

Коротун Сергій Ігорович
кандидат географічних наук, доцент
Калько Андрій Дмитрович
доктор географічних наук, професор
Скорина Тарас Миколайович
кандидат економічних наук
Зубик Ярослав Ярославович

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне, Україна, e-mail: korotun66@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-3377-5780
Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне, Україна, e-mail: edissey@meta.ua, ORCID ID: 0000-0003-4526-5929
Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне, Україна, ORCID ID: 0000-0002-2179-9814
Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне, Україна, ORCID ID: 0000-0002-8318-5009

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИБОРУ ТА РЕЗЕРВУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Мета дослідження полягає у комплексному обґрунтуванні ролі та особливостей використання інформаційних систем бронювання готелів у процесі організації туристичних подорожей в умовах цифрової трансформації туристичного ринку. У статті акцентовано увагу на значенні цифрових платформ і систем бронювання як ключових інструментів інтеграції учасників туристичного ринку, підвищення ефективності управління туристичними потоками, оптимізації бізнес-процесів та формування конкурентоспроможних туристичних продуктів у глобалізованому середовищі.

Об'єктом дослідження є процес організації туристичних подорожей у сучасних умовах розвитку індустрії туризму та гостинності, що характеризується зростанням ролі цифрових сервісів і платформ.

Предметом дослідження виступають інформаційні системи бронювання готельних послуг, їх функціональні можливості, організаційно-економічні особливості використання та вплив на діяльність туристичних підприємств різних форм власності й масштабів діяльності.

Методика дослідження ґрунтується на застосуванні загальнонаукових і спеціальних методів пізнання, зокрема аналізу та синтезу, системного й структурно-функціонального підходів, порівняльного аналізу, а також узагальнення результатів сучасних наукових публікацій українських і зарубіжних авторів. У процесі дослідження використано аналітичні матеріали міжнародних організацій, галузеві звіти, статистичні дані та результати емпіричних досліджень, що дозволило забезпечити комплексний і міждисциплінарний характер аналізу.

Результати дослідження свідчать, що використання інформаційних систем бронювання готелів забезпечує автоматизацію процесів резервування, підвищення прозорості туристичного ринку, оптимізацію управління номерним фондом і розвиток персоналізованих туристичних пропозицій. У роботі систематизовано основні типи систем бронювання (глобальні дистрибутивні системи, системи онлайн-турагентств та системи прямого бронювання) і визначено їх функціональну роль у формуванні туристичного продукту та управлінні взаємодією з клієнтами. Доведено, що інтеграція систем бронювання з CRM-платформами, аналітичними інструментами та технологіями штучного інтелекту сприяє підвищенню економічної ефективності туристичних підприємств, зниженню операційних витрат і зростанню якості обслуговування туристів.

Наукова новизна полягає у систематизації підходів до використання інформаційних систем бронювання готелів саме в контексті організації туристичних подорожей, а також у визначенні їх місця в сучасній цифровій інфраструктурі туризму як елементу, що поєднує виробників і споживачів туристичних послуг.

Практична значимість результатів дослідження полягає у можливості їх використання туристичними підприємствами, готельними комплексами та органами управління туризмом для вдосконалення процесів організації туристичних подорожей, підвищення якості туристичних послуг і конкурентоспроможності національного туристичного продукту.

Ключові слова: туризм, туристичні подорожі, готельні послуги, інформаційні системи, бронювання, цифровізація.

Korotun Serhii,
Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor
Kalko Andrii,
Doctor of Geographical Sciences, Professor
Skoryna Taras,
Candidate of Economic Sciences, PhD
Zubik Yaroslav

National University of Water and Environmental Engineering, Rivne, Ukraine, e-mail: korotun66@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-3377-5780
National University of Water and Environmental Engineering, Rivne, Ukraine, e-mail: edissey@meta.ua, ORCID ID: 0000-0003-4526-5929
National University of Water and Environmental Engineering, Rivne, Ukraine, ORCID ID: 0000-0002-2179-9814
National University of Water and Environmental Engineering, Rivne, Ukraine, ORCID ID: 0000-0002-8318-5009

OPTIMIZATION OF HOTEL SERVICE SELECTION AND RESERVATION USING INFORMATION TECHNOLOGY

The purpose of the study is to provide a comprehensive substantiation of the role and specific features of using hotel booking information systems in the process of organizing tourist trips under conditions of digital

transformation of the tourism market. The article focuses on the significance of digital platforms and booking systems as key tools for integrating tourism market participants, improving the efficiency of tourist flow management, optimizing business processes, and forming competitive tourism products in a globalized environment.

The object of the study is the process of organizing tourist trips in the modern conditions of development of the tourism and hospitality industry, which is characterized by the increasing role of digital services and platforms.

The subject of the study is hotel booking information systems, their functional capabilities, organizational and economic features of use, and their impact on the activities of tourism enterprises of various ownership forms and scales of operation.

The research methodology is based on the application of general scientific and special research methods, including analysis and synthesis, systemic and structural-functional approaches, comparative analysis, and generalization of the results of contemporary scientific publications by Ukrainian and foreign authors. The study uses analytical materials of international organizations, industry reports, statistical data, and the results of empirical research, which ensured a comprehensive and interdisciplinary nature of the analysis.

The research results indicate that the use of hotel booking information systems ensures automation of reservation processes, increases transparency of the tourism market, optimizes room inventory management, and promotes the development of personalized tourism offers. The paper systematizes the main types of booking systems (global distribution systems, online travel agency systems, and direct booking systems) and defines their functional role in the formation of tourism products and customer interaction management. It is proven that the integration of booking systems with CRM platforms, analytical tools, and artificial intelligence technologies contributes to increasing the economic efficiency of tourism enterprises, reducing operational costs, and improving the quality of tourist services.

Scientific novelty lies in the systematization of approaches to the use of hotel booking information systems specifically in the context of organizing tourist trips, as well as in determining their place in the modern digital tourism infrastructure as an element that connects producers and consumers of tourism services.

Practical significance of the research results lies in the possibility of their application by tourism enterprises, hotel complexes, and tourism management authorities to improve the organization of tourist trips, enhance the quality of tourism services, and increase the competitiveness of the national tourism product.

Keywords: tourism, tourist trips, hotel services, information systems, booking, digitalization.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток туристичної галузі відбувається в умовах активної цифровізації, що зумовлює трансформацію традиційних підходів до організації туристичних подорожей. Інформаційні технології стають ключовим чинником підвищення ефективності туристичних підприємств, забезпечуючи автоматизацію бізнес-процесів, розширення каналів збуту та покращення якості обслуговування туристів. Особливе місце серед таких технологій займають інформаційні системи бронювання готелів, які забезпечують взаємодію між готельними підприємствами, туроператорами, турагентами та кінцевими споживачами туристичних послуг (Buhalis, 2020).

Зростання обсягів онлайн-бронювання готельних послуг, поширення мобільних застосунків і глобальних цифрових платформ сприяють формуванню нового типу туриста, орієнтованого на самостійне планування подорожей і використання цифрових сервісів. У цих умовах туристичні підприємства стикаються з необхідністю адаптації до нових моделей організації туристичних подорожей, що актуалізує проблему ефективного використання інформаційних систем бронювання готелів.

Актуальність теми дослідження. Актуальність дослідження зумовлена динамічним розвитком цифрових технологій у сфері туризму та гостинності, а також зростанням ролі онлайн-каналів бронювання готельних послуг. За даними міжнародних організацій, цифровізація туристичної галузі є одним із ключових чинників її відновлення та стійкого розвитку в післякризовий період (UNWTO, 2021). Використання інформаційних систем бронювання готелів дозволяє туристичним підприємствам оперативно реагувати на зміни попиту, оптимізувати управління номерним фондом і формувати конкурентоспроможні туристичні продукти (Law, Leung, Chan, 2021).

Аналітичні дослідження консалтингових компаній свідчать про трансформацію моделей туристичного бронювання під впливом цифровізації, автоматизації та зростання ролі даних у прийнятті управлінських рішень (McKinsey & Company, 2023).

Для України актуальність теми посилюється необхідністю інтеграції у світовий туристичний простір та підвищення конкурентоспроможності національного туристичного продукту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання цифровізації туристичної та готельно-ресторанної галузі активно досліджуються як українськими, так і зарубіжними науковцями. У працях В. Г. Бурака (2020) та В. Г. Бурака, Н. А. Тюхтенко (2023) розкрито роль інноваційних та інтерактивних технологій у підвищенні ефективності управління підприємствами індустрії гостинності. С. В. Мельниченко (2020) акцентує увагу на впливі цифрових технологій на конкурентоспроможність туристичних підприємств. Зарубіжні дослідження присвячені використанню інформаційних систем у туризмі, зокрема ролі GDS, OTA та smart-технологій у формуванні туристичних продуктів і цифрових дестинацій (Buhalis, 2020; Gretzel et al., 2020; Law, Leung, Chan, 2021). Разом із тим, недостатньо систематизовано підходи до використання інформаційних систем бронювання готелів саме в контексті організації туристичних подорожей.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз наукових публікацій свідчить, що значна частина досліджень присвячена загальним питанням цифровізації туризму, розвитку онлайн-турагентств та впливу інформаційних технологій на туристичний ринок. Водночас специфіка використання інформаційних систем бронювання готелів у процесі організації туристичних подорожей часто розглядається фрагментарно, без урахування взаємозв'язку між різними учасниками туристичного ланцюга створення вартості.

Недостатньо дослідженими залишаються питання інтеграції готельних систем бронювання з іншими інформаційними системами туристичних підприємств, оцінки їх впливу на формування туристичного продукту, а також аналіз економічних ефектів від використання таких систем. Потребує подальшого вивчення проблема адаптації міжнародних платформ бронювання до специфіки національного туристичного ринку та можливостей їх використання малими і середніми туристичними підприємствами.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування ролі та значення інформаційних систем бронювання готелів у процесі організації туристичних подорожей і визначення напрямів підвищення ефективності їх використання туристичними підприємствами. Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення таких завдань: узагальнення теоретичних підходів до визначення сутності інформаційних систем бронювання готелів; аналіз основних типів і функціональних можливостей сучасних систем бронювання; дослідження впливу готельних систем бронювання на організацію туристичних подорожей; визначення переваг і обмежень використання таких систем у діяльності туристичних підприємств.

Інформаційні системи бронювання готелів являють собою сукупність програмно-технічних засобів, що забезпечують автоматизований процес резервування готельних послуг, управління номерним фондом і ціноутворенням, а також обмін інформацією між учасниками туристичного ринку (Gretzel et al., 2020). У процесі організації туристичних подорожей вони виконують ключову роль, забезпечуючи доступ до актуальної інформації про наявність номерів, рівень цін і умови проживання.

Вклад основного матеріалу. Інформаційні системи бронювання готелів є важливим елементом цифрової інфраструктури туристичного ринку та відіграють ключову роль у процесі організації туристичних подорожей. Вони забезпечують автоматизацію процесів резервування готельних послуг, управління номерним фондом, ціноутворення та обміну інформацією між готельними підприємствами, туроператорами, турагентами і кінцевими споживачами туристичних послуг (Buhalis, 2020). Використання таких систем сприяє підвищенню прозорості туристичного ринку, зменшенню інформаційної асиметрії та формуванню конкурентного середовища.

У процесі організації туристичних подорожей інформаційні системи бронювання готелів забезпечують оперативний доступ до актуальної інформації щодо наявності номерів, рівня цін, умов проживання та додаткових сервісів. Це дозволяє туристичним підприємствам швидко формувати туристичні пакети, комбінуючи послуги розміщення з транспортним обслуговуванням, екскурсійними програмами та іншими елементами туристичного продукту. Для туристів використання таких систем спрощує процес планування подорожей і підвищує рівень задоволеності туристичними послугами (Gretzel et al., 2020).

Сучасний ринок інформаційних систем бронювання готелів представлений різними типами платформ, які умовно поділяються на глобальні дистрибутивні системи (GDS), системи онлайн-турагентств (OTA) та системи прямого бронювання через офіційні вебресурси готельних підприємств. Глобальні дистрибутивні системи історично сформувалися як інструмент інтеграції готельного сектору з авіаперевезеннями та діяльністю туристичних агентств. Їх використання дозволяє туроператорам і турагентам здійснювати бронювання у режимі реального часу,

забезпечувати високий рівень надійності транзакцій і формувати комплексні туристичні продукти. Використання таких систем дозволяє туристичним підприємствам оперативного формувати туристичні пакети, оптимізувати витрати та підвищувати якість обслуговування туристів (Law, Leung, Chan, 2021).

Сучасні інформаційні системи бронювання готелів доцільно класифікувати за функціональними та організаційними ознаками на глобальні дистрибутивні системи (GDS), системи онлайн-турагентств (OTA) та системи прямого бронювання через офіційні вебресурси готельних підприємств. Кожен із зазначених типів систем виконує специфічні функції в організації туристичних подорожей та має власні переваги й обмеження. Значну роль у розвитку цифрових каналів бронювання відіграють провідні міжнародні корпорації, зокрема Booking Holdings Inc., які формують глобальні стандарти онлайн-бронювання та впливають на структуру туристичного ринку (Booking Holdings Inc., 2024).

Глобальні дистрибутивні системи забезпечують централізоване бронювання туристичних послуг і традиційно використовуються туроператорами та турагентствами для формування комплексних туристичних продуктів. Вони характеризуються високим рівнем надійності, глобальним охопленням і можливістю інтеграції різних видів туристичних послуг. Провідні постачальники таких рішень, зокрема Amadeus IT Group, забезпечують інтеграцію готельних, транспортних та туристичних послуг у єдиному інформаційному середовищі. Разом із тим висока вартість підключення та обслуговування таких систем обмежує їх використання переважно великими туристичними підприємствами (Amadeus IT Group, 2023).

Онлайн-турагентства стали одним із найдинамічніших сегментів ринку туристичних послуг і суттєво вплинули на трансформацію моделей організації туристичних подорожей. Вони орієнтовані безпосередньо на кінцевого споживача та забезпечують можливість самостійного планування подорожей шляхом порівняння готельних пропозицій, цін, рівня сервісу та відгуків інших туристів. Разом із тим зростає роль прямих каналів бронювання, які дозволяють підприємствам індустрії гостинності зменшувати комісійні витрати та формувати персоналізовані пропозиції для клієнтів (Мельниченко, 2020). Для туристичних підприємств OTA виступають ефективним каналом залучення клієнтів і просування готельних послуг, проте супроводжуються високими комісійними витратами та зростанням залежності від зовнішніх цифрових платформ (Sigala, 2020).

Системи прямого бронювання через офіційні сайти готелів і туристичних підприємств набувають дедалі більшого значення в умовах цифрової конкуренції. Вони дозволяють зменшити витрати на посередників, формувати індивідуальні пропозиції для клієнтів і забезпечувати більш гнучке управління продажами. Інтеграція таких систем із системами управління готелем (PMS) і CRM-платформами сприяє підвищенню ефективності управління номерним фондом і клієнтськими базами, а також формуванню програм лояльності (OECD, 2020).

Використання інформаційних систем бронювання готелів у процесі організації туристичних подорожей забезпечує туристичним підприємствам низку економічних переваг. До них належать скорочення часу обробки замовлень, зниження операційних витрат, підвищення точності планування та можливість оперативного реагування на зміни попиту. Автоматизація процесів бронювання дозволяє мінімізувати людський фактор, зменшити кількість помилок і підвищити загальний рівень якості обслуговування туристів. Упровадження цифрових технологій, зокрема елементів штучного інтелекту та аналізу великих даних, сприяє розвитку smart-туризму та підвищенню ефективності управління туристичними потоками (Gretzel et al., 2020).

Використання інструментів штучного інтелекту у сфері бронювання туристичних послуг набуває дедалі більшого поширення. Платформи на кшталт Google Travel застосовують AI-рішення для персоналізації пошуку, прогнозування попиту та оптимізації користувацького досвіду (Google Travel, 2024).

Важливою функцією сучасних систем бронювання є підтримка динамічного ціноутворення, яке передбачає коригування вартості готельних послуг залежно від сезонності, рівня завантаженості номерного фонду та поведінки споживачів. Такий підхід дозволяє готельним підприємствам і туроператорам максимізувати доходи та більш ефективно управляти ресурсами. Для туристів динамічне ціноутворення створює умови для вибору оптимальних за ціною пропозицій і підвищує доступність туристичних послуг (Xiang, Fesenmaier, 2020).

Інформаційні системи бронювання готелів відіграють важливу роль у формуванні персоналізованих туристичних продуктів. Сучасні цифрові платформи акумулюють значні

обсяги даних щодо уподобань туристів, історії бронювань, сезонності попиту та поведінкових характеристик користувачів. Аналіз таких даних дозволяє туристичним підприємствам формувати індивідуальні рекомендації, спеціальні пропозиції та програми лояльності, що сприяє підвищенню рівня утримання клієнтів і формуванню довгострокових відносин зі споживачами туристичних послуг (Gretzel et al., 2020).

Використання інформаційних систем бронювання готелів у процесі організації туристичних подорожей має також значний організаційно-економічний ефект. У цьому контексті доцільно розглядати такі системи як складову багаторівневої організаційно-економічної моделі, що поєднує постачальників готельних послуг, туристичних посередників і кінцевих споживачів. Основними елементами цієї моделі є інформаційні потоки, фінансові транзакції, управлінські рішення та механізми зворотного зв'язку. Завдяки автоматизації обміну інформацією між учасниками туристичного ринку забезпечується скорочення транзакційних витрат і підвищення ефективності управління туристичними потоками.

На першому етапі функціонування організаційно-економічної моделі формується інформаційна пропозиція готельних підприємств, яка включає дані про номерний фонд, ціни, доступність послуг, умови бронювання та спеціальні пропозиції. Ця інформація інтегрується в інформаційні системи бронювання та стає доступною туристичним підприємствам і туристам у режимі реального часу. На другому етапі відбувається процес вибору і бронювання готельних послуг, що супроводжується автоматизованою обробкою замовлень і фінансових операцій. Третій етап передбачає аналіз результатів і оцінку ефективності використання систем бронювання з метою вдосконалення управлінських рішень.

Системи прямого бронювання через офіційні сайти готелів і туристичних підприємств набувають дедалі більшого значення в умовах посилення конкуренції на туристичному ринку. Вони дозволяють зменшити витрати на посередників, формувати персоналізовані пропозиції для клієнтів і підвищувати лояльність споживачів. Інтеграція таких систем із CRM- та PMS-платформами сприяє підвищенню ефективності управління готельними підприємствами (Avada-Media, 2025).

Суттєвий вплив на розвиток інформаційних систем бронювання готелів має впровадження сучасних цифрових технологій, зокрема штучного інтелекту, аналізу великих даних і машинного навчання. Такі технології використовуються для прогнозування попиту, оптимізації ціноутворення та автоматичного формування рекомендацій для користувачів. Застосування інструментів штучного інтелекту дозволяє підвищити точність управлінських рішень і адаптивність туристичних продуктів до індивідуальних потреб туристів (Xiang, Fesenmaier, 2020).

Порівняльна характеристика основних типів інформаційних систем бронювання готелів наведена в таблиці 1.

Табл. 1

Порівняльна характеристика основних типів інформаційних систем бронювання готелів

Тип системи	Основні функції	Переваги	Обмеження
GDS	Централізоване бронювання, інтеграція з авіаперевезеннями	Глобальне охоплення, надійність	Висока вартість підключення
OTA	Онлайн-бронювання, порівняння цін, відгуки	Широка аудиторія, зручність	Високі комісійні витрати
Пряме бронювання	Бронювання через сайт готелю	Контроль продажів, нижчі витрати	Обмежене охоплення

Джерело: складено авторами.

У сучасних умовах важливу роль відіграє омніканальний підхід до організації бронювання готельних послуг. Він передбачає використання різних каналів взаємодії зі споживачем, зокрема вебсайтів, мобільних застосунків, соціальних мереж і партнерських платформ. Інформаційні системи бронювання готелів забезпечують синхронізацію даних про наявність номерів і ціни в усіх каналах продажів, що зменшує ризики втрати клієнтів і підвищує доступність туристичних послуг.

Окремої уваги заслуговує порівняльний аналіз використання інформаційних систем бронювання готелів в Україні та країнах Європейського Союзу. У країнах ЄС такі системи є

невід’ємною складовою туристичної інфраструктури та активно інтегруються з державними і регіональними платформами просування туристичних дестинацій. Значна увага приділяється стандартизації даних, захисту персональної інформації та розвитку цифрових компетентностей персоналу туристичних підприємств (European Commission, 2021).

В Україні використання інформаційних систем бронювання готелів перебуває на етапі активного розвитку. Провідні туристичні підприємства та готельні мережі вже інтегрували сучасні платформи бронювання у свою діяльність, тоді як малі та середні підприємства стикаються з обмеженими фінансовими ресурсами та недостатнім рівнем цифрових навичок персоналу. Разом з тим адаптація європейського досвіду використання інформаційних систем бронювання готелів створює передумови для підвищення конкурентоспроможності українського туристичного ринку та його інтеграції у світовий туристичний простір (UNWTO, 2021).

Інформаційні системи бронювання готелів відіграють важливу роль у розвитку туристичних дестинацій, забезпечуючи їх доступність на міжнародному туристичному ринку. Завдяки цифровим платформам навіть маловідомі регіони отримують можливість залучати туристів, стимулювати розвиток місцевої економіки та формувати позитивний туристичний імідж. Для органів державної влади та місцевого самоврядування це відкриває нові можливості щодо управління туристичними потоками та реалізації стратегій сталого розвитку туризму.

У діяльності туроператорів і турагентів інформаційні системи бронювання готелів виконують функцію інтеграційної ланки між різними постачальниками туристичних послуг. Їх використання дозволяє формувати комплексні туристичні пакети, що поєднують проживання, транспорт і дозвілля, а також забезпечувати прозорість умов обслуговування для кінцевого споживача. Водночас зростання ролі онлайн-платформ посилює конкуренцію між традиційними туристичними агентствами та цифровими сервісами. За даними аналітичної платформи Statista, світовий ринок онлайн-бронювання туристичних послуг демонструє стабільну тенденцію до зростання, що зумовлено поширенням цифрових платформ та зміною споживчої поведінки туристів (Statista, 2024).

Місце інформаційних систем бронювання готелів у процесі організації туристичної подорожі представлено на рис. 1.



Рис. 1. Місце інформаційних систем бронювання готелів у процесі організації туристичної подорожі

Джерело: розроблено автором

Не менш важливим є соціальний ефект використання інформаційних систем бронювання готелів. Підвищення доступності інформації про туристичні послуги, спрощення процедур бронювання та зростання прозорості ринку сприяють підвищенню мобільності населення, розвитку внутрішнього туризму та розширенню можливостей для різних соціальних груп. Для регіонів це означає стимулювання економічної активності, створення робочих місць і розвиток суміжних галузей.

Зміни у споживчій поведінці туристів, зокрема зростання попиту на онлайн-бронювання та мобільні сервіси, підтверджуються результатами досліджень міжнародних аудиторських компаній, які відзначають зростання ролі цифрових каналів взаємодії з клієнтами (PwC, 2022).

Узагальнюючи, можна стверджувати, що інформаційні системи бронювання готелів відіграють системоутворюючу роль у процесі організації туристичних подорожей. Вони поєднують інтереси туристів, готельних підприємств і туристичних посередників, забезпечують ефективний обмін інформацією та сприяють формуванню сучасної моделі туристичного бізнесу, орієнтованої на цифрові технології, інновації та сталий розвиток. Цифрова трансформація туризму розглядається як стратегічний чинник сталого розвитку галузі, що охоплює цифрову інфраструктуру, інноваційні платформи та розвиток цифрових компетентностей учасників туристичного ринку (World Economic Forum, 2023).

Висновки. У результаті проведеного дослідження встановлено, що інформаційні системи бронювання готелів є одним із базових інструментів організації туристичних подорожей у сучасних умовах цифровізації туристичного ринку. Їх використання забезпечує автоматизацію процесів резервування, підвищення якості обслуговування туристів, оптимізацію витрат туристичних підприємств та розширення можливостей формування конкурентоспроможного туристичного продукту.

Доведено, що інтеграція готельних систем бронювання з глобальними дистрибутивними системами та онлайн-турагентствами сприяє розширенню каналів збуту та виходу на міжнародні ринки, водночас актуалізуючи проблему залежності від зовнішніх цифрових платформ. Перспективним напрямом розвитку є посилення ролі систем прямого бронювання та впровадження інноваційних цифрових рішень, орієнтованих на персоналізацію туристичних послуг.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на оцінку економічної ефективності впровадження інформаційних систем бронювання готелів у діяльність туристичних підприємств України, а також на аналіз впливу цифрових технологій на сталий розвиток туристичних дестинацій.

Список використаних джерел:

- Бурак В. Г. (2020) Інновації: діяльність закладів ресторанного господарства. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 26–27 листопада 2020 р.). Львів, 2020. С. 21–23.
- Бурак В. Г., Тюхтенко Н. А. (2023) Сучасні інтерактивні технології управління у просуванні послуг готельно-ресторанного бізнесу. *Market economy: modern management theory and practice*. Vol. 22. Issue 1 (53). 2023. ISSN 2413-9998. С. 37–53. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1865728> (дата звернення: 10.01.2026).
- Гадецька З. М. (2015) Сучасні мультимедійні засоби просування готельно-ресторанних та туристичних послуг. *Young Scientist*. 2015. № 2 (17). С. 41–44.
- Мельниченко С. В. (2020) Цифрові технології як чинник розвитку туристичних підприємств. *Економіка та держава*. № 3. С. 45–49. URL: <https://www.economy.in.ua/?op=1&z=4568&i=6> (дата звернення: 18.01.2026)
- Amadeus IT Group (2023) Global Distribution Systems in Tourism. URL: <https://amadeus.com/en/industries/travel-agencies> (дата звернення: 10.01.2026).
- Avada-Media (2025) Основний функціонал CRM-системи для ресторану. URL: <https://avada-media.ua/services/crm-for-restaurant/> (дата звернення: 10.01.2026).
- Booking Holdings Inc. (2024) Annual Report. URL: <https://ir.bookingholdings.com> (дата звернення: 10.01.2026).
- Buhalis D. (2020) Technology in tourism: from information communication technologies to eTourism and smart tourism. *Tourism Review*. Vol. 75. Issue 1. P. 267–272. DOI: <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258> (дата звернення: 10.01.2026).
- European Commission (2021) Digitalisation in Tourism. Brussels. URL: <https://commission.europa.eu/digital-tourism> (дата звернення: 10.01.2026).
- Google Travel (2024) AI-powered travel booking tools. URL: <https://travel.google/> (дата звернення: 10.01.2026).
- Gretzel U., Sigala M., Xiang Z., Koo C. (2020) Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*. Vol. 30. Issue 1. P. 1–15. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12525-019-00385-8> (дата звернення: 10.01.2026).
- Law R., Leung R., Chan I. (2021) Progression and development of information technology research in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 33. Issue 1. P. 1–30. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0300> (дата звернення: 10.01.2026).
- McKinsey & Company (2023) The future of digital travel booking. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/travel> (дата звернення: 10.01.2026).
- OECD (2020) Tourism Trends and Policies 2020. Paris: OECD Publishing. URL: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/tourism-trends-and-policies/> (дата звернення: 10.01.2026).
- PwC (2022) Consumer behavior in digital travel services. URL: <https://www.pwc.com/travel> (дата звернення: 10.01.2026).
- Sigala M. (2020) Tourism and COVID-19: impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*. Vol. 117. P. 312–321. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015> (дата звернення: 10.01.2026).
- Statista (2024) Online travel booking market size worldwide. URL: <https://www.statista.com/online-travel-market> (дата звернення: 10.01.2026).
- UNWTO (2021) Tourism and Digital Transformation. Madrid: World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org/digital-transformation> (дата звернення: 10.01.2026).
- World Economic Forum (2023) Digital transformation of tourism. URL: <https://www.weforum.org> (дата звернення: 10.01.2026).
- Xiang Z., Fesenmaier D. R. (2020) Big data analytics, tourism design and smart destinations. *Information Technology & Tourism*. Vol. 22. Issue 3. P. 299–307. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00173-0> (дата звернення: 10.01.2026).

References

- Burak V. G. (2020) Innovations: activities of restaurant establishments. Modern trends in the development of the hospitality industry: materials of the international scientific and practical conference (Lviv, November 26–27, 2020). Lviv, 2020. pp. 21–23.
- Burak V. G., Tyukhtenko N. A. (2023) Modern interactive management technologies in the promotion of hotel and restaurant business services. Market economy: modern management theory and practice. Vol. 22. Issue 1 (53). 2023. ISSN 2413-9998. pp. 37–53. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1865728> (access date: 10.01.2026).
- Hadetska Z. M. (2015) Modern multimedia means of promoting hotel, restaurant and tourist services. Young Scientist. 2015. No. 2 (17). P. 41–44.
- Melnichenko S. V. (2020) Digital technologies as a factor in the development of tourist enterprises. Economy and State. No. 3. P. 45–49. URL: <https://www.economy.in.ua/?op=1&z=4568&i=6> (access date: 18.01.2026)
- Amadeus IT Group (2023) Global Distribution Systems in Tourism. URL: <https://amadeus.com/en/industries/travel-agencies> (accessed: 10.01.2026).
- Avada-Media (2025) Basic functionality of a restaurant CRM system. URL: <https://avada-media.ua/services/crm-for-restaurant/> (accessed: 10.01.2026).
- Booking Holdings Inc. (2024) Annual Report. URL: <https://ir.bookingholdings.com> (accessed: 10.01.2026).
- Buhalis D. (2020) Technology in tourism: from information communication technologies to eTourism and smart tourism. Tourism Review. Vol. 75. Issue 1. P. 267–272. DOI: <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258> (accessed 10.01.2026).
- European Commission (2021) Digitalisation in Tourism. Brussels. URL: <https://commission.europa.eu/digital-tourism> (accessed 10.01.2026).
- Google Travel (2024) AI-powered travel booking tools. URL: <https://travel.google/> (accessed: 10.01.2026).
- Gretzel U., Sigala M., Xiang Z., Koo C. (2020) Smart tourism: foundations and developments. Electronic Markets. Vol. 30. Issue 1. P. 1–15. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12525-019-00385-8>
- Law R., Leung R., Chan I. (2021) Progression and development of information technology research in hospitality and tourism. International Journal of Contemporary Hospitality Management. Vol. 33. Issue 1. P. 1–30. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0300> (accessed 10.01.2026).
- McKinsey & Company (2023) The future of digital travel booking. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/travel> (accessed 10/01/2026).
- OECD (2020) Tourism Trends and Policies 2020. Paris: OECD Publishing. URL: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/tourism-trends-and-policies/> (accessed 10.01.2026).
- PwC (2022) Consumer behavior in digital travel services. URL: <https://www.pwc.com/travel> (accessed 10.01.2026).
- Sigala M. (2020) Tourism and COVID-19: impacts and implications for advancing and resetting industry and research. Journal of Business Research. Vol. 117. P. 312–321. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015> (accessed 10.01.2026).
- Statista (2024) Online travel booking market size worldwide. URL: <https://www.statista.com/online-travel-market> (accessed: 10.01.2026).
- UNWTO (2021) Tourism and Digital Transformation. Madrid: World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org/digital-transformation> (accessed 10.01.2026).
- World Economic Forum (2023) Digital transformation of tourism. URL: <https://www.weforum.org> (accessed 10/01/2026).
- Xiang Z., Fesenmaier D. R. (2020) Big data analytics, tourism design and smart destinations. Information Technology & Tourism. Vol. 22. Issue 3. P. 299–307. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00173-0> (accessed 10.01.2026).

Отримано редакцією журналу / Received: 19.01.26
Прорецензовано / Revised: 15.02.26
Схвалено до друку / Accepted: 01.03.26