

АНОТАЦІЯ

Марчук Д.О. «Аналіз статистичних даних у побудові партнерств між малим та великим бізнесом».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності

« 051 «Економіка» »

(цифра та назва спеціальності)

за освітньою програмою « Бізнес-економіка та аналітика »

(назва освітньої програми)

Одеський національний економічний університет. – Одеса 2025.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є процеси партнерської взаємодії між малими та великими підприємствами на прикладі співпраці ТОВ «Сільпо-Фуд» та локальними виробниками ТМ «Лавка Традицій». У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні основи взаємодії бізнес-структур різного масштабу. Проведено фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства та структури продажів локальної продукції в Одеському регіоні.

Запропоновано напрями підвищення ефективності партнерства на основі маркетингових інструментів.

Ключові слова: *партнерство, малий і великий бізнес, статистичний аналіз, «Сільпо-ФУД», «Лавка Традицій», локальні виробники, асортиментна політика, роздрібна торгівля, маркетингові рекомендації, інтеграційна взаємодія, економічна ефективність.*

ANNOTATION

Marchuk D.O. "Analysis of statistical data in building partnerships between small and large businesses".

Qualifying work for obtaining an educational bachelor's degree in special

051 «Economics»

For the educational program "Business Economics and Analytics"

Odessa National University of Economics. - Odessa, 2025.

The bachelor's thesis consists of three sections. The object of the study is the processes of partnership interaction between small and large enterprises on the example of cooperation between Silpo-Food LLC and local producers of Lavka Traditsii TM. The qualification work considers the theoretical foundations of interaction between business structures of different sizes. A financial and economic analysis of the enterprise's activities and the structure of sales of local product in the Odessa region was carried out.

Directions for improving the efficiency of partnership based on marketing tools are proposed.

Keywords: *partnership, small and large business, statistical analysis, Silpo-FOOD, Lavka Traditsii, local producers, assortment policy, retail trade, marketing recommendations, integration interaction, economic efficiency.*