

УДК 796.5:008-021.131

DOI 10.32461/2226-3209.1.2025.327937

Цитування:

Опейда А. Р. Віртуальна подорож як сучасний різновид культурного туризму. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2025. № 1. С. 134–139.

Опейда Артур Русланович,
аспірант Волинського національного
університету імені Лесі Українки
<https://orcid.org/0000-0002-8950-0129>
arturopeida@gmail.com

Opeida A. (2025). Virtual Travel as a Modern Form of Cultural Tourism. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 1, 134–139 [in Ukrainian].

ВІРТУАЛЬНА ПОДОРОЖ ЯК СУЧАСНИЙ РІЗНОВИД КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ

Мета роботи – дослідити віртуальну подорож як сучасну можливість культурного туризму, визначити її особливості, виявити переваги та недоліки, а також показати перспективи розвитку. **Методологія дослідження** полягає у застосуванні низки підходів: аналітичного для осмислення літератури за темою статті; міждисциплінарного для всебічного вивчення проблеми віртуальності та її впливу на сучасну людину; системно-синергетичного для прояснення еволюційного характеру подорожування; культурологічного, історичного, діалектичного, компаративістського та ін. **Наукова новизна** полягає в показі віртуальності як реальності, яка, через феномен подорожі у просторі культури, сприяє екзистенційно-комунікативному оновленню сучасної особистості. **Висновки.** У публікації доводиться твердження: віртуальна подорож є інноваційно-інформаційним видом мандрування, що активно впроваджується в сфері культурного туризму; віртуальне подорожування сприяє здійсненню особистісної потреби у пізнанні світу, інших людей та самого себе, спонукаючи до екзистенційно-особистісного оновлення. Убезпечуючи подорожуючого від цілого ряду небезпек сучасного світу, віртуальна подорож, водночас, забезпечує пам'ятки культури від зношування й руйнування. Віртуальний туризм має низку вагомих переваг: доступність для широкого загалу, мінімізація витрат на подорожі, відсутність екологічного впливу, освітня цінність та ін. Серед недоліків: відсутність фізичних вражень та емоційної складової, обмежена соціальна взаємодія, залежність від технологій та ін. Розробка та впровадження віртуальних екскурсій та 3D-турів сприяє збереженню та відновленню історико-культурної спадщини.

Ключові слова: віртуальна реальність, віртуальна подорож, віртуальний тур, інноваційно-інформаційні технології, 3D-панорама, культурний туризм, людина подорожуюча (homo viator).

Opeida Artur, Postgraduate Student in Cultural Studies, Lesya Ukrainka Volyn National University

Virtual Travel as a Modern Form of Cultural Tourism

The purpose of the article is to explore virtual travel as a modern opportunity for cultural tourism, to determine its features, identify its advantages and disadvantages, and to show development. **The research methodology** involves the application of several approaches: analytical, to review the literature on the topic of the article; interdisciplinary, to comprehensively study of the issue of virtuality and its impact on modern individuals; system-synergetic, to clarify the evolving nature of travel; cultural, historical, dialectical, comparative, and others. **The scientific novelty** lies in the presentation of virtuality as a reality that contributes to the existential-communicative renewal of the modern personality through the phenomenon of travel in cultural space. **Conclusions.** The publication demonstrates that virtual travel constitutes an innovative and informative mode of travel which is being progressively introduced within the domain of cultural tourism. Virtual travel has been shown to facilitate the fulfilment of an individual's desire to explore the world, to learn about other cultures, and to engage in self-discovery, thereby leading to existential and personal renewal. Furthermore, virtual travel protects travellers from many of the dangers that are prevalent in the modern world, thus safeguarding cultural heritage sites from the effects of wear and destruction. The accessibility of virtual tourism to a wide audience, the minimisation of travel costs, the absence of environmental impact, and the educational value are all significant advantages. The disadvantages of virtual tours and 3D tours include a lack of physical sensations and emotional experiences, limited social interaction and dependence on technology. However, the development and implementation of virtual tours and 3D tours contribute to the preservation and restoration of historical and cultural heritage.

Keywords: virtual reality, virtual travel, virtual tour, innovative information technologies, 3D panorama, cultural tourism, traveling man (homo viator).

Актуальність теми дослідження. Сучасний глобально-різноманітний світ вимагає сучасної людини, котра, знаходячись у пошуках власної ідентичності, з необхідністю продовжує пізнавати різні культури та освоювати здобутки сучасної цивілізації. Такому процесу екзистенційно-особистісного оновлення сприяє подорожування у всій повноті його видів, зокрема й віртуальне. Останнє набуває нині неабиякої популярності та відкриває нові можливості для культурного туризму. Ці можливості зумовлені бурхливим розвитком інноваційно-інформаційних технологій та викликані до життя цілим рядом небезпек сучасного світу. Серед них – спочатку пандемія COVID-19, тепер – російська агресія, яка знищує все на своєму шляху. Остання змушує нас, рятуючи перш за все власне життя, по-можливості рятувати надбаня культури, чому маємо безліч прикладів як на рівні держави, так і на рівні окремих громадян. Більше того, зруйновані рашистами пам'ятки культури, котрі були в свій час оцифровані, залишилися у вигляді 3D-панорам, віртуальних екскурсій та віртуальних турів, що в майбутньому сприятиме їх відновленню.

Отже, дослідження особливостей такого різновиду інноваційно-інформаційного туризму як віртуальна подорож, зокрема у сфері культури, на нашу думку, заслуговує неабиякої уваги, не кажучи вже про саму розробку та створення віртуальних екскурсій та 3D-турів.

Власне, починаючи з 2013 року, нам вдалося ініціювати та частково реалізувати ряд віртуальних проєктів на рівні університету, міста і навіть області. У 2014 році було зареєстроване авторське право на твір «Луцьк віртуальний». Після цього, з'явилася низка публікацій, серед них: «Проблеми та перспективи впровадження проєкту “Віртуальний університет”» (2016), «Проблеми та перспективи впровадження сучасних інноваційно-інформаційних технологій в туризмі (на прикладі проєкту “Віртуальний Луцьк”»» (2016), «Розробка та впровадження інноваційно-інформаційних технологій в туристичній діяльності та навчальному процесі (на прикладі проєкту “Віртуальна Волинь”»» (2017).

Аналіз досліджень і публікацій. Варто зазначити, що питаннями впровадження й ефективного використання інноваційно-інформаційних технологій в туризмі займалися такі вчені, як: Л. Божко [1], В. Бойко [2], О. Гаврилюк [3], В. Заборовський [8], Є. Козловський [6], І. Копча [8], З. Кузик [7],

В. Манзюк [8], С. Мельниченко [9], В. Пазенок [11], М. Скопень [12] та ін.

Так, у монографії С. Мельниченко висвітлено теоретико-методологічні основи та практичний інструментарій застосування інформаційних технологій у туристичному бізнесі [9, 5]. У праці М. Скопеня зосереджено увагу на створенні ефективних сайтів та серверів туристичної фірми в Інтернеті, а також на нинішньому стані та перспективі їх використання в туризмі [12, 87]. Є. Козловський виділяє особливості використання технології доповненої реальності у сфері туризму, зокрема занурення в культуру та історію [6]. В. Манзюк, В. Заборовський та І. Копча класифікують вебсервіси за типами використовуваних технологій [8]. О. Гаврилюк акцентує на імерсивних технологіях в туристичному бізнесі [3]. В. Бойко досліджує можливості для розвитку туризму та популяризації української культурної спадщини на глобальному рівні [2].

Здебільшого при дослідженні інноваційно-інформаційних технологій в туристичній галузі акцентується увага саме на Інтернет-технологіях, зокрема на віртуальних 3D-екскурсіях, 3D-турах.

У процесі створення віртуальних турів накопичений чималий зарубіжний (S. Aamir, N. Atsan [13], I. Rehan [14], G. Richards [15], M. Sigala [16], G. Thomas [17], Williams [18]) та вітчизняний досвід, а віртуальний туризм є одним із визначальних факторів при формуванні туристичної привабливості території, зокрема позитивного іміджу міста, області та країни загалом. Означені питання вивчали: А. Глебова [4], А. Горохів [5] та ін. Так, аналізуючи інноваційні технології в туризмі, А. Глебова наголошує на їх важливості для України з позиції вирішення нагальних проблем у туристичній галузі: підвищення рівня сервісу, удосконалення матеріально-технічної бази, збереження пам'яток культури [4]. А. Горохів розглядає питання формування іміджу та брендингової стратегії туристської дестинації через призму маркетингового підходу [5]. Ми також зверталися до подібних питань в публікації «Віртуальний тур як засіб формування позитивного іміджу міста (на прикладі проєкту “Віртуальний Луцьк”»» [10].

В. Пазенок наголошує на тому, що одним із основних чинників багатьох подорожей є не стільки збирання знань, скільки знайомство з іншими людьми та їх культурами. Вчений виявляє відмінності між «справжнім» мандрівником та «людиною-пройдисвітом», котра безцільно блукає світом у пошуках

«кращої долі», ліпшого місця [11]. Адже справжній турист завжди повертається додому.

І хоча учасник віртуального туру є пасивним глядачем, у віртуальності є цілий ряд переваг, на які звертає особливу увагу Божко Л. Д. [1].

Мета дослідження полягає в з'ясуванні особливостей віртуальної подорожі, виявленні її переваг та недоліків, визначенні перспектив розвитку, а також впливу на становлення сучасної особистості.

Виклад основного матеріалу варто розпочати із визначення ключових понять дослідження. Такими є «віртуальна реальність», «віртуальна подорож», «віртуальний тур», «культурний туризм» і т. д.

У контексті нашого дослідження, віртуальну реальність слід розглядати як символічну реальність, яку створюють за допомогою новітніх комп'ютерних технологій.

Віртуальна подорож – це використання віртуальної реальності для створення імерсивного враження [3, 124], унікального, захоплюючого та надійного середовища, яке повністю поглиблює користувача в переживання та сприйняття мандрівки, яка може бути додатково посилена за допомогою сенсорних додатків або гарнітури віртуальної реальності.

Віртуальний тур – це електронна подорож, яка відтворює сценарій реальної подорожі для користувача, дозволяючи йому відчувати атмосферу місць та подій без фізичного перебування там.

Культурний туризм – це різновид туризму, що передбачає подорожі з метою ознайомлення з культурною спадщиною, традиціями, мистецтвом та способом життя різних народів. Він включає відвідування історичних пам'яток, музеїв, археологічних об'єктів, фестивалів, виставок та інших заходів, пов'язаних із культурною діяльністю.

Культурний туризм завжди орієнтований на взаємодію з матеріальною та нематеріальною культурною спадщиною. Він є одним із ключових чинників розвитку креативних індустрій і міжнародного співробітництва в галузі культури.

Культурний туризм поділяють на два основні види: глибокий культурний туризм, що передбачає активне занурення у культурні аспекти, та поверхневий культурний туризм, який обмежується поверхневим знайомством із культурними об'єктами.

Розвиток віртуального туризму дозволяє поєднувати обидва види. Завдяки інтерактивним технологіям туристи можуть

отримати глибший досвід, досліджуючи культурні об'єкти в режимі реального часу або занурюючись у відтворені історичні періоди за допомогою віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR).

Отже, віртуальний туризм – це форма культурного туризму, що реалізується за допомогою цифрових технологій, таких як VR, AR та 3D-моделювання. Вони дозволяють користувачам відвідувати історичні пам'ятки, музеї, архітектурні об'єкти та природні локації без фізичної присутності. Важливим аспектом віртуального туризму є його інтерактивність: користувачі можуть взаємодіяти з об'єктами, слухати коментарі гідів та навіть створювати персоналізовані маршрути.

VR-технології, що використовуються у віртуальному туризмі, включають стереоскопічне зображення, систему відстеження рухів та інтерактивний контент. Вони забезпечують ефект присутності та занурення, що дозволяє користувачам отримати майже реалістичний досвід подорожі. AR-технології, у свою чергу, дозволяють доповнювати реальний світ цифровими об'єктами, що особливо корисно для гідів і навчальних програм.

Важливою перевагою віртуального туризму є можливість реконструкції історичних місць, які зазнали руйнування. Наприклад, за допомогою VR-технологій відвідувачі можуть оглянути зруйновані архітектурні пам'ятки у їхньому первісному вигляді. Це сприяє збереженню культурної спадщини та робить її доступною для широкої аудиторії.

Варто зазначити, що віртуальний туризм бере свій початок у кінці ХХ століття разом із розвитком мультимедійних технологій та інтернету. Перші цифрові екскурсії з'явилися у вигляді інтерактивних панорам та онлайн-турів. Наприклад, у 1994 році була створена одна з перших інтерактивних віртуальних екскурсій – Virtual Tour of Egypt.

З розвитком інтернету у 2000-х роках з'явилися 3D-моделі історичних пам'яток та можливість інтегрувати мультимедійний контент у веб-простір. Зокрема, такі сервіси, як Google Street View, започатковані у 2007 році, дозволили користувачам досліджувати різні локації у віртуальному форматі.

З 2010-х років розвиток VR та AR технологій значно розширив можливості віртуального туризму. Вже у 2016 році Google Arts & Culture запустила масштабний проєкт цифрових музеїв, що дозволяє переглядати експонати світових музеїв у форматі 360° [19].

У 2020-х роках через пандемію COVID-19 інтерес до віртуального туризму суттєво зріс. Багато музеїв та туристичних компаній почали впроваджувати віртуальні тури як альтернативу фізичним подорожам [16, 317]. Наприклад, Британський музей та Лувр запропонували інтерактивні екскурсії з використанням 3D-моделювання та VR-технологій. Так, віртуальний тур Лувром дозволяє отримувати повноцінну інформацію про всі цікаві предмети, а також пильно й ретельно розглянути будь-яку картину.

У США створили віртуальний музей Білого Дому. Творці надали користувачам можливість ознайомитися з внутрішньою обстановкою будівлі – пристанища американських президентів, побачити фотографії інтер'єрів, опис усіх приміщень, 3D-зображення овального кабінету.

У Китаї створено віртуальну модель імператорського палацу Заборонене місто, розміщеного в центрі Пекіна. Подібні віртуальні проєкти заснували в Японії, Гонконгу, Мексиці, Данії, Англії, Кіпрі, Індії та багатьох інших країнах. Світова тенденція не обійшла стороною й Україну. Створено віртуальні тури Карпатами, містами (Київ, Львів, Луцьк, Миколаїв та ін.).

У межах проєкту «Віртуальний Луцьк» ми також створювали 3D-панорами музеями, вулицями, парками та іншими туристичними об'єктами міста, щоб згодом об'єднати їх у віртуальний тур. Отже, з'явилися віртуальні екскурсії замком Любарта, Музеєм дзвонів, Музеєм книги, Музеєм Лесі Українки, Музеєм Волинської ікони і т. д. Отож, про особливості створення (необхідну техніку), а також про переваги та недоліки віртуального туризму, віртуальної подорожі ми дізнавалися не тільки теоретично, а й практично.

Оскільки 3D-панорама дає змогу розглянути навколишній простір, наблизити або віддалити об'єкт, який нас цікавить, роздивитися його під потрібним кутом, відчуття реальності перебування, наприклад, у географічних місцях, то з'являється *ефект присутності (1)*. Це одна із багатьох переваг віртуального туризму.

Віртуальна подорож також дозволяє відвідати важкодоступні місця та побачити втрачені культурні пам'ятки. Наприклад, завдяки технологіям 3D-моделювання можна досліджувати античні міста або рідкісні археологічні знахідки, недоступні для масового туризму. Так відбувається *«реалізація неможливого» (2)*. Це друга перевага віртуального подорожування.

Третя – *інформативність (3)*, як можливість отримати вичерпну додаткову інформацію про будь-яке місце, територію, об'єкт культурної спадщини.

Наступною перевагою віртуальної подорожі є *універсальність та простота (4)*. Адже віртуальний тур можна розмістити на веб-сторінці зацікавленого користувача, зберігати на диску або іншому електронному носії.

Економія (5) часу та коштів, якщо немає можливості здійснити реальну подорож. Віртуальна мандрівка дозволяє отримати туристичний досвід за допомогою інтернет-з'єднання.

Збереження навколишнього середовища (6). Завдяки віртуальним турам зберігається чистота й неушкодженість древніх пам'яток історії, археології та довкілля. Всі ці вище перераховані переваги віртуального туризму ми знаходимо у праці «Віртуальний тур як засіб документування об'єктів культурної спадщини» [7, 83] та дещо інтерпретуємо.

До означеного списку переваг віртуального подорожування, на нашу думку, слід додати ті, які є надзвичайно актуальними у наш час.

Доступність для широкого загалу (7). Віртуальні подорожі дозволяють людям з обмеженими можливостями відвідувати визначні місця, музеї та природні пам'ятки, які можуть бути недоступними через бар'єрне середовище [14].

Безпека під час подорожей (8). Віртуальні тури дозволяють уникнути ризиків, пов'язаних із фізичними подорожами, таких як хвороби, погані погодні умови або соціально-політична нестабільність у певних регіонах.

Освітня цінність (9). Віртуальні подорожі активно використовуються в навчальному процесі. Завдяки інтерактивним турам здобувачі освіти можуть досліджувати історичні події, архітектуру та культурну спадщину без необхідності фізичної присутності.

Персоналізація досвіду (10). Застосовуючи штучний інтелект, користувачі зможуть отримати рекомендації відповідно до своїх інтересів, що дозволить створювати індивідуальні маршрути та занурюватися у контекст обраного культурного середовища.

Завдяки вище описаним перевагам віртуальний туризм стає дедалі популярнішим і відкриває нові можливості для дослідження світу.

Варто зазначити, що незважаючи на численні переваги, віртуальний туризм має певні обмеження та недоліки, але їх менше.

Людський мозок все одно підсвідомо розуміє, що подорож не є реальною. Емоції, які людина отримує від реальних маршрутів, неможливо отримати від віртуальних. Краще відкладається в пам'яті не лише те, що ми бачимо, а й те, що відчуваємо [7, 83]. Така *відсутність фізичних вражень та емоційної складової (1)* є одним із головних недоліків віртуальних подорожей. Останні не можуть замінити реальні відчуття – запахи, текстури, температуру та взаємодію з місцевим середовищем, що є важливим аспектом традиційного туризму.

Відомо, що для якісного занурення у віртуальний світ потрібне сучасне обладнання – VR-гарнітури, потужні комп'ютери або мобільні пристрої, що може бути фінансово недоступним для багатьох користувачів. Отже, *залежність від технологій (2)* є ще одним значущим недоліком віртуального туризму.

Обмежена соціальна взаємодія (3). Віртуальні тури рідко передбачають активне спілкування між туристами або інтеракцію з місцевим населенням, що є важливим культурним аспектом традиційного туризму.

Можливі проблеми із здоров'ям (4). Використання VR-технологій протягом тривалого часу може викликати втоми очей, запаморочення та навіть кібернетичну хворобу у деяких користувачів.

Нестача автентичного досвіду (5). Віртуальний туризм часто не передає атмосферу місця в повному обсязі, що може спричинити певне розчарування у користувачів.

І хоча віртуальний туризм не може повністю замінити традиційні подорожі через низку технічних та соціальних обмежень, все-таки він є надзвичайно перспективною сферою. Основні напрями його подальшого розвитку досліджує багато сучасних вчених, зокрема задіяних у вивченні штучного інтелекту, покращенні VR та AR-технологій, блокчейн-технологій, а також тих, хто відкриває нові можливості метавсесвіту (Metaverse) для соціальних взаємодій та культурного туризму.

Оскільки віртуальна подорож є важливою складовою сучасного культурного туризму, що відкриває нові можливості для пізнання світу, то розвиток цифрових технологій сприятиме подальшому вдосконаленню віртуальних турів, роблячи їх ще більш реалістичними та доступними для широкого кола користувачів.

Без сумніву, вдосконалюючи віртуальну реальність, сучасна людина вдосконалює саму себе. Невпинно рухаючись по шляху до власної ідентичності, порівнюючи різні культури, вона віднаходить власне місце в культурі, водночас користуючись засобами сучасної цивілізації. Такий культурно-цивілізаційний поступ, осередком якого є сучасна людина, зокрема людина подорожуюча (*homo viator*), неабияк сприяє становленню сучасної особистості.

Наукова новизна нашого дослідження полягає в показі віртуальності як реальності, котра, через феномен подорожі у просторі культури, сприяє екзистенційно-комунікативному оновленню сучасної особистості. Такий підхід є досить-таки продуктивним і, на нашу думку, вимагає подальшого розгляду та ретельнішого дослідження.

Висновки: 1) віртуальна подорож є інноваційно-інформаційним видом мандрування, що нині активно впроваджується у сфері культурного туризму; 2) віртуальне подорожування сприяє здійсненню особистісної потреби у пізнанні світу, інших людей та самого себе; 3) віртуальне подорожування спонукає сучасну людину до екзистенційно-комунікативного та екзистенційно-особистісного оновлення; 4) забезпечуючи подорожуючого від цілого ряду небезпек сучасного світу, віртуальна подорож, водночас, забезпечує пам'ятки культури від зношування та руйнування; 5) віртуальний туризм має низку вагомих переваг: доступність для широкого загалу, мінімізація витрат на подорожі, відсутність екологічного впливу, освітня цінність та ін.; 6) серед недоліків віртуального туризму: відсутність фізичних вражень та емоційної складової, обмежена соціальна взаємодія та ін.; 7) розробка та впровадження віртуальних екскурсій та 3D-турів сприятиме збереженню та відновленню історико-культурної спадщини.

Література

1. Божко Л. Д. Віртуальний туризм. *Культура України*. 2015. Вип. 49. С. 151–160.
2. Бойко В., Далевська Н. Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу. *Управління змінами та інновації*. 2022. № 3. С. 5–10.
3. Гаврилюк О. В. Диджиталізація та імерсивні технології в туристичному бізнесі. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації* : матер. X Міжнар. науково-практичної конференції (Київ, 06–07 квітня 2023 р.). Київ : КНУКІМ, 2023. С. 123–126.
4. Глебова А. О. Інноваційні технології у туристичній галузі. *Економіка. Управління. Інновації*. 2012. № 2 (8). С. 141–150.

5. Горохів А. Ф. Методичні положення щодо формування бренду туристичної дестинації. *Проблеми сучасної економіки*. 2007. № 3 (19). С. 15–25.

6. Козловський Є. В. Особливості використання технології доповненої реальності у сфері туризму. *The CultuROLOGY IDEAS*. 2017. № 12. С. 185–190.

7. Кузик З. Віртуальний тур як засіб документування об'єктів культурної спадщини. *Сучасні досягнення геодезичної науки та виробництва*. 2015. Вип. 2. С. 82–86.

8. Манзюк В. В., Заборовський В. В., Копча І. І. Технології віртуальної реальності у сфері туризму. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2024. Т. 1. № 82. С. 388–394.

9. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 493 с.

10. Опейда Л. М., Опейда А. Р. Віртуальний тур як засіб формування позитивного іміджу міста (на прикладі проекту «Віртуальний Луцьк»). *Соціологічні студії*. 2016. № 2 (9). С. 25–30.

11. Пазенок В. С. Філософія туризму. Київ : Кондор, 2004. 268 с.

12. Скопень М. М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі. Київ : Кондор, 2005. 301 с.

13. Aamir S., Atsan N., & Khan M. S. Going Digital with Multisided-Platforms: Assessing the Innovation Adoption Process from the Perspectives of Travel Agents. *Tourism and Hospitality Research*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1177/14673584231186535> (дата звернення: січень 2025).

14. Rehan Iftikhar, Mohammad Saud Khan & Khamsavay Pasanchay. Virtual reality tourism and technology acceptance: a disability perspective, *Leisure Studies*, 2023. Pp. 849–865. DOI: <https://doi.org/10.1080/02614367.2022.2153903> (дата звернення: лютий 2025).

15. Richards G. Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2018. № 36. Pp. 12–21. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005> (дата звернення: лютий 2025).

16. Sigala M. Tourism and COVID-19: Impact and Implications for Advancing and Resetting Industry and Research. *Journal of Business Research*. 2020. № 117. Pp. 312–321. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015> (дата звернення: лютий 2025).

17. Thomas G. Challenges and Trends of Digital Innovation in the Tourism Sector: Contemporary Literature Review. *Open Journal of Business and Management*. 2024. № 12. Pp. 179–190. DOI: 10.4236/ojbm.2024.121013 (дата звернення: січень 2025).

18. Williams & Hobson. Digital Tourism and Its Future. *Journal of Travel and Tourism*, 2021. № 15 (2). Pp. 87–102.

19. Google Arts & Culture. URL: <https://artsandculture.google.com/?hl=uk> (дата звернення: січень 2025).

References

1. Bozhko, L. D. (2015). Virtual Tourism. Culture of Ukraine, 49, 151–160 [in Ukrainian].

2. Boiko, V., Dalevska, N. (2022). Development of Tourism after Armed Conflicts in Different Countries of the World. Change Management and Innovation, 3, 5–10 [in Ukrainian].

3. Havryliuk, O. V. (2023). Digitalisation and Immersive Technologies in the Tourism Business.

Proceedings of the X International Scientific and Practical Conference 'Hospitality, Service, Tourism: Experience, Problems, Innovations' (Kyiv, 6-7 April 2023), 123–126 [in Ukrainian].

4. Hliebova, A. O. (2012). Innovative Technologies in the Tourism Industry. Economics. Management. Innovations, 2 (8), 141–150 [in Ukrainian].

5. Horokhiv, A. F. (2007). Methodical Provisions for the Formation of a Tourist Destination Brand. Problems of Modern Economy, 3 (19), 15–25 [in Ukrainian].

6. Kozlovskiy, Ye. V. (2017) Features of the Use of Augmented Reality Technology in Tourism. The CultuROLOGY IDEAS, 12, 185–190 [in Ukrainian].

7. Kuzyk, Z. (2015) Virtual Tour as a Means of Documenting Cultural Heritage Sites. Modern Achievements of Geodetic Science and Production, 2, 82–86 [in Ukrainian].

8. Manziuk, V. V., Zaborovskyi, V. V., Kopcha, I. I. (2024). Virtual Reality Technologies in the Field of Tourism. Scientific Bulletin of Uzhhorod National University, 82, (1), 388–394 [in Ukrainian].

9. Melnychenko, S. V. (2008). Information Technologies in Tourism: Theory, Methodology, Practice. Kyiv [in Ukrainian].

10. Opeida, L. M., Opeida, A. R. (2016). Virtual Tour as a Means of Forming a Positive Image of the City (on the Example of the Virtual Lutsk Project). Sociological Studies, 2 (9), 25–30 [in Ukrainian].

11. Pazenok, V. S. (2004). Philosophy of Tourism. Kyiv [in Ukrainian].

12. Skopen, M. M. (2005). Computer Information Technologies in Tourism. Kyiv [in Ukrainian].

13. Aamir, S., Atsan, N., & Khan, M. S. (2023). Going Digital with Multisided-Platforms: Assessing the Innovation Adoption Process from the Perspectives of Travel Agents. Tourism and Hospitality Research. Retrieved from: <https://doi.org/10.1177/14673584231186535> [in English].

14. Rehan Iftikhar, Mohammad Saud Khan, & Khamsavay Pasanchay (2023). Virtual Reality Tourism and Technology Acceptance: A Disability Perspective. Leisure Studies, 42 (6), 849–865. Retrieved from: <https://doi.org/10.1080/02614367.2022.2153903> [in English].

15. Richards, G. (2018). Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends. Journal of Hospitality and Tourism Management, 36, 12–21. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005> [in English].

16. Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impact and Implications for Advancing and Resetting Industry and Research. Journal of Business Research, 117, 312–321. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015> [in English].

17. Thomas, G. (2024). Challenges and Trends of Digital Innovation in the Tourism Sector: Contemporary Literature Review. Open Journal of Business and Management, 12, 179–190. DOI: 10.4236/ojbm.2024.121013 [in English].

18. Williams & Hobson. (2021). Digital Tourism and Its Future. Journal of Travel and Tourism, 15 (2), 87–102 [in English].

19. Google Arts & Culture. (n.d.). Retrieved from: <https://artsandculture.google.com/?hl=uk> [in English].

Стаття надійшла до редакції 08.01.2025

Отримано після доопрацювання 10.02.2025

Прийнято до друку 18.02.2025