

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В РОБОТІ ТУРИСТИЧНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ

Інноваційні підходи в роботі туристичних інформаційних центрів (ТІЦ) сьогодні спрямовані на покращення досвіду туристів, підвищення ефективності роботи центрів та залучення нових відвідувачів через цифрові технології, інтерактивність та партнерства. Розглянемо основні ключові інноваційні підходи, які вже застосовуються у світі та можуть бути ефективно впроваджені в Україні.

У сучасному туристичному світі цифровізація послуг є ключовим чинником ефективної роботи туристичних інформаційних центрів (ТІЦ) [1]. Вона дозволяє швидко адаптуватися до змін у поведінці туристів, підвищувати якість обслуговування та знижувати витрати на утримання центрів. Цифрові інструменти стають не просто доповненням, а основою сучасної туристичної інфраструктури.

Цифровізація – це впровадження сучасних ІТ-рішень у роботу ТІЦ для автоматизації, оптимізації та покращення туристичного обслуговування:

- інтерактивні сенсорні кіоски (інфотермінали) у містах або всередині ТІЦ: турист може самостійно отримати інформацію 24/7;
- мобільні додатки з інтерактивними картами, гідами, AR-функціями;
- чат-боти в месенджерах або на сайтах ТІЦ (приклад: чат-боти у Вайбері/Телеграмі з інформацією про події, маршрути, житло тощо).

У ХХІ столітті штучний інтелект (AI) стрімко проникає в усі сфери життя, включаючи туризм. Штучний інтелект у ТІЦ – це впровадження автоматизованих рішень, які здатні аналізувати великі обсяги даних, взаємодіяти з користувачем у режимі реального часу, приймати рішення або давати поради на основі навчання, забезпечувати персоналізований туристичний досвід.

Для туристичних інформаційних центрів (ТІЦ), які відіграють ключову роль у взаємодії з мандрівниками, AI відкриває нові можливості – від персоналізованого обслуговування до аналітики туристичних потоків. Інтеграція штучного інтелекту в роботу ТІЦ – це крок до створення «розумного туризму», який поєднує зручність, ефективність і технологічність:

- рекомендаційні системи, які пропонують індивідуальні маршрути чи атракції на основі вподобань туриста;
- AI-аналітика для відстеження потоків туристів, оцінки популярності локацій, управління ресурсами.

Сучасний турист у першу чергу шукає інформацію в інтернеті, а не в паперових буклетах. У таких умовах туристичні інформаційні центри (ТІЦ) повинні не лише існувати офлайн, а й бути повноцінною частиною цифрового середовища. Інтеграція з онлайн-платформами – це один із ключових шляхів модернізації роботи ТІЦ, підвищення їхньої ефективності та привабливості для сучасного туриста [2].

Інтеграція – це включення ТІЦ у цифрові екосистеми, де турист вже шукає, бронює й планує туристичні сервіси (транспорт, готелі, квитки), маршрути, події, визначні місця, враження та відгуки:

- співпраця з Google Maps, TripAdvisor, Booking, Airbnb – наприклад, додавання актуальної інформації про події, екскурсії, музеї;
- синхронізація інформації між офлайн-ТІЦ і онлайн-каналами.

У сучасному туризмі особливу роль відіграють інноваційні технології, які допомагають створити унікальний досвід для туриста [3]. Одними з найперспективніших таких технологій є доповнена (AR) та віртуальна реальність (VR). Їх використання в діяльності туристичних інформаційних центрів дозволяє не тільки надавати інформацію, а й емоційно залучати туриста, робити його подорож більш насиченою, пізнавальною та цікавою. Отже, доповнена реальність – технологія, яка накладає цифрові елементи (текст, 3D-об'єкти, анімацію) на реальний світ через камеру смартфона чи спеціальні окуляри. Віртуальна реальність – це повністю занурене цифрове середовище,

яке створюється за допомогою спеціальних окулярів (VR-шоломів), і в якому користувач може «подорожувати» віртуальними просторами:

- AR-гіди – туристи можуть за допомогою телефону побачити віртуальні реконструкції історичних об'єктів або 3D-анімацію;
- VR-тури у приміщеннях ТІЦ – віртуальні екскурсії для ознайомлення з місцевими локаціями (наприклад, перед походом у гори або до музею).

У сучасних умовах туристи очікують не лише інформації, а й вражень. Тому роль туристичних інформаційних центрів (ТІЦ) змінюється – вони стають не просто пунктами видачі буклетів, а інноваційними просторами, де відвідувачі можуть взаємодіяти з контентом [4]. Одним із ефективних способів модернізації ТІЦ є створення інтерактивних зон, які забезпечують новий рівень залучення, комфорту та емоційного контакту з туристом. Інтерактивна зона ТІЦ – це спеціально облаштований простір, де туристи можуть взаємодіяти з інформаційними технологіями (сенсорні екрани, VR/AR, мультимедійні панелі), пізнавати об'єкти, маршрути чи культуру через віртуальні тури, відео, ігри та отримати персоналізований досвід від перебування в центрі:

- зони з відеоекранами, 3D-макетами, сенсорними панелями;
- фотозони, брендovanі зони для соцмереж (Instagram-friendly);
- демонстрація локальних продуктів або ремесел (туризм через гастрономію та крафт).

Сучасний турист очікує отримати інформацію та послуги в будь-який час, у зручний для себе спосіб – особисто, телефоном, через сайт, месенджер або соціальні мережі. У відповідь на ці очікування туристичні інформаційні центри все частіше впроваджують omni-channel підхід [5]. Його суть – єдність усіх каналів комунікації з туристом, щоб забезпечити безшовний, зручний, персоналізований сервіс. Omni-channel (багатоканальний) підхід – це стратегія, яка забезпечує узгоджене спілкування з клієнтом через різні канали, єдину базу даних про взаємодію туриста з ТІЦ, цілісний досвід – незалежно від того, де і як турист отримує інформацію:

- забезпечення єдиної платформи для всіх каналів спілкування з туристами:

сайт, додаток, соцмережі, електронна пошта, офлайн-консультація — усе інтегровано;

– збереження історії звернень та персоналізація послуг.

Таким чином, інновації в роботі туристичних інформаційних центрів – це не тільки технології, а й нові формати взаємодії з туристами, адаптація до цифрового середовища, гнучкість і партнерство. Україна має потенціал для впровадження багатьох таких підходів – особливо в туристично привабливих регіонах.

Список використаних джерел:

1. Лисюк Т. В., Костів Б. Т. Інноваційні підходи до цифровізації екскурсійної діяльності в умовах трансформації туристичного простору. *Економіка та суспільство*. 2025. Випуск №74. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-34> (дата звернення: 13.10.2025).

2. Шелеметьєва Т. В., Трохимець О. І. Роль туристичних інформаційних центрів в формуванні позитивного іміджу та популяризації туристичних дестинацій. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2024. №1. С. 33–40.

3. Примак Т. Ю., Шелухіна Д. О. Роль, функція та інновації туристично-інформаційних центрів в міжнародному просторі. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. № 1 (11). С. 57–61.

4. Шелеметьєва Т. В., Мамотенко Д. Ю. Регіональна політика сталого розвитку туризму : Навчальний посібник, Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. 274: с іл.

5. Холявка В. З., Горак О. І. Омніканальний маркетинг у туристичній індустрії. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2025. №1(15). С. 98–101.