

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА – СУБ'ЄКТА
МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ**

((на матеріалах ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС», м. Світловодськ))

Студентки 4 курсу, 14
групи, факультету
міжнародної торгівлі і
права
спеціальності 292
«Міжнародні економічні
відносини» спеціалізації
«Міжнародний бізнес»

підпис

Давидової Анастасії
Олексіївни

Науковий керівник
кандидат економічних
наук, старший викладач

підпис

Кушнарєнко Наталія
Петрівна

Гарант освітньої програми
кандидат економічних
наук, доцент

підпис

Лежєпєкова Вікторія
Гєнадіївна

Київ 2022

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права Кафедра світової економіки

Спеціальність, 292 «Міжнародні економічні відносини»,
спеціалізація «Міжнародний бізнес»

Затверджую

Зав. кафедри Дугінець Г.В.

«__» _____ 2022 р

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу (проект) студентів

Давидовій Анастасії Олексіївні

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Конкурентна стратегія підприємства – суб'єкта міжнародного бізнесу на матеріалах ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС» м. Світловодськ

Затверджена наказом ректора від «10» січня 2022 р. № 12

2. Строк здачі студентом закінченої роботи (проекту)

30.05.2022

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)

Мета роботи (проекту)

Оцінка конкурентної стратегії підприємства – суб'єкта міжнародного бізнесу та визначення основних напрямків покращення.

Об'єкт дослідження - конкурентна стратегія ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС».

Предмет дослідження - теоретико-методичні та практичні аспекти здійснення конкурентної стратегії підприємства.

4. Перелік графічного матеріалу – 10 таблиць, 3 рисунки.

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

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

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)

Вступ

Розділ 1. Дослідження конкурентної стратегії ТОВ «ТД Каскад Плюс»

1.1. Сутність та ключові характеристики конкурентної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу

1.2. Аналіз міжнародної конкурентної стратегії ТОВ «ТД Каскад Плюс»

Висновки до розділу 1.

Розділ 2. Рекомендації щодо вдосконалення конкурентної стратегії ТОВ «ТД Каскад Плюс» в міжнародному бізнесі

2.1. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу ТОВ «ТД Каскад Плюс» в міжнародному бізнесі

2.2. Напрямок розвитку та вдосконалення конкурентної стратегії ТОВ «ТД Каскад Плюс» на зовнішніх ринках

Висновки до розділу 2.

Висновки і пропозиції

7. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми ВКР	до 20.12.2021	
2	Узгодження плану ВКР з науковим керівником	до 31.01.2022	
3	Подача науковому керівнику на рецензування 1-го розділу ВКР	до 30.04.2022	
4	Подача науковому керівнику на рецензування 2-го розділу ВКР	до 10.05.2022	
5	Подача готової ВКР науковому керівнику	до 20.05.2022	
6	Подача готової ВКР на кафедру	до 30.05.2022	
7	Попередній захист ВКР	за графіком (30.05.– 17.06.2022)	
8	Захист ВКР	за графіком (20.06 – 30.06.2022)	

8. Дата видачі завдання «___» _____ 20__ р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Кушнарєнко Н.П. _____

10. Керівник освітньої програми

Лежєпєкова В.Г. _____

11. Завдання прийняв до виконання студент

Давидова А.О. _____

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Випускна кваліфікаційна робота Давидової А.О. присвячена актуальній темі конкурентної стратегії підприємства - суб'єкта міжнародного бізнесу.

Розглянута сутність та ключові характеристики конкурентної стратегії підприємства – суб'єкта міжнародного бізнесу, надано характеристику діяльності ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС», м. Світловодськ, на міжнародному ринку, проаналізовано тенденції світового ринку борошномельно-круп'яної промисловості, визначено переваги та недоліки конкурентної політики підприємства, запропоновано напрямки розвитку та можливості покращення конкурентної стратегії підприємства.

В цілому випускна кваліфікаційна робота Давидової Анастасії Олексіївни відповідає встановленим вимогам, виконана відповідно до затвердженого плану, містить необхідні елементи та рекомендується до захисту перед комісією.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Кушнарєнко Наталія Петрівна _____

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проект)

Випускна кваліфікаційна робота (проект) студентки

Давидової А. О.

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Керівник освітньої програми _____

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » 20 ____ р.

АНОТАЦІЯ

Давидова Анастасія Олексіївна. Конкурентна стратегія підприємства – суб'єкта міжнародного бізнесу (на матеріалах «ТОВ ТД КАСКАД ПЛЮС»).

Випускна кваліфікаційна робота присвячена конкурентоспроможності підприємств та виходу на міжнародний ринок.

У роботі проведено комплексний аналіз діяльності ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС», що включає аналіз фінансово-економічних результатів діяльності підприємства, напрям розвитку та конкурентна стратегія.

На основі аналізу конкурентної стратегії розроблено пропозиції щодо її удосконалення. В результаті проведеного дослідження підприємства ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС» в конкуренції на міжнародному ринку, можна зробити висновок, що підприємство потребує вдосконалення та перегляду стратегії для виходу на міжнародний рівень.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентна стратегія, міжнародний ринок.

ANNOTATION

Davydova Anastasiia. Competitive strategy of the enterprise - the subject of international business (on the materials of LLC "TH CASCADE PLUS").

The final qualifying work is dedicated to the competitiveness of enterprises and entering the international market.

A comprehensive analysis of the activities of LLC "TD CASCADE PLUS", which includes an analysis of financial and economic results of the enterprise, the direction of development and competitive strategy.

Based on the analysis of the competitive strategy, proposals for its improvement have been developed. As a result of the investigation of the company LLC "TD CASCADE PLUS" in competition in the international market, we can conclude that the company needs to improve and reconstruct the strategy to reach the international level.

Key words: competitiveness, competitive strategy, international market.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС».....	5
1.1. ... Сутність та ключові характеристики конкурентної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу	5
1.2. Аналіз міжнародної конкурентної стратегії ТОВ «ТД Каскад Плюс».....	12
Висновки до розділу 1.....	16
РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС» В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ	18
2.1. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу ТОВ «ТД Каскад Плюс» в міжнародному бізнесі	18
2.2. Напрямок розвитку та вдосконалення конкурентної стратегії ТОВ «ТД Каскад Плюс» на зовнішніх ринках.....	25
Висновки до розділу 2.....	27
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	30
ДОДАТКИ	33

ВСТУП

Значення стратегічного поведінки, що дозволяє підприємствам виживати у конкурентній боротьбі у довгостроковій перспективі, різко зросла останні десятиліття. В умовах жорсткої конкуренції, ситуації, що швидко змінюється, повинні не тільки концентрувати увагу на внутрішньому стані справ у підприємства, але й виробляти стратегію довгострокового виживання, яка дозволяла б їм встигати за змінами, що відбуваються в їхньому оточенні. Зараз же, хоч і не знімається завдання раціонального використання потенціалу в поточній діяльності, виключно важливим стає здійснення такого управління, яке забезпечує конкурентні переваги в навколишньому середовищі, що швидко змінюється.

Центральним моментом у стратегічному плануванні зовнішньоекономічної діяльності будь-якої компанії стає розроблення конкурентної стратегії, що становить основу конкурентної поведінки компанії на міжнародному ринку. Саме конкурентна стратегія дає змогу вибрати таку поведінку компанії на міжнародному ринку, що забезпечує максимальне використання сильних сторін, конкурентних переваг та можливостей міжнародної компанії.

Немає конкурентної стратегії, єдиної всім компаній, як немає єдиного універсального стратегічного управління. Кожна фірма унікальна у своєму роді, і процес вироблення конкурентної стратегії для кожної фірми унікальний, тому що він залежить від позиції фірми на ринку, динаміки її розвитку, її потенціалу, поведінки конкурентів, характеристик виробленого нею товару або послуг, що надаються нею, стану економіки, культурної середовища та ще багато іншого. У той же час є ряд основних моментів, які дозволяють говорити про деякі узагальнені принципи здійснення стратегічного управління.

Актуальність теми зумовлена тим, що саме від правильності розроблення та вибору конкурентної стратегії залежатиме успіх подальшої діяльності компанії на ринку.

Метою є оцінка конкурентної стратегії підприємства – суб'єкта міжнародного бізнесу та визначення основних напрямків покращення.

Об'єкт дослідження - конкурентна стратегія ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС».

Предмет дослідження - теоретико-методичні та практичні аспекти здійснення конкурентної стратегії підприємства.

Для досягнення мети необхідно виконати такі завдання:

1. Розкрити поняття «конкурентна стратегія»;
2. Розглянути основні типи стратегій досягнення підприємством конкурентних переваг;
3. Розглянути процес реалізації стратегії;
4. Розробити конкурентну стратегію конкретного підприємства.

Завдання, поставлені під час написання роботи - розглянути конкурентне становище організації.

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС»

1.1. Сутність та ключові характеристики конкурентної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу

Розвиток процесів глобалізації в сучасному світі призвів до необхідності розроблення та впровадження нових стратегій конкурентної боротьби, внаслідок чого зросла необхідність комплексного вивчення проблем, що пов'язані з формуванням конкурентоспроможності підприємств та розвитку їх на міжнародному рівні.

Сьогодні найбільші транснаціональні корпорації та цілі галузі, як: телекомунікаційна, електронна, автомобільна та авіаційна промисловість, розробляються на основі міжнародних конкурентних стратегій. Швидкий розвиток інформаційних технологій, лібералізація ринку прискорюють розвиток міжнародних конкурентних стратегій. Теоретичні, практичні та методологічні аспекти конкурентних стратегій фірм на світових ринках досліджуються в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Перш за все, у працях: В. В. Рокочі, Б. М. Одягайла, В. І. Терехова [1], А. Томпсона, А. Дж. Стрікланда [5], М. Портера [4], Котлера [10].

Проте питання ефективності та впровадження конкурентних стратегій підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу на світових ринках залишаються до кінця не вивченими, внаслідок чого потреба в комплексному аналізі даної теми зростає.

Перш за все необхідно дати визначення поняттю «конкурентоспроможність», — це ринкова категорія з динамічними змінними характеристиками. Оскільки показники якості товару не змінюються, конкурентоспроможність буде змінюватися залежно від кон'юнктури ринку, активності конкурентів, зміни ціни та рекламної діяльності. На рис. 1.1 описані основні умови конкурентоспроможності підприємства.

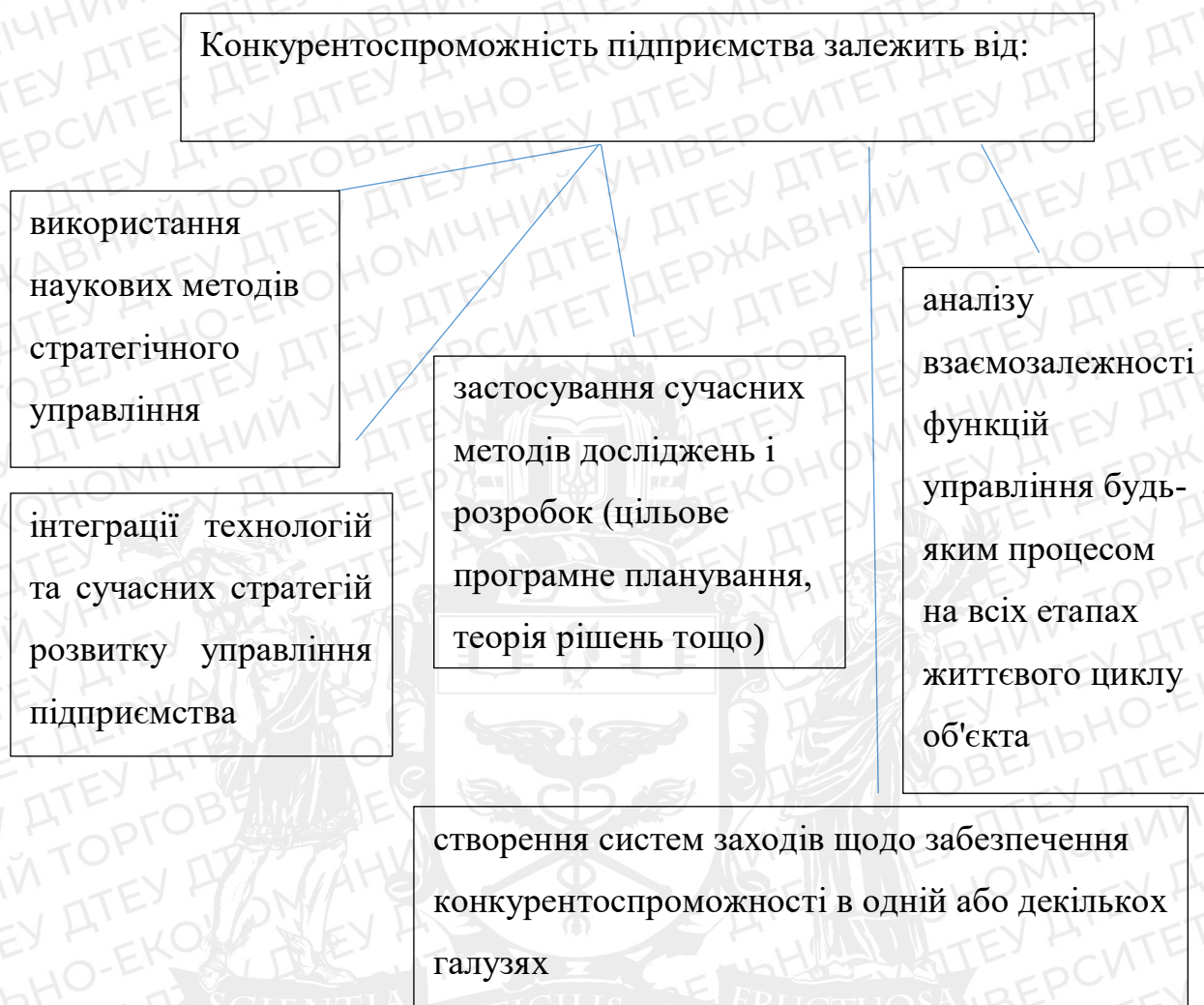


Рисунок 1.1. Фактори високої конкурентоспроможності підприємства

Джерело: розроблено автором на основі [7].

Конкурентоспроможність підприємства може змінюватися під впливом: часу і швидкості ділових операцій, залежно від динаміки конкурентоспроможності підприємства, зміни рентабельності тощо.

Термін «конкурентна позиція» тісно пов'язаний з терміном «конкурентна стратегія» і відноситься до загальної операційної моделі та необхідних правил, яких повинен дотримуватися керівник у процесі планування бізнесу для підтримки конкурентоспроможних позицій підприємства в умовах ринкової економіки [7].

Існує багато різновидів конкурентних стратегій, головні з них описані в табл. 1.1.

Таблиця 1.1.

Класифікація конкурентних стратегій

Автори класифікацій	Класифікаційні ознаки	Різновиди конкурентних стратегій
М. Портер [4]	Конкурентна перевага на ринку	стратегія цінового лідерства; стратегія диференціації товару; стратегія спеціалізації
А. Літл [3]	Вихідна позиція фірми на ринку	стратегія лідерів; стратегія фірм із сильною позицією; стратегія фірм, які займають сприятливу позицію; стратегія фірм, які займають задовільну позицію; стратегія фірм, які займають незадовільну позицію
Ф. Котлер [10]	Ринкова частка	стратегія ринкового лідера; стратегія членджера; стратегія послідовника; стратегія нішера
Л. Раменський [20]	Ступінь стандартизації бізнесу	віолентна (силова) стратегія; патієнтна (нішева) стратегія; комутантна (з'єднуюча) стратегія; експлерентна (піонерна) стратегія

Продовження таблиці 1.1.

Автори класифікацій	Класифікаційні ознаки	Різновиди конкурентних стратегій
Х. Фрізевінкель [20]	Поведінка на ринку (біологічний підхід до термінології)	стратегія лисиці; стратегія слона; стратегія лева; стратегія миш
І. Сіваченко [20]	Сфера діяльності підприємства	конкурентна стратегія малого бізнесу; конкурентна стратегія в сфері; масового виробництва; конкурентна стратегія; підприємств вузької спеціалізації
А. Кузнєцов [20]	Динаміка конкурентної поведінки	наступальна; оборонна
І. Должанський [7]	Спосіб входу на міжнародний ринок	стратегія непрямого експорту; стратегія прямих експорту; стратегія виробництва за кордоном

Джерело: авторська розробка на основі [20, с.158].

Найбільш вживаними є конкурентні стратегії Портера та Котлера.

Сучасні стратегії конкуренції передбачають взаємодію трьох основних факторів.

- позиція підприємства в роботі з конкурентами;
- ціль підприємства;
- кон'юнктура ринку.

Ключові конкурентні стратегії базуються на точних характеристиках, таких як: ринок збуту, конкурентна оцінка, а також економічні передумови та

потенційні обмеження. Вибір конкурентної стратегії є ключовим завданням міжнародного менеджменту.

Розробка конкурентної стратегії – це розробка ключових принципів маркетингу для ефективності продажів, підтриманню та набуванню конкурентної позиції на міжнародних та регіональних ринках для підприємств, що працюють у постійно мінливому ринковому середовищі, та визначення ключових шляхів створення оптимальної стратегії ведення бізнесу. Основні конкурентні стратегії, а також їх правильний вибір багато в чому визначають подальший напрямок бізнесу на ринку та створюють перевагу над конкурентами.

Конкурентоспроможність підприємства складається з:

- 1) товарно-матеріальних цінностей - вартість витрачених ресурсів на одиницю готової продукції. Підприємство може контролювати ресурсні фактори, що підвищують продуктивність праці, загальну ефективність виробництва і тим самим підвищують конкурентоспроможність;
- 2) рівень цін - рівень цін і динаміка всіх використаних ресурсів і готового продукту. Оскільки рівень цін у країні сильно залежить від економічної політики держави, цей фактор менш підконтрольний підприємству;
- 3) «екологічний фактор» – це показник, який включає такі складові, як економічна та політична ситуація в країні та ступінь впливу держави на ринок [13].

Тобто, роль державної політики та її економічний стан відіграє один із вирішальних факторів в формуванні конкурентної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.

Соціальні чинники, кількість залучених інвестицій в країні, рівень взаємодії місцевої влади з бізнесом можуть відрізнятися в залежності від регіону та таким чином впливати на конкурентоспроможність підприємств.

Тому, окрім внутрішніх факторів, при виборі конкурентної стратегії на міжнародному ринку та оцінці конкурентоспроможності на національному та регіональному рівнях необхідно враховувати зовнішні фактори.

Держава впливає на економічне середовище за допомогою органів, які її представляють. Наприклад, митна служба створює сприятливі умови для торгівлі, полегшення транзитних перевезень та збільшення транзитного товарообігу через митну територію України [2]. Негативно вплинути на торгівлю та виробничу діяльність підприємств можуть затримки з розмитненням товарів та підвищення митних зборів.

Податковий кодекс України регулює стягування податків і зборів, контролює здійснення зобов'язань, накладання штрафів за порушення податкового законодавства тощо [3, с.5]. Метою будь-якого підприємства є отримання прибутку, а отже будь-яке підприємство має контролюватися законом, в рамках його податкова служба може створити лояльні умови для введення бізнесу або навпаки.

Ще одним органом державної політики є сфера земельних ресурсів. Всі промислові компанії залежать від даної служби, та очікують від неї режиму найбільшого сприяння. В залежності від лояльності земельної служби та спрощених процедур оформлення прав на власність, будівництва, перебудови цехів під інноваційне обладнання тощо, компанія буде мати можливість для швидкого розвитку та покращення товарообігу [19].

В залежності від того, як держава підтримує рівень конкурентоспроможності та виявляє свою лояльність визначається конкурентна стратегія підприємства на міжнародному ринку.

Сьогодні ціновий фактор відіграє вирішальну роль у виборі продукції споживачем. Тому важливо враховувати цей фактор при виборі сучасної конкурентної стратегії [10].

Аналізуючи результати діяльності великих міжнародних компаній на міжнародному ринку, можна виділити наступні міжнародні конкурентні стратегії:

- застосування міжнародних стратегій для виробництва низькозатратної виробничої продукції;
- підтримка національного виробництва, постачання своєї продукції через існуючі канали, а також створювати нові;
- дослідження принципів глобальної диференціації, яка складається з постачання продукції, виробленої в різних країнах, і створення в них фірмових назв; вибір стратегії залежить від того, в якій країні буде розвиватися ринок;
- створення дочірніх та спільних підприємств за кордоном; франчайзинг, аутсорсинг та офшорне виробництво [11].

Нині існують різні способи оцінки рівня конкурентоспроможності виробника та його продукції, основними з яких є:

- Метод ефективної конкуренції;
- Метод анкетування;
- Рейтингова оцінка;
- Графічний метод;
- Метод різниць;
- Метод рангів;
- Метод балів;
- Матричний метод Бостонської консультативної групи;
- Матричний метод «Привабливість-конкурентоспроможність»;
- Матриця Портера;
- SWOT – аналіз.

При купівлі товару покупець обирає продукт, тим самим створює свою унікальну характеристику про нього, що визначає конкурентну перевагу над аналогічними товарами на ринку. Купуючи товар, покупець оцінює рівень задоволення своєї потреби і готовність нести витрати, пов'язані з придбанням і використанням товару.

1.2. Аналіз міжнародної конкурентної стратегії ТОВ «ТД Каскад Плюс»

Підприємством, що досліджується є ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС» [17].

Дані ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС» наведені в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2.

Дані ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС»

Ознаки	Дані
Повна юридична назва організації	Товариство з обмеженою відповідальністю торговельний дім Каскад Плюс
Скорочена назва	ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС»
Назва на англійській мові	Limited Liability Company Kaskad Plus Trading House (Kaskad Plus Trading House Llc)
Код ЄДРПОУ	42957569
Номер свідоцтва платника ПДВ	429575611191
Дата реєстру	17.04.2019
Адреса	Україна, 27519, Кіровоградська обл., Світловодський р-н, село Вільне, ВУЛИЦЯ СВЕРДЛІВСЬКА, будинок 1А
Телефон	+380975724804
Керівники	Каспров Олександр Владиславович Каспров Олександр Владиславович Каспрора Галина Іванівна
Розмір уставного капіталу	10 000,00 грн.
Організаційно правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю

Продовження таблиці 1.2.

Ознаки	Дані
Форма власності	Приватна власність
Основний вид діяльності	10.61 Виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості

Джерело: авторська розробка на основі даних компанії [19].

Проаналізувати міжнародну конкурентну стратегію можливо через ідентифікацію та оцінку конкурентної сили та конкурентної слабості підприємства.

ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС» - підприємство продуктів борошномельно-круп'яної промисловості України. Що є невідерною складовою агропродовольчої продукції. Постачає свою продукцію до Києва, Дніпра, Харкова та Кременчука.

Партнерами підприємства є такі бренди, як: ТМ «Хуторок», ТМ «Флінт», ТМ «Аквафрост», ТМ «Левада», ТМ «Ласка», ТМ «Чумак», ТМ «Ласунка».

Підприємство працює більше 30 років на ринку України. Стабільну якість продукції забезпечує багаторічний досвід та сучасне обладнання.

Підприємство являє собою повний цикл виробництва - від закупівлі сировини до поставки готової продукції, та є виробничим комплексом, що включає в себе два борошномельних комплексу, з окремими складськими приміщеннями для зберігання борошна 3 тис. тонн. [Додаток А]. Елеватор для зберігання зернових 10 тис. тонн. Комплекс для сушіння та очистки зерна. Ємності для зберігання борошна безтарного вибоя та висівок близько 400 тонн. Ємність для зберігання соняшникової олії 1 тис.тонн. Заправний комплекс на території підприємства. Парк з 20-ти масловозів , борошновозів та іншої допоміжної техніки.

Адміністративна будівля площею 600 м.кв. Все розміщено у власних приміщеннях площею 3256 м.кв, на власних площах 5,3 Га, та орендованих площах 2,9 Га.

Три роки тому компанія зробила ребрендинг. Було змінено: логотип, слоган, юридичну назву компанії, розроблено сайт, замінено обладнання на сучасне, транспорт для логістичних перевезень також оновили та зробили на ньому брендинг компанії, навчили та перекваліфікували персонал, надали нові робочі місця, як людям без досвіду, так експертам з виробництва та ведення бізнесу, розробили бізнес план. Всі ці заходи дали можливість підприємству вийти на міжнародний ринок.

Компанія експортує продукцію борошномельної та круп'яної галузі промисловості до Ізраїлю та Венесуели.

Цінова політика підприємства за останні роки наведена в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3.

Динаміка цін на продукцію ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС» з 2017 по 2022р.

№	Рік	Вартість борошна в/г,грн/кг	Вартість борошна, покращено ї якості, грн/кг	Вартість борошна 1г,грн/кг.	Вартість висівки, грн/кг.	Вартість пшениці грн/кг
1	2017	6,25	6,20	5,45	2,30	4,90
2	2018	7,05	7,32	6,72	2,70	3,80
3	2019	8,70	7,92	8,25	3,10	4,50
4	2020	7,50	7,40	8,28	2,90	5,50
5	2021	7,50	9,80	11,40	5,0	6,20
6	2022*	7,45	11,50	12,90	3,25	7,50

Джерело: авторська розробка на основі офіційних даних;

2022* – данні за першу половину півріччя.

Цінова категорія відносно низька порівняно до ринку продукції борошномельно-круп'яної промисловості України [Додаток Б]. В Україні середня ціна за один кілограм борошна - 19,69грн. Рік тому назад середня ціна – 16,22грн.[21].

З 2017 по 2022 спостерігається підвищення цін, пов'язане зі зростанням курсу валюти.

Розглянемо дохід підприємства з 2019 по 2021 роки. (Табл. 1.4.)

Таблиця 1.4.

Чистий дохід ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС» за 2019-2022рр.

Рік	Чистий дохід підприємства в тис. дол. США	Темп приросту в %
2019	735	-
2020	2,832	0,003%
2021	3,589	1,3%

Джерело: звітність ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС» за 2019, 2020 та 2021 рр.

За даними 2019-2021 років діяльність підприємства має зростаючий дохід. Порівняно з 2019 роком, дохід в 2020 році збільшився на 2,097 тисячі доларів США. А в 2021 показник піднявся ще на 757 тисячі доларів США.

Підприємство продемонструвало гарний результат не дивлячись на пандемію COVID-19 та обмеження для запобігання поширення COVID-19, які тривали з 2019 по 2022 рік включно [18]. Зараз критичну ситуацію з вірусом змістила військова агресія Росії на території України, що розпочалась на початку 2022 року. Країна агресор засобами підрозділів озброєних сил, наземного озброєння, ракет, морських кораблів та військової авіації розпочала загарбницьку війну на суші, морі та повітряному просторі по всій території України.

Для аналізу конкурентних можливостей на ринку ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС» звіряймо його переваги на недоліки (табл.1.5.)

Таблиця 1.5.

Переваги та недоліки ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС» в міжнародній конкуренції

Переваги	Недоліки
Зарекомендований, як надійний партнер с відмінною репутацією	Націлені більш на виробництво та партнерство, а не самостійну реалізацію
Наявні сертифікати якості, як і українського так і іноземного зразка	Відносно не велике підприємство, для здійснення більших оборотів виробництва
Використання європейських технологій	Слабкий досвід в реалізації закордоном
Наявні свої складські приміщення	Не широковідомий
Кваліфіковані спеціалісти	

Джерело: авторська розробка

Підбивши підсумки переваг та недоліків ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС» в конкуренції на міжнародному ринку, можна зробити висновок, що підприємство потребує вдосконалення та перегляду стратегії для виходу на міжнародний рівень. З огляну на ситуацію за останні роки, партнерство та політику підприємства.

На внутрішньому ринку ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС» користується стратегією переваг та витрат.

Висновки до розділу 1

Одним з головних елементів управління конкурентоспроможністю підприємства є оцінка її рівня. У сучасних умовах оцінка конкурентоспроможності підприємства та його продукції, галузі, країни є важливою умовою вироблення державної політики економічної безпеки, регіональної та галузевої політики. Успіху можна досягти, лише прийнявши

умови конкретної галузі, ринку з науковим потенціалом та початковим капіталом.

Не існує такого поняття, як «універсальна конкурентна стратегія підприємства».

В першому розділі запропоновано методику оцінки конкурентоспроможності підприємства, тому що сьогодні нема єдиної загальноприйнятої методики. Кожне підприємство визначає свою конкурентну позицію на ринку самостійно. Оцінка конкурентоспроможності підприємства в конкретний момент його існування на певній фазі його економічного розвитку являє собою складну багатоаспектну задачу, тому що необхідно оцінити комплекс показників, що характеризують всі напрямки діяльності підприємства і формують рівень його конкурентоспроможності. Для кожного окремого випадку є відповідні рекомендації щодо поведінки підприємств та покращення свого стану, щодо необхідних організаційних змін для підвищення або утримання високого рівня конкурентоспроможності.

Це можна було прослідкувати в аналізі ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС».

Отже, конкурентна позиція підприємства — це сукупність конкурентних заходів, спрямованих на зміну або збереження конкурентної позиції.

РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС»В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

2.1. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу ТОВ «ТД Каскад Плюс» в міжнародному бізнесі

Виробництво борошна в Україні характеризує загальна тенденція до зниження. За 2006–2016 обсяги виробництва борошна впали на 20 %. У 2015–2016 маркетинговому році вироблено 2,6 млн т усіх видів борошна (97 % припадало на пшеничне); а в 2018–2019 — 1,667 млн т. Середньомісячний показник виробництва борошна в липні — січні 2020–2021 маркетингового року становив 114,2 тис. т; у січні 2021 в Україні було вироблено 84,9 тис. т борошна, що є абсолютним місячним мінімумом з 1999.

Для підтримки українських виробників борошна, круп та інших продуктів переробки зернових 2013 створено галузеве громадське об'єднання Борошномельний союз України.

Україна переважно експортує борошномельну продукцію морем (виняток Молдова), через це ціна значно зростає, через ціну фрахту а також конкуренцію серед тих країн, котрі також торгують морем. На міжнародному ринку така ж сама ситуація з подорожчанням цін та зменшенням обсягів виробництва. Всі провідні експортери в тій чи іншій мірі скоротили обсяги експорту. Це пов'язано зі зростанням цін на пшеницю і збільшенням вартості фрахту як контейнерного, так і балкерного. Звичайно, якщо мова йде про наземне переміщення борошна між Казахстаном, Узбекистаном і Афганістаном або Туреччиною, Іраком і Сирією або Німеччина-ЄС, то ціни майже не змінилися. Світова динаміка експорту борошна за 2001-2020 роки зображена на рис.2.1.

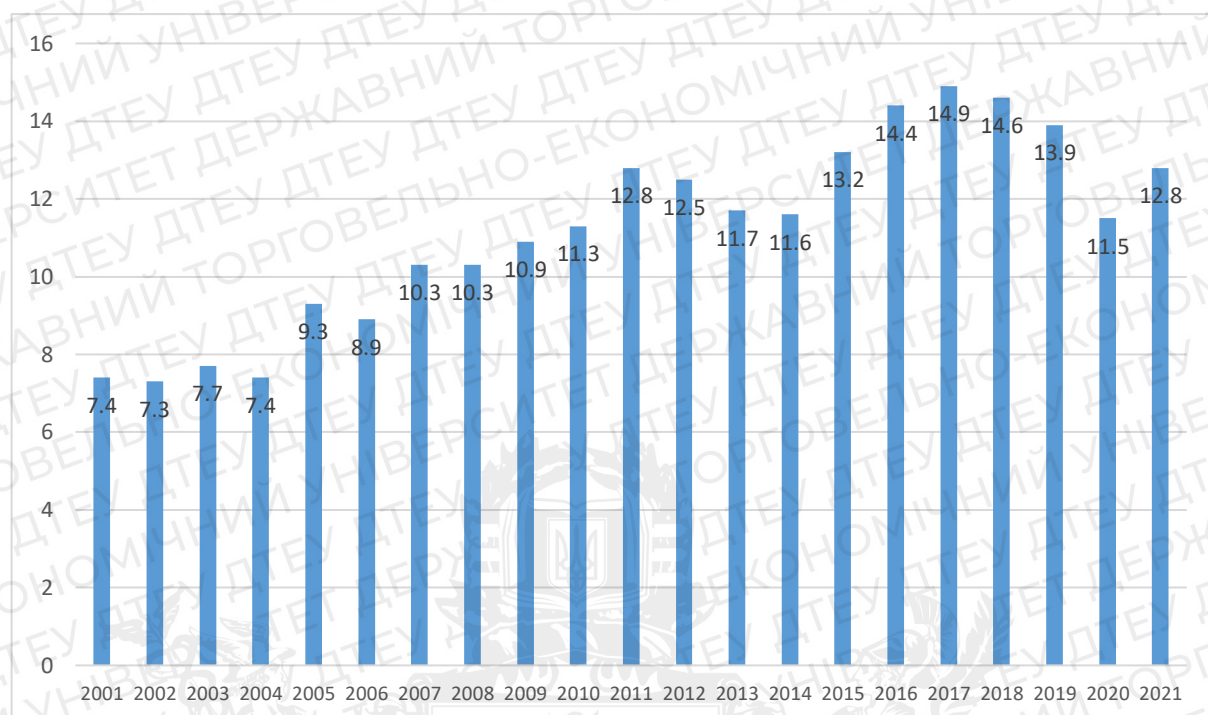


Рисунок 2.1. Динаміка світового експорту борошна (млн.тонн)

Джерело: розроблено автором на основі даних Trade Map [23]

У першій половині 2021 року календарного року (або у другій половині 2020-2021 рр.) постачальники експортували чверть від загального обсягу 5,4 млн тонн пшениці. Понад 80% експорту зерна виготовляють компанії, що входять в ТОП-15. Крім того, склад ключових постачальників залишається стабільним. Перші три місця зайняли компанії: "НІБУЛОН", «Cargill та Louis Dreyfus Company» (таб.2.1).

Таблиця 2.1.

ТОП-15 компаній, що займаються експортом борошномельної продукції (2020-2021р.)

№	Назва	Частка ринку, %
1	НІБУЛОН	13,1
2	Cargill	11,2
3	Louis Dreyfus	8,9
4	Sierentz Global Merchants (SGM)	8,7
5	Кернел-Трейд	6,2
6	Orsett Trading SA	5,6

Продовження таблиці 2.1.

7	АДМ Трейдинг Україна	4,8
8	Олам Україна	3,8
9	Glencore	3,4
10	Агропросперис	3,3
11	Bunge	3
12	Millcorp Grain Trading	2,9
13	COFCO	2,8
14	CHS	2,7
15	ГПЗКУ	2,6

Джерело: статистичні данні YouControl [19]

Всі інші компанії, що не ввійшли в цей список постачають 20% від загального ринку. Приблизно половину з них складають невеликі підприємства, що виробляють на рік менше 1 тис. т борошна високої якості.

Стратегічний аналіз є одним із важливих елементів маркетингу, який визначає можливості стратегічного розвитку та вибір підприємства в умовах глобалізації, регіональних коливань попиту та постійно мінливих цінових умов на товарних ринках. На етапі стратегічного аналізу буде створена необхідна база даних, яка дозволить максимально ефективно реалізувати процес цілеформування та вибрати альтернативні конкурентні стратегії.

При розробці конкурентної стратегії система інформаційного забезпечення повинна включати кілька блоків, наприклад: економічні та політичні фактори; економіко-правове середовище; споживачів і ринки, задоволеності клієнтів; можливості виробництва або продажу тощо.

Стратегічний аналіз підприємства складається з двох кроків: аналізу зовнішнього бізнес-середовища та аналізу ресурсного потенціалу підприємства (внутрішнього потенціалу). Результати стратегічного аналізу є синтезом висновків кожного з цих етапів.

Класична схема аналізу зовнішнього конкурентного середовища підприємства на промисловому ринку включає такі елементи:

- Основні економічні характеристики галузі (темпи зростання, географічні особливості, тощо);
- Аналіз конкурентного середовища (конкуренція, ризик виходу на ринок нових фірм, рівень впливу постачальників, покупців, виробників-замінників);
- Рушійна сила конкуренції (структура конкуренції, причини змін зовнішнього середовища);
- Конкурентоспроможність великих фірм/стратегічних груп (сприятлива чи несприятлива);
- Аналіз конкурентів (стратегії конкурентів, їх можливі дії);
- Ключові фактори успіху в конкурентній боротьбі;
- Промислова перспектива та привабливість в цій сфері (фактори привабливості, специфічні питання галузі, перспективи прибутку - сприятливі і несприятливі).

Аналіз зовнішнього середовища (табл. 2.2) показав, що найбільший вплив на ТОВ «КАСКАД ПЛЮС» здійснюють економічні, політичні та міжнародні фактори. Основними загрозами є: небезпека високих темпів інфляції, підвищення ставок оподаткування, зниження стабільності в суспільстві.

Таблиця 2.2

Аналіз зовнішнього середовища ТОВ «КАСКАД ПЛЮС»

Фактор	Прояв	Можливі заходи
Економічні фактори		
Небезпека витоків темпів інфляції	Знецінення грошей Брак інвестиційних надходжень	Зупинення фінансування розробок

Продовження таблиці 2.2.

Екологічні фактори		
Спад виробництва	Дефіцит та подорожчання ресурсів	Введення кредиту
Підвищення кількості безробітних	Дешева робоча сила	Формування раціональної структури кадрів
Правові фактори		
Прийняття нормативних актів, що мають зворотну силу	Необхідність пошуку фінансових ресурсів	Пошук шляхів отримання пільг
Політичні фактори		
Зниження стабільності в суспільстві	Збільшення ймовірності соціальних потрясінь	Страховання від політичних ризиків
Міжнародні фактори		
Лібералізація ЗЕД	Можливість проникнення на зовнішні ринки	Отримання сертифіката на продукцію у вибраній країні
Фактор	Прояв	Можливі заходи
Соціальні фактори		
Зниження рівня освіти	Проблеми освоєння нових технологій	Додаткові вкладення у нові розробки

Джерело: авторська розробка

Основні фактори безпосереднього оточення та їх вплив на ТОВ «КАСКАД ПЛЮС» (табл. 2.3) Можна стверджувати, що перед ТОВ «КАСКАД ПЛЮС» виникла загроза, пов'язана з подорожчанням поставок, зниженням конкурентами тарифів. Разом з тим слід відмітити можливості, що

переважно пов'язані з зацікавленістю потенційних партнерів у співробітництві та зростанням попиту.

Таблиця 2.3

Основні фактори безпосереднього оточення та їх вплив на
ТОВ «КАСКАД ПЛЮС»

Фактор	Прояв	Вплив на компанію	Можлива реакція з боку компанії
Споживачі			
Ринок борошномельного виробництва	Незначний ріст ринку	Стабілізація обсягів пропонованих послуг	Пошук нових рішень
Фактор	Прояв	Вплив на компанію	Можлива реакція з боку компанії
Постачальники			
Постачальники обладнання	Подорожчання логістичних послуг	Підвищення собівартості послуг, недотримання термінів поставок	Пошук нових партнерів та нових форм співробітництва
Постачальники фінансових ресурсів	Зменшення інвестицій	Брак фінансів	Пошук нових інвесторів
Конкуренти			

Продовження таблиці 2.3.

Зниження тарифів з боку конкурентів Поява нових стандартів виробництва	Монополісти, що завоювали ринок широкий вибір компаній	Зменшення частки ринку	Підвищення продукції
Партнери			
Зацікавленість у співробітництві	Вигідні умови фінансування	Зменшення собівартості послуг	Розширення частки ринку
Фактор	Прояв	Вплив на компанію	Можлива реакція з боку компанії
Постачальники			
Постачальники обладнання	Подорожчання логістичних послуг	Підвищення собівартості послуг, недотримання термінів поставок	Пошук нових партнерів та нових форм співробітництва
Постачальники фінансових ресурсів	Зменшення інвестицій	Брак фінансів	Пошук нових інвесторів
Конкуренти			
Зниження тарифів з боку конкурентів Поява нових стандартів виробництва	Монополісти, що завоювали ринок широкий вибір компаній	Зменшення частки ринку	Підвищення продукції

Партнери			
Зацікавленість у співробітництві	Вигідні умови фінансування	Зменшення собівартості послуг	Розширення частки ринку

Джерело: авторська розробка

Також слід враховувати форс-мажорні обставини, як неврожай, COVID-19, воєнний стан в країні.

2.2. Напрямок розвитку та вдосконалення конкурентної стратегії ТОВ «ТД Каскад Плюс» на зовнішніх ринках

ТОВ «КАСКАД ПЛЮС» має своє власне виробництво та вискокваліфікований штат робітників, але підприємству не вистачає досвіду, рекламних та бізнес стратегій, які б допомогли більш успішно експортувати свою продукцію на міжнародні ринки.

Важливою перевагою для ТОВ «КАСКАД ПЛЮС» на українському ринку є встановлення зв'язків з постачальниками світового рівня: ТМ «Хуторок», ТМ «Флінт», ТМ «АКВАФРОСТ», ТМ «Левада», ТМ «Ласка», ТМ «Чумак», ТМ «Ласунка».

Три роки тому компанія запровадила низку заходів, які посилили конкурентоспроможність. Одним із таких заходів стала розробка слогану (девізу) компанії, а саме: «Вікові традиції - нові можливості. Зроблено з любов'ю». Слоган відображає головну ідею компанії – досвід та любов до свого діла це - запорука якісної продукції.

Тобто, головний стратегічний напрямок - залучити нові бізнес стратегії в компанію з досвідом роботи понад тридцять років, мати кваліфікований персонал, який любить свою справу та отримати високоякісну продукцію за доступною ціною.

Варто зазначити, що заходи, які були запроваджені три роки тому дещо застаріли. Глобалізація, Covid-19, інші форс-мажорні обставини ускладнюють ведення бізнесу, та спонукають на координатні зміни та запровадження інноваційних стратегій, що призведуть до розвитку та підвищення конкурентоспроможності.

У розробленні конкурентних стратегій для ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС» на ринку борошномельної та круп'яної продукції зробимо SWOT-аналіз компанії, на якому ґрунтуватиметься вибір стратегії (табл.2.3.)

Таблиця 2.3.

SWOT-аналіз ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС»

Зовнішнє середовище / Внутрішнє середовища	Можливості	Загрози
Сильні сторони	Контроль за якістю продукції;	Неефективний збут;
Репутація серед партнерів;	Взаємозв'язок з клієнтами через партнерів;	Повільний темп зростання ринку;
Управління якістю;	Розширення асортименту продукції;	Інфляція;
Висококваліфікований персонал;	Розвиток економіки України, підтримка економіки;	Ушкодження інфраструктури виробництва через воєнну агресію Росії.
Міжнародна сертифікація;	Соціально-політична стабільність.	
Нове обладнання;		
Наявність власних технологій;		
Низька цінова політика.		

Продовження таблиці 2.3.

Слабкі сторони	Поле ССМ:	Поле ССЗ
Відсутність грамотної стратегії;	Системний аналіз змін споживчих переваг;	Контроль та підвищення вимог до сировини;
Позиціювання у конкретному протистоянні;	Підвищення продуктивності праці;	Активація рекламної діяльності.
Низька популярність, навіть в Україні;	Успішна політика просування товару.	
Відсутній маркетинг.	Поле СлСМ:	Поле СлСз:
	Розробка товарів для нової групи споживачів;	Зміцнення позиції;
	Оптимізація продукції.	Використання нових ідей в маркетингу;
		Пошук партнерів на міжнародних ринках.

Джерело: авторська розробка

Аналізуючи таблицю 2.3. можна зробити висновок щодо досить нейтрального становища підприємства. Для представлення ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС», як вигідного виробника на міжнародному ринку особливо потрібно придати увагу саме маркетингу. Рекламі та розкрутці бренду.

Висновки до розділу 2

Розглянувши та детальніше проаналізувавши ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС», його середовище, партнерство та представництво можна дійти висновку, що багатьох факторів не достатньо для виходу в лідерство та стійне міжнародне представництво.

Сприятливого середовища, гідного партнерства, якісного товару, висококваліфікованого відділу кадрів та технологічного прогресу не

Велику роль відграє саме стала стратегія та маркетинг. Який потребує вдосконалення.

Також важливим для подальших дій є нормалізація політичної ситуації та припинення вогню на території України. Так як ситуація не стабільна та на території України ідуть бойові дії, вдосконалення та вихід на зовнішній ринок може затягнутися. На сьогоднішній момент підприємству важливо зберегти здобуте та працювати незважаючи на ускладнену ситуацію.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Дослідження, проведені у дипломній роботі, підкреслюють, що найбільш значущими етапами формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства є визначення місії та мети підприємства, а також проведення SWOT-аналізу. Таким чином, кожне підприємство має ознайомитися з механізмом забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Не менш важливим під час вибору стратегії є аналіз усіх етапів формування конкурентної стратегії підприємства, який перш за все полягає у визначенні місії та цілей підприємства; аналізі стану та впливу зовнішнього середовища функціонування підприємства; оцінці сильних та слабких сторін формування конкурентної позиції; коригуванні, виконанні та контролі стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

ТОВ «ТД КАСКАД ПЛЮС» підприємство, яке може гідно представляти українську продукцію на міжнародному ринку. Але саме вдосконалення та розвиток маркетингу прискорять становлення та лідерство продукції.

Отже, вибір конкурентної стратегії невідмінний процес для становлення підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Рокоча В. В. Бізнес-стратегії європейських компаній: навчальний посібник / В. В. Рокоча, Б. М. Одягайло, В. І. Терехов; під заг. ред. В. В. Рокочої. - К. : Університет економіки та права "КРОК", 2018. - 312 с.
2. Конкурентноспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення. Одеський національний економічний університет, 2013. - 471с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/monografiya_ep_2013.pdf
3. Літл А. Матриця АДЛ/ЛС. Енциклопедія маркетингу. URL: <https://msd.com.ua/marketing/encyclopedia-of-marketing/>
4. Портер М. Стратегія конкуренції і методика аналізу галузей і діяльності конкурентів: навч. посіб. / М. Портер. — К.: Основи, 2007. — 451 с.
5. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов /Пер. с англ./Под. ред. Зайцева Л.Г., Соколовой М.И. — М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. — 576 с.
6. Сумець О.М. Стратегія підприємства. Теорія, ситуації, приклади: навч. посіб. / О.М. Сумець. — К.: ВД "Професіонал", 2005. — 320 с.
7. Гіл Чарлз. Міжнародний бізнес: Конкуренція на гло-бальному ринку / Пер. з англ. — К.: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2001. — 856 с.
8. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник / З.Є. Шершньова. — К.: КНЕУ, 2004. — 699 с.
9. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / В.Д. Немцов, Л. Є. Довгань. — К.: ДП "Експрес-Поліграф", 2001. — 559 с.
10. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ.под ред. С. Г. Божук. СПб. : Изд-во Питер, 2011. — 464 с.
11. Брігхем Евхен. Основи фінансового менеджменту / Пер. з англ. — К.: Молодь, 2006. — 1000 с.

12. Сазонець І.Л., Сокурєнко П.І., Вдовиченко Ю.В. Корпоративне управління // Навчальний посібник з грифом Міністерства освіти і науки України. – Київ, Центр учбової літератури – Д.: ДНУ, 2007 – 478 с.
13. Березін О.В. Стратегія підприємства: навч. посіб. / О.В. Березін, М. Г. Безпарточний. — К.: Ліра-К, 2010. — 224 с.
14. Руденко Л.В. Управління потоками капіталів у сучасній бізнес–моделі функціонування транснаціональних корпорацій: Монографія. – К.: Кондор, 2004. –480 с.
15. Міщенко А.П. Стратегічне управління: навч. посіб. / А.П. Міщенко. — К.: "Центр навчальної літератури", 2004.— 336 с.
16. Економіка сьогодні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://economics.segodnya.ua/ua/amp-economics/krupneyshiy-v-mire-prodavec-odezhdy-zakroet-bolshe-tysyachi-magazinov-1454710.html>
17. ТОВ Каскад [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kaskad.trade/>
18. Про встановлення карантину та запровадження обмежувальних протиепідемічних заходів з метою запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2 : Закон України від 9 грудня 2020 р. № 1236
19. YouControl [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://youcontrol.com.ua>
20. Борисова Т. М. Конкурентна стратегія на міжнародному ринку: сутність, основні характеристики та види [Електронний ресурс] / Т. М. Борисова // Економічні науки / Хмельниц. нац. ун-т. - 2010. - №2. - Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2010_2_1/156-160.pdf
21. Слово і Діло. Як змінювалися ціни на базові харчі протягом останніх років [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.slovoidilo.ua/2021/10/12/infografika/ekonomika/yak-zminyuvalysya-cziny-bazovi-xarchi-protyahom-ostannix-rokiv>

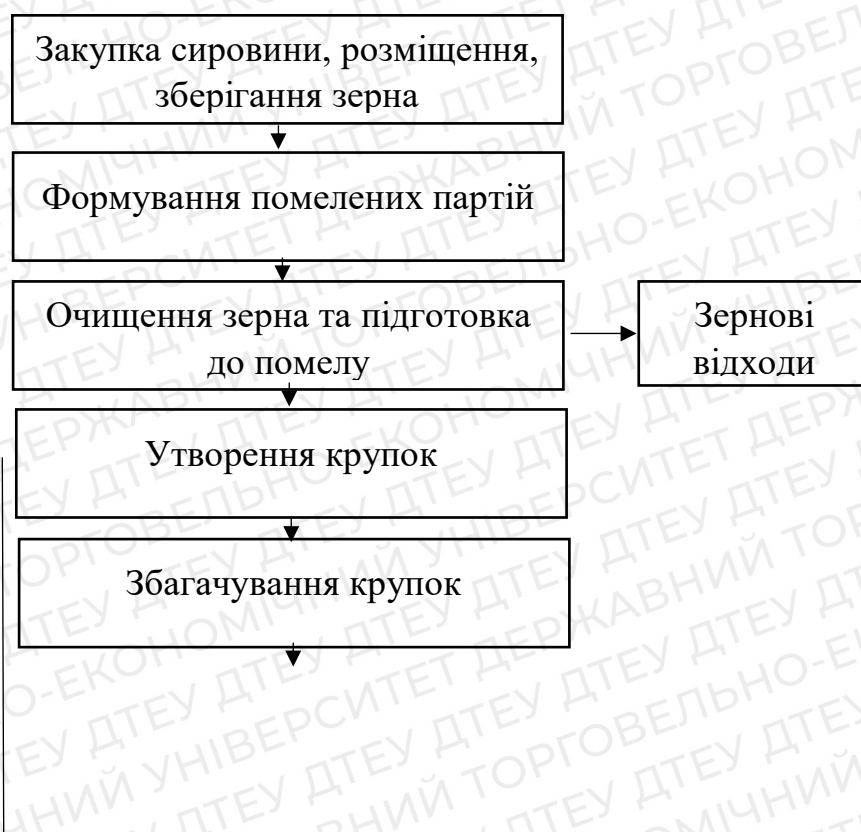
22. Середні споживчі ціни на товари (послуги) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/ct/sctp/Arch_sctp_u.htm
23. Trade Map [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.trademap.org/>
24. kaskad.td [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.instagram.com/kaskad.td/>
25. ТД Каскад [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/channel/UCcNw9Dn_-5i4oPKzum3xioA
26. Борошно [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://rozetka.com.ua/ua/muka/c4628446/>
27. Jesse, Russell SWOT-анализ / Jesse Russell. - М.: VSD, 2019. - 882 с.
28. В.В. Козик Л.А. Панкова. “Світове господарство та міжнародні економічні відносини”.
29. Международный менеджмент / Под ред. Пивоварова С.Э., Тарасевича Л.С., Майзеля А.И. – СПб.: Питер, 2002. – 576 с.: ил. – (Серия "Учебники для вузов").
30. Панченко С.Г. Міжнародний менеджмент: Навч. посібник. – К.: КДЕУ, 1996.



ДОДАТКИ

Додаток А

Етапи виробництва продукції на ТОВ «ТД КАСКАД»





Джерело: розробка автора на основі технологічної системи ТОВ «ТД
КАСКАД ПЛЮС»

Динаміка середньої споживчої ціни за 1 кг. борошна
за 2017-2022рр. по Україні

Рік	Одиниця вимірювання	Середня ціна на борошно в грн.
2017	Кг.	9,08
2018	Кг.	11,06
2019	Кг.	12,50
2020	Кг.	12,60
2021	Кг.	15,30
2022*	Кг.	18,78

Джерело: розробка автора на основі статистичних даних за 2017-2022 рр. [22]

2022*- дані з грудня по квітень.