Львівський професійний коледж
готельно-туристичного та ресторанного сервісу

ЗАТВЕРДЖУЮ
Заступник директора з НМР
_____ Марія СКОРОБОГАТА
26 серпня 2025 р.

Методичні матеріали для проведення лабораторних занять з дисципліни «Інформаційні технології та програмні продукти в готельно-ресторанному бізнесі»

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітньо-професійний ступінь фаховий молодший бакалавр
Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

Підготував:
Викладач Степушин О.А.

Погоджено на засіданні циклової комісії викладачів професійно-теоретичної підготовки та майстрів виробничого навчання технологічного профілю
Протокол № 01 від 26 серпня 2025 р.

Голова циклової комісії _____ Ольга СУХАРИНА

Львів 2025

Лабораторна робота № 1

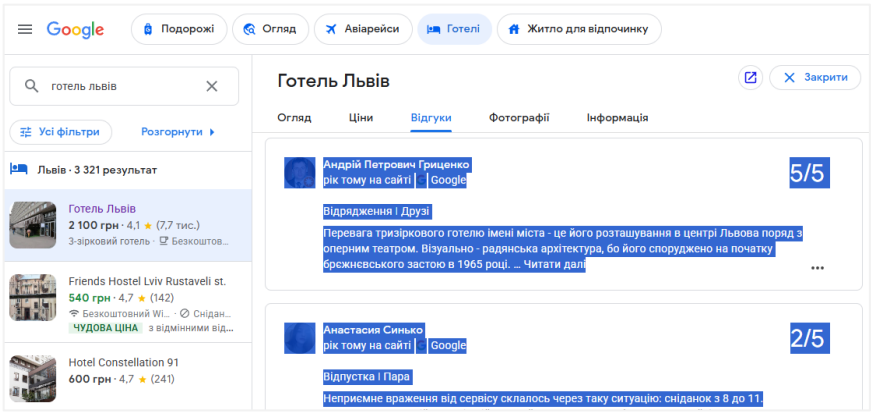
Тема: Використання штучного інтелекту для автоматизації в готельно-ресторанному бізнесі.
Мета: Сформувати практичні навички використання інструментів штучного інтелекту (ШІ) для автоматизації управлінських, сервісних та маркетингових процесів у закладах готельно-ресторанного господарства; навчитися генерувати професійний контент та аналізувати текстові документи для клієнтів за допомогою сучасних чат-ботів.

Завдання:

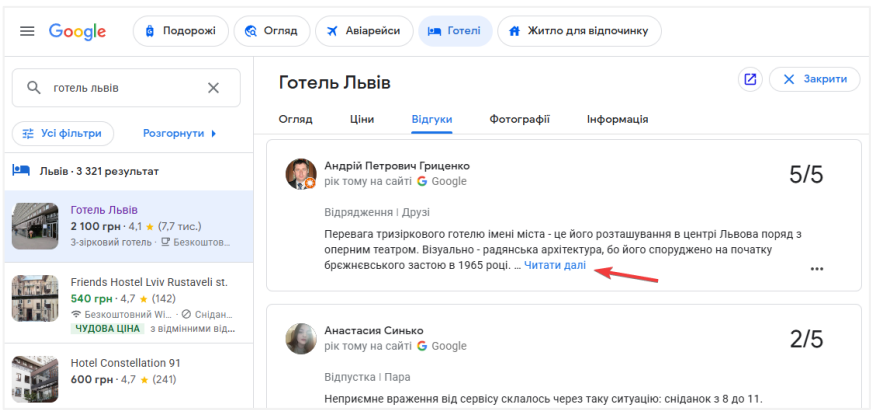
1. Ознайомтеся з теоретичними відомостями до лабораторної роботи.
2. Виберіть готель та скопіюйте відгуки на нього з пошуку Google.
3. Опрацюйте відгуки про готель за допомогою ШІ (chatgpt.com, gemini.google.com тощо). Виконайте:
    1. Очистку скопійованого тексту
    2. Групування відгуків за категоріями та пошук найбільш негативного відгуку
    3. Генерацію відповіді на найбільш негативний відгук
    4. Аналіз відгуків та виявлення недоліків
    5. Пошук шляхів усунення виявлених недоліків
4. Підготуйте звіт до лабораторної роботи.

Порядок виконання:

Перед початком виконання роботи підготуйте відгуки на готель. Виберіть готель, знайдіть його в пошуку Google та перейдіть до його відгуків. Скопіюйте близько 20 відгуків.



Перед копіюванням відгуків натисніть на посилання «Читати далі» для того щоб скопіювати повний текст.



Скопійований текст використайте для виконання наступних завдань:

1. **Очистка відгуків**.
   Використовуючи ШІ очистіть текст від усього зайвого (інформація про автора, інший текст, який не відноситься до відгуків) залишивши лише відгуки та оцінки клієнтів.
2. **Групування відгуків**.
   Використовуючи ШІ розділіть відгуки за категоріями (чистота, персонал, сніданок, шум, швидкість обслуговування, ціна тощо) та знайдіть найбільш негативний відгук.
3. **Написання відповідей.**
   Використовуючи ШІ напишіть відповідь на найбільш негативний відгук. Для створення промпту використовуйте формулу «Роль, Завдання, Контекст, Формат». Детально опишіть блок «Завдання». У блоці контекст надайте ШІ інформацію про готель, відгуки якого аналізуються.
4. **Виявлення недоліків.**
   Використовуючи ШІ проаналізуйте відгуки та складіть список основних недоліків, на які вказують клієнти. Попросіть навести приклад відгуків до кожного з недоліків. Для створення промпту використовуйте формулу «Роль, Завдання, Контекст, Формат».
5. **Пошук нових ідей.**
   Попросіть ШІ запропонувати шляхи усунення виявлених недоліків. Для створення промпту використовуйте формулу «Роль, Завдання, Контекст, Формат». Детально опишіть блоки Роль, Завдання, Контекст.

Запитання для самоконтролю

1. Що таке «промпт» у контексті роботи зі штучним інтелектом?
2. Які чотири складові елементи ідеальної формули промпта?
3. Як ШІ допомагає в роботі з великими обсягами інформації?
4. Що таке «галюцинації» ШІ?
5. Чому промпт варто сприймати як діалог, а не як разову дію?

Оформлення звіту

1. Структура звіту повинна включати наступні розділи: Тема, Мета, Завдання, Хід виконання роботи, Висновок.
2. В розділі «Хід виконання роботи» необхідно вказати промпти, які використовувались для виконання завдань, та додати скріншоти з відповідями, які надав ШІ.
3. В розділі «Висновки» описати, які навички було здобуто, з якими труднощами зіткнулися та як отримані знання можуть бути використані у професійній діяльності.

Посилання на вебресурси

1. Гайд зі створення ефективних промптів https://genius.space/lab/gemini-dlya-roboti-povnij-gajd-zi-stvorennya-efektivnih-promptiv/
2. Пишемо якісний промпт для ШІ: оригінальні ідеї та приклади https://osvitoria.media/experience/pyshemo-yakisnyj-promt-dlya-shi-oryginalni-ideyi-ta-pryklady/
3. Генеративний штучний інтелект https://uk.wikipedia.org/wiki/Генеративний_штучний_інтелект

Як створювати промпти

Щоб отримати якісний результат від штучного інтелекту, важливо вміти правильно сформулювати запит. У світі ШІ це називається «промпт» — фраза або інструкція, яка запускає процес генерації. Але насправді це більше, ніж просто питання. Це ваша коротка розмова з розумною машиною, яка вміє аналізувати, писати, шукати і підказувати.

Замість годин у звітах, десятків табличок і нарад ви можете отримати потрібні інсайти за кілька хвилин. Головне — знати, як правильно звертатися за допомогою до ШІ.

Хороший промпт не звучить як «напиши щось цікаве» чи «дай мені ідею». Це повинна бути конкретна та детальна інструкція. Ви не кажете: «зроби щось гарне». Ви пояснюєте мету, контекст, приклади. Наприклад:

Погано:

> *Підсумуй цей звіт*

Добре:

> *Ти — маркетинговий аналітик. Підсумуй ключові висновки звіту про зміну споживчих звичок серед покоління Z у Європі. Зроби акцент на інсайтах, які можуть вплинути на FMCG (Fast-Moving Consumer Goods) сегмент.*

Якісно сформульований промпт перетворює штучний інтелект на вашого персонального асистента, який завжди поруч. Він не втомлюється, не ставить зайвих питань і працює за лічені секунди. Це не про заміну людини — це про розширення ваших можливостей у кілька разів.

ШІ може дати вам:

- швидку відповідь на складне питання;
- альтернативний погляд;
- структуровану допомогу для підготовки стратегічного документа;
- потік нових ідей, коли ви втомились думати самі.

Щоб отримувати дійсно якісні результати, варто навчитися будувати промпти за простою, але дуже дієвою формулою. Вона складається з чотирьох блоків:

1. Роль (Persona)
2. Завдання (Task)
3. Контекст (Context)
4. Формат (Format)

Це не означає, що всі чотири блоки завжди обов’язкові для будь якого промпту. Але чим більше деталей ви даєте — тим точніше ШІ зрозуміє, чого ви очікуєте.

Цей підхід також допомагає самому краще усвідомити, чого ви насправді хочете. Бо часто проблема не в ШІ, а в тому, що ми самі не до кінця сформулювали думку. А ШІ вміє добре відповідати тільки тоді, коли запит логічно побудований.

Формула якісного промпта – Роль, Завдання, Контекст, Формат

1. Роль (Persona) — хто ви або ким є ШІ

Почніть із ролі. Уявіть, що ви даєте завдання фахівцю. Якщо хочете отримати відповідь у стилі копірайтера — так і напишіть. Якщо очікуєте точного аналізу — зверніться до нього як до дослідника або стратегічного консультанта.

Наприклад:

> *Ти стратег у компанії, яка виводить на ринок новий напій. Допоможи мені зібрати аргументи для презентації перед інвесторами.*

2. Завдання (Task) — що саме має зробити ШІ

Чітко опишіть дію: згенерувати, переказати, узагальнити, придумати, уточнити, адаптувати. Якщо можна, додайте дієслова: «напиши», «перетвори», «створи», «структуруй». Це значно підвищує якість відповіді.

Наприклад:

> *Згенеруй 5 варіантів меседжів для рекламної кампанії у соцмережах, орієнтованої на молодих батьків.*

3. Контекст (Context) — деталі, які формують суть

Без контексту ШІ вигадуватиме загальні ідеї, які можуть здаватися «штучними». Але варто додати кілька слів про цільову, проблематику, тренди — і ви отримаєте влучний, дотепний, реальний текст.

Приклад:

> *Рекламна кампанія має відповідати запиту «турбота без осуду». Продукт — натуральний крем для тіла для підлітків із чутливою шкірою. Тон — підтримувальний, сучасний, без нав'язливого експертного стилю.*

4. Формат (Format) — у якому вигляді потрібен результат

Це те, що часто забувають. Але саме уточнення формату допомагає отримати максимально придатну відповідь. Якщо вам потрібен список, просіть список. Якщо хочете структуру в стилі pitch-презентації — так і скажіть.

Приклад:

> *Подай відповідь у вигляді таблиці: Колонка 1 — меседж, колонка 2 — кому він підходить, колонка 3 — де його можна застосувати.*

Ці чотири елементи — ваш стратегічний компас у світі ШІ. З часом ви зможете міксувати їх інтуїтивно. Але на старті варто привчити себе до цієї структури, щоб кожна взаємодія з ШІ була максимально продуктивною.

Приклад промпту за формулою Роль, Завдання, Контекст, Формат

Промпт:

Ти SMM-спеціаліст у компанії, яка виводить на ринок новий напій.	Роль
Згенеруй 5 варіантів меседжів для рекламної кампанії у соцмережах, орієнтованої на молодь.	Завдання
Продукт – дієтичний напій без цукру. Тон - молодіжний, сучасний, без нав'язливого експертного стилю.	Контекст
Подай відповідь у вигляді таблиці: Колонка 1 – меседж, колонка 2 – опис картинки до повідомлення, колонка 3 – основні ключові слова.	Формат

Як покращити промпт

Писати промпти — це не технічна навичка, а спосіб мислити. І як будь-яку навичку, її можна вдосконалювати. Спершу ви формулюєте прості інструкції, а з часом починаєте бачити, як тон, структура або навіть одне слово можуть повністю змінити відповідь.

1. Пишіть так, ніби говорите з людиною

Не потрібно писати як в офіційному листі або технічному завданні. Краще уявіть, що ви пояснюєте колезі, що саме хочете отримати. Використовуйте звичайну мову, короткі абзаци, конкретику. ШІ розуміє «людські» формулювання краще, ніж канцелярську мову.

Було:

> *Напиши концепт рекламної кампанії.*

Стало:

> *Ми запускаємо лінійку засобів для догляду за шкірою для жінок після 35. Потрібні ідеї для реклами у Facebook, яка звучатиме щиро й підтримувально, без тиску на вікові зміни.*

2. Промпт — це діалог

Не чекайте, що все вийде з першої спроби. Іноді ви отримаєте відповідь, яка здається банальною або не до кінця точною. Це нормально. Просто спробуйте уточнити, звузити запит, додати приклад чи змінити тон. ШІ добре «працює над помилками», якщо ви знаєте, що хочете змінити.

Наприклад:

> *Добре, мені подобається стиль, але зроби цей текст менш формальним і ближчим до розмовної мови. І додай звернення на "ви", бо ми спілкуємося з аудиторією 30+.*

3. Надайте приклад очікуваного результату

Коли завдання є більш складним, надання прикладів може допомогти штучному інтелекту у створенні більш точних відповідей.

Приклади демонструють очікуваний формат, стиль або структуру результату. Включаючи їх у підказку, ви можете скерувати поведінку штучного інтелекту та допомогти йому краще зрозуміти бажаний результат.

4. Запросіть ШІ до розмови — нехай ставить вам питання

Іноді ви самі не до кінця розумієте, як сформулювати запит. У такому випадку ШІ може стати вашим коучем. Просто скажіть: «Постав мені кілька запитань, щоб я краще зрозумів, як сформулювати промпт». І він допоможе структурувати думку.

Це працює особливо добре у складних або абстрактних запитах. Наприклад, коли ви намагаєтесь описати нову нішу, з якою раніше не працювали. ШІ допомагає «розмотати клубок», просто через діалог.

5. Просіть варіанти з різними тонами і стилями

Одна з найсильніших сторін ШІ — здатність адаптувати той самий текст до різних стилістик. Це дуже зручно, якщо ви хочете побачити, як може звучати меседж у провокативному, формальному чи, наприклад, гейміфікованому тоні. Це дозволяє порівнювати, тестувати й обирати той стиль, який найкраще працює для вашої аудиторії.

Наприклад:

> *Ось базовий меседж: «Цей крем дбайливо захищає вашу шкіру». Зроби три варіанти — один у стилі luxury, другий у стилі дружньої поради, третій — з ноткою гумору. Додай підпис, який підсилить основну ідею.*

Типові сценарії використання ШІ

1. Розширення інформації, пошук нових ідей, брейншторм

Цей сценарій ідеальний для моментів, коли ви «застрягли». Вам потрібен свіжий погляд, нестандартний ракурс або просто варіанти, які можна обговорити з командою. Запит на розширення — це запрошення до брейншторму.

Приклад промпта:

> *Згенеруй 5 креативних ідей для запуску нового бренду безалкогольного напою серед покупців 25–35 років. Ми хочемо відійти від теми свят і піти в бік легкості, самовираження і смаку без прив'язки до алкоголю.*

2. Стискання інформації, визначення ключових моментів

Іноді на аналіз звіту просто немає часу. Або ви готуєтесь до наради, де потрібно говорити по суті. У таких випадках ШІ — це ваш особистий аналітик, який читає все за вас і видає лише ключові думки.

Вам не потрібно читати 60 сторінок, щоб дізнатися головне. Просто надайте файл або текст і попросіть ШІ знайти суть. Найкраще — одразу вказати, що саме вас цікавить, і в якому форматі дати відповідь.

Приклад промпта:

> *Прочитай цей звіт про поведінку користувачів у мобільних додатках у 2024 році й сформулюй 5 головних інсайтів для продуктової стратегії. Висновки мають бути короткими, чіткими й корисними для маркетолога.*

3. Перебір та видозмінення існуючих ідей

Вам сподобалась ідея, але хочеться побачити, як її можна адаптувати? Потрібно кілька різних формулювань для A/B тесту? Або хочете порівняти, як звучить меседж у різних тонах? Саме тоді працює перебір, який допомагає розкрутити одну думку в кілька напрямків.

Приклад промпта:

Ось рекламна фраза: «Усмішка, що говорить замість тисячі слів». Покажи 5 варіантів у різних стилях: емоційний, дотепний, формальний, молодіжний, провокаційний.

4. Доопрацювання, покращення існуючих ідей чи текстів

У цьому випадку ШІ — ваш редактор, критик і перфекціоніст. Він допомагає вдосконалити меседж, зробити його більш виразним або адаптувати під конкретну аудиторію. Якщо у вас є текст, але він «не чіпляє» — просто попросіть його переробити.

Приклад промпта:

Перепиши цей опис продукту так, щоб він звучав тепліше, емоційніше й був зрозумілий для людей, які не знають термінів: "Містить бакучіол — природну альтернативу ретинолу, що покращує структуру шкіри без подразнень."

5. Адаптація, переказ тексту «простими словами»

Ще один кейс — це коли ви маєте дуже технічний або академічний текст і вам потрібно пояснити його команді, клієнту чи собі. ШІ чудово справляється з таким завданням. Особливо якщо попросити його адаптувати мову.

Приклад промпта:

Уяви, що ти викладач, який вміє пояснювати складні речі просто. Поясни мені суть whitepaper від Google DeepMind про генеративні моделі так, ніби я студент першого курсу без технічної підготовки.

6. Конкурентний аналіз і зведення даних

ШІ може швидко зібрати дані з відкритих джерел, сформулювати основних гравців на ринку й навіть подати результат у таблиці. Усе, що вам потрібно — чітко вказати, що саме вас цікавить і які колонки повинні бути.

Приклад промпта:

Проведи базовий конкурентний аналіз ринку веганських снеків у Німеччині. Подай у вигляді таблиці: бренд / особливості продукту / канали продажу / позиціонування. Зроби коротке резюме по кожному гравцю.

Що таке галюцинації ШІ

Однією з особливостей генеративного ШІ є «галюцинації». ШІ не шукає правду, а надає найбільш імовірну відповідь на основі прикладів, на яких вона була навчена:

- вигадує факти, яких не існує
- надає некоректну статистику або посилання
- «уточнює» деталі, яких ви не просили

З першого погляду результат виглядає переконливо, але якщо перевірити інформацію, то знаходяться помилки.

Щоб уникнути помилок завжди перевіряйте факти, дати, статистику, джерела. Не використовуйте без підтвердження медичну, юридичну чи фінансову інформацію.

Попросіть ШІ не вигадувати, наприклад:

Не придумуй фактів. Якщо не знаєш відповідь — скажи, що немає потрібних даних.

Просіть додати посилання на джерела, однак все одно перевіряйте їх. Інколи інформація за посиланням може бути недоступною/видозміненою/видаленою.

Лабораторна робота № 2

Тема: Робота в системі автоматизації готелів QloApps.

Мета: Ознайомитися з функціональними можливостями PMS-системи (Property Management System) з відкритим кодом QloApps; навчитися налаштовувати параметри готелю, керувати номерним фондом, тарифною сіткою та процесом бронювання.

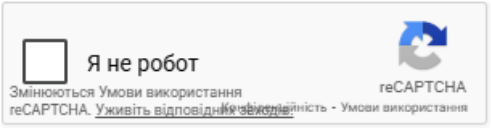
Завдання:

5. Ознайомитися з теоретичними відомостями до лабораторної роботи та описом можливостей системи QloApps на вебсайті https://qloapps.com.
6. Запустити демонстраційну версію системи QloApps на сторінці https://demo.qloapps.com.
7. Ознайомитися з інтерфейсом системи QloApps. Вивчити вебсайт для клієнтів (Front office) та панель адміністрування (Back office).
8. **Використовуючи панель адміністрування створити нову кімнату в системі та зробити її доступною для резервування.**
9. Використовуючи вебсайт для клієнтів перевірити, чи кімната доступна для резервування.
10. Підготувати звіт до лабораторної роботи.

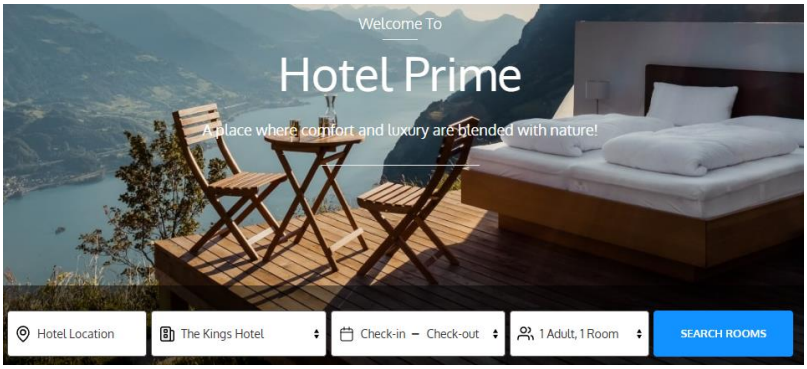
Порядок виконання:

1. Запуск демонстраційної версії QloApps

Для виконання даної лабораторної роботи необхідно використати демонстраційну версію системи QloApps. Для цього відкрийте вебсайт https://demo.qloapps.com/, натисніть «Я не робот» та дочекайтесь завантаження системи.



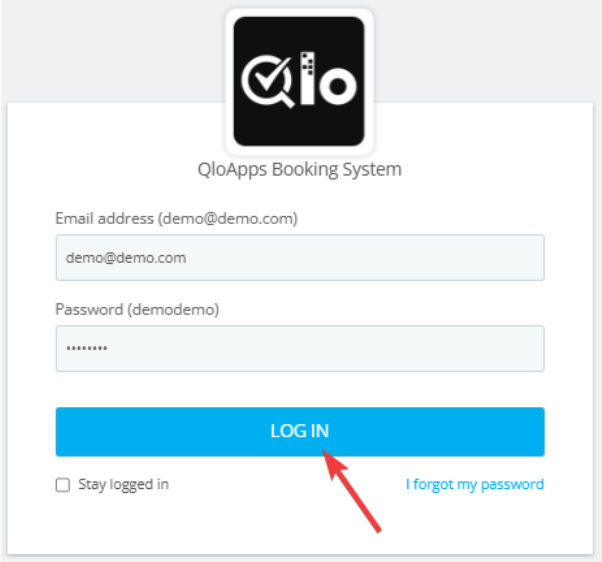
Після цього перед вами відкриється вебсайт для клієнтів (Front office) з таймером роботи демонстраційної версії (60 хв).



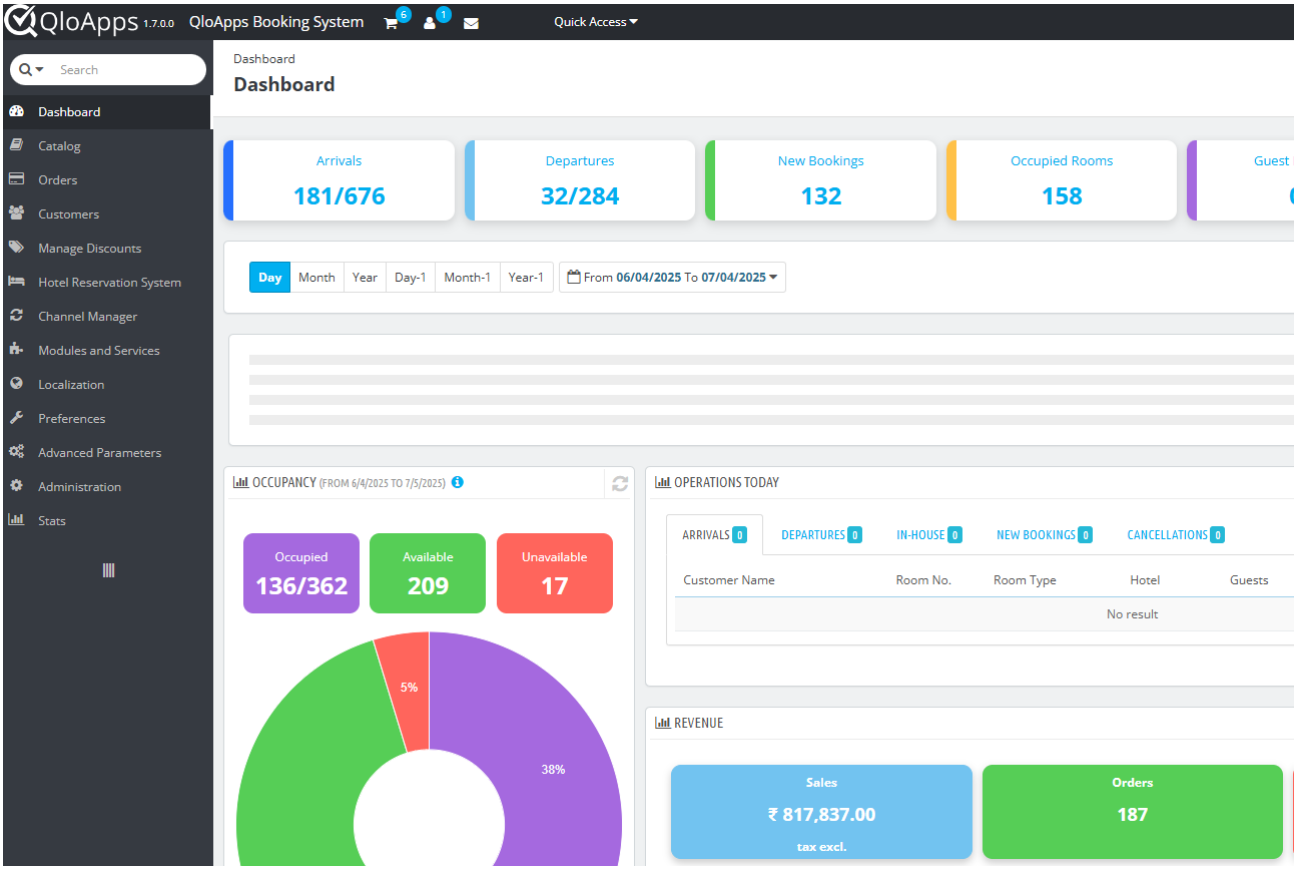
2. Вхід в адміністративну панель (Back Office)

Щоб перейти з вебсайту для клієнтів до адміністративної панелі (Back Office) потрібно натиснути на кнопку «Explore Back Office» в нижньому правому куті сторінки.

Перед входом в адміністративну панель система запитає логін та пароль. Дані для входу вже введені, тому тут достатньо просто натиснути на кнопку «LOG IN».



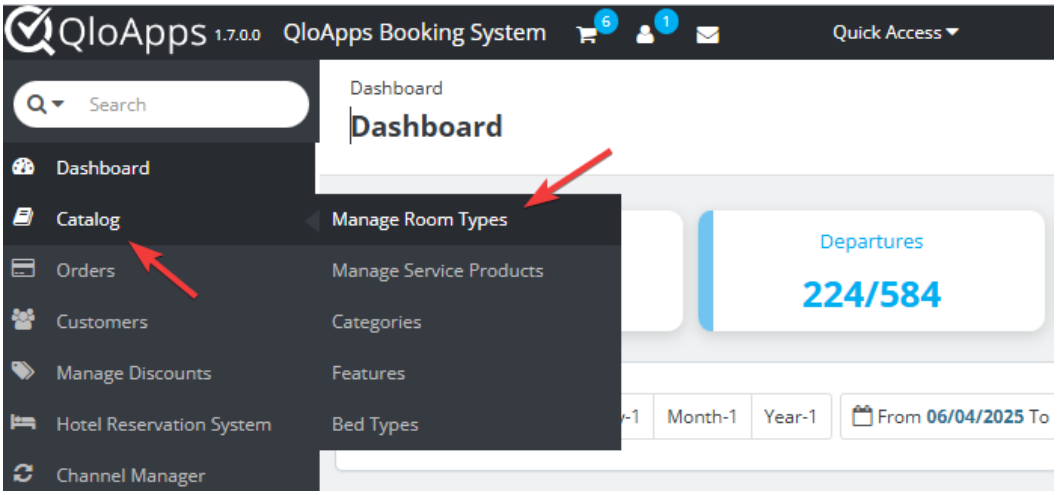
Після цього відкриється адміністративна панель. Перша сторінка – це Dashboard зі статистикою системи управління готелем.



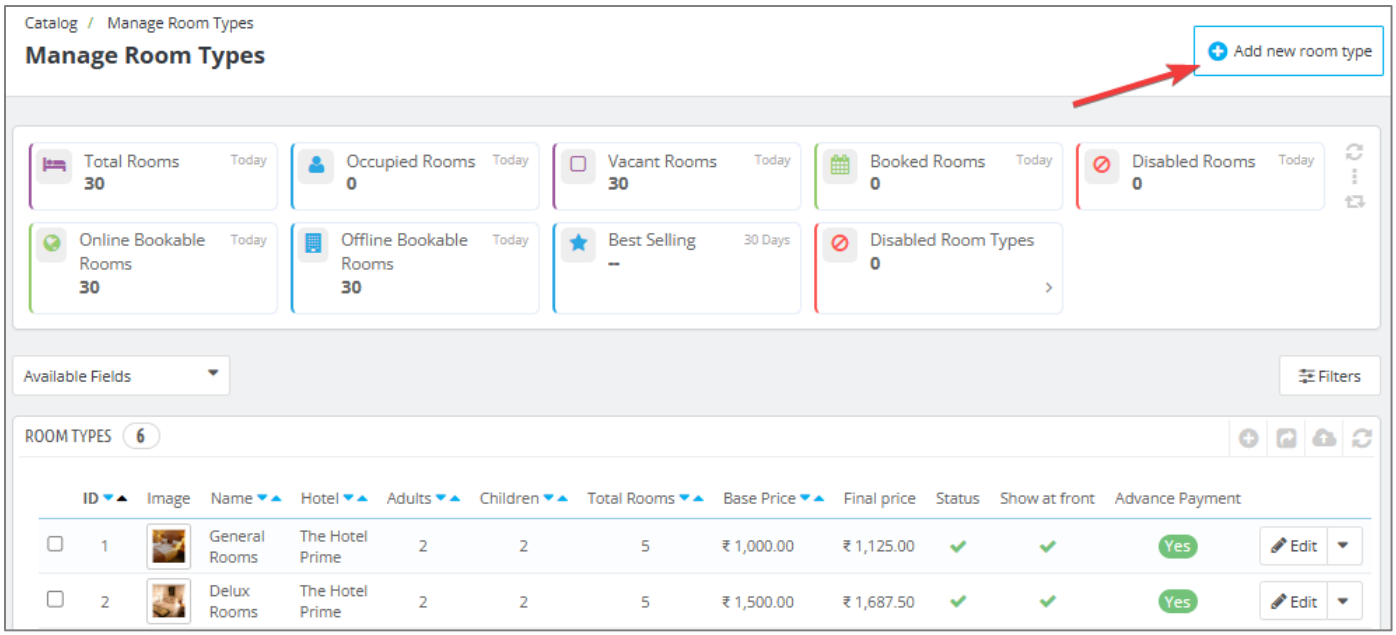
3. Створення нової кімнати

Для того щоб створити нову кімнату в системі QloApps необхідно спочатку створити новий тип кімнат (групу кімнат), а потім вже до цього типу кімнат додати фактичні кімнати.

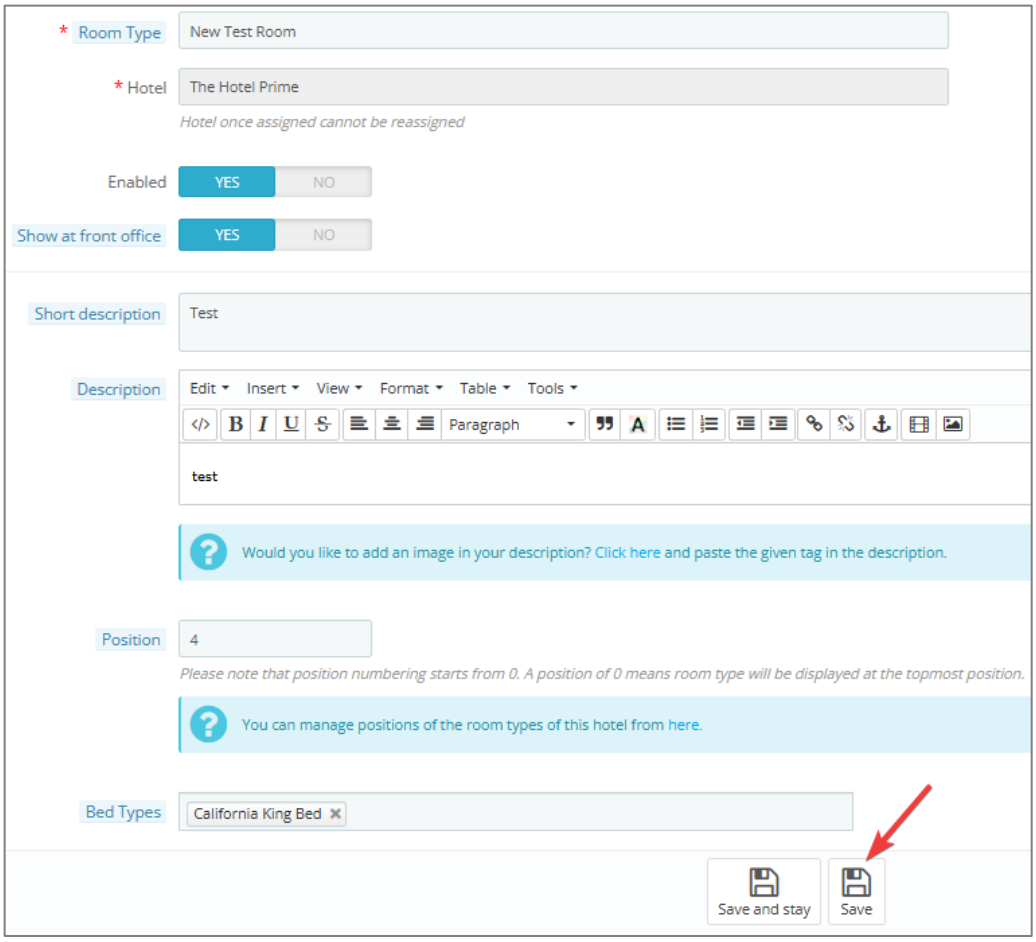
Крок 1. Відкрийте розділ «Catalog» в лівому боковому меню та перейдіть в розділ «Manage Room Types».



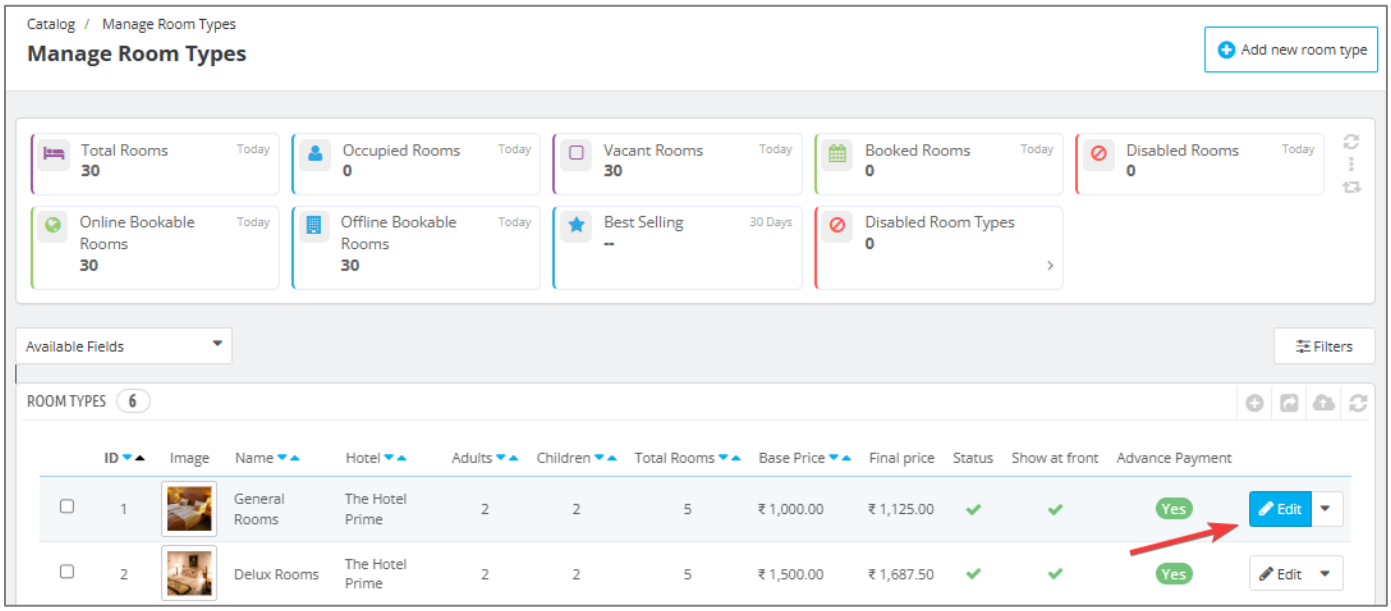
Крок 2. На сторінці «Manage Room Types» буде відображена статистика та перелік наявних типів кімнат. Щоб створити новий тип кімнат необхідно натиснути на кнопку «Add new room type» в правому верхньому куті.



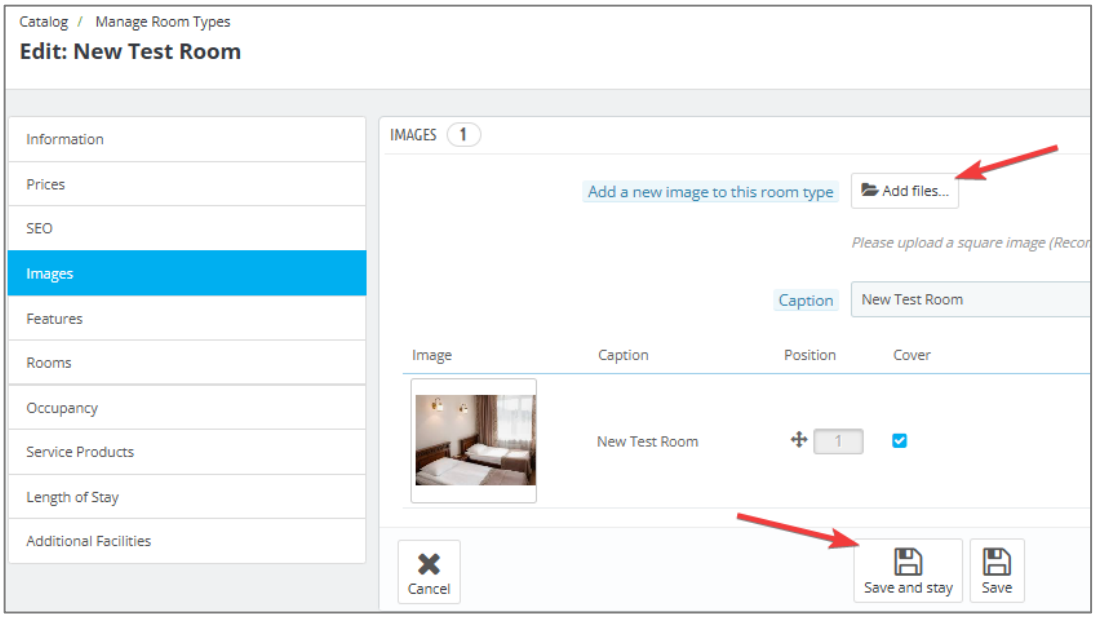
Крок 3. Після натискання на кнопку «Add new room type» відкриється форма для створення нового типу кімнат. На цьому етапі необхідно ввести назву типу кімнат «Room Type», вибрати готель, додати опис (Short description, Description, Bed Types) та натиснути на кнопку «Save» для збереження.



Крок 4. Після збереження нової кімнати необхідно повернутися до її редагування та заповнити решту інформації про кімнату. Щоб відредагувати вже створену кімнату необхідно знайти її на сторінці «Manage Room Types» та натиснути на кнопку «Edit».

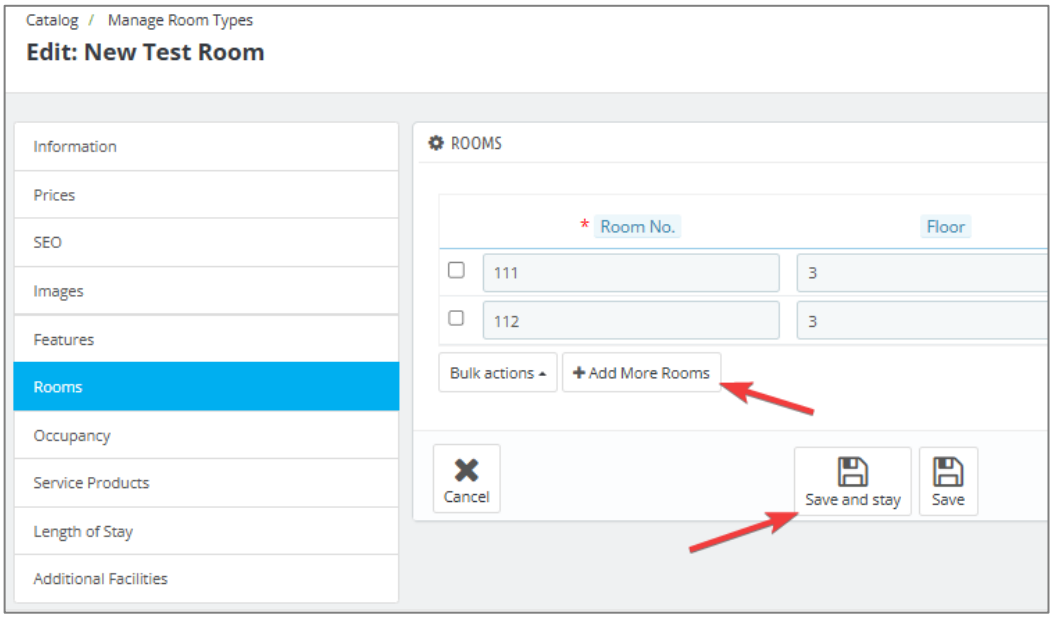


Крок 5. Обов’язково заповніть розділ «Images» в налаштуваннях типу кімнати та завантажте фотографії. Для цього натисніть «Add files», виберіть файли, а потім натисніть «Upload files». Після завантаження фотографій натисніть «Save and stay» для того щоб зберегти зміни та залишитися на сторінці редагування.



Крок 6. Також обов’язково заповніть розділ «Rooms» в налаштуваннях типу кімнати. Даний розділ дозволяє додати фактично наявні кімнати до даного типу кімнат. Для цього в розділі «Rooms» необхідно натиснути на кнопку «Add More Rooms» та ввести інформацію про кімнати:

- Room No – номер кімнати
- Floor – поверх
- Status – доступність для резервування (Active – кімната доступна)

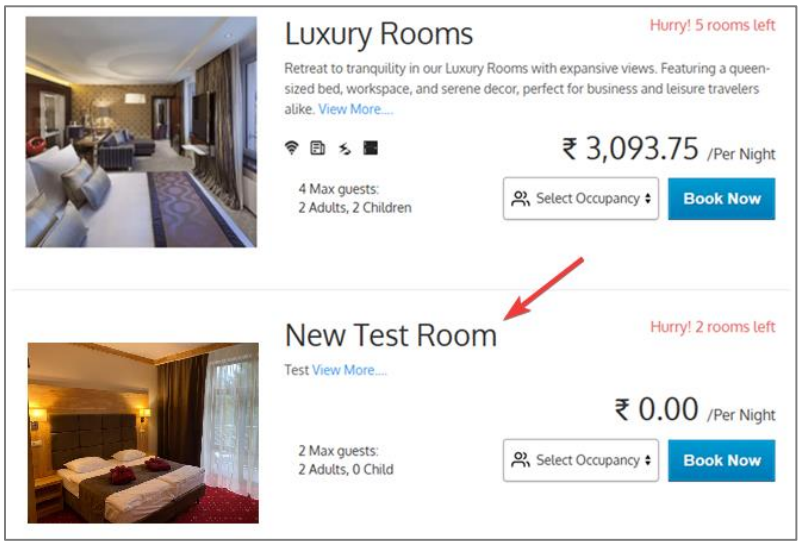


4. Перевірка наявності кімнати на вебсайті для клієнтів.

Після додавання нового типу кімнат поверніться до вебсайту для клієнтів та оновіть сторінку (Ctrl+R).

Скористайтеся пошуком та спробуйте знайти щойно додану кімнату. В налаштуваннях пошуку вкажіть готель до якого ви додавали нову кімнату (відповідно до стандартних налаштувань – The Hotel Prime).

Якщо кімната була створена вірно, ви повинні побачити її в результатах пошуку по готелю.



Запитання для самоконтролю

1. Що таке система управління готелем та для чого вона необхідна?
2. Які переваги надає використання системи управління готелем?
3. Які системи управління готелем ви знаєте?
4. В чому особливості впровадження систем управління готелем в Україні?

Оформлення звіту

4. Структура звіту повинна включати наступні розділи: Тема, Мета, Завдання, Хід виконання роботи, Висновок.
5. **В розділі «Хід виконання роботи» необхідно описати процес створення нової кімнати в системі QloApps та додати скріншоти.**
6. В розділі «Висновки» описати, які навички було здобуто, з якими труднощами зіткнулися та як отримані знання можуть бути використані у професійній діяльності.

Посилання на вебресурси

1. QloApps: Free and Open Source Hotel Management System
   https://qloapps.com/
2. QloApps Demo
   https://demo.qloapps.com/
3. How To Use QloApps: All In One Property Management Solution
   https://qloapps.com/qlo-reservation-system/

Автоматизація готельного та ресторанного бізнесу

Сфера гостинності (готелі, ресторани, кафе – сегмент HoReCa) є частиною туристичної галузі, рівень її автоматизації істотно впливає на загальне враження туриста від подорожі. У цій лабораторній роботі розглянемо специфічні системи та рішення, що застосовуються для автоматизації операцій у готелях та закладах ресторанного господарства, а також їх роль у глобальній туристичній індустрії.

Система управління готелем (англ. PMS, Property Management System) – це програмний комплекс для управління основними операція ми готелю. Фактично PMS є «нервовим центром» готельного бізнесу, оскільки охоплює процеси бронювання номерів, реєстрації гостей (check in/check-out), управління номерним фондом (стан номерів, прибирання), виставлення рахунків і розрахунків з гостями, а також може включати модулі для управління додатковими послугами (спа, спортзал, конференц-зали) та ведення статистики.

Впровадження PMS-системи дає готелю цілу низку переваг:

- **Централізація інформації про гостей і бронювання**. Усі дані про поточні та майбутні бронювання зберігаються в єдиній базі. Адміністратор завжди бачить, які номери зайняті, які очікуються до заїзду, хто із гостей вимагає особливих умов (напр. пізній заїзд, алергія на певні продукти тощо). Це дозволяє ефективно планувати роботу – наприклад, служба хаускіпінгу отримує автоматичні завдання на прибирання номерів, що виїхали, і підготовку тих, хто заїжджає сьогодні.
- **Прискорення процедур заселення/виселення**. Замість заповнення паперових анкет гість може попередньо ввести свої дані онлайн чи офлайн, а приїхавши – лише назвати прізвище для під твердження. Адміністратор за кілька кліків оформлює check-in у системі, і всі відповідні служби отримують повідомлення. Аналогічно при виїзді рахунок гостя формується автоматично на основі даних PMS про використані послуги (проживання, міні бар, ресторан тощо). Це скорочує час чекіну/чекауту з середніх 5-10 хвилин до 1-2 хвилин, що покращує досвід гостей.
- **Точний облік і білінг (виставлення рахунків)**. PMS відстежує всі надані гостю послуги: ночівлі, податки, додаткові опції. Сучасні системи інтегруються з POS-терміналами ресторану і спа. Якщо гість вечеряв в ресторані готелю, рахунок може бути автоматично перенесений на його основний готельний рахунок в PMS. Це зручно гостю (оплачує все разом при виїзді) і забезпечує готелю повноту обліку. Автоматизація у цьому випадку знижує ризик людських помилок у нарахуваннях: усі тарифи, податкові ставки, знижки налаштовані наперед і система сама прорахує кінцеву суму.
- **Управління доходами (Revenue Management)**. Багато PMS мають вбудовані або додатково підключені модулі revenue management, які аналізують заповнюваність готелю, попит на номери різних категорій, сезонність і конкурентні ціни, щоб автоматично ко ригувати тарифи. Це означає, що ціноутворення стає динамічним. В періоди високого попиту система може підвищувати ціни, а при низькому – пропонувати знижки чи спецпропозиції, щоб максимізувати дохід. Такі рішення особливо цінні для великих готелів і мереж.
- **Аналітика і звітність**. PMS накопичує величезний пласт даних, на основі яких керівництво отримує звіти: коефіцієнт завантаження (англ. Occupancy), середня ціна номера (англ. ADR, Average Daily Rate), дохід на наявний номер (англ. RevPAR, Revenue per Available Room), структуру гостей (по країнах, цілях візи ту), популярність додаткових послуг тощо. Ця аналітика допомагає приймати рішення щодо маркетингу (на які ринки орієнтувати рекламу), щодо управління персоналом (скільки співробітників потрібно на рецепції у пікові години) і т.д.

- **Інтеграція з зовнішніми системами**. Сучасні PMS рідко існують ізольовано – вони пов’язані з каналами онлайн-бронювання, системами керування взаєминами з гостями (CRM), системами доступу (електронні замки), навіть з державними реєстрами в деяких країнах. Показовий випадок – інтеграція Oracle OPERA (однієї з найпоширеніших PMS у світі) з українським сервісом “Дія” (https://diia.gov.ua/). У 2024 році було реалізовано рішення, коли гість при заселенні може за допомогою додатка “Дія” передати свої паспортні дані прямо в систему готелю шляхом сканування QR-коду. Дані автоматично завантажуються до бази PMS, що не лише пришвидшує процес, але й підвищує безпеку та точність (людський фактор усунуто при внесенні документів). Така інтеграція – приклад підтримки державою цифровізації. Україна стала однією з перших країн, де оцифрований документ можна використати при реєстрації в готелі.

В українському готельному бізнесі використовується цілий спектр PMS: від міжнародних (Oracle OPERA – у великих готелях, Protel, Fidelio) до локальних розробок (наприклад, Парус-Готель від українського ви робника, чи згаданий Servio). Вибір залежить від масштабів і потреб готелю. Але навіть невеликі готелі нині намагаються автоматизуватися, використовуючи хмарні PMS з помісячною оплатою, які доступні фінансово. Досвід показує, що окупність впровадження PMS висока завдяки збільшенню ефективності бронювання та оптимізації тарифів готель може підвищити свій дохід на 10-15% у перший рік після автоматизації (за даними провайдерів хмарних PMS-рішень) шляхом кращого продажу номерів і економії на витратах (менше перевитрат часу персоналу, менше помилок, які ведуть до компенсацій гостям).

Отже, PMS-система сьогодні – це обов’язковий елемент професійного управління готелем. Вона забезпечує стабільно високий стандарт обслуговування гостей, дозволяє масштабувати бізнес (мережа готелів під єдиним управлінням), а також збирає цінні дані для подальшого аналізу і покращення сервісу. Без такої системи сучасний готель ризикує програти в ефективності конкурентам, які автоматизували свої процеси.

Система управління готелем QloApps

QloApps — це потужне програмне забезпечення для управління готелями, призначене для створення комплексної екосистеми. Воно включає систему управління готелем, систему бронювання та веб-сайт для онлайн бронювання.

QloApps дозволяє швидко створити зручний для користувачів вебсайт із вбудованим модулем бронювання, що дає змогу приймати прямі замовлення без посередників. Система підтримує керування як онлайн-, так і офлайн-бронюваннями з єдиного інтерфейсу, забезпечуючи точний контроль наявності номерів та уникнення овербукінгу. Для фінансових операцій передбачена інтеграція з різними платіжними шлюзами.

Платформа орієнтована на міжнародних гостей і підтримує роботу з кількома мовами та валютами. Динамічна інформаційна панель надає аналітику щодо бронювань, заповнюваності номерів, доходів, ефективності роботи та оновлень модулів, що допомагає керівництву приймати обґрунтовані управлінські рішення. У системі реалізоване гнучке керування персоналом із готельними ролями та правами доступу.

Важливою перевагою є можливість керувати кількома готелями із одної систем, а також інтегрувати QloApps із сторонніми сервісами. Система оптимізована для пошукових систем (SEO), що підвищує онлайн-видимість готелю.

Лабораторна робота № 3

Тема: Робота в системі автоматизації ресторану та служби доставки TastyIgniter.

Мета: Ознайомитися з принципами роботи системи автоматизації ресторанного бізнесу TastyIgniter, набути практичних навичок налаштування меню, категорій страв, управління замовленнями та бронюванням, а також освоїти базові інструменти адміністрування закладу харчування в інформаційній системі.

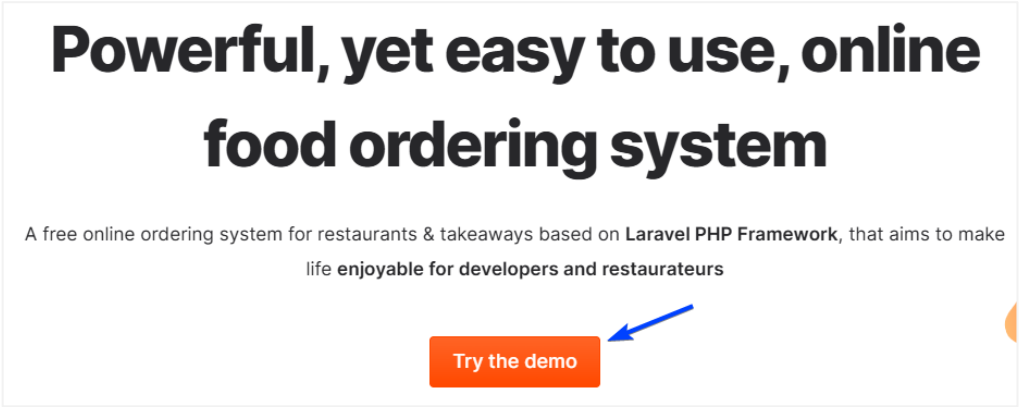
Завдання:

11. Ознайомитися з теоретичними відомостями до лабораторної роботи та описом можливостей системи TastyIgniter на вебсайті https://tastyigniter.com.
12. Запустити демонстраційну версію системи TastyIgniter на сторінці https://tastyigniter.com та виконати початкове налаштування системи.
13. Ознайомитися з інтерфейсом системи TastyIgniter. Вивчити вебсайт для клієнтів та панель адміністрування.
14. **Використовуючи панель адміністрування додати нову страву до меню та зробити її доступною для замовлення.**
15. Використовуючи вебсайт для клієнтів перевірити, чи страва доступна для замовлення.
16. Підготувати звіт до лабораторної роботи.

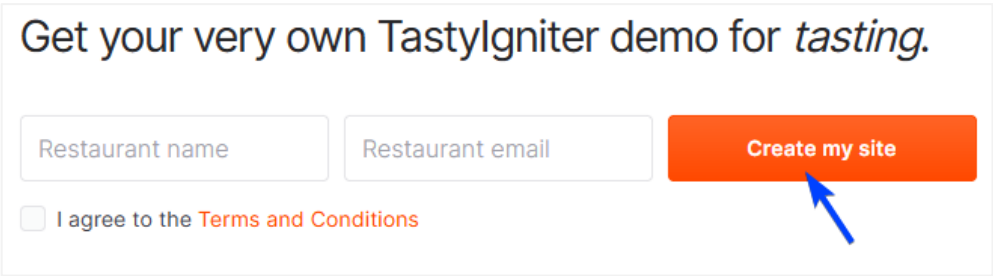
Порядок виконання:

1. Запуск демонстраційної версії TastyIgniter

Щоб почати роботи з системою TastyIgniter необхідно запустити демонстраційну версію. Для цього відкрийте офіційний сайт системи https://tastyigniter.com та натисніть на кнопку «Try the demo».

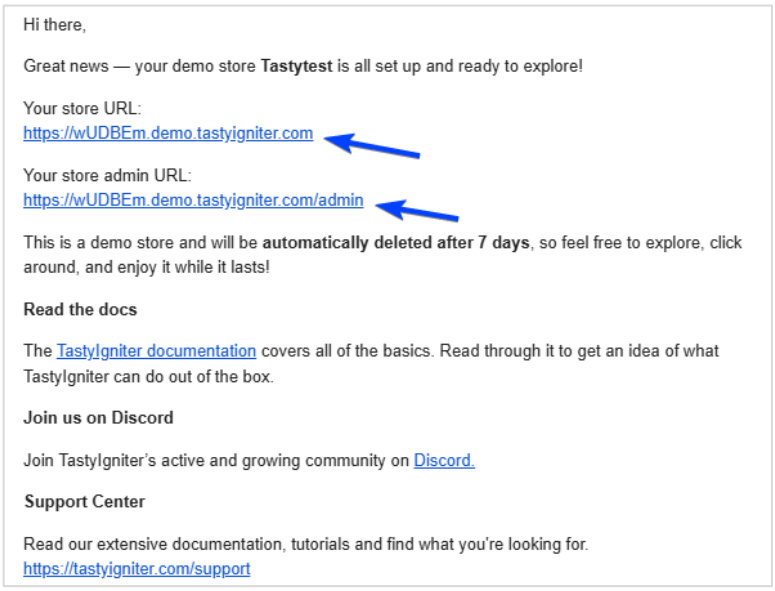


Після цього необхідно ввести ім’я ресторану та ваш адрес електронної пошти, на який прийде лист з посиланнями на демонстраційну версію систему, та натиснути на кнопку «Create my site».



Після цього ви отримаєте листа з двома посиланнями:

- Your store URL – посилання на сайт для клієнтів;
- Your store admin URL – посилання на панель адміністрування.


Hi there,

Great news — your demo store **Tastytest** is all set up and ready to explore!

Your store URL:
https://wUDBEm.demo.tastyigniter.com

Your store admin URL:
https://wUDBEm.demo.tastyigniter.com/admin

This is a demo store and will be **automatically deleted after 7 days**, so feel free to explore, click around, and enjoy it while it lasts!

Read the docs

The TastyIgniter documentation covers all of the basics. Read through it to get an idea of what TastyIgniter can do out of the box.

Join us on Discord

Join TastyIgniter's active and growing community on Discord.

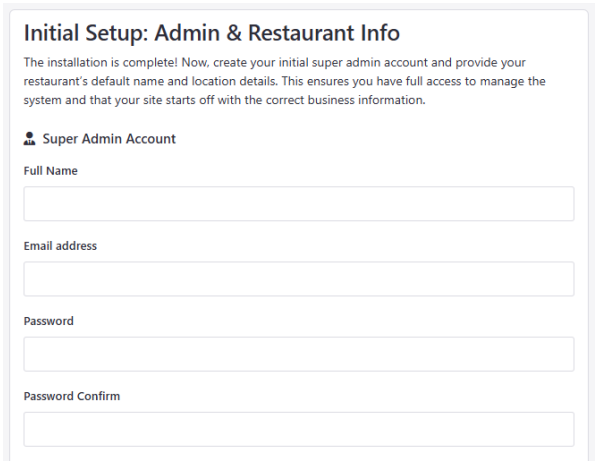
Support Center

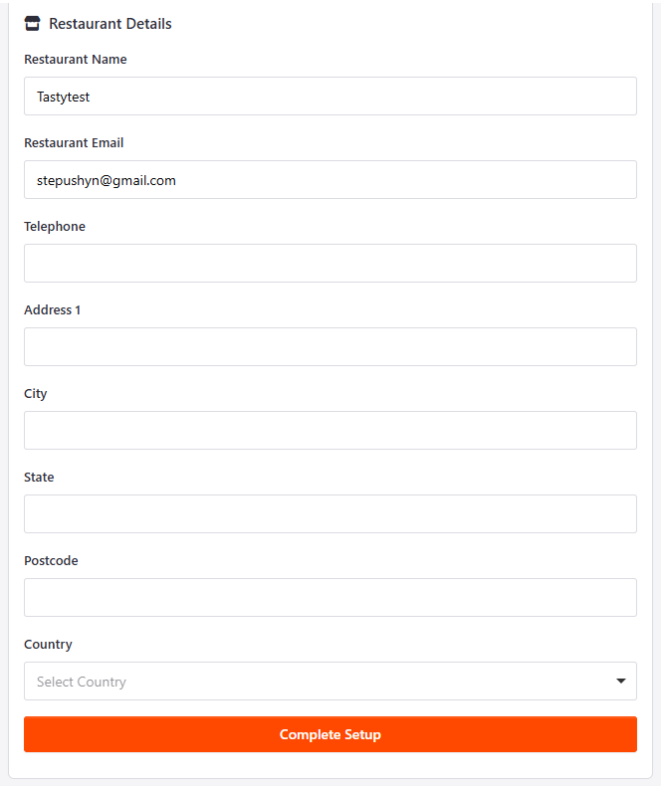
Read our extensive documentation, tutorials and find what you're looking for.
https://tastyigniter.com/support

Зверніть увагу, кожна демонстраційна версія отримує власні унікальні посилання, які надсилаються користувачу поштою. Ці посилання діють протягом 7 днів.

2. Вхід в панель адміністрування

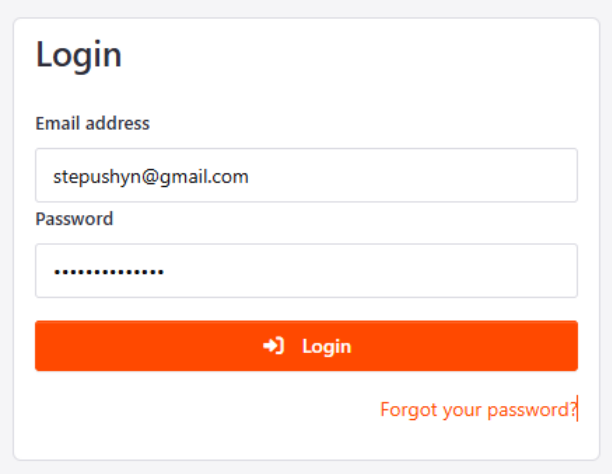
Щоб увійти в панель адміністрування необхідно скористатися другим посиланням з отриманого листа (Your store admin URL). При першому вході в панель адміністрування система попросить пройти початкове налаштування системи (Initial Setup).





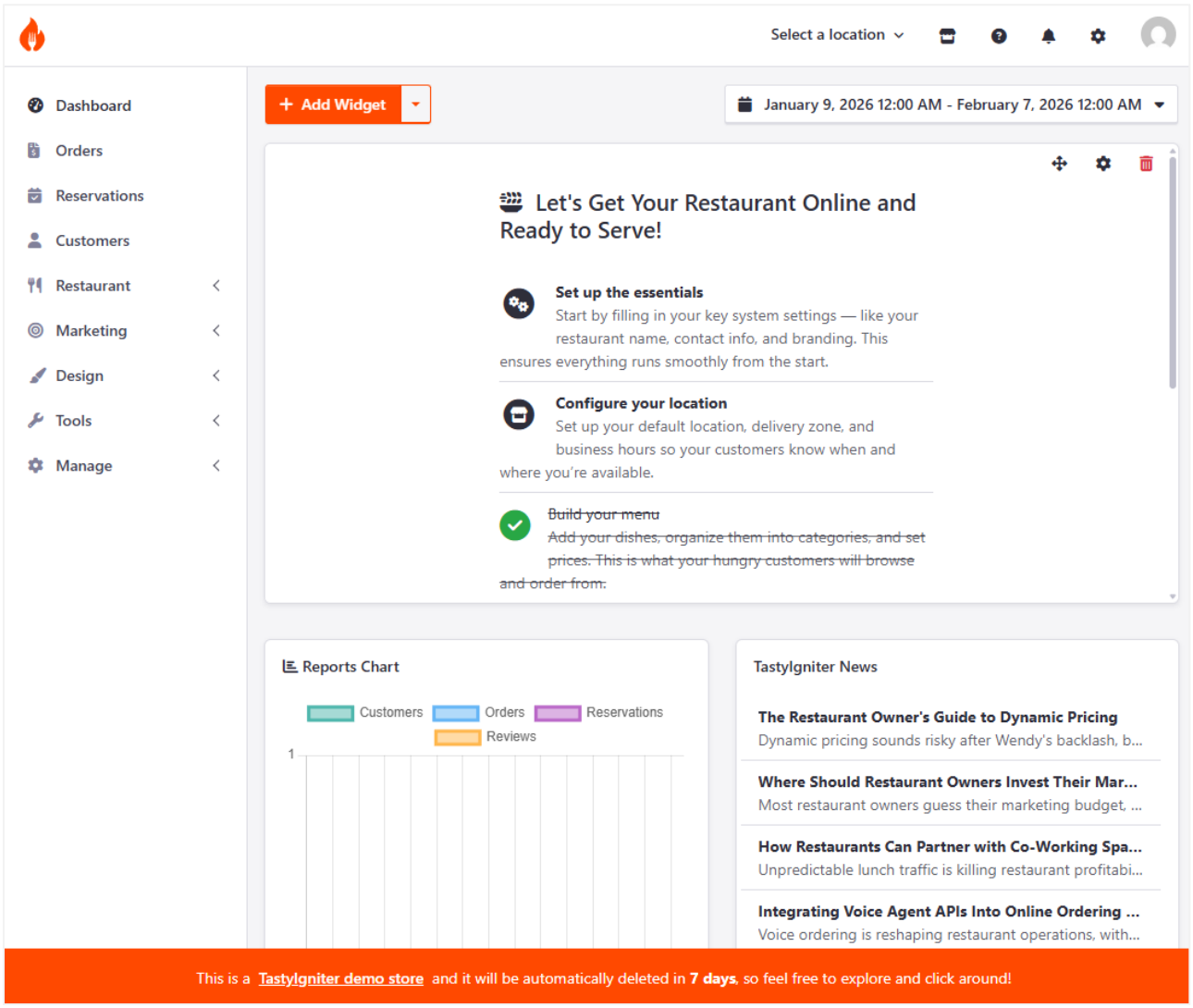
На цьому етапі необхідно ввести інформацію про користувача (Full Name, Email, Password), інформацію про ресторан (Restaurant Name, Email, Telephone, Address та інше) та натиснути «Complete Setup» для завершення.

Після заповнення інформації про користувача та ресторан ви зможете зайти в панель адміністрування використовуючи Email користувача та пароль, який ви встановили на попередньому етапі.



3. Ознайомлення з інтерфейсом панелі адміністрування TastyIgniter.

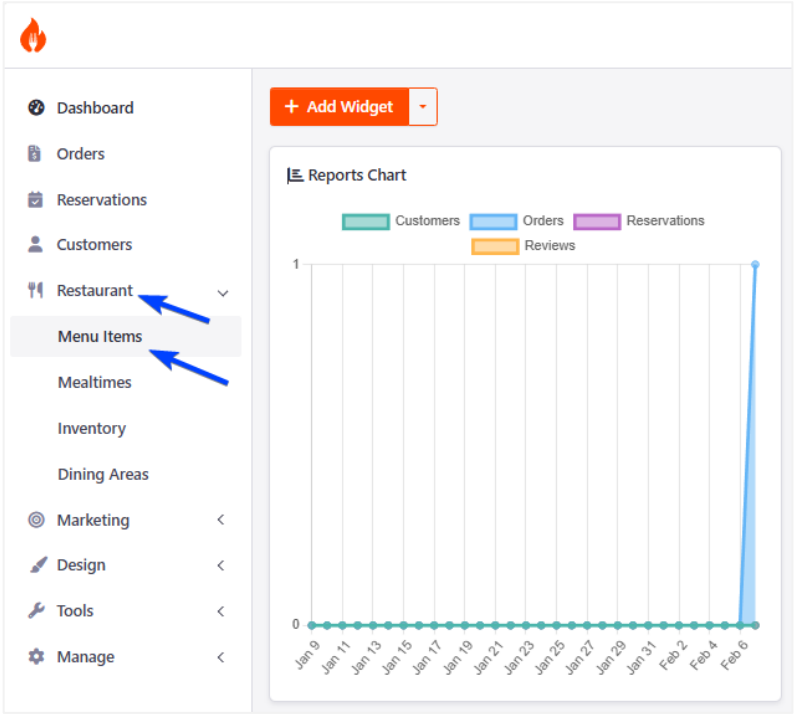
Після входу в систему перед вами відкриється розділ Dashboard. Тут зібрана статистична інформація про ресторан: кількість клієнтів, замовлень, бронювання, дохід та інше.



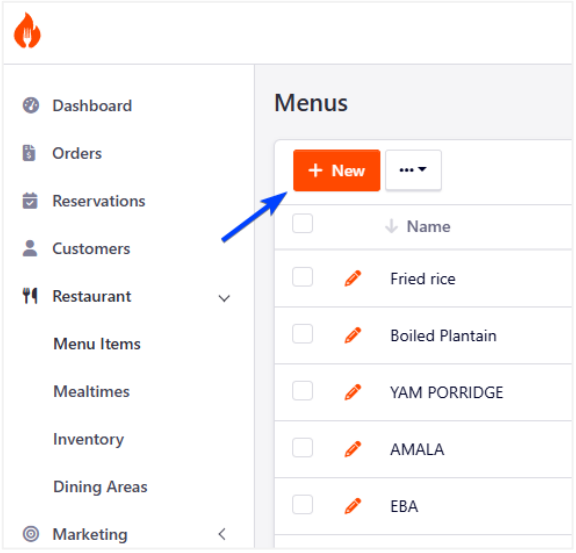
Ознайомтесь з можливостями інших розділів, посилання на які розміщені в меню з лівого краю екрану.

4. Додавання нової страви до меню ресторану.

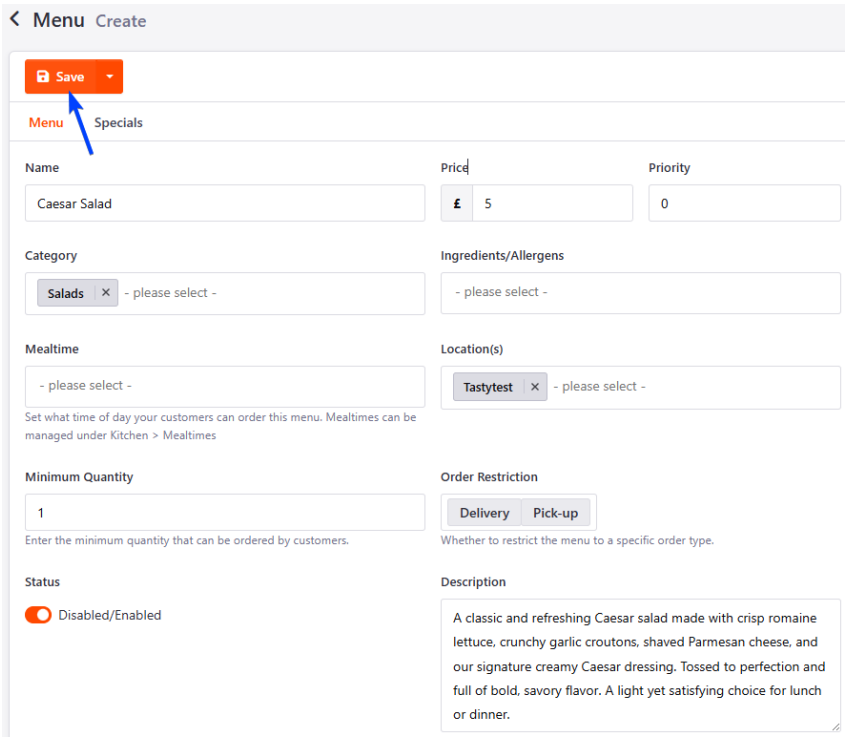
Щоб додати нову страву необхідно відкрити блок «Restaurant» в лівому боковому меню та перейти в розділ «Menu Items».



Після цього відкриється сторінка «Menus». Тут необхідно натиснути на кнопку «New».

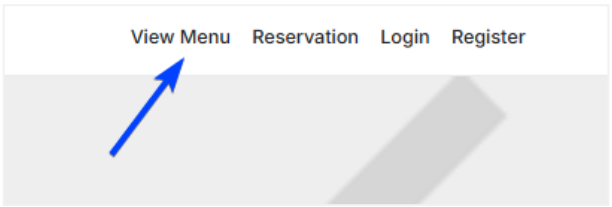


В результаті перед вами відкриється сторінка для створення нової страви в системі. Тут необхідно заповнити інформацію про страву (Name, Category, Price, Location, Order Restriction, Description, Status та інше) та натиснути на кнопку «Save».

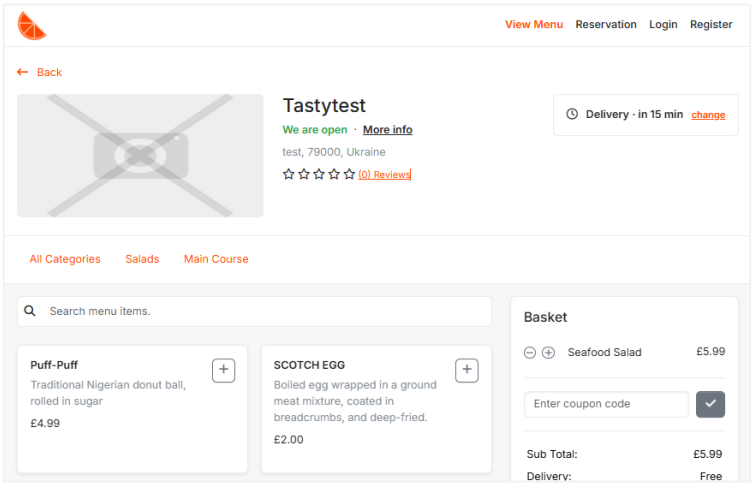


Зверніть увагу, Location – це назва ресторану, яку ви вказали при початковому налаштуванні системи, її необхідно вибрати з випадного списку. Order Restriction – це обмеження способу отримання замовлення (Доставка або самовивіз). Status (Disabled/Enabled) – це статус страви в меню, щоб страва була доступною для замовлення – залиште Enabled.

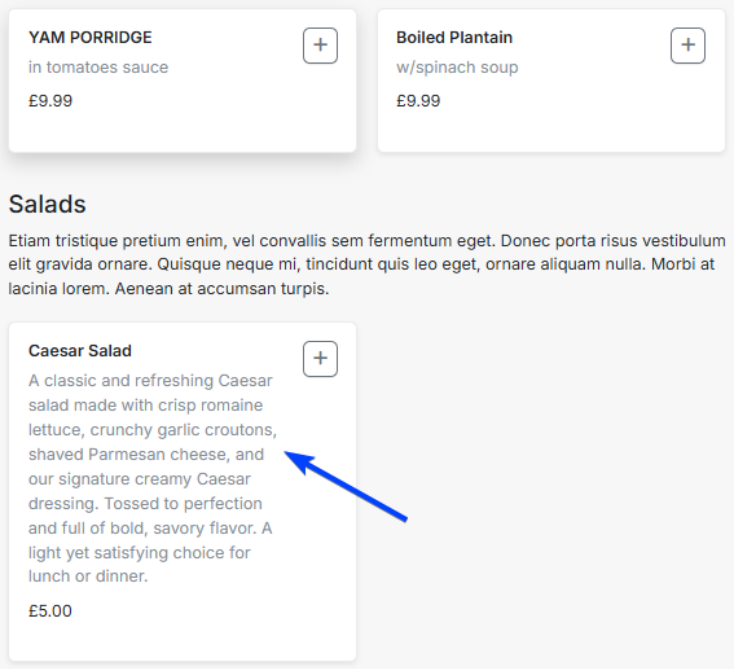
Після додавання нової страви до меню необхідно перевірити, чи вона доступна для замовлення на сайті. Для цього скористайтесь першим посиланням з листа, який ви отримали від TastyIgniter, перейдіть на сайт для клієнтів та відкрийте розділ «View Menu».



В результаті перед вами відкриється меню створеного ресторану.



Тут необхідно полистати меню та знайти додану страву.



Запитання для самоконтролю

1. Які основні завдання вирішує автоматизація діяльності ресторану та кафе?
2. Наведіть приклади процесів, що можуть бути автоматизовані.
3. Як працюють системи онлайн-бронювання столиків і які переваги вони надають ресторану та клієнтам?
4. Що таке електронне меню та яким чином воно впливає на швидкість обслуговування і обсяг продажів?
5. Які функції виконують програми лояльності в ресторанному бізнесі та які можливості надає їх автоматизація?
6. Охарактеризуйте призначення та основні можливості системи TastyIgniter. Для яких типів закладів вона може використовуватися?

Оформлення звіту

7. Структура звіту повинна включати наступні розділи: Тема, Мета, Завдання, Хід виконання роботи, Висновок.
8. **В розділі «Хід виконання роботи» необхідно описати процес початкового налаштування ресторану в системі додавання нової страви до меню. Обов'язково додайте скріншоти.**
9. В розділі «Висновки» описати, які навички було здобуто, з якими труднощами зіткнулися та як отримані знання можуть бути використані у професійній діяльності.

Посилання на вебресурси

1. TastyIgniter Website
   https://tastyigniter.com/
2. TastyIgniter Blog
   https://tastyigniter.com/blog
3. TastyIgniter Documentation
   https://tastyigniter.com/docs

Системи бронювання столиків, електронні меню, програми лояльності

Сфера ресторанів і кафе, яка обслуговує як місцевих жителів, так і туристів, також активно впроваджує автоматизовані рішення для підвищення якості сервісу та ефективності операцій. Автоматизація тут охоплює різні аспекти – від моменту, коли гість тільки планує візит до закладу, і до післяпродажної взаємодії (відгуки, програми лояльності).

Системи бронювання столиків онлайн

Сьогодні все більше ресторанів дозволяють клієнтам зарезервувати столик через інтернет або мобільний додаток. Спеціалізовані платформи на зразок OpenTable (https://www.opentable.com/), TableIn (https://www.tablein.com/), а в Україні – RestoRolla (https://restorolla.com/), Choice надають таку можливість. Автоматизація бронювання столів означає, що замість того, щоб телефонувати, клієнт бачить доступні часові слоти онлайн і одразу отримує підтвердження. Для ресторану це зручно – система веде електронний журнал резервів, запобігає подвійним бронюванням одного столу, може автоматично нагадувати клієнту про майбутнє бронювання (смс або email), а у разі скасування – звільняє слот для інших.

Дані про всі резервування зберігаються, і служба менеджменту може аналізувати завантаженість залу по днях тижня, ефективність акцій (чи бронювали більше на день святого Валентина, наприклад). В умовах пандемії автоматизація бронювання також дозволила керувати потоком гостей (обмеження кількості людей, часові інтервали).

Для туриста можливість забронювати столик онлайн – вже звична річ, яка підвищує привабливість закладу. Багато мандрівників, плануючи поїздку, резервують популярні ресторани заздалегідь через інтернет, тому підключення до глобальних систем бронювання столів (наприклад, OpenTable є міжнародною і має партнерів у різних країнах) може залучити додаткових клієнтів.

Електронні меню та системи замовлень

Ресторани впроваджують цифрові меню, доступні через QR-код або на планшетах. Це не лише заходи безпеки, а й інструмент продажів. Гарно оформлене електронне меню з фотографіями страв стимулює зробити замовлення більшого обсягу. Крім того, електронне меню може бути інтерактивним – дозволяти налаштувати страву (наприклад, ступінь просмаження біфштекса, додати/забрати інгредієнти). Замовлення, зроблене через таку систему, надходить прямо на кухню (на екран або принтер), минаючи офіціанта, що зменшує час обслуговування і виключає можливі помилки при передачі (людський фактор).

Для бару аналогічно – коктейль, замовлений через планшет, відображається у бармена. Все це під'єднано до єдиної ресторанної POS-системи, яка фіксує замовлення, проводить оплату, оновлює залишки на складі.

Автоматизація обліку замовлень допомагає менеджеру контролювати процес, бачити в режимі реального часу, який столик чекає на страви найдовше (і втрутитися, якщо затримка), які страви найбільш популярні сьогодні (може, варто зробити додатковий закуп), і фінансовий бік – скільки виторгу зараз в залі.

В Україні, окрім згаданого ChoiceQR, популярним є рішення Poster (https://joinposter.com/) – хмарна POS-система для кафе і ресторанів, яка має і модуль електронного меню, і інструмент для аналізу продажів. Ресторани, що перейшли на такі системи, відзначають зростання швидкості обслуговування (офіціанти витрачають менше часу на ходіння до кухні, бо замовлення одразу там, клієнти швидше отримують рахунок), а також зростання середнього чека – певною мірою через ефект яскравого електронного меню.

Програми лояльності та маркетинг

Автоматизація у HoReCa торкається і сфери втримування клієнтів. Багато закладів мають свої програми лояльності (дисконтні картки, бонуси). Сучасні автоматизовані рішення дозволяють зробити ці програми цифровими та більш ефективними. Наприклад, замість традиційної картки знижок – мобільний додаток гостя, де накопичуються бонуси за кожне відвідування.

Система автоматично нараховує бонуси при оплаті рахунку і може одразу відправити гостю пуш-повідомлення: “Вам нараховано 50 бонусних балів, ви можете використати їх наступного разу”. На рівні закладу програма лояльності, підключена до POS, дозволяє збирати дані про вподобання постійних клієнтів – які страви вони замовляють, як часто відвідують. Це дає змогу робити таргетовані акції: наприклад, клієнту, що завжди купує капучино з круасаном вранці, надіслати купон на безплатний круасан у його день народження. Усі ці взаємодії автоматизовані та масштабовані – маркетолог закладу налаштовує правила, а система сама розсилає пропозиції або друкує купони на чеку.

Інші переваги

У ресторанному бізнесі також набувають популярності аналітичні панелі – менеджер може у смартфоні побачити дашборд про кількість гостей зараз у залі, який виторг за сьогодні, які позиції меню в топі. Це результат інтеграції всіх автоматизованих компонентів – системи замовлень, складу, лояльності – в єдину базу даних. Така прозорість і керованість, яку дають IT-системи, раніше була важкодоступною, особливо для мереж закладів. Зараз навіть невеличка кав’ярня може мати доволі розвинуту автоматизацію на основі хмарних сервісів.

Українські ресторани в останні роки здійснили серйозний стрибок у цифровізації. Особливо стимулом стала пандемія і постпандемічний період, коли довелося оптимізувати витрати та підлаштовуватися під нові умови. В Києві та інших містах багато закладів повністю перейшли на електронні меню з QR-кодом. Впровадження локальних сервісів типу Restorolla дозволило автоматизувати приймання замовлень і їх маршрутизацію. За даними порталу про ресторанний бізнес, автоматизація замовлень через Restorolla дала змогу деяким київським кафе збільшити пропускну здатність на 20-30% – тому що система рівномірніше розподіляє навантаження на кухню і персонал, а клієнти менше чекають офіціанта для замовлення.

Ще один напрям використання – фіскалізація та облік. Українські заклади в умовах змін законодавства активно впроваджують програмні реєстратори розрахункових операцій (ПРРО), які інтегруються з POS. Це теж частина автоматизації в якій клієнт отримує електронний чек на Viber чи email, а дані одразу йдуть до ДПС України.

Отже, у HoReCa-сегменті автоматизація спрямована як на покращення клієнтського досвіду (швидкість, зручність, персоналізація), так і на оптимізацію внутрішніх процесів (облік, контроль, аналітика). Ці два аспекти взаємопов’язані. Добре автоматизований заклад може обслуговувати більше гостей з меншими затратами, що приводить до фінансового успіху і можливості інвестувати в подальший розвиток. Туристична привабливість напрямку багато в чому визначається рівнем його сервісу, тож впровадження таких інновацій у готелях та ресторанах безпосередньо впливає на конкурентоспроможність туристичного продукту України на світовій арені. Український готельно-ресторанний бізнес за останні роки закумулював чималий досвід впровадження автоматизованих систем, і цей процес триває, попри економічні виклики.

Система автоматизації ресторану та служби доставки TastyIgniter

TastyIgniter — це сучасна веборієнтована інформаційна система з відкритим вихідним кодом, призначена для автоматизації діяльності закладів ресторанного господарства, кафе, барів, служб доставки їжі та невеликих мереж громадського харчування.

Система забезпечує комплексну підтримку основних бізнес-процесів ресторану: формування електронного меню, прийом і обробку замовлень, організацію доставки, резервування столиків, управління графіками роботи закладу та адміністрування персоналу.

TastyIgniter працює через веббраузер і не потребує встановлення спеціального програмного забезпечення на робочих місцях користувачів, що дає можливість використовувати її як на комп'ютерах, так і на планшетах або мобільних пристроях.

Основні можливості системи

Система TastyIgniter надає такі функціональні можливості:

- створення та редагування меню і категорій страв;
- додавання описів, цін та зображень страв;
- налаштування періодів обслуговування (Mealtimes: сніданок, обід, вечеря тощо);
- прийом онлайн-замовлень на доставку або самовивіз;
- управління статусами замовлень (прийнято, готується, доставляється, виконано);
- резервування столиків у закладі;
- облік клієнтів і історії їхніх замовлень;
- налаштування годин роботи ресторану;
- формування звітів про продажі та діяльність закладу;
- адміністрування користувачів і розподіл прав доступу.

Принцип роботи системи

Робота в TastyIgniter базується на клієнт-серверній технології. Адміністратор або працівники ресторану керують системою через адміністративну панель, де виконують налаштування меню, додають страви, встановлюють графіки роботи та обробляють замовлення.

Клієнти взаємодіють із системою через вебсайт ресторану, де можуть:

- переглядати меню;
- обирати страви;
- оформлювати замовлення;
- обирати спосіб отримання (доставка або самовивіз);
- бронювати столик.

Усі дії клієнтів автоматично фіксуються в системі та передаються працівникам кухні або менеджерам.

Переваги використання TastyIgniter

Використання системи автоматизації дозволяє:

- прискорити обробку замовлень;
- зменшити кількість помилок персоналу;
- оптимізувати роботу ресторану;
- забезпечити зручність для клієнтів;
- автоматизувати облік продажів;
- підвищити ефективність управління закладом.

Лабораторна робота № 4

Тема: Робота в системі управління людськими ресурсами Horilla.

Мета: Ознайомитися з можливостями системи управління людськими ресурсами Horilla та набути практичних навичок роботи з її основними модулями, зокрема переглядом інформації про працівників, управлінням обліковими записами, відстеженням відвідуваності, відпусток і виконанням основних операцій з кадровими даними.

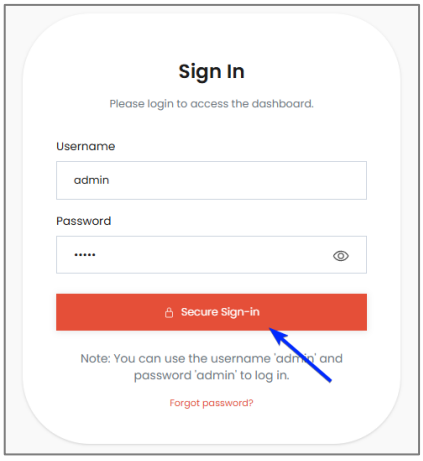
Завдання:

17. Ознайомитися з теоретичними відомостями до лабораторної роботи та описом можливостей системи управління людськими ресурсами Horilla на вебсайті https://www.horilla.com.
18. Запустити демонстраційну версію системи Horilla на сторінці https://v1.demo.horilla.com.
19. Ознайомитися з інтерфейсом системи Horilla. Вивчити наявні в системі модулі та їх призначення.
20. **Використовуючи модуль «Employee», додати нового працівника до системи та перевести його на роботу з дому.**
21. Підготувати звіт до лабораторної роботи.

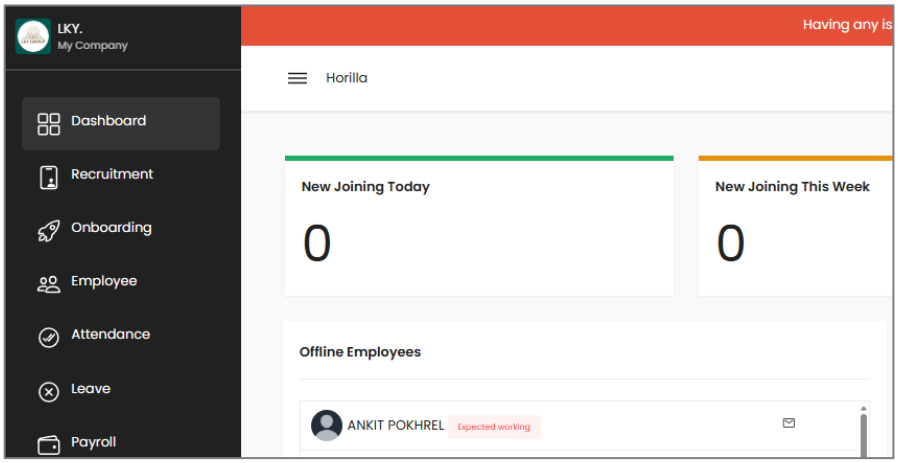
Порядок виконання:

1. Запуск демонстраційної версії Horilla

Щоб почати роботи з системою Horilla, необхідно запустити демонстраційну версію. Для цього відкрийте сторінку https://v1.demo.horilla.com та натисніть «Secure Sign-in»

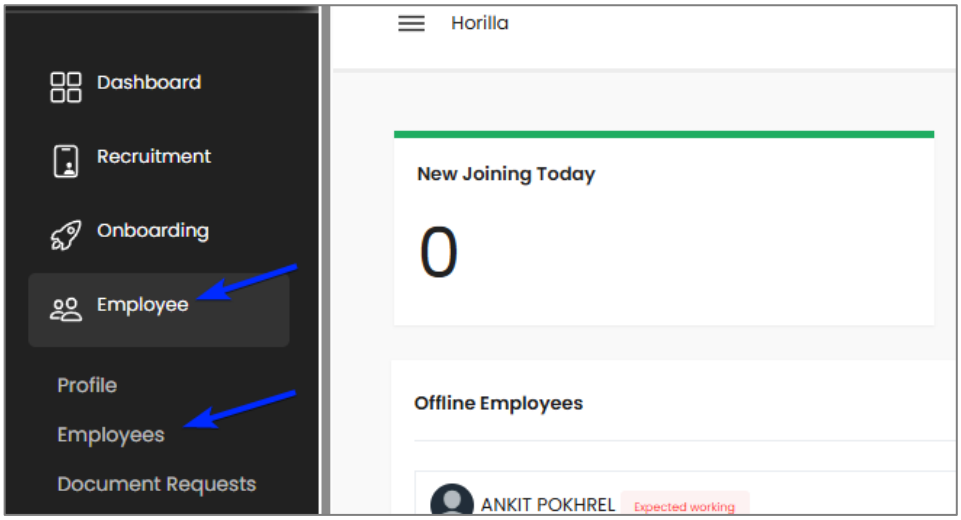


Після цього завантажиться розділ «Dashboard» зі зведеною інформацією про працівників.

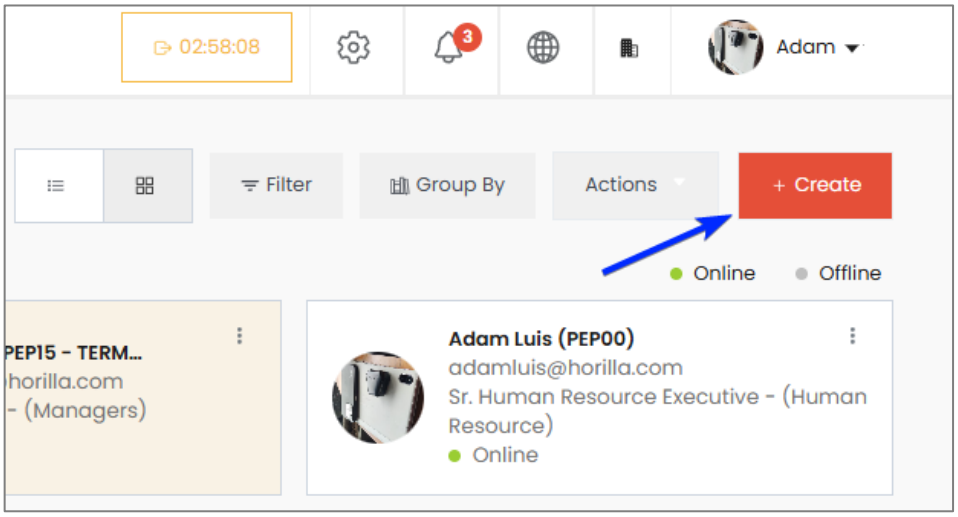


2. Додавання нового працівника в систему.

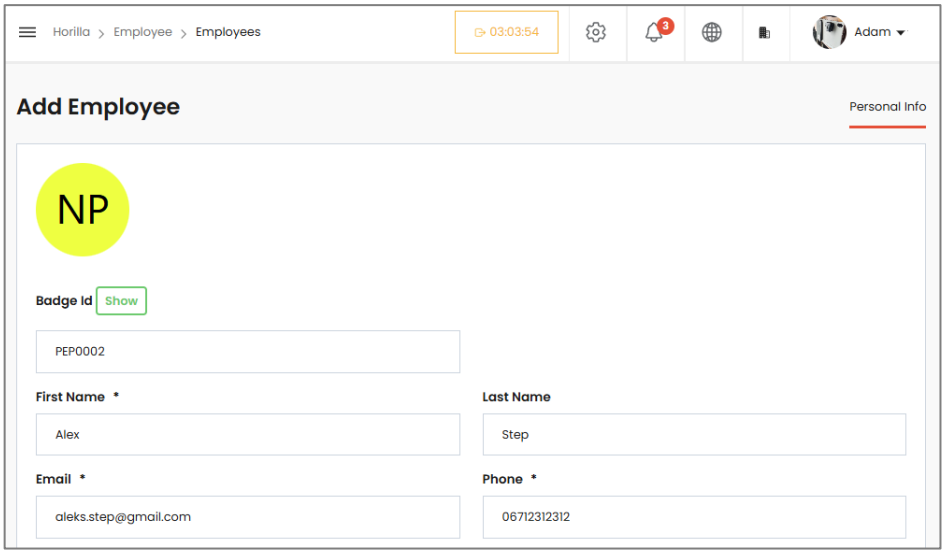
Щоб додати нового працівника в систему, необхідно відкрити модуль «Employee» та перейти в розділ «Employees».



У розділі «Employees» потрібно натиснути на кнопку «Create» в правому верхньому куті сторінки.

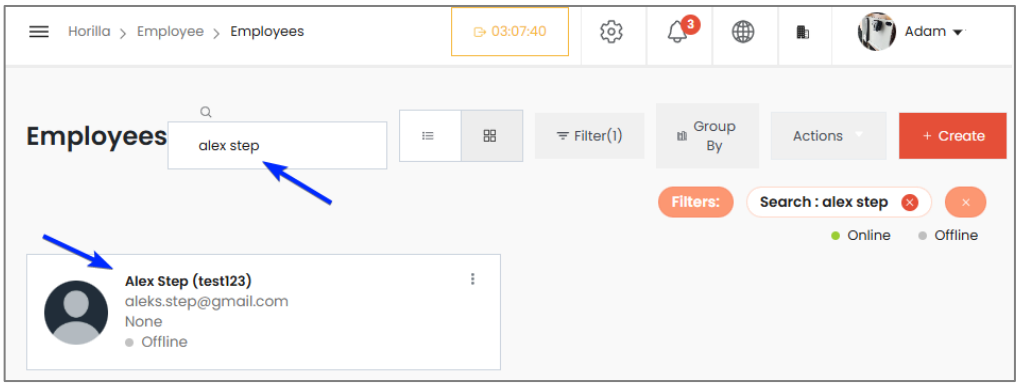


Після цього необхідно заповнити анкету з інформацією про працівника та натиснути на кнопку «Save Changes».



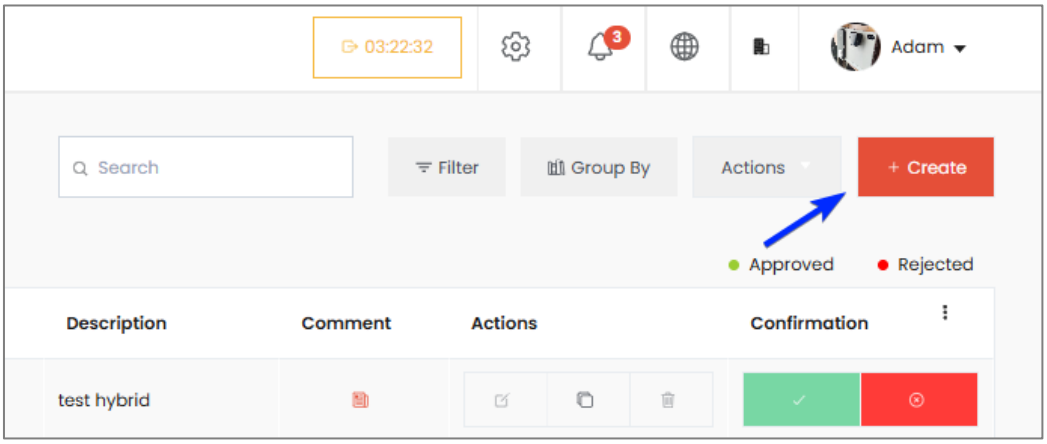
Зверніть увагу, поле Badge Id – це унікальний ідентифікатор працівника в системі. Він повинен включати символи та цифри.

Після додавання нового працівника, ви повернетесь у розділ «Employees». Скористайтесь пошуком, щоб пересвідчитись, що користувача було додано.

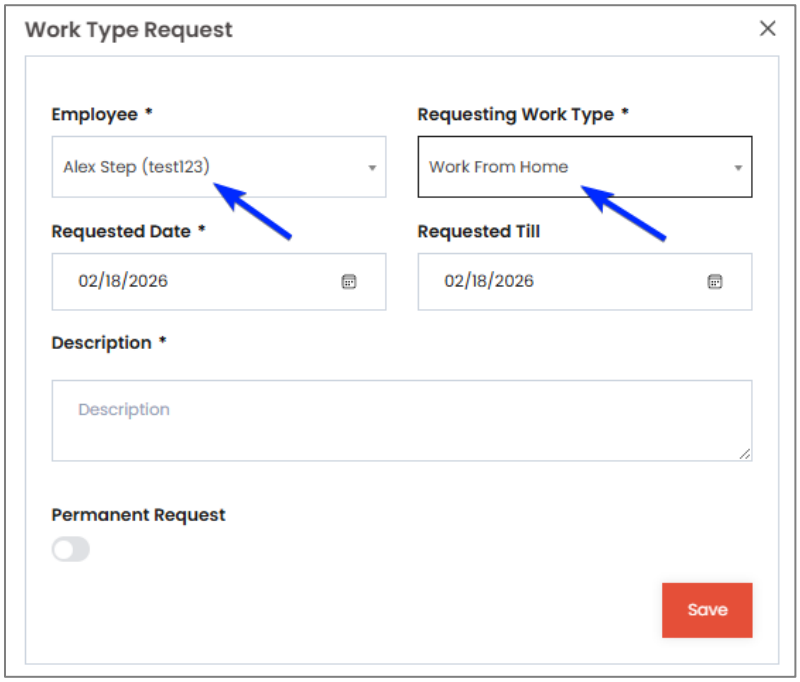


3. Переведіть доданого працівника на роботу з дому.

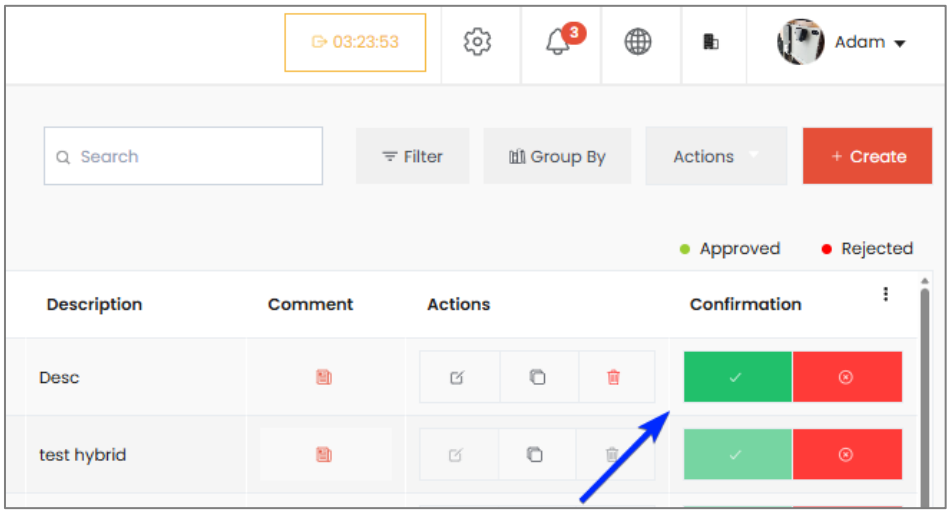
Щоб перевести працівника на роботу з дому, відкрийте розділ «Work Type Requests» в модулі «Employee» та натисніть на кнопку «Create».



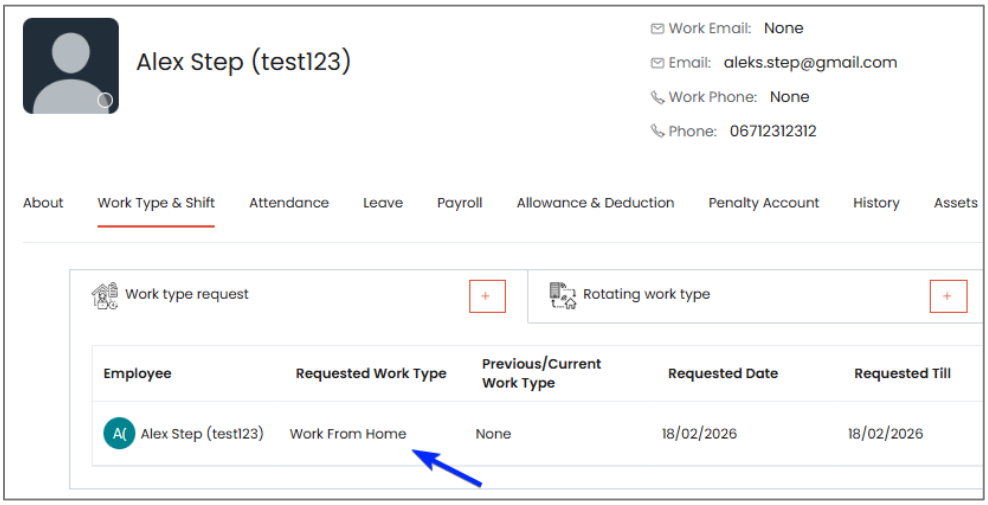
Після цього потрібно заповнити вікно з запитом. Відкрийте випадне меню «Employe» та скористайтесь пошуком, щоб знайти працівника. Відкрийте «Requesting Work Type» та виберіть «Work from Home», заповніть поле «Description» та натисніть «Save».



Після створення запиту його необхідно підтвердити. Для цього знайдіть створений вами запит в розділі «Work Type Requests» та натисніть на кнопку підтвердження у стовпці «Confirmation».



Щоб перевірити зміни, поверніться у розділ «Employees», знайдіть профіль працівника та відкрийте його. Тут в розділі «Work Type & Shift» повинен бути запис про переведення на роботу з дому.



Запитання для самоконтролю

1. Що таке HRMS (Human Resource Management System) та яке її основне призначення?
2. Які основні переваги використання HRMS для організації?
3. Які функції виконує HRMS щодо управління даними співробітників?
4. Які процеси управління персоналом можуть бути автоматизовані за допомогою HRMS?
5. Що означає централізація даних у HRMS та які її переваги?
6. Які основні модулі входять до складу системи Horilla HRMS?
7. Які можливості надає система Horilla HRMS для управління робочим часом і відпустками співробітників?

Оформлення звіту

10. Структура звіту повинна включати наступні розділи: Тема, Мета, Завдання, Хід виконання роботи, Висновок.
11. **У розділі «Хід виконання роботи» необхідно описати процес додавання нового працівника до системи Horilla та переведення його на роботу з дому. Обов'язково додайте скріншоти.**
12. У розділі «Висновки» описати, які навички було здобуто, з якими труднощами зіткнулися та як отримані знання можуть бути використані у професійній діяльності.

Посилання на вебресурси

1. Horilla HRMS
   https://www.horilla.com/
2. Horilla Documentation
   https://docs.horilla.com/
3. Horilla Blog
   https://www.horilla.com/blogs/

Системи управління людськими ресурсами
HRMS (Human Resource Management System)

HRMS (Human Resource Management System) — це комплекс програмного забезпечення, призначений для автоматизації та оптимізації процесів управління людськими ресурсами в організаціях. Ці системи допомагають керувати всіма аспектами життєвого циклу співробітника, від найму та адаптації до обліку робочого часу та нарахування заробітної плати. Завдяки HRMS компанії можуть полегшити рутинні процеси та отримати цінні аналітичні дані для прийняття стратегічних рішень.

Для кращого розуміння, що саме пропонує HRMS, варто розглянути її ключові функції:

- **Централізація даних**. HRMS об'єднує всю інформацію про співробітників в одному місці, що спрощує доступ до даних і зменшує ймовірність помилок, пов'язаних із використанням декількох систем.
- **Автоматизація процесів**. Завдяки автоматизації рутинних завдань HR-відділ може зосередитися на креативах та ініціативах, наприклад, на підвищенні кваліфікації персоналу та покращенні корпоративної культури.
- **Забезпечення відповідності нормативам**. HRMS має вбудовані правила дотримання нормативних вимог, що допомагає організації залишатися в курсі змін у законодавстві та забезпечувати своєчасне виконання всіх вимог.
- **Аналіз та звітність**. HRMS надає інструменти для аналізу даних та підготовки звітів, що дозволяє керівництву приймати конкретні рішення на основі реальних даних про персонал.

Функції сучасної HRMS системи

Основний функціонал HRMS має включати можливість зберігання всіх даних про співробітників у єдиній базі. Це охоплює інформацію про кваліфікації, робочий досвід, результати оцінок, інформацію про відпустки, лікарняні, робочий графік тощо.

- **Кадровий документообіг**. Сучасна HRMS автоматизує документообіг, що стосується співробітників. Сюди входить створення, зберігання та управління такими документами, як трудові договори, накази про прийняття або звільнення, заяви на відпустку, листки непрацездатності та інші. Архівування документів у цифровій формі значно спрощують роботу з паперовою бюрократією, мінімізують помилки та зменшують час, що витрачається на рутинні операції.
- **Аналітика та звітність**. HRMS забезпечує зручні інструменти для збору й аналізу даних, щоб HR-менеджери могли легко відстежувати ключові показники, такі як плинність кадрів, рівень залученості, ефективність співробітників, витрати на рекрутинг та інші важливі метрики. Наявність вбудованих аналітичних панелей дозволяє не лише оцінювати поточну ситуацію, а й прогнозувати тенденції розвитку.
- **Адаптація нових співробітників**. Процес адаптації нових працівників має бути також автоматизованим. HRMS може пропонувати інструменти для створення індивідуальних планів адаптації, відстеження виконання завдань новими співробітниками та надання зворотного зв'язку. Це допомагає новачкам швидше інтегруватися у робочий процес та сприяє ефективній адаптації.
- **Управління корпоративною культурою**. HRMS має бути інструментом для підтримки та розвитку корпоративної культури. Це може включати проведення внутрішніх опитувань, збору зворотного зв'язку, організацію внутрішніх заходів, обмін новинами та досягненнями компанії. Такі інструменти допомагають підвищити залученість працівників та сприяють зміцненню командного духу.

- **Оцінка продуктивності**. Інтегровані системи оцінки продуктивності є обов'язковою функцією сучасної HRMS. Вони дозволяють автоматизувати процеси оцінки співробітників, зокрема моніторинг KPI (ключових показників ефективності), проведення регулярних оглядів продуктивності та створення індивідуальних планів розвитку. Це допомагає побудувати системний підхід до оцінки ефективності персоналу та сприяє підвищенню мотивації.
- **Управління часом і відвідуваністю**. HRMS повинна забезпечувати можливість відстеження часу роботи співробітників та їхньої присутності на робочому місці. Система автоматично обробляє інформацію про відвідуваність, відпустки, лікарняні та інші види відсутностей.

Переваги використання HRMS для бізнесу

Розглядаючи переваги HRMS, можна виділити кілька основних аспектів, які роблять цю систему незамінною для сучасних компаній:

- **Ефективність і продуктивність**. Впровадження HRMS дозволяє значно підвищити продуктивність HR-процесів, оскільки автоматизовані задачі виконуються швидше та без помилок.
- **Задоволеність співробітників**. Завдяки доступу до самостійного обслуговування співробітники можуть отримувати необхідну інформацію швидше, що знижує навантаження на менеджерів.
- **Безпека даних**. Сучасні HRMS забезпечують високий рівень безпеки даних завдяки функціям шифрування та багатофакторної аутентифікації.
- **Гнучкість і масштабованість**. HRMS системи легко адаптуються до змін у бізнесі та можуть бути масштабовані відповідно до зростання або скорочення персоналу.

Крім того, інтеграція HRMS сприяє оптимізації процесів управління персоналом, дозволяючи компаніям краще адаптуватися до змін ринку та підтримувати високу конкурентоспроможність.

Horilla HRMS

Horilla HRMS — це система управління людськими ресурсами (Human Resource Management System), яка призначена для автоматизації та оптимізації процесів управління персоналом в організації.

Horilla має модульну структуру, що дозволяє використовувати окремі функціональні компоненти відповідно до потреб організації. Основні модулі HRMS включають:

- **Recruitment** (Підбір персоналу) — автоматизація процесу найму, включаючи створення вакансій, обробку резюме та оцінювання кандидатів.
- **Onboarding** (Введення в посаду) — забезпечення організованого процесу прийому нових працівників.
- **Employee** (Управління працівниками) — зберігання та обробка інформації про співробітників.
- **Attendance** (Облік робочого часу) — контроль відвідуваності та робочого часу.
- **Leave** (Управління відпустками) — оформлення та облік відпусток працівників.
- **Payroll** (Нарахування заробітної плати) — автоматичний розрахунок зарплати, податків та інших виплат.
- **Performance** (Оцінювання ефективності) — контроль продуктивності працівників та планування розвитку.
- **Assets** (Облік матеріальних ресурсів) — облік та управління майном, закріпленим за працівниками.

Лабораторна робота № 5

Тема: Створення чат-ботів для бронювання столиків або номерів, автоматичних відповідей на типові запитання гостей.

Мета: Навчитися проєктувати логіку та технічно реалізовувати чат-ботів для месенджерів (Telegram/Viber) без знання програмування (No-code); опанувати методи автоматизації бронювання та створення бази знань для відповідей на типові запити гостей.

Завдання:

1. Спроектувати структуру діалогу (Customer Journey) для готельного або ресторанного чат-бота.
2. Створити базу типових запитань (FAQ) та відповідей на них.
3. Реалізувати логічний ланцюжок збору даних від гостя для здійснення бронювання.
4. Протестувати роботу бота на мобільному пристрої.

Порядок виконання

I. Проєктування логіки та вибір платформи

1. Оберіть платформу для створення бота (наприклад, SendPulse, SmartSender або PipeDrive).
2. Накресліть схему діалогу: Привітання -> Головне меню (Бронювання / Питання / Контакти) -> Підменю.
3. Визначте перелік даних, які бот має отримати від гостя для бронювання (ПІБ, дата, час, кількість осіб, контактний телефон).

II. Створення та підключення бота

1. Зареєструйте бота в Telegram через @BotFather, отримайте унікальний API-токен.
2. Підключіть отриманий токен до обраного конструктора чат-ботів.
3. Налаштуйте «Стартовий ланцюжок», який автоматично запускається після натискання кнопки «Start».

III. Налаштування відповідей на типові запитання (FAQ)

1. У розділі «Тригери» або «Ключові слова» додайте слова-зачіпки: адреса, сніданок, парковка, Wi-Fi.
2. Створіть автоматичні текстові відповіді, які будуть надсилатися у відповідь на ці ключові слова.
3. Додайте можливість повернення до головного меню після кожної відповіді.

IV. Розробка сценарію бронювання

1. Створіть блок «Запит даних». Налаштуйте бота так, щоб він по черзі запитував у гостя необхідну інформацію.
2. Використовуйте кнопки для вибору (наприклад: кнопка «1 особа», «2 особи» тощо) для спрощення взаємодії.
3. Налаштуйте «Дію» (Action) для надсилання сповіщення менеджеру закладу про нове бронювання на e-mail або в Telegram.

V. Тестування та аналіз

1. Запустіть створеного бота на власному смартфоні.
2. Пройдіть шлях клієнта від привітання до завершення бронювання.
3. Перевірте, як бот реагує на неправильно введені дані.

Контрольні запитання

1. У чому полягає перевага чат-бота над мобільним додатком для готелю чи ресторану?
2. Що таке «тригер» у конструкторі чат-ботів і як він працює?
3. Які дані гостя є критично важливими для автоматизації процесу бронювання?
4. Яким чином чат-бот може допомогти в реалізації стратегії допродажів (upselling)?
5. Як забезпечити персоналізацію спілкування бота з постійними клієнтами?

Оформлення звіту

1. Звіт оформити в електронному вигляді в форматі Microsoft Word.
2. Структура звіту повинна включати наступні розділи: Тема, Мета, Завдання, Хід виконання роботи, Відповіді на контрольні запитання, Висновки.
3. В розділі «Хід виконання роботи» описати всі етапи роботи з програмним забезпеченням, додати скріншоти, які ілюструють найважливіші моменти.
4. В розділі «Висновки» описати, які навички було здобуто, з якими труднощами зіткнулися та як отримані знання можуть бути використані у професійній діяльності.

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.
3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
4. Скопень М.М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі: навч. посіб. — К.: Кондор, 2016. — 302 с.
5. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посіб. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Посилання на вебресурси

1. Сервіс SendPulse UA
   https://sendpulse.ua/
2. SendPulse блог
   https://sendpulse.ua/blog
3. SendPulse база знань
   https://sendpulse.ua/knowledge-base
4. ТОП-10 конструкторів для створення чат-ботів
   https://interkassa.com/blog/top-konstruktoriv-dlya-stvorennya-chat-botiv
5. Як створити чат-бот у Telegram
   https://sendpulse.ua/knowledge-base/chatbot/telegram/create-telegram-chatbot
6. Як створити Instagram чат-бота
   https://sendpulse.ua/knowledge-base/chatbot/instagram/connect-instagram-chatbot
7. Як створити Facebook чат-бота
   https://sendpulse.ua/knowledge-base/chatbot/facebook/create-connect-chatbot
8. Як створити Viber чат-бота
   https://sendpulse.ua/knowledge-base/chatbot/viber/connect-viber-chatbot

Лабораторна робота № 6

Тема: Робота в системі керування контентом вебсайту WordPress.

Мета: Навчитися адмініструвати вебсайт закладу гостинності на базі CMS WordPress; опанувати навички створення сторінок, публікації контенту, налаштування дизайну та розширення функціоналу сайту за допомогою плагінів для бронювання та комунікації.

Завдання:

1. Ознайомитися з архітектурою адмін-панелі WordPress.
2. Створити структуру основних сторінок готелю/ресторану.
3. Опублікувати новину або акційну пропозицію з медіафайлами.
4. Налаштувати зовнішній вигляд сайту за допомогою спеціалізованої теми.
5. Інсталювати та налаштувати плагін для зворотного зв'язку або бронювання.

Порядок виконання

I. Авторизація та огляд консолі

1. Увійдіть до адміністративної панелі вашого сайту (зазвичай за адресою vash-sait.com/wp-admin).
2. Вивчіть розділи консолі: «Записи» (для новин), «Медіафайли» (для фото страв/номерів), «Сторінки» (для постійної інформації), «Вигляд» (для дизайну).
3. У розділі «Налаштування» -> «Загальне» вкажіть назву вашого закладу та короткий опис (наприклад: «Готель "Затишок" — найкращий відпочинок у Карпатах»).

II. Створення інформаційної структури (Сторінки)

1. Перейдіть у розділ «Сторінки» -> «Додати нову».
2. Створіть 3 обов'язкові сторінки:
    - Про нас (опис закладу, місія, переваги).
    - Послуги / Меню (перелік номерів готелю або категорій страв ресторану).
    - Контакти (адреса, карта, номер телефону, інтеграція з соцмережами).
3. Налаштуйте головне меню сайту в розділі «Вигляд» -> «Меню», щоб відвідувач міг легко перемикатися між створеними сторінками.

III. Робота з контентом та медіа (Записи)

1. Створіть новий «Запис» (пост) на тему акції, наприклад: «Знижка -20% на проживання у будні дні» або «Оновлене літнє меню».
2. Додайте текстовий опис та завантажте зображення у «Бібліотеку медіафайлів».
3. Вставте «Галерею» з 3-4 фотографій безпосередньо в текст запису для візуалізації пропозиції.
4. Встановіть «Зображення запису», яке буде відображатися на головній сторінці.

IV. Налаштування візуальної ідентичності (Теми)

1. Перейдіть у розділ «Вигляд» -> «Теми» -> «Додати нову».
2. У рядку пошуку введіть ключові слова Hotel або Restaurant.
3. Оберіть тему, що найбільше підходить вашому закладу, натисніть «Встановити» та «Активувати».
4. Скористайтеся інструментом «Налаштувати» (Customizer), щоб змінити колірну гаму та завантажити логотип закладу.

V. Розширення функціоналу (Плагіни)

1. Перейдіть у розділ «Плагіни» -> «Додати новий».
2. Знайдіть та встановіть плагін для створення форм (наприклад, Contact Form 7) або плагін для онлайн-запису (наприклад, Bookly чи WP Hotel Booking).
3. Створіть просту форму для замовлення зворотного дзвінка або бронювання столика.
4. Розмістіть шорткод (shortcode) створеної форми на сторінці «Контакти».

Контрольні запитання

1. У чому полягає основна різниця між «Записами» та «Сторінками» в WordPress?
2. Що таке плагіни та яку роль вони відіграють у функціонуванні готельного сайту?
3. Як за допомогою WordPress забезпечити адаптивність сайту для мобільних пристроїв?
4. Навіщо закладу HoReCa використовувати «Віджети» у сайдбарі або футері сайту?
5. Які заходи безпеки (оновлення, паролі) є критичними при роботі з CMS WordPress?

Оформлення звіту

1. Звіт оформити в електронному вигляді в форматі Microsoft Word.
2. Структура звіту повинна включати наступні розділи: Тема, Мета, Завдання, Хід виконання роботи, Відповіді на контрольні запитання, Висновки.
3. В розділі «Хід виконання роботи» описати всі етапи роботи з програмним забезпеченням, додати скріншоти, які ілюструють найважливіші моменти.
4. В розділі «Висновки» описати, які навички було здобуто, з якими труднощами зіткнулися та як отримані знання можуть бути використані у професійній діяльності.

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.
3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
4. Скопень М.М. Комп’ютерні інформаційні технології в туризмі: навч. посіб. — К.: Кондор, 2016. — 302 с.

Посилання на вебресурси

1. WordPress
   https://uk.wordpress.org/
2. Beginner WordPress User
   https://learn.wordpress.org/course/beginner-wordpress-user/
3. Що таке WordPress та як ним користуватися
   https://hostiq.ua/wiki/ukr/wordpress-review/
4. Огляд CMS Wordpress: що це, плюси та мінуси
   https://interkassa.com/blog/oglyad-cms-wordpress-plyusi-minusi-prikladi
5. Актуальність WordPress: чому з ним треба працювати
   https://dou.ua/forums/topic/42889/

Лабораторна робота № 7

Тема: Робота з плагіном для автоматизації готелів VikBooking (Wordpress).

Мета: Навчитися інтегрувати повноцінну систему бронювання номерів у вебсайт на базі CMS WordPress; опанувати інструменти управління номерним фондом, тарифними планами, сезонними цінами та календарем зайнятості готелю.

Завдання:

1. Інсталювати та провести первинне налаштування плагіна VikBooking.
2. Створити категорії номерів та налаштувати їхні характеристики.
3. Розробити тарифну сітку (базові ціни та сезонні націнки).
4. Налаштувати параметри бронювання (поля форми, валюту, правила відміни).
5. Вивести форму пошуку номерів на фронтальну частину сайту за допомогою шорткодів.

Порядок виконання

I. Інсталяція та активація модуля

1. Увійдіть до консолі вашого WordPress-сайту.
2. Перейдіть у розділ Плагіни -> Додати новий. У рядку пошуку введіть VikBooking.
3. Встановіть та активуйте плагін VikBooking Hotel Booking Engine & PMS.
4. Ознайомтеся з новим розділом меню «VikBooking» у лівій частині панелі адміністратора.

II. Створення номерного фонду (Accommodation)

1. Перейдіть до розділу VikBooking -> Rooms / Categories.
2. Створіть новий номер (напр., «Double Superior Room»).
3. Заповніть дані: опис номера, кількість доступних одиниць (Units), максимальна кількість дорослих та дітей.
4. Завантажте фотографії номера та позначте наявні зручності (Amenities), такі як Wi-Fi, TV, кондиціонер.

III. Налаштування цін та тарифів (Rates & Pricing)

1. Перейдіть у розділ Types of Price. Створіть базовий тариф (напр., «Стандартний тариф зі сніданком»).
2. У вкладці Prices Table встановіть вартість номера за добу для кожної створеної категорії.
3. Налаштуйте залежність ціни від кількості гостей (наприклад, ціна за 1 особу в 2-місному номері).
4. Спеціальні ціни: Створіть правило «Special Price» для вихідних днів (+15% до вартості) або святкових періодів.

IV. Конфігурація системи та бронювання

1. Перейдіть у розділ Configuration. Оберіть основну валюту закладу (UAH) та формат дати.
2. Налаштуйте розділ Front-End Fields: додайте обов'язкові поля для клієнта (номер телефону, дата приїзду, спеціальні побажання).
3. Перевірте статус «Tax» (Податки) — налаштуйте туристичний збір, якщо це передбачено політикою закладу.

V. Публікація та тестування на сайті

1. Перейдіть на сторінку, де ви хочете розмістити форму бронювання (наприклад, «Головна» або «Бронювання»).
2. Використайте шорткод [vikbooking_search_form] для виведення модуля пошуку номерів.
3. Проведіть тестове бронювання від імені клієнта.
4. Перейдіть у VikBooking -> Bookings та перевірте, чи з’явилося нове замовлення в адмін-панелі та чи змінився статус номера в календарі зайнятості.

Контрольні запитання

1. Які основні переваги використання плагіна VikBooking порівняно зі звичайними формами зворотного зв'язку?
2. Що таке «Shortcodes» у контексті VikBooking і як вони використовуються?
3. Як реалізувати автоматичне списання доступності номера після підтвердження замовлення?
4. Яким чином у системі можна налаштувати знижку за тривале проживання (більше 7 днів)?
5. Що таке Channel Manager і чи підтримує його VikBooking для синхронізації з Booking.com?

Оформлення звіту

1. Звіт оформити в електронному вигляді в форматі Microsoft Word.
2. Структура звіту повинна включати наступні розділи: Тема, Мета, Завдання, Хід виконання роботи, Відповіді на контрольні запитання, Висновки.
3. В розділі «Хід виконання роботи» описати всі етапи роботи з програмним забезпеченням, додати скріншоти, які ілюструють найважливіші моменти.
4. В розділі «Висновки» описати, які навички було здобуто, з якими труднощами зіткнулися та як отримані знання можуть бути використані у професійній діяльності.

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.
3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
4. Скопень М.М. Комп’ютерні інформаційні технології в туризмі: навч. посіб. — К.: Кондор, 2016. — 302 с.

Посилання на вебресурси

1. VikBooking Hotel Booking Engine & PMS https://uk.wordpress.org/plugins/vikbooking/
2. Vik Booking Certified booking system and PMS Plugin https://vikwp.com/plugin/vikbooking
3. Vik Booking vs. MotoPress Hotel Booking: Which is Better for Direct Booking Website? https://motopress.com/blog/vik-booking-plugin/

Лабораторна робота № 8

Тема: Робота з конструктором сайтів Squarespace.

Мета: Навчитися проектувати та створювати професійні вебсайти для закладів гостинності за допомогою SaaS-платформи Squarespace; опанувати інструменти візуального редагування контенту, інтеграції систем бронювання та налаштування маркетингових інструментів.

Завдання:

1. Ознайомитися з інтерфейсом та можливостями конструктора Squarespace.
2. Обрати та налаштувати галузевий шаблон (Hotel або Restaurant).
3. Створити структуру сайту з використанням блоків меню, галерей та форм.
4. Інтегрувати зовнішні сервіси (бронювання столиків або номерів).
5. Провести базову SEO-оптимізацію та перевірити адаптивність сайту.

Порядок виконання

I. Реєстрація та вибір концепції

1. Зареєструйтеся на сайті Squarespace. Оберіть категорію «Restaurants» або «Travel» для пошуку найбільш релевантних шаблонів.
2. Перегляньте доступні шаблони та оберіть той, що найкраще відповідає стилістиці вашого закладу (наприклад, мінімалістичний для бутик-готелю або яскравий для кафе).
3. Дайте назву вашому проєкту та пройдіть короткий тур по інтерфейсу редактора.

II. Робота з візуальним редактором (Fluid Engine)

1. Використовуйте систему «Drag-and-drop» для розміщення блоків на головній сторінці.
2. Налаштуйте «Site Styles»: оберіть палітру кольорів та шрифтову пару, що відповідають бренду закладу.
3. Замініть фонові зображення на власні фотографії (або якісні стокові зображення), використовуючи вбудований редактор зображень для кадрування та фільтрації.

III. Наповнення контентом та спеціалізованими блоками

1. Для ресторану: Використовуйте блок «Menu» для структурованого відображення страв та цін. Налаштуйте розділи (Закуски, Основні страви, Бар).
2. Для готелю: Створіть сторінку «Rooms» з використанням блоків «Summary Block» або «Gallery» для демонстрації категорій номерів.
3. Додайте сторінку «Events» або «Gallery», щоб показати атмосферу закладу.

IV. Налаштування функціоналу бронювання та зв’язку

1. Додайте кнопку «Book Now» (Бронювати) у хедер сайту.
2. Інтегруйте блок бронювання (через вбудовані сервіси, як-от Acuity Scheduling, або зовнішні віджети типу Tock чи OpenTable).
3. Налаштуйте контактну форму та додайте інтерактивну карту Google Maps з локацією закладу.

V. Оптимізація та підготовка до публікації

1. Перейдіть у режим «Mobile View», щоб перевірити, як сайт виглядає на смартфонах. Відкоригуйте розташування елементів за потреби.
2. У розділі «Marketing» -> «SEO» заповніть SEO-опис сайту (Site Description) та заголовки сторінок для покращення видимості у пошукових системах.
3. Зробіть скріншоти готового сайту (десктопна та мобільна версії) для звіту.

Контрольні запитання

1. У чому головна перевага використання SaaS-конструкторів (як Squarespace) перед CMS із власним хостингом (як WordPress)?
2. Які специфічні блоки Squarespace є найбільш корисними для ресторанного бізнесу?
3. Що таке «Fluid Engine» і як він спрощує роботу контент-менеджера?
4. Як забезпечити високу швидкість завантаження зображень на сайті готелю в Squarespace?
5. Які інструменти аналітики вбудовані в платформу Squarespace для відстеження поведінки гостей?

Оформлення звіту

1. Звіт оформити в електронному вигляді в форматі Microsoft Word.
2. Структура звіту повинна включати наступні розділи: Тема, Мета, Завдання, Хід виконання роботи, Відповіді на контрольні запитання, Висновки.
3. В розділі «Хід виконання роботи» описати всі етапи роботи з програмним забезпеченням, додати скріншоти, які ілюструють найважливіші моменти.
4. В розділі «Висновки» описати, які навички було здобуто, з якими труднощами зіткнулися та як отримані знання можуть бути використані у професійній діяльності.

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.
3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
4. Скопень М.М. Комп’ютерні інформаційні технології в туризмі: навч. посіб. — К.: Кондор, 2016. — 302 с.
5. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посіб. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Посилання на вебресурси

1. Squarespace
   https://www.squarespace.com/
2. Squarespace Help Center
   https://support.squarespace.com/hc/en-us
3. Squarespace Blog
   https://www.squarespace.com/blog
4. Огляд конструктора сайтів Squarespace
   https://adwservice.com.ua/uk/ogljad-squarespace
5. Що таке Squarespace: Посібник з конструктора веб-сайтів
   https://ecommercefastlane.com/uk/що-таке-квадратний-простір/
6. Як створити багатомовний веб-сайт Squarespace і редагувати переклади
   https://www.linguise.com/uk/блог/керівництво/як-створити-багатомовний-веб-сайт-squarespace/

Лабораторна робота № 9

Тема: Робота з рекламною платформою Google Ads.

Мета: Ознайомитися з принципами роботи сервісу контекстної реклами Google Ads; навчитися визначати маркетингові цілі для підприємств HoReCa, обирати відповідні типи рекламних кампаній та здійснювати підбір ключових слів для залучення цільової аудиторії.

Завдання:

1. Створити та налаштувати обліковий запис Google Ads (режим експерта).
2. Ознайомитися з ієрархією облікового запису (Кампанія — Група оголошень — Оголошення).
3. Провести дослідження ключових слів для конкретного закладу за допомогою Планувальника ключових слів.
4. Проаналізувати та обрати оптимальний тип рекламної кампанії для готелю/ресторану.
5. Розробити структуру пошукового оголошення з використанням розширень.

Порядок виконання

I. Реєстрація та початкове налаштування кабінету

1. Перейдіть на сайт Google Ads та авторизуйтеся за допомогою Google-акаунта.
2. При створенні першої кампанії оберіть варіант «Перейти в режим експерта» (Expert Mode), щоб отримати повний доступ до інструментарію без обмежень автоматичних «розумних» кампаній.
3. Оберіть ціль кампанії, найбільш релевантну для бізнесу (наприклад: «Трафік вебсайту» або «Продажі» для онлайн-бронювань).

II. Робота з Планувальником ключових слів (Keyword Planner)

1. У розділі «Інструменти та налаштування» оберіть «Планувальник ключових слів».
2. Введіть кілька базових запитів, пов’язаних із вашим закладом (наприклад: «готель Львів центр», «замовити банкет ресторан»).
3. Проаналізуйте частотність запитів та рівень конкуренції. Сформуйте список із 10–15 ключових слів для вашої майбутньої кампанії.

III. Вибір типу рекламної кампанії

1. Ознайомтеся з характеристиками основних типів кампаній:
    - Пошукова (Search): текстові оголошення у результатах пошуку (ідеально для прямого попиту).
    - Медійна (Display): банерна реклама на сайтах-партнерах (для впізнаваності бренду).
    - Performance Max: автоматизована кампанія по всіх каналах Google.
    - Відео (Video): реклама на YouTube (для презентації інтер’єру та атмосфери).
2. Оберіть «Пошукову кампанію» як основну для відпрацювання навичок.

IV. Налаштування націлювання (Targeting)

1. Визначте географічне націлювання (радіус навколо закладу або конкретні міста, звідки приїжджають гості).
2. Оберіть мови, якими розмовляють ваші потенційні клієнти.
3. Встановіть денний бюджет (наприклад, умовні 200 грн/день) та стратегію призначення ставок (наприклад, «Максимум кліків»).

V. Створення оголошення та розширень

1. Напишіть 3-5 варіантів заголовків (до 30 символів кожен) та 2 варіанти описів (до 90 символів).
2. Додайте розширення (Assets): «Посилання на інші розділи сайту» (наприклад, на сторінку з цінами), «Номер телефону» та «Адреса».
3. Зробіть скріншот фінального перегляду оголошення (як воно виглядатиме на мобільному пристрої).

Контрольні запитання

1. Що таке «рейтинг оголошення» (Ad Rank) і які фактори на нього впливають?
2. У чому полягає різниця між «пошуковою» та «медійною» мережею Google?
3. Навіщо використовувати «мінус-слова» у рекламних кампаніях для ресторанів?
4. Які переваги надає використання розширень (extensions) в оголошеннях HoReCa?
5. Що таке показник якості (Quality Score) і як його підвищити?

Оформлення звіту

1. Звіт оформити в електронному вигляді в форматі Microsoft Word.
2. Структура звіту повинна включати наступні розділи: Тема, Мета, Завдання, Хід виконання роботи, Відповіді на контрольні запитання, Висновки.
3. В розділі «Хід виконання роботи» описати всі етапи роботи з програмним забезпеченням, додати скріншоти, які ілюструють найважливіші моменти.
4. В розділі «Висновки» описати, які навички було здобуто, з якими труднощами зіткнулися та як отримані знання можуть бути використані у професійній діяльності.

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.
3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
4. Скопень М.М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі: навч. посіб. — К.: Кондор, 2016. — 302 с.
5. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посіб. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Посилання на вебресурси

1. Google Ads
   https://ads.google.com/
2. Посібник із Google Ads
   https://support.google.com/google-ads/answer/6146252?hl=uk
3. Як працює Google Ads? Посібник для новачків у онлайн-рекламі
   https://netpeak.net/uk/blog/yak-pratsyue-google-ads-posibnik-dlya-novachkiv-u-onlayn-reklami/
4. Як налаштувати Google рекламу: посібник для початківців
   https://cases.media/en/article/yak-nalashtuvati-google-reklamu-posibnik-dlya-pochatkivciv

Лабораторна робота № 10

Тема: E-mail маркетинг та автоматизовані розсилки.

Мета: Навчитися використовувати інструменти e-mail маркетингу для формування лояльності клієнтів та стимулювання повторних продажів у готельно-ресторанному бізнесі; опанувати створення автоматизованих ланцюжків листів (тригерних розсилок) та аналіз їх ефективності.

Завдання:

1. Ознайомитися з функціоналом сервісів розсилок (SendPulse, MailerLite або Mailchimp).
2. Сформувати структуру бази контактів та налаштувати поля для персоналізації.
3. Розробити дизайн та наповнення адаптивного листа з акційною пропозицією.
4. Налаштувати автоматизований ланцюжок привітання (Welcome-series) для нового гостя.
5. Вивчити основні метрики аналітики e-mail кампаній.

Порядок виконання

I. Реєстрація та підготовка бази контактів

1. Зареєструйтеся на платформі e-mail маркетингу (рекомендовано SendPulse або MailerLite через наявність безкоштовних тарифів).
2. Створіть нову «Адресну книгу» під назвою «Гості готелю/ресторану».
3. Додайте вручну 3-5 тестових e-mail адрес (можна використати власні пошти або адреси одногрупників).
4. Додайте додаткові змінні (поля) до контактів: «Ім’я», «Дата останнього візиту», «Тип кухні/номера».

II. Створення контенту та дизайну листа

1. Оберіть готовий шаблон у стилі HoReCa або створіть власний у конструкторі «Drag-and-drop».
2. Додайте логотип вашого закладу, привабливий банер та текст із закликом до дії (CTA — Call to Action), наприклад: «Забронювати стіл зі знижкою 10%».
3. Використовуйте змінні персоналізації у темі листа та зверненні (наприклад: «[Name], маємо для вас особливу пропозицію!»).
4. Налаштуйте футер листа з обов’язковим посиланням на відписку та контактними даними закладу.

III. Налаштування автоматизації (Automation)

1. Перейдіть у розділ «Автоматизація» або «Автоворонки».
2. Створіть тригер «Підписка на книгу» або «Реєстрація на сайті».
3. Побудуйте ланцюжок із двох листів:
   Лист 1 (миттєво): Привітання та обіцяний бонус (промокод).
   Лист 2 (через 1-2 дні): Корисна інформація про додаткові послуги закладу (напр., SPA-центр або сніданки).

IV. Тестове відправлення та аналіз

1. Надішліть тестову версію листа на свою пошту, щоб перевірити відображення на комп’ютері та смартфоні.
2. Виконайте «бойову» розсилку по вашій тестовій адресній книзі.
3. Відкрийте розділ «Звіти» та ознайомтеся з тим, де відображатимуться дані про відкриття (Open Rate) та кліки (CTR).

Оформлення звіту

1. Звіт оформити в електронному вигляді в форматі Microsoft Word.
2. Структура звіту повинна включати наступні розділи: Тема, Мета, Завдання, Хід виконання роботи, Відповіді на контрольні запитання, Висновки.
3. В розділі «Хід виконання роботи» описати всі етапи роботи з програмним забезпеченням, додати скріншоти, які ілюструють найважливіші моменти.
4. В розділі «Висновки» описати, які навички було здобуто, з якими труднощами зіткнулися та як отримані знання можуть бути використані у професійній діяльності.

Контрольні запитання

1. Що таке «Double Opt-in» і чому цей метод підписки є важливим для репутації відправника?
2. Які показники Open Rate та CTR вважаються середніми для сфери HoReCa?
3. Що таке «тригерний лист» і які події можуть стати приводом для його відправки в готелі?
4. Навіщо проводити сегментацію клієнтської бази в e-mail маркетингу?
5. Як уникнути потрапляння листів у папку «Спам»?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.
3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
4. Скопень М.М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі: навч. посіб. — К.: Кондор, 2016. — 302 с.
5. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посіб. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Посилання на вебресурси

1. Топ-5 сервісів автоматизації email розсилок
   https://proit.ua/top-5-siervisiv-avtomatizatsiyi-email-rozsilok/
2. Що таке Email-маркетинг в ecommerce: можливості, переваги, недоліки
   https://esputnik.com/uk/blog/sho-take-email-marketing-ecommerce
3. 10 платформ для email маркетингу
   https://sendpulse.ua/blog/cheap-email-marketing-platforms
4. Автоматизована email розсилка: приклади та перевірені практики
   https://snov.io/blog/ua/email-automation-workflows-ua/
5. Автоматична розсилка — що це, як зробити і які інструменти використовувати
   https://netpeak.net/uk/blog/avtomatichna-rozsilka-shcho-tse-yak-zrobiti-i-yaki-instrumenti-vikoristovuvati/
6. Поради, коли і як краще робити email-розсилки: підвищення ефективності маркетингу завдяки CRM
   https://sitniks.ua/blog_post/porady-koly-i-yak-krashhe-robyty-email-rozsylky-pidvyshhennya-efektyvnosti-marketyngu-zavdyaky-crm/