

та суспільство. 2016. Вип. 6. С. 70–80.

2. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т. 1. / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. Київ: Видавничий центр “Академія”, 2000. 864 с.

3. Цілі сталого розвитку 2016-2030. URL: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>

4. Національна економічна стратегія 2030. URL: <https://nes2030.org.ua/>

ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВИХ ОБМЕЖЕНЬ

Тимощук О.О., канд. юрид. наук, викл.

Кухарчук А.М., викл.

ВСП «Стрийський фаховий коледж Львівського національного
університету ветеринарної медицини та біотехнологій
ім. С. Гжицького», м. Стрий, Україна

«SunandSea» напрямок традиційно складає найбільшу частину в структурі туристичного попиту. Сьогодні значна частина українських пляжних курортів окупована, відпочинок на інших суттєво обмежений, туристичні фірми змушені шукати альтернативні напрямки.

Основною точкою вильоту для українських туристів стали Жешув (Польща) та Кишинів (Молдова) [1]. Роль транспортно-логістичного хабу автобусного сполучення виконує Львів. Поки вподобання українських туристів залишаються на боці звичних пляжних курортів. Найпопулярнішими напрямками залишаються Туреччина, Єгипет, Греція, Чорногорія, Болгарія, Єгипет, Таїланд [4].

Проте туроператори освоюють нові пляжні дестинації, які раніше залишалися поза увагою – курорти Балтики, Румунії, Словенії, автобусна логістика до яких є відносно простою (табл.).

Європейські курорти мають гарне співвідношення ціна/якість, велику кількість історико-архітектурних атракцій та не зорієнтовані на російськомовних клієнтів, що значно зменшує можливість конфліктних ситуацій між українськими та російськими туристами. Литва, Латвія, Нідерланди, Данія взагалі заборонили видачу туристичних віз громадянам рф.

Доки триває військова небезпека та заборона авіа сполучень, в'їзний туризм до українських курортів майже неможливий.

**Таблиця – Орієнтовна відстань та час у дорозі до популярних
пляжних destinations
(від Львова без урахування часу на кордоні)**

Туристична destinations	Час (год.)	Відстань (км)
Сопот, Гданськ, Гдиня (Польща)	9	739
Клайпеда (Литва)	12	1078
Острів Рюген (Німеччина)	12.5	1185
Констанца (Румунія)	13	896
Рієка (Хорватія)	13	1103
Копер, Порторож (Словенія)	13	1268
Трієст (Італія)	13,5	1256
Задар (Хорватія)	14	1225
Варна (Болгарія)	15	1014
Венеція (Італія)	15	1389
Салоніки (Греція)	17.5	1576
Будва (Чорногорія)	18	1424
Тірана (Албанія)	20	1700
Стамбул (Туреччина)	21	1445

Розраховано авторами на основі [3]

За статистикою кількість виїзних подорожей 7 разів більш аніж в'їзних [2]. Натомість європейські пляжні курорти відкриті та відносно близькі. Найближчим пляжним курортом для українських туристів (з виїздом зі Львова) є польське «Труймясто» – міста Гданськ, Сопот, Гдиня (739 км, 9 год.). Курорт характеризується оновленою інфраструктурою, широкими безкоштовними піщаними пляжами, помірними цінами, багатий на історико-культурні об'єкти, море в липні прогрівається до 24 градусів.

Значно ближчими ніж звичні Туреччина та Греціяє пляжі Румунії, Словенії, півночі Хорватії, Італії, Німеччини.

Список використаних джерел

1. Горбаль Н.І., Радченко Я.П. Стан та перспективи розвитку авіатранспортної галузі України в умовах євроінтеграції, постпандемії та війни. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2023. Вип. 5, № 1. С. 249–260. URL: <https://science.lpnu.ua/uk/smeu/vsi-vypusky/vypusk-5-nomer-1-2023/stan-ta-perspektyvy-rozvytku-aviatransportnoyi-galuzi> (дата звернення: 21.10.2024).

2. Виговський Д.С. Тенденції та перспективирозвитку туризму: Україна та світ. *Причорноморські економічні студії*. 2024. Вип. 86.

С. 15-20. URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://bses.in.ua/journals/2024/86_2024/4.pdf (дата звернення: 24.10.24).

3. Офіційний веб-сайт соціального навігаційного застосунку WAZE. URL: <https://www.waze.com/> (дата звернення: 22.10.24).

4. Час кризи та виходу на нові ринки – звіт: офіційний веб-сайт туристичного оператора JoinUp. URL: <https://joinup.ua/uk/news/chas-krizi-ta-vihodu-na-novi-rinki-zvit-2022-roku/> (дата звернення: 23.10.24).

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ У МЕТАВСЕСВІТІ: НОВІ СТРАТЕГІЇ ТА ТРЕНДИ

Устік Т.В., д-р екон. наук, проф.

Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

Цифровий маркетинг забезпечує стратегічний підхід до просування товарів і послуг використовуючи цифрові технології та канали зв'язку. У сучасному світі, де Інтернет та мобільні пристрої стали невід'ємною частиною суспільного життя, цифровий маркетинг стає ключовим фактором успіху бізнесу [1].

Метавсесвіт – це не просто новий тренд, а цілий цифровий всесвіт, який об'єднує віртуальні простори, ігрові платформи, VR/AR технології, блокчейн і навіть штучний інтелект. Саме ця синергія створює величезні можливості для цифрового маркетингу, надаючи брендам та компаніям нові інструменти для залучення аудиторії, створення інноваційних маркетингових кампаній і взаємодії з клієнтами на абсолютно новому рівні.

Тренди цифрового маркетингу в метавсесвіті:

1. Інтерактивні заходи та події. У метавсесвіті вже сьогодні проходять концерти, виставки та модні покази, що залучають мільйони глядачів. Наприклад, віртуальні концерти відомих виконавців у Fortnite та Roblox, де бренди мають можливість рекламувати продукцію через інтеграцію в самі події або через цифрові товари.

2. Цифрові аватари та персоналізовані продукти. Замість звичних рекламних банерів бренди пропонують користувачам кастомізовані аватари та цифровий одяг.

3. NFT як частина стратегії лояльності NFT (незамінні токени) дозволяють брендам створювати унікальні продукти, які можна колекціонувати, обмінювати або навіть продавати.

4. Віртуальні магазини та шоуруми. У метавсесвіті користувачі можуть відвідувати віртуальні магазини, пробувати товари в режимі 3D