АНОТАЦІЯ

Перпері В.С. «Маркетинг на малих підприємствах хлібопекарської промисловості»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «075 Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг і міжнародна логістика». - Одеський національний економічний університет. м. Одеса, 2025 рік.

У роботі розглядаються є теоретичні та методологічні засади формуванню організації маркетингової діяльності на малих підприємствах хлібопекарської промисловості. Робота охоплює процес організації маркетингової діяльності підприємства ФОП «Михайлов А.Д.», що знаходиться в с. Василівка Болградського району Одеської області.

Проаналізовано особливості маркетингової діяльності на малих підприємствах хлібопекарської галузі на прикладі малого підприємства ФОП «Михайлов А.Д.». У дослідженні здійснено глибокий аналіз діяльності ФОП «Михайлов А.Д.»; проаналізовано зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства; досліджено конкурентні переваги підприємства; охарактеризовано комплекс маркетингу за моделлю 4Р; досліджено основних споживачів та їхнє ставлення до підприємства та його продукції.

Запропоновано конкретні шляхи вдосконалення маркетингової діяльності, зокрема поліпшення організаційної, збутової, комунікаційної та товарної політики малого підприємства. Розроблені рекомендації у даному дослідженні, можуть бути реалізовані у вдосконаленні маркетингової діяльності малих підприємств, що допоможе зміцнити їхні позиції на ринку, підвищити конкурентоспроможність та забезпечити стабільний розвиток.

Ключові слова: маркетингова діяльність, маркетингове середовище, малий бізнес, хлібопекарська промисловість, модель 4Р, Василівська пекарня, конкурентоспроможність; поведінка споживачів.

ANNOTATION

Perperi V. Marketing in small enterprises of the bakery industry.

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty «075 Marketing» for the educational program «Marketing and International Logistics». - Odessa National Economics University. Odessa, 2025.

The work deals with the theoretical and methodological aspects of organizing marketing activities in small enterprises of the bakery industry. The study covers the process of organizing marketing activities at the enterprise of sole proprietor «Mykhailov A.D.», located in the village of Vasylivka, Bolhrad district, Odesa region.

Author analyzes the specific features of marketing activities in small bakery enterprises using the example of the small business of sole proprietor «Mykhailov A.D.». The study presents an in-depth analysis of the activities of "Mykhailov A.D."; examines the external and internal environment of the enterprise; investigates the competitive advantages of the business; describes the marketing mix according to the 4P model; and studies the main consumers and their attitudes towards the enterprise and its products.

The qualification work provides proposals for improving marketing activities, in particular enhancing the organizational, distribution, communication, and product policies of the small enterprise. The recommendations developed in this research can be implemented to improve the marketing performance of small businesses, helping to strengthen their market positions, increase competitiveness, and ensure sustainable development.

Keywords: marketing activities, marketing environment, small business, bakery industry, 4P model, Vasylivka bakery, competitiveness, consumer behavior.