

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра маркетингу

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри  
д.е.н. Литовченко І. Л.

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА**  
**на здобуття освітньо-кваліфікаційного**  
**рівня магістра**

зі спеціальності 8.03050701 “**Маркетинг**”  
на тему:

«Інтернет-маркетинг ПрАТ «Фарлеп-Інвест»  
на ринку телекомунікаційних послуг»

Виконавець:  
студентка 5 курсу, 5 групи ФМЕ

Ганчева Лілія Дмитрівна

Науковий керівник:  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри маркетингу

Литовченко Ірина Львівна

Одеса 2015

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
1.1. Сутність інтернет-маркетингу.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
1.2. Інструменти інтернет-маркетингу .....	17
1.3. Маркетинг телекомунікаційних послуг .....	25
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1 .....	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «ФАРДЕП-ІНВЕСТ».....	35
2.1. Характеристика компанії ПрАТ «Фарлеп-Інвест».....	35
2.2. Маркетингове середовища діяльності ПрАТ «Фарлеп-Інвест».	<b>Ошибка! Закладка не определена.4</b>
2.3. Аналіз комплексу маркетингу ПрАТ «Фарлеп-Інвест» .....	56
2.4. Маркетингові дослідження діяльності ПрАТ «Фарлеп-Інвест».....	64
2.5. Аналіз маркетингової діяльності ПрАТ «Фарлеп-Інвест» в мережі Інтернет .....	72
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2 .....	85
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ ПІДПРИЄМСТВА ПрАТ «ФАРЛЕП-ІНВЕСТ». .....	86
3.1. Розробка рекомендацій зовнішньої реклами .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.86</b>
3.2. Розробка рекомендацій реклами у мережі Інтернет.....	94
3.3. Розробка рекомендацій спонсорських програм.....	114
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3 .....	120
ВИСНОВКИ.....	121
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....	123
ДОДАТКИ.....	130

## ВСТУП

*Актуальність теми.* В сучасному динамічно змінюваному світі можливість виходу до мережі Інтернет доступна майже кожному, а наявність інтернет-діяльності бізнесу у цій мережі є основою для його ефективного функціонування. Підключення до всесвітньої павутини не викликає ніяких складнощів, навіть навпаки, за лояльність споживачів інтернет-провайдери ведуть активну «боротьбу».

В умовах зростаючої конкуренції та збільшення впливу монополістичних організацій на ринок телекомунікаційних послуг, компанії необхідно залучати нових клієнтів і розширювати наявні ринки збуту. У сучасних умовах маркетингові заходи повинні бути спрямовані на збільшення клієнтської бази не тільки завдяки удосконаленню технологій, але і за допомогою підвищення іміджу компанія та ефективній рекламної компанії.

Одним із головних чинників, що впливають на конкурентоспроможність телекомунікаційної компанії є ефективна комунікаційна політика. Таким чином, для здійснення ефективної діяльності ТГ на сучасному ринку телекомунікаційних послуг в Україні, з'являється необхідність створення та просування рекламної компанії у мережі Інтернет.

Тема даної дипломної роботи присвячена вивченню та оцінці Інтернет-маркетингу на ПрАТ «Фарлеп-Інвест», який є відображенням його конкурентної позиції на ринку телекомунікаційних послуг.

Питанням маркетингу телекомунікаційних послуг та веденням ефективної рекламної компанії у мережі Інтернет присвячені роботи таких провідних вітчизняних і зарубіжних вчених, як: Ф. Котлер та В. Руделіус, О. Азарян, І.Л. Литовченко, В. Голик, І.В. Бойчук, І.М. Козак та ін.

Однак, на сучасному етапі питання формування та оцінки ефективної рекламної компанії телекомунікаційних послуг недостатньо вивчені і

потребують подальшого теоретико-методичного і практичного обґрунтування. Особливо для компаній середньої ланки бізнесу, які в умовах монополізації ринку, можуть оцерувати тільки неціновими методами просування за залучення нових клінтів. Тому дослідження в даній сфері є актуальними в сучасних умовах.

**Метою** дипломної роботи є обґрунтування необхідності розробки та ведення рекламної діяльності у мережі Інтернет на основі дослідження діяльності телекомунікаційної групи Вега, а також розроблення рекомендацій щодо можливих шляхів досягнення цієї мети.

У відповідності з поставленою метою в дипломній роботі реалізуються наступні **завдання**:

- досліджено діяльність ТГ Вега на ринку телекомунікаційних послуг;
- надано оцінку конкурентному становищу ТГ Вега серед інших телекомунікаційних компаній України;
- досліджено результативність розробки рекомендацій рекламної компанії;
- висвітлено основні проблеми ведення рекламної компанії;
- виділено основні напрямки та запропоновано рекомендації щодо покращення рекламної діяльності ТГ Вега.

**Об'єктом дослідження** є діяльність ПрАТ «Фарлеп-Інвест».

**Предметом дослідження** є теоретичні та практичні аспекти розробки та впровадження рекомендацій рекламної компанії ТГ Вега як умова закріплення конкурентоспроможної позиції на ринку телекомунікаційних послуг України.

**Методи дослідження.** Використані у роботі методи дослідження складаються з різних наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. У роботі використовувались такі наукові методи досліджень: статистично-економічний аналіз, факторний дисперсійний аналіз, метод експертної оцінки, а також опитування.

**Інформаційною базою** дослідження є наукові публікації зарубіжних та вітчизняних вчених, нормативно-законодавчі акти України, матеріали наукових конференцій і досліджень, а також дані, отримані в результаті анкетування користувачів Інтернет-послугами.

**Наукова новизна результатів.** У процесі проведення дослідження передбачається отримати такі наукові і практичні результати:

- використання сучасних методів аналізу для оцінки ефективності проведення рекламної компанії у мережі Інтернет;
- визначення конкурентної позиції ТГ Вега на сучасному ринку телекомунікаційних послуг;
- формулювання проблем та визначення перспектив подальшого розвитку рекламної діяльності підприємства;

**Практичне значення отриманих результатів.** Сукупність опрацьованих результатів може бути використана в практичній діяльності ТГ Вега, що може сприяти підвищенню конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг.

**Особистий внесок студента.** Дипломна робота є самостійно виконаною працею студента.

**Апробація результатів.** Основні положення та результати проведених досліджень були схвалені і впроваджені на ПрАТ «ФАРЛЕП-ІНВЕСТ».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Анна Боднарчук: Найголовніша перевага інтернет-маркетингу – це прозорість [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://innovations.com.ua/ua/interview/finance/18107/anna-bodnarchuk-najgolovnisha-perevaga-internet-marketingu-ce-prozorist>.
2. Методичні вказівки до вивчення курсу «Інтернет-маркетинг».- Одеса: ОДЕУ, ротاپронт, 2008р. – 30с./
3. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. -332 с.
4. Котлер Ф. Основи маркетингу . – М.: ООО «Видавництво АСТ», 2009.-457 с.
5. Васильев, Г.А. Электронный бизнес. Реклама в Интернет / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. – М. : Юнити-Дана, 2008. – 223 с.
6. Бойчук І. В. Інтернет в маркетингу: Тематика і плани семінарських та практичних занять з навчальної дисципліни. — Львів: Видавництво ЛКА, 2012. — 24 с.
7. Буренина Т. А. Маркетинг на базе Інтернет-технологій , монографія / Т. А. Буренина. — М.: Благовест-В, 2011. — 151 с.
8. Воронов В. Организация электронной коммерции / В. Воронов, В. Лазарев, О. Павленко. // Маркетинг. — 2006. — № 3. — С. 81.
9. Дослідження GfK Ukraine «Основні тенденції розвитку ринку інтернет-торгівлі в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gfk.com/ua/industries/media-and-entertainment/Pages/default.aspx>.
10. Высоткин А. Реклама в Internet: тонкости, советы, примеры и способы работы. — М.: Познавательная книга Плюс, 2010. — 180 с.
11. Холмогоров В. «Інтернет-маркетинг. Краткий курс» — М.: Мир, 2002. –272 с

12. Алексунин В. А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: учебное пособие / В. А. Алексунин, В. В. Родигина. — 2-е изд. — М.: Дашков и К', 2008. — 213 с.
13. Байков В. Д. Интернет: поиск информации и продвижение сайтов / В. Д. Байков. — СПб. и др. : БХВ-Санкт-Петербург, 2000. — 288с.
14. Г. В. Мозгова:ІНСТРУМЕНТИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ТА ЇХ ПЕРЕВАГИ ДЛЯ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2429>
15. 12. Балабанов И. Т. Электронная коммерция. — СПб.: Питер, 2001. — 336 с.
16. 20. Бокарев Т. Энциклопедия интернет-рекламы / Т. Бокарев. — М.: ПРОМО-РУ, 2000. — 399 с.
17. Булгари М. РіР в Інтернет. Паблісити, імідж, реклама, паблік релейшнс [Текст] / М. Булгари. — СПб.: АТА»БОЛГАР», 2005. — 251 с.
18. Бэттелл Дж. Поиск / Джон Бэттелл; пер. с англ. А. Стативка. — М.: Хорошая книга, 2008. — 359 с.
19. Бойчук І. В., Музика О. М. Інтернет в маркетингу: Завдання та методичні вказівки до контрольної роботи для магістрантів факультету заочної освіти спеціальності 8.050108 «Маркетинг». — Львів: Видавництво ЛКА, 2006. — 18 с.
20. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс: Навч. посібник: Пер. з англ. — Вид. 5-е. — М.; СПб.; К.: Діалектика, 2001. — 601 с.
21. Васильев Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учеб. пособие для студентов вузов по спец. 080111 «Маркетинг» / Г. А. Васильев, Д. А. Забегалин. — М.: ЮНИТИ-Дана, 2008. — 183 с.
22. Карасева В. Комплекс маркетинга в интернет-бизнесе / В. Карасева. // Маркетинг. — 2008. — № 2. — С. 117

23. Макарова М. В. Електронна комерція. Посібник для студентів вищих навчальних закладів. — К.: Видавничий центр «Академія», 2002. — 272 с.
24. Internet-маркетинг для «чайников» : пер. с англ. / Ф. Каталано, Б. Смит. — М. ; СПб. ; Киев : Диалектика, 2005. — 295 с.
25. Руделиус В., Азарян О. 2009 , Навч.-метод. центр "Консорціум із удоскон. менедж.-освіти в Україні" , 648с.
26. Затонацька Т. Г., Плескач В. Л. Електронна комерція. Підручник. К.: Знання. — 2007. — 535 с.
27. Знайомство з Internet / Копистянський А., Максимюк О., Павликевич А., Терлецький Я., Шимків Д. — Львів: БАК, 1997. — 124 с.
28. Зуев М. Б. Продвижение сайтов в поисковых системах : спасательный круг для малого бизнеса / М. Б. Зуев, П. А. Маурис, А. Г. Прокофьев. — М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2006. — 299 с.
29. Илайес М., Витцель М. Электронная коммерция : практическое руководство. — М.: Диа СофтЮП, 2002. — 232с.
30. Информационные системы в экономике: Учебник / Под ред. проф. В. В. Дика. — М.: Финансы и статистика, 1996. — 272 с.
31. Яковлев А. . Раскрутка и продвижение сайтов : основы, секреты, трюки : самоучитель / А. А. Яковлев. — СПб. : БХВ-Петербург, 2007. — 336 с.
32. Юрасов А. В. Электронная коммерция. Учебное пособие. — М.: Дело, 2003. — 480 с.
33. Титоренко Г. А. Информационные технологии в маркетинге: Учеб. для вузов / Г. А. Титоренко, Г. Л. Макарова, Д. М. Дайитбегов и др. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 334 с.
34. Успенский И. Энциклопедия Интернет-бизнеса. — СПб: Питер, 2001. — 432 с.
35. Голик В. С. Эффективность интернет-маркетинга в бизнесе. — Дикта, 2008. — 196с.



36. Дейнекин Т. В. Комплексный метод оценки эффективности интернет-рекламы в коммерческих организациях // Маркетинг в России и за рубежом. — 2010. — 97 с

37. Ефремова А. О. E-mail маркетинг: что можно и нельзя [Текст] / А. О. Ефремова. // Маркетинг в России и за рубежом. — 2006. — № 5. — С. 131.

38. Инькова Н. А. Современные интернет-технологии в коммерческой деятельности: учебное пособие / Н. А. Инькова. — М.: Омега-Л, 2007. — 194с.

39. CRM со скоростью света. Привлечение и удержание клиентов в реальном времени через Интернет / Гринберг П. — Символ-Плюс, 2006. — 528 с.

40. Доходи власників телекомунікаційних послуг від їх реалізації [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://ukrstat.org/uk/metaopus/2014/0113001\\_2014.htm](http://ukrstat.org/uk/metaopus/2014/0113001_2014.htm)

41. Инькова Н. А. Современные интернет-технологии в коммерческой деятельности: учебное пособие / Н. А. Инькова. — М.: Омега-Л, 2007. — 194с.

42. Бойчук І. В., Козак І. В. Інтернет в маркетингу: Методичні вказівки для роботи в комп'ютерній мережі «Інтернет». — Львів: Видавництво ЛКА, 2012. — 32 с.

43. Парасюк О. О. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг послуг» для студентів 4 курсу денної та заочної форм навчання за напрямом підготовки 6.030601 – — Менед  
нац. акад. міськ. госп-ва. Х.: ХНАМГ, 2012.- 86 с

44. Іванечко Н.Р. Становлення ринку послуг дозвілля в Україні: аналіз категорійного апарата. – [Електронний ресурс] / Н.Р. Іванечко. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/journals/PSPE/2011\\_1/Ivanechko\\_111.htm](http://www.nbu.gov.ua/journals/PSPE/2011_1/Ivanechko_111.htm)

45. Румянцев А.П. Світовий ринок послуг. – [Електронний ресурс] / А. Румянцев. – Режим доступу:

<http://townbookie.com/book/196-svitovij-rinok-poslug-navchalnij-posibnik>

46. Топ-5 операторів мобільного зв'язку [Електронний ресурс] – Режим доступу:

<http://finance.bigmir.net/news/economics/28979-TOP-5-operatorov-mobil-noj-svjazi-Ukrainy>

47. Звіт щодо діяльності НКРЗ та стану телекомунікацій в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.nkrz.gov.ua/uk/1360082595/>

48. С&М: В Україні кількість абонентів мобільного зв'язку за ІV квартал 2012 р. виросла на 2 % - до 57,438 млн. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rbc.ua/ukr/newslineshow/ac-m-v-ukraine-kolichestvo-abonentov-sotovoy-svyazi-za-iv-kvartal-0602201316220>

49. Крупнейшие интернет-провайдеры Украины по итогам 2013 года [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://forbes.ua/business/1367038-krupnejshie-internet-provajdery-ukrainy-po-itogam-2013-goda>

50. Г. В. Мозгова: ІНСТРУМЕНТИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ТА ЇХ ПЕРЕВАГИ ДЛЯ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2429>

51. Парасюк О. О. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг послуг» для студентів 4 курсу денної та заочної форм навчання за напрямом підготовки 6.030601 – — Менеджмент  
акад. міськ. госп-ва. Х.: ХНАМГ, 2012.- 86 с

52. Іванечко Н.Р. Становлення ринку послуг дозвілля в Україні: аналіз категорійного апарата. – [Електронний ресурс] / Н.Р. Іванечко. – Режим

- доступу:  
[http://www.nbu.gov.ua/journals/PSPE/2011\\_1/Ivanekho\\_111.htm](http://www.nbu.gov.ua/journals/PSPE/2011_1/Ivanekho_111.htm)
53. Румянцев А.П. Світовий ринок послуг. – [Електронний ресурс] / А. Румянцев. – Режим доступу:  
<http://townbookie.com/book/196-svitovij-rinok-poslug-navchalnij-posibnik>
54. Топ-5 операторів мобільного зв'язку [Електронний ресурс] – Режим доступу:  
<http://finance.bigmir.net/news/economics/28979-TOP-5-operatorov-mobilnoj-svjazi-Ukrainy>
55. Звіт щодо діяльності НКРЗ та стану телекомунікацій в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу:  
<http://www.nkrz.gov.ua/uk/1360082595/>
56. С&М: В Україні кількість абонентів мобільного зв'язку за IV квартал 2012 р. виросла на 2 % - до 57,438 млн. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rbc.ua/ukr/newsline/show/ac-m-v-ukraine-kolichestvo-abonentov-sotovoy-svyazi-za-iv-kvartal-0602201316220>
57. Крупнейшие интернет-провайдеры Украины по итогам 2013 года [Електронний ресурс] – Режим доступу:  
<http://forbes.ua/business/1367038-krupnejshie-internet-provajdery-ukrainy-po-itogam-2013-goda>
58. Балабанов И. Т. Электронная коммерция. — СПб.: Питер, 2001. — 336 с.
- 59.20. Бокарев Т. Энциклопедия интернет-рекламы / Т. Бокарев. — М.: ПРОМО-РУ, 2000. — 399 с.
60. Булгари М. РiR в Интернет. Паблицити, имидж, реклама, паблик релейшнс [Текст] / М. Булгари. — СПб.: АТА»БОЛГАР», 2005. — 251 с.
61. Бэттелл Дж. Поиск / Джон Бэттелл; пер. с англ. А. Стативка. — М.: Добрая книга, 2008. — 359 с.
62. Бойчук І. В., Музика О. М. Інтернет в маркетингу: Завдання та методичні вказівки до контрольної роботи для магістрантів факультету

- заочної освіти спеціальності 8.050108 «Маркетинг». — Львів: Видавництво ЛКА, 2006. — 18 с.
63. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс: Навч. посібник: Пер. з англ. — Вид. 5-е. — М.; СПб.; К.: Діалектика, 2001. — 601 с.
64. Васильев Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учеб. пособие для студентов вузов по спец. 080111 «Маркетинг» / Г. А. Васильев, Д. А. Забегалин. — М.: ЮНИТИ-Дана, 2008. — 183 с.