

АНОТАЦІЯ

Рудко В.В. «Оцінка ефективності маркетингової політики на прикладі підприємства ПрАТ «Іллічівськзовніштранс»»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 075
«Маркетинг»

за освітньою програмою Маркетинг та міжнародна логістика

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025

Дипломна робота присвячена дослідженню теоретичних засад та практичних підходів до оцінювання ефективності маркетингової політики підприємства на прикладі ПрАТ «Іллічівськзовніштранс». У роботі розглянуто сутність маркетингової політики, її інструменти та стратегічне значення для діяльності підприємств у сфері транспортно-експедиторських послуг, а також проаналізовано основні підходи до вимірювання ефективності маркетингової діяльності в сучасних умовах. Проведено комплексний аналіз діяльності ПрАТ «ІЗТ», охарактеризовано фінансові показники, структуру маркетингових витрат, досліджено фактори внутрішнього і зовнішнього впливу за допомогою SWOT- і STEP-аналізів, а також здійснено оцінку конкурентного середовища методом багатокутника конкурентоспроможності.

На основі виявлених недоліків розроблено практичні рекомендації щодо удосконалення маркетингової політики підприємства. Запропоновано створення окремого відділу маркетингу, оптимізацію маркетингової стратегії та розробку рекламної кампанії з акцентом на зовнішню рекламу, цифрові канали та участь у спеціалізованих виставках. Економічні розрахунки підтвердили доцільність запропонованих заходів та їхню позитивну окупність. Результати дослідження мають практичну цінність для підвищення ефективності маркетингової діяльності ПрАТ «Іллічівськзовніштранс» та зміцнення його позицій на ринку логістичних послуг.

Ключові слова: маркетингова політика, логістичне підприємство, ефективність, конкурентоспроможність, управління маркетингом, рекламна кампанія.

ANNOTATION

Rudko V.V. "Evaluation of the effectiveness of marketing policy using the example of the enterprise PJSC "Illichivskzovnishtrans" "

Qualification work for obtaining a bachelor degree in specialty 075 "Marketing"

in the educational program Marketing and International Logistics

Odessa National Economic University - Odesa, 2025.

The thesis is devoted to the study of theoretical foundations and practical approaches to evaluating the effectiveness of a company's marketing policy, using the case of PJSC "Illichivskzovnishtrans". The research examines the essence of marketing policy, its tools, and strategic importance for enterprises in the field of transport and forwarding services, as well as analyzes key approaches to measuring marketing effectiveness in modern market conditions. A comprehensive analysis of PJSC "IZT", including its financial performance, the structure of marketing expenditures, and the influence of internal and external factors through SWOT and STEP analyses was conducted. A competitive environment assessment was held using the polygon of competitiveness method.

Based on the identified shortcomings, practical recommendations for improving the company's marketing policy were developed. These include the creation of a dedicated marketing department, optimization of marketing strategy, and the development of a promotional campaign focused on outdoor advertising, digital channels, and participation in industry exhibitions. Economic calculations confirmed the feasibility and high return on investment of the proposed measures. The findings of this study have practical significance for enhancing the marketing performance of PJSC "Illichivskzovnishtrans" and strengthening its position in the logistics services market.

Keywords: marketing policy, logistics company, effectiveness, competitiveness, marketing management, promotional campaign.