

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА
Геолого-географічний факультет
Кафедра економічної та соціальної географії і туризму

Кваліфікаційна робота
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

«Віртуальні екскурсії як сучасні форми організації туризму»
«Virtual tours as modern forms of tourism organization»

Виконав: здобувач
денної форми навчання
спеціальності 242 Туризм

Освітня програма «Туризм»

Галигін Олексій Сергійович

Керівник к.г.н., СОКОЛОВСЬКИЙ В. А.

Рецензент к.г.н., доц. СТОЯН О. О.

Рекомендовано до захисту:
протокол засідання кафедри
№ ____ від «__» ____ р.
Завідувач кафедри

(підпис) СИЧ ВІТАЛІЙ
(прізвище, ініціали)

Захищено на засіданні ЕК № _____
протокол № __ від «__» ____ р.
Оцінка _____/_____/_____
(за національною шкалою, за шкалою ECTS/ бал)
Голова ЕК

(підпис) КОЛОМІЄЦЬ КАТЕРИНА

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ЕКСКУРСІЙ ЯК СУЧАСНИХ ФОРМ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ	14
1.1. Віртуальний простір як нова форма соціальної та комунікативної реальності	15
1.1.1. Філософсько-теоретичне розуміння простору.....	15
1.1.2. Трансформація простору в добу цифрової комунікації	18
1.2. Еволюція понятійного апарату в дослідженні віртуальних екскурсій і цифрового туризму	21
1.3. Класифікація та особливості віртуальних екскурсій.....	29
РОЗДІЛ 2: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНИХ ЕКСКУРСІЙ У СВІТІ Й В УКРАЇНІ	38
2.1. Етапи становлення та розвитку віртуальних екскурсій у світі	38
2.2. Досвід впровадження віртуальних екскурсій у туристичній галузі України	47
РОЗДІЛ 3: КОНЦЕПТУАЛЬНО-ПРОЄКТНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ВІРТУАЛЬНОЇ ЕКСКУРСІЇ ІСТОРИЧНИМ ЦЕНТРОМ ОДЕСИ	58
3.1. Інноваційні технології у створенні віртуальних екскурсій та етапи їх підготовки.....	58
3.2. Концепція та розробка сценарної моделі віртуальної екскурсії історичним центром Одеси.....	62
3.3. Оцінювання ефективності створеної віртуальної екскурсії: результати дослідження, потенціал та перспективи розвитку	69
ВИСНОВКИ	80
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	86
ДОДАТКИ	94

ВСТУП

В умовах швидкої глобалізації, яка інтенсифікувалася ще в ХХ столітті, але основний її пік припав на ХХІ століття, відбулося прискорення абсолютно всіх економічних, соціальних, культурних і технічних процесів під які мають всі підлаштовуватися. Ще декілька століть назад не було такої швидкості поширення інформації, можливості для мобільності людей, розвитку технологій, які стали невід’ємною реальією на сьогоднішній момент. Якщо раніше зміни в будь-якій галузі людського життя – в економіці, в культурі, в соціальній сфері, розтягувалися на десятиліття, то зараз трансформації відбуваються надзвичайно швидко, що супроводжується постійним розвитком технологій і створенню загальнолюдських трендів, до яких суспільство змушено швидко адаптуватися. Недарма під час епідемії COVID-19 відбувається певне «сповільнення світу», коли більшість людей відчули на собі всі наслідки глобалізаційних процесів, які до цього приносили здебільшого користь, а після початку пандемії стали новим викликом для переважно всіх сфер життя. Туристична галузь, яка традиційно залежала від фізичної мобільності людей, зазнала ледве не найбільших втрат через закриття кордонів, скасування авіасполучень між країнами, карантинних обмежень. Під загрозою опинилися традиційні моделі подорожей, змусивши туристичну сферу адаптуватися під нові реалії. Проте туризм є однією з найбільш динамічних галузей світової економіки, яка безперервно розвивається, як під впливом різних глобальних факторів, так і через зміну у поведінці споживачів, а також внаслідок технологічного процесу.

Одним із визначальних напрямів такої адаптації стало активне впровадження цифрових (інформаційно-комунікаційних) технологій, які допомогли сфері туризму не тільки зберегти свою актуальність в умовах фізичного обмеження подорожей, а й вийти на якісно новий рівень. Хоча апелювання до категорії «якості» не говорить про те, що ці форми є кращими за ті, які існували до цього, вони просто є іншими – відмінними за

якістю, без будь-якої негативної конотації. Актуалізовані в «ковідну» епоху нові форми туристичного досвіду сприяли певній «демократизації» доступу до природних та культурних об'єктів. Відбувається стирання кордонів, яке загалом дуже характерно для глобалізованого світу, коли будь-яка людина навіть якщо не має можливості фізичної присутності в тій, чи іншій локації, може бути залучена до ознайомлення з нею не покидаючи рідної домівки.

Розвиток віртуальних екскурсій, інтерактивних турів, 3D-виставок різних музеїв, чи реконструкції історичних місць, мультимедійних платформ і онлайн контенту змогли перетворити подорожі в більш інклюзивні для різних соціальних груп, які раніше були обмежені в можливості подорожувати через економічні, фізичні, соціальні, чи навіть, безпекові фактори. Бо до цього будь-який віртуальний контент розглядався здебільшого як додатковий інструмент маркетингу, який міг допомогти туристам обрати місце бажаної майбутньої подорожі. Проте в нових умовах віртуальні екскурсії, як і будь-який віртуальний контент, перетворилися на повноцінний формат взаємодії людей, що подорожують з туристичним простором, що дозволяє без фізичної присутності отримати емоційний досвід і задовольнити пізнавальну потребу, яка характерна для будь-якого представника роду «homo». Через постійну і неперервну цифровізацію суспільства відбувається певний перехід від фізичного і соціального простору до віртуального. Варто зауважити, що він не змінює реальність, а є її складовою невід'ємною частиною за допомогою якого і розширюються референті рамки, згаданого вище, фізичного і соціального простору, в які цифровий (віртуальний) простір, безумовно, вписаний. Окрім цього, «цифровізація» туризму призвела до трансформації сприйняття самої дефініції такого поняття, як «подорож». Якщо раніше вона асоціювалася виключно з фізичними переміщеннями, під час яких і відбувалося «знайомство» туристів з DESTИНАЦІЯМИ, то в сучасному світі, за допомогою цифрових (інформаційно-комунікативних) технологій, «формується багатогранність й багатовекторність сприйняття, що акумулює багатовіковий культурний досвід, який є відтворюваним у віртуальному просторі» [33] у

вигляді, тих самих, віртуальних екскурсій. Відповідно, вони виступають додатковим механізмом трансляції (чи ретрансляції) реальності більш широким масам, що особливо актуально в умовах сучасних викликів, в тому числі й – повномасштабної війни, коли за допомогою таких механізмів відкриваються нові можливості для збереження національної пам'яті та культурної спадщини, а також, популяризації українських туристичних локацій навіть в умовах фізичної недоступності. Це, в свою чергу, не лише зберігає туристичний потенціал країни, а й підтримує міжнародний інтерес до української історії та культури.

Враховуючи все вище сказане, вплив цифрових (інформаційно-комунікаційних) технологій на сучасний туризм є доволі важливим, не з точки зору заміни традиційних подорожей, а у створенні нового виміру туризму, в якому географічні, політичні та економічні бар'єри поступово втрачають свою актуальність відходячи на другий план. Поява таких механізмів є ще одним доказом того, що туризм, як і будь-яка інша галузь, здатний до глибокої трансформації під впливом глобальних змін, залишаючись невід'ємною частиною життя сучасного суспільства.

Актуальність. В контексті окресленої проблематики віртуальні екскурсії виступають не лише інноваційним явищем у сфері туризму, а й феноменом, сутність якого є предметом наукової та практичної дискусії. Незважаючи на активну інтеграцію їх в туристичну практику, досі немає усталеного визначення цього поняття в науковому дискурсі. І це, з одного боку, є зрозумілим, бо феномен віртуальних екскурсій перебуває на перетині одразу кількох сфер наукового знання – туризмології, інформаційних технологій, культурології та соціології масової комунікації (звичайно, що ще додатково можна виділити історію, економіку, соціологію туризму, психологію). Саме така міждисциплінарність і зумовлює складність дослідження, актуалізованого вище, феномену. Попри активну появу такого продукту на ринку туристичних послуг і динамічне впровадження цифрових (інформаційно-комунікаційних) інновацій у туристичну сферу, наукові дослідження здебільшого зосереджені на

технічних аспектах створення віртуального контенту, або на маркетингових перевагах віртуальних турів. Як наслідок, поза увагою залишається комплексне розуміння віртуальних екскурсій як окремої форми організації туристичного досвіду. Проте, саме завдяки сучасному розвитку міждисциплінарних підходів стає можливим дослідження цієї тематики в науковому дискурсі.

Актуальність теми посилюється й тим, що віртуальні екскурсії, на сьогоднішній день, не мають усталеного наукового визначення та методологічної бази для їх комплексної систематизації. Це поняття використовується у різних форматах, починаючи від тривимірних моделей музейних експозицій і спеціально розроблених для них аудіо-гідів до інтерактивних онлайн-турів містами, проте бракує критеріїв, які б дозволили їх відрізнити від інших форм цифрового туризму, що в свою чергу, ускладнює процес оцінки їх впливу на туристичний бізнес, споживчу поведінку та соціокультурні інновації та зміни внесені у розвиток туризму. З іншого боку, віртуальні екскурсії виступають своєрідним маркером трансформацій у способах сприйняття простору, подорожі та соціо-культурного досвіду. Вони демонструють, як відбувається зміна самого поняття «подорож», від фізичного переміщення, до занурення у сконструйовану – цифрову реальність, де головним стає не географічна відстань, а якість візуально-емоційного занурення. Такий підхід вимагає логічного і поступового переосмислення традиційних уявлень про туризм як виключно просторову практику. Саме в цьому і полягає наукова новизна та дослідницький потенціал цієї теми, адже віртуальні екскурсії є не лише технологічним продуктом, а й соціокультурним явищем, що формує абсолютно нові типи соціальної взаємодії (між екскурсантами та гідом), а також, безпосередньо, між людиною, культурною спадщиною та інформаційним середовищем.

Окрім цього, актуальність теми також зумовлена форсованою глобалізацією та діджиталізацією, коли віртуальні екскурсії дедалі більше виконують функції не лише освітньо-культурного, але й соціального інструменту. Вони сприяють інклюзивності туризму, роблячи культурні

ресурсні надбання доступними для людей з обмеженими можливостями пересування, для віддалених аудиторій та для тих, хто шукає нові способи самореалізації у віртуальному просторі. Саме в цьому контексті, феномен віртуальних екскурсій постає не як тимчасова мода, а як прояв глибинних тенденцій розвитку сучасного туризму, що поєднує цифрові інновації з гуманістичними цінностями та потребою людини у пізнанні світу.

З огляду на вищесказане, актуальність даного дослідження полягає у спробі комплексного, наукового осмислення феномену віртуальних екскурсій як сучасної форми організації туристичного досвіду, що поєднує технологічні інновації, культурні практики та соціальні потреби суспільства. Аналізуючи віртуальні екскурсії в контексті цифровізації туризму, можна не лише визначити їх місце у сучасній туристичній системі, а й окреслити механізми їхнього впливу на зміну моделі сприйняття подорожей, культурної спадщини та комунікації між учасниками туристичного процесу. Саме така перспектива міждисциплінарного дискурсу застосованого в контексті даної тематики й зумовлює наукову та практичну значущість дослідження, роблячи його актуальним для подальших досліджень у сфері туризму, рекреації та соціокультурних студій.

Мета роботи – дослідити феномен віртуальних екскурсій як сучасної форми організації туристичної діяльності, виявити їх сутність, структуру та функціональні особливості в контексті цифровізації туризму. Визначити місце віртуальних екскурсій у системі сучасного туристичного продукту та розкрити їх потенціал у процесі формування нових форматів туристичного досвіду. Окрім цього, важливим завданням є систематизація наукових підходів до класифікації віртуальних екскурсій, аналіз їх переваг і обмежень у порівнянні з традиційними формами туризму, а також виявлення тенденцій розвитку даної сфери в призмі вітчизняних та світових студій.

В практичному аспекті мета даного дослідження передбачає розробку власної моделі (концепції) віртуальної екскурсії як прикладу інноваційної форми організації туристичного продукту, що може бути інтегрована у

діяльність сучасних туристичних підприємств.

Відповідно до визначеної мети було поставлено наступні **цілі та задачі** дослідження:

- проаналізувати сучасний стан наукової розробки проблеми віртуальних екскурсій в контексті туризмології, інформаційних технологій та суміжних дисциплін;
- окреслити понятійно-термінологічний апарат дослідження, уточнити зміст і обсяг базових категорій: «простір (соціальний і віртуальний)», «віртуальна екскурсія», «масова комунікація», «цифровий туризм» та інші;
- систематизувати існуючі підходи до класифікації віртуальних екскурсій та охарактеризувати їх основні типи, форми й функціональні особливості;
- розглянути етапи становлення та розвитку віртуальних екскурсій у світі й в Україні, визначити їх ключові тенденції та чинники зростання;
- проаналізувати світовий досвід впровадження віртуальних екскурсій та виявити можливості його адаптації до українських реалій;
- дослідити інноваційні технології, які використовуються задля створення віртуальних екскурсій та визначити їх вплив на трансформацію традиційних форм екскурсійної діяльності, а також з'ясувати роль цих технологій у формуванні нового типу туристичного досвіду й моделі взаємодії між туристом і культурним простором;
- розробити концепцію, сценарно-тематичну модель та технологічну карту власної віртуальної екскурсії історичним центром Одеси задля подальшої практичної реалізації цього проєкту, як прикладу сучасної форми організації туристичного продукту;
- оцінити ефективність створеної віртуальної екскурсії, визначити її потенціал у розвитку туристичного ринку та перспективи подальшого вдосконалення.

Об'єкт дослідження – віртуальні екскурсії як інноваційні форми організації туристичної діяльності в сучасних умовах цифровізації суспільства,

що поєднує технологічні, комунікаційні та культурно-пізнавальні аспекти взаємодії між туристом і простором.

Предмет дослідження – процес розробки, організації та впровадження віртуальних екскурсій у туристичну практику, а також їх адаптація до потреб сучасної аудиторії, трансформації змісту і форм подачі екскурсійного матеріалу під впливом інноваційних технологій і змін у структурі туристичного попиту.

Методи дослідження. У межах даного кваліфікаційного (магістерського) дослідження було застосовано цілий комплекс методів, які забезпечують об'єктивність, всебічність, системність і наукову достовірність отриманих в ході аналізу результатів, отриманих у процесі розгляду феномену віртуальних екскурсій як інноваційних форм туристичної діяльності. Методологічна основа дослідження поєднує загальнонаукові, спеціальні та міждисциплінарні підходи, за допомогою яких і є можливість розглянути предмет у технологічному, соціокультурному та практико-прикладному вимірах.

Серед загальнонаукових методів використано: 1. Аналіз і синтез – для систематизації наукових підходів до визначення сутності та структури віртуальних екскурсій, а також узагальнення теоретичних засад їх організації; 2. Індукцію (неповну й наукову) і дедукцію – для переходу від аналізу окремих кейсів і технологічних рішень до формулювання загальних висновків щодо тенденцій розвитку віртуального туризму; 3. Порівняння – з метою зіставлення (протиставлення) традиційних і віртуальних форм екскурсійної діяльності, визначення спільних і відмінних рис їх функціонування; 4. Абстрагування та конкретизація – для виявлення сутнісних характеристик поняття «віртуальна екскурсія» й подальшого їх конкретного застосування в туристичній практиці; 5. Узагальнення – для формування цілісного уявлення про тенденції впровадження цифрових технологій у сферу туризму.

Із спеціальних методів у дослідженні використано: 1. Порівняльно-історичний метод – для простеження етапів становлення віртуальних екскурсій у світі та в Україні; 2. Контент-аналітичний метод (кількісний і якісний) – задля аналізу інформаційного наповнення вебресурсів, мобільних застосунків і

віртуальних платформ, за допомогою яких і реалізується туристичний (екскурсійний) контент; 3. Метод «case-study» («case-study» порівняння, тобто аналіз конкретних ситуацій) – для дослідження окремих прикладів реалізації віртуальних екскурсій, їх структури, способів подачі інформації та взаємодії з користувачем; 4. Структурно-функціональний аналіз – для розгляду взаємозв'язку між технологічними, організаційними та комунікативними компонентами віртуальних екскурсій; 5. Моделювання – для розробки концептуальної схеми створення власного проєкту віртуальної екскурсії та визначення алгоритму її організації.

Саме таке поєднання методів дає змогу забезпечити комплексний характер дослідження, охопивши як теоретичний, так і практичний рівень аналізу, що в свою чергу, сприяє більш комплексному розумінню феномену віртуальних екскурсій у системі сучасної туристичної діяльності.

Апробація матеріалів кваліфікаційної роботи. Результати проведеного кваліфікаційного (магістерського) дослідження були апробовані під час 81-ї звітної студентської наукової конференції Одеського національного університету імені І. І. Мечникова, присвяченої 160-й річниці університету (Одеса, квітень 2025 р.), у підсекції «Сфера обслуговування. Туризм», де автором було представлено доповідь на тему: «Віртуальні екскурсії як сучасні форми організації туризму» [32, с. 45]. У межах виступу були висвітлені ключові положення, теоретичні підходи та попередні результати дослідження, що отримали позитивну оцінку учасників конференції. Окрім цього, результати дослідження були оприлюднені на Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Актуальні проблеми та перспективи розвитку туризму» (за результатами роботи конференції була видана збірка статей), де автор спільно з науковим керівником, представив доповідь «Віртуальні екскурсії як інноваційний інструмент трансформації туристичної галузі» [35, с. 36-40]. Опубліковані матеріали відображають основні положення та висновки кваліфікаційної (магістерської) роботи, що засвідчує її наукову новизну, практичну значущість і відповідність сучасним тенденціям розвитку

туризму в умовах цифрової трансформації. Апробація результатів дослідження підтвердила обґрунтованість обраної тематики та доцільність подальшої розробки напрямів упровадження віртуальних екскурсій у практику туристичної діяльності.

Ступінь вивчення проблеми. Проблема розвитку віртуальних екскурсій та їх інтеграції у сучасний туристичний простір залишається недостатньо дослідженою. На сьогодні можна виокремити низку наукових публікацій, що стосуються окремих аспектів використання віртуальних технологій у туризмі та освітньому середовищі, однак більшість із них не охоплює комплексно питання створення, впровадження та оцінювання ефективності віртуальних екскурсій, зокрема в контексті історичного центру Одеси. Значна частина наявних робіт фокусується переважно на теоретичних можливостях цифрових рішень або на загальних тенденціях розвитку віртуального туризму, залишаючи поза увагою практичні аспекти їх застосування в умовах реального міського середовища. Серед дослідників, які зробили суттєвий внесок у вивчення цієї проблематики, варто зазначити Коваленко О., який аналізує можливості використання віртуальних екскурсій як інноваційної форми організації навчального процесу [41]; Марусей Т., яка розглядає віртуальну екскурсію як перспективний напрям розвитку сучасного туризму [46]; Сущенко О. та Кравченко В., котрі обґрунтовують становлення віртуального туризму в контексті інформатизації діяльності туристичних підприємств [56]; Ткач Д. і Поколотну М., які досліджують сучасні підходи до створення та організації віртуальних екскурсій [57, с. 278-279]. Попри наявність цих праць, можна констатувати, що дослідження, присвячені саме практичному проєктуванню віртуальної екскурсії історичним центром Одеси, її адаптації до потреб різних груп користувачів та оцінюванню її ефективності, фактично відсутні. Тому дане дослідження заповнює існуючу прогалину, поєднуючи теоретичні напрацювання попередників з емпіричними даними, отриманими у процесі якісного соціологічного дослідження та безпосереднього створення концепту авторської віртуальної екскурсії.

Теоретичну та емпіричну базу роботи складають різноманітні наукові джерела та практичні матеріали, що стосуються розвитку віртуального туризму, організації віртуальних екскурсій і трансформації туристичного досвіду під впливом цифрових технологій. Значну увагу приділено працям українських дослідників, серед яких Коваленко О. [41], Марусей Т. [46], Сущенко О., Кравченко В. [56], Ткач Д., Покоłodна М. [57, с. 278-279], Манзюк В., Заборовський В., Копча І. [45, с. 17-23], Бойко В. [25, с. 16], які розглядають теоретичні засади, переваги, недоліки та організаційні підходи до створення віртуальних туристичних продуктів. Водночас у магістерському дослідженні використано і напрацювання зарубіжних науковців, зокрема Cassimatis D. [3], який аналізує історію розвитку віртуальних турів, та Vinnakota S., Mohan M. D., Voda J. [18, с. 8-49], які досліджують еволюцію віртуального туризму, технічні засади його функціонування та перспективні напрями подальшої інтеграції в глобальну туристичну індустрію. Теоретичну основу дослідження також сформували роботи з питань фізичного та віртуального простору, концепції просторових взаємодій і цифрової репрезентації культурної спадщини, що дозволило глибше осмислити специфіку поєднання матеріального середовища історичного центру Одеси з його цифровою реконструкцією. Окреме місце займає аналіз нормативно-правових актів, що регулюють туристичну діяльність, охорону культурної спадщини, цифрову трансформацію та використання віртуальних технологій у сфері культури й туризму. Емпірична база дослідження включає результати власної якісної соціологічної розвідки, проведеної методом експертних інтерв'ю з екскурсоводами, фахівцями туристичної сфери, що дозволило оцінити практичні можливості, обмеження та перспективи розвитку віртуальної екскурсії історичним центром Одеси. Додатково було здійснено аналіз створеної авторської віртуальної екскурсії, її технічних характеристик, змістового наповнення та потенціалу інтеграції в туристичний продукт міста. Саме, теоретична та емпірична база роботи забезпечує комплексність дослідження, поєднуючи концептуальні підходи, аналіз нормативних документів та практичні дані, отримані у процесі розробки

та апробації віртуальної екскурсії.

Структура роботи. Кваліфікаційне (магістерське) дослідження складається зі вступу, основної частини (викладу матеріалу), яка в свою чергу складається з 3 розділів: перший з яких присвячений теоретичним засадам дослідження віртуальних екскурсій як сучасних форм організації туризму. Перший розділ складається із трьох підрозділів: в першому підрозділі мова йде про віртуальний простір як нову форму соціальної та комунікативної реальності, а в другому – про еволюцію понятійного апарату в дослідженні віртуальних екскурсій і цифрового туризму, в третьому підрозділі першого розділу розкривається класифікація та особливості віртуальних екскурсій. Другий (аналітичний) розділ стає логічним продовженням першого розділу і він присвячений: сучасному стану та особливостям розвитку віртуальних екскурсій у світі й в Україні. Цей розділ складається із двох підрозділів. Перший підрозділ присвячений етапам становлення та розвитку віртуальних екскурсій у світі, а другий – досвіду впровадження віртуальних екскурсій у туристичній галузі України. Третій розділ є основним в кваліфікаційній роботі, бо в ньому розкривається основне проблемне питання, а саме: концептуально-проектні засади створення віртуальної екскурсії історичним центром Одеси. Цей розділ, в свою чергу, складається із трьох підрозділів. В першому підрозділі третього розділу розкриваються інноваційні технології у створенні віртуальних екскурсій та етапи їх підготовки. В другому підрозділі третього розділу основна досліджувана проблема – це концепція та розробка сценарної моделі віртуальної екскурсії історичним центром Одеси. Третій підрозділ третього розділу присвячений оцінюванню ефективності створеної віртуальної екскурсії, а також аналізу результатів дослідження, виявленню потенціалу та вичленовуванню основних перспективи її розвитку. Після викладу матеріалу в основній частині дослідження, формулюється висновок роботи і складається список джерел і літератури.

Обсяг кваліфікаційного (магістерського) дослідження становить 84 сторінки, 58 позицій списку джерел та літератури, додатків – 18.

ВИСНОВКИ

У висновку даного кваліфікаційного (магістерського) дослідження, необхідно зазначити, що проведена наукова розвідка дозволила комплексно осмислити трансформаційні процеси, які відбуваються у сфері туризму під впливом цифровізації та глобалізації, а також з'ясувати їх вплив на формування сучасних форматів подорожей. XXI століття стало періодом безпрецедентного прискорення соціальних, культурних, технічних і комунікаційних змін, які докорінно вплинули на способи мобільності та взаємодії людей з навколишнім світом. Глобальні виклики останніх років: пандемія COVID-19 та повномасштабна війна в Україні, лише підсилили тенденцію до переосмислення традиційного туристичного досвіду, висунувши на передній план необхідність нових форм доступу до культурних й історичних об'єктів. У процесі дослідження було встановлено, що цифрові (інформаційно-комунікаційні) технології вже не виконують роль допоміжного інструменту маркетингу, а перетворилися на повноцінний механізм формування туристичного досвіду. На сьогоднішній момент, віртуальні екскурсії, інтерактивні тури, 3D-реконструкції та мультимедійні платформи забезпечують новий рівень доступності, інклюзивності та збереження культурної спадщини. Вони, в жодному разі, не заперечують традиційні подорожі, а створюють альтернативний вимір пізнання, який долає географічні, економічні та безпекові бар'єри. Особливо суттєвим виявився їх потенціал у підтримці культурної пам'яті, популяризації національної спадщини та формування стійкого інтересу до українських дестинацій у періоди, коли фізичні подорожі є обмеженими. Віртуальні екскурсії поступово стають частиною сучасної туристичної реальності й активно трансформують такі поняття як «подорож» та «туристичний досвід». Бо саме вони інтегрують історичний і культурний контент у цифрове середовище, розширюючи межі традиційного (фізичного) простору та дозволяють відтворювати культурний досвід у нових форматах.

Кваліфікаційне (магістерське) дослідження складається із трьох розділів.

В першому з яких було розглянуто цілу низку питань пов'язаних з теоретичним обґрунтуванням феномену віртуальних екскурсій та їх місця у структурі сучасного цифрового туризму. Було визначено, що сучасні трансформації простору, спричинені розвитком цифрових технологій та масової комунікації, формують нові форми соціальної взаємодії, у межах яких віртуальні екскурсії постають як специфічний тип цифрово-опосередкованого культурного досвіду. Першочергове питання даного розділу було пов'язане з окресленням теоретико-філософських засад поняття віртуального простору, адже саме він виступає середовищем існування і функціонування віртуальних екскурсій. Однак, в контексті ж даного дослідження, де головна увага спрямована на туристичні практики, розгляд цього аспекту носив допоміжний характер і був необхідним лише для формування концептуальної рамки подальшого аналізу. У межах подальшого викладу особливий акцент було зроблено на еволюції понятійного апарату та дослідженні того, як у науковій літературі формується сучасне розуміння віртуальних екскурсій. Враховуючи специфіку теми дослідження, основним елементом аналізу стало уточнення дефініцій та визначення ключових ознак цього виду туристичного продукту. В цьому контексті доцільним є формулювання узагальненого авторського трактування віртуальної екскурсії, під якою в даному дослідженні пропонується розуміти: «реально існуючу екскурсію, яка має фактичне відображення в фізичному просторі, однак транспонована за допомогою сучасних цифрових (інформаційно-комунікаційних) технологій у віртуальний простір з повним збереженням всіх характерних для класичної екскурсії структурних елементів (маршрут, логіка подачі, змістове наповнення, комунікативна складова, інструктивна база)». Саме таке розуміння дозволяє чітко визначити межі феномену та відмежувати віртуальну екскурсію від суміжних форм цифрового контенту (відеороликів, рекламних презентацій, інформаційних турів тощо). Значну увагу в межах розділу було приділено питанням класифікації та особливостей віртуальних екскурсій. Аналіз існуючих підходів показав, що більшість із них і досі спираються на традиційні екскурсознавчі моделі або орієнтуються переважно

на технічні параметри створення цифрового продукту. Утім, з огляду на стрімкий розвиток цифрових середовищ, подібні підходи виявляються недостатніми. В цьому контексті була запропонована комплексна класифікаційна модель, що ґрунтується на поєднанні змістових, технологічних та досвідних характеристик, дозволяє точніше відобразити сучасні тенденції розвитку віртуальних екскурсій та визначити їх потенціал у туристичній діяльності. Такий підхід повністю корелюється з темою даного дослідження, бо забезпечує можливість розглядати віртуальні екскурсії не як технічний продукт, а як повноцінний інструмент туристичного досвіду, який має власну структуру, закономірності формування та специфіку впровадження. Узагальнюючи викладене, можна стверджувати, що теоретичні засади, розглянуті в першому розділі, створюють необхідну концептуальну основу для подальшого аналізу практичних аспектів функціонування віртуальних екскурсій. Вони дозволяють не лише системно окреслити природу та внутрішню логіку цього явища, але й визначити ті параметри, які надалі будуть ключовими у вивченні міжнародного та національного досвіду їх впровадження. Саме тому логічним продовженням дослідження є глибокий аналіз світових та українських практик використання віртуальних екскурсій, їх впливу на розвиток туризму та механізмів інтеграції у сучасну індустрію туристичних послуг.

Другий розділ дослідження виступає логічним доповненням першого (теоретичного) розділу. Проведене в цьому розділі аналітичне дослідження дало змогу комплексно простежити формування та сучасну специфіку розвитку віртуальних екскурсій, що дозволяє зрозуміти їхню роль у трансформації світової та української туристичної галузі. У першому підрозділі другого розділу було продемонстровано, що віртуальні екскурсії мають значно глибше історичне коріння, ніж може здаватися на перший погляд. Їх становлення відбувалося поступово, від ранніх зразків панорамної візуалізації та перших спроб створення ефекту присутності, до появи складних мультимедійних систем і технологій, здатних створювати якісно нові форми подання інформації.

Еволюція технічних засобів, починаючи з експериментів ХІХ століття та перших оптичних установок, уже тоді заклала основу для логіки розвитку віртуальних подорожей. У подальшому її продовжили технології комп'ютерної графіки, цифрової фотографії, 3D-моделювання та інтерактивних панорам, що дозволило сформувати цілісне середовище для створення нових типів екскурсійних продуктів. У рамках аналізу сучасних тенденцій було доведено, що віртуальні екскурсії вже давно перестали бути суто допоміжним інструментом подачі інформації. У світовій практиці вони перетворилися на окрему, повноправну форму туристичного досвіду, яка здатна самостійно задовольняти потреби різних категорій аудиторії. Особливе значення мало те, що ключові імпульси для поширення таких форматів виникли у кризові періоди: глобальні потрясіння, зокрема пандемія COVID-19, змусили інституції шукати альтернативні способи взаємодії з відвідувачами. Саме тоді віртуальні екскурсії отримали широке розповсюдження, а їх використання перейшло від епізодичного до системного. Сучасний стан розвитку технологій, включно з інтерактивними 360°-турами, VR/AR-інструментами, можливістю відтворювати цифрові копії об'єктів, лише закріпив цю тенденцію, перетворивши цифрові формати на невід'ємну частину світового туристичного продукту. В свою чергу, другий підрозділ другого розділу дозволив простежити, яким чином світові механізми та технологічні ритми відобразилися у вітчизняних практиках. Було виявлено, що розвиток віртуальних екскурсій в Україні тісно пов'язаний не лише з глобальними трендами цифровізації, а й з внутрішніми історичними та суспільними процесами. Українські установи почали активно впроваджувати віртуальні екскурсії в той самий період, коли це стало необхідністю у світовій культурній сфері, однак подальша динаміка отримала власну специфіку. Після початку повномасштабної війни у 2022 році віртуальні формати на території України набули додаткового значення, бо вони стали інструментом збереження доступу до культурної та історичної спадщини, засобом віддаленого представлення туристичних об'єктів, можливістю підтримувати інституційну безперервність у ситуації, коли багато локацій

фізично недоступні або зазнали руйнувань. Через це технологічні рішення у сфері віртуальних екскурсій в Україні стали виконувати не лише інформаційну, а й захисну, репрезентаційну та навіть символічну функцію. Узагальнюючи результати здійсненого аналізу, можна стверджувати, що віртуальні екскурсії сформувалися як явище, яке має власну історичну логіку розвитку та вже посідає важливе місце у сучасній туристичній екосистемі. Дослідження довело, що це не випадковий технологічний продукт, а закономірний результат тривалої еволюції візуальних практик, цифрових рішень і нових комунікаційних моделей. Водночас український досвід демонструє, що віртуальні екскурсії можуть набувати різного змісту залежно від соціально-політичних умов: від стандартного інструменту туристичної пропозиції, до важливого механізму збереження культурного доступу у періоди кризи. Фактично, у межах другого розділу було досягнуто основної мети: простежено ретроспективні витоки та логіку становлення віртуальних екскурсій, а також розкрито сучасні тенденції їх розвитку у світі й в Україні. Отримані результати забезпечують підґрунтя для подальшого аналізу інструментальних можливостей віртуальних екскурсій, оцінки їхнього впливу на туристичну галузь та визначення перспектив їх упровадження у вітчизняну практику.

Третій (практичний) розділ висвітлює ключові аспекти дослідження, спираючись на теоретичну базу і аналітичні висновки перших двох розділів. В останньому, третьому розділі було узагальнено концептуально-проектні підходи, які лежать в основі створення власної віртуальної екскурсії історичним центром Одеси. Огляд інноваційних технологій VR, AR, 3D-моделювання та панорамної зйомки довів, що цифрове середовище формує новий тип екскурсійного досвіду, в якому інтерактивність, візуалізація й багатовимірність інформації стають ключовими методичними параметрами. Також було визначено основні етапи підготовки віртуальної екскурсії, починаючи від формування джерельної бази та сценарної структури, завершуючи технологічним проектуванням й тестуванням продукту. Запропонована концепція та сценарна модель віртуальної екскурсії забезпечують можливість

комплексного представлення історичного центру Одеси як багат шарового простору, де поєднуються хронологічні, персональні та архітектурні наративи. Важливу роль відіграє залучення різноманітних джерел (історичних, музейних, архівних та цифрових), які забезпечують коректність, достовірність і візуальну обґрунтованість майбутньої екскурсії. Проведене якісне соціологічне дослідження з елементами кількісної валідизації отриманих даних дозволяє стверджувати, що розроблена концепція віртуальної екскурсії історичним центром Одеси є ефективною, а також має значний потенціал у розвитку туристичного ринку та перспективи подальшої практичної реалізації.

Із всього вище зазначеного, можна зробити висновок, що віртуальні екскурсії є не лише результатом технологічного прогресу, а й ефективним механізмом збереження, популяризації та доступного представлення культурної спадщини, який здатен суттєво посилити туристичний потенціал України та забезпечити подальший розвиток галузі в умовах глобальних і внутрішніх викликів.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Bourdieu P. Social Space and Symbolic Power // Sociological Theory. vol. 7. no. 1. 1989. pp. 14-25 [електронна версія] URL: <https://www.jstor.org/stable/202060> (дата звернення: 18.03.2025)
2. Britannica The Editors of Encyclopaedia. Pierre Bourdieu // Encyclopedia Britannica. 1 May 2024 [електронна версія] URL: <https://www.britannica.com/biography/Pierre-Bourdieu> (дата звернення: 25.01.2025)
3. Cassimatis D. The History of Virtual Tours: An Evolutionary Journey. 2025. [електронна версія] URL: <https://simply360.com.au/blog/the-history-of-virtual-tours-an-evolutionary-journey/> (дата звернення: 28.11.2025)
4. Castells M. The Information Age: Economy, Society, and Culture [електронна версія] URL: https://deterritorialinvestigations.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/03/manuel_castells_the_rise_of_the_network_societybookfi-org.pdf (дата звернення: 10.09.2025)
5. Heertum R. Blurring the Lines: The Visual Turn in History. Los Angeles: ASUCLA Academic Publishing Services, 2004 с. 6 [електронна версія] URL: https://www.academia.edu/49286500/Blurring_the_Lines_The_Visual_Turn_in_History (дата звернення: 14.02.2025)
6. Heidegger M. Sein und Zeit. Frankfurt am Main. Limburger Vereinsdruckerei Gmb.1977. p. 29
7. Hosch W. Augmented reality // Encyclopedia Britannica. 2025. [електронна версія] URL: <https://www.britannica.com/technology/augmented-reality> (дата звернення: 27.11.2025)
8. Hunter W. Virtual reality // Encyclopedia of tourism. 2016.1006-1007 p. [електронна версія] URL: https://link.springer.com/rwe/10.1007/978-3-319-01384-8_212 (дата звернення: 27.11.2025)
9. Janiak A. Kant's Views on Space and Time [електронна версія] URL:

- <https://plato.stanford.edu/archives/sum2022/entries/kant-spacetime/> (дата звернення: 15.06.2025)
10. Lévy P. *Becoming virtual: reality in the Digital Age*. New York: Plenum Trade. 1998. 216 p. [електронна версія] URL: <https://archive.org/details/becomingvirtualr00lvrich/page/10/mode/2up> (дата звернення: 10.09.2025)
 11. Martinengo A. Pictorial Turn / Iconic Turn // *International Lexicon of Aesthetics*. Autumn 2018 [електронна версія] URL: <https://lexicon.mimesisjournals.com/archive/2018/autumn/PictorialTurn.pdf>, (дата звернення: 14.02.2025)
 12. Mitzman A. Max Weber // *Encyclopedia Britannica*. 17 April 2024. [електронна версія] URL: <https://www.britannica.com/biography/Max-Weber-German-sociologist>. (дата звернення: 13.10.2025)
 13. Newton I. *Philosophiæ naturalis principia mathematica*. London. 1687. 510 p. [електронна версія] URL: <https://cudl.lib.cam.ac.uk/view/PR-ADV-B-00039-00001/1006> (дата звернення: 04.05.2025)
 14. OECD *Tourism Trends and Policies 2020* / OECD Publishing. Paris. 2020 [електронна версія] URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2020/03/oecd-tourism-trends-and-policies-2020_7cfc4549/6b47b985-en.pdf (дата звернення: 07.04.2025)
 15. Statista. *Revenue in the AR & VR market worldwide from 2017 to 2029* [електронна версія] URL: <https://www.statista.com/forecasts/1337393/ar-vr-b2c-market-revenue-worldwide> (дата звернення: 23.11.2025)
 16. Statista. *Virtual reality (VR) - statistics & facts* [електронна версія] URL: <https://www.statista.com/topics/2532/virtual-reality-vr/#topicOverview> (дата звернення: 23.11.2025)
 17. *The Fascinating History Of Virtual Tours: How It All Started* // Medium. [електронна версія] URL: <https://medium.com/@elta360/the-fascinating-history-of-virtual-tours-how-it-all-started-1d6643e0887e> (дата звернення:

- 28.11.2025)
18. Vinnakota S., D Mohan M., Boda J. Venturing into Virtuality: Exploring the Evolution, Technological Underpinnings, and Forward Pathways of Virtual Tourism // *International Journal of Multidisciplinary and Current*. 2023. Vol. 5, no. 6. 8–49 p. 9. [електронна версія] URL: https://www.researchgate.net/publication/376235011_Venturing_into_Virtuality_Exploring_the_Evolution_Technological_Underpinnings_and_Forward_Pathways_of_Virtual_Tourism#:~:text=III.,places%20to%20visit. (дата звернення: 28.11.2025)
 19. Volle A. Mass communication // *Encyclopedia Britannica*. 27 Jul. 2025 [електронна версія] URL: <https://www.britannica.com/topic/mass-communication>. (дата звернення: 18.09.2025)
 20. Weber M. *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology* / Edited by Guenther Roth and Ckuz Wittich. Berkeley: University of California Press. 1978. 1469 p. [електронна версія] URL: <https://archive.org/details/MaxWeberEconomyAndSociety/page/n1321/mode/2up> (дата звернення: 13.10.2025)
 21. Westfall R. S. *Never at Rest: A Biography of Isaac Newton*. Cambridge: Cambridge University Press, 1980. [електронна версія] URL: <https://archive.org/details/neveratrestbiogr0000west> (дата звернення: 28.04.2025)
 22. Аврамич Є. Екскурсія // *Енциклопедія Сучасної України* [Електронний ресурс] / редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України. 2009. [електронна версія] URL: <https://esu.com.ua/article-18815>. (дата звернення: 18.10.2025)
 23. Атлас Д. *Стара Одеса, її друзі і недруги*. Одеса. 1992. 207 с.
 24. Бодріяр Ж. *Симулякри і симуляція* / Пер. з франц. Ховхун В. Київ: Основи. 2004. 230 с. [електронна версія] URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Jean_Baudrillard/Symuliakry_i_symuliatsiia.pdf

- (дата звернення: 10.09.2025)
- 25.Бойко В. Віртуальний туризм: перспективи та розвиток в Україні. 16 с. 4 [електронна версія] URL: <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/483/13056/27259-1?inline=1> (дата звернення: 28.11.2025)
- 26.Бриндак О. Одеса – моє місто рідне. Одеса. 2014. 375 с.
- 27.Величко В. Організація рекреаційних послуг [електронна версія] URL: https://tourlib.net/books_ukr/velychko9-3.htm (дата звернення: 13.11.2025)
- 28.Віртуальна екскурсія Лувром. Le Louvre // Online tours – Enjoy the Louvre at home! [електронна версія] URL: <https://www.louvre.fr/en/online-tours#virtual-tours> (дата звернення: 28.04.2025)
- 29.Віртуальна екскурсія музеєм Метрополітен // The Metropolitan Museum of Art, New York City, USA [електронна версія] URL: <https://artsandculture.google.com/partner/the-metropolitan-museum-of-art?hl=ru> (дата звернення: 04.07.2025)
- 30.Волинець В. Віртуальна реальність у соціокультурному просторі сучасності // Культура України. Випуск 52. Розділ 1. Теорія та історія культури. 2016. 120-128 с.
- 31.Галасюк С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навч. посіб. / С. Галасюк, С. Нездоймінов. Київ: «Центр учбової літератури». 2013. 178 с. 50
- 32.Галигін О. Віртуальні екскурсії як сучасні форми організації туризму. 81-а звітна студентська наукова конференція Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Одеса. Україна. 22–24 квіт. 2024 / Одеський національний університет імені І. І. Мечникова. Одеса: ОНУ імені І. І. Мечникова, 2025. с. 45.
- 33.Галигін О. Жанна д'Арк: до проблеми формування іконографічного типу «національної героїні». Одіссос: актуальні проблеми всесвітньої історії : матеріали VIII Міжнар. Наук. Конф. Студентів, аспірантів та молодих вчених «Одеські читання: актуальні проблеми всесвітньої історії». Одеса,

- 2024.С. 55-74.
- 34.Галигін О. Причини невіри українців у невідворотність повномасштабної війни в лютому 2022 року: ремінісценція події // Соціально-політичні студії. Науковий альманах. Праці молодих науковців. 2023. Вип. 7. Одеса. 2023. 6-12 с. 6 [електронна версія] URL: <https://dspace.onu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/91433324-1e40-4bc2-a4da-dc52e876bc36/content> (дата звернення: 02.09.2024)
- 35.Галигін О., Ніколаєва О. Віртуальні екскурсії як інноваційний інструмент трансформації туристичної галузі // Актуальні проблеми та перспективи розвитку туризму: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю. Хмельницький. 2025. 36-40 с.
- 36.Герлігі П. Одеса: Історія міста 1794 - 1914. Київ. 1999. 383 с.
- 37.Державне агентство розвитку туризму України. Офіційний сайт [електронна версія] URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 29.11.2025)
- 38.Єнін М. Масова комунікація // Велика українська енциклопедія. [електронна версія] URL: [https://vue.gov.ua/Масова комунікація](https://vue.gov.ua/Масова_комунікація) (дата звернення: 18.09.2025)
- 39.Каменська Т. Соціологічні методи (кількісні та якісні) у політологічній освіті // Навчальний посібник для студентів факультету міжнародних відносин, політології та соціології спеціальностей 052 «Політологія» і 291 Міжнародні відносини, соціальні комунікації та регіональні студії. Одеса: ОНУ. 2024. 147 с.10
- 40.Кант І. Критика чистого розуму / Пер. з нім. та приміт. Бурковського І. Київ: Юніверс. 2000. 504 с. [електронна версія] URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Kant_Immanuel/Krytyka_chystoho_rozumu.pdf (дата звернення: 15.06.2025)
- 41.Коваленко О. Використання віртуальних екскурсій як сучасних форм організації навчального процесу. [електронна версія] URL: http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2019/9/part_1/22.pdf (дата

- звернення: 18.11.2025)
42. Кулик К., Омельченко Г. Перспективи та розвиток віртуального туризму в Україні та світі. Харків. 2024. 79 с. 44-45
43. Левківська О., Гедін М. Віртуальні екскурсії як сучасні форми організації туризму. Київ. 2023. [електронна версія] URL: <https://surl.li/tzgijn> (дата звернення: 23.11.2025)
44. Лисюк Т., Терещук О., Білецький Ю. Віртуальні екскурсії – інноваційний напрям у туристичній діяльності Волині / Економіка та суспільство. 2023. [електронна версія] URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2664/2580> (дата звернення: 23.11.2025)
45. Манзюк В., Заборовський В., Копча І. Переваги та недоліки віртуального туризму / Науковий вісник Ужгородського Національного Університету // Серія ПРАВО. Випуск 85: частина 2. Ужгород. 2024. 17-23 с. 19 [електронна версія] URL: <https://visnyk-juris-uzhnu.com/wp-content/uploads/2024/11/4-1.pdf> (дата звернення: 23.11.2025)
46. Марусей Т. Віртуальна екскурсія як напрямок розвитку сучасного туризму / Економіка та суспільство. 2021. [електронна версія] URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/402/389> (дата звернення: 18.11.2025)
47. Погорілий О. І. Вебер Макс // Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс] / Редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2005. [електронна версія] URL: <https://esu.com.ua/article-32595> (дата звернення: 13.10.2025)
48. Про внесення змін до Правил проведення туристських подорожей з учнівською та студентською молоддю України : Наказ МОН України від 24.03.2006 № 237 : станом на 14 листоп. 2014 р. [електронна версія] URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0660-06#Text> (дата звернення: 22.10.2025)

49. Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності : Наказ Держ. ком. України з питань регулятор. політики та підприємництва від 17.01.2001 № 7/62 : станом на 9 жовт. 2007 р. [електронна версія] URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0103-01#Text> (дата звернення: 22.10.2025)
50. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року / Розпорядж. Каб. Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. [електронна версія] URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-r#Text> (дата звернення: 29.11.2025)
51. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР : станом на 15 листоп. 2024 р. [електронна версія] URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-vr#Text> (дата звернення: 22.10.2025).
52. Савченко В. Одеса масонська (Нерозгаданий міф міста Сонця). Одеса. 2007. 134 с.
53. Сенюра О. Чинники трансформації соціального простору міста в соціологічному дискурсі // Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах «Грані» № 8 (124). Дніпропетровськ. 2015. 81-89 с. 82 [електронна версія] URL: <http://surl.li/ubshb> (дата звернення: 25.01.2025)
54. Скальковський А. Перше тридцятиліття історії міста Одеси 1793-1823. Одеса. 1837. 296 с.
55. Станко В. Історія Одеси. Одеса. 2002. 560с.
56. Сущенко О., Кравченко В. Становлення віртуального туризму як напрямку розвитку інформатизації діяльності туристичного підприємства. [електронна версія] URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kgm_tech_2018_140_6 (дата звернення: 03.11.2025)
57. Ткач Д., Покоłodна М. Сучасна організація віртуальних екскурсій /

Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики». Харків. 2024. 342 с. С.278-279. [електронна версія] URL: https://tourlib.net/statti_ukr/tkach8.htm (дата звернення: 23.11.2025)

58.Феофан Прокопович. Філософські твори. Том II. Натурфілософія. Частина I. Книжка III [електронна версія] URL: <http://litorys.org.ua/procop/proc207.htm> (дата звернення: 18.09.2025)