

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
Навчально-науковий інститут економіки і менеджменту
Кафедра менеджменту і міжнародного підприємництва

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Тема:

«Особливості управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм»

«Peculiarities of cost management in the food trade sector under conditions of intensifying cooperation with China»

Студента Даніеля КОЧЕРГІНА групи ЕВ-42

Керівник роботи д-р філософії, ст. викл. кафедри ММП Мар'яна ТОМИЧ
« ____ » _____ 2025р.

Завідувач кафедри ММП _____ к.е.н., проф. Ліана ЧЕРНОБАЙ
« ____ » _____ 2025р.

Рецензент _____
« ____ » _____ 2025р.

Львів – 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
 Навчально-науковий інститут економіки і менеджменту
 Кафедра менеджменту і міжнародного підприємництва
 Спеціальність «Міжнародні економічні відносини»
 Освітня програма «Міжнародні економічні відносини»

Завідувач кафедри ММП

ЗАТВЕРДЖУЮ
 проф. Ліана ЧЕРНОБАЙ
 «___» _____ 2025 р.

ЗАВДАННЯ
 на бакалаврську кваліфікаційну роботу
 студентів Кочергіну Даніелю

1. Тема роботи: «Особливості управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм» («Peculiarities of cost management in the food trade sector under conditions of intensifying cooperation with China»)

затверджена наказом університету від «___» _____ 2025р. № _____

2. Термін здачі студентом завершеної роботи _____

3. Вихідні дані до роботи: наукові статті, підручники, монографії, законодавство, звітність та дані статистики.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які належить розробити): 1. ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА. 1.1. Управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами: сутність та особливості в умовах активізації співпраці із Китаєм. 1.2. Законодавчі засади особливостей управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм. 2. АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА. 2.1. Аналізування стану міжнародних економічних відносин Китаю і України та їхніх торговельних підприємств. 2.2. Аналізування можливостей України та її торговельних компаній у розвитку міжнародних економічних відносин з Китаєм. 2.3. Аналізування результатів діяльності ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» та можливостей удосконалення управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм. РЕКОМЕНДАЦІЙНА ЧАСТИНА. 3.1. Прогнозування розвитку МEB України та Китаю і основних показників ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ». 3.2. Обґрунтування заходів щодо особливостей управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм.

5. Перелік графічного матеріалу: 1. Теоретичні засади та законодавча база щодо управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм. 2. Характеризування двосторонньої торгівлі між Китаєм та Україною. 3. Заходи щодо покращення торговельно-економічної співпраці між Україною та Китаєм. 4. Характеризування діяльності ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» за січень-квітень 2025 р. 5. Динаміка показників фінансово-економічного стану ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» за січень-квітень 2025р. 6. Прогнозування основних показників діяльності ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» на травень-червень 2025р. 7. Структурно-логічна схема рівнів інфляції в Китаї та Україні. 8. Особливості управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм та пропозиції щодо їх покращення.

Дата видавання завдання «___» _____ 2025р.

Керівник роботи _____
 (підпис)

Завдання прийняв до виконання _____
 (підпис студента)

Календарний план

№ з/п	Етапи роботи	Термін виконання	Примітка
1.	Огляд літератури з питань управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами	19.05.2025-22.05.2025р.	виконано
2.	Оцінювання нормативно-правової бази	23.05.2025-25.05.2025р.	виконано
3.	Аналізування, прогнозування та обґрунтування рекомендацій за темою	26.05.2025-05.06.2025р.	виконано
4.	Оформлення пояснювальної записки та ілюстративного матеріалу	07.06.2025-09.06.2025р.	виконано

Студент _____

Керівник роботи _____

АНОТАЦІЯ

В бакалаврській роботі розглянуто теоретичні засади та законодавчу базу щодо управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм. Висвітлено аналізування міжнародних економічних відносин Китаю та України у сфері торгівлі харчовими продуктами та прогнозування розвитку міжнародних відносин України та Китаю. Розроблено пропозиції з удосконалення управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм.

ANNOTATION

The bachelor's thesis examines the theoretical foundations and legislative framework for cost management in the food trade sector in the context of intensified cooperation with China. It highlights the analysis of international economic relations between China and Ukraine in the field of food trade and forecasts the development of international relations between Ukraine and China. It develops proposals for improving cost management in the field of food trade in the context of intensified cooperation with China.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ЗАКОНОДАВЧА БАЗА ЩОДО УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ ХАРЧОВИМИ ПРОДУКТАМИ В УМОВАХ АКТИВІЗАЦІЇ СПІВПРАЦІ ІЗ КИТАЄМ.....	8
1.1. Управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами: сутність та особливості в умовах активізації співпраці із Китаєм.....	8
1.2. Законодавчі засади особливостей управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм.....	13
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА. АНАЛІЗУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН КИТАЮ ТА УКРАЇНИ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ ХАРЧОВИМИ ПРОДУКТАМИ.....	16
2.1. Аналізування стану міжнародних економічних відносин Китаю і України та їхніх торгівельних підприємств.....	16
2.2. Аналізування можливостей України та її торгівельних компаній у розвитку міжнародних економічних відносин з Китаєм.....	19
2.3. Аналізування результатів діяльності ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» та можливостей удосконалення управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм.....	22
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЙНА ЧАСТИНА. ПРОГНОЗУВАННЯ ТА РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ З УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ ХАРЧОВИМИ ПРОДУКТАМИ В УМОВАХ АКТИВІЗАЦІЇ СПІВПРАЦІ ІЗ КИТАЄМ.....	29
3.1. Прогнозування розвитку МEB України та Китаю і основних показників ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ».....	29

3.2. Обґрунтування заходів щодо особливостей управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із

Китаєм.....	33
ВИСНОВКИ.....	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	43
ДОДАТКИ.....	47

ВСТУП

Витрати виступають вагомим критерієм ефективності роботи та, одночасно, вагомим індикатором вибору раціональних рішень в процесі керівництва усіма аспектами діяльності компанії. Формування ефективної системи управління затратами, яка направлена на зростання прибутковості діяльності компанії та забезпечення її конкурентоспроможності на ринку, в сучасних умовах швидких змін та умов зовнішнього середовища грає вирішальну роль та виступає важливим фактором виживання та розвитку в конкурентній боротьбі.

В таких умовах управління витратами підприємства сфери торгівлі харчовими продуктами – це не просто технічна функція, а стратегічний інструмент для досягнення цілей підприємства. Його ефективність визначає фінансову стабільність, конкурентоспроможність та здатність розвиватися в ринкових умовах. Ретельне планування, гнучка система мотивування та контролю, аналітична база та прагнення до постійного вдосконалення є основою успішного управління витратами в будь-якій сфері діяльності.

Метою бакалаврської роботи виступає удосконалення управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм.

За такої мети завданнями роботи виступають:

- управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами: сутність та особливості в умовах активізації співпраці із Китаєм;
- законодавчі засади особливостей управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм;
- аналізування стану міжнародних економічних відносин Китаю і України та їхніх торгівельних підприємств;
- аналізування можливостей України та її торгівельних компаній у розвитку міжнародних економічних відносин з Китаєм;

- аналізуванню можливостей удосконалення управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм;
- прогнозування розвитку МЕН України та Китаю і основних показників ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ»;
- обґрунтування заходів щодо особливостей управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм.

В бакалаврській роботі розглянуто теоретичні засади та законодавчу базу щодо управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм в першому розділі. У другому розділі висвітлено аналізування міжнародних економічних відносин Китаю та України у сфері торгівлі харчовими продуктами та прогнозування розвитку міжнародних відносин України та Китаю. У третьому розділі розроблено пропозиції з удосконалення управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм.

Предметом дослідження були особливості управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм.

Об'єктом дослідження - ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ», яке працює у сфері інформаційних технологій та торгівлі товарами широкого асортименту, поєднуючи надання професійних послуг програмування, технічну підтримку комп'ютерної інфраструктури, консалтинг у сфері інформатизації та продаж товарів народного споживання.

Інформаційними засадами дослідження виступали наукові статті, підручники, монографії, законодавство, звітність та дані статистики.

Серед методів дослідження використовувались методи: порівняння, синтезу та аналізу, систематизації та узагальнення, системного та стратегічного підходів.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ЗАКОНОДАВЧА БАЗА ЩОДО УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ ХАРЧОВИМИ ПРОДУКТАМИ В УМОВАХ АКТИВІЗАЦІЇ СПІВПРАЦІ ІЗ КИТАЄМ

1.1. Управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами: сутність та особливості в умовах активізації співпраці із Китаєм

Згідно з управлінським обліком витрати визначають як вартість різноманітних видів ресурсів, які споживаються для визначених цілей задля забезпечення функціонування та розвитку підприємства (Кузьмін, Мельник та Когут, 2014, с. 10).

Головний результат діяльності компанії - це прибуток, що виступає основою та джерелом засобів для її майбутнього розвитку. Збільшити прибуток можна, нарощуючи обсяги діяльності або ціни на продукцію. Проте це не завжди доцільно та можливо. За таких обставин збільшення фінансового результату напряду пов'язано зі зниженням затрат (Богущька та Брюховецький, 2018); (Гоголь, 2014); (Гавриленко, 2018).

Проблематику ефективного управління витратами вивчали вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема: (Голов, 2004); (Грещак та Коцюба, 2002) (Гюнтер, 2000); (Кіндрат, 2017); (Кузьмін, Дідик, Когут та Мельник, 2009); (Лень, 2003); (Орлов, 2002); (Петрович та Захарчин, 2004); (Столяр, 2018); (Цал-Цалко, 2002); (Шандова, 2003); (Шевчук, 2020); (Ясінська та Подольчак, 2012); (Покропивний, 2000) та інші. В працях згаданих авторів розглядається сутність та значення управління затратами як складової загальної системи управління підприємством, теоретико-методичні та практичні проблеми ефективного організування системи управління витратами, наводяться різноманітні підходи щодо класифікації витрат, їх аналізування витрат тощо.

Управління витратами – це процес цілеспрямованого впливу на обсяг, структуру та динаміку витрат підприємства з метою досягнення оптимального співвідношення між

витратами та результатами діяльності. Цей процес включає планування, облік, аналіз, контроль, регулювання та оптимізацію витрат.

Основними завданнями управління витратами виступають:

- забезпечення ефективного використання ресурсів;
- мінімізація надлишкових або неефективних витрат;
- формування обґрунтованої собівартості продукції, робіт чи послуг;
- підвищення прибутковості підприємства;
- створення передумов для стратегічного розвитку.

Управління витратами охоплює всі сфери діяльності підприємства – виробничу, збутову, адміністративну, логістичну, інвестиційну тощо. Воно передбачає взаємозв'язок між витратами та іншими управлінськими процесами, такими як ціноутворення, управління якістю, бюджетування, стратегічне планування.

Згідно із процесійним (функціональним) підходом, управління витратами реалізується шляхом відповідних послідовних, логічно пов'язаних п'яти етапів (рис. 1.1) (Кузьмін, Мельник та Когут, 2014).



Рис. 1.1. Процес управління витратами на підприємстві

Ефективне управління витратами вимагає постійного моніторингу та швидкого реагування на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Зміни в технологіях, на ринку, в законодавстві або в поведінці споживачів можуть вимагати перегляду політики витрат компанії. Управління витратами базується на систематичному аналізі витрат: їх складу, структури, джерел походження, рівня ефективності тощо. Для цього

використовуються методи фінансового, економічного та управлінського аналізу, такі як АВС-аналіз, аналіз точки беззбитковості, аналіз маржі тощо.

Головною метою управління витратами є досягнення максимальної економічної ефективності. Тобто не просто зниження витрат, а забезпечення їх оптимального рівня при збереженні або підвищенні якості продукції, продуктивності праці та задоволенні потреб споживачів .

Специфіка управління витратами значною мірою залежить від галузі, виду продукції, організаційно-правової форми підприємства, розміру бізнесу, географії постачання та збуту. Наприклад, у торгівлі значна частина витрат припадає на закупівлі та логістику, а у виробництві - витрати на сировину, матеріали, енергоносії, робочу силу.

Цифровізація управління витратами дозволяє автоматизувати бухгалтерський облік, спростити аналіз, оперативно виявляти відхилення та приймати обґрунтовані управлінські рішення. ERP-системи, бухгалтерські програми, системи управлінського обліку стають невід'ємною частиною сучасного підходу до контролю витрат.

Управління витратами є ключовим елементом ефективного функціонування підприємств у секторі торгівлі харчовими продуктами. Цей процес включає планування, організування, мотивування, контроль, аналіз та оптимізацію витрат з метою забезпечення прибутковості, конкурентоспроможності та сталого розвитку бізнесу. У контексті торгівлі харчовими продуктами особливу увагу слід приділяти таким аспектам, як швидкоплинний характер продукції, сезонність попиту, вимоги до якості та безпеки, а також коливання закупівельних цін (Лагодієнко, Ніколюк та Савченко, 2025); (Височин та Дідківський, 2025); (Хоменко та Циган, 2025).

Умовно витрати можна розділити на:

Постійні витрати - оренда приміщень, заробітна плата адміністративного персоналу, амортизація обладнання.

Змінні витрати - вартість придбання товарів, транспортні витрати, комунальні послуги, витрати на упаковку.

Прямі витрати - ті, що безпосередньо пов'язані зі збутом продукції, наприклад, вартість придбання товарів.

Непрямі витрати - витрати на охорону, бухгалтерські послуги, рекламу тощо.

Розуміння структури витрат дозволяє краще планувати їх обсяг та контролювати ефективність використання ресурсів. Важливо вибирати надійних постачальників, які забезпечують стабільну якість за прийнятною ціною. Можливе укладання довгострокових контрактів або участь у закупівельних асоціаціях для зниження цін через великі обсяги.

У сфері торгівлі продуктами харчування значну частку витрат можуть становити втрати через псування, неправильне зберігання або логістичні проблеми. Раціональна організація складського господарства, впровадження систем контролю термінів придатності (наприклад, з використанням цифрових технологій) дозволяє зменшити такі втрати. Впровадження систем бухгалтерського обліку дозволяє швидко відстежувати рух товарів, залишки, обсяги продажів та формувати звіти про витрати. Це спрощує процес прийняття управлінських рішень.

Однією з ключових статей витрат є заробітна плата. Оптимізація чисельності персоналу, гнучкий графік роботи, система мотивації, орієнтована на продуктивність, дозволяють підвищити ефективність діяльності без збільшення витрат.

Витрати на просування повинні бути ефективними. Важливо аналізувати віддачу від рекламних кампаній, уникати зайвих витрат на неефективні канали комунікації та концентрувати ресурси на тих, що дають найбільший результат.

Сектор торгівлі продуктами харчування вразливий до впливу зовнішніх факторів: коливань обмінного курсу, зміни цін на енергоносії, логістичних обмежень тощо. Тому доцільно запроваджувати гнучкі механізми бюджетування, проводити сценарний аналіз та формувати резерви на непередбачені витрати (Білоусько та Головка, 2025); (Катюк, 2025).

Управління витратами в секторі торгівлі продуктами харчування – це багатогранний процес, який вимагає системного підходу, чіткого обліку, регулярного

аналізу та постійного вдосконалення. Ефективне управління витратами сприяє підвищенню прибутковості, зміцненню ринкових позицій та забезпеченню довгострокового успіху підприємства.

Активізація торговельно-економічного співробітництва з Китаєм відкриває нові можливості для підприємств, що займаються торгівлею продуктами харчування, але водночас створює нові виклики в управлінні витратами. У цих умовах особливо важливо забезпечити гнучке та ефективне управління витратами з урахуванням зовнішньоекономічних факторів.

Основними напрямками оптимізації витрат є логістика та митне оформлення, оскільки співпраця з Китаєм передбачає великі транспортні відстані, складну логістику та необхідність дотримання міжнародних вимог до якості та безпеки харчових продуктів. Раціональне планування поставок, вибір вигідних умов доставки (наприклад, контейнерні перевезення) та оптимізація обсягів замовлень дозволяють знизити собівартість продукції.

Важливо також враховувати валютні ризики та коливання митних тарифів, які можуть суттєво впливати на загальний рівень витрат. Для цього підприємствам слід використовувати прогнозування, сценарне планування та впроваджувати механізми фінансового захисту (наприклад, хеджування валютних ризиків).

Крім того, співпраця з Китаєм вимагає адаптації асортименту, інвестицій у сертифікацію продукції, маркетинг та створення нових каналів збуту, що також створює додаткове навантаження на витрати. У цьому зв'язку особливої актуальності набувають впровадження сучасних систем бухгалтерського обліку та аналізу витрат, автоматизація управлінських процесів та підвищення ефективності внутрішньої логістики (Анохіна та Пономарьова, 2017); (Атаманчук та Присянюк, 2023).

Таким чином, у контексті поглиблення співпраці з Китаєм, управління витратами у секторі торгівлі харчовими продуктами має базуватися на стратегічному баченні, гнучкості у прийнятті рішень, міжнародній орієнтації та активному використанні цифрових технологій.

1.2. Законодавчі засади особливостей управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм

Управління витратами у секторі торгівлі харчовими продуктами в контексті розширення зовнішньоекономічного співробітництва, зокрема з Китаєм, має здійснюватися з урахуванням чинних норм національного та міжнародного законодавства. Відповідна правова база забезпечує прозорість операцій, мінімізацію ризиків, ефективне митне регулювання та дотримання вимог безпеки продукції.

Імпортні операції з Китаю регулюються Митним кодексом України, який визначає порядок митного оформлення, стягнення імпортного мита, ПДВ та інших платежів. Витрати на логістику, страхування та оформлення документів включаються до митної вартості продукції, що безпосередньо впливає на загальні витрати підприємства [29].

Податковий кодекс України також має значення, особливо щодо податкового кредиту з ПДВ, оподаткування прибутку підприємств, витрат на ведення зовнішньоекономічної діяльності тощо. Знання податкових пільг або спеціальних умов для імпортерів певних видів продукції може позитивно вплинути на структуру витрат[32].

Підприємства торгівлі харчовими продуктами зобов'язані дотримуватися положень Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпеки та якості харчових продуктів», який визначає, що обов'язковим є дотримання вимог безпеки. Це включає витрати на лабораторні дослідження, сертифікацію, державну реєстрацію потужностей, маркування відповідно до українських стандартів [19].

Угода між Урядом України і Урядом Китайської Народної Республіки про торговельно-економічне співробітництво є ключовим міжнародним документом, що визначає правову базу для розвитку двосторонніх економічних відносин між двома державами. Ця угода спрямована на створення сприятливих умов для розширення торгівлі, інвестиційної діяльності, технічного обміну та розвитку економічного партнерства загалом [37].

Закон України «Про міжнародні договори України» визначає порядок укладання, виконання, денонсації та обліку міжнародних договорів, учасницею яких є Україна. Він регулює процедури підготовки договорів, повноваження органів державної влади щодо їх підписання, затвердження та виконання, а також надає міжнародним договорам, ратифікованим Верховною Радою, пріоритет над національним законодавством. У контексті співробітництва з Китаєм цей закон забезпечує легітимність договорів між країнами, зокрема у сфері торговельно-економічного партнерства [18].

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» забезпечує правову основу для міжнародної торгівлі, включаючи механізми державного регулювання, митно-тарифної політики, ліцензування, антидемпінгові заходи тощо. У рамках цього закону підприємства мають право самостійно виходити на міжнародні ринки, зокрема китайський, з дотриманням відповідних процедур [17].

Харчова продукція, в тому числі з Китаю, повинна відповідати українським технічним регламентам, зокрема у сфері якості, маркування, упаковки тощо. Регулювання здійснюється відповідно до норм Закону України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності». Це означає додаткові витрати на переклад, адаптацію маркування, технічний контроль та дотримання стандартів [21].

Господарський кодекс України формує загальні правові принципи підприємницької діяльності, укладання зовнішньоекономічних контрактів, права та обов'язки сторін, відповідальність за невиконання умов контрактів тощо. Саме на його положеннях базується структура витрат, пов'язаних з господарською діяльністю, у тому числі під час роботи з іноземними партнерами [11].

Цивільний кодекс України є важливим інструментом правового регулювання господарських відносин та створення правової бази для ефективного управління витратами в рамках господарської діяльності [40].

Закон України «Про Антимонопольний комітет» регулює контроль за концентрацією підприємств, яка полягає у злитті компаній або придбанні одного підприємства іншим. Він встановлює правила антимонопольного контролю за злиттями,

поглинаннями або іншими формами концентрації з метою запобігання утворенню монополій або створенню ситуацій, які можуть призвести до обмеження конкуренції [14].

Закон України «Про рекламу» забезпечує правову основу для прозорої, надійної та відповідальної рекламної діяльності, що є важливим елементом ринкового середовища та захисту інтересів споживачів [20].

Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» визначає правила обліку витрат, їх класифікації, документального підтвердження та відображення у фінансовій звітності. Для підприємств, що працюють з Китаєм, важливо точно фіксувати витрати на логістику, митні платежі, страхування, оплату сертифікації тощо [15].

Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» сприяє створенню справедливого та відкритого бізнес-середовища, де всі учасники ринку мають рівні умови для розвитку та ведення діяльності [16].

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА. АНАЛІЗУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН КИТАЮ ТА УКРАЇНИ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ ХАРЧОВИМИ ПРОДУКТАМИ

2.1. Аналізування стану міжнародних економічних відносин Китаю і України та їхніх торгівельних підприємств

Політичні обставини між Україною та Китаєм обумовлюють торговельно-економічну співпрацю для обох країн. Ступінь привабливості економіки для інвестування, виконання спільних контрактів та угод, ділова співпраця на міждержавному рівні виступають тими чинниками, що впливають на стан відносин.

Партнерство з Китаєм набуває важливого значення для української економіки, особливо в контексті економічної нестабільності, військових конфліктів, втрати конкурентоспроможності певних сфер діяльності у порівнянні з такими ж галузями європейських країн, складності трансформації у глобальну економічну систему. Україні потрібні великі зовнішні інвестиції з метою модернізування промисловості та АПК, розвитку інноваційних технологій та послуг, оновлення транспортно-логістичної системи тощо. Китай може стати інвестором за певних умов.

Згідно з інформацією НБУ, за 2023р. в українську економіку було залучено понад 135 млн.дол. США прямих інвестицій з Китаю. Найбільші інвестування здійснено в промисловість, сільське господарство, науково-технічну діяльність, оптову та роздрібну торгівлю, операції з нерухомим майном, транспортну галузь, поштову та кур'єрську діяльність, складське господарство [36].

Аналізуючи стан та розвиток МЕВ між Китаєм та Україною, доцільно навести дані щодо двосторонньої торгівлі. За півріччя 2024 р. товарообіг між Китаєм та Україною становив 8 млрд.дол. США та збільшився на 25,6%. В той час як експорт зменшився на

3,9% та становив 1,6 млрд.дол. США а імпорт збільшився на 36,2% та становив 6,4 млрд.дол. США. Негативне сальдо для України склало 4,83 млрд.дол. [36].

У 2023 р. товарообіг складав 12,8 млрд.дол. США (+15,3%). Експорт товарів до Китаю з України складав 2,4 млрд.дол. (-2,5%). Імпорт товарів з Китаю до України складав 10,4 млрд.дол. (+20,4%). Сальдо було негативним для України та складало 8,4 млрд.дол. На рис. 2.1 наведемо динаміку експортно-імпортних операцій та результатів торгівлі товарами між Китаєм та Україною за 2019-2024рр. [36].

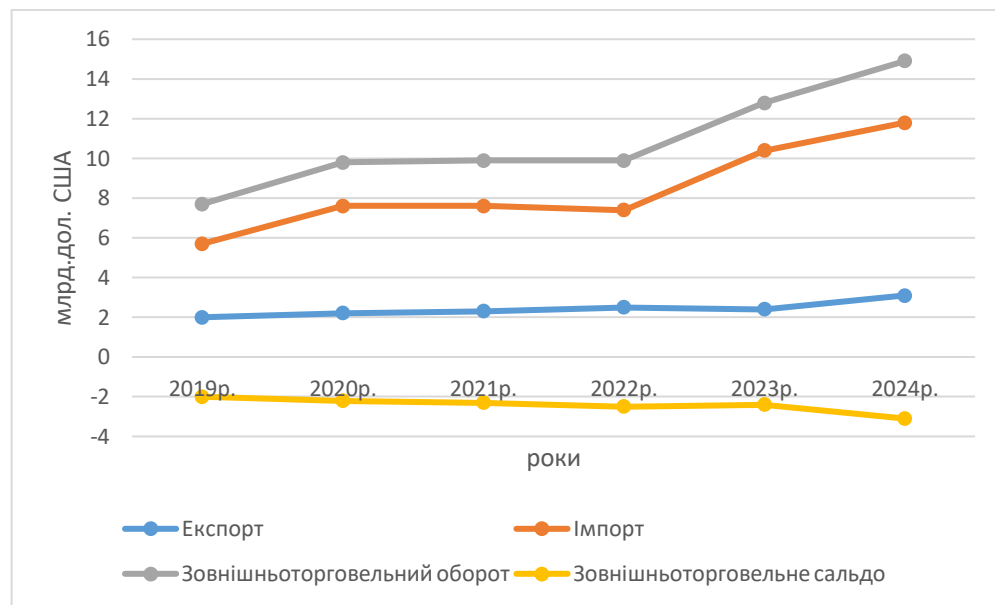


Рис. 2.1. Динаміка експортно-імпортних операцій та результатів торгівлі товарами між Китаєм та Україною за 2019-2024рр.

Загалом обсяг торгівлі між Китаєм та Україною за 2019-2024рр. зростав (рис. 2.1), як і імпорт з Китаю. Динаміка імпорту та торговельного обороту була майже ідентичною, проте експорт з України до Китаю мав іншу тенденцію і сальдо торгівлі було більш схожим до українського експорту.

Окрім динаміки торгівлі, важливим показником, що характеризує якість експортної продукції, рівень її доданої вартості та технологічності є структура торгівлі, її товарна структура зокрема. На рис. 2.2 наведено структуру експорту української продукції до Китаю за 2023р.



Рис. 2.2. Структура експорту української продукції до Китаю за 2023р.

У структурі експорту української продукції до Китаю переважала продукція АПК, продукти харчування становили 20%, а зернові культури – 27%.

Серед українського імпорту з Китаю:

- електричні машини;
- наземний транспорт;
- пластмаси, полімерні матеріали, іграшки;
- чорні метали і вироби з них;
- хімічна продукція.

Внаслідок підписання Україною Плану дій щодо Ініціативи «Один пояс, один шлях» інвестори звертають увагу на інфраструктуру, енергетику та фінанси в Україні. Проте китайські інвестиції є невеликими. «Один пояс, один шлях» – це ініціатива Китаю, яка направлена на покращення економічної співпраці між Китаєм та іншими євразійськими країнами. Однак, в даному проекті можуть бути деякі перспективи і для України. З однієї сторони, Україна може виступати місцем транзиту для продукції, що курсує між Європою та Китаєм через важливі транспортні шляхи. Це також може сприяти зростанню економічного потенціалу України та покращенню транспортної інфраструктури. Тобто Україна може розширити економічне співробітництво та

інвестиційну співпрацю з Китаєм. Це посилить економічні зв'язки країн та сформує нові можливості для вітчизняних підприємств. В таких умовах важливим є аналізування рівнів інфляції в обох країнах, які впливають на результати інвестування, обумовлюють купівельну спроможність та розвиток торгівлі (Гловацька, 2018). На рис. 2.3 наведено динаміку інфляції у Китаї та Україні за 2020-2024рр.

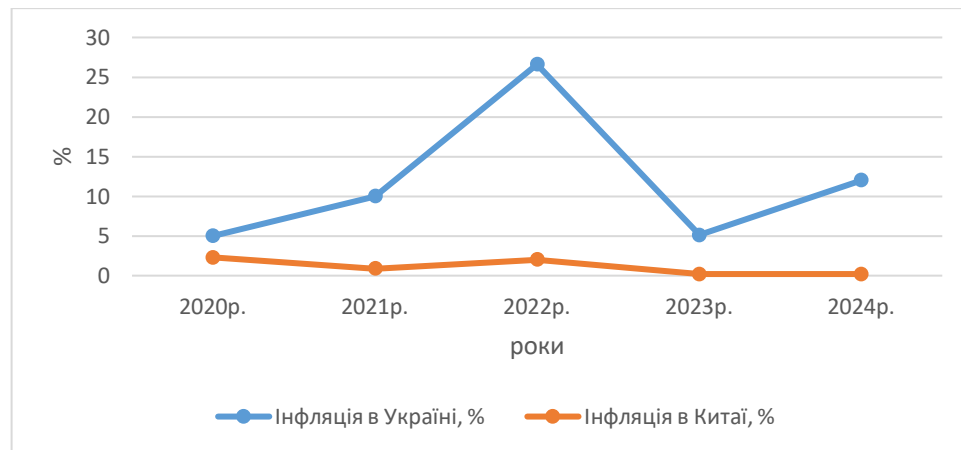


Рис. 2.3. Динаміка інфляції у Китаї та Україні за 2020-2024рр.

Рівень інфляції в Китаї є набагато нижчим, ніж в Україні (рис. 2.3). Це спостерігається протягом усіх років аналізування. Інфляція в Китаї має тенденцію падіння, в той час як в Україні вона зростає у 2024р.

2.2. Аналізування можливостей України та її торговельних компаній у розвитку міжнародних економічних відносин з Китаєм

Відносини між Китаєм та Україною сьогодні носять характер стратегічного партнерства та динамічно розвиваються. Обидві країни здійснюють зусилля, щоб підняти їх на якісно новий ступінь. На нинішній час Китай виступає одним з основних торговельно-економічних партнерів України.

Щодо продуктів харчування, то Україна володіє родючими ґрунтами та сприятливими природньо-кліматичними умовами, які забезпечують виробництво недорогої та високоякісної агропромислової продукції, зокрема, зерно, соняшникову олію, кукурудзу, ріпак, соєві боби та соєву олію і інші продукти харчування, які є конкурентоспроможними на світовому ринку.

Вагому частку експорту до Китаю становлять продукти харчування та руди (див. рис. 2.2). Натомість імпортована продукція з Китаю має високий ступінь доданої вартості, зокрема комп'ютери, смартфони, електричні машини, планшети, побутова техніка, ядерні реактори, котли, хімічна продукція. Транспортні послуги формують найбільшу частку в послугах, що експортуються до Китаю. До України з Китаю імпортуються здебільшого фінансові послуги, які є суттєво дорожчими. Враховуючи це, український імпорт продукції з Китаю перевищує український експорт, що в результаті формує від'ємне зовнішньоторгове сальдо та відтік валюти з України (Атаманчук та Просянюк, 2023).

Війна в Україні, інертність Міністерства закордонних справ України у відношенні до Китаю, політико-економічна нестабільність, корупційні схеми в економіці, рейдерство, несправедливість в українських судах, низький ступінь підтримки іноземних інвесторів з боку держави, суттєве податкове навантаження та часте невиконання українсько-китайських контрактів обумовили негативні тренди у співпраці даних країн.

Важливою є діяльність Підкомісії з торговельно-економічного співробітництва між Україною та Китаєм. Поки що мали місце шість засідань даної Підкомісії з метою формування конкретних заходів щодо сприяння нарощення товарообігу та активізації співпраці із Китаєм, лібералізації торгівлі, диверсифікації торговельної діяльності, визначення проекти для спільного реалізування у сферах АПК, енергетики та енергозбереження, інфраструктури. Заходи щодо покращення торговельно-економічної співпраці між Україною та Китаєм представлено на рис. 2.4.

Україна може виступати місцем для реалізації китайських технологій, здійснення інвестицій, що принесе дохід, а також бути постачальником дешевої робочої сили та сировини. В свою чергу, Китай може допомогти Україні отримати фінансову ресурси, розширити ринок збуту для української продукції, особливо продуктів харчування, що користуються попитом в Китаї. Все це сприятиме пришвидшенню економічного зростання та розвитку.

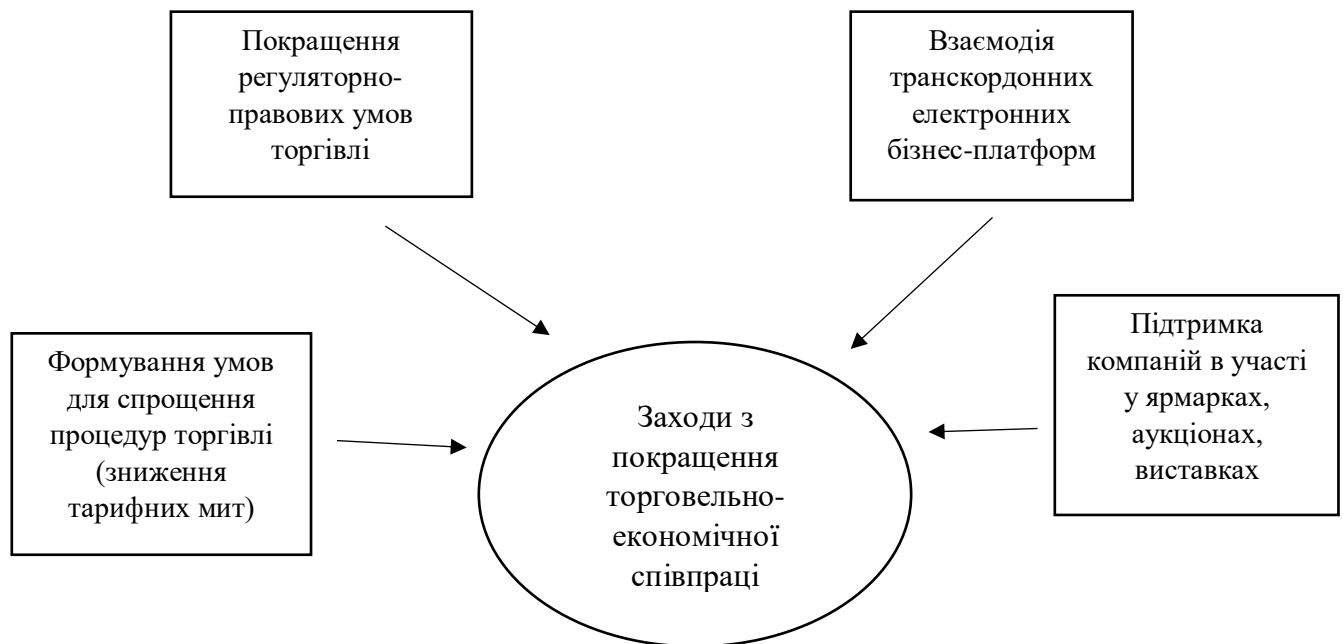


Рис. 2.4. Заходи щодо покращення торговельно-економічної співпраці між Україною та Китаєм

Більш тісне співробітництво в галузі агропромислового комплексу буде ефективним для України. Китайський досвід щодо моделі запуску індустріальних парків та розвитку економіки може бути новим поштовхом для інтенсивного економічного зростання в нашій державі. Обмін досвідом та знаннями між висококваліфікованими українськими та китайськими фахівцями в галузі високих технологій виступає одним з найбільш перспективних і напрямків розвитку українсько-китайських відносин.

Таким чином, усунувши перепони та негативні фактори, що сповільнюють співпрацю та партнерство між Китаєм та Україною, розвиток відносин між обома державами може бути вигідним та ефективним для обох країн.

2.3. Аналізування результатів діяльності ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» та можливостей удосконалення управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм

ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» знаходиться за адресою: м. Львів, вул. І. Вакарчука, буд. 13. Уповноваженою особою Товариства є Мальський М. М. Статутний капітал Товариства становить 500 тис.грн.

ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» працює у сфері інформаційних технологій та торгівлі товарами широкого асортименту, поєднуючи надання професійних послуг програмування, технічну підтримку комп'ютерної інфраструктури, консалтинг у сфері інформатизації та продаж товарів народного споживання. Така багатoproфільна спеціалізація дозволяє компанії ефективно функціонувати в умовах сучасного ринку та задовольняти потреби різних категорій клієнтів.

Одним із ключових напрямків є комп'ютерне програмування, яке включає розробку програмного забезпечення різної складності - від окремих додатків до складних інформаційних систем. ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» зосереджується на індивідуальному підході до клієнта, пропонуючи як типові рішення, так і розробку програмного забезпечення "під ключ" відповідно до специфіки діяльності клієнта [34].

У сфері консультацій з інформатизації компанія надає експертну підтримку в процесі цифрової трансформації підприємств. Консалтингові послуги включають аналіз IT-інфраструктури, вибір оптимальних програмних продуктів, розробку стратегій автоматизації бізнес-процесів та впровадження сучасних технологічних рішень.

Важливе місце в структурі діяльності займає управління комп'ютерним обладнанням, яке передбачає налаштування, обслуговування та адміністрування серверного та клієнтського обладнання, забезпечення кібербезпеки, резервне копіювання даних та підтримку безперервної роботи інформаційних систем.

Крім того, ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» торгує широким асортиментом товарів, зокрема, обладнанням, офісною технікою, а також супутніми товарами, необхідними для

організації повноцінної роботи сучасного підприємства чи домогосподарства. Торговельна діяльність спрямована на забезпечення споживачів високоякісною продукцією з належним рівнем обслуговування.

Товариство працює на внутрішньому та зовнішньому ринках, включно з торговельними операціями. Структуру доходів ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» за видами послуг за 1-ий квартал 2025р. зображено на рис. 2.5.



Рис. 2.5. Структура доходів ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» за видами послуг за 1-ий квартал 2025р.

Виробничо-господарська діяльність ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» має комплексний характер, поєднуючи високотехнологічні послуги з комерційною діяльністю, що створює стабільну основу для подальшого розвитку, розширення клієнтської бази та підвищення конкурентоспроможності на ринку, основні результати у табл. 2.1.

Щодо позитивних моментів у роботі ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» (табл. 2.1), то підприємство нарощувало свою діяльність, величину доходу та прибутку, зростав власний капітал та вартість активів, дебіторська заборгованість скорочувалась і скоротилась на 7 тис.грн. у квітні 2025р. Негативним є збільшення кредиторської заборгованості на 13 тис.грн. у квітні 2025р.

Таблиця 2.1

Динаміка техніко-економічних показників діяльності ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» за січень-квітень 2025 р., тис. грн.

№ з/п	Основні показники	Значення показників				Відхилення 4 міс. 2025р./3 міс. 2025р., тис.грн.
		січень 2025р.	лютий 2025р.	березень 2025р.	квітень 2025р.	
1.	Чистий дохід	850	910	920	970	50
2.	Сукупний прибуток	117,5	123	130	137	7
3.	Чистий прибуток	82,5	93,4	95,5	97,8	2,3
4.	Активи	225	248	250	257	7
4.1	Необоротні активи	157,5	163	165	165	0
4.2	Оборотні активи	67,5	85,0	85	92	7
5.	Власний капітал	125	134	137	141	4
6.	Дебіторська заборгованість	28,7	21	15	22	7
7.	Кредиторська заборгованість	100	110	100	113	13
8.	Собівартість реалізованої продукції	330	342	348	359	11
9.	Адміністративні витрати	132,5	133	134	134,5	0,5
10.	Витрати на збут	237,5	244	247	250,5	3,5
11.	Інші операційні витрати	32,5	68	61	89	28

На рис. 2.6 висвітлено динаміку сукупного прибутку ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» за січень-квітень 2025 р.

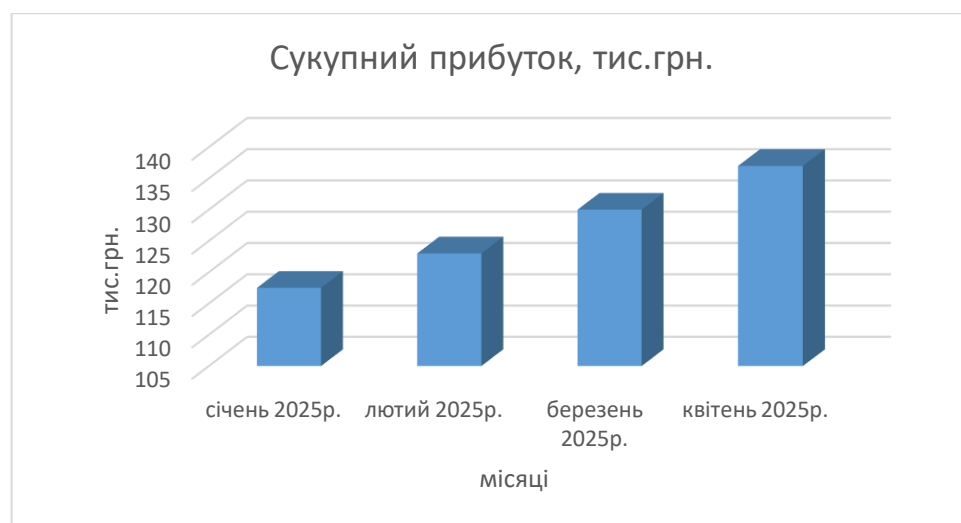


Рис. 2.6. Динаміка сукупного прибутку ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» за січень-квітень 2025р.

Бачимо поступове помісячне зростання сукупного прибутку ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» протягом січня-квітня 2025р. (рис. 2.6), що є позитивним трендом у роботі підприємства.

Управління витратами охоплює всі етапи діяльності підприємства – від закупівлі ресурсів до продажу готової продукції чи послуг. Це систематична діяльність, яка вимагає координації між різними структурними підрозділами, використання сучасних методів аналізу та інструментів контролю. На рис. 2.7 висвітливо динаміку елементів витрат повної собівартості продукції ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» за січень-квітень 2025 р.

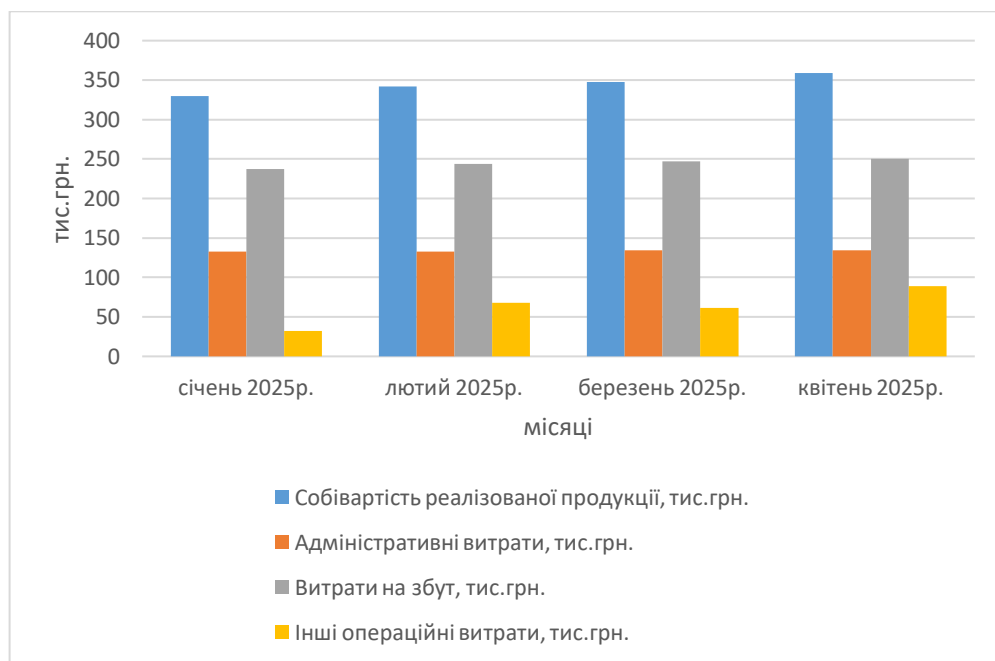


Рис. 2.7. Динаміка елементів витрат повної собівартості продукції ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» за січень-квітень 2025 р.

Аналізування фінансового стану підприємства необхідне для оцінювання його платоспроможності, прибутковості та стабільності. Воно дозволяє виявити сильні та слабкі сторони фінансової діяльності, приймати обґрунтовані управлінські рішення, планувати розвиток та залучати інвесторів або кредиторів. Такий аналіз також допомагає своєчасно виявляти ризики та запобігати фінансовим проблемам.

У табл. 2.2 наведено динаміку показників фінансово-економічного стану ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» за січень-квітень 2025р.

Таблиця 2.2

Динаміка показників фінансово-економічного стану ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» за
січень-квітень 2025р.

Назва показника	січень 2025р.	лютий 2025р.	березень 2025р.	квітень 2025р.
Показники ліквідності				
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,14	0,243	0,152	0,217
Коефіцієнт проміжної ліквідності	0,39	0,732	0,511	0,554
Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття)	1,223	1,252	1,31	1,32
Показники ділової активності				
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	29,616	43,33	61,33	44,09
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	8,5	8,272	9,2	8,584
Коефіцієнт оборотності активів	3,78	3,669	3,68	3,77
Коефіцієнт оборотності основних засобів	5,396	5,582	5,575	5,878
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	6,8	6,791	6,715	6,879
Показники фінансової стійкості				
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	0,56	0,54	0,548	0,549
Коефіцієнт фінансової залежності	1,769	1,776	1,832	1,953
Коефіцієнт заборгованості	0,412	0,427	0,428	0,434
Відношення заборгованості до власного капіталу	0,8	0,821	0,729	0,801
Показники прибутковості				
Рентабельність активів, %	36,67	37,6	38,2	38,05
Рентабельність власного капіталу, %	66	69,7	69,7	69,3
Рентабельність продукції, %	11,26	11,86	12,08	11,74

В цілому фінансово-економічний стан ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» за січень-квітень 2025р. (табл. 2.2) був доволі стабільним. Підприємство могло розраховуватись за свої зобов'язання, було платоспроможним, показники були в межах нормативних. Рентабельність підприємства є також на досить високому рівні, головне завдання тут – зберігати таку ж тенденцію у майбутньому та покращувати її.

Зовнішньоекономічна діяльність ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» є важливим напрямком його стратегічного розвитку, спрямованим на розширення ринків збуту, залучення нових партнерів та підвищення конкурентоспроможності на міжнародному рівні. Вона здійснюється відповідно до чинного законодавства України та міжнародних норм у сфері зовнішньої торгівлі.

Основними формами зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» є експорт ІТ-послуг, а також імпорту продукції (комплектуючих та обладнання та інших видів продукції). Експортна діяльність дозволяє компанії просувати власні розробки на зовнішніх ринках, залучаючи валютні надходження та зміцнюючи свій імідж надійного партнера. На рис. 2.8 висвітлено динаміку обсягів експорту продукції ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» за січень-квітень 2025р.

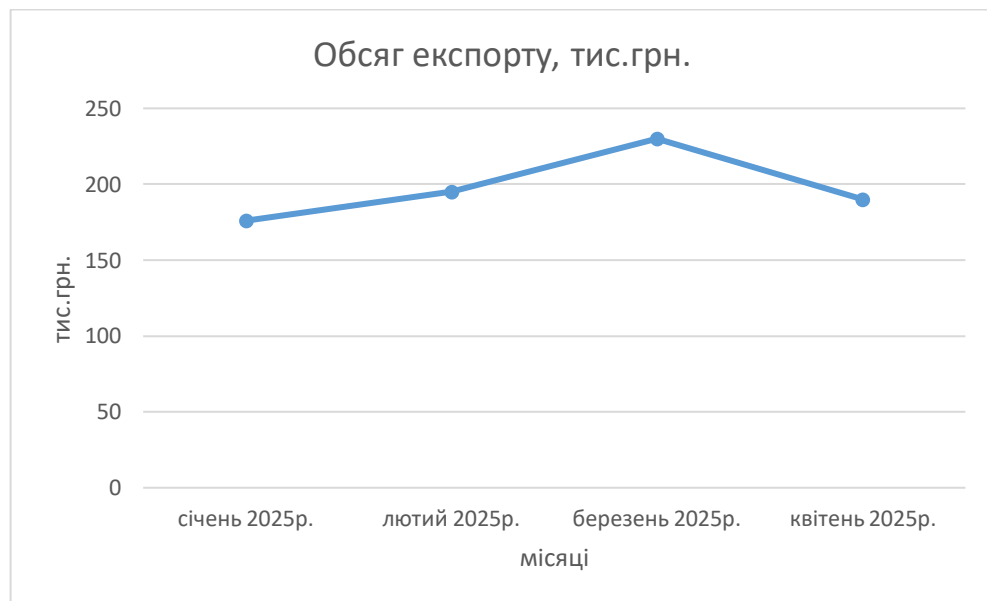


Рис. 2.8. Динаміка обсягів експорту продукції ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» за січень-квітень 2025р.

Загалом динаміка обсягів експорту продукції ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» (рис. 2.8) є позитивною, однак у квітні 2025р. відбулось зменшення обсягів експорту.

ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» також бере участь у міжнародних виставках, конференціях, та проектах технічного співробітництва, що сприяє інтеграції у світові економічні процеси та зміцненню міжнародних партнерств.

Дослідивши особливості управління витратами на ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» та у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм, слід виділити такі:

1) Неналежний рівень автоматизації інформаційних процесів щодо управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» на торгівлю товарами широкого вжитку в умовах активізації міжнародної співпраці. Що стосується програмного забезпечення ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ», то на підприємстві використовується BAS Бухгалтерія.

2) Відсутність належної системи контролювання витрат, яка забезпечувала б можливість своєчасного одержання релевантної інформації щодо витрат ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ», в тому числі на торгівлю товарами широкого вжитку, в процесі їх формування та пов'язати величину цих витрат з конкретними працівниками в умовах активізації міжнародної співпраці.

3) Відсутність системного підходу до управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» в умовах активізації міжнародної співпраці.

4) Високі транспортні витрати є однією з головних перешкод для підвищення ефективності експорту продуктів харчування або сировини до Китаю. Коливання транспортних тарифів, спричинені нестабільністю світових ланцюгів поставок, впливають на загальну вартість українських товарів та знижують їх конкурентоспроможність на китайському ринку.

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЙНА ЧАСТИНА. ПРОГНОЗУВАННЯ ТА РОЗРОБКА
ПРОПОЗИЦІЙ З УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ У СФЕРІ
ТОРГІВЛІ ХАРЧОВИМИ ПРОДУКТАМИ В УМОВАХ АКТИВІЗАЦІЇ СПІВПРАЦІ ІЗ
КИТАЄМ

3.1. Прогнозування розвитку МЕВ України та Китаю і основних показників ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ»

Прогнозування основних показників розвитку міжнародних економічних відносин є важливим інструментом для прийняття ефективних управлінських рішень на рівні підприємства, галузі та держави. Воно дозволяє своєчасно реагувати на можливі зміни зовнішнього економічного середовища, визначати перспективні ринки, оцінювати ризики та планувати адаптацію до світових економічних тенденцій. На рис. 3.1 висвітлено результати аналізування та прогнозування обсягів експортно-імпортних операцій з торгівлі товарами між Китаєм та Україною за період 2019-2025рр.

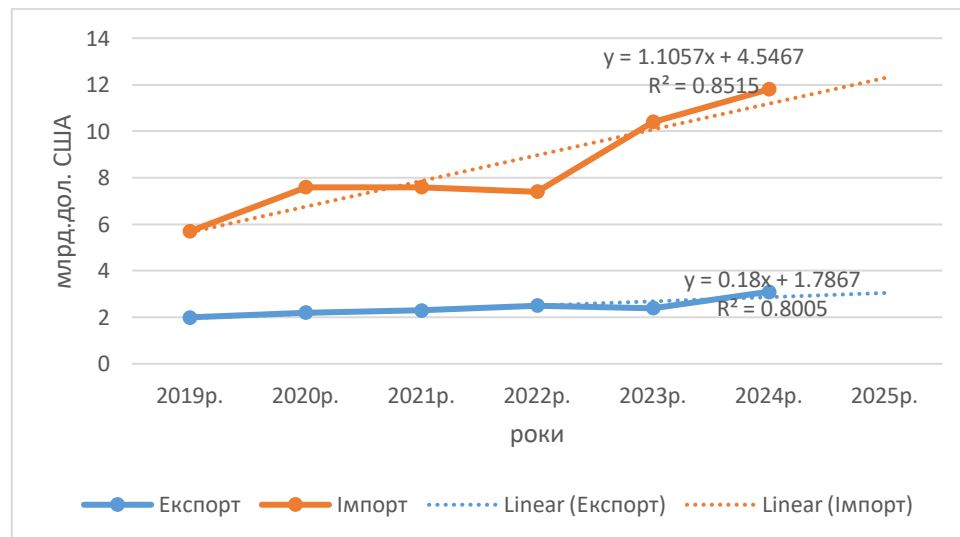


Рис. 3.1. Результати аналізування та прогнозування обсягів експортно-імпортних операцій з торгівлі товарами між Китаєм та Україною за період 2019-2025рр.

Прогнозування інфляції, у свою чергу, допомагає підприємствам та державним органам оцінювати динаміку цін, купівельну спроможність, реальні витрати та доходи. Це дозволяє правильно формувати бюджети, встановлювати ціни, розраховувати заробітну плату та інвестиції, а також забезпечувати фінансову стабільність та соціально-економічну безпеку. На рис. 3.2 висвітливо результати аналізування та прогнозування показників інфляції у Китаї та Україні за період 2020-2025рр.

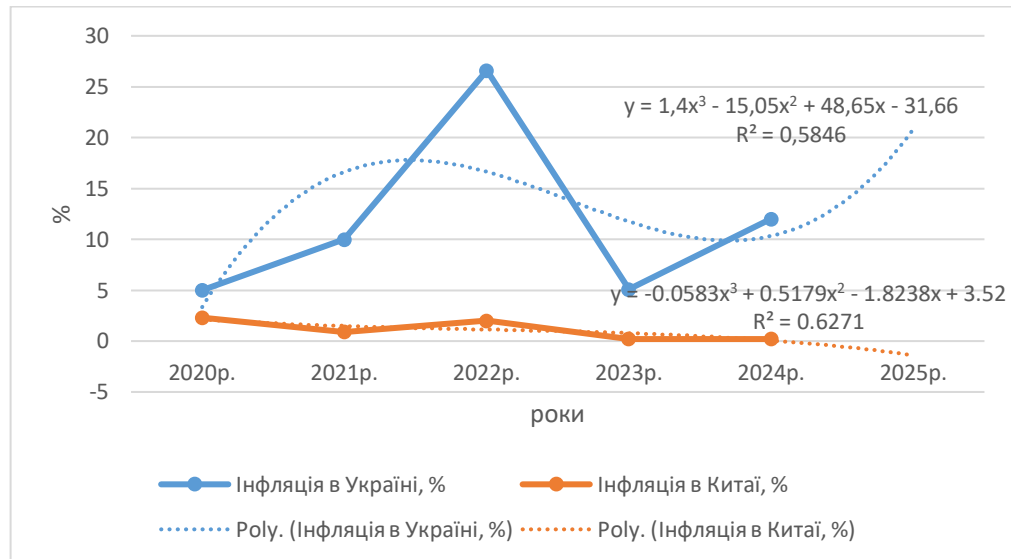


Рис. 3.2. Результати аналізування та прогнозування показників інфляції у Китаї та Україні за період 2020-2025рр.

Рівень інфляції в Україні має висхідну динаміку у 2025р. На противагу Україні, рівень інфляції у Китаї має низхідну динаміку у 2025р.

Прогнозування на мікрорівні необхідне для забезпечення ефективного управління діяльністю окремого підприємства. Воно дозволяє завчасно оцінити можливі зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі, визначити перспективи розвитку, уникнути ризиків та раціонально використовувати ресурси. Завдяки прогнозуванню підприємство може планувати обсяги виробництва, продажів, доходів та витрат, коригувати свою стратегію, адаптуватися до коливань ринку, змін попиту, цін чи обмінних курсів. Це допомагає досягти стабільності та підвищити прибутковість. На рис. 3.3 висвітливо результати аналізування та прогнозування повної собівартості продукції ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» за січень-червень 2025р.

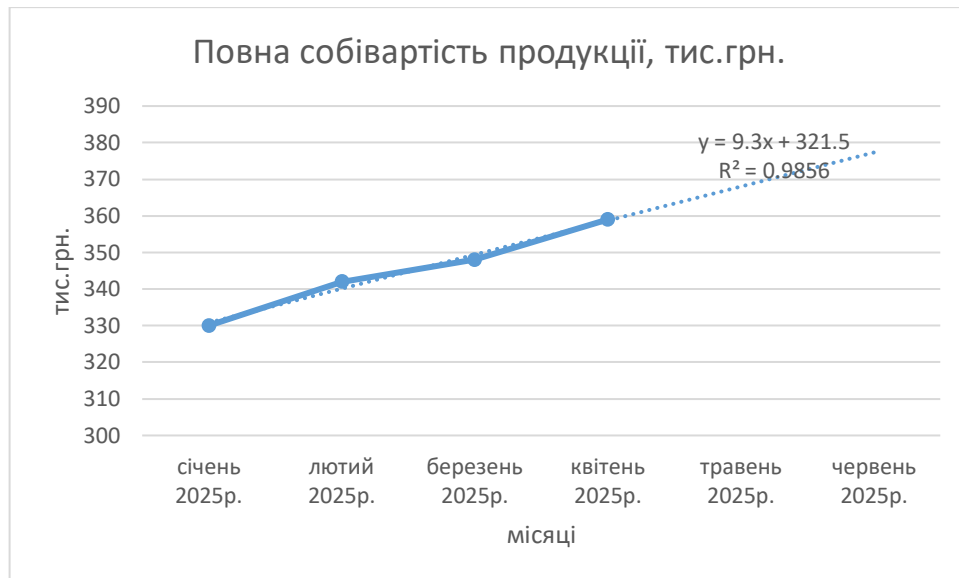


Рис. 3.3. Результати аналізування та прогнозування повної собівартості продукції ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» за січень-червень 2025р.

Прогнозне зростання собівартості продукції ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» у травні-червень 2025р. (рис. 3.3) говорить про важливість ефективного управління витратами на даному підприємстві, особливо в умовах активізації міжнародної діяльності.

На рис. 3.4 висвітливо результати аналізування та прогнозування обсягів експорту продукції ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» за січень-червень 2025р.

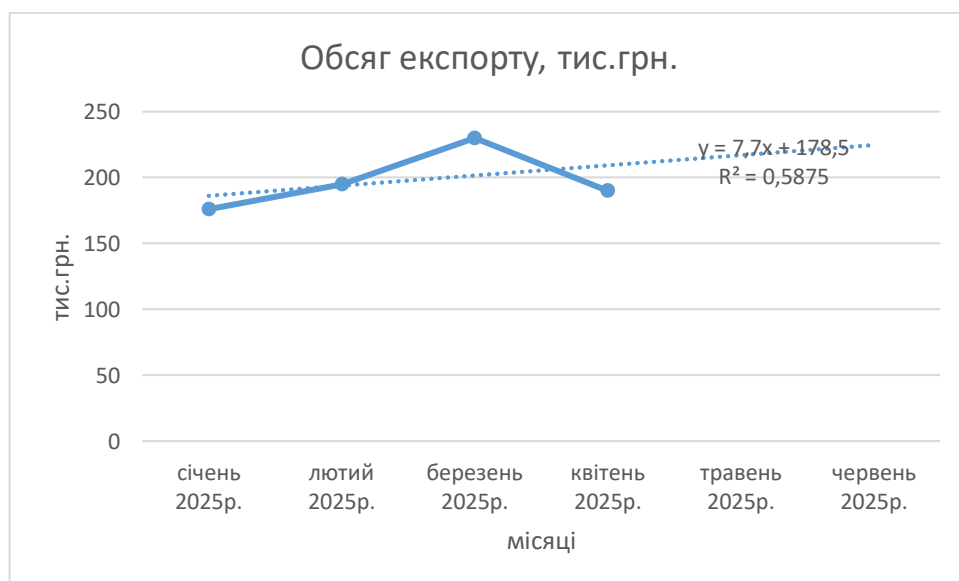


Рис. 3.4. Результати аналізування та прогнозування обсягів експорту продукції ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» за січень-червень 2025р.

На рис. 3.5 висвітливо структурно-логічну схему рівнів інфляції в Китаї та Україні.

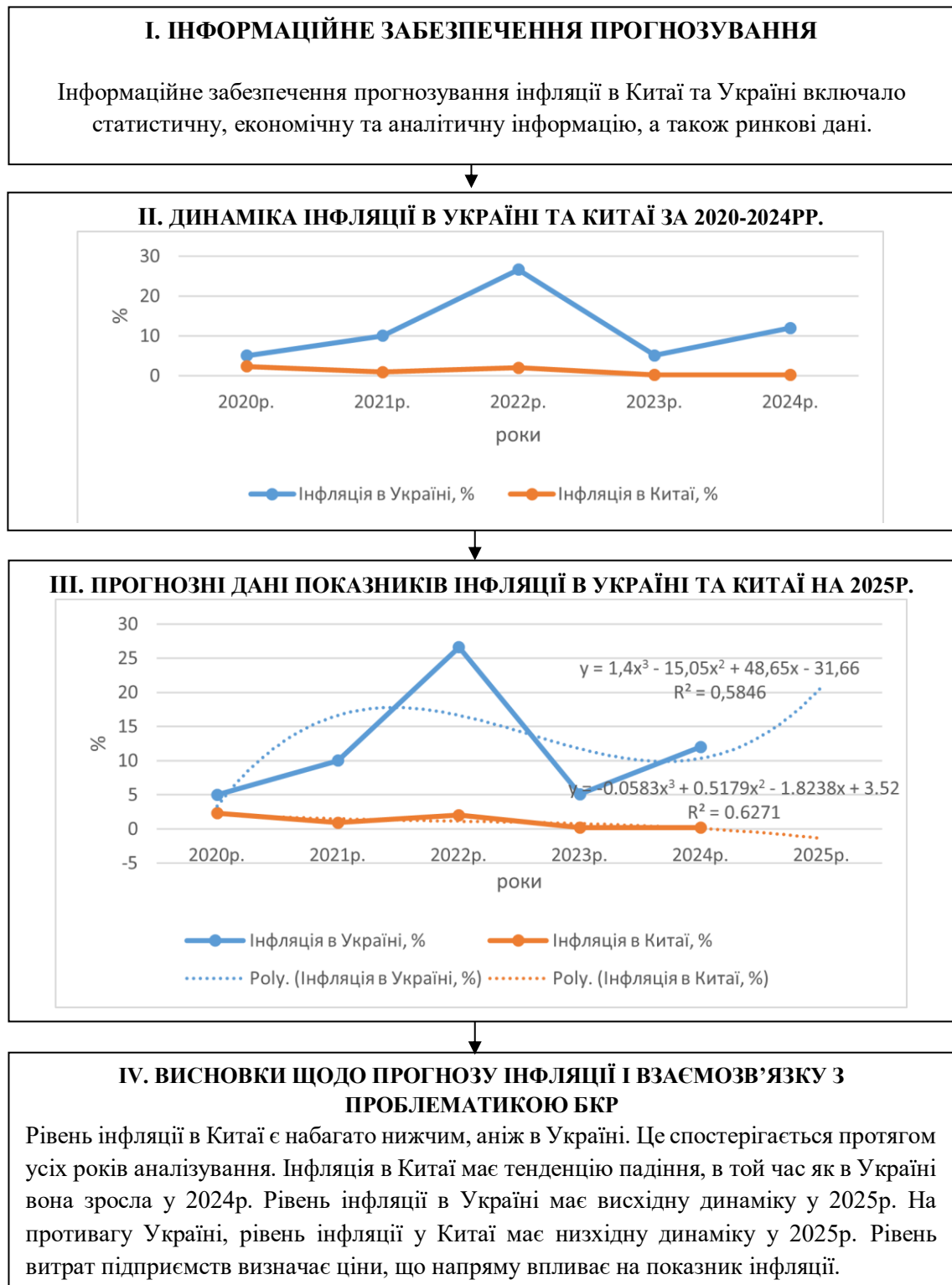


Рис. 3.5. Структурно-логічна схема рівнів інфляції в Китаї та Україні

3.2. Обґрунтування заходів щодо особливостей управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм

Однією з особливостей управління витратами у ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» є неналежний рівень автоматизації інформаційних процесів щодо управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» на торгівлю товарами широкого вжитку в умовах активізації міжнародної співпраці. Що стосується програмного забезпечення ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ», то на підприємстві використовується BAS Бухгалтерія.

З метою покращення автоматизації інформаційних процесів щодо управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» доцільним є впровадження та застосування, поряд з BAS Бухгалтерією, спеціалізованої для сфери торгівлі, зокрема товарами широкого вжитку та продуктами харчування АСУ TradeSoft, перевагами якої є:

- заточеність під торгівлю продуктами харчування: зважування, пакування, списання, дедлайни;
- зручність для роботи торгових точок, касирів, комірників;
- інтеграція з POS-терміналами, сканерами, вагами;
- облік повернень, знижок, бонусних програм тощо.

У сфері торгівлі продуктами харчування варто використовувати TradeSoft, як галузеву АСУ, та BAS Бухгалтерію для загального обліку та звітності. Таке поєднання забезпечить повноцінний облік та зручність у щоденній роботі.

TradeSoft – це спеціалізоване програмне забезпечення, розроблене для автоматизації торговельних процесів. Воно орієнтоване на потреби підприємств, що працюють з харчовими продуктами, та враховує специфіку цієї галузі: облік вагових товарів, зберігання з урахуванням термінів придатності, повернення, облік псування тощо. Основні функціональні можливості TradeSoft полягають у такому:

1. Управління залишками продукції, що включає:

- облік залишків за партіями, серіями, термінами придатності;

- контроль обсягів продукції за складами, торговими точками, холодильниками тощо;

- облік псування, списання товарів, втрат під час транспортування або зберігання.

2. Облік закупівель та поставок, а саме:

- ведення реєстру постачальників, договорів, цін;

- облік закупівель, вхідних накладних;

- контроль термінів доставки, автоматичне оновлення залишків після отримання товару.

3. Оптові та роздрібні продажі:

- підтримка терміналів, касових апаратів тощо;

- швидка обробка чеків, повернень, знижок, бонусних програм;

4. Управління складом:

- автоматизація прийому, зберігання, комплектації та відвантаження.

- стелажний облік, адресне зберігання, мобільні склади.

- підтримка роботи з кількома складами (центральний, розподільчий, роздрібні точки).

5. Фінансовий контроль та витрати, що включає:

- облік витрат на логістику, транспортування, упаковку, зберігання;

- розподіл витрат за відділами, постачальниками, партіями товарів;

- можливість інтеграції з бухгалтерськими системами (наприклад, BAS) для формування фінансової та податкової звітності.

7. Аналітика та звітність, зокрема:

- генерування детальних звітів про рух товарів, списання, рентабельність, залишки;

- порівняння закупівельних та продажних цін;

- аналізування товарообігу, визначення найкращих/найгірших позицій.

Також має місце відсутність належної системи контролювання витрат, яка забезпечувала б можливість своєчасного одержання релевантної інформації щодо витрат ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ», в тому числі на торгівлю товарами широкого вжитку, в процесі

їх формування та пов'язати величину цих витрат з конкретними працівниками в умовах активізації міжнародної співпраці.

Поліпшення системи контролювання витрат у ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» можна досягти шляхом створення центрів відповідальності, які можуть виступати підрозділами фірми та, застосовуючи планування витрат за центрами відповідальності. Керівник центру несе особисту відповідальність за показники роботи центру. Чіткий розподіл і закріплення відповідальності за конкретними працівниками в таких умовах виступає передумовою функціонування системи з інформаційного забезпечення управління витратами та підприємством загалом, а також окремими ланками його роботи. Метою обліку відповідальності є накопичення інформації щодо витрат та надходжень кожного центру відповідальності з метою виявлення відхилень фактичних даних від планових та знання який саме із центрів цього припустився. Для центрів відповідальності визначаються відповідні цілі та завдання, зазначається, яка інформація, куди та з якою періодичністю має надаватися з метою забезпечення необхідною інформацією керівників для прийняття ефективних управлінських рішень.

Кошториси затрат за центрами відповідальності виконують такі основні функції:

1) організуючу функцію - керівник центру відповідальності, маючи визначену планову величину затрат, намагається дотримуватися норм витрат ресурсів та чинного регламенту;

2) контролюючу функцію – кошториси підрозділів створюють можливість контролювати роботу працівників, що відповідають за рівень витрат, шляхом поєднання фактичних витрат із плановими, сформованими кошторисами;

3) стимулюючу функцію – шляхом персональної відповідальності за необгрунтовані затрати та заохочення до їх зменшення.

Ще однією особливістю є відсутність системного підходу до управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» в умовах активізації міжнародної співпраці.

З метою покращення ефективності управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ», доцільним є застосування системного підходу, що полягатиме в додержанні певних умов щодо управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ»:

1) В управлінні витратами вагоме значення варто відводити оперативно одержаній інформації щодо витрат, що дає змогу втручатись у виробничо-господарський процес з метою його оптимізації.

2) Головним принципом управління витратами повинна виступати відповідність системи обліку витрат цілям управління.

3) Критерієм точності при визначенні собівартості продукції має виступати не повнота включення затрат, а спосіб віднесення їх на ту чи іншу продукцію.

4) Головна увага має приділятися розподілу непрямих затрат та розрахунку точної фактичної собівартості, прогнозним обчисленням собівартості, формуванню обґрунтованих нормативних калькуляцій та організуванню контролю за їх дотриманням в процесі діяльності.

5) Система контролювання витрат має бути побудована таким чином, щоб забезпечити виявлення відхилень затрат до або в процесі здійснення виробничо-господарських операцій, що дасть змогу керівникам оперативно реагувати на відхилення та попереджувати витрати.

6) Має бути визначений взаємозв'язок між величиною затрат та працівниками, які відповідають за них та контролюють їх.

7) Система управління витратами має супроводжуватись ефективним інформаційним забезпеченням на засадах цифровізації діяльності задля прийняття оптимальних управлінських рішень щодо витрат.

8) Зниження рівня затрат має комбінуватись із забезпеченням високої якості процесів та продукції.

9) Вагомою складовою в системі управління витратами повинна виступати ефективна система мотивування та заохочення працівників в економії ресурсів та забезпеченні високої ефективності виробничо-господарських процесів.

Експорт продуктів харчування або сировини до Китаю пов'язаний з високими транспортними витратами (морські, залізничні та комбіновані перевезення). Коливання тарифів на доставку до Китаю, зокрема через нестабільність глобальних ланцюгів поставок, суттєво впливають на загальну вартість товарів. Для подолання цієї проблеми доцільно застосувати комплекс заходів, що наведені у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Заходи щодо зниження транспортних витрат при експорті харчових продуктів до Китаю та їх характеристика

№ з/п	Заходи	Характеристика
1.	Оптимізація вибору транспортних маршрутів та каналів доставки	- підприємства повинні регулярно проводити аналізування маршрутів та вибирати найбільш економічно вигідні варіанти – з урахуванням термінів доставки, вартості та надійності; - замість прямих морських перевезень можна використовувати комбіновані маршрути: наприклад, залізницею до портів Балтики або Грузії з подальшим морським транспортуванням до китайських портів.
2.	Співпраця з іншими експортерами (консолідація вантажів)	- об'єднання вантажів від кількох експортерів у спільні контейнери зменшує транспортні витрати для кожного учасника; - співпраця може здійснюватися через логістичні платформи або за допомогою професійних експедиторських компаній, які пропонують послуги консолідації.
3.	Укладання довгострокових контрактів з логістичними операторами	- укладання довгострокових контрактів з транспортними компаніями дозволяє фіксувати тарифи та зменшити залежність від сезонних коливань. Це також може забезпечити пріоритет у завантаженні та кращі умови обслуговування (страхування, швидкість доставки, відстеження вантажу).
4.	Цифровізація логістичних процесів	- використання систем управління логістикою (TMS) дозволяє порівнювати тарифи, контролювати маршрути та оптимізувати завантаження в режимі реального часу; - впровадження GPS-моніторингу та електронного документообігу скорочує час обробки вантажів та мінімізує ризик простоїв або несанкціонованих витрат.
5.	Розміщення логістичних хабів або складів у транзитних зонах	- створення або оренда логістичних центрів у перевалочних портах (наприклад, у Центральній Азії або на узбережжі Чорного моря) дозволяє формувати оптимальні партії товарів для подальшої доставки до Китаю.
6.	Аналізування витрат та впровадження моделей прогнозування	- підприємствам слід впровадити детальний облік логістичних витрат за партіями товарів, маршрутами та видами транспорту, щоб оцінити економічну доцільність експорту певної продукції; - моделі прогнозування дозволяють завчасно реагувати на зміни тарифів та адаптувати логістичну стратегію.

Для ефективного виходу на китайський ринок та забезпечення сталої експортної діяльності українським підприємствам необхідно системно підходити до зниження транспортних витрат. Використання багатоканальних перевезень, консолідація вантажів, цифровізація логістики та довгострокове планування логістичних контрактів не лише мінімізують витрати, але й роблять постачання більш передбачуваними, стабільними та конкурентоспроможними у довгостроковій перспективі.

Вищезапропоновані заходи щодо покращення особливостей управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» в умовах активізації міжнародної співпраці направлені на оптимізацію величини та рівня витрат, забезпечення зростання рівня прибутковості діяльності, доходу підприємства, критеріями реалізування даних заходів були фінансові.

Представимо особливості управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм та пропозиції щодо їх покращення у табл. 3.2

Таблиця 3.2

Особливості управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм та пропозиції щодо їх покращення

№ з/п	Особливості	Шляхи покращення
1	2	3
1.	Неналежний рівень автоматизації інформаційних процесів щодо управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» на торгівлю товарами широкого вжитку в умовах активізації міжнародної співпраці. Що стосується програмного забезпечення ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ», то на підприємстві використовується BAS Бухгалтерія.	З метою покращення автоматизації інформаційних процесів щодо управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» доцільним є впровадження та застосування, поряд з BAS Бухгалтерією, спеціалізованої для сфери торгівлі, зокрема товарами широкого вжитку та продуктами харчування АСУ TradeSoft, перевагами якої є: - заточеність під торгівлю продуктами харчування: зважування, пакування, списання, дедлайни; - зручність для роботи торгових точок, касирів, комірників; - інтеграція з POS-терміналами, сканерами, вагами; - облік повернень, знижок, бонусних програм тощо. У сфері торгівлі продуктами харчування варто використовувати TradeSoft, як галузеву АСУ, та BAS Бухгалтерію для загального обліку та звітності. Таке поєднання забезпечить повноцінний облік та зручність у щоденній роботі.
2.	Відсутність належної системи контролювання витрат, яка забезпечувала б можливість своєчасного одержання релевантної інформації щодо витрат ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ», в тому числі на торгівлю товарами широкого вжитку, в процесі їх формування та пов'язати величину цих витрат з конкретними працівниками в умовах активізації міжнародної співпраці.	Поліпшення системи контролювання витрат у ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» можна досягти шляхом створення центрів відповідальності, які можуть виступати підрозділами фірми та, застосовуючи планування витрат за центрами відповідальності. Керівник центру несе особисту відповідальність за показники роботи центру. Чіткий розподіл і закріплення відповідальності за конкретними працівниками в таких умовах виступає передумовою функціонування системи з інформаційного забезпечення управління витратами та підприємством загалом, а також окремими ланками його роботи. Метою обліку відповідальності є накопичення інформації щодо витрат та надходжень кожного центру відповідальності з метою виявлення відхилень фактичних даних від планових та знання який саме із центрів цього припустився. Для центрів відповідальності визначаються відповідні цілі та завдання, зазначається, яка інформація, куди та з якою періодичністю має надаватися з метою забезпечення необхідною інформацією керівників для прийняття ефективних управлінських рішень.

Продовження табл. 3.2

3.	Відсутність системного підходу до управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» в умовах активізації міжнародної співпраці.	<p>З метою покращення ефективності управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ», доцільним є застосування системного підходу, що полягатиме в додержанні певних умов щодо управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ»:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) В управлінні витратами вагоме значення варто відводити оперативно одержаній інформації щодо витрат, що дає змогу втручатись у виробничо-господарський процес з метою його оптимізації. 2) Головним принципом управління витратами повинна виступати відповідність системи обліку витрат цілям управління. 3) Критерієм точності при визначенні собівартості продукції має виступати не повнота включення затрат, а спосіб віднесення їх на ту чи іншу продукцію. 4) Головна увага має приділятися розподілу непрямих затрат та розрахунку точної фактичної собівартості, прогнозним обчисленням собівартості, формуванню обґрунтованих нормативних калькуляцій та організуванню контролю за їх дотриманням в процесі діяльності. 5) Система контролювання витрат має бути побудована таким чином, щоб забезпечити виявлення відхилень затрат до або в процесі здійснення виробничо-господарських операцій, що дасть змогу керівникам оперативно реагувати на відхилення та попереджувати витрати. 6) Має бути визначений взаємозв'язок між величиною затрат та працівниками, які відповідають за них та контролюють їх. 7) Система управління витратами має супроводжуватись ефективним інформаційним забезпеченням на засадах цифровізації діяльності задля прийняття оптимальних управлінських рішень щодо витрат. 8) Зниження рівня затрат має комбінуватись із забезпеченням високої якості процесів та продукції. 9) Вагомою складовою в системі управління витратами повинна виступати ефективна система мотивування та заохочення працівників в економії ресурсів та забезпеченні високої ефективності виробничо-господарських процесів.
4.	Високі транспортні витрати є однією з головних перешкод для підвищення ефективності експорту продуктів харчування або сировини до Китаю. Коливання транспортних тарифів, спричинені нестабільністю світових ланцюгів поставок, впливають на загальну вартість українських товарів та знижують їх конкурентоспроможність на китайському ринку.	<p>Заходами щодо зниження транспортних витрат при експорті харчових продуктів до Китаю виступають:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оптимізація вибору транспортних маршрутів та каналів доставки; - співпраця з іншими експортерами (консолідація вантажів); - укладання довгострокових контрактів з логістичними операторами; - цифровізація логістичних процесів; - розміщення логістичних хабів або складів у транзитних зонах; - аналізування витрат та впровадження моделей прогнозування.

ВИСНОВКИ

Управління витратами – це процес цілеспрямованого впливу на обсяг, структуру та динаміку витрат підприємства з метою досягнення оптимального співвідношення між витратами та результатами діяльності. Цей процес включає планування, облік, аналіз, контроль, регулювання та оптимізацію витрат.

Відповідно до поставлених мети та завдань в роботі розглянуто теоретичні та законодавчі засади управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм. Висвітлено аналізування міжнародних економічних відносин Китаю та України у сфері торгівлі харчовими продуктами та прогнозування розвитку міжнародних відносин України та Китаю.

Партнерство з Китаєм набуває важливого значення для української економіки, особливо в контексті економічної нестабільності, військових конфліктів, втрати конкурентоспроможності певних сфер діяльності у порівнянні з такими ж галузями європейських країн, складності трансформації у глобальну економічну систему. Україні потрібні великі зовнішні інвестиції з метою модернізування промисловості та АПК, розвитку інноваційних технологій та послуг, оновлення транспортно-логістичної системи тощо. Китай може стати інвестором за певних умов.

Відносини між Китаєм та Україною сьогодні носять характер стратегічного партнерства та динамічно розвиваються. Обидві країни здійснюють зусилля, щоб підняти їх на якісно новий ступінь. На нинішній час Китай виступає одним з основних торговельно-економічних партнерів України.

Вагому частку експорту до Китаю становлять продукти харчування та руди. Натомість імпортована продукція з Китаю має високий ступінь доданої вартості, зокрема комп'ютери, смартфони, електричні машини, планшети, побутова техніка, ядерні реактори, котли, хімічна продукція. Транспортні послуги формують найбільшу частку в послугах, що експортуються до Китаю. До України з Китаю імпортуються здебільшого фінансові послуги, які є суттєво дорожчими.

Україна може виступати місцем для реалізації китайських технологій, здійснення інвестицій, що принесе дохід, а також бути постачальником дешевої робочої сили та сировини. В свою чергу, Китай може допомогти Україні отримати фінансову ресурси, розширити ринок збуту для української продукції, особливо продуктів харчування, що користуються попитом в Китаї. Все це сприятиме пришвидшенню економічного зростання та розвитку.

Більш тісне співробітництво в галузі агропромислового комплексу буде ефективним для України. Китайський досвід щодо моделі запуску індустріальних парків та розвитку економіки може бути новим поштовхом для інтенсивного економічного зростання в нашій державі. Обмін досвідом та знаннями між висококваліфікованими українськими та китайськими фахівцями в галузі високих технологій виступає одним з найбільш перспективних і напрямків розвитку українсько-китайських відносин.

ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» працює у сфері інформаційних технологій та торгівлі товарами широкого асортименту, поєднуючи надання професійних послуг програмування, технічну підтримку комп'ютерної інфраструктури, консалтинг у сфері інформатизації та продаж товарів народного споживання. Така багатопрофільна спеціалізація дозволяє компанії ефективно функціонувати в умовах сучасного ринку та задовольняти потреби різних категорій клієнтів.

Дослідивши особливості управління витратами на ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» та у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм, слід виділити такі:

1) Неналежний рівень автоматизації інформаційних процесів щодо управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» на торгівлю товарами широкого вжитку в умовах активізації міжнародної співпраці. Що стосується програмного забезпечення ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ», то на підприємстві використовується BAS Бухгалтерія.

2) Відсутність належної системи контролювання витрат, яка забезпечувала б можливість своєчасного одержання релевантної інформації щодо витрат ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ», в тому числі на торгівлю товарами широкого вжитку, в процесі їх

формування та пов'язати величину цих витрат з конкретними працівниками в умовах активізації міжнародної співпраці.

3) Відсутність системного підходу до управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» в умовах активізації міжнародної співпраці.

4) Високі транспортні витрати є однією з головних перешкод для підвищення ефективності експорту продуктів харчування або сировини до Китаю. Коливання транспортних тарифів, спричинені нестабільністю світових ланцюгів поставок, впливають на загальну вартість українських товарів та знижують їх конкурентоспроможність на китайському ринку.

З метою покращення автоматизації інформаційних процесів щодо управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» доцільним є впровадження та застосування, поряд з BAS Бухгалтерією, спеціалізованої для сфери торгівлі, зокрема товарами широкого вжитку та продуктами харчування АСУ TradeSoft. У сфері торгівлі продуктами харчування варто використовувати TradeSoft, як галузеву АСУ, та BAS Бухгалтерію для загального обліку та звітності. Таке поєднання забезпечить повноцінний облік та зручність у щоденній роботі.

Поліпшення системи контролювання витрат у ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» можна досягти шляхом створення центрів відповідальності, які можуть виступати підрозділами фірми та, застосовуючи планування витрат за центрами відповідальності. Керівник центру несе особисту відповідальність за показники роботи центру. Для центрів відповідальності визначаються відповідні цілі та завдання, зазначається, яка інформація, куди та з якою періодичністю має надаватися з метою забезпечення необхідною інформацією керівників для прийняття ефективних управлінських рішень.

З метою покращення ефективності управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ», доцільним є застосування системного підходу, що полягатиме в додержанні певних умов щодо управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анохіна, А. В., Пономарьова, І. С., 2017. Основні напрямки співпраці України та КНР в економічній сфері. *Збірник наукових праць «Гілея: науковий вісник»*. № 90, с. 408–412.
2. Атаманчук, З.А., Просянюк, А.В., 2023. Зовнішньоторговельні відносини України з КНР: поточний стан та перспективи розвитку. *Галицький економічний вісник*, № 6 (85), с. 183-189. [online]. Доступно: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.06.
3. Атаманчук, З.А., Просянюк, А.В., 2023. Розвиток зовнішньоторговельних відносин України з КНР. *The 26th International scientific and practical conference «Scientific trends and ways of solving modern problems»* (July 04–07, 2023) La Rochelle, France. International Science Group. 295p.
4. Білоусько, Т., Головка, О., 2025. Продовольча безпека країни як соціально-економічна категорія. *Економіка та суспільство*, (72). [online]. Доступно: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-41>.
5. Богуцька, О.А., Брюховецький, Я.С., 2018. Пріоритети та оптимальна структура фінансування інноваційних витрат промислових підприємств в Україні. *Бізнес Інформ*. №4, с. 62–67.
6. Височин, І.В., Дідківський, А.О., 2025. Фінансова діагностика як передумова прогнозування розвитку підприємства торгівлі. *Ефективна економіка*. N 1. [online]. Доступно: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/5541>.
7. Гавриленко, В.О., 2018. Показники оцінювання антикризового контролінгу. *Бізнес Інформ*. №4, с. 400–405.
8. Гловацька, С. М., 2018. Значення стратегічної ініціативи «Один пояс, один шлях» для України. *Розвиток транспорту*. № 2 (3), с. 202–210. [online]. Доступно: <https://doi.org/10.33082/td.2018.2-3.20>.
9. Гоголь, М.М., 2014. Витрати в системі управлінського обліку як фактор антикризового управління в інтегрованому бізнесі. *Аграрний вісник Причорномор'я*.

Економічні науки. Вип. 75, с. 170-176. [online]. Доступно: http://nbuv.gov.ua/UJRN/avpek_2014_75_22.

10. Голов, С.Ф., 2004. *Управлінський облік*: Підручник. 2-е вид. К.: Лібра.

11. Господарський кодекс України № 436-IV *в редакції* від 28.02.2025. [online]. Доступно: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

12. Грещак, М.Г., Коцюба, О.С., 2002. *Управління витратами*: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ.

13. Гюнтер, Ф., 2000. *Теорія виробництва і витрат* / Пер. з нім. під керівництвом і наук. ред. Грещака М.Г. К.: Таксон.

14. Закон України «Про Антимонопольний комітет України» № 3659-ХІІ в редакції від 15.11.2024р. [online]. Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3659-12>.

15. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-ХІV в редакції від 03.09.2024. [online]. Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

16. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» № 236/96-ВР в редакції від 16.10.2020р. [online]. Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>.

17. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» № 959-ХІІ в редакції від 26.12.2024р. [online]. Доступно: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.

18. Закон України «Про міжнародні договори України» № 1906-IV в редакції від 15.03.2022р. [online]. Доступно: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1906-15>.

19. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» № 771/97-ВР в редакції від 18.12.2024р. [online]. Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>.

20. Закон України «Про рекламу» № 270/96-ВР в редакції від 08.05.2025. [online]. Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>.

21. Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» № 124-VIII в редакції від 19.04.2025р. [online]. Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-19>.

22. Катюк, О., 2025. Проблематика експорту аграрної продукції України в сучасних умовах. *Економіка та суспільство*, (72). [online]. Доступно: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-73>.

23. Кіндрат, О.В., 2017. Оцінювання впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ на стійкість фінансово-економічного стану підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. Науковий економічний журнал К.: Видавництво ВНЗ “Національна академія управління”. № 1 (187), с. 140-149.

24. Кузьмін, О.Є, Дідик, А.М., Когут, У.І., Мельник, О.Г., 2009. *Проблеми та теоретико-методичні засади управління витратами на машинобудівних підприємствах*: Монографія. Львів: «Тріада плюс».

25. Кузьмін, О.Є., Дармиць, Р.З., 2025. Методичні рекомендації для проходження практики і виконання кваліфікаційної роботи бакалавра студентами спеціальності 292 “Міжнародні економічні відносини” усіх форм навчання – Львів.

26. Кузьмін, О.Є., Мельник, О.Г., Когут, У.І., 2014. *Управління витратами на підприємствах*: навч. посіб. Львів: Видавництво Львівської політехніки.

27. Лагодієнко, В.В., Ніколюк, О.В., Савченко, Т.В., 2025. Стратегічне планування в управлінні ризиками підприємств харчової промисловості. *Ефективна економіка*. N 1. [online]. Доступно: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/5521/5576>.

28. Лень, В.С., 2003. *Управлінський облік*: Навчальний посібник. К.: Знання-Прес.

29. Митний кодекс України № 4495-VI в редакції від 20.04.2025р. [online]. Доступно: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>.

30. Орлов, О.О., 2002. *Планування діяльності промислового підприємства*. Підручник. К.: Скарби.

31. Петрович, Й.М., Захарчин, Г.М., 2004. Технологія управління витратами. *Проблеми економіки та управління*. Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Львів: видавництво НУ “Львівська політехніка”. № 507, с. 5-12.

32. Податковий кодекс України № 2755-VI в редакції від 01.04.2025р. [online]. Доступно: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

33. Покропивний, С.Ф., 2000. *Економіка підприємства*: Підручник. Вид. 2-ге, перероб. та доп. К.: КНЕУ.

34. Статут ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ».

35. Столяр, Л.Г., 2018. Сутність «витрат» та особливості трактування. *Облік і фінанси*. КНТЕУ.

36. Торговельно-економічне співробітництво між Україною та Китаєм. Торгівля та інвестиції. Посольство України в КНР. 2022. [online]. Доступно: <https://china.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/186-torgovelyno-jekonomichne-spivrobitnictvo-mizh-ukrajinoju-ta-kitajem/torgivlya-ta-investiciyi>.

37. Угода між Урядом України і Урядом Китайської Народної Республіки про торговельно-економічне співробітництво № 156_008 від 08.08.1992р. [online]. Доступно: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156_008.

38. Хоменко, Л., Циган, Р., 2025. Становлення управлінського та фінансового обліку як інструментів управління витратами. *Економіка та суспільство*, (72). [online]. Доступно: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-11>.

39. Цал-Цалко, Ю.С., 2002. *Витрати підприємства*: Навч. посібник. Київ: ЦУЛ.

40. Цивільний кодекс України № 435-IV в редакції від 09.04.2025р. [online]. Доступно: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.

41. Шандова, Н.В., 2003. Створення ефективної системи управління витратами підприємства. *Фінанси України*. К.: Друкарня ВПЦ «Літопис ХХ». № 7, сС. 97-101.

42. Шевчук, В. Г., 2020. *Стратегічний облік витрат*. Львів: Літера ЛТД.

43. Ясінська, А.І., Подольчак, Н.І., 2012. Методологія та організація системно-орієнтованого управління витратами підприємства для прийняття управлінських рішень. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. № 7(727), с.161 – 172.

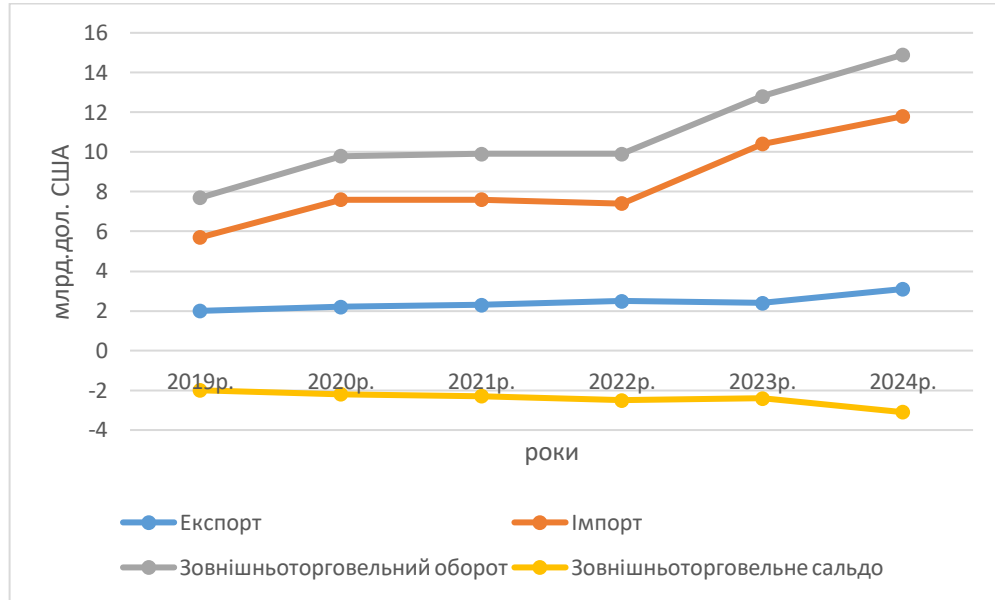
ДОДАТКИ

Теоретичні засади та законодавча база щодо управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм

№ з/п	Літературні джерела	Зв'язок з темою
1.	Лагодієнко, В.В., Ніколюк, О.В., Савченко, Т.В., 2025. Стратегічне планування в управлінні ризиками підприємств харчової промисловості. <i>Ефективна економіка</i> . N 1. [online]. Доступно: https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/5521/5576 .	Висвітлено планування діяльності та витрат на її здійснення, як складової управління витратами та підприємством харчової промисловості в цілому в умовах активізації співпраці із Китаєм.
2.	Білоусько, Т., Головка, О., 2025. Продовольча безпека країни як соціально-економічна категорія. <i>Економіка та суспільство</i> , (72). [online]. Доступно: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-41 .	Визначено вразливість сектору торгівлі продуктами харчування до впливу зовнішніх факторів: коливань обмінного курсу, зміни цін на енергоносії, логістичних обмежень тощо. В таких умовах доцільно запроваджувати гнучкі механізми бюджетування, проводити сценарний аналіз та формувати резерви на непередбачені витрати.
3.	Хоменко, Л., Циган, Р., 2025. Становлення управлінського та фінансового обліку як інструментів управління витратами. <i>Економіка та суспільство</i> , (72). [online]. Доступно: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-11 .	Визначено основні завдання управлінського обліку як ефективного інформаційно-аналітичного інструменту управління затратами в умовах глобалізації та цифровізації економіки.
4.	Катюк, О., 2025. Проблематика експорту аграрної продукції України в сучасних умовах. <i>Економіка та суспільство</i> , (72). [online]. Доступно: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-73 .	Визначено важливість розвитку харчової промисловості та виокремлено основні проблеми експорту в даній галузі, запропоновано шляхи їх вирішення в умовах активізації міжнародної співпраці.
5.	Височин, І.В., Дідківський, А.О., 2025. Фінансова діагностика як передумова прогнозування розвитку підприємства торгівлі. <i>Ефективна економіка</i> . N 1. [online]. Доступно: https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/5541 .	Висвітлюється фінансова діагностика як складова ефективного управління, за результатами якої доцільно формувати стратегії оптимізації витрат торгівлі в умовах активізації співпраці із Китаєм.
№ з/п	Законодавчі та нормативно-правові акти	Зв'язок з темою
1.	Господарський кодекс України № 436-IV в редакції від 28.02.2025. [online]. Доступно: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15 .	Формує загальні правові принципи підприємницької діяльності, укладання зовнішньоекономічних контрактів, права та обов'язки сторін, відповідальність за невиконання умов контрактів тощо.
2.	Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» № 124-VIII в редакції від 19.04.2025р. [online]. Доступно: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-19 .	Харчова продукція, в тому числі з Китаю, повинна відповідати українським технічним регламентам, зокрема у сфері якості, маркування, упаковки тощо. Регулювання здійснюється відповідно до норм даного закону.
3.	Митний кодекс України № 4495-VI в редакції від 20.04.2025р. [online]. Доступно: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4495-17 .	Імпортні операції з Китаю регулюються даним кодексом, який визначає порядок митного оформлення, стягнення імпортного мита, ПДВ та інших платежів.
4.	Закон України «Про рекламу» № 270/96-ВР в редакції від 08.05.2025. [online]. Доступно: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр .	Забезпечує правову основу для прозорості, надійної та відповідальної рекламної діяльності, що є важливим елементом ринкового середовища та захисту інтересів споживачів.
5.	Податковий кодекс України № 2755-VI в редакції від 01.04.2025р. [online]. Доступно: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 .	Має значення, особливо щодо податкового кредиту з ПДВ, оподаткування прибутку підприємств, тощо. Знання податкових пільг або спеціальних умов для імпортерів певних видів продукції може позитивно вплинути на структуру витрат.

Характеризування двосторонньої торгівлі між Китаєм та Україною

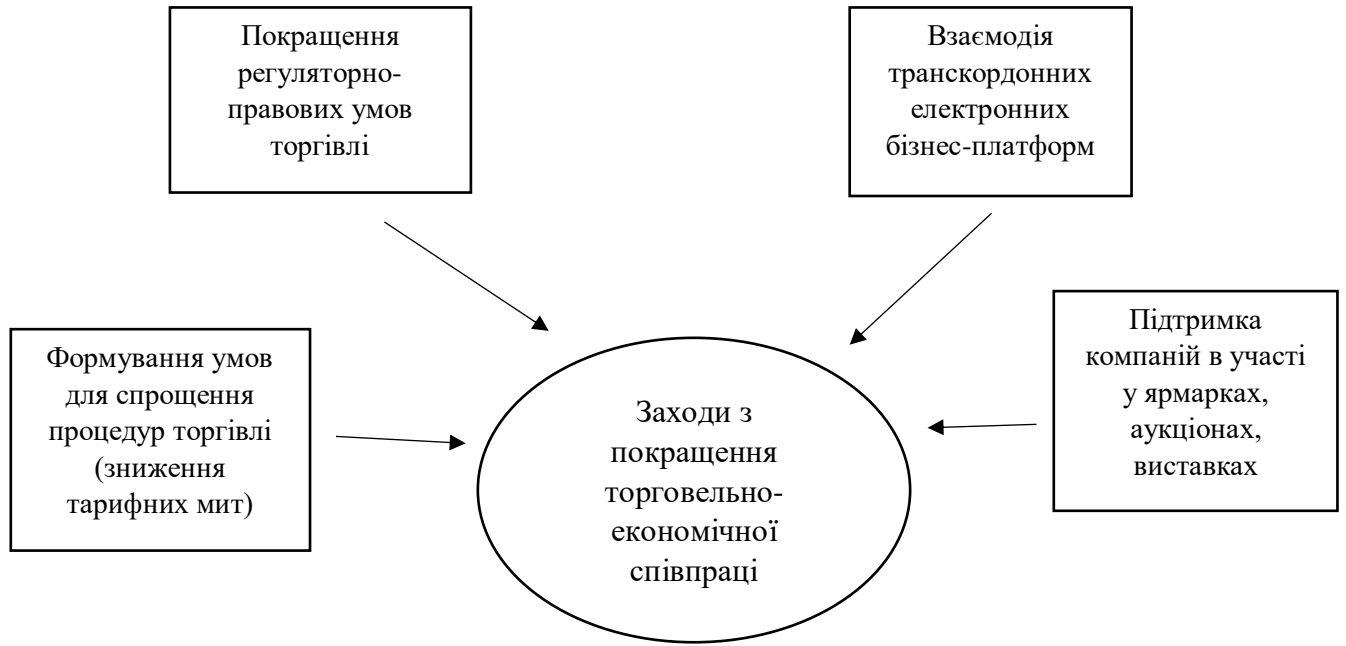
Динаміка експортно-імпортних операцій та результатів торгівлі товарами між Китаєм та Україною за 2019-2024рр.



Структура експорту української продукції до Китаю за 2023р.



Заходи щодо покращення торговельно-економічної співпраці між Україною та Китаєм

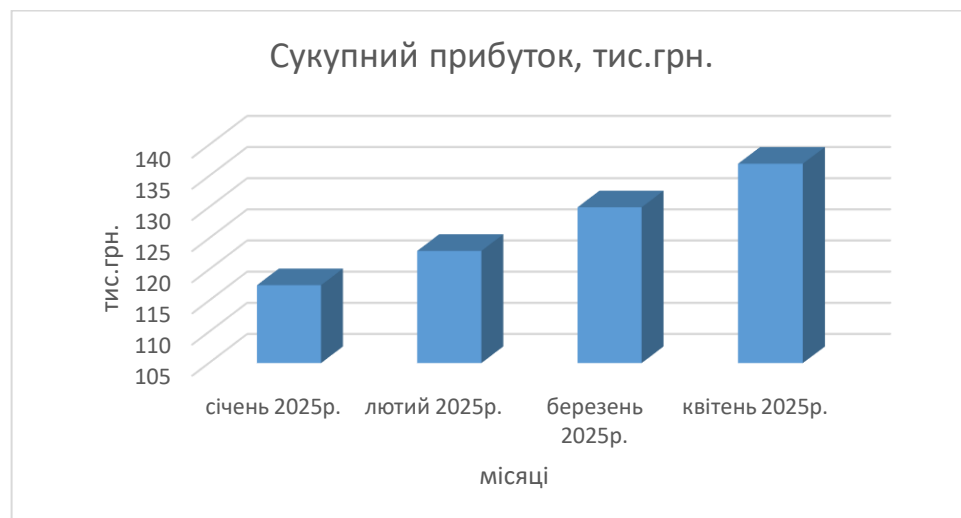


Характеризування діяльності ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» за січень-квітень 2025 р.

Динаміка техніко-економічних показників діяльності ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» за січень-квітень 2025 р., тис. грн.

№ з/п	Основні показники	Значення показників				Відхилення 4 міс. 2025р./3 міс. 2025р., тис.грн.
		січень 2025р.	лютий 2025р.	березень 2025р.	квітень 2025р.	
1.	Чистий дохід	850	910	920	970	50
2.	Сукупний прибуток	117,5	123	130	137	7
3.	Чистий прибуток	82,5	93,4	95,5	97,8	2,3
4.	Активи	225	248	250	257	7
4.1	Необоротні активи	157,5	163	165	165	0
4.2	Оборотні активи	67,5	85,0	85	92	7
5.	Власний капітал	125	134	137	141	4
6.	Дебіторська заборгованість	28,7	21	15	22	7
7.	Кредиторська заборгованість	100	110	100	113	13
8.	Собівартість реалізованої продукції	330	342	348	359	11
9.	Адміністративні витрати	132,5	133	134	134,5	0,5
10.	Витрати на збут	237,5	244	247	250,5	3,5
11.	Інші операційні витрати	32,5	68	61	89	28

Динаміка сукупного прибутку ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» за січень-квітень 2025р.

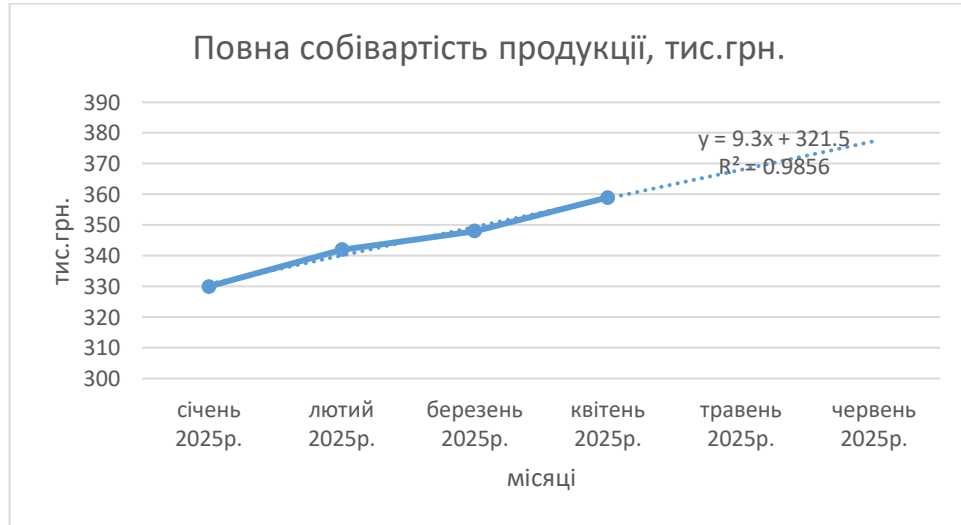


Динаміка показників фінансово-економічного стану ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» за
січень-квітень 2025р.

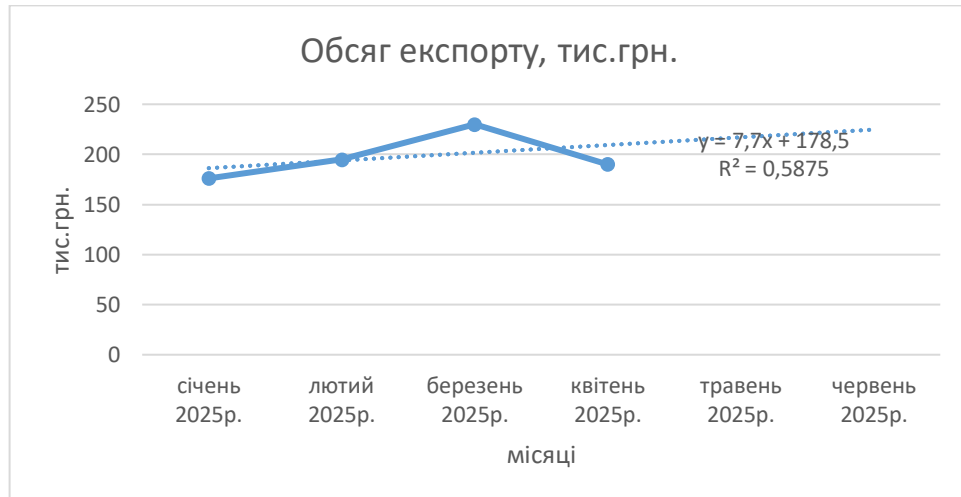
Назва показника	січень 2025р.	лютий 2025р.	березень 2025р.	квітень 2025р.
Показники ліквідності				
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,14	0,243	0,152	0,217
Коефіцієнт проміжної ліквідності	0,39	0,732	0,511	0,554
Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття)	1,223	1,252	1,31	1,32
Показники ділової активності				
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	29,616	43,33	61,33	44,09
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	8,5	8,272	9,2	8,584
Коефіцієнт оборотності активів	3,78	3,669	3,68	3,77
Коефіцієнт оборотності основних засобів	5,396	5,582	5,575	5,878
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	6,8	6,791	6,715	6,879
Показники фінансової стійкості				
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	0,56	0,54	0,548	0,549
Коефіцієнт фінансової залежності	1,769	1,776	1,832	1,953
Коефіцієнт заборгованості	0,412	0,427	0,428	0,434
Відношення заборгованості до власного капіталу	0,8	0,821	0,729	0,801
Показники прибутковості				
Рентабельність активів, %	36,67	37,6	38,2	38,05
Рентабельність власного капіталу, %	66	69,7	69,7	69,3
Рентабельність продукції, %	11,26	11,86	12,08	11,74

Результати аналізування та прогнозування повної собівартості продукції та обсягів експорту ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» за січень-червень 2025р.

Результати аналізування та прогнозування повної собівартості продукції ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» за січень-червень 2025р.



Результати аналізування та прогнозування обсягів експорту продукції ТОВ «ЛЕЙЗИ МАРКЕТ» за січень-червень 2025р.

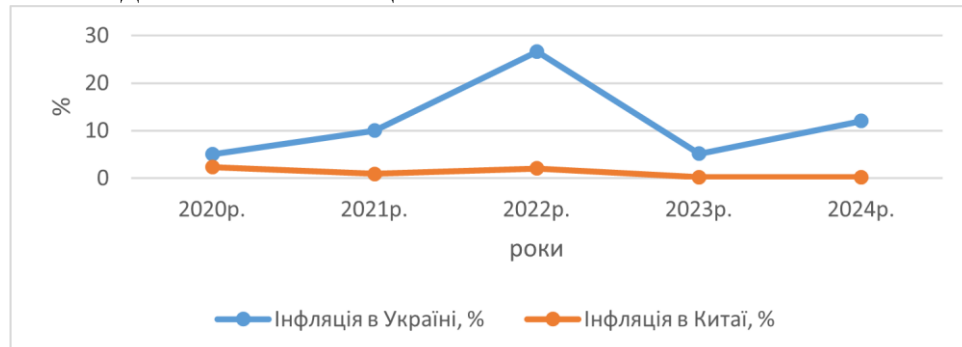


Структурно-логічна схема рівнів інфляції в Китаї та Україні

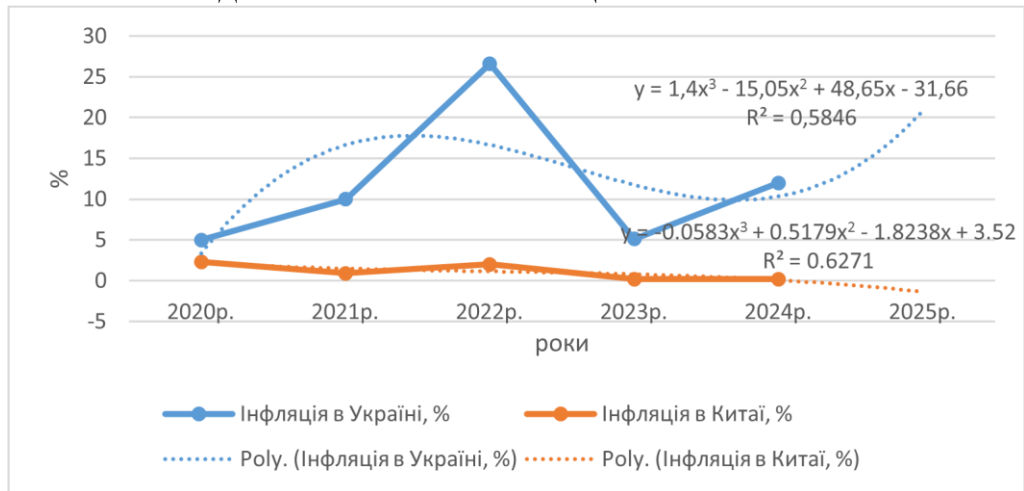
I. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГНОЗУВАННЯ

Інформаційне забезпечення прогнозування інфляції в Китаї та Україні включало статистичну, економічну та аналітичну інформацію, а також ринкові дані.

II. ДИНАМІКА ІНФЛЯЦІЇ В УКРАЇНІ ТА КИТАЇ ЗА 2020-2024РР.



III. ПРОГНОЗНІ ДАНІ ПОКАЗНИКІВ ІНФЛЯЦІЇ В УКРАЇНІ ТА КИТАЇ НА 2025Р.



IV. ВИСНОВКИ ЩОДО ПРОГНОЗУ ІНФЛЯЦІЇ І ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ З ПРОБЛЕМАТИКОЮ БКР

Рівень інфляції в Китаї є набагато нижчим, ніж в Україні. Це спостерігається протягом усіх років аналізування. Інфляція в Китаї має тенденцію падіння, в той час як в Україні вона зростає у 2024р. Рівень інфляції в Україні має висхідну динаміку у 2025р. На протилежну Україні, рівень інфляції у Китаї має низхідну динаміку у 2025р. Рівень витрат підприємств визначає ціни, що напряму впливає на показник інфляції.

Особливості управління витратами у сфері торгівлі харчовими продуктами в умовах активізації співпраці із Китаєм та пропозиції щодо їх покращення

№ з/п	Особливості	Шляхи покращення
1.	<p>Неналежний рівень автоматизації інформаційних процесів щодо управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» на торгівлю товарами широкого вжитку в умовах активізації міжнародної співпраці.</p> <p>Що стосується програмного забезпечення ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ», то на підприємстві використовується BAS Бухгалтерія.</p>	<p>З метою покращення автоматизації інформаційних процесів щодо управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» доцільним є впровадження та застосування, поряд з BAS Бухгалтерією, спеціалізованої для сфери торгівлі, зокрема товарами широкого вжитку та продуктами харчування АСУ TradeSoft, перевагами якої є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - заточеність під торгівлю продуктами харчування: зважування, пакування, списання, дефлайни; - зручність для роботи торгових точок, касирів, комірників; - інтеграція з POS-терміналами, сканерами, вагами; - облік повернень, знижок, бонусних програм тощо. <p>У сфері торгівлі продуктами харчування варто використовувати TradeSoft, як галузеву АСУ, та BAS Бухгалтерію для загального обліку та звітності. Таке поєднання забезпечить повноцінний облік та зручність у щоденній роботі.</p>
2.	<p>Відсутність належної системи контролювання витрат, яка забезпечувала б можливість своєчасного одержання релевантної інформації щодо витрат ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ», в тому числі на торгівлю товарами широкого вжитку, в процесі їх формування та пов'язати величину цих витрат з конкретними працівниками в умовах активізації міжнародної співпраці.</p>	<p>Поліпшення системи контролювання витрат у ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» можна досягти шляхом створення центрів відповідальності, які можуть виступати підрозділами фірми та, застосовуючи планування витрат за центрами відповідальності. Керівник центру несе особисту відповідальність за показники роботи центру. Чіткий розподіл і закріплення відповідальності за конкретними працівниками в таких умовах виступає передумовою функціонування системи з інформаційного забезпечення управління витратами та підприємством загалом, а також окремими ланками його роботи. Метою обліку відповідальності є накопичення інформації щодо витрат та надходжень кожного центру відповідальності з метою виявлення відхилень фактичних даних від планових та знання який саме із центрів цього припустився. Для центрів відповідальності визначаються відповідні цілі та завдання, зазначається, яка інформація, куди та з якою періодичністю має надаватися з метою забезпечення необхідною інформацією керівників для прийняття ефективних управлінських рішень.</p>
3.	<p>Відсутність системного підходу до управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ» в умовах активізації міжнародної співпраці.</p>	<p>З метою покращення ефективності управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ», доцільним є застосування системного підходу, що полягатиме в додержанні певних умов щодо управління витратами ТОВ «ЛЕЙЗІ МАРКЕТ»:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) В управлінні витратами вагоме значення варто відводити оперативно одержаній інформації щодо витрат, що дає змогу втручатись у виробничо-господарський процес з метою його оптимізації. 2) Головним принципом управління витратами повинна виступати відповідність системи обліку витрат цілям управління. 3) Критерієм точності при визначенні собівартості продукції має виступати не повнота включення затрат, а спосіб віднесення їх на ту чи іншу продукцію. 4) Головна увага має приділятися розподілу непрямих затрат та розрахунку точної фактичної собівартості, прогнозним обчисленням собівартості, формуванню обґрунтованих нормативних калькуляцій та організуванню контролю за їх дотриманням в процесі діяльності. 5) Система контролювання витрат має бути побудована таким чином, щоб забезпечити виявлення відхилень затрат до або в процесі здійснення виробничо-господарських операцій, що дасть змогу керівникам оперативно реагувати на відхилення та попереджувати витрати. 6) Має бути визначений взаємозв'язок між величиною затрат та працівниками, які відповідають за них та контролюють їх. 7) Система управління витратами має супроводжуватись ефективним інформаційним забезпеченням на засадах цифровізації діяльності задля прийняття оптимальних управлінських рішень щодо витрат. 8) Зниження рівня затрат має комбінуватись із забезпеченням високої якості процесів та продукції. 9) Вагомою складовою в системі управління витратами повинна виступати ефективна система мотивування та заохочення працівників в економії ресурсів та забезпеченні високої ефективності виробничо-господарських процесів.
4.	<p>Високі транспортні витрати є однією з головних перешкод для підвищення ефективності експорту продуктів харчування або сировини до Китаю. Коливання транспортних тарифів, спричинені нестабільністю світових ланцюгів поставок, впливають на загальну вартість українських товарів та знижують їх конкурентоспроможність на китайському ринку.</p>	<p>Заходами щодо зниження транспортних витрат при експорті харчових продуктів до Китаю виступають:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оптимізація вибору транспортних маршрутів та каналів доставки; - співпраця з іншими експортерами (консолідація вантажів); - укладання довгострокових контрактів з логістичними операторами; - цифровізація логістичних процесів; - розміщення логістичних хабів або складів у транзитних зонах; - аналізування витрат та впровадження моделей прогнозування.