

УДК 338.48:004.9:656.7

JEL Classification: L83, Z32, O33

DOI: 10.31713/ve120268

Коротун С. І.¹

кандидат географічних наук, доцент

ORCID ID: 0000-0002-3377-5780

E-mail: s.i.korotun@nuwm.edu.ua

Скорина Т. М.¹

кандидат економічних наук

ORCID ID: 0000-0002-2179-9814

E-mail: t.m.skoryn@nuwm.edu.ua

Зубик Я. Я.¹

старший викладач

ORCID ID: 0000-0002-8318-5009

E-mail: j.j.zubyk@nuwm.edu.ua

*¹Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне,
Україна*

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АВІАЦІЙНИХ СПЛУЧЕНЬ В СТРУКТУРІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

У статті досліджено особливості використання інформаційних систем бронювання авіаквитків при організації туристичних подорожей в умовах цифровізації туристичного ринку та трансформації споживчої поведінки туристів. Розкрито еволюцію глобальних дистрибутивних систем, онлайн-туристичних агентств та метапошукових платформ як ключових інструментів забезпечення доступності авіаперевезень. Проаналізовано сучасні тенденції впровадження штучного інтелекту в системи бронювання авіаквитків на прикладі сервісів Google Flights та інших цифрових рішень. Визначено переваги та обмеження використання інформаційних систем бронювання для туристичних підприємств і споживачів туристичних послуг. Обґрунтовано доцільність інтеграції авіаквитків з іншими складовими туристичного продукту з метою підвищення ефективності організації туристичних подорожей. Сформульовано практичні рекомендації щодо оптимізації використання інформаційних систем бронювання авіаперевезень у діяльності туристичних підприємств.

Ключові слова: інформаційні системи бронювання; авіаквитки; туристичні подорожі; GDS; онлайн-бронювання; штучний інтелект; туристичний ринок.

Постановка проблеми. Цифровізація туристичного ринку зумовлює глибоку трансформацію процесів планування, організації та реалізації туристичних подорожей. Однією з ключових складових туристичного продукту є авіап перевезення, ефективність організації яких безпосередньо залежить від рівня використання інформаційних систем бронювання авіаквитків. Перехід від традиційних агентських моделей продажу до електронних платформ і глобальних дистрибутивних систем забезпечив туристам оперативний доступ до інформації про маршрути, тарифи та наявність місць у режимі реального часу [7].

Для України актуальність проблеми посилюється необхідністю інтеграції національного туристичного ринку у світовий простір, підвищенням вимог споживачів до якості сервісу, зростанням конкуренції між туристичними підприємствами та саме головне, російсько-українською війною, яка повністю обмежила авіап перевезення з території нашої країни. Використання сучасних інформаційних систем бронювання авіаквитків стає важливим чинником конкурентоспроможності туроператорів і турагентів, оскільки дозволяє оптимізувати витрати, скорочувати час обслуговування клієнтів і формувати комплексні туристичні пропозиції [2] враховуючи авіап перевезення з території інших країн.

Водночас цифровізація породжує низку проблем, зокрема фрагментацію інформаційних ресурсів, складність інтеграції різних систем, залежність від глобальних ІТ-платформ і недостатній рівень цифрових компетентностей персоналу. Додатковим викликом є активне впровадження інструментів штучного інтелекту, які змінюють традиційні підходи до пошуку та бронювання авіаквитків і потребують наукового осмислення в контексті туристичної діяльності [5].

Аналіз останніх досліджень. Проблематика використання інформаційних систем бронювання у сфері туризму широко представлена у працях вітчизняних і зарубіжних науковців. Дослідження зосереджуються на ролі глобальних дистрибутивних систем як основи цифрової інфраструктури туристичного ринку, їх впливі на автоматизацію бронювання та інтеграцію транспортних і супутніх туристичних послуг [1].

Окремий напрям становлять праці, присвячені діяльності онлайн-туристичних агентств і метапошукових систем, які трансформують споживчу поведінку туристів і процес прийняття рішень щодо купівлі авіаквитків. У сучасних публікаціях

наголошується на підвищенні прозорості ціноутворення та посиленні конкуренції завдяки цифровим платформам [3].

Значну увагу в останні роки приділено впровадженню штучного інтелекту в туристичні інформаційні системи. Дослідники відзначають потенціал AI-рішень у персоналізації пропозицій, прогнозуванні попиту та оптимізації маршрутів [4]. Разом із тим питання адаптації таких технологій до умов українського туристичного ринку потребують подальшого аналізу.

Метою дослідження є визначення особливостей використання інформаційних систем бронювання авіаквитків при організації туристичних подорожей, визначення їх ролі у формуванні туристичного продукту та обґрунтування напрямів підвищення ефективності їх застосування в умовах цифровізації туристичного ринку.

Виклад основного матеріалу. Інформаційні системи бронювання авіаквитків у сучасних умовах є ключовим елементом цифрової інфраструктури туристичного ринку, що забезпечує функціонування та розвиток туристичної діяльності в умовах глобалізації та цифрової трансформації. Вони виконують роль технологічного посередника між авіакомпаніями, туристичними підприємствами та кінцевими споживачами туристичних послуг, забезпечуючи доступ до актуальної інформації про авіарейси, тарифи, наявність місць і додаткові сервіси [7]. Саме завдяки інформаційним системам бронювання відбувається інтеграція транспортної складової у туристичний продукт, що підвищує ефективність організації туристичних подорожей.

Розвиток інформаційних систем бронювання авіаквитків тісно пов'язаний із еволюцією глобальних дистрибутивних систем (Global Distribution Systems – GDS). Первісно GDS створювалися для автоматизації внутрішніх операцій авіакомпаній, однак згодом вони трансформувалися у багатофункціональні платформи, що об'єднують інформацію про авіаперевезення, готельні послуги, оренду транспорту та інші елементи туристичного продукту. Сучасні системи Amadeus, Sabre та Travelport забезпечують туристичним підприємствам доступ до глобального ринку авіаперевезень і створюють умови для формування складних туристичних маршрутів [1]. Для українських туроператорів використання GDS є важливою передумовою інтеграції у міжнародний туристичний простір та підвищення конкурентоспроможності.



Поряд із глобальними дистрибутивними системами значного поширення набули онлайн-туристичні агентства (Online Travel Agencies – ОТА), які орієнтовані безпосередньо на кінцевого споживача туристичних послуг. ОТА забезпечують можливість самостійного бронювання авіаквитків у режимі реального часу, порівняння тарифів різних авіакомпаній та вибору оптимальних умов подорожі. Розвиток онлайн-туристичних агентств суттєво вплинув на трансформацію споживчої поведінки туристів, які дедалі частіше віддають перевагу індивідуальному плануванню подорожей замість придбання стандартних туристичних пакетів [3]. Для туристичного ринку України це означає зростання ролі цифрових каналів продажу та необхідність адаптації діяльності туристичних підприємств до нових моделей взаємодії зі споживачами.

Окреме місце серед інформаційних систем бронювання авіаквитків займають метапошукові платформи, які не здійснюють прямого продажу квитків, але забезпечують агрегацію та порівняння пропозицій з різних джерел. Такі сервіси дозволяють туристам швидко аналізувати доступні маршрути, дати подорожей і цінові варіанти, що підвищує прозорість ринку авіаперевезень. Прикладом сучасної метапошукової платформи є Google Flights, який використовує аналітичні алгоритми для прогнозування змін тарифів і формування рекомендацій щодо оптимального часу придбання авіаквитків [4]. Використання подібних сервісів сприяє раціоналізації туристичного попиту та зменшенню інформаційної асиметрії між постачальниками і споживачами туристичних послуг.

Суттєвим чинником розвитку інформаційних систем бронювання авіаквитків є впровадження інструментів штучного інтелекту. AI-технології застосовуються для аналізу великих масивів даних про поведінку користувачів, прогнозування попиту на авіаперевезення, оптимізації ціноутворення та персоналізації туристичних пропозицій. Алгоритмічне ціноутворення дозволяє авіакомпаніям і туристичним платформам гнучко реагувати на зміну ринкової кон'юнктури, а туристам – отримувати більш вигідні пропозиції [5]. Для туристичних підприємств України впровадження AI-рішень відкриває можливості підвищення ефективності формування туристичних продуктів і покращення якості обслуговування клієнтів.

Застосування інформаційних систем бронювання авіаквитків істотно впливає на структуру туристичного продукту. Авіаперевезення перестають бути ізольованою послугою та

інтегруються з іншими складовими туристичної пропозиції, зокрема з розміщенням, трансфером, страхуванням і додатковими сервісами. Така інтеграція забезпечує можливість створення комплексних туристичних пакетів, орієнтованих на індивідуальні потреби туристів, і сприяє підвищенню загальної привабливості туристичних подорожей [2]. Інформаційні системи бронювання виступають у цьому процесі інструментом координації та оптимізації взаємодії між різними постачальниками туристичних послуг.

Важливою особливістю використання інформаційних систем бронювання авіаквитків в Україні є їх функціонування в умовах воєнних викликів. Обмеження авіасполучення та зміни транспортної доступності зумовлюють необхідність планування альтернативних маршрутів через аеропорти сусідніх країн. У таких умовах цифрові системи бронювання набувають стратегічного значення, оскільки дозволяють туристичним підприємствам оперативно адаптувати туристичні пропозиції до змін ринкового середовища та забезпечувати мобільність туристів [6]. Аналіз даних про бронювання стає важливим інструментом управління туристичними потоками та мінімізації ризиків.

Інформаційні системи бронювання авіаквитків також відіграють важливу роль у ланцюгу створення туристичної цінності. Вони забезпечують взаємозв'язок між авіакомпаніями, туристичними агентствами, туроператорами та кінцевими споживачами, впливаючи на формування вартості туристичного продукту, рівень сервісу та задоволеність туристів. Онлайн-туристичні агентства й метапошукові платформи скорочують кількість посередників, знижують трансакційні витрати та підвищують прозорість ринку, що сприяє зростанню ефективності туристичної діяльності [3].

Разом із тим зростає залежність туристичних підприємств від глобальних цифрових платформ, що може обмежувати їх автономію та впливати на формування власної цінової політики. У цьому контексті важливого значення набуває розвиток цифрових компетентностей персоналу туристичних підприємств і впровадження інтегрованих інформаційних середовищ, які дозволяють поєднувати дані з різних систем бронювання та використовувати їх для стратегічного планування [7; 5]. Ефективне використання аналітичних можливостей інформаційних систем бронювання сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних підприємств і сталому розвитку туристичного ринку України.

Інформаційні системи бронювання авіаквитків є не лише технологічним інструментом, але й важливим елементом економічного механізму організації туристичних подорожей. Їх використання забезпечує інтеграцію транспортної складової у туристичний продукт, оптимізацію операційної діяльності туристичних підприємств і підвищення якості туристичного обслуговування. В умовах цифровізації та глобальних викликів подальший розвиток інформаційних систем бронювання авіаквитків є ключовою передумовою ефективної організації туристичних подорожей в Україні [2; 6].

Інформаційні системи бронювання авіаквитків є ключовим елементом цифрової інфраструктури туристичного ринку. Залежно від функціонального призначення та кола користувачів у туристичній діяльності застосовуються глобальні дистрибутивні системи, онлайн-туристичні агентства та метапошукові платформи, характеристику яких узагальнено в табл. 1.

Таблица 1

Порівняльна характеристика основних типів інформаційних систем бронювання авіаквитків

Тип системи	Основні функції	Користувачі	Переваги	Обмеження
GDS (Amadeus, Sabre, Travelport)	Бронювання рейсів, тарифів	Туроператори, агенти	Глобальне покриття	Висока вартість підключення
OTA (Booking, Expedia)	Онлайн-бронювання	Туристи	Зручність, доступність, прозорість цін	Обмежені можливості для складних турів
Метапошукові системи (Google Flights)	Порівняння тарифів	Туристи	Аналітика, швидкість, персоналізація	Відсутність прямого продажу (бронювання)

Функціональні можливості інформаційних систем бронювання авіаквитків для туристичних підприємств охоплюють автоматизацію операцій, аналітичну підтримку управлінських рішень та персоналізацію туристичних пропозицій представлені в табл. 2.

Таблиця 2

Функціональні можливості інформаційних систем бронювання авіаквитків

Функція	Опис	Ефект
Автоматизація	Швидке бронювання	Скорочення часу
Аналітика	Аналіз попиту	Оптимізація рішень
Персоналізація	Індивідуальні пропозиції	Зростання лояльності

Використання інформаційних систем бронювання авіаквитків забезпечує інтеграцію авіап перевезень з іншими складовими туристичного продукту, зокрема розміщенням і додатковими послугами, що схематично показано на рис. 1.



Рис. 1. Місце інформаційних систем при бронюванні авіаквитків у структурі туристичного продукту

Напрямом сучасного розвитку інформаційних систем бронювання є впровадження інструментів штучного інтелекту, які впливають на аналіз попиту, прогнозування цін та персоналізацію туристичних пропозицій (рис. 2).



Рис. 2. Варіант процесу визначення штучним інтелектом порядку бронювання авіаквитків

Важливим аспектом використання інформаційних систем бронювання авіаквитків є їх вплив на організацію бізнес-процесів туристичних підприємств. Цифрові платформи бронювання дозволяють автоматизувати значну частину операцій, пов'язаних із підбором авіарейсів, розрахунком вартості подорожі та формуванням

туристичних пакетів. Це знижує навантаження на персонал, мінімізує ймовірність помилок і скорочує час обслуговування клієнтів [7]. Для туристичних підприємств України така автоматизація є особливо важливою в умовах військового стану та обмежених ресурсів.

Інформаційні системи бронювання авіаквитків також сприяють розвитку аналітичних підходів у діяльності туристичних підприємств. Дані про бронювання, попит на певні напрямки, сезонні коливання та поведінку клієнтів можуть використовуватися для прогнозування туристичних потоків і планування маркетингових стратегій. Використання таких даних дозволяє туристичним підприємствам адаптувати свої пропозиції до реальних потреб ринку, оптимізувати ціни та підвищувати ефективність продажів [6]. У цьому контексті інформаційні системи бронювання перетворюються з операційного інструменту на джерело стратегічної інформації.

Значний вплив інформаційних систем бронювання авіаквитків простежується і в трансформації взаємовідносин між туристичними агентствами та туроператорами. Якщо раніше агентства виконували переважно посередницьку функцію, то сьогодні вони дедалі частіше виступають як консультанти з організації подорожей, використовуючи цифрові системи для створення індивідуалізованих туристичних маршрутів. Інформаційні системи бронювання дозволяють агентствам швидко комбінувати авіап перевезення з іншими складовими туристичного продукту, формуючи комплексні пропозиції для клієнтів [2].

Особливу увагу слід приділити впливу інформаційних систем бронювання авіаквитків на формування цінової політики туристичних підприємств. Алгоритмічне ціноутворення, що застосовується в сучасних системах бронювання, ґрунтується на аналізі попиту, сезонності, завантаженості рейсів і поведінки споживачів. Це призводить до динамічної зміни цін і потребує від туристичних підприємств гнучкості у формуванні туристичних пакетів [5]. Для українського туристичного ринку така практика є відносно новою, однак вона поступово стає стандартом у сфері авіап перевезень.

Інформаційні системи бронювання авіаквитків відіграють важливу роль, для українських споживачів, у розвитку зовнішнього туризму. Завдяки цифровим платформам туристи отримують доступ до інформації про авіарейси в режимі реального часу, що сприяє зростанню мобільності та популяризації нових туристичних напрямків. Для України це створює передумови для активізації

туристичних потоків в країни, які раніше були менш доступними з точки зору транспортного сполучення [7; 6].

У контексті воєнних реалій інформаційні системи бронювання авіаквитків набувають додаткового значення як інструмент забезпечення гнучкості туристичних подорожей. Можливість оперативної зміни маршрутів, повернення квитків або перебронювання рейсів є критично важливою для туристів і туристичних підприємств. Цифрові системи дозволяють мінімізувати ризики, пов'язані з нестабільністю транспортної інфраструктури, та забезпечують більшу адаптивність туристичного бізнесу [6].

Інтеграція інформаційних систем бронювання авіаквитків з іншими цифровими сервісами є ще одним важливим напрямом їх розвитку. Поєднання систем бронювання з CRM-системами, платформами управління взаємовідносинами з клієнтами та аналітичними інструментами дозволяє туристичним підприємствам формувати цілісну цифрову екосистему. Така інтеграція сприяє підвищенню якості обслуговування, персоналізації туристичних пропозицій і довгостроковому утриманню клієнтів [3].

При позитивних аспектах використання інформаційних систем бронювання авіаквитків існують і певні ризики. Залежність від глобальних цифрових платформ може призводити до зростання комісійних витрат та обмеження впливу туристичних підприємств на власну цінову політику. Крім того, питання кібербезпеки та захисту персональних даних клієнтів набувають особливої актуальності в умовах цифровізації туристичного ринку [5]. Це вимагає від туристичних підприємств України впровадження відповідних заходів безпеки та дотримання міжнародних стандартів захисту інформації.

Таким чином, інформаційні системи бронювання авіаквитків є багатофункціональним інструментом, що впливає на всі етапи організації туристичних подорожей – від планування маршруту до післяпродажного обслуговування туристів. Їх ефективне використання сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних підприємств, розвитку туристичного ринку та інтеграції України у світову туристичну систему. Подальший розвиток цих систем, з урахуванням цифрових технологій і штучного інтелекту, є ключовим чинником сталого розвитку туристичної галузі України [2; 1; 4].

Подальший розвиток інформаційних систем бронювання авіаквитків тісно пов'язаний із цифровою трансформацією

туристичних підприємств і переходом до платформної моделі ведення бізнесу. У сучасних, військових умовах України, умовах інформаційні системи бронювання виконують функцію не лише каналу продажу авіап перевезень, але й інструменту управління клієнтським досвідом. Завдяки інтеграції з цифровими комунікаційними каналами туристичні підприємства отримують можливість супроводжувати туриста на всіх етапах подорожі – від первинного пошуку інформації до післятуристичного зворотного зв'язку [3].

Використання інформаційних систем бронювання авіаквитків сприяє підвищенню рівня персоналізації туристичних послуг. На основі аналізу історії бронювань, частоти подорожей, уподобань щодо маршрутів і класу обслуговування формується індивідуалізована пропозиція для кожного клієнта. Такий підхід дозволяє туристичним підприємствам підвищувати лояльність туристів, збільшувати повторні продажі та формувати довгострокові відносини зі споживачами туристичних послуг [5]. Для українського туристичного ринку персоналізація стає важливим чинником відновлення попиту в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Інформаційні системи бронювання авіаквитків мають значний вплив і на маркетингову діяльність туристичних підприємств. Дані про пошукові запити, незавершені бронювання та поведінку користувачів можуть використовуватися для таргетованої реклами та формування спеціальних пропозицій. Це дозволяє більш ефективно використовувати маркетингові бюджети та підвищувати результативність рекламних кампаній [6]. У поєднанні з інструментами аналітики такі системи стають важливим елементом цифрового маркетингу в туризмі.

З точки зору управління ризиками інформаційні системи бронювання авіаквитків забезпечують туристичним підприємствам додаткові інструменти контролю. Можливість відстеження змін у розкладах рейсів, умовах перевезення та тарифній політиці авіакомпаній дозволяє оперативно реагувати на нестандартні ситуації та мінімізувати негативні наслідки для туристів. В умовах воєнних і післявоєнних викликів така функціональність є критично важливою для забезпечення безпеки та стабільності туристичних подорожей [7; 6].

Важливим аспектом використання інформаційних систем бронювання авіаквитків є їх вплив на конкурентне середовище туристичного ринку. Цифрові платформи знижують бар'єри входу на

ринок, дозволяючи малим туристичним підприємствам отримувати доступ до глобальних авіаційних ресурсів. Водночас посилюється конкуренція між традиційними турагентствами та онлайн-сервісами, що стимулює підвищення якості туристичних послуг і впровадження інновацій [1]. Для українських туристичних підприємств це створює необхідність постійного вдосконалення бізнес-моделей і розвитку цифрових компетентностей.

Інформаційні системи бронювання авіаквитків слід розглядати як комплексний інструмент управління туристичною діяльністю, що поєднує операційні, аналітичні та стратегічні функції. Їх ефективне використання забезпечує оптимізацію процесів організації туристичних подорожей, підвищення якості туристичного продукту та посилення позицій туристичних підприємств на ринку. У перспективі подальше вдосконалення інформаційних систем бронювання, з урахуванням розвитку штучного інтелекту та платформних рішень, сприятиме сталому розвитку туристичної галузі України та її інтеграції у світовий туристичний простір [2; 4].

Висновок. У результаті дослідження встановлено, що інформаційні системи бронювання авіаквитків є невід'ємною складовою сучасної організації туристичних подорожей в Україні. Їх використання сприяє підвищенню ефективності діяльності туристичних підприємств, оптимізації витрат і покращенню якості туристичного обслуговування. Впровадження інструментів штучного інтелекту розширює можливості персоналізації туристичних продуктів і підвищує конкурентоспроможність туристичного ринку України. Перспективами подальших досліджень є аналіз впливу AI-агентів і глобальних цифрових платформ на розвиток туристичного бізнесу та формування стійких туристичних маршрутів.

1. Amadeus. Global Distribution Systems and tourism industry. 2022. URL: <https://amadeus.com/en/travel-glossary/gds>
2. Buhalis D. Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism. *Tourism Review*. 2020. URL: <https://cutt.ly/ltkr27Qs>
3. Expedia Group. Consumer travel trends. 2023. URL: <https://www.expedia.com/see/2023traveltrends-expedia>
4. Google. Flight Deals: AI-powered travel search. 2024. URL: <https://cutt.ly/itkr9aWT>
5. McKinsey & Company. Artificial intelligence in travel industry. 2024. URL: <https://cutt.ly/dtkr9Opf>
6. OECD. Tourism trends and policies in the digital economy. Paris: OECD Publishing, 2022. URL: <https://cutt.ly/9tlTSSPe>
7. UNWTO. Digital transformation in tourism. Madrid, 2021. URL: <https://cutt.ly/ztlTAue3>



REFERENCES:

1. Amadeus. Global Distribution Systems and tourism industry. 2022. URL: <https://amadeus.com/en/travel-glossary/gds>
 2. Buhalis D. Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism. Tourism Review. 2020. URL: <https://cutt.ly/ltkr27Qs>
 3. Expedia Group. Consumer travel trends. 2023. URL : <https://www.expedia.com/see/2023traveltrends-expedia>
 4. Google. Flight Deals: AI-powered travel search. 2024. URL: <https://cutt.ly/itkr9aWT>
 5. McKinsey & Company. Artificial intelligence in travel industry. 2024. URL: <https://cutt.ly/dtkr9Opf>
 6. OECD. Tourism trends and policies in the digital economy. Paris: OECD Publishing, 2022. URL: <https://cutt.ly/9tlTSSPe>
 7. UNWTO. Digital transformation in tourism. Madrid, 2021. URL: <https://cutt.ly/ztlTAue3>
-

Korotun S. I.¹

Ph.D., Associate Professor
ORCID ID: 0000-0002-3377-5780
E-mail: s.i.korotun@nuwm.edu.ua

Skoryna T. M.¹

Ph.D.
ORCID ID: 0000-0002-2179-9814
E-mail: t.m.skoryn@nuwm.edu.ua

Zubik Y. Y.¹

Senior Lecturer
ORCID ID: 0000-0002-8318-5009
E-mail: j.j.zubyk@nuwm.edu.ua

¹*National University of water and environmental engineering, Rivne, Ukraine*

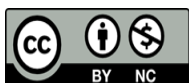
INFORMATION SUPPORT FOR AIR CONNECTIONS IN THE STRUCTURE OF TOURISM PRODUCT FORMATION

The article examines the use of airline ticket booking information systems in the organization of tourist travel in Ukraine under conditions of tourism market digitalization and transformation of consumer behavior. The role of air transportation as a key component of the tourism product is substantiated, and the importance of modern digital booking tools for improving the efficiency of tourism activities is determined. The evolution of global distribution systems, online travel agencies and metasearch platforms is analyzed as the main channels for accessing airline services in international and domestic tourism markets. Special attention is paid to the implementation of artificial

intelligence tools in airline booking systems, particularly in demand forecasting, algorithmic pricing and personalization of travel offers. The impact of airline booking information systems on the formation of the tourism product structure is investigated, including the integration of air transportation with accommodation, transfer and additional services. The advantages and limitations of using digital booking systems for Ukrainian tourism enterprises are identified, especially in the context of wartime and post-war challenges that require flexible route planning and the use of alternative transport hubs. It is substantiated that the effective use of airline booking information systems contributes to the optimization of business processes of tourism enterprises, reduction of transaction costs, improvement of service quality and strengthening the competitiveness of the Ukrainian tourism market. The practical significance of the research lies in developing recommendations for improving digital competencies of tourism enterprise staff and implementing integrated information environments in the tourism sector.

Keywords: airline booking systems; air tickets; tourist travel; GDS; online booking; artificial intelligence; tourism market.

Отримано/Received: 14.03.2026
Прийнято до друку/Accepted: 19.03.2026
Опубліковано/Published: 27.03.2026



This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 License (<http://www.creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits use and distribution in any medium, provided the original work is properly cited and the use is non-commercial.

© 2026 The Author(s).