

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач випускової кафедри

_____ Тетяна КНЯЗЄВА

“ _____ ” _____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВР
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

Тема: «Дослідження цільової аудиторії підприємства споживчого ринку»

Виконавець: Філімонова Ніна Федорівна

Керівник: к.е.н., доцент Фісун Юлія Володимирівна

Нормоконтролер: к.е.н., доцент Фісун Юлія Володимирівна

КИЇВ 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра маркетингу
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач випускової кафедри
Тетяна КНЯЗЄВА
« ____ » _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ
на виконання кваліфікаційної роботи
Філімонової Ніни Федорівни
(П.І.Б. здобувача)

1. Тема роботи «Дослідження цільової аудиторії підприємства споживчого ринку» затверджена наказом ректора від 30.03.2023 року № 433/ст
2. Термін виконання роботи: з 22.05.2023 року по 25.06.2023 року
3. Вихідні дані роботи: статистичні дані, нормативно-правова база, електронні інформаційні джерела, матеріали періодичних видань
4. Зміст пояснювальної записки: вступ; теоретичні основи дослідження цільової аудиторії підприємств споживчого ринку; аналіз цільової аудиторія iLUSKI; висновки
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: загальний звіт про світовий ринок азартних онлайн-ігор; статистика залученості гравців на місяць в онлайн-казино; прогноз доходу у світі 2018-2025 в gambling індустрії для кожного сегменту (у мільярдах доларів); організаційна структура вебсайту iLUSKI та його місце в структурі материнської компанії; структура вебсайту iLUSK; 4P казино iLUSKI; вік ЦА казино; стаття ЦА казино; країни ЦА казино; дохід ЦА казино; поведінкові ознаки ЦА казино; портрет цільового споживача вебсайту iLUSKI; SWOT-аналіз казино iLUSKI; виявлені перспективні цільові ринки

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1.	Видача завдання	22.05.2023	
2.	Збір та обробка статистичної інформації	23.05.2023-24.05.2023	
3.	Вивчення стану проблем, опрацювання джерел	25.05.2023-26.05.2023	
4.	Написання теоретичної частини	27.05.2023-29.05.2023	
5.	Написання аналітичної частини	30.05.2023-02.06.2023	
6.	Написання вступу та висновків	03.06.2023-04.06.2023	
7.	Оформлення пояснювальної записки, наочного та графічного матеріалу, підготовка доповіді	05.06.2023	
8.	Перевірка на плагіат	06.06.2023-07.06.2023	
9.	Проходження нормоконтролю	08.06.2023-11.06.2023	
10.	Передзахист, оформлення документів до захисту, рецензування роботи, подання роботи на кафедру	12.06.2023-14.06.2023	

7. Дата видачі завдання: 22.05.2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Юлія ФІСУН
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняла до виконання _____ Ніна ФІЛІМОНОВА
(підпис керівника) (П.І.Б.)

АНОТАЦІЯ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Дослідження цільової аудиторії підприємства споживчого ринку» становить 82 с., 30 рис., 5 табл., 56 літературних джерела.

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ, ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ, СЕГМЕНТУВАННЯ, АНАЛІЗ СПОЖИВАЧІВ.

Об'єктом дослідження є цільова аудиторія казино iLUSKI на споживчому ринку, а предметом дослідження є сукупність методико-теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо розширення цільових сегментів казино.

Метою роботи є детальний аналіз використання маркетингових інструментів при дослідженні цільової аудиторії на світовому споживчому ринку та надання рекомендацій щодо розширення сегментів підприємства.

Методи дослідження: аналітичний, статистичний, та системний підхід до дослідження цільової аудиторії і сегментування споживачів підприємства.

Наукова новизна: Уточнено поняття цільового ринку підприємства як об'єкту цільового маркетингу: для подальшого розвитку поняття сегментування ринку, уточнено його ознаки і критерії, розробки персоналізованих сегментів для підприємства; оцінки привабливості потенційних споживчих ринків; узагальнено поняття портрету споживача онлайн-казино, що враховує локальні демографічні та соціально-економічні чинники; визначення за розширеною матрицею SWOT стратегічних рішень щодо вдосконалення підприємницької діяльності.

Інформаційні джерела: наукова і навчальна літератури, періодичні видання, матеріали, розміщені в мережі Інтернет, дані внутрішньої звітності казино iLUSKI, результати опитування.

Практична значущість роботи полягає в розробці чіткої структури аналізу цільового користувач; застосування методичних рекомендацій з визначення сегментів гемблінгового ринку; практичне застосування інструментів маркетингового аналізу користувача казино iLUSKI.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОГО РИНКУ.....	9
1.1. Сутність маркетингових досліджень	9
1.2. Методи дослідження цільової аудиторії.....	17
1.3. Принципи сегментування цільової аудиторії підприємств споживчого ринку.....	21
Висновок до першого розділу.....	27
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ iLUSKI.....	28
2.1. Огляд світового ринку гемблінгової індустрії.....	28
2.2. Детальний опис вебсайту iLUSKI.....	46
2.3. Дослідження цільової аудиторії підприємства	55
2.4. Виявлення нових сегментів аудиторії для розширення частки ринку	62
Висновок до другого розділу	71
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ДЖЕРЕЛ	76

ВСТУП

Актуальність теми. Станом на сьогодні всі керівники провідних компаній розуміють необхідність та цінність розробки стратегічного плану розвитку компанії, що включає проведення різноманітних маркетингових досліджень. Проведення таких досліджень з метою розробки маркетингової стратегії дозволяє підприємству знайти свою цільову аудиторію та стати лідером на ринку. Розробка та впровадження власної "стратегії поведінки" на ринку дозволяє підприємству ефективно розвиватись.

Стратегічне планування рекламних кампаній дозволяє контролювати бюджет на рекламу та збільшувати ефективність рекламних заходів. Внаслідок цього компанія виділяється серед конкурентів і збільшує свою привабливість для потенційних споживачів. У цьому дослідженні буде проведений аналіз сучасного стану гемблінгового ринку та особливостей просування послуг на ньому. В світі наразі, після пандемії, спостерігається розвиток споживчих підприємств на ринку, на новому рівні, де конкуренція зростає, і необхідно зробити більше зусиль, щоб утримати свої позиції.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження та виявлення нових потенційних сегментів аудиторії підприємства ТОВ «Outerteam».

Ринок послуг є найбільш динамічно зростаючим сегментом світової економіки. Індустрія гемблінгу є й драйвером розвитку інших галузей – завдяки росту сфери, зростають можливості для країни: нові системи банкінгу, безпеки даних, цифровізація тощо.

Завдання дослідження:

- визначити поняття та сутність маркетингових досліджень;
- охарактеризувати основні методи дослідження цільової аудиторії;
- описати принципи сегментування підприємств споживчого ринку;
- проаналізувати загальну організаційно-управлінську характеристику казино;
- провести детальний аналіз вебсайту підприємства;

- дослідити цільову аудиторію казино;
- виявити проблеми зовнішнього та внутрішнього середовища казино;
- навести рекомендації по вдосконаленню маркетингової політики через виявлення нових потенційних сегментів.

Об'єктом дослідження є вебсайт iLUSKI, що надає послуги на ринку азартних ігор.

Предметом дослідження є розробка теоретичних, методичних та прикладних питань щодо процесу сегментування, оцінки та вибору нового потенційного ринку підприємства.

Для забезпечення виживання компаній, що діють на ринках онлайн послуг, в сучасних ринкових умовах, важливо вирішувати багато дослідницьких питань. Перехід від збутової до маркетингової орієнтації вимагає проведення досліджень клієнтів, формування портрета споживача, визначення їх споживчих переваг, оптимізації асортименту, сегментування ринку та аналізу ефективності маркетингових заходів. Однак, розробка і впровадження комплексної методології ринкового дослідження, маркетингового аналізу і довгострокового планування діяльності є основним питанням, яке часто знаходиться в тіні оперативних завдань, але є важливим для розвитку компанії та збереження її позицій на ринку.

Методи дослідження. Теоретичну та методичну основу кваліфікаційної роботи склали сучасні принципи положення теорії маркетингу, наукові роботи та практичні дослідження як вітчизняних, так і закордонних вчених у даній сфері, наукові роботи та статті загального доступу.

Наукова новизна одержаних результатів. Уточнено поняття цільового ринку підприємства як об'єкту цільового маркетингу: для подальшого розвитку поняття сегментування ринку, уточнено його ознаки і критерії, запропоновано класифікацію видів сегментування, що враховує характер сегментування, тип споживачів, параметри послуг та конкурентне становище підприємства на ринку; розробки персоналізованих сегментів для підприємства; аналіз геймплею та інноваційних функцій, що задовольняють унікальні потреби різних сегментів;

оцінки привабливості потенційних споживчих ринків; узагальнено поняття портрету споживача онлайн-казино, що враховує локальні демографічні та соціально-економічні чинники; визначення за розширеною матрицею SWOT стратегічних рішень щодо вдосконалення підприємницької діяльності.

Практичне значення отриманих результатів. У кваліфікаційній роботі, що має теоретичне значення, наводяться відомості про наукове використання результатів досліджень або рекомендації щодо їх використання, а в роботі, що має прикладне значення – відомості про практичне застосування отриманих результатів або рекомендації щодо їх використання (конкретними підприємствами, компаніями, організаціями тощо).

Практична цінність дослідження обумовлена тим, що розроблена чітка структура аналізу цільового користувач; застосування методичних рекомендацій з визначення сегментів гемблінгового ринку; практичне застосування інструментів маркетингового дослідження підприємства.

Обсяг і структура роботи. Бакалаврську роботу викладено на сторінках. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, висновків до роботи в цілому, списку використаних джерел.

ВИСНОВКИ

Ринок онлайн казино є великим і постійно зростає. Відкриваються нові потенційні регіони, що надає можливості для розширення та впровадження продукту. Збільшення популярності онлайн казино свідчать про значний інтерес споживачів до азартних ігор в цифровому середовищі.

Зростання ринку онлайн казино може бути пояснено кількома факторами. По-перше, зростання доступності Інтернету та поширення смартфонів дозволяють більшій кількості людей мати доступ до онлайн гральних платформ. По-друге, зростання інтересу до азартних ігор і бажання людей випробувати свою удачу в азартних розвагах також сприяють розвитку ринку онлайн казино.

Розширення на нові регіони надає бізнесу можливість відкривати нові ринки та залучати нових клієнтів. Різні країни та їхні законодавства можуть створювати різні умови для розвитку грального бізнесу, але поява нових потенційних регіонів відкриває широкі перспективи для росту онлайн казино.

Загалом, ринок онлайн-казино є динамічним та перспективним. Підприємства, що працюють у цій сфері, мають великий потенціал для успіху і росту, особливо враховуючи постійне зростання ринку та появу нових потенційних регіонів. Однак, успіх у цій галузі також залежить від ефективного управління, конкурентної стратегії та здатності задовольняти потреби і бажання споживачів.

Аналіз гемблінг-індустрії показує, що основними типами азартних ігор є онлайн казино та ставки на спорт. Ці дві ніші є найпопулярнішими і найбільш прибутковими гігантами в галузі гемблінгу.

Онлайн-казино надають споживачам можливість грати в різноманітні азартні ігри, такі як покер, рулетка, блекджек та слот-машини, безпосередньо зі своїх комп'ютерів або мобільних пристроїв. Цей формат гри дозволяє

забезпечити комфорт та зручність для гравців, а також надає доступ до широкого асортименту ігор з усього світу.

Ставки на спорт є ще однією популярною формою гемблінгу, яка привертає увагу багатьох споживачів. Це включає передматчеві ставки, живі ставки під час спортивних подій та різноманітні спеціальні ставки. Ставки на спорт дозволяють фанатам спорту почувати себе більш активною частиною гри та отримувати емоційні та фінансові стимули.

До 2030 року глобальний ринок азартних онлайн-ігор досягне 153,57 мільярда доларів США, що зафіксує середньорічний темп зростання 11,7% з 2023 по 2030 рік.

iLUCKI Casino є високо конкурентним казино, яке активно займає своє місце на ринку гемблінгу. За останній період спостерігається зростання оцінок та популярності цього казино серед гравців.

Один із факторів, який робить iLUCKI Casino конкурентоспроможним — це його якісна і різноманітна графіка та дизайн. Веб-сайт казино має привабливий та інтуїтивно-зрозумілий інтерфейс для користувачів, який забезпечує комфортну навігацію та приємний користувацький досвід. Крім того, велика кількість ігор, доступних на платформі, дозволяє гравцям легко знайти азартні розваги за інтересами.

Присутня можливість відзначити, що iLUCKI Casino активно працює над розширенням своєї географічної присутності. Казино створює партнерські відносини з провідними розробниками ігор та розширює свою колекцію, щоб привернути більше гравців з усього світу. Це свідчить про амбітність та розвиток казино на міжнародному рівні.

Зростання оцінок та зацікавленості гравців вказують на позитивну реакцію ринку на діяльність iLUCKI Casino. Це може бути результатом якісного обслуговування клієнтів, адекватних бонусних пропозицій, чесної гри та надійності платежів. Гравці віддають перевагу казино, яке пропонує

їм безпечну та захищену гру, а також високий рівень задоволення та виграшів.

Узагалі, iLUCKI Casino успішно розвивається на ринку гемблінгу, отримуючи все більше визнання та зацікавленість гравців. Його конкурентні переваги, зростання оцінок та географічна експансія свідчать про його потенціал для подальшого успіху та лідерства в галузі онлайн казино.

Майбутні перспективи японської індустрії онлайн-казино позитивні. З великою кількістю населення, зростаючим визнанням азартних ігор в Інтернеті та сильною економікою ринок має величезний потенціал для зростання прибутку. Постійні інновації, адаптація до мінливих вимог і відданість відповідальним правилам азартних ігор є важливими для довгострокового успіху. Загалом стаття висвітлює процвітаючий бізнес-ландшафт у зв'язку зі зростанням популярності онлайн-казино в Японії та дає оптимістичний прогноз щодо майбутнього зростання та успіху галузі.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Л. С. Безугла, Т. В. Ільченко, Н. І. Юрченко, С. О. Кобернюк, Д. В. Воловик; КЗВО ДАНО. – Дніпро : Видавець Біла К.О., 2019. 300 с.
2. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів ОС «Бакалавр» та ОС «Магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» ОПП «Маркетинг», «Електронний маркетинг», «Міжнародний маркетинг». / Уклад.: Т.В. Князева, О.В. Полоус, А.В. Шевченко, Г.А. Радченко, І.Г. Михальченко. К: НАУ, 2022. 80 с.
3. Барабанова В. В. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 136 с.
4. Iuliia Fisun, Marharyta Kucher, Nataliia Stebliuk, Yelyzaveta Saihak and Olha Prokopenko (2022). Modeling development strategy of tourism companies under the influence of external and internal environment: Evidence from Ukraine. Tourism and Travelling, Volume 4, pp. 1-15. 2022-2023. URL: https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/16204/TT_2022_01_Fisun.pdf
5. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика : підручник. Луцьк : друк. «Волиньполіграф», 2022. 408 с.
6. Kniazieva T., Smerichevskyi S., Atia Walid. Assessment of marketing activity management in territorial units: theoretical-methodological approach. Baltic Journal of Economic Studies. 2018. Vol 4. No 4. pp. 326-333.
7. Амонс С. Е., Красняк О. П. Маркетингові дослідження ринку і його структурних елементів: Теоретичний аспект. Ефективна економіка. 2020. № 5. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.5.106>
8. Мейш А. В., Матвійчук О. В. Маркетингові дослідження: їх роль та потреба у ринковій економіці. Вісник Хмельницького національного

університету. 2020. № 3. С. 81–83. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/01/17-2.pdf>

9. Борисенко О.С., Шевченко А.В., Нетребко М.В. Методичне забезпечення підготовки бізнес-плану як ключового складника стратегічного управління діяльністю підприємства. Проблеми системного підходу в економіці. 2020. №1(75). С. 90-97.

10. Данченко О.Б., Дзюба Т.В. Маркетингові дослідження у проєктах: навчальний посібник. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2021. 224 с.

11. Гірченко Т.Д., Семенюк І.М., Черіковська Н.В. Значення цифрової економіки в розвитку національної економіки. Economic Development: Global Trends and National Peculiarities: Collective monograph. Poland: «Publishing House «Baltija Publishing», 2020. С. 60-73.

12. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

13. Гірченко Т.Д., Шейко О.П., Семенюк І.М. Елементи цифровізації роботи підприємства. Економіка та управління підприємством. Вісник Одеського національного університету. 2020. № 5. С. 70-75.

14. Маркетингове дослідження ринку : монографія / Р.В. Логоша, К.В. Мазур, В.Ю. Кричковський. Вінниця: ТОВ «ТВОРИ», 2021. – 344 с.

15. Гірченко, Т., Пархоменко, К. Цифровий маркетинг як важливий інструмент для забезпечення конкурентної позиції банку. Вісник Університету банківської справи, 2021. №2 (41), 59-65.

16. Колесніков Д. Що таке цільова аудиторія, способи та методи її визначення. Brainlab. URL: https://brainlab.com.ua/uk/blog-uk/shho-take-czilova-audytoriya-sposoby-ta-metody-yiyi-vyznachennya#title_8

17. Казанська О.О., Михальченко І.Г., Радченко Г.А. Особливості розробки маркетингової програми підприємства в умовах цифрового ринку. Наукові інновації та передові технології (Серія «Економіка»), № 7(9). 2022. С. 158-168. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-7\(9\)-158-168](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-7(9)-158-168)

18. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508 с.

19. Князева Т.В. Системний підхід в стратегічному маркетингу та управлінні бізнес-процесами. Проблеми та перспективи забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку: зб. наук. праць Донецького державного університету управління, сер. «Економіка». Т. XIX, Вип. 309. Маріуполь, ДонДУУ, 2018. С. 77-84.

20. Розуміння цільової аудиторії як ключ до збільшення продажів з сайту. AG Marketing. URL: <https://ag.marketing/blog/rozuminnya-cilovoi-auditorii/>

21. Фісун Ю.В., Борисенко О.С., Ярмолюк О.Я. Інноваційні підходи проведення маркетингових досліджень сучасних підприємств. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. Науково-виробничий журнал. Запоріжжя.: КПУ, 2022. Вип. 2(125). С.99-103. URL: <http://www.econom.stateandregions.zp.ua>

22. Шевченко А.В., Савченко А.Ю., Квітко Д. Інтегрований підхід до вивчення досвіду споживачів. Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. пр. Випуск 1(81)/2021. С. 105-111.

23. Аналіз цільової аудиторії | Інфонік. URL: <https://info.nic.ua/uk/blog-uk/analiz-czilovoyi-audytoriyi/>

24. Цільова аудиторія: як її визначити і навіщо це потрібно. RUBARB Digital. URL: <https://rubarbs.com/ua/article/target-audience-how-to-define-it-and-why>

25. Ярмолюк О.Я., Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Теоретико-методологічні аспекти таргетованої реклами, як інструменту комплексного інтернет-маркетингу. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Херсон.: ХДУ, 2022. Вип. 46. С.23-29. URL: <http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej>

26. Як визначити цільову аудиторію і навіщо це робити. Хорошоп. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/target-audience-how-to-find-yours/>
27. Петриченко А. Що таке цільова аудиторія та як її визначити?. URL: <https://shop-express.ua/ukr/blog/target-audience/>
28. Сорокіна К. Портрет цільової аудиторії: як скласти портрет ЦА - Ланет CLICK.| Digital-агентство. URL: <https://lanet.click/portret-tsilovoi-audytorii/>
29. 6 методів збору інформації про цільову аудиторію. Громадська онлайн платформа | SPILNO. URL: <https://spilno.org/article/6-metodiv-zboru-informatsii-pro-tsilovu-audytoriyu>
30. Харьковчук О. Продуктивний маркетинг: як визначити цільову аудиторію для вашої ніші?. Webpromo. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/produktivnyj-marketing-kak-opredelit-czelevuyu-auditoriyu-dlya-vashej-nishi/#kak-segmentirovat-i-ponyat-celevuyu-auditoriyu>
31. Як визначити цільову аудиторію: основні види - Idea Digital. IdeaDigital Agency. URL: <https://ideadigital.agency/blog/yak-viznachiti-tsilovu-auditoriyu/>
32. Шевченко С. Портрет цільової аудиторії: як скласти і навіщо потрібен портрет клієнта. Adwservice. URL: <https://adwservice.com.ua/uk/yak-sklasty-portret-czilovoyi-audytoriyi>
33. Вєсьолов В. Що таке сегментація ринку та чому вона важлива. SendPulse Блог. URL: <https://sendpulse.ua/blog/what-is-market-segmentation>
34. Попова Н. В. Маркетинг : підручник / Н. В. Попова. – Х. : Видавництво «В деле», 2018. – 300 с.
35. Бохонок Г., Міщенко С. Цільова аудиторія – що це таке, види та приклади, складання портрета ЦА. elit-web.ua. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-opredelit-tselevuju-auditoriju-sajta>
36. Сегментація клієнтів: покрокова інструкція для продажів і маркетингу. Блог NetHunt. URL: <https://nethunt.ua/blog/sieghmientatsiia-kliientiv-pokroкова-instruktsiia-dlia-prodazhiv-i-markietinghu/>

37. Рибак Г. І., Островський І. А. Міжнародний ринок послуг: сучасний стан та структура. Ефективна економіка. 2020. № 6. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7984>. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.6.71

38. Дяченко Д. Що чекає індустрію гемблінгу у 2023: Світові тренди та Україна. Новини бізнесу, економіки, фінансов, ринков и компаній – НВ Бізнес. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/gembling-v-ukrajini-rozvitok-tendenciji-i-maybutnye-sferi-ostanni-novini-50289785.html>

39. Туранова Е. Як просунути гемблінг сайт в 2023 році: лінкбїлдинг для ігрових сайтів. Referr-service.com – система крауд-маркетингу в СНД, Європі, США |. URL: <https://referr-service.com/prodvizhenie-gambling-sajtov-na-zapade/>

40. Online gaming vs. online gambling: differences and overlaps | slotegrator 2021. Slotegrator. URL: https://slotegrator.pro/analytical_articles/online-gaming-vs-online-gambling-differences-and-overlaps.html

41. 5 принципів відмінностей офлайн і онлайн-казино. Вінницький трамвай. URL: <https://depo.vn.ua/news/5-pryncypyalnyh-otlychuy-offlayn-y-onlayn-kazyno>

42. Mulitsa A. 13 best online casino software providers in 2023 | SOFTSWISS. SOFTSWISS. URL: <https://www.softswiss.com/knowledge-base/choosing-optimal-mix-game-vendors-online-casino/>

43. Khaidukova Y. Online casino target audience 2023. Slotegrator. URL: https://slotegrator.pro/analytical_articles/portrait_of_online_casino_player.html

44. Online gambling market trends, share, size, growth, forecast 2030. Global Market Research and Industry Analysis. URL: <https://straitresearch.com/report/online-gambling-market>

45. Online gambling market size & trends analysis report, 2030. Market Research Reports & Consulting | Grand View Research, Inc. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/online-gambling-market>

46. ESG framework in the iGaming industry. Slotegrator. URL: https://slotegrator.pro/analytical_articles/environmental-social-and-governance-in-the-igaming-business-in-year-what-when-and-why/

47. Stefanidis M. Flutter entertainment - overview, insights, and outlook | roundhill investments. Research | Roundhill Investments. URL: <https://blog.roundhillinvestments.com/flutter-entertainment>

48. Biggest competitors in the online gambling industry for 2022 | CasinoWow. CasinoWow: Trusted Guide to WOW Online Gambling. URL: <https://www.casinowow.com/news/22/2/2022/biggest-competitors-in-online-gambling-industry-2022>

49. Gambling market size, trends and global forecast to 2032. Global Market Research Reports & Consulting | The Business Research Company. URL: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/gambling-global-market-report>

50. Gilles C. Meilleur casino en ligne canada 2023 | testés par nos experts. casinosenligne.com. URL: <https://casinosenligne.com/>

51. Global online gambling market analysis report 2023-2030: ease of access through increased smartphone and internet penetration bodes well for the sector. BusinessWire. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20230330005372/en/Global-Online-Gambling-Market-Analysis-Report-2023-2030-Ease-of-Access-Through-Increased-Smartphone-and-Internet-Penetration-Bodes-well-for-the-Sector--ResearchAndMarkets.com>

52. Afanashchenko R. Як добирати персонал у гемблінгу: інструкції та рекомендації. Gbc-time. URL: <https://ua.gbc-time.com/dobir-personalu-dlya-kazino-yak-zibrati-naikrashu-komandu>

53. Future of gambling: how baltic countries become an excellent home for online casinos. Analytics Insight. URL: <https://www.analyticsinsight.net/future-of-gambling-how-baltic-countries-become-an-excellent-home-for-online-casinos/>

54. Giosuè L. An overview of the Scandinavian gambling landscape. The Jerusalem Post | JPost.com. URL: <https://www.jpost.com/special-content/an-overview-of-the-scandinavian-gambling-landscape-685359>

55. How many people gamble in japan?[gambling in japan statistics 2023]. PlayToday.co. URL: <https://playtoday.co/blog/stats/gambling-in-japan-statistics/>

56. Mōri A. The gambling law review - the law reviews. The Law Reviews. URL: <https://thelawreviews.co.uk/title/the-gambling-law-review/japan>