**Львівський професійний коледж**
**готельно-туристичного та ресторанного сервісу**

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

# Методичні матеріали для проведення лекцій 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

# Лекція № 1

**Тема:** Сутність інформаційних систем і технологій.

**Мета:** Формування у студентів теоретичних знань про роль та значення інформаційних технологій (ІТ) та систем (ІС) у сфері гостинності, їх класифікацію та вплив на ефективність управління закладами.

**Завдання:** Завдання лекції передбачають розкриття змісту фундаментальних понять «інформаційна система» та «інформаційна технологія», детальне ознайомлення з класифікацією ІС у готельно-ресторанній сфері, проведення аналізу впливу процесів автоматизації на загальну ефективність менеджменту підприємств.

## План лекції:

1. Поняття та роль ІТ у сфері гостинності
2. Класифікація інформаційних систем
3. Сучасні технологічні тренди: Хмари, AI та IoT
4. Вплив автоматизації на менеджмент персоналу
5. Цифрові комунікації та вебтехнології

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

1. Сутність інформаційних систем і технологій https://www.scribd.com/document/742512070/Л1Сутність-інформаційних-систем-і-технологій

## 1. Поняття та роль ІТ у сфері гостинності

У сучасній сфері обслуговування інформаційні технології (ІТ) розглядаються як сукупність методів і програмно-технічних засобів, об'єднаних у технологічний ланцюжок, що забезпечує збір, зберігання, обробку та розповсюдження інформації для зниження трудомісткості процесів.

Інформаційна система (ІС) – це організаційно впорядкована сукупність документів та інформаційних технологій, що реалізують інформаційні процеси для управління підприємством. У готельно-ресторанному бізнесі ІС спрямовані на:

- Автоматизацію управлінських та виробничих процесів.
- Забезпечення ефективної роботи та підвищення конкурентоспроможності закладу.
- Підвищення якості обслуговування через персоналізацію сервісу.

## 2. Класифікація інформаційних систем

- PMS (Property Management Systems): Системи управління готелем (наприклад, QloApps), що охоплюють модулі бронювання, управління номерним фондом та взаємодію зі службами.
- POS (Point of Sale): Системи для ресторанів (наприклад, ProChef), які автоматизують роботу фронт-офісу, кухні та складського обліку.
- CRM (Customer Relationship Management): Програмні продукти для управління відносинами з клієнтами та маркетингових розсилок.
- GDS (Global Distribution Systems): Глобальні системи бронювання (Galileo, Amadeus), що інтегрують заклади у світовий туристичний ринок.

## 3. Сучасні технологічні тренди: Хмари, AI та IoT

Розвиток галузі на сучасному етапі (2024–2026 рр.) визначається переходом від локальних рішень до хмарних та інтелектуальних систем:

1. Хмарні технології: Дозволяють здійснювати спільну роботу та доступ до даних з будь-якої точки світу, мінімізуючи витрати на власну ІТ-інфраструктуру.
2. Штучний інтелект (AI): Використовується для прогнозування попиту, створення чат-ботів для автоматичних відповідей та бронювання, а також для аналізу великих даних.
3. Інтернет речей (IoT): Впровадження «розумних» пристроїв у номерах готелів та на кухнях ресторанів для моніторингу ресурсів і покращення комфорту гостей.

## 4. Вплив автоматизації на менеджмент персоналу

Важливою частиною ІС є системи управління людським капіталом та ресурсами:

- HRIS/HRMS: Спеціалізоване ПЗ (наприклад, Horilla, HURMA) для автоматизації кадрового обліку, оцінки ефективності та підбору персоналу.
- OKR (Objectives and Key Results): Використання ІТ-інструментів для моніторингу цілей та підвищення продуктивності праці працівників.

## 5. Цифрові комунікації та вебтехнології

Інформаційні технології охоплюють не лише внутрішні процеси, а й зовнішні комунікації:

- Вебсайти: Створення сторінок на базі CMS (Wordpress) або конструкторів (Squarespace) із вбудованими модулями бронювання.
- Соціальні мережі та месенджери: Використання Telegram, Viber та Instagram для формування іміджу бренду та прямого зв'язку з клієнтами.
- QR-коди та Google Forms: Інструменти для швидкого доступу до меню, оплат та збору відгуків (анкетування).

# Лекція № 2

**Тема:** Класифікація інформаційних систем.

**Мета:** Поглиблене вивчення архітектури та функціональних можливостей спеціалізованого програмного забезпечення, що забезпечує автоматизацію ключових бізнес-процесів у готелях та ресторанах.

**Завдання:** Сформувати у студентів системне розуміння технологічного стека сучасної індустрії гостинності. Детально розглянути функціональне наповнення систем управління майном готелю та їхню роль у координації роботи служб. Вивчити механізми автоматизації точок продажу в ресторанному господарстві та методи контролю товарно-матеріальних цінностей. Проаналізувати інструменти CRM для управління лояльністю та стратегічне значення глобальних систем дистрибуції для виходу підприємства на міжнародний ринок.

## План лекції:

1. Системи управління готелем (PMS): призначення та основні модулі
2. Автоматизація ресторанного бізнесу через системи POS
3. CRM-системи як інструмент персоналізації сервісу
4. Глобальні системи бронювання (GDS) та їхнє місце на ринку послуг

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

- Як організувати комплексну систему продажів в готелі https://ribashotelsgroup.ua/blog/kak-organizovaty-kompleksnuyu-sistemu-prodazh-v-otele-bez-rossiyskoy-avtomatizirovannoy-sistemi-upravleniya/
- Що таке CRM-система та як вона працює? https://www.creatio.com/ua/crm/what-is-crm
- Перспективи розвитку глобальних систем бронювання у туризмі https://tourlib.net/statti_ukr/polotaj6.htm

## 1. Системи управління готелем (PMS): призначення та основні модулі

PMS (Property Management System) є «серцем» готельного IT-ландшафту. Це програмне забезпечення, яке інтегрує всі аспекти операційної діяльності готелю в єдину базу даних. Головне призначення PMS – управління номерним фондом та автоматизація циклу обслуговування гостя.

Типовий функціонал PMS (наприклад, QloApps) включає модуль «Front Office», де здійснюється поселення, виїзд гостя та управління «шахматкою» (графічним відображенням завантаженості номерів). Модуль «Housekeeping» дозволяє в реальному часі відстежувати статус прибирання номерів, що критично для служби покоївок та стійки реєстрації. Модуль «Accounting» автоматизує виставлення рахунків, враховуючи не лише проживання, а й додаткові послуги (міні-бар, пральня). Важливою функцією є інтеграція з «Channel Manager», що дозволяє системі автоматично закривати продаж номерів на сайтах-агрегаторах після їхнього бронювання всередині готелю.

## 2. Автоматизація ресторанного бізнесу через системи POS

POS-системи (Point of Sale) – це апаратно-програмні комплекси, що автоматизують торгові операції в ресторанах, кафе та барах. Сучасна система (наприклад, ProChef) вирішує проблему розриву між залом та кухнею. Коли офіціант вводить замовлення в термінал або планшет, воно миттєво з'являється на моніторі кухаря або друкується на кухонному принтері («бігунок»). Особливу увагу в POS-системах приділяють складському обліку. Кожна страва в системі має «технологічну картку» – перелік інгредієнтів. У момент закриття чеку система автоматично списує необхідну кількість продуктів зі складу за методом калькуляції. Це дозволяє власнику бачити реальний залишок продуктів, контролювати фудкост (собівартість) та запобігати крадіжкам.

## 3. CRM-системи як інструмент персоналізації сервісу

CRM (Customer Relationship Management) – це стратегія та програмний продукт, спрямовані на вивчення та утримання гостя. У готельно-ресторанному бізнесі CRM збирає «цифровий портрет» відвідувача: його вподобання щодо поверху, наявність алергій, улюблені страви чи дати сімейних свят.

Завдяки інтеграції CRM з PMS, адміністратор готелю під час заїзду гостя вже знає, що той надає перевагу тихому номеру подалі від ліфта. Це створює ефект «виняткового сервісу». Крім того, CRM дозволяє автоматизувати маркетинг: система сама надішле привітання з днем народження зі знижкою на вечерю в ресторані, що значно підвищує рівень лояльності та ймовірність повторного візиту.

## 4. Глобальні системи бронювання (GDS) та їхнє місце на ринку послуг

GDS (Global Distribution Systems) – це міжнародні інформаційні мережі, що з'єднують постачальників послуг (готелі, авіакомпанії) з тисячами туристичних агентств по всьому світу. Найвідоміші системи – Amadeus, Sabre та Travelport (Galileo). GDS дозволяють готелю бути видимим для професійних агентів та корпоративних замовників у глобальному масштабі.
На відміну від OTA (Online Travel Agencies, як Booking.com), GDS орієнтовані на B2B-сектор. Використання GDS вимагає від готелю чіткої тарифної політики та миттєвого підтвердження бронювання. В сучасних умовах зв'язок між готелем і GDS зазвичай забезпечується через посередників – централізовані системи бронювання (CRS), що забезпечує максимальне охоплення ринку продажів.

# Лекція № 3

**Тема:** Застосування інформаційних технологій в готельному бізнесі.

**Мета:** Ознайомлення студентів із практичними аспектами впровадження IT у діяльність готельних служб, вивчення сучасних інструментів онлайн-дистрибуції та перспективних технологій «Smart Hotel».

**Завдання:** Сформувати у майбутніх фахівців розуміння технологічного циклу обслуговування гостя через призму автоматизованих систем. Дослідити механізми взаємодії між фронт-офісом та господарською службою за допомогою програмного забезпечення. Проаналізувати ефективність використання систем управління каналами продажів для максимізації прибутку готелю. Вивчити інноваційні рішення у сфері безконтактного сервісу та забезпечення кібербезпеки персональних даних клієнтів у цифровому середовищі.

## План лекції:

1. Автоматизація служб готелю (Front Office, Housekeeping)
2. Системи онлайн-бронювання та управління каналами продажу
3. Технології «Smart Hotel» та безконтактний сервіс
4. Інформаційна безпека та захист персональних даних

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

1. Що таке Інтернет речей (IoT) та як він розвиває різні галузі https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-take-iot-tehnologiya-ta-yak-vona-vplyvaye-na-rizni-galuzi

## 1. Автоматизація служб готелю (Front Office, Housekeeping)

Технологічний цикл обслуговування гостя за допомогою IT перетворюється на безперервний потік даних. На етапі «Front Office» автоматизація дозволяє миттєво здійснювати процедуру реєстрації (Check-in). Використання сканерів документів та інтеграція з PMS автоматично заповнює профіль гостя, що скорочує час очікування.

Важливою є синхронізація з господарською службою (Housekeeping): щойно покоївка зазначає у планшеті або через телефонний код номеру, що кімната прибрана, адміністратор на стійці реєстрації бачить це в системі та може заселяти наступного гостя. Це мінімізує помилки «людського фактору» та пришвидшує обіг номерного фонду.

## 2. Системи онлайн-бронювання та управління каналами продажу

Сучасний готель представлений на десятках майданчиків: Booking.com, Expedia, власний сайт, соціальні мережі. Для уникнення «овербукінгу» (подвійного бронювання одного номера) застосовуються Channel Managers (Менеджери каналів). Це програмне забезпечення, яке в реальному часі синхронізує наявність місць на всіх ресурсах. Якщо номер заброньовано через сайт готелю, система автоматично знімає його з продажу на всіх інших платформах. Окрім того, це дозволяє реалізовувати стратегію динамічного ціноутворення: автоматичне підвищення ціни при зростанні попиту, що значно збільшує дохідність готелю.

## 3. Технології «Smart Hotel» та безконтактний сервіс

Концепція «Розумного готелю» базується на Інтернеті речей (IoT). Вона включає інтелектуальне управління енергоспоживанням (світло та кондиціонер вмикаються лише за присутності гостя), розумні дзеркала з виведенням новин та погоди, а також мобільні додатки готелю.

Безконтактний сервіс став стандартом: гості дедалі частіше віддають перевагу Mobile Key (цифровий ключ у смартфоні), що дозволяє потрапити в номер, оминаючи стійку реєстрації. Також у сучасних готелях впроваджуються чат-боти на базі штучного інтелекту для замовлення їжі в номер або запису в SPA, що розвантажує персонал.

## 4. Інформаційна безпека та захист персональних даних

Збір великої кількості даних (паспортні дані, реквізити кредитних карток) робить готелі мішенню для кібератак.

Застосування IT вимагає суворого дотримання протоколів безпеки, таких як PCI DSS (стандарт безпеки платіжних карток). Усі сучасні системи управління (PMS) повинні мати рівні доступу для персоналу та шифрування даних. Окрім технічного захисту, важливим є дотримання законодавства (GDPR в ЄС або Закон України «Про захист персональних даних»), що передбачає отримання згоди гостя на обробку його даних та забезпечення їхньої конфіденційності.

Застосування IT в готелі – це перехід від простої реєстрації до створення «цифрового шляху» гостя, який забезпечує комфорт для клієнта та прозорість управління для власника. Подальший розвиток галузі пов'язаний з іще більшою персоналізацією послуг через аналіз великих даних (Big Data).

# Лекція № 4

**Тема:** Огляд та порівняльна характеристика сучасних систем автоматизації готелів.

**Мета:** Детальне вивчення ринку програмного забезпечення для готельного бізнесу, аналіз функціональних можливостей популярних PMS та формування у студентів критеріїв вибору системи для різних типів засобів розміщення.

**Завдання:** Ознайомити студентів з різноманіттям програмних продуктів для автоматизації готелів на вітчизняному та міжнародному ринках. Проаналізувати архітектурні відмінності між хмарними (SaaS) та локальними системами управління. Вивчити індивідуальні особливості та конкурентні переваги конкретних PMS систем таких як PMS Cloud, Otelms та Servio. Навчити майбутніх фахівців здійснювати обґрунтований вибір програмного забезпечення відповідно до масштабів та потреб конкретного готельного підприємства.

## План лекції:

1. Критерії класифікації та вибору PMS (Property Management Systems)
2. Характеристика провідних хмарних рішень: PMS Cloud, EasyMS, Otelms, ZAK, HotelFriend
3. Професійні системи для комплексного управління: Servio HMS, Interhotel, jSolutions.
4. Рішення для малого бізнесу та спеціалізоване ПЗ: KWHotel, ULTRA готель, QloApps.

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

1. PMS Cloud. Cloud-based hotel management system http://www.pmscloud.com/
2. EasyMS - допомогає керувати готелем https://easyms.ua/ua
3. SERVIO HMS – програмне рішення для готельного бізнесу https://expertsolution.com.ua/produkty/pz/servio-hms-dlya-avtomatyzatsiyi-gotelnogo-biznesu/
4. ULTRA готель. Система управління готелем https://ultra-company.com/hotel/

Сучасний ринок програмного забезпечення для готелів пропонує широкий спектр рішень, які відрізняються за архітектурою, функціоналом та ціновою політикою. Вибір конкретної PMS (Property Management System) визначає швидкість роботи персоналу та рівень задоволеності гостей.

## 1. Критерії класифікації та вибору PMS (Property Management Systems)

Основним трендом останнього десятиліття став перехід від локальних (Desktop) систем до хмарних (Cloud). Хмарні рішення не потребують встановлення на сервер готелю, доступні з будь-якого пристрою та оновлюються автоматично. При виборі системи менеджмент готелю звертає увагу на наявність інтегрованого модуля бронювання для сайту, менеджера каналів (Channel Manager), гнучкість налаштування тарифів та якість технічної підтримки.

## 2. 2. Характеристика провідних хмарних рішень: PMS Cloud, EasyMS, Otelms, ZAK, HotelFriend

До цієї групи належать системи, що працюють за моделлю SaaS (програмне забезпечення як послуга).

- PMS Cloud та Otelms – популярні в Україні рішення «все в одному». Вони включають шахматку, модуль бронювання та автоматичну синхронізацію з OTA (Online Travel Agencies). Otelms особливо цінується за простоту інтерфейсу.
- EasyMS та ZAK (від WuBook) орієнтовані на швидкість та мобільність. ZAK відомий своєю потужною інтеграцією з італійським рушієм бронювання, що забезпечує стабільну роботу з міжнародними майданчиками.
- HotelFriend – це комплексна екосистема, яка, окрім управління номерами, пропонує гостям мобільний додаток для замовлення послуг безпосередньо з телефону, що підвищує додаткові продажі готелю.

## 3. Професійні системи для комплексного управління: Servio HMS, Interhotel, jSolutions

Для великих готельних комплексів та мереж використовуються потужні системи з глибокою аналітикою.

- Servio HMS – одне з найпоширеніших рішень в Україні для об'єктів будь-якого розміру. Система має модульну структуру, що дозволяє підключати SPA, конференц-сервіс та ресторани в єдину мережу.
- Interhotel та jSolutions – професійні інструменти, орієнтовані на автоматизацію складних бізнес-процесів, детальний фінансовий облік та інтеграцію з фіскальним обладнанням. Вони забезпечують високий рівень безпеки даних та масштабованість.

## 4. Рішення для малого бізнесу та спеціалізоване ПЗ: KWHotel, ULTRA готель, QloApps

- KWHotel часто обирається невеликими готелями та хостелами завдяки наявності безкоштовної базової версії та зручного візуального календаря.
- ULTRA готель – популярне вітчизняне рішення, яке часто використовується разом із однойменною системою для ресторанів, що забезпечує безшовну інтеграцію між службами готелю та закладу харчування.
- QloApps – унікальний продукт на базі відкритого коду (open-source), що дозволяє готелям безкоштовно створити власний повноцінний сайт із системою бронювання, що особливо актуально для стартапів та малих апартаментів.

# Лекція № 5

**Тема:** Глобальні системи бронювання: Galileo, Amadeus, Sabre, Worldspan.

**Мета:** Вивчення принципів функціонування світових мереж бронювання, їхньої ролі в інтеграції готельних послуг у глобальний туристичний простір та аналіз технологічних особливостей провідних систем GDS.

**Завдання:** Ознайомити студентів з історією виникнення та еволюцією глобальних систем розповсюдження інформації. Розкрити технічні аспекти взаємодії між постачальниками послуг та туристичними агентами через канали GDS. Проаналізувати специфіку та територіальне охоплення систем Amadeus, Sabre та Travelport (Galileo, Worldspan). Вивчити переваги та недоліки використання глобальних систем для сучасного готельного бізнесу в порівнянні з прямими каналами онлайн-продажів. Навчити принципам кодування та відображення готельних ресурсів у міжнародних базах даних.

## План лекції:

1. Поняття GDS та їхня роль у міжнародному туристичному бізнесі
2. Характеристика системи Amadeus: європейський лідер дистрибуції
3. Система Sabre як піонер ринку та лідер у США
4. Конгломерат Travelport: системи Galileo та Worldspan
5. Технологія підключення готелю до GDS: CRS та перемикачі (Switches)

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

1. Перспективи розвитку глобальних систем бронювання у туризмі https://tourlib.net/statti_ukr/polotaj6.htm

## 1. Поняття GDS та їхня роль у міжнародному туристичному бізнесі

Глобальні системи бронювання (Global Distribution Systems, GDS) – це надпотужні інформаційні мережі, які забезпечують зв'язок між постачальниками послуг (авіакомпаніями, готелями, компаніями з прокату авто) та туристичними агентами по всьому світу. GDS виникли у 1960-х роках на базі систем бронювання авіаквитків і згодом стали «цифровим супермаркетом» для турпрофі. Для готелю присутність у GDS означає доступ до понад 600 000 туристичних агентств, що критично для залучення корпоративних клієнтів та іноземних туристів.

## 2. Характеристика системи Amadeus: європейський лідер дистрибуції

Amadeus – найбільша у світі GDS за обсягом транзакцій та кількістю терміналів. Заснована у 1987 році провідними європейськими авіакомпаніями (Lufthansa, Air France, Iberia, SAS), вона займає домінуюче становище на ринках Європи, Африки та Близького Сходу.

Для готелів Amadeus пропонує потужний модуль «Amadeus Hotels», який дозволяє турагентам здійснювати бронювання в режимі реального часу з миттєвим підтвердженням. Система відрізняється високою надійністю та глибокою інтеграцією з європейськими системами залізничних перевезень.

## 3. Система Sabre як піонер ринку та лідер у США

Sabre – перша у світі комп'ютерна система бронювання, створена компанією American Airlines спільно з IBM ще у 1960 році. Сьогодні Sabre є лідером на ринку Північної Америки. Вона відома своїми інноваційними рішеннями у сфері бізнес-аналітики та управління доходами для готелів. Sabre надає готелям інструменти для персоналізації пропозицій, що дозволяє таргетувати продажі на конкретних агентів або корпорації.

## 4. Конгломерат Travelport: системи Galileo та Worldspan

Компанія Travelport об'єднує дві великі системи: Galileo та Worldspan.

- Galileo була створена у 1987 році британськими та американськими компаніями. Вона має сильні позиції у Великій Британії та Азії. В Україні Galileo історично була однією з перших систем, з якими почали працювати вітчизняні турагентства.
- Worldspan вважається найтехнологічнішою системою з точки зору інтернет-бронювань. Саме на її базі свого часу створювалися такі гіганти, як Expedia та Orbitz. Worldspan забезпечує найвищу швидкість обробки запитів, що важливо для великих онлайн-тревел агентств (OTA).

## 5. Технологія підключення готелю до GDS: CRS та перемикачі (Switches)

Готель не підключається до кожної GDS окремо. Зазвичай використовується CRS (Central Reservation System) готелю або спеціалізовані «перемикачі» (Switches), такі як DHISCO (Pegasus). Ці технологічні шлюзи конвертують дані з системи управління готелем (PMS) у формат, зрозумілий для GDS. Кожен готель у системі отримує унікальний ідентифікатор (GDS-код). Важливим аспектом є підтримка стандартів «Seamless integration», що гарантує ідентичність ціни та наявності номерів у PMS готелю та на екрані турагента в Лондоні чи Токіо.

Попри розвиток систем прямого бронювання, GDS залишаються головним каналом для B2B-сегмента. Розуміння принципів роботи Galileo, Amadeus та Sabre є обов'язковим для менеджера з продажів сучасного готелю, оскільки це відкриває двері до світового ринку ділового туризму.

# Лекція № 6

**Тема:** Застосування інформаційних технологій в ресторанному бізнесі.

**Мета:** Формування у студентів теоретичної бази та практичного розуміння процесів автоматизації в закладах ресторанного господарства, вивчення структури програмних рішень для управління виробництвом та сервісом.

**Завдання:** Сформувати цілісне уявлення про архітектуру сучасних систем автоматизації ресторанів та їхній вплив на ефективність бізнес-процесів. Розкрити функціональні особливості фронт-офісу як інструменту оперативного обслуговування гостей. Ознайомити зі специфікою роботи бек-офісу в частині складського обліку та калькуляції собівартості страв. Дослідити роль інноваційних цифрових каналів взаємодії з клієнтами через впровадження мобільних додатків та QR-технологій. Визначити значення аналітичних звітів для прийняття стратегічних управлінських рішень у ресторанному менеджменті.

## План лекції:

1. Рівні автоматизації ресторанного закладу: Front-office та Back-office
2. Програмні рішення для управління залом та кухнею (POS-системи, KDS)
3. Автоматизація складського обліку та калькуляція
4. Сучасні цифрові тренди: QR-меню, термінали самообслуговування та системи лояльності

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

- Яку POS систему обрати закладам в Україні https://choiceqr.com/uk/news/yaku-pos-systemu-obraty-zakladam-v-ukraini/

## 1. Рівні автоматизації ресторанного закладу: Front-office та Back-office

Автоматизація ресторану базується на дворівневій структурі. Front-office – це зона безпосереднього обслуговування клієнтів (торговий зал). Основна мета тут – швидкість та точність виконання замовлення.

Back-office – це управлінська частина, де відбувається облік продуктів, фінансовий контроль, робота з постачальниками та формування звітності. Інтеграція цих рівнів дозволяє власнику в реальному часі бачити, як кожне продане замовлення впливає на залишки на складі та загальний прибуток закладу.

## 2. Програмні рішення для управління залом та кухнею (POS-системи, KDS)

Основою Front-office є POS-система (наприклад, ProChef, Poster або ULTRA ресторан). Офіціант формує замовлення на планшеті або стаціонарному терміналі, після чого воно миттєво передається на кухню.

Сучасним стандартом є використання KDS (Kitchen Display System) – моніторів на кухні, які замінюють паперові чеки. KDS дозволяє кухарям бачити пріоритетність страв, час приготування та статус готовності. Після завершення приготування офіціант отримує сповіщення на свій смартфон або смарт-годинник, що мінімізує час очікування для гостя.

## 3. Автоматизація складського обліку та калькуляція

Найскладнішим процесом у ресторанному бізнесі є облік інгредієнтів. Програмні продукти дозволяють створювати електронні технологічні карти страв. У такій карті прописано склад кожної порції аж до грамів (брутто, нетто, вихід). В момент закриття чеку в залі, система Back-office автоматично списує необхідну кількість продуктів зі складу. Це дозволяє здійснювати інвентаризацію в будь-який момент, виявляти розбіжності (недостачі) та автоматично формувати замовлення постачальникам при досягненні критичного залишку сировини. Також система автоматично розраховує фудкост (собівартість продуктів), що допомагає правильно встановлювати націнку.

## 4. Сучасні цифрові тренди: QR-меню, термінали самообслуговування та системи лояльності

Останні роки внесли суттєві зміни в комунікацію з гостем. QR-меню дозволяє відвідувачу самостійно переглянути страви з фотографіями, описом та калорійністю, а в деяких випадках – самостійно зробити замовлення та оплатити його через Apple Pay або Google Pay.

Термінали самообслуговування (кіоски) стають незамінними для закладів швидкого харчування (Fast Food), оскільки вони збільшують пропускну здатність та середній чек завдяки автоматичним пропозиціям додаткових продуктів. Крім того, цифрові системи лояльності (мобільні додатки) замінюють пластикові картки, дозволяючи закладу збирати дані про смаки гостя та робити персоналізовані пропозиції через Push-повідомлення.

Застосування IT у ресторанному бізнесі забезпечує прозорість усіх процесів – від закупівлі кропу до фінального розрахунку з гостем. Це не лише підвищує якість сервісу, а й створює надійну базу для фінансового контролю та масштабування бізнесу.

# Лекція № 7

**Тема:** Огляд та порівняльна характеристика сучасних автоматизованих систем управління рестораном.

**Мета:** Систематизація знань про ринок програмних продуктів для закладів харчування, аналіз їхніх функціональних особливостей та формування критеріїв вибору системи залежно від формату бізнесу.

**Завдання:** Навчити студентів класифікувати ресторанні системи за типом архітектури та функціональним наповненням. Ознайомити з перевагами хмарних технологій на прикладі систем Poster та SkyService. Розкрити можливості комплексних професійних систем таких як Syrve та jSolutions для управління великими мережами. Проаналізувати спеціалізовані рішення для цифрової взаємодії з гостем через сервіси Choice та Foodpicasso. Сформувати вміння порівнювати технічні характеристики та економічну ефективність впровадження різних систем автоматизації.

## План лекції:

1. Хмарні системи для швидкого старту: Poster, SkyService, PayKit, POS Sector
2. Комплексні системи для великого бізнесу: Syrve, Jowi, ProChef, jSolutions
3. Спеціалізовані цифрові сервіси: Choice, Foodpicasso, LIBRO

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

1. Poster POS спрощує ведення ресторанного бізнесу
   https://joinposter.com/ua
2. Система "ProChef". Іноваційна система роботи з документами
   https://prochef.com.ua/
3. LIBRO - програма автоматизації для кафе, барів, ресторанів, піцерій, їдалень та інших форм громадського харчування
   https://rikosoft.com/

Сучасний ринок автоматизації ресторанів пропонує широкий спектр інструментів, що дозволяють перетворити хаотичні процеси на керовану цифрову екосистему. Вибір системи залежить від масштабу закладу, бюджету та стратегічних цілей власника.

## 1. Хмарні системи для швидкого старту: Poster, SkyService, PayKit, POS Sector

Для невеликих кафе, кав'ярень та фуд-траків оптимальним вибором є хмарні POS-системи.

- Poster та SkyService є лідерами в Україні завдяки простоті впровадження. Вони працюють на звичайних планшетах, мають інтуїтивну «шахматку» столів та дозволяють власнику бачити звіти в реальному часі через смартфон.
- PayKit фокусується на інтеграції фіскальних функцій (ПРРО) та прийомі безконтактних платежів безпосередньо в інтерфейсі каси.
- POS Sector пропонує надійне рішення для тих, хто цінує стабільність роботи офлайн при тимчасовій відсутності інтернету.

## 2. Комплексні системи для великого бізнесу: Syrve, Jowi, ProChef, jSolutions

Середні та великі ресторани, а також мережеві заклади потребують глибшої автоматизації виробництва та фінансів.

- Syrve (раніше відома як iiko) – це «важка артилерія» автоматизації. Система використовує штучний інтелект для прогнозування замовлень, автоматично керує закупівлями та забезпечує детальний контроль кожної секунди роботи персоналу на кухні.
- Jowi та ProChef спеціалізуються на управлінні виробничими процесами, забезпечуючи безшовний зв'язок між залом та кухнею через інтерактивні монітори кухарів.
- jSolutions представляє собою потужне ERP-рішення для великих розважальних комплексів, де ресторан поєднується з готелем, боулінгом або SPA.

## 3. Спеціалізовані цифрові сервіси: Choice, Foodpicasso, LIBRO

Окрему нішу займають системи, що покращують взаємодію з гостем поза касовою зоною.

- Choice став стандартом для «цифрового ресторану», пропонуючи QR-меню з можливістю замовлення до столу та онлайн-оплати, що зменшує навантаження на офіціантів.
- Foodpicasso спеціалізується на маркетингу та доставці, дозволяючи закладам створювати власні брендовані мобільні додатки та сайти з глибокою системою лояльності.
- LIBRO – це перевірена часом професійна система, популярна у Західній Україні, яка поєднує в собі складний складський облік та спеціальні модулі для більярдних клубів чи караоке.

Якщо Poster та SkyService ідеальні для операційного обліку в реальному часі за низьку абонентську плату, то Syrve вимагає великих інвестицій, але дає змогу скоротити витрати (фудкост) на 10-15% за рахунок оптимізації закупівель. Системи типу Foodpicasso та Choice не замінюють основний облік, а працюють як надбудова для збільшення продажів.

Сучасний ресторатор більше не обирає просто «програму для каси». Він обирає технологічну платформу, яка поєднує фронт-офіс, складський облік, систему лояльності та цифрові канали продажу. Розуміння відмінностей між цими продуктами дозволяє майбутньому менеджеру ефективно оптимізувати витрати та підвищувати рівень сервісу.

# Лекція № 8

**Тема:** Інтеграція ресторанних систем з іншими рішеннями (PMS, CRM) та особливості хмарної автоматизації.

**Мета:** Вивчення механізмів створення єдиного інформаційного середовища на підприємствах гостинності через інтеграцію POS-систем із системами управління готелем та клієнтами, а також аналіз архітектурних переваг хмарних рішень.

**Завдання:** Сформувати у студентів системне розуміння переваг консолідації даних між різними підрозділами готельно-ресторанного комплексу. Розкрити технічні аспекти реалізації функції закриття рахунків на номер гостя та роль спільної бази даних у підвищенні якості сервісу. Проаналізувати можливості CRM-систем у контексті збору та обробки даних про вподобання гостей з точок продажу. Дослідити економічні та операційні відмінності між хмарними (SaaS) та локальними (On-premise) системами автоматизації. Визначити ключові фактори безпеки та методи забезпечення безперебійної роботи хмарних систем в умовах нестабільного зв'язку.

## План лекції:

1. Інтеграція POS та PMS: єдина екосистема закладу
2. Взаємодія ресторанних систем із CRM
3. Особливості та переваги хмарних (SaaS) систем
4. Порівняльний аналіз хмарних та локальних рішень

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

1. CRM для готелів: функціонал, вартість, міфи https://ribashotelsgroup.ua/blog/crm-dlya-oteley-funktsional-stoimosty-mifi/
2. CRM-системи для HoReCa https://shelfy.com.ua/categories/crm-systems/horeca/

## 1. Інтеграція POS та PMS: єдина екосистема закладу

Для готельно-ресторанних комплексів критично важливою є інтеграція ресторанної системи (POS) із системою управління готелем (PMS).

Основною функцією такої інтеграції є «Charge to Room» (закриття на номер). Коли гість вечеряє в ресторані готелю, він може не розраховуватися готівкою чи карткою на місці, а попросити включити суму в загальний рахунок готелю. Система автоматично перевіряє статус проживання гостя в PMS та переносить транзакцію у його персональний фоліо-рахунок. Це підвищує зручність для гостя та дозволяє готелю проводити єдиний нічний аудит, бачити консолідовану виручку всіх підрозділів і мінімізувати помилки ручного введення даних персоналом.

## 2. Взаємодія ресторанних систем із CRM

Інтеграція з CRM-системою перетворює POS-термінал на інструмент глибокого маркетингу. У момент оформлення замовлення офіціант бачить не просто номер столу, а профіль гостя: його попередні замовлення, алергії, улюблені напої та статус у програмі лояльності. Дані про кожну страву, куплену гостем, накопичуються в CRM, що дозволяє автоматично сегментувати клієнтську базу та робити персоналізовані пропозиції (наприклад, знижка на улюблене вино у день народження). Це формує емоційну прив’язаність гостя до закладу та стимулює повторні візити.

## 3. Особливості та переваги хмарних (SaaS) систем

Хмарні системи автоматизації (SaaS – Software as a Service) докорінно змінили IT-ландшафт галузі. На відміну від традиційних систем, хмарні рішення не потребують встановлення дорогого сервера безпосередньо в ресторані.

- Економічність: перехід від капітальних витрат (купівля ліцензій) до операційних (щомісячна підписка).
- Мобільність: власник або менеджер може контролювати продажі, залишки на складі та роботу персоналу з будь-якого пристрою через інтернет.
- Автоматизація: оновлення ПЗ та резервне копіювання даних відбуваються автоматично на стороні провайдера.
- Масштабованість: відкриття нової точки вимагає лише підключення нового планшета до існуючого акаунта.

## 4. Порівняльний аналіз хмарних та локальних рішень

Головною перевагою локальних (On-premise) систем є їхня повна незалежність від інтернету та максимальний контроль над даними. Проте вони вимагають штатного IT-спеціаліста для обслуговування сервера. Хмарні системи, навпаки, орієнтовані на гнучкість, але залежать від якості мережі.

Сучасні хмарні POS-системи (наприклад, Poster чи SkyService) вирішують цю проблему через офлайн-режим: термінал продовжує приймати замовлення та друкувати чеки без інтернету, а після відновлення зв’язку синхронізує всі дані з хмарою.

Інтеграція та перехід у хмару – це не просто технічні зміни, а стратегічний крок до прозорого управління. Поєднання даних готелю та ресторану дозволяє бачити «цінність гостя» в цілому, а хмарні технології роблять ці дані доступними 24/7, знижуючи поріг входу в автоматизацію для малого бізнесу.

# Лекція № 9

**Тема:** Програмне забезпечення для управління персоналом: переваги та сфера використання.

**Мета:** Формування у студентів системи знань про сучасні ІТ-рішення для автоматизації кадрового менеджменту (HRIS/HRM), вивчення функціональних можливостей спеціалізованого ПЗ та його впливу на ефективність роботи підприємств індустрії гостинності.

**Завдання:** Сформувати цілісне розуміння сутності та ролі інформаційних систем управління персоналом у сучасному бізнесі. Проаналізувати ключові переваги автоматизації кадрових процесів, включаючи рекрутинг, адаптацію та оцінку ефективності працівників. Ознайомити студентів із функціональними можливостями популярних HRM-систем та методологією OKR як інструменту стратегічного управління. Дослідити специфіку використання ПЗ для планування робочих графіків та обліку робочого часу в умовах високої плинності кадрів у готельно-ресторанній сфері.

## План лекції:

1. Поняття HRIS та HRM систем, їх роль у цифровій трансформації бізнесу
2. Основні функціональні модулі систем управління персоналом
3. Переваги автоматизації HR-процесів для готелів та ресторанів
4. Огляд популярних рішень

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

1. Що таке HRIS/HRM системи?
   https://shelfy.com.ua/newsroom/shho-take-hris-hrm-systemy/
2. Функції та завдання HRM системи управління персоналом
   https://peopleforce.io/uk/blog/shho-take-hrm-i-navishho-potribna-optimizatsiya-hr-protsesiv
3. Інформаційна система управління персоналом (HRIS)
   https://sunone.com.ua/glossary/informacijna-sistema-upravlinnya-personalom-hris/

## 1. Поняття HRIS та HRM систем, їх роль у цифровій трансформації бізнесу

В індустрії гостинності персонал є ключовим ресурсом, що безпосередньо впливає на якість сервісу. HRIS (Human Resource Information System) або HRM (Human Resource Management) – це програмне забезпечення, призначене для автоматизації всіх процесів, пов'язаних з управлінням людьми: від пошуку кандидата до його звільнення.

У готельно-ресторанному бізнесі такі системи дозволяють централізувати дані про співробітників, автоматизувати рутинні операції та зосередитися на розвитку корпоративної культури.

## 2. Основні функціональні модулі систем управління персоналом

Сучасні системи автоматизації персоналу (наприклад, HURMA System або Horilla) складаються з декількох критично важливих модулів.

Модуль «Рекрутинг» дозволяє автоматично публікувати вакансії та збирати відгуки. Модуль «Onboarding» допомагає новому співробітнику (офіціанту чи адміністратору) швидше адаптуватися через електронні чек-листи та навчальні матеріали. Особливо важливим є модуль «Управління часом» (Time Tracking), який автоматизує створення графіків змін та облік відпрацьованих годин, що згодом передаються у бухгалтерію для нарахування зарплати.

## 3. Переваги автоматизації HR-процесів для готелів та ресторанів

Впровадження спеціалізованого ПЗ надає закладу низку стратегічних переваг:

- Економія часу: HR-менеджери витрачають на 40-60% менше часу на паперову роботу та звіти.
- Зниження плинності кадрів: через системи зворотного зв’язку та опитування (наприклад, eNPS) керівництво може вчасно виявити вигорання співробітників.
- Прозорість: кожен працівник має доступ до особистого кабінету, де бачить свій графік, нараховані бонуси та статус відпустки.
- Точність даних: мінімізація помилок при нарахуванні заробітної плати та обліку робочих змін.

## 4. Огляд популярних рішень

На ринку України активно використовується HURMA – комплексна система, що об'єднує HR, рекрутинг та аналітику в одному інтерфейсі. Вона дозволяє автоматизувати запити на відпустки та лікарняні через Telegram-ботів, що зручно для лінійного персоналу ресторанів.

Система Horilla є прикладом гнучкого рішення з відкритим кодом, яке можна адаптувати під специфічні потреби великих готельних мереж.

# Лекція № 10

**Тема:** Інформаційні системи управління людськими ресурсами (HRIS, Human Resource Information System).

**Мета:** Вивчення архітектури, функціональних можливостей та практичного значення HRIS у готельно-ресторанному бізнесі для цифровізації кадрових процесів та підвищення ефективності менеджменту.

**Завдання:** Сформувати глибоке розуміння поняття HRIS як інтегрованої системи, що поєднує управління людськими ресурсами та інформаційні технології. Дослідити структуру та функціональне наповнення основних модулів системи від рекрутингу до адміністрування виплат. Проаналізувати вплив автоматизації кадрових даних на прийняття стратегічних управлінських рішень у закладах гостинності. Вивчити особливості впровадження хмарних HR-рішень та інструментів самообслуговування для лінійного персоналу готелів та ресторанів.

## План лекції:

1. Поняття та архітектура систем HRIS
2. Основні функціональні модулі HRIS
3. Ефективність впровадження HRIS у сфері гостинності
4. Сучасні тренди: Employee Self-Service (ESS) та мобільний HR

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

1. Порівнюємо топ-10 HRM систем: Як обрати найкращу https://peopleforce.io/uk/blog/best-hrm-systems
2. Як вибрати HR-систему: різниця між HRIS та HCM простими словами https://sereda.ai/uk/blog/yak-vybraty-hr-systemu-riznyczya-mizh-hris-ta-hcm-prostymy-slovamy
3. HRIS: як працює інформаційна система управління персоналом https://hurma.work/blog/informaczijna-sistema-upravlinnya-personalom/

## 1. Поняття та архітектура систем HRIS

Інформаційна система управління людськими ресурсами (Human Resource Information System, HRIS) – це програмне рішення, яке забезпечує централізоване зберігання, обробку та аналіз даних про персонал.

В архітектурному плані HRIS є точкою перетину кадрового менеджменту та інформаційних технологій. Система створює єдине цифрове середовище, де інформація про кожного співробітника (особисті дані, кваліфікація, історія кар'єрного росту) доступна для оперативного використання. Для великих готельних мереж HRIS є базовим інструментом, що дозволяє уникнути фрагментації даних та паперової бюрократії.

## 2. Основні функціональні модулі HRIS

Сучасна HRIS – це модульна система, де кожна частина відповідає за певний етап життєвого циклу співробітника:

- Рекрутинг (ATS): Автоматизація збору резюме, ведення бази кандидатів та моніторинг етапів співбесід.
- Onboarding (Адаптація): Цифрові плани навчання для нових офіціантів чи рецепціоністів, доступ до корпоративних стандартів та інструкцій.
- Облік робочого часу та відвідуваності: Інтеграція з терміналами доступу або мобільними додатками для фіксації змін.
- Payroll (Нарахування зарплати): Розрахунок виплат з урахуванням бонусів, штрафів та податків, часто інтегрований із бухгалтерськими програмами.
- Performance Management: Модуль для постановки цілей, оцінки KPI та проведення атестацій.

## 3. Ефективність впровадження HRIS у сфері гостинності

Впровадження HRIS у готелях та ресторанах дозволяє вирішити проблему високої плинності кадрів, характерну для галузі. Система допомагає ідентифікувати «зіркових» співробітників та вчасно пропонувати їм розвиток.

Автоматизація графіків роботи мінімізує витрати на понаднормові виплати. Окрім того, HRIS забезпечує високий рівень безпеки персональних даних, що відповідає вимогам законодавства. Централізована звітність дозволяє менеджменту бачити реальну вартість утримання персоналу та ефективність витрат на навчання.

## 4. Сучасні тренди: Employee Self-Service (ESS) та мобільний HR

Головним трендом останніх років є розвиток Employee Self-Service (ESS) – порталів самообслуговування. Через мобільний додаток або веб-інтерфейс співробітник може самостійно переглянути свій графік, подати заявку на відпустку, отримати розрахунковий листок або записатися на внутрішній тренінг. Це знімає до 40% рутинного навантаження з HR-відділу. Мобільність є критичною для лінійного персоналу (покоївки, кухарі), які не мають стаціонарного робочого місця з комп'ютером, але активно користуються смартфонами для робочих комунікацій.

HRIS є фундаментом цифрової трансформації кадрової політики в індустрії гостинності. Відмова від ручного обліку на користь автоматизованих систем дозволяє закладам створювати прозорі умови праці, підвищувати лояльність команди та забезпечувати стабільно високу якість обслуговування гостей.

# Лекція № 11

**Тема:** Соціальні мережі для закладів готельно-ресторанного бізнесу.

**Мета:** Вивчення ролі соціальних медіа у цифровій стратегії підприємств індустрії гостинності, опанування інструментів SMM для просування послуг та формування лояльної аудиторії.

**Завдання:** Сформувати у студентів розуміння соціальних мереж як інтегрованого інструменту сучасних інформаційних технологій у бізнесі. Розкрити специфіку візуального маркетингу та створення контенту для готелів і ресторанів на різних платформах. Вивчити механізми взаємодії з користувачами та методи управління онлайн-репутацією закладу. Дослідити можливості таргетованої реклами та аналітики соціальних медіа для підвищення конверсії та прямих бронювань. Навчити принципам інтеграції соціальних мереж із внутрішніми системами автоматизації закладу.

## План лекції:

1. Соціальні мережі як складник інформаційної інфраструктури закладу індустрії гостинності
2. Огляд платформ: Instagram, Facebook, TikTok та їхня цільова аудиторія
3. Контент-стратегія: візуальний складник, сторітелінг та UGC (користувацький контент).
4. Управління репутацією та сервісна підтримка через соціальні медіа.

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

1. Facebook та Instagram: порівняння платформ https://itforce.ua/blog/facebook-instagram-porivniannia-platform/
2. Як створювати контент для Instagram та інших соцмереж: тексти, картинки та відео https://www.site2b.ua/ua/web-blog-ua/yak-stvoryuvati-kontent-dlya-instagram-ta-inshix-socmerezh-teksti-kartinki-ta-video.html
3. Контент-стратегія: що таке, навіщо потрібна та як створити https://omgagency.me/blog/kontent-strategiya-shho-take-navishho-potribna-ta-yak-stvoryty/

У цифрову епоху соціальні мережі перестали бути просто засобом спілкування, перетворившись на повноцінні канали продажів та підтримки клієнтів. Для готельно-ресторанного бізнесу присутність у соцмережах є критично важливою, оскільки саме тут формується перше враження потенційного гостя про атмосферу та якість послуг.

## 1. Соціальні мережі як складник інформаційної інфраструктури закладу індустрії гостинності

SMM (Social Media Marketing) – це не лише публікація фото, а складна інформаційна система. Вона інтегрується з модулями бронювання (Booking engine), CRM-системами та сервісами аналітики. Соціальні мережі дозволяють скоротити шлях гостя від моменту «побачив фото страви/номера» до «зробив бронювання», використовуючи вбудовані кнопки дії або прямі посилання на PMS готелю.

## 2. Огляд платформ: Instagram, Facebook, TikTok та їхня цільова аудиторія

- Instagram залишається головним майданчиком завдяки візуальній спрямованості. Для ресторанів це «фуд-порн» (високоякісні фото страв), для готелів – демонстрація нтер'єрів та краєвидів. Функції Reels та Stories дозволяють показувати «життя» закладу в реальному часі.
- Facebook орієнтований на більш зрілу аудиторію та корпоративний сегмент. Це ідеальне місце для анонсів подій, довгих текстових постів та роботи з відгуками.
- TikTok став незамінним для залучення молодої аудиторії. Віральні відео з «бекстейджем» кухні або лайфхаками від персоналу готелю допомагають підвищити впізнаваність бренду без великих витрат на продакшн.

## 3. Контент-стратегія: візуальний складник, сторітелінг та UGC (користувацький контент)

Основою просування є стратегія, що базується на трьох типах контенту: інформаційному (меню, ціни), розважальному (атмосфера, жарти) та репутаційному (нагороди, відгуки).

Важливим елементом є UGC (User Generated Content) – контент, створений самими гостями. Репости сторіз відвідувачів мають вищий рівень довіри, ніж офіційна реклама. Якісний освітлення в закладі, «інстаграмні» локації та подача страв стимулюють гостей безкоштовно рекламувати заклад у своїх профілях.

## 4. Управління репутацією та сервісна підтримка через соціальні медіа

Соціальні медіа стали передовою лінією клієнтського сервісу. Швидкість відповіді на запит у Direct або коментар часто є вирішальним фактором у виборі закладу. Робота з негативом вимагає професіоналізму: публічна та ввічлива відповідь на скаргу може нівелювати негативне враження та продемонструвати лояльність бренду до клієнтів.

Аналітика соцмереж дозволяє відстежувати ефективність рекламних кампаній, розуміти портрет свого гостя та вчасно коригувати маркетингову стратегію.

Соціальні мережі в індустрії гостинності – це міст між цифровим світом і фізичним сервісом. Ефективне використання цих інструментів дозволяє закладу не лише залучати нових гостей, а й створювати стійку спільноту прихильників бренду.

# Лекція № 12

**Тема:** Особливості соціальних мереж Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, Telegram. Використання соціальних мереж для просування бренду, спілкування з клієнтами, оголошення про події.

**Мета:** Поглиблене вивчення функціональних можливостей провідних соціальних мереж та месенджерів для стратегічного просування брендів у сфері гостинності, побудови системи комунікації з клієнтами та ефективного управління подіями.

**Завдання:** Ознайомити студентів з унікальними технічними та маркетинговими характеристиками платформ Instagram, Facebook, TikTok, YouTube та Telegram. Розкрити методику вибору цифрового каналу залежно від бізнес-завдань та портрета цільової аудиторії закладу. Вивчити алгоритми взаємодії з клієнтами в режимі реального часу та інструменти автоматизації анонсування подій. Проаналізувати роль відеоконтенту та інтерактивних функцій у підвищенні конверсії та лояльності споживачів послуг готельно-ресторанного бізнесу.

## План лекції:

1. Порівняльна характеристика платформ: Instagram та Facebook
2. Відеомаркетинг як інструмент залучення: можливості TikTok та YouTube
3. Telegram як гібрид месенджера та медіаплатформи
4. Стратегії використання соціальних мереж: просування бренду, комунікація та Event-менеджмент.

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

1. Facebook та Instagram: порівняння платформ https://itforce.ua/blog/facebook-instagram-porivniannia-platform/
2. Що таке відеомаркетинг? https://wave.video/ua/blog/what-is-video-marketing/
3. 7 кроків до створення успішної стратегії соціальних медіа https://floreskul.medium.com/7-кроків-до-створення-успішної-стратегії-соціальних-медіа-dba05787d2d7

Сучасна цифрова присутність закладу гостинності вимагає диференційованого підходу до різних платформ. Кожна соціальна мережа має свій технічний інструментарій, що дозволяє вирішувати конкретні бізнес-завдання: від візуального натхнення до миттєвого бронювання.

## 1. Порівняльна характеристика платформ: Instagram та Facebook

Instagram залишається ключовим каналом завдяки пріоритету візуального контенту. Для готелів та ресторанів критично важливим є використання «Highlights» (збережених сторіз) для відображення меню, прайсів та відгуків. Функція «Instagram Shopping» та кнопки дії «Book Now» дозволяють інтегрувати профіль безпосередньо з PMS готелю.

Facebook, натомість, є потужним інструментом для побудови спільноти та таргетованої реклами. Особливістю платформи є розділ «Events» (Події), який дозволяє створювати сторінки заходів, відстежувати кількість зацікавлених гостей та здійснювати автоматичні нагадування про майбутні вечори в ресторані чи конференції в готелі.

## 2. Відеомаркетинг як інструмент залучення: можливості TikTok та YouTube

TikTok пропонує закладам можливість стати «віральними» без великих бюджетів. Основна стратегія тут – автентичність: динамічні огляди номерів, приготування страв за 15 секунд або гумористичні відео про будні персоналу. Це найкращий канал для залучення покоління Z.

YouTube використовується для більш фундаментального просування. Це платформа для професійних VR-турів готелем, серії майстер-класів від шеф-кухаря або відеопрезентацій для корпоративних клієнтів (B2B). YouTube-канал виконує роль довгострокового архіву, що покращує SEO-показники сайту закладу.

## 3. Telegram як гібрид месенджера та медіаплатформи

Telegram поєднує функції месенджера та інформаційного каналу. Для ресторанного бізнесу це ідеальний інструмент для створення закритих клубів лояльності та розсилки «пропозицій дня».

Головна перевага – чат-боти. Вони можуть автоматично приймати замовлення на доставку, бронювати столи або відповідати на типові запитання гостей готелю (пароль від Wi-Fi, час сніданку), інтегруючись із внутрішньою CRM-системою.

## 4. Стратегії використання соціальних мереж: просування бренду, комунікація та Event-менеджмент

Для просування бренду важливо дотримуватися єдиного візуального стилю на всіх платформах. Спілкування з клієнтами має бути двостороннім: швидка відповідь у Direct або коментарях у Facebook прирівнюється до якості сервісу на ресепшені.

Анонсування подій вимагає крос-платформності: створення події у Facebook, серія Stories-відліку в Instagram, відео-запрошення в TikTok та пряме повідомлення в Telegram-каналі. Такий комплексний підхід забезпечує максимальне охоплення та конверсію запитів у реальні візити.

Кожна платформа – це окремий інструмент у руках менеджера. Instagram продає атмосферу, Facebook – події та довіру, TikTok – емоції, YouTube – експертність, а Telegram – зручність та швидкість. Тільки інтегроване використання цих систем дозволяє створити стійкий цифровий бренд у сфері гостинності.

# Лекція № 13

**Тема:** Організація вебсайту для готельно-ресторанного бізнесу. Структура вебсайту.

**Мета:** Формування у студентів знань про принципи проектування, структурування та функціонування сучасних вебсайтів як основного інструмента прямих продажів та формування іміджу підприємства.

**Завдання:** Ознайомити студентів із роллю вебсайту в загальній інформаційній системі готелю та ресторану. Дослідити типову структуру та архітектуру вебсторінок для різних сегментів сфери обслуговування. Вивчити функціональні вимоги до модулів онлайн-бронювання та зворотного зв'язку. Проаналізувати технічні аспекти юзабіліті, мобільної адаптивності та пошукової оптимізації (SEO) як факторів конкурентоспроможності. Визначити методику підготовки контенту, що стимулює конверсію відвідувачів у реальних клієнтів.

## План лекції:

1. Вебсайт як стратегічний інструмент бізнесу
2. Типова структура та навігація вебсайту готелю
3. Особливості організації та контентного наповнення сайту ресторану
4. Технічні стандарти: адаптивність, швидкість завантаження та інтеграція з ПЗ (PMS, POS)

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

1. Як зробити сайт готелю корисним для відвідувачів. Чек-лист підготовки сайту https://sprava.ua/blog/kak-sdelaty-sajt-otelya
2. Створення сайту ресторану – яким повинен бути сайт кафе чи ресторану https://joinposter.com/ua/post/sait-dlya-kafe-ta-restoraniv

## 1. Вебсайт як стратегічний інструмент бізнесу

У сучасному цифровому середовищі вебсайт закладу гостинності є не просто візитною карткою, а повноцінним офісом продажів, що працює 24/7. Головна перевага власного сайту – можливість здійснювати прямі бронювання, уникаючи сплати високих комісій (від 15% до 25%) глобальним посередникам, таким як Booking.com.

Вебсайт акумулює всі маркетингові зусилля: на нього спрямовується трафік із соціальних мереж, пошукових систем та контекстної реклами.

## 2. Типова структура та навігація вебсайту готелю

Структура сайту готелю має бути логічною та забезпечувати гостю відповіді на основні запитання за 2–3 кліки. Обов'язкові розділи включають:

- Головна сторінка: Унікальна торгова пропозиція (УТП), яскраві візуальні образи та помітна кнопка «Забронювати» (Call to Action).
- Номери та ціни: Детальний опис кожної категорії номера з переліком зручностей та професійною фотогалереєю.
- Послуги (Facilities): Інформація про сніданки, SPA, конференц-зали, паркінг тощо.
- Модуль бронювання (Booking Engine): Інтегрований віджет, що підключений до PMS готелю для миттєвої перевірки наявності місць.
- Контакти: Карта проїзду, кнопки швидкого зв'язку через месенджери та форма зворотного зв'язку.

## 3. Особливості організації та контентного наповнення сайту ресторану

Сайт ресторану має свою специфіку, де візуальне сприйняття страв є першочерговим. Ключовим елементом є Меню, яке повинно бути доступне у текстовому форматі (для SEO) або інтерактивному вигляді, а не просто як PDF-файл. Важливими модулями є:

- Система резервування столів: Інтеграція з POS-системою (наприклад, Poster чи Choice) для автоматичного бронювання.
- Доставка та онлайн-оплата: Можливість обрати страви в кошик та оплатити їх карткою.
- Атмосфера та події: Розділ з анонсами живої музики, майстер-класів чи сезонних оновлень меню.

## 4. Технічні стандарти: адаптивність, швидкість завантаження та інтеграція з ПЗ (PMS, POS)

Сучасний сайт повинен відповідати концепції Mobile-first, оскільки понад 70% бронювань в індустрії гостинності здійснюються зі смартфонів. Швидкість завантаження має бути критично високою (до 3 секунд), інакше гість покине сторінку. Інтеграція – це те, що перетворює сайт на IT-систему. Сайт готелю має бути синхронізований із Channel Manager, щоб ціни завжди були актуальними.

Використання SSL-сертифіката є обов'язковим для безпеки платежів та кращого ранжування в Google. Також важливо встановити пікселі соціальних мереж та Google Analytics для відстеження поведінки користувачів та ефективності реклами.

Організація вебсайту в готельно-ресторанному бізнесі – це поєднання естетичного дизайну, технічної надійності та глибокої інтеграції з операційним програмним забезпеченням закладу.

# Лекція № 14

**Тема:** Конструктори сайтів Wix та Squarespace.

**Мета:** Ознайомлення студентів із принципами роботи сучасних No-Code платформ (конструкторів сайтів), вивчення функціональних можливостей Wix та Squarespace для створення професійних вебпредставництв та їхньої інтеграції з сервісами бронювання.

**Завдання:** Сформувати у майбутніх фахівців навички роботи з візуальними редакторами сайтів без необхідності знання мов програмування. Розкрити переваги використання SaaS-платформ для швидкого запуску маркетингових кампаній та створення сайтів-візиток для готелів та ресторанів. Проаналізувати спеціалізовані модулі для бронювання номерів та замовлення страв усередині конструкторів. Вивчити критерії вибору між гнучкістю налаштувань Wix та естетичною довершеністю Squarespace залежно від брендингу закладу. Опанувати основи налаштування SEO та аналітики всередині конструкторів для моніторингу трафіку.

## План лекції:

1. Поняття No-Code розробки та роль конструкторів сайтів у малому та середньому бізнесі
2. Платформа Wix: інструменти Wix Hotels та Wix Restaurants
3. Платформа Squarespace: акцент на дизайні та інтегровані системи запису
4. Порівняльний аналіз платформ: вартість, масштабованість та простота підтримки

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

1. Вибираємо конструктор сайтів: огляд 25 найкращих варіантів https://sendpulse.ua/blog/best-web-page-builders
2. Wix проти Squarespace https://www.guru99.com/uk/wix-vs-squarespace.html
3. Огляд конструктора сайтів Squarespace https://adwservice.com.ua/uk/ogljad-squarespace
4. Огляд конструктора сайтів Squarespace https://adwservice.com.ua/uk/ogljad-squarespace

## 1. Поняття No-Code розробки та роль конструкторів сайтів у малому та середньому бізнесі

Створення вебсайту традиційним методом (через розробників) часто є тривалим і дорогим процесом. Конструктори сайтів пропонують модель «Self-Service», де менеджер закладу може самостійно зібрати сайт із готових блоків. Це дозволяє закладам гостинності бути гнучкими: швидко змінювати меню, додавати акції або створювати окремі лендінги для подій.

## 2. Платформа Wix: інструменти Wix Hotels та Wix Restaurants

Wix є лідером ринку завдяки своєму редактору «drag-and-drop», що дає повну свободу в дизайні. Для сфери гостинності Wix пропонує унікальні вертикальні рішення:

- Wix Hotels: Повноцінна система управління бронюванням, яка дозволяє готелю приймати замовлення безпосередньо на сайті, керувати типами номерів та налаштовувати цінову політику без комісії за транзакції.
- Wix Restaurants: Модуль для створення інтерактивного цифрового меню, замовлення столів та оформлення доставки страв. Wix також має потужний App Market, де можна знайти додатки для онлайн-чатів, гостьових книг та інтеграції з Instagram.

## 3. 3. Платформа Squarespace: акцент на дизайні та інтегровані системи запису

Squarespace відомий своїми преміальними шаблонами, які розробляються професійними дизайнерами. Це ідеальне рішення для бутік-готелів та концептуальних ресторанів, де візуальна подача бренду є пріоритетом.

Squarespace не дає такої свободи в переміщенні елементів, як Wix, але це гарантує, що сайт завжди виглядатиме гармонійно на будь-якому пристрої. Платформа має вбудовану систему Tock для управління резервуванням столів у ресторанах та Acuity Scheduling для запису на додаткові послуги (SPA, екскурсії).

## 4. Порівняльний аналіз платформ: вартість, масштабованість та простота підтримки

При виборі між Wix та Squarespace менеджер повинен враховувати:

- Гнучкість дизайну: Wix дозволяє реалізувати будь-яку ідею, тоді як Squarespace тримає користувача в межах «правильної» сітки.
- Простота управління: Squarespace має більш лаконічний інтерфейс, що зручніше для регулярного оновлення контенту недосвідченим користувачем.
- SEO та маркетинг: Обидві платформи мають вбудовані інструменти для просування в Google, проте Wix пропонує більш детальні підказки (Wix SEO Wiz).
- Інтеграція: Важливо перевірити, чи підтримує обраний конструктор інтеграцію з уже встановленою в закладі системою (наприклад, Poster чи QloApps).

Wix та Squarespace демократизували доступ до професійних вебтехнологій. Для малого та середнього бізнесу в індустрії гостинності ці платформи є оптимальним вибором, що поєднує в собі низькі витрати, високу швидкість запуску та професійний рівень сервісу для кінцевого гостя.

# Лекція № 15

**Тема:** Особливості інтернет-маркетингу у готельно-ресторанній сфері.

**Мета:** Формування у студентів цілісного розуміння специфіки цифрового маркетингу в індустрії гостинності, вивчення інструментів залучення клієнтів через пошукові системи, канали дистрибуції та платформи відгуків.

**Завдання:** Розкрити сутність інтернет-маркетингу як інструменту продажу вражень та емоцій у сфері гостинності. Ознайомити студентів із механізмами пошукової оптимізації та локального просування закладу в Google Maps. Проаналізувати взаємодію з онлайн-турагентствами (OTA) та методи стимулювання прямих бронювань через сайт закладу. Вивчити технології управління репутацією на міжнародних платформах відгуків та роль аналітики у вимірюванні ефективності рекламних кампаній.

## План лекції:

1. Специфіка інтернет-маркетингу в індустрії гостинності
2. Пошуковий маркетинг та локальне просування.
3. Канали дистрибуції та прямі бронювання
4. Управління репутацією (ORM)

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

1. Що таке локальне SEO, для чого його використовують і як воно працює https://wezom.com.ua/ua/blog/chto-takoe-lokalnoe-seo
2. SERM та ORM: що це та в чому різниця https://detector.media/withoutsection/article/193871/2021-11-16-serm-ta-orm-shcho-tse-ta-v-chomu-riznytsya/
3. Посібник з управління онлайн-репутацією (ORM): навіщо це потрібно вашому бізнесу? https://indeedseo.com/uk/blog/online-reputation-management-guide/

## 1. Специфіка інтернет-маркетингу в індустрії гостинності

Інтернет-маркетинг у сфері гостинності має унікальну особливість: споживач не може «спробувати» продукт до моменту його купівлі (проживання чи візиту). Тому маркетинг в індустрії гостинності – це маркетинг довіри та очікувань. Основним інструментом стає візуальний контент високої якості та сторітелінг, що формують емоційний зв'язок із брендом. Цифрова стратегія має охоплювати весь шлях гостя (Customer Journey): від виникнення потреби до залишення відгуку після візиту.

## 2. Пошуковий маркетинг та локальне просування.

Більшість пошукових запитів в індустрії гостинності мають локальний характер (наприклад, «готель поруч» або «італійський ресторан Львів»).

Тому критично важливим є Локальне SEO. Центральним інструментом тут є Google Business Profile. Правильно налаштована картка закладу з актуальними фото, меню та годинами роботи дозволяє закладу з’являтися у «Local Pack» (перші три результати на карті).

Паралельно використовується SEM (Search Engine Marketing) – контекстна реклама Google Ads, яка дозволяє закладу бути у топі видачі за конкурентними запитами у високий сезон.

## 3. Канали дистрибуції та прямі бронювання

Ринок дистрибуції готельних послуг поділений між OTA (Online Travel Agencies), такими як Booking.com чи Expedia, та власними сайтами готелів. OTA забезпечують величезне охоплення («ефект білборда»), але забирають значну комісію.

Стратегія сучасного інтернет-маркетингу спрямована на перетворення користувача OTA на прямого клієнта. Для цього використовуються інструменти стимулювання прямих бронювань: спеціальні ціни «тільки на сайті», безкоштовні додаткові послуги (пізній виїзд, сніданок) та зручні віджети бронювання, інтегровані з PMS.

## 4. Управління репутацією (ORM)

В індустрії гостинності відгуки мають таку ж вагу, як і ціна. Online Reputation Management (ORM) передбачає системну роботу з платформами TripAdvisor, Google Maps та Booking.com. Згідно з дослідженнями, готелі, що відповідають на відгуки (особливо негативні), мають на 20% вищий рейтинг.

Маркетолог закладу повинен використовувати інструменти моніторингу згадок бренду, оперативно реагувати на скарги та стимулювати лояльних клієнтів створювати UGC (User Generated Content). Високий рейтинг та велика кількість свіжих відгуків є найкращим підтвердженням якості та безпеки для майбутнього гостя.

Інтернет-маркетинг в індустрії гостинності – це не окрема активність, а складна інформаційна система, що поєднує технічне SEO, емоційний контент, управління каналами продажу та активну роботу з репутацією. Ефективність цієї системи вимірюється через показники конверсії, вартості залучення клієнта (CAC) та рівня повернення гостя.

# Лекція № 16

**Тема:** Принцип роботи контекстної реклами. Платформа Google Ads.

**Мета:** Формування у студентів знань про механізми функціонування контекстної реклами, опанування інтерфейсу та інструментарію платформи Google Ads для просування послуг в індустрії гостинності.

**Завдання**: Сформувати розуміння поняття та видів контекстної реклами у сучасному цифровому маркетингу. Розкрити принципи роботи аукціону Google Ads та фактори, що впливають на рейтинг оголошення. Навчити студентів алгоритму підбору ключових слів для готельних та ресторанних запитів. Дослідити можливості таргетингу та ремаркетингу для повернення користувачів на сайт закладу. Вивчити методи оцінки ефективності рекламних кампаній через показники конверсії та вартості залучення клієнта.

## План лекції:

1. Сутність та переваги контекстної реклами
2. Основні формати оголошень у Google Ads: Пошукова мережа, КМС, Відеореклама
3. Механізм аукціону: взаємодія ставки (Bid) та показника якості (Quality Score)
4. Ремаркетинг та локальний таргетинг як ключові інструменти для ресторанів та готелів

## Список використаної літератури:


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


## Посилання на вебресурси:

1. Основні формати оголошень у Google Ads: Пошукова мережа, КМС, Відеореклама https://adwservice.com.ua/uk/typy-reklamnyh-kampanij-google-ads
2. 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/
3. Ремаркетинг: як мотивувати клієнта знову відкрити сайт, з якого він пішов https://wezom.com.ua/ua/blog/remarketing

## 1. Сутність та переваги контекстної реклами

Контекстна реклама – це тип інтернет-реклами, при якому оголошення демонструється відповідно до змісту (контексту) інтернет-сторінки або безпосереднього запиту користувача в пошуковій системі. В індустрії гостинності це працює за принципом прямої відповіді на попит: якщо користувач шукає «забронювати готель у Львові», він миттєво бачить пропозиції саме від тих готелів, що налаштували рекламу. Головна перевага – оплата за результат, тобто за перехід користувача на сайт (модель PPC – Pay Per Click).

## 2. Основні формати оголошень у Google Ads: Пошукова мережа, КМС, Відеореклама

Платформа Google Ads пропонує декілька мереж для розміщення:

- **Пошукова мережа:** Текстові оголошення над результатами пошуку. Ідеально для «гарячих» запитів типу «банкетний зал на весілля».
- **Контекстно-медійна мережа (КМС):** Банери на сайтах-партнерах Google. Підходить для візуальної демонстрації інтер'єру готелю чи апетитних страв ресторану для формування впізнаваності.
- **YouTube (Відеореклама):** Відеоролики перед переглядом відео, що дозволяють передати атмосферу закладу.

## 3. 3. Механізм аукціону: взаємодія ставки (Bid) та показника якості (Quality Score)

Показ реклами в Google базується на миттєвому аукціоні. Місце оголошення (Ad Rank) залежить не лише від грошової ставки, а й від якості. Формула рейтингу виглядає так:

$$Ad / Rank = Bid \times Score$$

Quality Score (Показник якості) включає в себе очікуваний CTR (клікабельність), релевантність оголошення запиту та якість цільової сторінки сайту. Це означає, що готель із меншим бюджетом, але кращим сайтом та точнішим оголошенням, може стояти вище за конкурента з великим бюджетом.

## 4. Ремаркетинг та локальний таргетинг як ключові інструменти для ресторанів та готелів

Особливістю ресторанного бізнесу є потреба в локальному таргетингу: реклама показується лише людям у радіусі 1–5 км від закладу, що особливо ефективно для бізнес-ланчів.

Ремаркетинг – це технологія, що дозволяє «наздоганяти» рекламою тих користувачів, які вже були на вашому сайті, але не завершили бронювання. Наприклад, якщо людина дивилася номер «Люкс», але пішла з сайту, Google Ads покаже їй банер саме цього номера зі спеціальною знижкою, стимулюючи завершити покупку. Це дозволяє значно знизити вартість залучення клієнта та підвищити ROI (повернення інвестицій).

Google Ads є потужною інформаційною системою, яка дозволяє готелям та ресторанам отримувати миттєвий потік клієнтів. Розуміння алгоритмів аукціону та налаштування точного таргетингу є базовою вимогою для сучасного менеджера у сфері гостинності.