

appropriate digital channels, the creation of compelling content, the deployment of data-driven analytics, and the nurturing of customer relationships. Effective strategy formulation necessitates an intricate understanding of these components and their alignment with the broader business goals [3, p.5].

The realm of digital marketing is marked by its dynamism, where strategies and tactics continuously evolve in response to shifting consumer behaviors and technological advancements. Consequently, staying ahead in the digital marketing arena requires not only a foundational knowledge of established methodologies but also an agility to adapt to emerging trends and innovations. This article will explore the established methodologies and best practices while also delving into the emerging trends that are reshaping the digital marketing landscape.

In an age defined by digital connectivity, the formulation of a digital marketing strategy is not an option but a requisite for businesses aiming to thrive in a highly competitive marketplace. By traversing the domains of strategy significance, component intricacies, and methodological insights, this article equips businesses and marketers with the knowledge and tools to navigate the complexities of digital marketing strategy formation effectively.

This introduction sets the stage for your scientific article, highlighting the importance and complexity of digital marketing strategy in the modern business landscape[4, p.121].

References

1. Діброва Т. Реалії ринку Інтернет-реклами в Україні: [Про активне використання Інтернету як засобу просування товарів та послуг в Україні] / Т. Діброва, М. Лебеденко. // Маркетинг в Україні. – 2007. – № 2. – С.21 – 24.
2. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Особливості Інтернет-маркетингу / І.Л. Литовченко І.Л., В.П. Пилипчук // Інтернет-маркетинг: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.
3. Mariia Bahorka, Larysa Kurbatska, Liudmila Kvasova (2022) Marketing reserves to increase the competitiveness of the enterprise in modern conditions. *Green, Blue & Digital Economy Journal, Volume 3 Number 1*. Riga, Latvia: «Baltija Publishing» - 2022. 1-7. <https://doi.org/10.30525/2661-5169/2022-1-1>
4. Zahay, D. (2015). *Digital Marketing Management: A Handbook for the Current (or Future) CEO*. New York: Business Expert Press. <https://www.perlego.com/book/402836/digital-marketing-management-pdf>

УДК 794.9:338.48

Гладкий О. В.

д. геогр. н., професор, професор кафедри туризму та рекреації,
Державний торговельно-економічний університет,

Килівник В. С.

к. мед. н., доцент,
доцент кафедри фізичної та реабілітаційної медицини,
Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова

Семенюк Р. О.

асистент кафедри фізичної та реабілітаційної медицини,
Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова

ТЕРИТОРІАЛЬНІ АСПЕКТИ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ АЗАРТНИХ ІГОР В УКРАЇНІ

Для регулювання ринку азартних ігор в Україні планується створити спеціальну комісію, що працюватиме на колегіальних засадах, а її склад буде змінюватись кожні 4 роки. До компетенції комісії входить інспекція території і приміщень організаторів азартних ігор, фінансової, правової та організаційної інформації щодо діяльності закладів, де проходять азартні ігри (наприклад, даних про прийняті ставки та виплачені виграші), накладання штрафів за порушення законодавства. Також, в межах Державної податкової служби України буде існувати система он-лайн контролю за ігровим обладнанням. Кошти від видачі ліцензій та організації грального бізнесу витрачатимуться для фінансування

соціально значимих галузей господарства – медицини, спорту, (особливо для людей з особливими потребами), культурних проєктів тощо.

Подібний підхід відповідає міжнародній практиці. Таким чином діють більшість закладів з регулювання азартних ігор в Європі: European Gaming Regulators Forum, European State Lotteries and Toto Association, Association of Charity Lotteries in the European Union, European Casino Association, European Gaming and Betting Association [3].

Казино можна буде відвідати в п'ятизіркових готелях Києва з номерним фондом не менше 200 номерів, Одеси, Харкова, Дніпра та Львова - з номерним фондом не менше 120 номерів, та готелях інших міст з номерним фондом не менше 100 номерів [1]. Серед найпомітніших закладів, що можуть виконувати роль операторів грального ринку в Україні, слід виділити компанії «Split Group», «Прем'єр Палас», «Авалон», «Імперіал», казино «FreeДом», «Мандарин», «Казбек», «River Palace», «Кінг», «Метро-Джекпот», «МаксБет», Купідон», «Багіра» тощо.

Крім того, як стверджують О. Сояк та Н. Неправська, на території України планується створити декілька ігрових зон: Київську, Львівську, Одеську, Причорноморську [2]. Київська ігрова зона має сформуватись на основі функцій столичності, репрезентативності та респектабельності бізнес середовища міста. Так, гральний бізнес активно розвивається в різних готелях мережі Гілтон або Інтерконтиненталь (в країнах, де він легалізований, звичайно). Тому його поява у готельних закладах цих мереж, що знаходяться в Києві (та й інших містах України), є цілком природною. Не виключається розміщення ігрової зони й під Києвом, в містах-супутниках столиці. В якості претендентів, на нашу думку, доцільно розглядати м. Вишневе, м. Боярка, м. Васильків, м. Бровари, смт. Ворзель, с. Коцюбинське, с. Княжичі та ін.

Львівська ігрова зона має виключно вдаль розташування по відношенню до державного кордону України з Польщею та ЄС. Тому поява у Львові місць для легального розміщення індустрії азартних ігор робить цей бізнес доволі прибутковим та привабливим з огляду на стрімке зростання міжнародної бізнес-активності в цьому регіоні. За умови розвитку відповідної інфраструктури (транспортної, інформаційної, комунікаційної, рекламної, прикордонної) потік туристів до львівських гральних закладів, як стверджує Н. Неправська, може стати досить суттєвим [2].

Гральний бізнес також може ефективно розвиватися на деяких курортах західної України, в першу чергу - в Трускавці, Дрогобичі, Східниці, Моршині, Буковелі. В більшості цих курортних міст розташовані готелі преміум-класу, а також є достатній притік вітчизняних та іноземних туристів, що цікавляться гральними заходами.

Великий туристичний, рекреаційний, портовий та діловий центр півдня України – Одеса – цілком здатний залучати туристичні потоки й до об'єктів грального бізнесу. Одеса вкрай приваблива для гравців у азартні ігри з Румунії, Болгарії, Туреччини, а також з Молдови і Білорусі. Однак, формування Одеської ігрової зони можливе лише за умови активного розвитку та модернізації транспортної інфраструктури, розбудови готельних мереж представницького та люкс-класу, створення повноцінної системи контролю над веденням грального бізнесу та захисту ігрових зон від впливу кримінальних угруповань й аферистів.

Четвертою зоною розвитку грального бізнесу в Україні цілком може стати акваторія Чорного моря. Як стверджує Н. Неправська, у світі досить популярним є так звані «плавучі казино», розміщені на круїзних лайнерах, морських суднах, баржах, дебаркадерах та інших об'єктах морської транспортної інфраструктури. Подібні плавучі казино можна було б організувати на маршруті Одеса – Батумі (у Грузії азартні ігри дозволені) із заходом в порти сусідніх чорноморських держав (Румунії, Болгарії та Туреччини [2].

Список літератури

1. Калачова Г. Зе! легалізує гральний бізнес. Що буде з лотереями, автоматами, букмекерами, покером та казино / Г. Калачова //Українська правда. – 1 жовтня 2019 року. – [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/10/1/652130/>

2. Неправська Н. Гральний бізнес: де та як? / Н. Неправська // Український туризм. – 2015. - № 7. – С. 58-49.

3. Осыка С.Г. Государство и азартные игры (очерки современности) : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / С.Г. Осыка. – К. : Киев. нац. торг.-экон. ун-т, 2013. – 944 с.