

<https://doi.org/10.26565/2310-9513-2026-23-15>
УДК 001.895:338.487
JEL Index: Z31, O33, L86, M15

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМАХ РЕЗЕРВУВАННЯ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СТАНДАРТИ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Никига Оксана Василівна

доктор філософії (туризм), доцент
старший викладач кафедри туризму
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського
вул. Костюшка, 11, м. Львів, Україна, 79007
e-mail: nykyha1993@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3492-7475>

Мороз Соломія Романівна

доктор філософії (туризм)
викладач кафедри туризму
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського
вул. Костюшка, 11, м. Львів, Україна, 79007
e-mail: m.solomiya22@ukr.net
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4742-6984>

Гула Лілія Володимирівна

старший викладач кафедри туризму
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського
вул. Костюшка, 11, м. Львів, Україна, 79007
e-mail: kalimonlilia@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-5270-2066>

У статті досліджується роль інноваційних технологій у трансформації систем резервування та їхній вплив на формування стандартів якості туристичних послуг. Розкрито сутність інновацій у туризмі, їх значення для конкурентоспроможності підприємств і соціально-економічного розвитку регіонів. Показано еволюцію систем бронювання від традиційних методів до глобальних розподільних систем (GDS), локальних і корпоративних платформ. Наголошено на стратегічному значенні систем резервування для оптимізації бізнес-процесів, розширення ринків збуту, підвищення клієнтського сервісу та підтримки управлінських рішень. Особливу увагу приділено інноваційним технологіям, які найбільш активно впливають на якість обслуговування: мобільним застосункам, штучному інтелекту, блокчейну, чат-ботам. Зазначено, що AI зменшує кількість помилок у бронюванні й забезпечує персоналізовані рекомендації, що відповідає принципам ISO9001. Блокчейн гарантує прозорість і безпеку транзакцій, а смарт-контракти захищають права клієнтів, що узгоджується з ISO18513. Мобільні додатки та чат-боти забезпечують багатомовність, доступність 24/7 і гнучкість сервісу для міжнародних користувачів. Показано український контекст розвитку інноваційних практик (Tickets.ua, JoinUP! Digital, Uklon, Booking365) та проблеми впровадження: кібербезпека, залежність від глобальних платформ, цифрова нерівність. Аргументовано, що інноваційні технології безпосередньо впливають на якість туристичних послуг через підвищення точності, швидкості й прозорості процесів. Таким чином, цифровізація та впровадження інновацій у сфері резервування є ключовою умовою інтеграції українських туристичних підприємств у світовий економічний простір і формування довіри споживачів.

Ключові слова: системи резервування, інноваційні технології, якість туристичних послуг, сервіс, штучний інтелект, цифровізація туризму.

Як цитувати: Никига О. В., Мороз С. Р., Гула Л. В. Інноваційні технології в системах резервування та їх вплив на стандарти якості туристичних послуг. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2026. № 23. С. 184–189. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2026-23-15>

In cites: Nykyha, O. V., Moroz, S. R., & Hula, L. V. (2026). Innovative technologies in reservation systems and their impact on the quality standards of tourism services. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (23), 184–189. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2026-23-15> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. Сучасна туристична галузь активно трансформується під впливом цифровізації, і системи резервування стають ключовим елементом взаємодії між підприємством і клієнтом. Водночас традиційні методи бронювання вже не відповідають вимогам ринку та очікуванням споживачів, які потребують швидких, зручних і безпечних сервісів. Попри впровадження мобільних додатків, хмарних сервісів, штучного інтелекту та інших інноваційних рішень, існують проблеми їх інтеграції, забезпечення безпеки персональних даних, стандартизації якості цифрових послуг і доступності цих технологій для малого та середнього бізнесу. Це зумовлює необхідність дослідження ролі інноваційних технологій у системах резервування та визначення їхнього впливу на формування сучасних стандартів якості туристичних послуг.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми впровадження інноваційних технологій у системи резервування та їхній вплив на якість туристичних послуг висвітлюються у багатьох працях науковців. Зокрема, у дослідженнях А. Голода [1] увага зосереджується на питаннях розвитку інформаційних систем у туризмі, безпеки регіональних туристичних систем та використання інноваційних механізмів для підвищення ефективності туристичних підприємств. У наукових працях В. Кифяк, О. Кифяк [5] автори розглядають управлінські аспекти організації туристичного бізнесу та роль цифровізації у формуванні конкурентних переваг. Н. Влащенко, М. Тонкошкур [2] своїх дослідженнях розглядали питання використання інформаційних технологій у процесі формування туристичного продукту. Науковці В. Джинджоян, Т. Тесленко, К. Горб [4] досліджували інноваційні процеси у соціально-культурному сервісі та туризмі, їхні функції й управління, методи оцінки ефективності та вплив науково-технічного прогресу на розвиток туристичної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Сучасний розвиток індустрії туризму неможливий без активного впровадження інноваційних технологій, що суттєво змінюють механізми взаємодії між туристичними підприємствами та споживачами. Одним із ключових напрямів цифрової трансформації є системи онлайн-резервування, які забезпечують оперативність доступу до туристичних послуг, прозорість їхнього вибору та підвищують рівень конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу.

Зростання ролі інформаційних технологій у сфері гостинності зумовлює потребу у дослідженні їхнього впливу на формування стандартів якості туристичних послуг. Оскільки ефективність систем резервування визначає не лише швидкість обслуговування клієнтів, а й рівень довіри до туристичних компаній, відповідність міжнародним вимогам сервісу та загальний імідж дестинацій.

Розвиток сучасного туризму багато в чому залежить від розробок та впровадження чогось нового, спрямованого на вдосконалення обслуговування клієнтів і розширення туристичних можливостей. Так, успішні інноватори туризму своїм досвідом доводять, що створення і впровадження інновацій є запорукою виживання в найжорстокішій конкуренції в умовах сьогодення [8].

Інновації – це нові ідеї та пропозиції, які вперше впроваджуються в певну сферу життєдіяльності в конкретних умовах або підходи до удосконалення наявних технологій, продуктів чи послуг на підставі прогресивних тенденцій світового науково-технічного та соціально-економічного розвитку. Основною характеристикою інновації є новизна а також її економічна ефективність. Інновації в туризмі є рушійною силою розвитку не лише туристичної сфери, а й чинником соціально-економічного розвитку держав та регіонів, засобом вирішення соціальних проблем. Інноваційний розвиток туризму можна трактувати як розвиток туристичних систем різних рівнів, що базується на інноваціях [6].

Активний розвиток сфери інформаційних технологій (ІТ) почався після поширення наприкінці 1960-х рр. універсальних обчислювальних машин («мейнфреймів») і винаходу в 1971 р. мікропроцесора. За останні 40 років глобальні обчислювальні потужності збільшилися в мільярд разів. У 2010 р. процесингова потужність звичайного комп'ютера в 10 млн разів стала перевищувати потужність комп'ютера 1975 р., проте коштує в реальних цінах він значно менше. Цінність інформаційних технологій обумовлена створюваними ними можливостями збору, аналізу і передавання інформації: куди завгодно, миттєво та з мінімальними витратами [2].

Комп'ютерні системи бронювання сьогодні об'єднані в глобальні розподільні системи (Global Distribution Systems – GDS), які протягом тривалого часу є найбільшими світовими мережами й використовуються туристськими фірмами як звичний робочий інструмент. Глобальна розподільна система – це автоматизована система, що забезпечує відображення інформації про розклад рейсів, наявність місць і тарифи авіаперевізників-абонентів системи, а також інформації про розклад, ресурси місця і тарифи інших перевізників [2].

Резервування в туризмі – це процес попереднього замовлення та закріплення за клієнтом туристичних послуг, серед яких: авіаквитки, готельні номери, тури, оренда транспорту та інших послуг на визначений період часу з гарантією їх надання [7].

Системи резервування можна поділити за масштабом і сферою використання на глобальні (GDS), локальні та корпоративні.

Глобальні системи резервування забезпечують доступ до міжнародних ринків авіаперевезень, готелів, оренди авто.

Локальні системи резервування орієнтовані на конкретну країну чи регіон. Здебільшого пропонують бронювання житла, квитків, внутрішніх турів.

Корпоративні системи резервування використовуються для потреб окремих компаній чи мереж: автоматизоване управління бронюванням власних послуг.

Системи резервування стали стратегічним інструментом управління діяльністю туристичних підприємств. Системи резервування надають туристичним підприємствам можливість:

- оптимізувати бізнес-процеси (завдяки автоматизації продажів і зменшенню транзакційних витрат);
- розширювати ринки збуту (через інтеграцію з глобальними мережами);
- підвищувати рівень клієнтського сервісу (за рахунок оперативності оформлення замовлення та наявності зворотного зв'язку);
- забезпечувати аналітичну підтримку управлінських рішень (шляхом збору даних по поведінку споживачів).

Для туристичних підприємств використання сучасних систем бронювання є не лише конкурентною перевагою, а й необхідною умовою виживання на глобалізованому ринку.

Якість туристичних послуг визначається відповідністю фактичного рівня сервісу встановленим стандартам і очікуванням клієнтів. У міжнародній практиці ключовими орієнтирами є стандарти ISO 9001 (системи менеджменту якості) та ISO 18513 (послуги в сфері туризму).

Інноваційні технології у сфері резервування не лише модернізують бізнес-процеси, а й безпосередньо впливають на якість туристичних послуг, забезпечуючи відповідність міжнародним стандартам ISO. Так, штучний інтелект у межах ISO 9001 зменшує кількість помилок у бронюванні та надає персоналізовані рекомендації, що підвищує точність сервісу й відповідає принципу орієнтації на споживача. Технологія блокчейн, у свою чергу, узгоджується з вимогами ISO 18513, оскільки гарантує прозорість і безпеку транзакцій, а смарт-контракти автоматично захищають права клієнта у випадку скасування бронювання. Мобільні додатки та чат-боти сприяють багатомовності й доступності послуг 24/7, що робить їх інклюзивними та зручними для міжнародних користувачів. Таким чином, використання AI, блокчейну й цифрових платформ формує довіру туристів, підвищує рівень їхнього задоволення та забезпечує конкурентоспроможність підприємств на глобальному ринку.

Системи резервування безпосередньо впливають на якість туристичних послуг через:

- точність і достовірність інформації (доступність актуальних даних про ціни, наявність місць, умови бронювання);

- швидкість і зручність оформлення замовлення;

- прозорість процесу обслуговування, що формує довіру клієнтів;

- відповідність міжнародним стандартам сервісу, що інтегрує українські підприємства у світовий туристичний простір.

Таким чином, інноваційні системи резервування є важливим фактором формування стандартів якості у сфері туризму та виступають базовим елементом цифрової трансформації туристичних підприємств.

Системи резервування за останні роки зазнали суттєвих трансформацій під впливом цифровізації та впровадження новітніх технологій. Традиційні методи бронювання, що базувалися на телефонних дзвінках чи електронній пошті, поступилися місцем інтерактивним платформам, які забезпечують миттєвий доступ до послуг у будь-який час і з будь-якого пристрою.

За даними Statista (2024), понад 70 % туристів у світі вже бронюють послуги онлайн, тоді як у 2015 р. цей показник становив лише 45 %. В Україні, згідно з інформацією UNWTO та Державної служби статистики України, частка онлайн-бронювань у 2023 р. перевищила 55 %, а в сегменті авіаквитків – понад 80 %. Експерти прогнозують, що до 2030 р. понад 90 % бронювань у світі здійснюватимуться онлайн, причому провідну роль відіграватимуть саме мобільні застосунки.

Системи резервування за останні роки зазнали суттєвих трансформацій під впливом цифровізації та впровадження новітніх технологій. Традиційні методи бронювання, що базувалися на телефонних дзвінках чи електронній пошті, поступилися місцем інтерактивним платформам, які забезпечують миттєвий доступ до послуг у будь-який час і з будь-якого пристрою.

Мобільні додатки стали ключовим інструментом у сфері резервування. Вони забезпечують: доступність 24/7 (користувач може забронювати квиток, номер у готелі чи столик у ресторані будь-де та будь-коли); інтеграцію з платіжними системами (миттєві транзакції через Google Pay, Apple Pay чи банківські карти); персоналізацію (рекомендації на основі історії пошуку, локації та уподобань). До прикладу, застосунки Booking, Airbnb, Uber та український сервіс Uklon активно розширюють можливості бронювання та оплати онлайн.

Штучний інтелект (AI). AI технології значно підвищують ефективність систем резервування: предиктивна аналітика – прогнозування попиту та встановлення динамічних цін; персоналізовані рекомендації – алгоритми підбирають найкращі варіанти для конкретного користувача; автоматизація обслуговування – від обробки великого потоку заявок до підтримки у реальному часі. Наприклад,

авіакомпанії використовують AI для оптимізації маршрутів і керування навантаженням, а сервіси типу TripAdvisor – для інтелектуальних порад мандрівникам.

Блокчейн. Використання технології блокчейн дозволяє зробити процес бронювання прозорим і захищеним. Блокчейн у системах резервування забезпечує безпеку транзакцій (дані неможливо змінити без відома всіх учасників), автоматизує підтвердження бронювання та повернення коштів через смарт-контракти, а завдяки децентралізації усуває посередників і знижує вартість послуг, як це реалізовано на платформі LockTrip, що зменшує комісії за бронювання на 10–20 %.

Чат-боти та віртуальні асистенти у сфері резервування забезпечують миттєві відповіді на запити, дозволяють здійснювати бронювання без дзвінків чи переходу на сайт, інтегруються з популярними месенджерами (Viber, Telegram, WhatsApp, Messenger (Facebook)) та підтримують кілька мов, що робить їх зручними для міжнародних користувачів, наприклад, чат-боти у Telegram дають можливість бронювати квитки на концерти чи подорожі безпосередньо в месенджері.

В Україні також активно розвиваються власні практики та стартапи у сфері онлайн-бронювання. Серед провідних прикладів варто відзначити Tickets.ua (Львів) – один із найбільших сервісів із купівлі квитків на транспорт і події, JoinUP! Digital – платформу туроператора Join UP! для онлайн-бронювання турів та роботи з мобільним застосунком, а також Uklon, український аналог Uber, що інтегрує бронювання трансферів для туристів. Особливої уваги заслуговує сервіс Booking365 (у партнерстві з «Міст Тур»), орієнтований на локальні готелі та санаторії, що сприяє популяризації внутрішнього туризму.

Інноваційні технології безпосередньо впливають на відповідність туристичних підприємств міжнародним стандартам якості, зокрема ISO 9001 та ISO 18513. Так, у межах ISO 9001 (менеджмент якості) автоматизація процесів значно знижує кількість помилок у бронюванні, використання технологій штучного інтелекту та аналітики дозволяє відстежувати рівень задоволеності клієнтів, а впровадження інтегрованих CRM-систем покращує контроль за виконанням процедур обслуговування. Водночас у сфері ISO 18513 (послуги у сфері туризму) глобальні системи резервування забезпечують стандартизований підхід до процесу бронювання,

мобільні додатки та чат-боти сприяють багатомовності та підвищують доступність послуг для міжнародних користувачів, тоді як технологія блокчейн робить транзакції прозорими й захищеними, що відповідає вимогам до безпеки та довіри у сфері туристичного сервісу.

Однозначно, інноваційні технології кардинально змінили підхід до систем резервування, роблячи їх більш гнучкими, безпечними та зручними. Використання мобільних застосунків, AI, блокчейну та чат-ботів відкриває нові можливості як для бізнесу, так і для кінцевих користувачів, забезпечуючи високий рівень сервісу й ефективності.

Попри очевидні переваги, системи онлайн-резервування стикаються з низкою проблем, серед яких насамперед питання кібербезпеки, адже зростає ризик витоку персональних та фінансових даних клієнтів. Важливою проблемою є і залежність від глобальних платформ (Booking, Airbnb, Expedia), що зменшує конкурентні можливості локальних компаній та підвищує витрати через комісійні збори. Додатковим викликом виступає цифрова нерівність, адже у невеликих містах і сільських регіонах відсутній стабільний доступ до швидкісного інтернету, що обмежує використання сучасних систем. Крім того, якість автоматизованого сервісу не завжди відповідає очікуванням, оскільки чат-боти та алгоритми не враховують індивідуальні потреби клієнтів, що може негативно позначатися на рівні їхньої задоволеності.

Висновки. Отже, інноваційні технології відіграють ключову роль у трансформації туристичної індустрії, зокрема у сфері систем резервування, що стають базовим елементом цифрової інфраструктури підприємств гостинності. Впровадження мобільних додатків, штучного інтелекту, блокчейну та чат-ботів сприяє підвищенню ефективності бізнес-процесів, розширює доступ до туристичних послуг, забезпечує прозорість і безпеку транзакцій, а також підвищує рівень клієнтського сервісу відповідно до міжнародних стандартів. Сучасні системи резервування виступають не лише інструментом оптимізації діяльності підприємств, а й важливим чинником формування довіри споживачів і конкурентоспроможності на глобальному ринку. Таким чином, цифровізація та активне впровадження інновацій є необхідною умовою сталого розвитку туристичної сфери та її інтеграції у світовий економічний простір.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Голод А. П. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування : монографія. Львів : ЛДУФК, 2017. 340 с.
2. Влащенко Н. М., Тонкошкур М. В. Інноваційні технології в туризмі : навчальний посібник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 214 с.
3. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 09.09.2025).

4. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Київ : Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.
5. Кифяк В., Кифяк О. Діджиталізація процесів розвитку туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах. Вісник Економіки. 2020. № 2. С. 162–173. <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.02.162>.
6. Никига О. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в регіоні : монографія. Львів : ЛДУФК, 2024. 176 с.
7. Никига О. В., Мороз С. Р., Журило М. А. Особливості систем резервування в туризмі. Економіка та суспільство. 2025. № 78. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-78-2>.
8. Осьмьоркіна Н. М. Особливості інновацій у розвитку туристичної галузі України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/osmiorkina.htm (дата звернення: 27.08.2025).
9. Statista. Online travel booking worldwide – statistics & facts. URL: <https://www.statista.com/aboutus/> (дата звернення: 09.09.2025).
10. World Tourism Organization (UNWTO). Tourism Statistics. URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 09.09.2025).
11. Tran-Thi-My L., Kim M. J., Yoon J. H., So K. K. F. How do tourists perceive digitized hotel reservations? Theories of behavioral reasoning and innovation resistance with UTAUT2. International Journal of Hospitality Management. 2025. Vol. 131. Art. 104324. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104324>.
12. Tao M., Nawaz M. Z., Nawaz S., Butt A. H., Ahmad H. Users' acceptance of innovative mobile hotel booking trends: UK vs. PRC. Information Technology & Tourism. 2018. Vol. 20. P. 9–36. <https://doi.org/10.1007/s40558-018-0123-x>.
13. Wang Y. S., Li H. T., Li C. R., Zhang D. Z. Factors affecting hotels' adoption of mobile reservation systems: A technology-organization-environment framework. Tourism Management. 2016. Vol. 53. P. 163–172. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.021>.
14. Murphy H. C., Chen M. M., Cossutta M. An investigation of multiple devices and information sources used in the hotel booking process. Tourism Management. 2016. Vol. 52. P. 44–51. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.004>.
15. Boto-García D., Zapico E., Escalonilla M., Baños Pino J. F. Tourists' preferences for hotel booking. International Journal of Hospitality Management. 2021. Vol. 92. Art. 102726. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102726>.
16. Salameh A. A., Al Mamun A., Hayat N., Ali M. H. Modelling the significance of website quality and online reviews to predict the intention and usage of online hotel booking platforms. Heliyon. 2022. Vol. 8, No. 9. Art. e10735. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10735>.
17. Zeng G., Cao X., Lin Z., Xiao S. H. When online reviews meet virtual reality: Effects on consumer hotel booking. Annals of Tourism Research. 2020. Vol. 81. Art. 102860. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102860>.
18. Zhang D., Wu P., Wu C. The role of key online reviews in affecting online hotel booking: An empirical investigation. Industrial Management & Data Systems. 2022. Vol. 122, No. 2. P. 499–520. <https://doi.org/10.1108/IMDS-06-2021-0355>.
19. Manes E., Tchetchik A. The role of electronic word of mouth in reducing information asymmetry: An empirical investigation of online hotel booking. Journal of Business Research. 2018. Vol. 85. P. 185–196. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.019>.
20. Law C. H. R., Wong R. Analysing room rates and terms and conditions for the online booking of hotel rooms. Asia Pacific Journal of Tourism Research. 2010. Vol. 15, No. 1. P. 43–56. <https://doi.org/10.1080/10941660903310102>.
21. Park S., Yin Y., Son B.-G. Understanding of online hotel booking process: A multiple method approach. Journal of Vacation Marketing. 2018. Vol. 24, No. 3. P. 334–348. <https://doi.org/10.1177/1356766718778879>.
22. Masiero L., Nicolau J. L. Choice behaviour in online hotel booking. Tourism Economics. 2016. Vol. 22, No. 3. P. 671–678. <https://doi.org/10.5367/te.2015.0464>.
23. Martin-Fuentes E., Mellinas J. P. Hotels that most rely on Booking.com: Online travel agencies (OTAs) and hotel distribution channels. Tourism Review. 2018. Vol. 73, No. 4. P. 465–479. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2017-0201>.
24. Martinez-De-Pison E., Fernandez-Ceniceros J., Pernia-Espinoza A. V., Martinez-De-Pison F. J., Sanz-Garcia A. Hotel reservation forecasting using flexible soft computing techniques: A case study of a Spanish hotel. International Journal of Information Technology & Decision Making. 2016. Vol. 15, No. 5. P. 1211–1234. <https://doi.org/10.1142/S0219622016500309>.
25. Amin D., Mahomed A. S. B., Ab Aziz Y. B., Hashim H. B. Examining the impact of visual presentations and online reviews on hotel booking intentions. Tourism and Hospitality Research. 2021. Vol. 21, No. 4. P. 458–472. <https://doi.org/10.1177/14673584211021900>.

Внесок авторів: всі автори зробили рівний внесок у цю роботу.

Конфлікт інтересів: автори повідомляють про відсутність конфлікту інтересів.

Стаття надійшла до редакції 15.12.2025

Стаття рекомендована до друку 06.02.2026

Статтю опубліковано 30.05.2026

При підготовці даної статті інструменти штучного інтелекту авторами не використовувалися.

Oksana Nykyha, Doctor of Philosophy (Tourism), Senior Lecturer of Tourism Department, Lviv Ivan Bobersky State University of Physical Culture, 11, Kostyushka Str., Lviv, Ukraine, 79007, e-mail: nykyha1993@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3492-7475>

Solomiia Moroz, Doctor of Philosophy (Tourism), Lecturer of Tourism Department, Lviv Ivan Bobersky State University of Physical Culture, 11, Kostyushka Str., Lviv, Ukraine, 79007, e-mail: m.solomiya22@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4742-6984>

Liliya Gula, Senior Lecturer of Tourism Department, Lviv Ivan Bobersky State University of Physical Culture, 11, Kostyushka Str., Lviv, Ukraine, 79007, e-mail: kalimonlilia@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-5270-2066>

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN RESERVATION SYSTEMS AND THEIR IMPACT ON QUALITY STANDARDS OF TOURIST SERVICES

The article explores the role of innovative technologies in the transformation of reservation systems and their impact on shaping quality standards in tourism services. The essence of innovations in tourism, their importance for business competitiveness, and their contribution to the socio-economic development of regions are revealed. The evolution of booking systems from traditional methods to global distribution systems (GDS), as well as local and corporate platforms, is presented. The strategic significance of reservation systems for optimizing business processes, expanding sales markets, improving customer service, and supporting managerial decision-making is emphasized. Particular attention is paid to innovative technologies that most actively influence service quality: mobile applications, artificial intelligence, blockchain, and chatbots. It is noted that AI reduces booking errors and provides personalized recommendations, aligning with the principles of ISO9001. Blockchain ensures transparency and security of transactions, while smart contracts protect customer rights, which corresponds to ISO18513. Mobile applications and chatbots guarantee multilingual support, 24/7 accessibility, and service flexibility for international users. The Ukrainian context of innovative practices (Tickets.ua, JoinUP! Digital, Uklon, Booking365) and implementation challenges such as cybersecurity risks, dependence on global platforms, and digital inequality is also highlighted. It is argued that innovative technologies directly influence the quality of tourism services by increasing accuracy, speed, and transparency of processes. The study concludes that digitalization and the implementation of innovations in reservation systems are crucial for the integration of Ukrainian tourism enterprises into the global economic space and for building customer trust.

Keywords: reservation systems, innovative technologies, quality of tourist services, service, artificial intelligence, digitalization of tourism.

REFERENCES

1. Holod, A. P. (2017). *Security of regional tourism systems: Theory, methodology and problems of assurance*. Lviv State University of Physical Culture. (in Ukrainian)
2. Vlashchenko, N. M., & Tonkoshkur, M. V. (2022). *Innovative technologies in tourism: A textbook*. O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv. (in Ukrainian)
3. State Statistics Service of Ukraine. (n.d.). *State Statistics Service of Ukraine*. <https://ukrstat.gov.ua/> (in Ukrainian)
4. Dzhyndzhoian, V. V., Teslenko, T. V., & Horb, K. M. (2022). *Innovative technologies in tourism and hospitality: A textbook*. Karavela. (in Ukrainian)
5. Kyfiak, V., & Kyfiak, O. (2020). Digitalization of tourism destination development processes in the western Ukrainian border regions. *Visnyk of Economics*, 2, 162–173. <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.02.162> (in Ukrainian)
6. Nykyha, O. (2024). *Innovative development of gastronomic tourism in the region: A monograph*. Lviv State University of Physical Culture. (in Ukrainian)
7. Nykyha, O. V., Moroz, S. R., & Zhurylo, M. A. (2025). Features of reservation systems in tourism. *Economy and Society*, 78. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal> (in Ukrainian) <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-78-2>
8. Osmiorkina, N. M. (n.d.). *Features of innovations in the development of the tourism industry in Ukraine*. https://tourlib.net/statti_ukr/osmiorkina.htm (in Ukrainian)
9. Statista. (n.d.). *Online travel booking worldwide: Statistics & facts*. <https://www.statista.com/aboutus/>
10. World Tourism Organization. (n.d.). *Tourism statistics*. <https://www.unwto.org/>
11. Tran-Thi-My, L., Kim, M. J., Yoon, J. H., & So, K. K. F. (2025). How do tourists perceive digitized hotel reservations? Theories of behavioral reasoning and innovation resistance with UTAUT2. *International Journal of Hospitality Management*, 131, Article 104324. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104324>
12. Tao, M., Nawaz, M. Z., Nawaz, S., Butt, A. H., & Ahmad, H. (2018). Users' acceptance of innovative mobile hotel booking trends: UK vs. PRC. *Information Technology & Tourism*, 20(1–4), 9–36. <https://doi.org/10.1007/s40558-018-0123-x>
13. Wang, Y. S., Li, H. T., Li, C. R., & Zhang, D. Z. (2016). Factors affecting hotels' adoption of mobile reservation systems: A technology-organization-environment framework. *Tourism Management*, 53, 163–172. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.021>

14. Murphy, H. C., Chen, M. M., & Cossutta, M. (2016). An investigation of multiple devices and information sources used in the hotel booking process. *Tourism Management*, 52, 44–51. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.004>
15. Boto-García, D., Zapico, E., Escalonilla, M., & Baños Pino, J. F. (2021). Tourists' preferences for hotel booking. *International Journal of Hospitality Management*, 92, Article 102726. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102726>
16. Salameh, A. A., Al Mamun, A., Hayat, N., & Ali, M. H. (2022). Modelling the significance of website quality and online reviews to predict the intention and usage of online hotel booking platforms. *Heliyon*, 8(9), Article e10735. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10735>
17. Zeng, G., Cao, X., Lin, Z., & Xiao, S. H. (2020). When online reviews meet virtual reality: Effects on consumer hotel booking. *Annals of Tourism Research*, 81, Article 102860. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102860>
18. Zhang, D., Wu, P., & Wu, C. (2022). The role of key online reviews in affecting online hotel booking: An empirical investigation. *Industrial Management & Data Systems*, 122(2), 499–520. <https://doi.org/10.1108/IMDS-06-2021-0355>
19. Manes, E., & Tchetchik, A. (2018). The role of electronic word of mouth in reducing information asymmetry: An empirical investigation of online hotel booking. *Journal of Business Research*, 85, 185–196. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.019>
20. Law, C. H. R., & Wong, R. (2010). Analysing room rates and terms and conditions for the online booking of hotel rooms. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(1), 43–56. <https://doi.org/10.1080/10941660903310102>
21. Park, S., Yin, Y., & Son, B.-G. (2018). Understanding of online hotel booking process: A multiple method approach. *Journal of Vacation Marketing*, 24(3), 334–348. <https://doi.org/10.1177/1356766718778879>
22. Masiero, L., & Nicolau, J. L. (2016). Choice behaviour in online hotel booking. *Tourism Economics*, 22(3), 671–678. <https://doi.org/10.5367/te.2015.0464>
23. Martin-Fuentes, E., & Mellinas, J. P. (2018). Hotels that most rely on Booking.com: Online travel agencies (OTAs) and hotel distribution channels. *Tourism Review*, 73(4), 465–479. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2017-0201>
24. Martinez-De-Pison, E., Fernandez-Ceniceros, J., Pernia-Espinoza, A. V., Martinez-De-Pison, F. J., & Sanz-Garcia, A. (2016). Hotel reservation forecasting using flexible soft computing techniques: A case study of a Spanish hotel. *International Journal of Information Technology and Decision Making*, 15(5), 1211–1234. <https://doi.org/10.1142/S0219622016500309>
25. Amin, D., Mahomed, A. S. B., Ab Aziz, Y. B., & Hashim, H. B. (2021). Examining the impact of visual presentations and online reviews on hotel booking intentions. *Tourism and Hospitality Research*, 21(4), 458–472. <https://doi.org/10.1177/14673584211021900>

Authors Contribution: All authors have contributed equally to this work.

Conflict of Interest: The authors declare no conflict of interest.

The article was received by the editors 15.12.2025

The article is recommended for printing 06.02.2026

The article was published 30.05.2026

No artificial intelligence tools were used by the authors during the preparation of this article.