

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 «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»

Тема: «Дослідження афіліатного маркетингу підприємства»

Виконавець: Серьоженко Олександра Ярославівна

Керівник: к.е.н., доцент Ярмолук Олексій Ярославович

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: «Електронний маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач випускової кафедри

Тетяна КНЯЗЄВА

« ____ » _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання випускної роботи

Серьоженко Олександра Ярославівна

(П.І.Б. здобувача)

1. Тема роботи «Дослідження афіліатного маркетингу на підприємстві» затверджена наказом ректора від 30.03.2023 р. № 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; теоретико-методичні основи афіліатного маркетингу; дослідження маркетингової діяльності ТОВ «Космолот» висновки.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: принципи афіліатного маркетингу, розмір витрат на афіліатний маркетинг в США та світі, світова статистика афіліатного маркетингу, найбільші партнерські мережі за кількістю афіліатів, топ-15 категорій в афіліатному маркетингу, структура грального бізнесу в Україні (за кількістю виданих ліцензій), графік прибутку з періоду COVID-19 по середину 2023 року, вікова сегментація цільової аудиторії «Космолот».

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 кафедрі	12.06.2023- 14.06.2023	

7. Дата видачі завдання: 22.05.2023 р.

Керівник випускної роботи

(підпис керівника)

Олексій ЯРМОЛЮК
(П.І.Б.)

Завдання прийняв(ла) до виконання

(підпис здобувача)

Олександра СЕРЬОЖЕНКО
(П.І.Б.)

АНОТАЦІЯ

Пояснювальна записка до випускної роботи «Дослідження афіліатного маркетингу на підприємстві» становить 75 с., 19 рис., 2 табл., 50 літературних джерел.

МАРКЕТИНГ, АФІЛІАТНИЙ МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ.

Об'єктом дослідження є афіліатний маркетинг ТОВ «Космолот», а предметом дослідження є розробка рекомендацій щодо вдосконалення маркетингової діяльності партнерського маркетингу ТОВ «Космолот» на основі проведених маркетингових досліджень.

Метою роботи – є узагальнення теоретичних та практичних засад проведення маркетингових досліджень афіліатної діяльності підприємства.

Методи дослідження – аналітичний, статистичний та системний підхід в дослідженнях економічних процесів і явищ в контексті маркетингової діяльності підприємства.

Наукова новизна: розроблено рекомендації та стратегічні рішення щодо вдосконалення маркетингової діяльності та вдосконалення афіліатного маркетингу на підприємстві.

Інформаційні джерела: наукова і навчальна література, періодичні видання, матеріали, розміщені в мережі Інтернет, дані внутрішньої звітності ТОВ «Космолот», результати експертних оцінок, результати опитування.

Практична значущість полягає в тому, що впровадження запропонованих заходів дасть змогу підвищити ефективність діяльності ТОВ «Космолот» та сприятиме ефективній діяльності гемблінгових підприємств на вітчизняному ринку.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АФІЛІАТНОГО МАРКЕТИНГУ.....	8
1.1. Маркетинг та комплекс маркетингу.....	8
1.2. Афіліатний маркетинг.....	15
1.3. Особливості афіліатного маркетингу для підприємств ігорного ринку.....	22
Висновок до першого розділу.....	25
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ АФІЛІАТНОГО МАРКЕТИНГУ НА	
ІГОРНОМУ РИНКУ.....	27
2.1. Аналіз афіліатного маркетингу на світовому ринку.....	27
2.2. Аналіз українського ринку афіліатного маркетингу.....	38
2.3. Аналіз господарської діяльності та фінансового стану підприємства.....	45
2.4. Аналіз маркетингової діяльності підприємства.....	54
Висновок до другого розділу.....	66
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71

ВСТУП

Актуальність теми. Партнерський маркетинг є одним з найпопулярніших на сьогодні методів збільшення продажів і отримання прибутку. Він існує з перших днів функціонування Інтернету. Блогери часто включають партнерські посилання в огляди продуктів, опубліковані на сайтах, автори вмісту YouTube мають партнерські посилання в описах відео, щоб висвітлити певні продукти.

Партнерський маркетинг має на меті просування бізнесу в мережі Інтернет за допомогою афілійованих партнерів (Web-майстрів), які залучають нових клієнтів, використовуючи різні маркетингові інструменти та стратегії.

Партнерський маркетинг дозволяє значно збільшити рентабельність інвестицій та отримати більш високий прибуток – він є вигідним як партнерам, так і власникам бізнесу. Цей напрям активно розвиватиметься і надалі, що відображається в кількості партнерських програм та веб-майстрів, які працюють в сфері електронної комерції. Незважаючи на те, що починаючи з 2020 р. Для індустрії з'явилися серйозні випробування, партнерський канал залишився надійним джерелом трафіку і продажів брендів.

Теоретичною і методологічною основою дипломної роботи є підходи по дослідженню маркетингової діяльності онлайн-казино «Комолот», використаний набір інструментів, прийомів та методів, запропонований вітчизняними і зарубіжними авторами.

Інформаційною базою дослідження послужили фундаментальні та прикладні роботи вітчизняних і зарубіжних авторів з питань маркетингової діяльності підприємств ринку гемблінгу, аналітичні матеріали, що публікуються в періодичному друці та матеріали розміщені на ресурсах в мережі Інтернет.

Метою роботи – є дослідження афіліатного маркетингу онлайн-казино «Космолот».

Відповідно до мети в роботі визначено такі завдання:

- визначити теоретичні основи афіліатного маркетингу, особливості афіліатного маркетингу для підприємств ігорного ринку;

- дослідити функціонування ігорного ринку, закордонний досвід;
- дослідити сучасній стан ігорного ринку в Україні;
- провести маркетинговий аналіз діяльності онлайн-казино «Космолот»;
- визначити основні напрями вдосконалення маркетингової діяльності;

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність онлайн-казино «Космолот».

Основні види діяльності, що виконує онлайн-казино – це організація азартних ігор на території України та закордоном. В дипломній роботі аналізуються дані за 2020 (року створення компанії) – по 2023 роки.

Предмет дослідження: є дослідження маркетингової діяльності онлайн-казино «Космолот».

Наукова новизна: розроблено рекомендації, щодо вдосконалення афіліатного маркетингу ТОВ «Космолот».

Кваліфікаційна робота виконана з використанням наступних **інформаційних джерел:** наукової і навчальної літератури, періодичних видань, матеріалів, розміщених в мережі Інтернет, даних внутрішньої звітності ТОВ «Космолот», результатів експертних оцінок.

Методи дослідження – аналітичний, статистичний та системний підхід в дослідженнях економічних процесів і явищ в контексті маркетингової діяльності підприємства.

Практична значущість полягає в тому, що впровадження запропонованих заходів дасть змогу підвищити ефективність діяльності ТОВ «Космолот» та сприятиме ефективній діяльності гемблінгових підприємств на вітчизняному ринку.

ВИСНОВКИ

«Космолот» надає гемблінг розваги нового покоління. Онлайн-ігри стали повсякденним способом провести вільний час, не виходячи з дому. Більшість платформ пропонує гравцям різні ігрові пропозиції від провідних провайдерів, які оснащені сучасними технологіями. Локальний ринок працює зі світовими розробниками, що допомагає вдосконалювати ігровий простір та проводити регулярне оновлення ігрової лінійки. Ігрові платформи, такі як онлайн-казино «Космолот» налаштовують комунікацію з клієнтом таким чином, щоб задовольнити його побажання.

Казино, хоч і не надто давно на ринку, але міцно закріпило за собою статус лідера ніші в Україні. Адміністрація сайту досить вибіркова в виборі ігрових провайдерів і партнерів: в першу чергу «Космолот» звертає увагу на репутацію, як свою, так і чужу.

Колекцію ігор цього казино можна назвати однією з найбільших в Україні. У той час, коли інші сервіси з послугами казино можуть похвалитися набором в 300-400 ігрових автоматів, «Космолот» пропонує своїм клієнтам понад 1 500 опцій.

В роботі було проаналізовано особливості афіліатного маркетингу для підприємств ігорного ринку де було вивлено, що функціонування успішної партнерської програми вимагає постійної роботи над нею.

У партнерських програмах великих компаній, як правило, наймають окремих спеціалістів, які працюють тільки над забезпеченням роботи партнерської програми. Підсумовуючи, можна сказати, що партнерська програма являється формою співпраці між продавцем і партнерами, при якому партнери залучають користувачів на сайт продавця, за що отримують винагороду у вигляді відсотка від продажів або фіксованої суми за якусь заздалегідь визначену дію користувача (покупку товару, заповнення форми, відвідування користувачем певних сторінок тощо).

Також дослідили афіліатний маркетинг у світі, де визначили, що лідером на ринку є США, провів аналіз українського гемблінгового ринку та дослідили діяльність «Космолот».

В ході роботи було розроблено SWOT-аналіз, в якому виявили, що сильними сторонами підприємства є його репутація та імідж, різноманітність ігор, сильна присутність в онлайн-просторі та інноваційність. Слабкими сторонами є можлива зміна законодавства України, висока конкуренція на ринку та негативне ставлення у деяких людей до азартних ігор. Можливостями, якими може скористатися «Космолот» є розширення своєї присутності на міжнародних ринках, розширення переліку ігор та провайдерів, вибудовування партнерських відносин зі спортивними командами та розвиток платформи для мобільних телефонів. А загрози – це зміна споживчих смаків, погіршення економічної ситуації та можливе накладення санкцій. Проте не дивлячись на можливі загрози, сильні сторони, які переважають, дадуть перспективу росту підприємству.

За результатами проведених досліджень, можна сказати, що «Космолот» має багато сильних сторін, переваг та можливостей на ринку. Для покращення діяльності можна запропонувати наступні рекомендації:

1. Розширення географії. «Космолот» може розглянути можливість розширення своєї діяльності на нові ринки. Це може включати введення своїх послуг у нові країни або розширення асортименту доступних гемблінгових ігор для країн, де сайт вже є доступним.

2. Удосконалення онлайн-платформи. «Космолот» може покращити свою онлайн-платформу, забезпечивши зручний та простий процес реєстрації та гри для користувачів. Важливо забезпечити швидкий та надійний функціонал, а також зручні способи внесення та виведення коштів.

3. Вдосконалення мобільного додатку. Так як переважна більшість гравців користується послугами казино з мобільних пристроїв та планшетів, буде доцільно розробити і покращити мобільний додаток. Важливо забезпечити інтуїтивний і легкий у використанні інтерфейс, а також широкий функціонал у додатку.

4. Вдосконалення програми лояльності. «Космолот» може запровадити або вдосконалити програму лояльності, яка надає бонуси та привілеї для постійних клієнтів. Це може стимулювати гравців повертатися та продовжувати грати на платформі.

5. Спонсорство та маркетинг. Компанія може розглянути можливості спонсорства спортивних подій або команд, щоб збільшити свою відомість та привернути нових клієнтів. Рекламні кампанії та стратегії маркетингу також можуть допомогти в привертанні уваги до бренду.

6. Вдосконалення служби підтримки клієнтів. Важливо забезпечити швидку та ефективну підтримку клієнтів, щоб вирішувати їхні запитання та проблеми. Це може включати доступ до служби підтримки через різні канали зв'язку, такі як електронна пошта, онлайн-чат або телефон.

Важливо регулярно проводити дослідження ринку, слухати потреби клієнтів і вдосконалювати свою пропозицію, щоб забезпечити успіх і збільшення клієнтської бази і покращення клієнтського досвіду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Борисенко О.С., Фісун Ю.В., Ткаченко А.Я. Інструменти маркетингових інтернет-комунікацій як складові механізму управління комунікаційним середовищем підприємства. *Інфраструктура ринку: електронне науково-практичне фахове видання*. О.: ПНДІЕІ, 2020. Вип. № 50. С.85-91.
2. Борисенко О.С., Фісун Ю.В., Чорна Д.О. Теоретико-методологічні аспекти організації та впровадження маркетингового менеджменту на підприємствах. *Приазовський економічний вісник: електронне наукове видання*. З.: КПУ, 2021. Вип. № 2(25). С.60-65. URL: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2021/2_25_ukr/
3. Борисенко О.С., Тарабан Н.О. Теоретичні основи та еволюція розвитку комплексу маркетингу. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Вип. № 3 (14). 2018. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/vipusk-14-2018>.
4. Борисенко О.С., Шевченко А.В., Фісун Ю.В., Крапко О.М. *Маркетинговий менеджмент: навч. посіб.* Київ: НАУ, 2022. 204 с.
5. Гірченко Т.Д., Панченко О.В. Цифровий маркетинг: майбутнє маркетингових комунікацій у банку. *EUROPEAN COOPERATION*. 2018. №7 (38). С. 36-56.
6. Державна Служба Статистики України. URL: <http://ukrstat.org>.
7. 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)
8. Карбовська Л. О. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства на засадах маркетингу в умовах конкурентного середовища. *Сучасні питання економіки і права*. 2019. №2. С. 33-42.
9. 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.

10. Князева Т.В., Алексеєнко І.М. Маркетингова стратегія розвитку соціального підприємництва. *Проблеми системного підходу в економіці*. Вип. № 1 (81), 2021. С.86-92.

11. Комплекс маркетингу сфери послуг. URL: https://studopedia.com.ua/1_133527_kompleks-marketingu-sferi-poslug.html

12. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового: книга. К.: КМ-Букс, 2018. 208 с.

Котлер Ф. Маркетинг: від А до Я. Альпіна Паблішер Україна. 2021. 252 с. 16. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Діалектика. 2020. 880 с.

Статистика афіліатного маркетингу (2023). URL: <https://www.affiliatebay.net/uk/affiliate-marketing-statistics/>

15. Кустрич Л. О. Маркетингова конкурентна стратегія як необхідний елемент системи управління підприємством. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2019. №33. С. 112-116. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2019_33_24

16. Майкл Портер. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів. В-во «Наш формат», 2019. 624 с.

17. Маркетинг послуг, тема 5.8. URL: <https://www.sites.google.com/site/marketingdistance/tema-5/5-8-marketing-poslug>

18. Афіліатний сайт у гемблінгу. URL: <https://ua.gbc-time.com/article/yak-stvoriti-afiliatnii-gembling-sait-za-5-kroktiv66125.html>

19. Маркетинговий аналіз та контроль за здійсненням маркетингових заходів. URL: <https://studfile.net/preview/5063336/page:2/>

20. Мелушова І. Ю. Визначення цілей управління результативністю маркетингу на засадах сталого розвитку підприємства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2018. №2. С. 200-211. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2018_2_19

21. 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.

22. Петропавловська С.В., Ковтун К.Ю. Маркетингові комунікації в мережі Інтернет як інноваційний інструмент стратегії просування. *Науковий вісник ПУЕТ. Серія: «Економічні науки»*. Вип. 3 (104), 2021. С.96-116.

23. Офіційний сайт «Космолот». URL: <https://cosmolot.ua/ua/about-us>

24. Радченко Г.А., Саїдова Г.О. Контент-маркетинг як дієва складова просування бізнесу. *Проблеми системного підходу: зб. наук. праць*. Випуск 2 (70) / 2019. Ч. 1. К. НАУ, 2019. С. 144-149. <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-2-46>

25. Система оподаткування грального бізнесу. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/markets/pilgovu-sistemu-opodatkuvannya-u-2-hochut-vidminiti-shcho-bude-z-gralnim-biznesom-50294204.html>

26. Перше легальне онлайн-казино з українською ліцензією. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/tech/speysiks-cosmolot-i-kosmolot-hto-volodiye-onlayn-kazino-novini-ukrajini-50139827.html>

27. 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>

28. Mangold, B. (2018). Learning Google Adwords and Google. Loves Data, 610 p.

29. Маркетинг та піар у гральній сфері. URL: <https://dyvys.info/2022/11/29/marketyng-ta-pr-staly-nevid-yemnymy-elementamy-rozvytku-gralnoyi-sfery-diyalnosti-onlajn-kazyno-kosmolot/>

30. Шевченко А.В., Крушинський А.В. Методи інноваційного маркетингу реалізації маркетингової стратегії підприємства. *Наукові інновації та передові*

технології (Серія «Державне управління», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»): журнал. 2023. № 3(17) 2023. С. 251-261.

31. Latest Affiliate Marketing Statistics, Facts & Trends (2022). URL: <https://bloggingwizard.com/affiliate-marketing-statistics/>

32. Шевченко А.В., Марчук В.В. Особливості управління попитом на основі цифрових маркетингових технологій. *Проблеми системного підходу в економіці*. Вип. 3(89), 2022. С. 177-183.

33. What is the biggest affiliate network? URL: <https://wecantrack.com/insights/biggest-affiliate-network/>

34. Розвиток першого онлайн-казино в Україні. URL: <https://forbes.ua/lifestyle/moya-meta-zrobiti-uspishnu-legalnu-istoriyu-v-ukraini-seo-cosmolot-sergiy-potapov-pro-rozvitok-pershogo-legalnogo-onlayn-kazino-v-ukraini-25102021-2499>

35. Шевченко А.В., Марчук В.В., Адєєва Г.В. Стандарти забезпечення маркетингових досліджень в умовах цифрової економіки. *Проблеми системного підходу в економіці*. Вип. 1(87), 2022. С. 115-122.

36. 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.

37. Афіліатний маркетинг як дієвий засіб просування казино. URL: <https://logincasino.ua/article/afiliati-osoblivosti-partnerstva60559.html>

38. Шевченко А.В., Стельмашенко О.О., Марчук В.В. Зміни споживчої поведінки в умовах трансформації цифрових маркетингових комунікацій. *Проблеми системного підходу в економіці*. Вип. 1(90), 2023. С. 44-53.

39. Гральний бізнес в Україні. URL: <https://youcontrol.com.ua/data-research/hralnyu-biznes-2023/>

40. Вплив війни на гральний ринок. URL: <https://focus.ua/uk/ukraine/542607-viyna-zminila-biznes-procesi-gralnogo-rinku-onlayn-kazino-cosmolot>

41. Основні вертикалі афіліатного маркетингу. URL:
<https://uaff.media/blog/osnovni-vertykali-v-arbitrazhi-trafiku/>
42. Особливості українського гемблінгу. URL:
<https://vikna.if.ua/cikavo/138860/view>
- Перевірка Контрагентів. ТОВ «СПЕЙСИКС». URL:
https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/43635954/
44. Інтеграція світових трендів в український ігровий простір. URL:
<https://bigkyiv.com.ua/integraciya-svitovyh-trendiv-v-ukrayinskyj-igrovuj-prostir-onlajn-kazyno-cosmolot/>
45. Ярмолюк О.Я., Фісун Ю.В., Шаповалова А.А. Соціальні мережі як сучасний інструмент просування. *Підприємство та інновації. Науковий журнал з питань економіки та бізнесу*. Випуск 11, 2020. Частина 2. С. 62-66. DOI:
<https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.28>
46. Тенденції маркетингу для грального бізнесу. URL:
<https://logincasino.ua/article/marketing-u-gralnomu-biznesi-tendenciyy60545.html>
47. The state of affiliate marketing: Benchmark report (2023). URL:
<https://influencermarketinghub.com/affiliate-marketing-report/>
48. Kniazieva T., Shevchenko A., Radchenko H., Komova O., Pankova L. The impact of the transnationalization process on the consumer market of Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 7, No 5. 2021. pp. 268-277.
50. Ризики в афіліатному маркетингу. URL:
<https://logincasino.ua/article/riziki-afiliatnogo-marketingu-dlya-operatoriv-igaming65531.html>