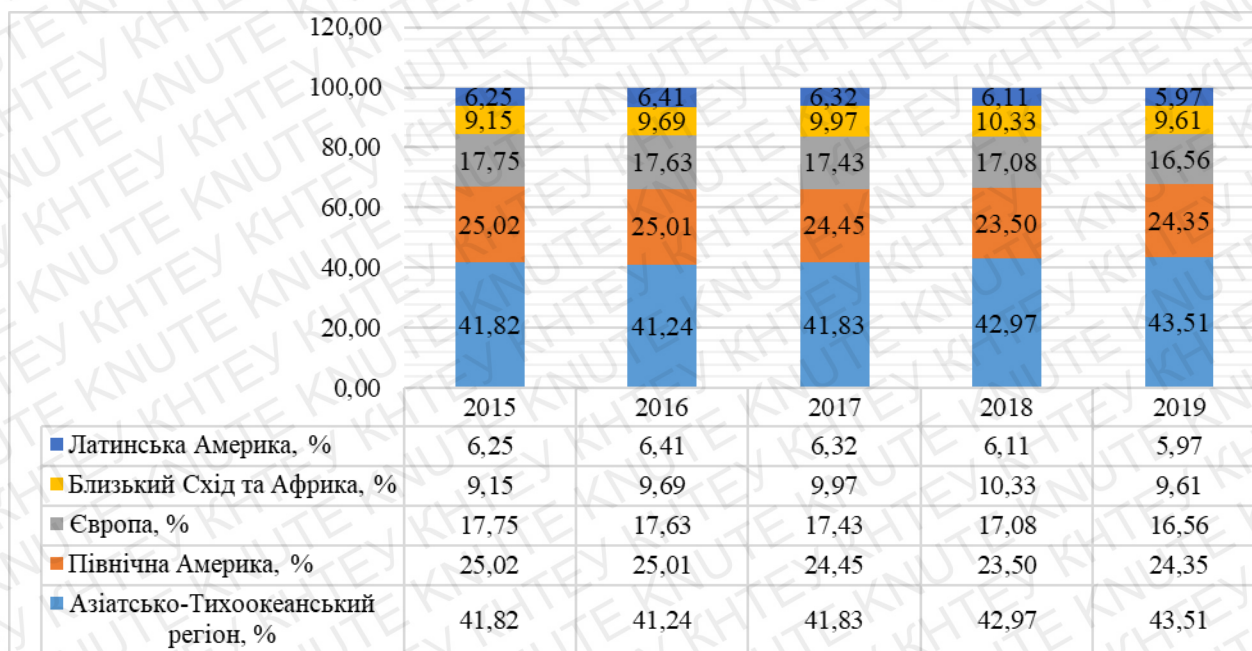
Дохід від персоналізації та реалізації карток в Європі становив 2,02 млрд дол. США. Європейський ринок керується централізованою видачою та прямим розповсюдженням цінних послуг з персоналізації та виконання в фінансових, державних системах охорони здоров'я та роздрібній торгівлі та виданих на газ картках.

Дохід від персоналізації та реалізації карток на ринку Близького Сходу та Африки склав 0,68 млрд дол. США, що становить на 4,5% більше ніж попереднього 2018 року. У Латинській Америці даний показник становив у 2019 р. 0,42 млрд дол. США.

Необхідно відзначити, що у 2019 р. на двох ринках спостерігалось зменшення надходжень від послуг персоналізації карток та карткової промисловості, це ринки Європи (зменшився на 0,3%) та ринок Латинської Америки (зменшився на 6,7%).

Ринок фінансових карток, що включає кредитні, дебетові, передплачені та банкомати, є найвищою в світі сегментом персоналізації та виконання. Це найбільший сегмент із 5,6 млрд карток, виготовлених у 2019 році для 15% світової частки. Це 3,87 млрд дол. США, це третій за величиною дохідний ринок з 21% частки світового обсягу долара. Було 4,86 млрд фінансових карток, які отримали послуги з персоналізації та виконання, оцінені у 2,22 млрд дол. США у 2019 році.

На рис. 1.3 наведено питому вагу персоналізованих та заповнених карток, у розрізі регіональних ринків, у 2015-2019 рр.



**Рис. 1.3. Питома вага, персоналізованих та заповнених карток, у розрізі регіональних ринків, у 2015-2019 рр., млрд шт.\***

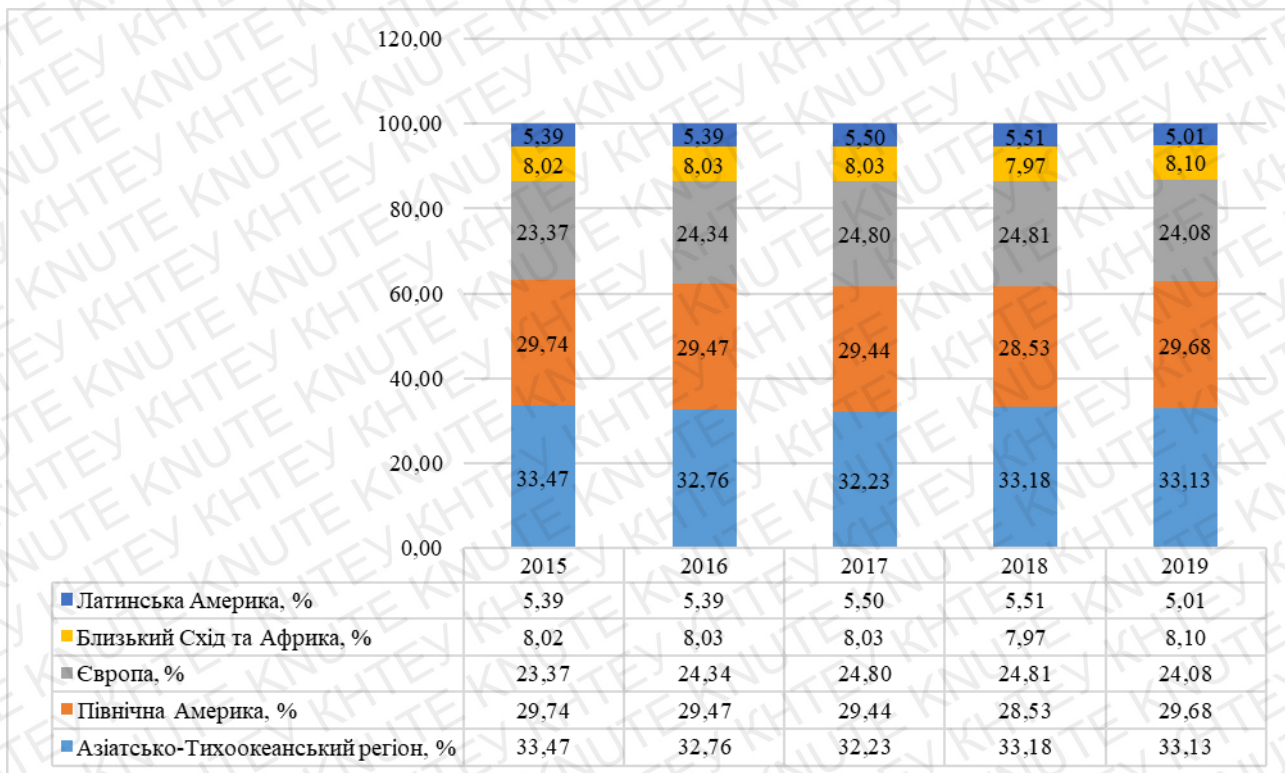
\*Джерело: складено автором на основі [33-35].

Отже, аналізуючи обсяг персоналізованих та заповнених карток необхідно відзначити, що найбільшу частку займає ринок Азіатсько-Тихоокеанського регіону, питома вага якого становить у 2019 р. 43,51%, друге місце посідає ринок Північної Америки – 24,35%, третю позицію займає ринок Європи з показником у 16,56%, четверте місце ринок Близького Сходу та Африки – 9,61% та замикає даний рейтинг ринок Латинської Америки – 5,97%.

На рис. 1.4. наведено питому обсягів послуги з персоналізації карток та глобальної карткової промисловості у 2015 – 2019 рр., у розрізі регіональних ринків.

Отже, серед наданих послуг з персоналізації карток та глобальної карткової промисловості у 2019 р. найбільшу частку займає ринок Азіатсько – Тихоокеанського регіону з показником в 33,13%, друге місце ринок Північної Америки – 29,68%, третє місце ринок Європи – 24,08%, четверте місце ринок Близького Сходу та Африки – 8,1% та останнє місце ринок Латинської Америки – 5,01%.





**Рис. 1.4. Питома вага наданих послуг з персоналізації карток та глобальної карткової промисловості у 2015 – 2019 рр., у розрізі регіональних ринків, млрд дол. США\***

\*Джерело: складено автором на основі [33-35].

Ринок фінансових карток, що включає кредитні, дебетові, передплачені та банкомати, є найвищою в світі сегментом персоналізації та виконання. Це найбільший сегмент із 5,6 млрд карток, виготовлених у 2019 році для 15% світової частки. Це 3,87 млрд дол. США, це третій за величиною дохідний ринок з 21% частки світового обсягу долара. Було 4,86 млрд фінансових карток, які отримали послуги з персоналізації та виконання, оцінені у 2,22 млрд дол. США у 2019 році.

З'являються нові інновації та технології, що впливають на майбутнє зростання сегмента фінансових карток. Емітенти карток збільшують термін дії картки, а використання програм для смартфонів, які підтримують безконтактні транзакції картками, зростає разом з іншими технологіями оплати.



## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

У нинішніх умовах міжнародна економічна діяльність є однією з основних детермінант розвитку вітчизняних підприємств. Саме у сфері здійснення операцій з зарубіжними партнерами на сьогодні існують значні резерви максимізації прибутків та мінімізації витрат, що свідчить про істотний міжнародних комерційних операцій на розвиток вітчизняних компаній. Зокрема, заходи підприємства у сфері мінімізації витрат на виробництво продукції через закупівлю новітнього устаткування чи більш дешевої сировини на зовнішніх ринках, здійснення активного експорту з метою збуту товарів за світовими цінами чи запозичення та впровадження у діяльність новітніх форм управління можна віднести до основоположних напрямів впливу міжнародної комерційної діяльності на рентабельність підприємства. У той самий час ефективна діяльність за межами національних кордонів не завжди є запорукою успішного функціонування підприємства, оскільки за умови спрямування у сферу міжнародної діяльності значної кількості наявних ресурсів вірогідним є зниження результативності через недостатнє фінансування діяльності на внутрішньому ринку. З огляду на це, для забезпечення позитивного впливу міжнародної економічної діяльності на показники функціонування підприємства, необхідним є проведення кількісної та якісної оцінки параметрів взаємозв'язку між нею та результатами компанії в цілому. Це, на наш погляд, дозволить розробити оптимальну стратегію розвитку підприємства та сприятиме посиленню його позицій як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

До основних факторів, що підвищують ефективність міжнародної економічної діяльності належать: активна реакція підприємств на зміну ринкової кон'юнктури, підвищення кваліфікації персоналу, формування систем реагування на кризові явища в світовій економіці, адаптація продукції до міжнародних стандартів. Також протягом останніх років фактором розвитку міжнародної

економічної діяльності є інноваційні технології, що має бути враховано українськими підприємствами для досягнення успіхів на зовнішніх ринках.

Глобальна галузь виготовлення карток 2019 року оцінюється у 18,65 млрд дол. США, а ринок персоналізації та виконання послуг оцінюється у 8,4 млрд дол. США. Глобальна карткова індустрія оцінюється у 27 млрд. дол. США, що сприяє торгівлі, безпеці та технологіям, забезпечуючи при цьому можливості та зайнятість для тисяч людей у всьому світі. Глобальна карткова промисловість у 2019 році виробила 37,1 млрд карток, що на 1% більше, ніж вироблено в 2018 році. Глобальна карткова промисловість у 2019 році виробила 37,1 млрд карток, що на 1% більше, ніж вироблено в 2018 році [20].

Ринок Азіатсько-Тихоокеанського регіону показує динаміку до зростання і в даний час є найбільшим регіональним ринком, на якому було виготовлено понад 16,3 млрд карток у 2019 році. Північна Америка посідає друге місце з показником в 9,54 млрд виготовлених карток у 2019 р., а Європа третє місце - 6 млрд карток.

Глобальна карткова промисловість виробила картки на суму 18,6 мільярдів доларів у 2019 році, що на 2,8% перевищує дохід від попереднього року. Це можна пояснити зростанням на восьми з 12 глобальних вертикальних ринків. Азіатсько-тихоокеанський регіон отримав найбільший дохід, приблизно 8,6 млрд дол. США, оскільки регіон продовжує використовувати інновації та технології карток. Європа посіла друге місце з 4,37 млрд дол. США, а Північна Америка третє - 3,21 млрд дол. США.

Ринок фінансових карток, що включає кредитні, дебетові, передплачені та банкомати, є найвищою в світі сегментом персоналізації та виконання. Це найбільший сегмент із 5,6 млрд карток, виготовлених у 2019 році для 15% світової частки. Це 3,87 млрд дол. США, це третій за величиною дохідний ринок з 21% частки світового обсягу долара. Було 4,86 млрд фінансових карток, які отримали послуги з персоналізації та виконання, оцінені у 2,22 млрд дол. США у 2019 році.

З'являються нові інновації та технології, що впливають на майбутнє зростання сегмента фінансових карток. Емітенти карток збільшують термін дії картки, а використання програм для смартфонів, які підтримують безконтактні транзакції картками, зростає разом з іншими технологіями оплати.



## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «PLASTIC CARD»**

### **2.1. Моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища ТОВ «Plastic Card»**

Досліджуване підприємство ТОВ «Plastic Card» є провідним українським виробником всіх видів сучасних пластикових карт. Продукти ТОВ «Plastic Card» є частиною міжнародних платіжних систем Visa і MasterCard. На підприємстві запроваджено повний цикл розробки, що включає виробництво, персоналізацію та програмне забезпечення. У 2019 р. ТОВ «Plastic Card» було підтверджено сертифікат «Простор» на новому продукті Pectoral Samsung 232. Підприємством також у 2019 р. було знову отримано сертифікат відповідності системи менеджменту якості від MasterCard, а також було завершено сертифікацію нових продуктів для банківських карт з ОС Pectoral.

З 2009 року ТОВ «Plastic Card» входить до вузького кола компаній в світі, сертифікованих міжнародними платіжними системами VISA International і Mastercard для виробництва EMV чіп-карт з власним програмним забезпеченням. Випускаючи в Україні EMV-карти с чіп-модулем Pectoral, підприємство забезпечило вітчизняні банки істотними ринковими перевагами: можливість використання електронно-цифрового підпису; виробництво як невеликих, так і масових тиражів; пріоритетність виконання замовлень; відсутність проблем в комунікаціях; вигідні ціни.

Освоєння даного продукту відповідає офіційним рекомендаціям банкам від міжнародних платіжних систем по впровадженню EMV-карт, які забезпечують: більш високий захист від шахрайства; скорочення операційних витрат при транзакції в режимах оффлайн; використання нових можливостей (електронний гаманець, паливні програми та програми лояльності) для кастомізації роботи з клієнтами; нові канали застосування: мобільні телефони, інтерактивні цифрові телевізори та ін.

Унікальна перевага чип-модуля Pectoral серед EMV-карт - це можливість використання електронно-цифрового підпису, розробленої згідно українського законодавства (ДСТУ 4145-2002), яка може бути задіяна в системі «клієнт-банк», а також для електронного документообігу.

У Додатку А наведено фінансова звітність ТОВ «Plastic Card» за останні 5 років. Станом на 31.12.2019 р. основні засоби досліджуваного підприємства становили 27036 тис. грн., запаси - 2748 тис. грн, дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги – 1368 тис. грн., дебіторська заборгованість з розрахунками з бюджетом – 4380 тис. грн., інша поточна дебіторська заборгованість – 17856 тис. грн., гроші та їх еквіваленти - 4908 тис. грн. Баланс станом на 31.12.2019 р. склав 86292 тис. грн.

Станом на 31.12.2019 р. зареєстрований капітал ТОВ «Plastic Card» становив 28716 тис. грн., резервний капітал – 8820 тис. грн., нерозподілений прибуток – 3684 тис. грн., короткострокові кредити банків – 2916 тис. грн., поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями - 1548 тис. грн., поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги склала 5316 тис. грн., з розрахунками з бюджетом становила 1416 тис. грн., з розрахунками зі страхування 1104 тис. грн., з розрахунками з оплати праці – 3588 тис. грн., інші доходи майбутніх періодів - 2856 тис. грн., інші поточні зобов'язання – 3072 тис. грн.

У 2019 р. чистий дохід від реалізації продукції ТОВ «Plastic Card» склав 296244 тис. грн., інші операційні доходи становили 54516 тис. грн. Собівартість реалізованої продукції у 2019 р. склала 191808 тис. грн., інші операційні витрати становили 71532 тис. грн, інші витрати - 28344 тис. грн. Фінансовий результат до оподаткування склав 59076 тис. грн, податок на прибуток становив 10632 тис. грн., чистий прибуток 48444 тис. грн.

У табл. 2.1. наведено показники ліквідності, платоспроможності, ділової активності та рентабельності ТОВ «Plastic Card» за останні п'ять років.

Таблиця 2.1

**Показники ліквідності, платоспроможності, ділової активності та рентабельності ТОВ «Plastic Card» за 2015 – 2019 рр.\***

Показник / Рік	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Показники ділової активності</b>					
Коефіцієнт оборотності активів	3,49	3,57	3,48	3,32	3,29
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	24,46	18,99	11,37	11,22	12,81
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	94,87	48,77	40,68	27,23	21,53
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	0,49	0,63	1,06	1,07	0,94
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	0,00	49,25	51,54	54,95	61,98
Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)	8,67	9,20	9,23	8,03	6,84
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	14,91	7,94	7,84	7,48	7,11
<b>Показники рентабельності</b>					
Коефіцієнт рентабельності активів	1,03	1,02	1,08	0,84	0,54
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	4,42	2,28	2,43	1,89	1,16
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,30	0,29	0,31	0,25	0,16
Коефіцієнт рентабельності продукції	-0,02	0,02	-0,01	0,04	0,09
<b>Показник / Рік</b>	<b>На 31.12. 2015</b>	<b>На 31.12. 2016</b>	<b>На 31.12. 2017</b>	<b>На 31.12. 2018</b>	<b>На 31.12. 2019</b>
<b>Показники ліквідності</b>					
Коефіцієнт загального покриття	1,66	1,65	2,05	1,79	1,67
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,50	1,51	1,92	1,65	1,55
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,46	0,32	0,27	0,27	0,22
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	14664	18048	29436	18648	14664
<b>Показники платоспроможності</b>					
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	0,45	0,45	0,44	0,45	0,48
Коефіцієнт фінансування	1,21	1,24	1,27	1,23	1,09
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,40	0,39	0,51	0,44	0,40
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,34	0,42	0,66	0,44	0,36

\* Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства.



Аналіз ділової активності дозволяє проаналізувати ефективність основної діяльності підприємства, що характеризується швидкістю обертання фінансових ресурсів підприємства. Коефіцієнт оборотності активів характеризує ефективність використання підприємством усіх наявних ресурсів, незалежно від джерел їхнього залучення та у досліджуваного підприємства у 2019 р. становить 3,29, що є меншим показником у порівнянні з минулим роком, що є негативним явищем. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості показує швидкість обертання дебіторської заборгованості підприємства та у 2019 р. становить 12,81. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості показує швидкість обертання кредиторської заборгованості підприємства та у 2019 р. становить 21,53. Строк погашення дебіторської заборгованості показує середній період погашення дебіторської заборгованості та у 2019 р. становить 0,94 дні. Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів характеризує швидкість реалізації товарно-матеріальних запасів ТОВ «Plastic Card» та у 2019 р. становить 61,98. Коефіцієнт оборотності основних засобів показує ефективність використання основних засобів підприємства та у 2019 р. становить 6,84. Коефіцієнт оборотності власного капіталу показує ефективність використання власного капіталу та становить 7,11 у 2019 р.

Аналіз рентабельності підприємства дозволяє визначити ефективність вкладення коштів у підприємство та раціональність їхнього використання. Коефіцієнт рентабельності активів характеризує ефективність використання активів підприємства та у 2019 р. становить 0,54. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу характеризує ефективність вкладення коштів до досліджуваного підприємства та у 2019 р. становить 1,16. Коефіцієнт рентабельності діяльності характеризує ефективність господарської діяльності підприємства та у 2019 р. становить 0,16. Коефіцієнт рентабельності продукції характеризує прибутковість господарської діяльності підприємства від основної діяльності та у 2019 р. становить 0,09.



Аналіз ліквідності ТОВ «Plastic Card» дозволяє визначити спроможність підприємства сплачувати свої поточні зобов'язання. Коефіцієнт загального покриття показує достатність ресурсів підприємства, які можуть бути використані для погашення його поточних зобов'язань та станом на 31.12.2019 становить 1,67. Коефіцієнт швидкої ліквідності

відображає платіжні можливості підприємства щодо сплати поточних зобов'язань за умови своєчасного проведення розрахунків з дебіторами та станом на 31.12.2019 становить 1,55. Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, яка частина боргів підприємства може бути сплачена негайно та станом на 31.12.2019 становить 0,22. Чистий оборотний капітал свідчить про спроможність підприємства сплачувати свої поточні зобов'язання та розширювати подальшу діяльність, станом на 31.12.2019 становить 14664 тис. грн.

Аналіз платоспроможності характеризує структуру джерел фінансування ресурсів підприємства, ступінь фінансової стійкості і незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування діяльності. Коефіцієнт платоспроможності (автономії) показує питому вагу власного капіталу в загальній сумі засобів, авансованих у його діяльність та станом на 31.12.2019 р. становить 0,48. Коефіцієнт фінансування характеризує залежність підприємства від залучених засобів та станом на 31.12.2019 р. становить 1,09. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами показує забезпеченість підприємства власними оборотними засобами та станом на 31.12.2019 р. становить 0,40. Коефіцієнт маневреності власного капіталу показує, яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності та станом на 31.12.2019 р. становить 0,36.

З метою аналізу впливу зовнішнього середовища здійснено SWOT-аналіз для ТОВ «Plastic Card» (табл. 2.2). До сильних сторін досліджуваного підприємства можна віднести: організаційну культуру; систему контролю якості; наявність сертифікату «Простор» на новому продукті Pectoral Samsung 232; відповідність системи менеджменту якості від MasterCard; сертифікацію нових

продуктів банківських карт ОС Pectoral. До слабких сторін: недостатню кваліфікацію молодих спеціалістів та недостатньо обгрунтовані стратегічні дії у зв'язку з нестабільним зовнішнім середовищем.

Таблиця 2.2

**SWOT-аналіз для ТОВ «Plastic Card»**

	<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
Внутрішнє середовище / зовнішнє середовище	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Технічні.</li> <li>2. Постійні клієнти.</li> <li>3. Привабливість виходу на інші зовнішні ринки.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інфляція.</li> <li>2. Епідемія коронавірусу.</li> <li>3. Конкуренція.</li> </ol>
<b>Сильні сторони</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Організаційна культура.</li> <li>2. Система контролю якості.</li> <li>3. Сертифікат «Простор» на новому продукті Pectoral Samsung 232.</li> <li>4. Відповідність системи менеджменту якості від MasterCard.</li> <li>5. Сертифікація нових продуктів банківських карт ОС Pectoral.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розробка і застосування новітніх технологій при виготовленні пластикових карт.</li> <li>2. Збереження постійних клієнтів.</li> <li>3. Розвиток кадрів.</li> <li>4. Диверсифікація виробництва.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Загроза підвищення ціни на продукцію.</li> <li>2. Загроза значного впливу інфляції.</li> </ol>
<b>Слабкі сторони</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Недостатня кваліфікація молодих спеціалістів.</li> <li>2. Недостатньо обгрунтовані стратегічні дії у зв'язку з нестабільним зовнішнім середовищем.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Активний пошук нових клієнтів.</li> <li>2. Вихід на нові зовнішні ринки.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Призупинення діяльності компанії у зв'язку з введенням карантину.</li> <li>2. Нестабільна політична та економічна ситуація у країні.</li> </ol>

У табл. 2.3 наведено результати проведеної діагностики зовнішнього оточення ТОВ «Plastic Card». Здійснене дослідження свідчить, що у майбутньому буде спостерігатися подальше зростання числа конкурентів, а отже можливе зниження попиту на продукцію. Споживачі продукції ТОВ «Plastic Card» територіально знаходяться в Україні та країнах ЄС, спостерігатиметься збереження розміщення споживачів, а також планується вихід на нові зовнішні



ринки, що має призвести до зростання обсягів продажів. Споживачі ставляться з довірою до досліджуваного підприємства.

Таблиця 2.3

### Діагностика зовнішнього оточення ТОВ «Plastic Card»

Компонента, чинник	Стан чинника	Тенденції розвитку	Характер впливу на організацію
1. Конкуренти 1.1. Галузеві конкуренти, які виробляють аналогічну продукцію	Висока конкуренція	Подальше зростання числа конкурентів	Зниження попиту на продукцію
2. Споживачі 2.1. Географічне розміщення споживачів	Розміщення в Україні та ЄС	Збереження розміщення, вихід на нові зовнішні ринки	Зростання обсягів продажу
2.2. Ставлення споживачів до підприємства	Довіра	Постійні споживачі	Зростання обсягів продажу
3. Вартість продукції	Зростання цін	Подальше зростання	Збільшення собівартості
4. Обов'язковість виконання умов договору	Своєчасне надходження товарів	Подальша співпраця	Збільшення обсягів реалізації

Вартість продукції, яку виготовляє ТОВ «Plastic Card» буде зростати у зв'язку із зростанням її собівартості. Досліджуване підприємство характеризується як таке, що вчасно виконує свої умови за контрактами.

### 2.2. Аналіз ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Plastic Card»

Проаналізуємо міжнародну економічну діяльність ТОВ «Plastic Card» за період 2015-2019 рр. Показники ефективності експортної діяльності підприємства наведено у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

## Показники ефективності експортної діяльності ТОВ «Plastic Card» за період 2015-2019 рр.\*

№ з/п	Показники / Роки	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Абсолютне відхилення			
							2016/ 2015	2017 / 2016	2018 / 2017	2019/ 2018
1	Вартість експортного контракту, тис. грн.	72339,2	85593,0	97958,4	107276,1	109647,0	13253,8	12365,4	9317,7	2370,9
2	Собівартість експортної продукції, тис. грн.	61481,5	70743,8	78795,4	90322,6	95904,0	9262,3	8051,5	11527,2	5581,4
3	Базисна умова постачання	EWX, FCA, CPT	EWX, FCA, CPT	EWX, FCA, CPT	EWX, FCA, CPT	EWX, FCA, CPT				
4	Витрати на навантаження, тис. грн.	1844,4	2122,3	2363,9	2709,7	2877,1	277,9	241,5	345,8	167,4
5	Витрати на транспортування до кордону, тис. грн.	4918,5	5659,5	6303,6	7225,8	7672,3	741,0	644,1	922,2	446,5
6	Сукупні витрати на здійснення експортної операції, тис. грн.	68244,5	78525,7	87462,8	100258,0	106453,4	10281,2	8937,2	12795,2	6195,4
7	Ефект експорту, тис. грн.	4094,7	7067,3	10495,5	7018,1	3193,6	2972,6	3428,2	-3477,5	-3824,5
8	Коефіцієнт ефективності експорту	1,06	1,09	1,12	1,07	1,03	0,03	0,03	-0,05	-0,04

\*Джерело: розраховано автором на основі даних наданих підприємством.

Наведені дані у табл. 2.4 свідчать про те, що у 2019 р. вартість експортних контрактів ТОВ «Plastic Card» збільшилася на 2370,9 тис. грн та становила 109647, 0 тис. грн., собівартість експортної продукції зросла 5581,4 тис. грн. та становила 95904 тис. грн, витрати на навантаження також мали тенденцію до зростання та склали 2877,1 тис. грн. збільшившись у порівнянні з попереднім роком на 167,4 тис. грн, витрати на транспортування до кордону також зросли на 446,5 тис. грн. та склали 7672,3 тис. грн.. Сукупні витрати на організацію експортних операцій у 2019 р. становили 106453,4 тис. грн., що на 6195,4 тис. грн. більше ніж попереднього року. Ефект від експорту склав 3193,6 тис. грн., зменшившись при цьому на 3824,5 тис. грн. у порівнянні з 2018 роком. Ефективність експорту ТОВ «Plastic Card» у 2019 р. становила 1,03. Загалом, необхідно відзначити, що за аналізований період експортна діяльність досліджуваного підприємства завжди була ефективною, проте з 2018 р. її ефективність має тенденцію до зменшення.

Проаналізуємо більш детально міжнародну економічну діяльність ТОВ «Plastic Card». У табл. 2.5. наведено обсяги експорту досліджуваного підприємства у розрізі країн.

Отже, ТОВ «Plastic Card» експортує свою продукцію до таких країн, як Азербайджан, Казахстан, Латвія, Грузія, Норвегія та Польща. Аналізуючи наведені дані в табл. 2.5. необхідно відзначити, що найбільше досліджуване підприємство у 2019 р. експортувало своєї продукції до Польщі, експорт склав 30701,2 тис. грн., що на 4954,9 тис. грн. більше ніж попереднього 2018 р. До Азербайджану було експортовано продукції ТОВ «Plastic Card» у 2019 р. на 25218,8 тис. грн., що більше на 2690,8 тис. грн. ніж у 2018 р. До Грузії у 2019 р. було експортовано продукції на 19736,5 тис. грн., що на 4717,8 тис. грн. більше ніж попереднього року. До Казахстану обсяг експорту у 2019 р. зменшився на 7224,8 тис. грн. та склав 13157,6 тис. грн. До Латвії обсяг експорту у 2019 р. зріс на 1309,9 тис. грн. та склав 10964,7 тис. грн. та до Норвегії 9868,2 тис. грн.



Таблиця 2.5

## Обсяги експорту ТОВ «Plastic Card» у розрізі країн у 2015 – 2019 рр., тис. грн.\*

№ з/п	Країна / Роки	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Абсолютне відхилення			
							2016/ 2015	2017 / 2016	2018 / 2017	2019/ 2018
1	Азербайджан	10127,5	18830,5	20571,3	22528,0	25218,8	8703,0	1740,8	1956,7	2690,8
2	Казахстан	12297,7	11127,1	11755,0	20382,5	13157,6	-1170,6	627,9	8627,5	-7224,8
3	Латвія	13744,4	14550,8	14693,8	9654,8	10964,7	806,4	143,0	-5038,9	1309,9
4	Грузія	10850,9	10271,2	16652,9	15018,7	19736,5	-579,7	6381,8	-1634,3	4717,8
5	Норвегія	8680,7	6847,4	10775,4	13945,9	9868,2	-1833,3	3928,0	3170,5	-4077,7
6	Польща	16638,0	23966,0	23510,0	25746,3	30701,2	7328,0	-456,0	2236,3	4954,9
7	<i>Разом</i>	<i>72339,2</i>	<i>85593,0</i>	<i>97958,4</i>	<i>107276,1</i>	<i>109647,0</i>	<i>13253,8</i>	<i>12365,4</i>	<i>9317,7</i>	<i>2370,9</i>

\*Джерело: розраховано автором на основі даних наданих підприємством.

У табл. 2.6 наведено географічну структуру експорту ТОВ «Plastic Card» за 2015-2019 рр. За період, що аналізується спостерігається зростання обсягів експорту досліджуваного підприємства до таких країн як Азербайджан, Польща та Грузія. Відтак, у 2019 р. частка експорту ТОВ «Plastic Card» до Азербайджану становила 23%, що на 2% більше ніж попереднього 2018 р., частка експорту до Польщі склала 28%, що на 4% більше ніж 2018 р. та частка експорту до Грузії у 2019 р. зросла на 4% та склала 18%. Експорт продукції ТОВ «Plastic Card» до таких країн як Казахстан, Латвія та Норвегія має тенденцію до зменшення. Відтак, у 2019 р. частка експорту досліджуваного підприємства до Казахстану зменшилася у порівнянні з 2018 р. на 7% та склала 12%, частка експорту до Латвії становила 10% та до Норвегії 9%.

Таблиця 2.6

**Географічна структура експорту ТОВ «Plastic Card» у 2015 – 2019 рр., %\***

№ з/п	Країна / Роки	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення			
							2016/ 2015	2017 / 2016	2018 / 2017	2019/ 2018
1	Азербайджан	14	22	21	21	23	8	-1	0	2
2	Казахстан	17	13	12	19	12	-4	-1	7	-7
3	Латвія	19	17	15	9	10	-2	-2	-6	1
4	Грузія	15	12	17	14	18	-3	5	-3	4
5	Норвегія	12	8	11	13	9	-4	3	2	-4
6	Польща	23	28	24	24	28	5	-4	0	4
7	Разом	100	100	100	100	100	-	-	-	-

\*Джерело: розраховано автором на основі даних наданих підприємством

У табл. 2.7 наведено обсяги експорту ТОВ «Plastic Card» у розрізі продукції у 2015 - 2019 рр. Відтак, досліджуване підприємство експортує таку продукцію, як: платіжні картки, системи ідентифікації (ID-картки), картки для мобільних телефонів та транспортні картки.

Таблиця 2.7

## Обсяги експорту ТОВ «Plastic Card» у розрізі продукції у 2015 – 2019 рр., тис. грн.\*

№ з/п	Продукція / роки	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Абсолютне відхилення			
							2016/ 2015	2017 / 2016	2018 / 2017	2019/ 2018
1	Платіжні картки	34722,8	47076,1	56815,9	65438,4	70174,1	12353,3	9739,7	8622,6	4735,7
2	Системи ідентифікації (ID-картки)	13021,0	17974,5	16652,9	12873,1	10964,7	4953,5	-1321,6	-3779,8	-1908,4
3	Картки для мобільних телефонів	15191,2	15406,7	19591,7	22528,0	19736,5	215,5	4184,9	2936,3	-2791,5
4	Транспортні картки	9404,1	5135,6	4897,9	6436,6	8771,8	-4268,5	-237,7	1538,6	2335,2
5	<i>Разом</i>	72339,2	85593,0	97958,4	107276,1	109647,0	13253,8	12365,4	9317,7	2370,9

\*Джерело: розраховано автором на основі даних наданих підприємством.



У 2019 р. експорт платіжних карток ТОВ «Plastic Card» становив 70174,1 тис. грн., що на 4735,7 тис. грн. більше ніж 2018 р. Експорт карток для мобільних телефонів у 2019 р. мав тенденцію до зменшення та склав 19736,5 тис. грн., що менше на 2791,5 тис. грн у порівнянні з попереднім 2018 р. Експорт систем ідентифікації (ID-картки) склав 10964,7 тис. грн., що на 1908,4 тис. грн. менше ніж у 2018 р. Експорт транспортних карток становив у 2019 р. 8771,8 тис. грн., що на 2335,2 тис. грн. більше ніж попереднього року.

На рис. 2.1 наведено товарну структуру експорту ТОВ «Plastic Card» за 2015-2019 рр.

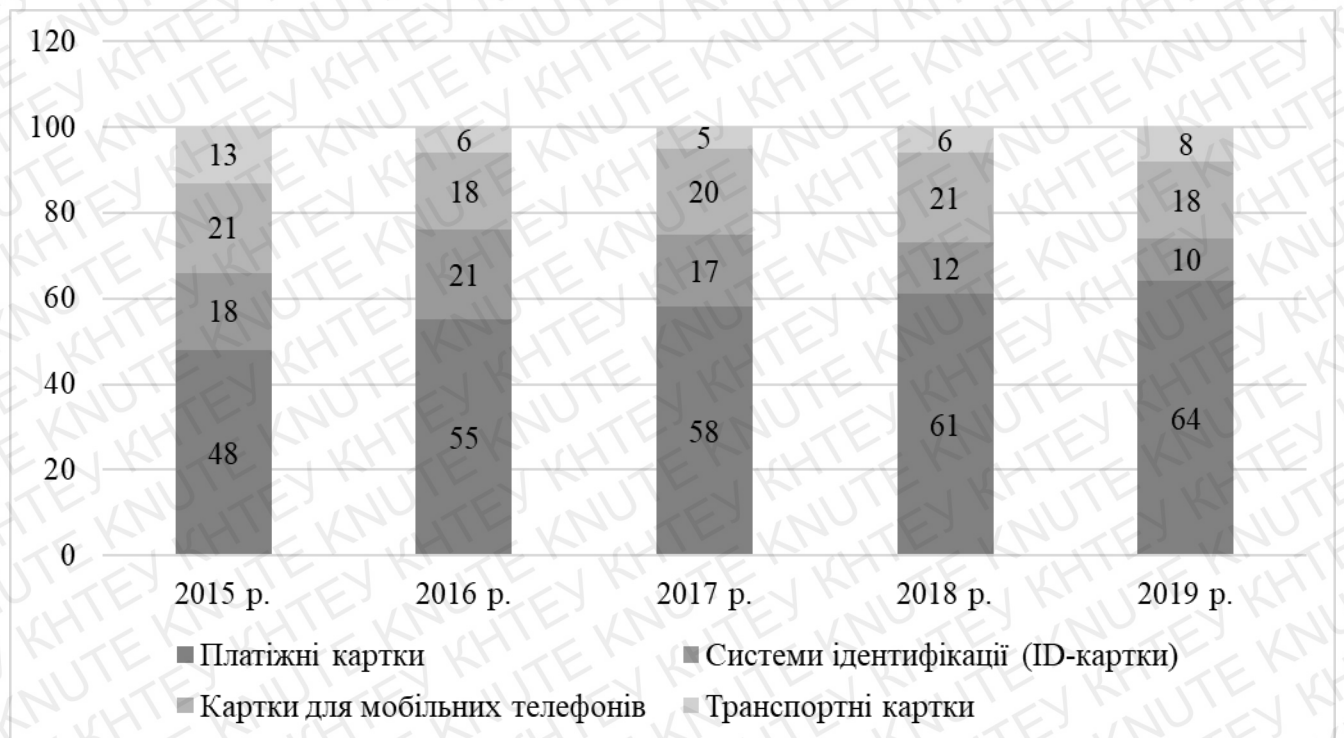


Рис. 2.1. Товарна структура експорту ТОВ «Plastic Card» за 2015-2019 рр., %\*

\*Джерело: розраховано автором на основі даних наданих підприємством.

Найбільшу частку в експорті ТОВ «Plastic Card» у 2019 р. займають платіжні картки – 64%, картки для мобільних телефонів – 18%, системи ідентифікації (ID-картки) – 10% та транспортні картки – 8%.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Досліджуване підприємство ТОВ «Plastic Card» є провідним українським виробником всіх видів сучасних пластикових карт. З 2009 року ТОВ «Plastic Card» входить до вузького кола компаній в світі, сертифікованих міжнародними платіжними системами VISA International і Mastercard для виробництва EMV чіп-карт з власним програмним забезпеченням. Випускаючи в Україні EMV-карти с чіп-модулем Pectoral.

Станом на 31.12.2019 р. основні засоби досліджуваного підприємства становили 27036 тис. грн., запаси - 2748 тис. грн, дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги – 1368 тис. грн., дебіторська заборгованість з розрахунками з бюджетом – 4380 тис. грн., інша поточна дебіторська заборгованість – 17856 тис. грн., гроші та їх еквіваленти - 4908 тис. грн. Баланс станом на 31.12.2019 р. склав 86292 тис. грн. Станом на 31.12.2019 р. зареєстрований капітал ТОВ «Plastic Card» становив 28716 тис. грн., резервний капітал – 8820 тис. грн., нерозподілений прибуток – 3684 тис. грн., короткострокові кредити банків – 2916 тис. грн., поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями - 1548 тис. грн., поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги склала 5316 тис. грн., з розрахунками з бюджетом становила 1416 тис. грн., з розрахунками зі страхування 1104 тис. грн., з розрахунками з оплати праці – 3588 тис. грн., інші доходи майбутніх періодів - 2856 тис. грн., інші поточні зобов'язання – 3072 тис. грн.

У 2019 р. чистий дохід від реалізації продукції ТОВ «Plastic Card» склав 296244 тис. грн., інші операційні доходи становили 54516 тис. грн. Собівартість реалізованої продукції у 2019 р. склала 191808 тис. грн., інші операційні витрати становили 71532 тис. грн, інші витрати - 28344 тис. грн. Фінансовий результат до оподаткування склав 59076 тис. грн, податок на прибуток становив 10632 тис. грн., чистий прибуток 48444 тис. грн.

До сильних сторін досліджуваного підприємства можна віднести: організаційну культуру; систему контролю якості; наявність сертифікату «Простор» на новому продукті Pectoral Samsung 232; відповідність системи менеджменту якості від MasterCard; сертифікацію нових продуктів банківських карт ОС Pectoral. До слабких сторін: недостатню кваліфікацію молодих спеціалістів та недостатньо обґрунтовані стратегічні дії у зв'язку з нестабільним зовнішнім середовищем.

У 2019 р. вартість експортних контрактів ТОВ «Plastic Card» збільшилася на 2370,9 тис. грн та становила 109647, 0 тис. грн., собівартість експортної продукції зросла 5581,4 тис. грн. та становила 95904 тис. грн. Сукупні витрати на організацію експортних операцій у 2019 р. становили 106453,4 тис. грн., що на 6195,4 тис. грн. більше ніж попереднього року. Ефект від експорту склав 3193,6 тис. грн., зменшившись при цьому на 3824,5 тис. грн. у порівнянні з 2018 роком. Ефективність експорту ТОВ «Plastic Card» у 2019 р. становила 1,03.

ТОВ «Plastic Card» експортує свою продукцію до таких країн, як Азербайджан, Казахстан, Латвія, Грузія, Норвегія та Польща. За період, що аналізується спостерігається зростання обсягів експорту досліджуваного підприємства до таких країн як Азербайджан, Польща та Грузія. Відтак, у 2019 р. частка експорту ТОВ «Plastic Card» до Азербайджану становила 23%, частка експорту до Польщі склала 28%, та частка експорту до Грузії у 2019 р. склала 18%. Експорт продукції ТОВ «Plastic Card» до таких країн як Казахстан, Латвія та Норвегія має тенденцію до зменшення. Відтак, у 2019 р. частка експорту досліджуваного підприємства до Казахстану зменшилася у порівнянні з 2018 р. на 7% та склала 12%, частка експорту до Латвії становила 10% та до Норвегії 9%.

ТОВ «Plastic Card» експортує таку продукцію, як: платіжні картки, системи ідентифікації (ID-картки), картки для мобільних телефонів та транспортні картки. Найбільшу частку в експорті ТОВ «Plastic Card» у 2019 р. займають платіжні картки – 64%, картки для мобільних телефонів – 18%, системи ідентифікації (ID-картки) – 10% та транспортні картки – 8 %.

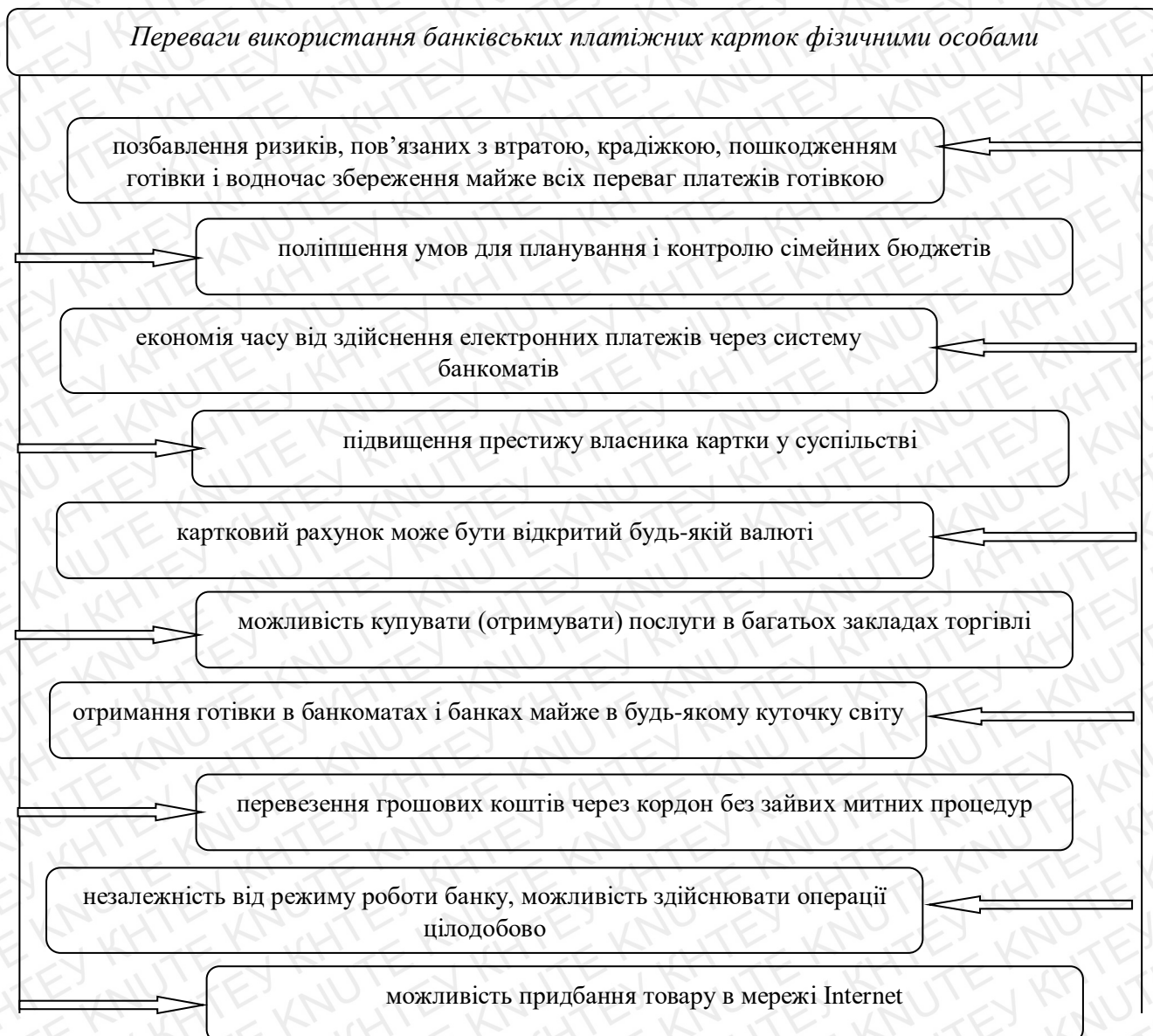


## **РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «PLASTIC CARD»**

### **3.1. Напрями підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ «Plastic Card»**

Ринок платіжних карток показує тенденцію до зростання, як в Україні, так і за її межами. Саме тому, для ТОВ «Plastic Card» вкрай важливим є не тільки втримати вже існуючі позиції на ринку, але й покращити їх. Серед основних переваг використання фізичними особами банківських платіжних карток, які і є чинниками зростання даного ринку, можна визначити (рис. 3.1):

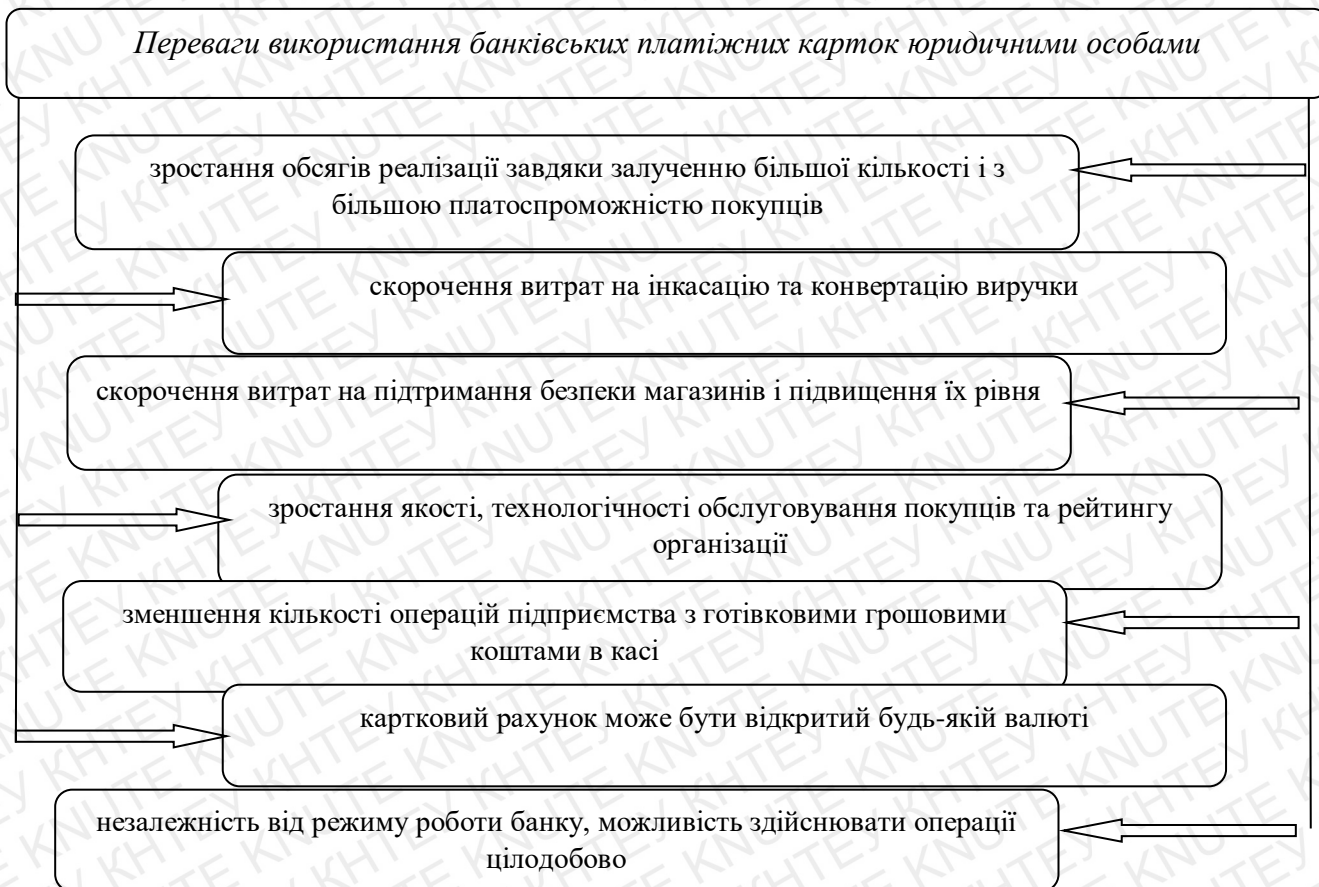
- позбавлення ризиків, пов'язаних з втратою, крадіжкою, пошкодженням готівки і водночас збереження майже всіх переваг платежів готівкою;
- поліпшення умов для планування і контролю сімейних бюджетів, для оперативної капіталізації частини доходів, оскільки за залишками коштів на рахунках, що перевищують суми призначені для поточних електронних платежів, більшістю банків нараховуються проценти;
- економія часу від здійснення електронних платежів через систему банкоматів;
- підвищення престижу власника картки у суспільстві;
- картковий рахунок може бути відкритий будь-якої валюти;
- можливість купувати (отримувати) послуги в багатьох закладах торгівлі;
- отримання готівки в банкоматах і банках майже в будь-якому куточку світу;
- перевезення грошових коштів через кордон без зайвих митних процедур;
- незалежність від режиму роботи банку, можливість здійснювати операції цілодобово;
- можливість придбання товару в мережі Internet.



**Рис. 3.1.** *Переваги використання банківських платіжних карток фізичними особами*

Серед основних переваг використання банківських платіжних карток юридичними особами є (рис. 3.2): зростання обсягів реалізації завдяки залученню більшої кількості і з більшою платоспроможністю покупців; скорочення витрат на інкасацію та конвертацію виручки; скорочення витрат на підтримання безпеки магазинів і підвищення їх рівня; зростання якості, технологічності обслуговування покупців та рейтингу організації; зменшення кількості операцій підприємства з готівковими грошовими коштами в касі; картковий рахунок може

бути відкритий будь-якій валюті; незалежність від режиму роботи банку, можливість здійснювати операції цілодобово.

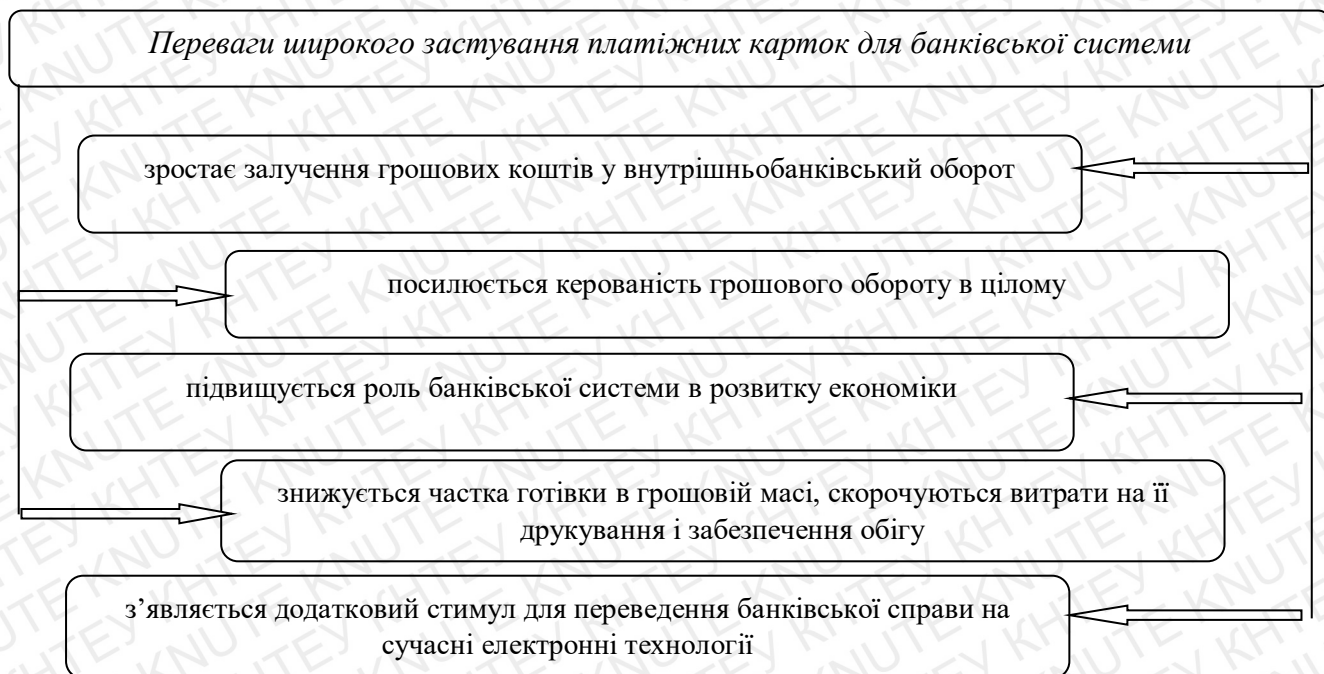


*Рис. 3.2. Переваги використання банківських платіжних карток юридичними особами*

Банківська система отримує такі переваги від широкого застосування пластикових карток у сфері масових платежів (рис. 3.3): зростає залучення грошових коштів у внутрішньобанківський оборот; посилюється керованість грошового обороту в цілому; підвищується роль банківської системи в розвитку економіки; знижується частка готівки в грошовій масі, скорочуються витрати на її друкування і забезпечення обігу; з'являється додатковий стимул для переведення банківської справи на сучасні електронні технології, що сприятиме зростанню попиту на новітню комп'ютерну техніку, програмне забезпечення,

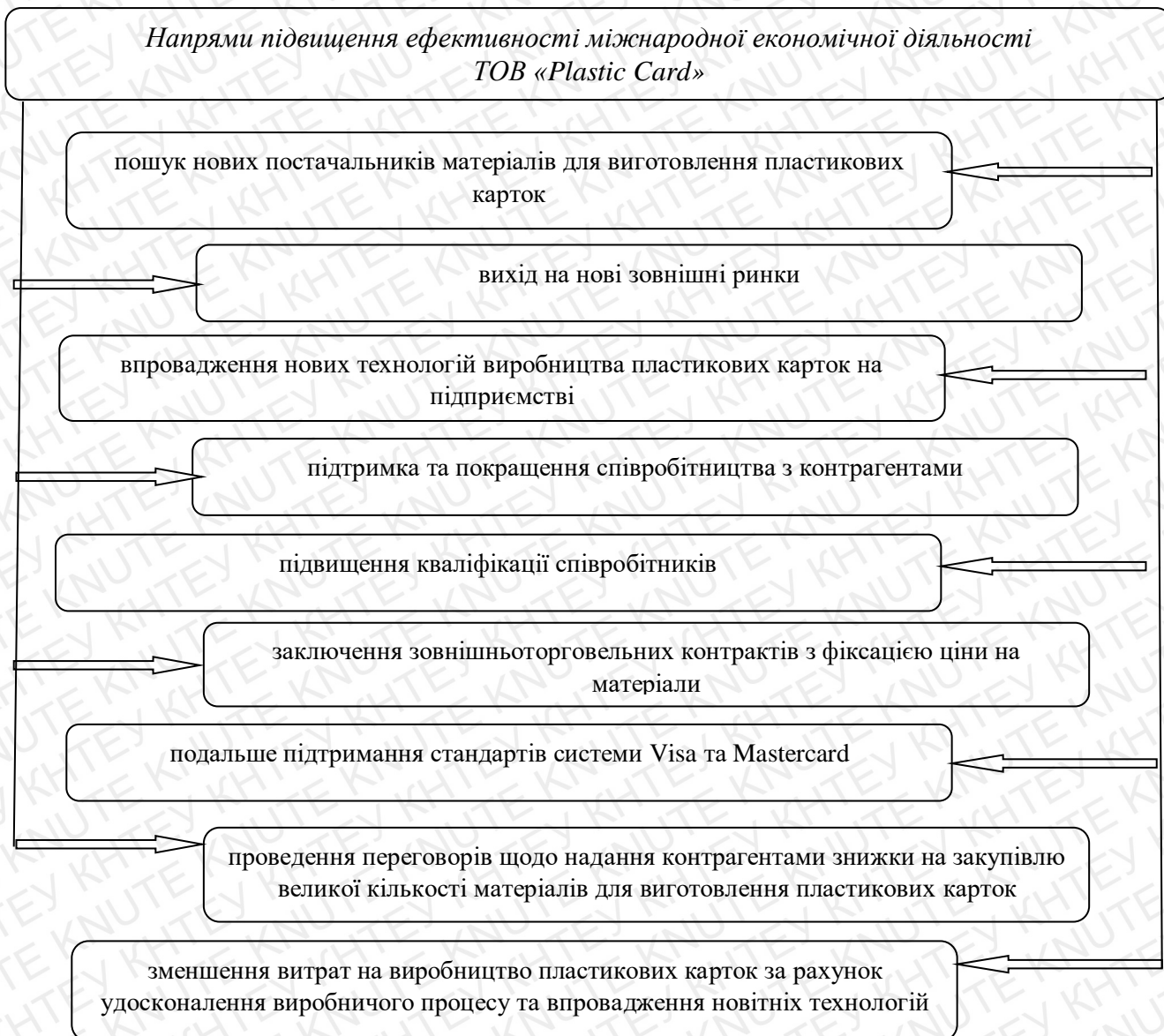


системи зв'язку, висококваліфіковані кадри і надає тим самим поштовх до розвитку вітчизняного виробництва та зайнятості.



*Рис. 3.3. Переваги широкого застосування платіжних карток для банківської системи*

Серед основних напрямів підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності досліджуваного підприємства визначено (рис. 3.4): пошук нових постачальників матеріалів для виготовлення пластикових карток; вихід на нові зовнішні ринки; впровадження нових технологій виробництва пластикових карток на підприємстві; підтримка та покращення співробітництва з контрагентами; проведення переговорів щодо надання контрагентами знижки на закупівлю великої кількості матеріалів для виготовлення пластикових карток; зменшення витрат на виробництво пластикових карток за рахунок удосконалення виробничого процесу та впровадження новітніх технологій; підвищення кваліфікації співробітників; заключення зовнішньоторговельних контрактів з фіксацією ціни на матеріали для виробництва пластикових карток; подальше підтримання стандартів системи Visa та Mastercard.



**Рис. 3.4. Напрями підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності  
ТОВ «Plastic Card»**

Сучасний розвиток інформаційних технологій має значний вплив на діяльність ТОВ «Plastic Card». Інформація стає вирішальним конкурентним фактором, базисом для прийняття управлінських рішень, основою багатьох бізнес-процесів. Вдосконалення інформаційного забезпечення діагностики організаційної системи управління досліджуваного підприємства потребує виокремлення із загального масиву даних тільки релевантної інформації, щоб уникнути втрат від значного обсягу зайвих даних. В табл. 3.1 наведено види і

джерела інформації, які, на нашу думку, мають враховуватись при визначенні якості ОСУ ЗЕД ТОВ «Plastic Card».

Таблиця 3.1

## Інформаційне забезпечення діагностики якості ОСУ ЗЕД ТОВ «Plastic Card»

Види інформації	Джерела	Характер даних
Організаційно-розпорядча	Статут, внутрішньо фірмові стандарти	Для виявлення ступеня розуміння менеджерами різних ланок управління головної мети функціонування підприємства
	Штатний розпис	Для виявлення відповідності ОСУ підприємства його потребам, відстеження зайвих посад тощо
	Посадові інструкції	Для діагностики дублювання функцій посадовими особами, виявлення характеру функціональних зв'язків між персоналом
	Графіки документообігу	Виявлення напрямів внутрішніх комунікацій та інформаційних потоків
	Накази, розпорядження	Виявлення мотивів руху персоналу, що складає ОСУ, визначення додаткових обов'язків тощо
Планова	Стратегічні плани, річний бюджет	Для порівняння відповідності курсу, якого дотримується ОСУ, генеральному плану дій
	Оперативні плани, квартальні бюджети	Для аналізу ступеня виконання оперативних планів підприємства
Оперативна	Транспортні накладні, договори, контракти	Для аналізу і моніторингу ефективності виконання конкретних функцій ОСУ
Облікова	Фінансова, податкова, статистична і управлінська звітність	Для аналізу результатів діяльності підприємства, штрафних санкцій та іншої інформації, що слугує базисом для розрахунку аналітичних показників
Контрольна	Акти перевірок державних органів, дані служб внутрішнього аудиту, протоколи зборів колективу тощо	Отримання готової бази даних про зловживання посадовими особами своїм службовим становищем та інших порушень, перевірка наявності зворотного зв'язку
Дослідна	Дані опитувань	Виявлення недоліків ОСУ зсередини, спираючись на думку середньої та нижчої ланок управління



Аналіз інформаційного забезпечення діагностики організаційної структури управління досліджуваного підприємства дозволив виявити певні проблеми, серед яких: проблеми організаційного характеру, соціально-психологічного та методичного.



*Рис. 3.5. Проблеми інформаційного забезпечення діагностики якості ОСУ ТОВ «Plastic Card» та шляхи їх вирішення*

Впровадження запропонованих шляхів вдосконалення інформаційного забезпечення організації міжнародної економічної діяльності досліджуваного підприємства дозволить:

- створити єдину інформаційну базу показників виробничо-господарської і фінансово-економічної діяльності підприємства;
- забезпечити повноцінний інформаційний обмін між підрозділами підприємства;
- підвищити ефективність процесів бюджетування на підприємстві за рахунок використання автоматизованої технології підтримки фінансово-економічного планування;
- забезпечити керівництво підприємства засобами для ефективного вирішення завдань планування і координації фінансово-економічних, виробничих і зовнішньоекономічних процесів.

### **3.2. Прогнозне оцінювання ефективності запропонованих заходів на ТОВ «Plastic Card»**

У сучасних умовах господарювання, безсумнівно, особливої актуальності набуває підвищення якості та економічної ефективності прогнозування діяльності ТОВ «Plastic Card».

Прогнозування має значний вплив на забезпечення стійкого фінансового стану та підвищення рентабельності досліджуваного підприємства. Прогнозування діяльності ТОВ «Plastic Card» є необхідною складовою забезпечення соціально-економічної стійкості, що включатиме в себе:

- досягнення високої результативності виробничо-господарської діяльності;
- створення умов, які забезпечують платоспроможність та фінансову стійкість підприємства;
- розвиток персоналу;
- розвиток соціальних територій впливу підприємства;
- забезпечення та реалізація ефективної взаємодії економічних та соціальних факторів забезпечення стійкості.

Прогнозування є важливим елементом системи забезпечення операційної діяльності підприємства, що складається для досягнення соціально-економічної стійкості та створення умов для ефективного управління поточними і стратегічними напрямками діяльності підприємства.

Важливість прогнозування фінансового стану полягає, по-перше, в тому, що за його допомогою можна робити розрахунки різноманітних варіантів розвитку подій, маючи можливість при цьому порівняти очікувані результати за кожним варіантом та вибрати найкращий. По-друге, важливість прогнозування фінансового стану обумовлюється тим, що воно дозволяє:

- виявити фінансові проблеми, які можуть виникнути у підприємства в перспективі;

- оцінити фінансовий стан підприємства в майбутньому під впливом різноманітних факторів;
- визначити можливі перспективні джерела фінансування діяльності підприємства в плані його розширення, подальшого виживання, боротьби з неплатоспроможністю тощо;
- визначити найбільш прийнятну структуру капіталу підприємства та ін.

Для забезпечення ефективної фінансово-господарської діяльності ТОВ «Plastic Card» в сучасних умовах розвитку ринкових відносин керівництву необхідно вміти не тільки оцінювати поточний фінансово-економічний стан, але й прогнозувати майбутні його зміни з урахуванням всіх можливих факторів внутрішнього і зовнішнього середовища. Сутнісні характеристики прогнозування діяльності ТОВ «Plastic Card» наведено у рис. 3.6.



Рис. 3.6. Сутнісні характеристики прогнозування діяльності ТОВ «Plastic Card»



Оскільки прогнозування може відбуватися на основі певних сценаріїв розвитку подій (табл. 3.2), відповідно від нього варто очікувати різні результати. При цьому прогнозування для ТОВ «Plastic Card» переслідує мету створення інформаційної бази для вибору оптимального шляху розвитку в майбутньому. Воно не лише виявляє об'єктивні тенденції (як позитивні, так і негативні) процесу розвитку для визначення майбутнього стану, але й надає інформацію для розробки заходів щодо прийняття управлінських рішень для виникнення бажаних тенденцій.

Таблиця 3.2

Характеристика сценаріїв розвитку подій при прогнозуванні для  
ТОВ «Plastic Card»

Назва сценарію	Характеристика сценарію
Оптимістичний сценарій	Передбачає виконання всіх умов прогнозування, закладених фінансовим менеджером
Реалістичний сценарій	Передбачає виконання лише частини найбільш можливих для реалізації умов прогнозування, закладених фінансовим менеджером
Песимістичний сценарій	Показує, що буде з підприємством, якщо існуючі тенденції не змінювати

Отже, до завдань прогнозування входить не лише оцінка очікуваних результатів розвитку економічної системи ТОВ «Plastic Card» на підставі виявлення тенденцій, але й визначення перспективних, довгострокових цілей розвитку і шляхів досягнення такої мети в часі. Головним завданням прогнозування на завершальних етапах можна вважати зниження тієї ймовірної невизначеності, яка пов'язана з прийняттям економічно важливих управлінських рішень, орієнтованих на майбутнє. За такого підходу аналіз може використовуватись для обґрунтування як короткострокових, так і довгострокових

управлінських рішень; як спосіб оцінки якості управління; як метод прогнозування майбутніх фінансових результатів та ін.

Серед головних функцій прогнозування в системі стратегічного управління ТОВ «Plastic Card» варто виокремити:

- визначення можливих цілей і напрямків розвитку ТОВ «Plastic Card»;
- всеохоплюючу оцінку різного виду наслідків реалізації кожного з можливих варіантів розвитку об'єктів прогнозу;
- визначення змісту заходів щодо забезпечення реалізації можливостей та послаблення впливу загроз кожного з варіантів розвитку подій;
- ретельну оцінку потенційних витрат і ресурсів на впровадження розроблених заходів.

Прогнозування для ТОВ «Plastic Card» доцільно здійснювати на основі багатофакторної моделі, яка виражає залежність результативного показника одразу від декількох факторів:

$$y = a_0 + a_1 \times x_1 + a_2 \times x_2 + \dots + a_n \times x_n, \quad (1)$$

де  $x_1 - x_n$  – фактори, що впливають на результативну ознаку;

$a_1 - a_n$  – коефіцієнти при факторах;

$a_0$  – вільний коефіцієнт рівняння.

Ефективність прогнозування міжнародної економічної діяльності ТОВ «Plastic Card» значною мірою залежить від дотримання послідовності всіх його етапів (табл. 3.3): постановки мети прогнозування, вибір об'єкта, стан якого підлягає перспективній оцінці, оцінка інформаційного забезпечення прогнозування, розгляд і вибір методу прогнозування, побудова прогнозних моделей та практична реалізація отриманих результатів.

Таблиця 3.3

Послідовність етапів прогнозування міжнародної економічної діяльності  
ТОВ «Plastic Card»

<i>Етап</i>	<i>Назва</i>	<i>Сутність</i>
1 етап	Постановка мети прогнозування	Оцінка перспективного стану міжнародної економічної діяльності ТОВ «Plastic Card»
2 етап	Вибір об'єкта, стан якого підлягає перспективній оцінці	Сучасний стан міжнародної економічної діяльності ТОВ «Plastic Card»
3 етап	Оцінка інформаційного забезпечення прогнозування	Інформаційне забезпечення представлено аналітичними показниками і коефіцієнтами, сформованими на базі даних, відображених у фінансовій звітності ТОВ «Plastic Card»
4 етап	Розгляд і вибір методу прогнозування	Багатофакторна модель прогнозування міжнародної економічної діяльності ТОВ «Plastic Card»
5 етап	Побудова прогнозних моделей	Побудова моделі в Excel
6 етап	Практична реалізація отриманих результатів	Прийняття управлінських рішень, розробка заходів щодо покращення ситуації на ТОВ «Plastic Card»

У табл. 3.4. наведено прогнозні дані щодо міжнародної економічної діяльності ТОВ «Plastic Card» на середньострокову перспективу (2021-2021 рр.) за трьома сценаріями: песимістичним, реалістичним та оптимістичним.

Згідно песимістичного сценарію коефіцієнт ефективності експорту досліджуваного підприємства буде мати тенденцію до скорочення та у 2021 р. становитиме 0,91, у 2022 р. 0,85 та у 2023 р. 0,78. Вартість експортного контракту у 2021 р. становитиме 84125,4 тис. грн., у 2022 р. 80132,1 тис. грн. та у 2023 р. 75038,6 тис. грн.



Таблиця 3.4

## Прогнозні показники ефективності експортної діяльності ТОВ «Plastic Card» на період 2021-2023 рр.\*

		ПЕСИМІСТИЧНИЙ СЦЕНАРІЙ								
№ з/п	Показники / Роки	2019 (факт.)	2020 (попередні дані)	2021 (прогноз)	2022 (прогноз)	2023 (прогноз)	Абсолютне відхилення			
							2020/ 2019	2021 / 2020	2022 / 2021	2023/ 2022
1	Вартість експортного контракту, тис. грн.**	109647,0	91650,3	84125,4	80132,1	75038,6	-17996,7	-7524,9	-3993,3	-5093,5
2	Собівартість експортної продукції, тис. грн.	95904,0	81584,9	83216,6	84880,9	86578,5	-14319,1	1631,7	1664,3	1697,6
3	Витрати на навантаження, тис. грн.	2877,1	2447,5	2571,6	2601,7	2698,5	-429,6	124,1	30,1	96,8
4	Витрати на транспортування до кордону, тис. грн.	7672,3	6526,8	6657,3	6790,5	6926,3	-1145,5	130,5	133,1	135,8
5	Сукупні витрати на здійснення експортної операції, тис. грн.	106453,4	90559,2	92445,5	94273,1	96203,3	-15894,2	1886,3	1827,6	1930,2
6	Ефект експорту, тис. грн.	3193,6	1091,1	-8320,1	-14141,0	-21164,7	-2102,5	-9411,2	-5820,9	-7023,8
7	Коефіцієнт ефективності експорту	1,03	1,01	0,91	0,85	0,78	-0,02	-0,10	-0,06	-0,07
		РЕАЛІСТИЧНИЙ СЦЕНАРІЙ								
№ з/п	Показники / Роки	2019 (факт.)	2020 (попередні дані)	2021 (прогноз)	2022 (прогноз)	2023 (прогноз)	Абсолютне відхилення			
							2020/ 2019	2021 / 2020	2022 / 2021	2023/ 2022
1	Вартість експортного контракту, тис. грн.	109647,0	91650,3	95976,8	100119,3	103572,4	-17996,7	4326,5	4142,5	3453,1
2	Собівартість експортної продукції, тис. грн.	95904,0	81584,9	85652,0	88653,1	91719,5	-14319,1	4067,1	3001,1	3066,4
3	Витрати на навантаження, тис. грн.	2877,1	2447,5	2642,9	2701,5	2799,8	-429,6	195,4	58,6	98,3
4	Витрати на транспортування до кордону, тис. грн.	7672,3	6526,8	6731,7	6801,6	7022,3	-1145,5	204,9	69,9	220,7
5	Сукупні витрати на здійснення експортної операції, тис. грн.	106453,4	90559,2	95026,6	98156,2	101541,6	-15894,2	4467,3	3129,6	3385,4
6	Ефект експорту, тис. грн.	3193,6	1091,1	950,3	1963,1	2030,8	-2102,5	-140,8	1012,9	67,7
7	Коефіцієнт ефективності експорту	1,03	1,01	1,01	1,02	1,02	-0,02	0,00	0,01	0,00

Продовження табл. 3.4

ОПТИМІСТИЧНИЙ СЦЕНАРІЙ										
№ з/п	Показники / Роки	2019 (факт.)	2020 (попередні дані)	2021 (прогноз)	2022 (прогноз)	2023 (прогноз)	Абсолютне відхилення			
							2020/ 2019	2021 / 2020	2022 / 2021	2023/ 2022
1	Вартість експортного контракту, тис. грн.	109647,0	91650,3	98214,6	103224,6	108563,1	- 17996,7	6564,3	5010,0	5338,5
2	Собівартість експортної продукції, тис. грн.	95904,0	81584,9	86539,2	89371,2	93178,4	- 14319,1	4954,3	2832,0	3807,2
3	Витрати на навантаження, тис. грн.	2877,1	2447,5	2748,6	2809,6	2911,8	-429,6	301,1	60,9	102,2
4	Витрати на транспортування до кордону, тис. грн.	7672,3	6526,8	7001,0	7073,7	7303,2	-1145,5	474,2	72,7	229,5
5	Сукупні витрати на здійснення експортної операції, тис. грн.	106453,4	90559,2	96288,8	99254,4	103393,4	- 15894,2	5729,5	2965,6	4139,0
6	Ефект експорту, тис. грн.	3193,6	1091,1	1925,8	3970,2	5169,7	-2102,5	834,7	2044,4	1199,5
7	Коефіцієнт ефективності експорту	1,03	1,01	1,02	1,04	1,05	-0,02	0,01	0,02	0,01

\*Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства.

\*\* Базисні умови постачання: EWX, FCA, CPT.

Згідно реалістичного сценарію ефективність експорту у 2021 р. становитиме 1,01, у 2022 р. 1,02 та у 2023 р. також 1,02. Згідно оптимістичного сценарію ефективність експорту у 2021 р. становитиме 1,02, у 2022 р. 1,04 та у 2023 р. 1,05.



### ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Ринок платіжних карток показує тенденцію до зростання, як в Україні, так і за її межами. Саме тому, для ТОВ «Plastic Card» вкрай важливим є не тільки втримати вже існуючі позиції на ринку, але й покращити їх. Серед основних напрямів підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності досліджуваного підприємства визначено: пошук нових постачальників матеріалів для виготовлення пластикових карток; вихід на нові зовнішні ринки; впровадження нових технологій виробництва пластикових карток на підприємстві; підтримка та покращення співробітництва з контрагентами; проведення переговорів щодо надання контрагентами знижки на закупівлю великої кількості матеріалів для виготовлення пластикових карток; зменшення витрат на виробництво пластикових карток за рахунок удосконалення виробничого процесу та впровадження новітніх технологій; підвищення кваліфікації співробітників; заключення зовнішньоторговельних контрактів з фіксацією ціни на матеріали для виробництва пластикових карток; подальше підтримання стандартів системи Visa та Mastercard.

Сучасний розвиток інформаційних технологій має значний вплив на діяльність ТОВ «Plastic Card». Інформація стає вирішальним конкурентним фактором, базисом для прийняття управлінських рішень, основою багатьох бізнес-процесів. Вдосконалення інформаційного забезпечення діагностики організаційної системи управління досліджуваного підприємства потребує: оптимізації процесів документування ОСУ, вдосконалення методів організації процесу інформаційного забезпечення діагностики; проведення тренінгів з менеджерами всіх ланок для налагодження їх ефективної взаємодії і роз'яснення ролі зовнішніх аналітиків; поліпшення механізмів і алгоритмів відбору, обробки та оцінки якості і релевантності, зберігання інформації.

У сучасних умовах господарювання, безсумнівно, особливої актуальності набуває підвищення якості та економічної ефективності прогнозування діяльності

ТОВ «Plastic Card». Оскільки прогнозування може відбуватися на основі певних сценаріїв розвитку подій, відповідно від нього варто очікувати різні результати (оптимістичний, реалістичний, песимістичний).

Згідно песимістичного сценарію коефіцієнт ефективності експорту досліджуваного підприємства буде мати тенденцію до скорочення та у 2021 р. становитиме 0,91, у 2022 р. 0,85 та у 2023 р. 0,78. Вартість експортного контракту у 2021 р. становитиме 84125,4 тис. грн., у 2022 р. 80132,1 тис. грн. та у 2023 р. 75038,6 тис. грн. Згідно реалістичного сценарію ефективність експорту у 2021 р. становитиме 1,01, у 2022 р. 1,02 та у 2023 р. також 1,02. Згідно оптимістичного сценарію ефективність експорту у 2021 р. становитиме 1,02, у 2022 р. 1,04 та у 2023 р. 1,05.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У нинішніх умовах міжнародна економічна діяльність є однією з основних детермінант розвитку вітчизняних підприємств. Саме у сфері здійснення операцій з зарубіжними партнерами на сьогодні існують значні резерви максимізації прибутків та мінімізації витрат, що свідчить про істотний міжнародних комерційних операцій на розвиток вітчизняних компаній. Зокрема, заходи підприємства у сфері мінімізації витрат на виробництво продукції через закупівлю новітнього устаткування чи більш дешевої сировини на зовнішніх ринках, здійснення активного експорту з метою збуту товарів за світовими цінами чи запозичення та впровадження у діяльність новітніх форм управління можна віднести до основоположних напрямів впливу міжнародної комерційної діяльності на рентабельність підприємства. У той самий час ефективна діяльність за межами національних кордонів не завжди є запорукою успішного функціонування підприємства, оскільки за умови спрямування у сферу міжнародної діяльності значної кількості наявних ресурсів вірогідним є зниження результативності через недостатнє фінансування діяльності на внутрішньому ринку. З огляду на це, для забезпечення позитивного впливу міжнародної економічної діяльності на показники функціонування підприємства, необхідним є проведення кількісної та якісної оцінки параметрів взаємозв'язку між нею та результатами компанії в цілому. Це, на наш погляд, дозволить розробити оптимальну стратегію розвитку підприємства та сприятиме посиленню його позицій як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

До основних факторів, що підвищують ефективність міжнародної економічної діяльності належать: активна реакція підприємств на зміну ринкової кон'юнктури, підвищення кваліфікації персоналу, формування систем реагування на кризові явища в світовій економіці, адаптація продукції до міжнародних стандартів. Також протягом останніх років фактором розвитку міжнародної



економічної діяльності є інноваційні технології, що має бути враховано українськими підприємствами для досягнення успіхів на зовнішніх ринках.

Глобальна галузь виготовлення карток 2019 року оцінюється у 18,65 млрд дол. США, а ринок персоналізації та виконання послуг оцінюється у 8,4 млрд дол. США. Глобальна карткова індустрія оцінюється у 27 млрд. дол. США, що сприяє торгівлі, безпеці та технологіям, забезпечуючи при цьому можливості та зайнятість для тисяч людей у всьому світі. Глобальна карткова промисловість у 2019 році виробила 37,1 млрд карток, що на 1% більше, ніж вироблено в 2018 році. Глобальна карткова промисловість у 2019 році виробила 37,1 млрд карток, що на 1% більше, ніж вироблено в 2018 році [20].

Ринок Азіатсько-Тихоокеанського регіону показує динаміку до зростання і в даний час є найбільшим регіональним ринком, на якому було виготовлено понад 16,3 млрд карток у 2019 році. Північна Америка посідає друге місце з показником в 9,54 млрд виготовлених карток у 2019 р., а Європа третє місце - 6 млрд карток.

Глобальна карткова промисловість виробила картки на суму 18,6 мільярдів доларів у 2019 році, що на 2,8% перевищує дохід від попереднього року. Це можна пояснити зростанням на восьми з 12 глобальних вертикальних ринків. Азіатсько-тихоокеанський регіон отримав найбільший дохід, приблизно 8,6 млрд дол. США, оскільки регіон продовжує використовувати інновації та технології карток. Європа посіла друге місце з 4,37 млрд дол. США, а Північна Америка третє - 3,21 млрд дол. США.

Ринок фінансових карток, що включає кредитні, дебетові, передплачені та банкомати, є найвищою в світі сегментом персоналізації та виконання. Це найбільший сегмент із 5,6 млрд карток, виготовлених у 2019 році для 15% світової частки. Це 3,87 млрд дол. США, це третій за величиною дохідний ринок з 21% частки світового обсягу долара. Було 4,86 млрд фінансових карток, які отримали послуги з персоналізації та виконання, оцінені у 2,22 млрд дол. США у 2019 році.

Досліджуване підприємство ТОВ «Plastic Card» є провідним українським виробником всіх видів сучасних пластикових карт. З 2009 року ТОВ «Plastic Card» входить до вузького кола компаній в світі, сертифікованих міжнародними платіжними системами VISA International і Mastercard для виробництва EMV чіп-карт з власним програмним забезпеченням. Випускаючи в Україні EMV-карти с чіп-модулем Pectoral.

Станом на 31.12.2019 р. основні засоби досліджуваного підприємства становили 27036 тис. грн., запаси - 2748 тис. грн, дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги – 1368 тис. грн., дебіторська заборгованість з розрахунками з бюджетом – 4380 тис. грн., інша поточна дебіторська заборгованість – 17856 тис. грн., гроші та їх еквіваленти - 4908 тис. грн. Баланс станом на 31.12.2019 р. склав 86292 тис. грн. Станом на 31.12.2019 р. зареєстрований капітал ТОВ «Plastic Card» становив 28716 тис. грн., резервний капітал – 8820 тис. грн., нерозподілений прибуток – 3684 тис. грн., короткострокові кредити банків – 2916 тис. грн., поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями - 1548 тис. грн., поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги склала 5316 тис. грн., з розрахунками з бюджетом становила 1416 тис. грн., з розрахунками зі страхування 1104 тис. грн., з розрахунками з оплати праці – 3588 тис. грн., інші доходи майбутніх періодів - 2856 тис. грн., інші поточні зобов'язання – 3072 тис. грн.

У 2019 р. чистий дохід від реалізації продукції ТОВ «Plastic Card» склав 296244 тис. грн., інші операційні доходи становили 54516 тис. грн. Собівартість реалізованої продукції у 2019 р. склала 191808 тис. грн., інші операційні витрати становили 71532 тис. грн, інші витрати - 28344 тис. грн. Фінансовий результат до оподаткування склав 59076 тис. грн, податок на прибуток становив 10632 тис. грн., чистий прибуток 48444 тис. грн.

До сильних сторін досліджуваного підприємства можна віднести: організаційну культуру; систему контролю якості; наявність сертифікату

«Простор» на новому продукті Pectoral Samsung 232; відповідність системи менеджменту якості від MasterCard; сертифікацію нових продуктів банківських карт ОС Pectoral. До слабких сторін: недостатню кваліфікацію молодих спеціалістів та недостатньо обґрунтовані стратегічні дії у зв'язку з нестабільним зовнішнім середовищем.

У 2019 р. вартість експортних контрактів ТОВ «Plastic Card» збільшилася на 2370,9 тис. грн та становила 109647, 0 тис. грн., собівартість експортної продукції зросла 5581,4 тис. грн. та становила 95904 тис. грн. Сукупні витрати на організацію експортних операцій у 2019 р. становили 106453,4 тис. грн., що на 6195,4 тис. грн. більше ніж попереднього року. Ефект від експорту склав 3193,6 тис. грн., зменшившись при цьому на 3824,5 тис. грн. у порівнянні з 2018 роком. Ефективність експорту ТОВ «Plastic Card» у 2019 р. становила 1,03.

ТОВ «Plastic Card» експортує свою продукцію до таких країн, як Азербайджан, Казахстан, Латвія, Грузія, Норвегія та Польща. За період, що аналізується спостерігається зростання обсягів експорту досліджуваного підприємства до таких країн як Азербайджан, Польща та Грузія. Відтак, у 2019 р. частка експорту ТОВ «Plastic Card» до Азербайджану становила 23%, частка експорту до Польщі склала 28%, та частка експорту до Грузії у 2019 р. склала 18%. Експорт продукції ТОВ «Plastic Card» до таких країн як Казахстан, Латвія та Норвегія має тенденцію до зменшення. Відтак, у 2019 р. частка експорту досліджуваного підприємства до Казахстану зменшилася у порівнянні з 2018 р. на 7% та склала 12%, частка експорту до Латвії становила 10% та до Норвегії 9%.

ТОВ «Plastic Card» експортує таку продукцію, як: платіжні картки, системи ідентифікації (ID-картки), картки для мобільних телефонів та транспортні картки. Найбільшу частку в експорті ТОВ «Plastic Card» у 2019 р. займають платіжні картки – 64%, картки для мобільних телефонів – 18%, системи ідентифікації (ID-картки) – 10% та транспортні картки – 8 %.

Серед основних напрямів підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності досліджуваного підприємства визначено: пошук нових



постачальників матеріалів для виготовлення пластикових карток; вихід на нові зовнішні ринки; впровадження нових технологій виробництва пластикових карток на підприємстві; підтримка та покращення співробітництва з контрагентами; проведення переговорів щодо надання контрагентами знижки на закупівлю великої кількості матеріалів для виготовлення пластикових карток; зменшення витрат на виробництво пластикових карток за рахунок удосконалення виробничого процесу та впровадження новітніх технологій; підвищення кваліфікації співробітників; заключення зовнішньоторговельних контрактів з фіксацією ціни на матеріали для виробництва пластикових карток; подальше підтримання стандартів системи Visa та Mastercard.

Сучасний розвиток інформаційних технологій має значний вплив на діяльність ТОВ «Plastic Card». Інформація стає вирішальним конкурентним фактором, базисом для прийняття управлінських рішень, основою багатьох бізнес-процесів. Вдосконалення інформаційного забезпечення діагностики організаційної системи управління досліджуваного підприємства потребує: оптимізації процесів документування ОСУ, вдосконалення методів організації процесу інформаційного забезпечення діагностики; проведення тренінгів з менеджерами всіх ланок для налагодження їх ефективної взаємодії і роз'яснення ролі зовнішніх аналітиків; поліпшення механізмів і алгоритмів відбору, обробки та оцінки якості і релевантності, зберігання інформації.

У сучасних умовах господарювання, безсумнівно, особливої актуальності набуває підвищення якості та економічної ефективності прогнозування діяльності ТОВ «Plastic Card». Оскільки прогнозування може відбуватися на основі певних сценаріїв розвитку подій, відповідно від нього варто очікувати різні результати (оптимістичний, реалістичний, песимістичний).

Згідно песимістичного сценарію коефіцієнт ефективності експорту досліджуваного підприємства буде мати тенденцію до скорочення та у 2021 р. становитиме 0,91, у 2022 р. 0,85 та у 2023 р. 0,78. Вартість експортного контракту у 2021 р. становитиме 84125,4 тис. грн., у 2022 р. 80132,1 тис. грн. та у 2023 р.

75038,6 тис. грн. Згідно реалістичного сценарію ефективність експорту у 2021 р. становитиме 1,01, у 2022 р. 1,02 та у 2023 р. також 1,02. Згідно оптимістичного сценарію ефективність експорту у 2021 р. становитиме 1,02, у 2022 р. 1,04 та у 2023 р. 1,05.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» № 959-ХІІ від 16.04.1991 (зі змінами та доповненнями, у редакції від Редакція від 13.02.2020) [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>;
2. Новіков О.Є. Систематизація наукових поглядів щодо визначення сутності терміна «Зовнішньоекономічна діяльність» / О.Є. Новіков, Т.Ш. Садрідінов // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – Т. 2, № 2. – С. 183-186.
3. Тюріна Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посібник / Н.М. Тюріна, Н.С. Карвацка. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 408 с.
4. Калетнік Г.М. Державне регулювання економіки: навч. посібник / Г.М. Калетнік, А.Г. Мазур, О.Г. Кубай. – К.: Хай–Тек Прес, 2011. – 427 с.
5. Рум'янцев А.П. Зовнішньоекономічна діяльність: навч. посібник / А.П. Рум'янцев, Н.С. Рум'янцева. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 296 с.
6. Леоненко П.М., Черепніна О.І. Зовнішньоекономічна діяльність України: сучасні тенденції розвитку / Леоненко П.М., Черепніна О.І. // Актуальні проблеми економіки. – 2013. - №7 (145). – С. 123-127.
7. Паска І.М. Організація і економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства АПК: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.07.02 «Економіка сільського господарства і АПК» / І.М. Паска. – Миколаїв, 2000. – 21 с.
8. Економічна енциклопедія : [у 3 т.]. – Київ : Видавничий центр «Академія», 2002. / голова редакційної ради : Гаврилишин Б. Д. (голова) [та ін.]. Т. 1 / [відп. редактор Мочерний С. В. та ін.]. – 2002. – 864 с.
9. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : [підручник для вузів] / І. В. Багрова, Н. І. Редіна, В. Є. Власик, О. О. Гетьман; за ред. д-ра екон. наук,



- проф. І. В. Багрової. – Київ, Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.
10. Передрій О.С. Міжнародні економічні відносини: [навч. посібник] / О. С. Передрій. – Ужгород, 2005. – 224 с.
  11. Шталь Т. В. Наукові підходи до визначення поняття зовнішньоекономічна діяльність підприємства / Т. В. Шталь, Ж. С. Зосимова // Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2013. – Т. 18. – Вип. 1/1. – С. 134–136.
  12. Венцель В. Т. Зовнішньоекономічна діяльність: підходи до розуміння в довідковій та нормативно-правовій літературі / В. Т. Венцель // Вісник ЖДТУ. – 2011. – № 1. – С. 43–45.
  13. Вороніна А.В., Ніколаєва К.М. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності України / Ніколаєва К.М., Вороніна А.В. // «Молодий вчений». - № 1 (16) , 2015 р. – С.66- 69.
  14. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / І.В. Багрова та ін.; за ред. д-ра екон. наук, проф. І.В. Багрової. – К., ЦНЛ, 2004. – 580 с.
  15. Сойма С.Ю. Зовнішньоекономічна діяльність регіону в умовах ринкової трансформації: дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук: 08.00.05: захищена 25.10.11. – Ужгород, 2011. – 22 с.
  16. Ходорович О.С. Розвиток зовнішньоекономічних операцій та шляхи її удосконалення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/25\\_WP\\_2010/Economics/71141.doc.htm](http://www.rusnauka.com/25_WP_2010/Economics/71141.doc.htm)
  17. Ковальчук С. В. Роль цифрового маркетингу в активізації міжнародної бізнес-діяльності підприємств / С. В. Ковальчук, О. М. Ковінько, І. В. Лісовський // Маркетинг і цифрові технології. - 2018. - Т. 2, № 1. - С. 55-73.
  18. Васьків М. С. Системність підготовки фахівців-міжнародників у різних сферах діяльності як нагальна вимога сучасності [Електронний ресурс] / М. С. Васьків // Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. - 2019. - Вип. 4. - С. 201-212. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/irtpa\\_2019\\_4\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/irtpa_2019_4_18)

19. Когут У. І. Антикризове управління витратами підприємства в умовах міжнародної економічної діяльності / У. І. Когут, Н. І. Горбаль, Р. Б. Вільгуцька // Наукові записки [Української академії друкарства]. - 2017. - № 2. - С. 197–206.
20. Боярчук А. І. Напрями поліпшення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства як основа організації міжнародної торгівлі / А. І. Боярчук // Причорноморські економічні студії. - 2018. - Вип. 34. - С. 16-19. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses\\_2018\\_34\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_34_5)
21. Рубан Т. С. Еволюція інституту посередництва у світовій економіці [Електронний ресурс] / Т. С. Рубан // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2017. - Вип. 5(1). - С. 36-42.
22. Гарматій О. В. Інформаційне забезпечення міжнародної діяльності: роль і значення інформаційних агентств [Електронний ресурс] / О. В. Гарматій // Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. - 2018. - Вип. 1. - С. 253-264. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/irtpa\\_2018\\_1\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/irtpa_2018_1_26)
23. Бестужева С. В. Методичні засади оцінки ефективності державного регулювання міжнародної економічної діяльності підприємств [Електронний ресурс] / С. В. Бестужева // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. - 2017. - Вип. 23(1). - С. 32-36. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu\\_eim\\_2017\\_23\(1\)\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_23(1)_9)
24. Бутенко Д. С. Рівень розвитку підприємницької діяльності в Україні на засадах оцінки міжнародного підприємництва [Електронний ресурс] / Д. С. Бутенко // Молодий вчений. - 2018. - № 1(2). - С. 850-853. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2018\\_1\(2\)\\_69](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_1(2)_69)
25. Гетьман Л. Г. Бізнес-середовище міжнародної економічної діяльності на сучасному етапі [Електронний ресурс] / Л. Г. Гетьман. // Ефективна економіка. - 2017. - № 1. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2017\\_1\\_32](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2017_1_32)
26. Ковінько О. М. Науково-практичні підходи до управління маркетинговими

- витратами в міжнародній діяльності підприємств [Електронний ресурс] / О. М. Ковінько, Л. П. Середницька // Причорноморські економічні студії. - 2019. - Вип. 39(1). - С. 89-93. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses\\_2019\\_39\(1\)\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2019_39(1)_19)
27. Кудрявцева О. В. Управління талановитими співробітниками в умовах міжнародної діяльності [Електронний ресурс] / О. В. Кудрявцева // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. - 2019. - № 1. - С. 79-89. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirpr\\_2019\\_1\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirpr_2019_1_10)
28. Мельник А. О. Бізнес-середовище міжнародної економічної діяльності на сучасному етапі [Електронний ресурс] / А. О. Мельник, Н. В. Власюк // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука" . - 2017. - № 3(2). - С. 115-119. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj\\_2017\\_3\(2\)\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2017_3(2)_28)
29. Олійник О. В. Соціальна відповідальність міжнародного бізнесу як стратегія діяльності підприємств України: європейський досвід [Електронний ресурс] / О. В. Олійник, В. В. Ксендзук // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. - 2017. - Вип. 3. - С. 104-110. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ptmbo\\_2017\\_3\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ptmbo_2017_3_17)
30. Осадчук А. І. Обґрунтування стратегії забезпечення міжнародної конкурентоспроможності в сфері експортної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / А. І. Осадчук // Управління розвитком. - 2015. - № 2. - С. 101-106. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz\\_2015\\_2\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2015_2_19)
31. Турчак В. В. Формування стратегії міжнародної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / В. В. Турчак // Молодий вчений. - 2017. - № 3. - С. 863-866. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2017\\_3\\_199](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_3_199)
32. Удод Н. М. Особливості торговельної діяльності міжнародних компаній [Електронний ресурс] / Н. М. Удод // Формування ринкових відносин в Україні. - 2015. - № 10. - С. 39-42. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu\\_2015\\_10\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2015_10_12)
33. International Card Manufacturers Association.[Електронний ресурс] - Режим



доступу до ресурсу: <https://icma.com>.

34. 2018 Global Personalization & Fulfillment Market Statistics Report [Электронный ресурс] // International Card Manufacturers Association. – Режим доступа до ресурсу: <http://icma.com/wp-content/uploads/2019/01/2018-global-pf-market-statistics-report.pdf>.
35. 2019 Card Industry Statistics and Trends Highlights [Электронный ресурс] // International Card Manufacturers Association. – Режим доступа до ресурсу: <https://icma.com/2019-card-industry-statistics-and-trends-highlights/>

# ДОДАТКИ

## Додаток А

**Консолідований Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ «Plastic Card»  
за період 31.12.2014– 31.12.2019 рр.**

Актив	Код рядка	На	На	На	На	На	На
		31.12. 2014	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019
тис.грн.							
<b>I. Необоротні активи</b>							
Незавершені капітальні інвестиції	<b>1005</b>						
Основні засоби	<b>1010</b>	28872	27960	22152	20316	27516	27036
первісна вартість	<b>1011</b>	37032	37200	37416	37020	43416	43212
знос	<b>1012</b>	8160	9240	15264	16704	15900	16176
Довгострокові біологічні активи	<b>1020</b>						
Довгострокові фінансові інвестиції	<b>1030</b>	18480	20892	19320	14460	16092	16116
Інші необоротні активи	<b>1090</b>	8652	9624	9540	8160	7968	6660
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	56004	58476	51012	42936	51576	49812
<b>II. Оборотні активи</b>							
Запаси	<b>1100</b>	3516	3624	3720	3504	3324	2748
у тому числі готова продукція	<b>1103</b>	1440	1668	1704	1632	1536	1296
Поточні біологічні активи	<b>1110</b>						
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	<b>1125</b>	1176	1260	1236	972	1272	1368
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	<b>1135</b>	4608	5184	8220	7536	10008	4380
у тому числі з податку на прибуток	<b>1136</b>						
Інша поточна дебіторська заборгованість	<b>1155</b>	8736	10512	17964	32064	15732	17856
Поточні фінансові інвестиції	<b>1160</b>						
Гроші та їх еквіваленти	<b>1165</b>	9168	10248	8904	7524	6336	4908
Витрати майбутніх періодів	<b>1170</b>	1248	1428	1224	1404	1128	984
Інші оборотні активи	<b>1190</b>	4656	4704	4740	4572	4500	4236
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	33108	36960	46008	57576	42300	36480
<b>III. Необоротні активи та групи вибуття</b>	<b>1200</b>						
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	89112	95436	97020	100512	93876	86292



## Продовження Додатку А

Пасив	Код рядка	На 31.12.	На 31.12.	На 31.12.	На 31.12.	На 31.12.
		2015	2016	2017	2018	2019
<b>I. Власний капітал</b>						
Зареєстрований капітал	<b>1400</b>	28668	28668	29436	28716	28716
Додатковий капітал	<b>1410</b>					
Резервний капітал	<b>1415</b>	10212	10212	10380	8976	8820
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	<b>1420</b>	4248	4476	4464	4428	3684
Неоплачений капітал	<b>1425</b>					
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	43128	43356	44280	42120	41220
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>						
<b>1595</b>	<b>1595</b>	30012	25704	28092	28104	23256
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>						
Короткострокові кредити банків	<b>1600</b>	7092	5616	5052	3708	2916
Поточна кредиторська заборгованість за:						
довгостроковими зобов'язаннями	<b>1610</b>	6672	11508	8076	1572	1548
товари, роботи, послуги	<b>1615</b>	1716	2268	2964	5592	5316
розрахунками з бюджетом	<b>1620</b>	2148	1692	1884	1548	1416
у тому числі з податку на прибуток	<b>1621</b>					
розрахунками зі страхування	<b>1625</b>	432	732	1056	1212	1104
розрахунками з оплати праці	<b>1630</b>	1212	2004	2748	3768	3588
Доходи майбутніх періодів	<b>1665</b>	1320	2808	4356	3036	2856
Інші поточні зобов'язання	<b>1690</b>	1704	1332	2004	3216	3072
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	22296	27960	28140	23652	21816
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>						
<b>1700</b>	<b>1700</b>					
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	95436	97020	100512	93876	86292

Закінчення додатку А

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
ТОВ «Plastic Card» за 2014-2019 рр.**

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

тис. грн

Стаття	Код рядка	2015	2016	2017	2018	2019
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	<b>2000</b>	321612	343272	343692	323028	296244
Інші операційні доходи	<b>2120</b>	130188	140748	142896	62556	54516
Інші доходи	<b>2240</b>					
<b>Разом доходи (2000+2120+2240)</b>	<b>2280</b>	451800	484020	486588	385584	350760
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	<b>2050</b>	180828	186168	187608	188172	191808
Інші операційні витрати	2180	126996	144468	140304	69192	71532
Інші витрати	<b>2270</b>	23400	25524	23700	27336	28344
<b>Разом витрати (20150+2180+2270)</b>	<b>2285</b>	331224	356160	351612	284700	291684
Фінансовий результат до оподаткування (2280-2285)	<b>2290</b>	120576	127860	134976	100884	59076
Податок на прибуток	<b>2300</b>	25320	29412	28344	19164	10632
<b>Чистий прибуток (збиток) (2290-2300)</b>	<b>2350</b>	95256	98448	106632	81720	48444