МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри к.е.н., доцент
Давиденко І.В.
« » _____ 2026 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи»

на тему:
«Доцільність впровадження анімаційних програм у готелі «Premier Hotel Odesa»

Виконавець:
Студенка факультету
міжнародної економіки
Погорелова Крістіна Сергіївна _____
Науковий керівник:
к.е.н., доцент
Нєчева Наталія Валеріївна _____

Одеса 2026

АНОТАЦІЯ

Погорелова К.С. «Доцільність впровадження анімаційних програм у готелі «Premier Hotel Odesa»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» за освітньою програмою «Економіка та організація готельноресторанної справи» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2026

У першому розділі «Теоретичні основи анімаційних програм у готельному бізнесі» вивчено поняття анімаційної програми та її роль у готельному сервісі; досліджено функції анімаційних програм та типологія заходів; розглянуто розвиток анімаційної діяльності в готельному бізнесі на світовому ринку.

У другому розділі «Аналіз діяльності готелю «PREMIER HOTEL ODESA» надано загальну характеристику діяльності, послуг та дозвілля готелю «Premier Hotel Odesa»; надано організаційно-економічну характеристику готелю «Premier Hotel Odesa»; оцінено внутрішнє та зовнішнє середовище готелю «Premier Hotel Odesa».

У третьому розділі «Рекомендації щодо впровадження анімаційних програм у «Premier Hotel Odesa» надано пропозиції щодо структури та формату анімаційної програми в «Premier Hotel Odesa»; запропоновано розробити авторські анімаційні програми для готелю «Premier Hotel Odesa».

Ключові слова: анімація, готель, готельна анімація, анімаційна програма, готельне підприємство.

ABSTRACT

Pogorelova K.S. «The feasibility of implementing animation programs in the hotel «Premier Hotel Odesa»

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 241 “Hotel and restaurant business” according to the educational program “Economics and organization of hotel and restaurant business” – Odessa National Economic University. – Odesa, 2026

In the first section “Theoretical foundations of animation programs in the hotel business” the concept of an animation program and its role in hotel service are studied; the functions of animation programs and the typology of events are investigated; the development of animation activities in the hotel business on the world market is considered.

In the second section “Analysis of the activities of the hotel “PREMIER HOTEL ODESA” a general characteristic of the activities, services and leisure of the hotel “Premier Hotel Odesa” is given; the organizational and economic characteristics of the hotel “Premier Hotel Odesa” are given; the internal and external environment of the hotel “Premier Hotel Odesa” is assessed.

The third section, “Recommendations for the implementation of animation programs in the “Premier Hotel Odesa”, provides suggestions for the structure and format of the animation program in the “Premier Hotel Odesa”; it is proposed to develop original animation programs for the “Premier Hotel Odesa” hotel.

Keywords: animation, hotel, hotel animation, animation program, hotel enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП…….. 4

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ…… 7

1.1. Поняття анімаційної програми та її роль у готельному сервісі….. 7

1.2. Функції анімаційних програм та типологія заходів……. 13

1.3. Розвиток анімаційної діяльності в готельному бізнесі на світовому ринку…….. 22

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ « PREMIER HOTEL ODESA»…… 28

2.1. Загальна характеристика діяльності, послуг та дозвілля готелю «Premier Hotel Odesa»……. 28

1.2. Організаційно-економічна характеристика готелю «Premier Hotel Odesa»……. 39

2.3. Оцінка внутрішнього та зовнішнього середовища готелю «Premier Hotel Odesa»……. 44

РОЗДІЛ 3. РКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ У PREMIER HOTEL ODESA…… 55

3.1. Пропозиції щодо структури та формату анімаційної програми в Premier Hotel Odesa……. 55

3.2. Розробка авторських анімаційних програм для готелю «Premier Hotel Odesa»……. 58

ВИСНОВКИ…….. 63

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……. 66

ВСТУП

Актуальність теми. Актуальність теми кваліфікаційної роботи зумовлена сучасними тенденціями розвитку готельно-ресторанного бізнесу, які характеризуються посиленням конкуренції на ринку туристичних послуг та зростанням вимог споживачів до якості сервісу. У сучасних умовах готельні підприємства вже не обмежуються лише наданням базових послуг розміщення, а орієнтуються на формування комплексного туристичного продукту, важливою складовою якого є організація дозвілля та розважальних заходів для гостей. Анімаційні програми виступають ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності готелів, оскільки сприяють зростанню рівня задоволеності клієнтів, формуванню позитивного іміджу закладу та стимулюють повторні відвідування. Їх впровадження відповідає сучасній концепції готельного обслуговування, яка передбачає не лише забезпечення комфортного проживання, а й створення емоційно насиченого відпочинку, що підвищує загальну якість послуг та лояльність споживачів.

Особливої актуальності дослідження набуває в умовах розвитку курортно-туристичного потенціалу Причорноморського регіону, де зростає попит на різноманітні види дозвілля та інноваційні форми обслуговування. Анімаційна діяльність дозволяє задовольняти різноманітні потреби гостей різних вікових і соціальних груп, урізноманітнює відпочинок та сприяє більш повному використанню ресурсного потенціалу готельного підприємства.

Питаннями анімаційних програм у готеля займались такі вчені як Нижниченко Я.Є., Сидорук А.В., Герасименко В.Г., Байлик С.І. та інші.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів впровадження анімаційної діяльності в підприємства готельного господарства.

Практична цінність кваліфікаційної роботи полягає у можливості застосування її результатів і рекомендацій для впровадження анімаційної

діяльності в підприємства готельного господарства. У відповідності з поставленою метою в даній роботі вирішуються наступні **завдання**:

- вивчити поняття анімаційної програми та її роль у готельному сервісі;

- розглянути функції анімаційних програм та типологія заходів;

- дослідити розвиток анімаційної діяльності в готельному бізнесі на світовому ринку;

- надати загальну характеристику діяльності, послуг та дозвілля готелю «Premier Hotel Odesa»;

- надати організаційно-економічну характеристику готелю «Premier Hotel Odesa»;

- оцінити внутрішнє та зовнішнє середовища готелю «Premier Hotel Odesa»;

- надати пропозиції щодо структури та формату анімаційної програми в «Premier Hotel Odesa»;

- розробити авторські анімаційні програми для готелю «Premier Hotel Odesa».

Об'єктом дослідження є процес впровадження анімаційної діяльності в підприємства готельного господарства.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних питань впровадження анімаційних програм в готелі «Premier Hotel Odesa».

Теоретико-методологічна основа. Теоретико-методологічну основу кваліфікаційної роботи становлять фундаментальні положення економічної теорії, менеджменту та маркетингу послуг, а також наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених у сфері готельно-ресторанного бізнесу, сервісології та організації анімаційної діяльності. У дослідженні використано системний, комплексний і процесний підходи до аналізу функціонування готельного підприємства та впровадження анімаційних програм як складової сервісної діяльності. Методичний інструментарій включає загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: аналіз і синтез, узагальнення, порівняння, економіко-статистичні методи, методи маркетингових досліджень

(опитування, анкетування), а також методи оцінки ефективності та доцільності впровадження інновацій у сфері готельних послуг. Це забезпечує обґрунтованість висновків і практичну спрямованість отриманих результатів.

Методи дослідження. У процесі виконання кваліфікаційної роботи використано сукупність загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, що забезпечують комплексний аналіз доцільності впровадження анімаційних програм у готелі «Premier Hotel Odesa». Зокрема, застосовано методи аналізу і синтезу для вивчення теоретичних аспектів анімаційної діяльності; системного підход для розгляду анімації як складової сервісної діяльності підприємства; економіко-статистичні методи для обробки та інтерпретації кількісних показників; методи маркетингових досліджень з метою виявлення потреб та рівня задоволеності споживачів; а також методи економічного обґрунтування для визначення ефективності та доцільності впровадження запропонованих заходів.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, які об’єднуються 8 підрозділами, висновків, списку використаної літератури.

Публікації за темою кваліфікаційної роботи: За результатами виконання кваліфікаційної роботи бакалавра опубліковано тези:

1. Погорелова К.С. Удосконалення сервісної діяльності готелю через впровадження анімаційних програм. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України». 10 квітня 2026 р., м. Одеса.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

1.1. Поняття анімаційної програми та її роль у готельному сервісі

Анімаційні послуги в сучасних готельних комплексах відіграють вагому роль у формуванні конкурентоспроможності туристичних підприємств та підвищенні їх привабливості для споживачів. У контексті розвитку індустрії гостинності анімація розглядається як важливий елемент сервісної діяльності, що сприяє не лише організації дозвілля відвідувачів, а й формуванню позитивного іміджу закладу, підвищенню рівня задоволеності гостей і зміцненню їхньої лояльності. Завдяки впровадженню анімаційних програм готелі отримують можливість створювати унікальний емоційний досвід для клієнтів, що безпосередньо впливає на повторні візити, рекомендації та загальний попит на туристичні послуги.

Готельна анімація охоплює широкий спектр організованих заходів і розважальних програм, спрямованих на активізацію відпочинку туристів різних вікових та соціальних груп. До таких заходів належать тематичні вечори та святкові події, інтерактивні шоу-програми, спортивно-оздоровчі активності, творчі майстер-класи, виступи професійних артистів, музикантів і танцювальних колективів, а також різноманітні дитячі анімаційні програми та робота спеціалізованих дитячих клубів. Важливою складовою є також організація командних ігор, конкурсів, квестів та інших інтерактивних форм дозвілля, що сприяють соціалізації гостей, формуванню дружньої атмосфери та залученню туристів до активної участі у житті готельного комплексу.[1]

Таким чином, анімаційні послуги виступають не лише елементом розваг, але й ефективним інструментом управління якістю сервісу в готельно-туристичній сфері. Вони забезпечують підвищення емоційної цінності туристичного продукту, сприяють диференціації готельних послуг на ринку та формують комплексний підхід до організації відпочинку гостей. У результаті грамотно організована анімаційна діяльність стає важливим

фактором підвищення конкурентоспроможності готелів, зміцнення їх позицій на туристичному ринку та забезпечення сталого розвитку підприємств індустрії гостинності.

Інвестування готельними підприємствами у розробку та впровадження анімаційних програм є економічно обґрунтованим напрямом удосконалення сервісної діяльності, оскільки такі заходи сприяють підвищенню рівня задоволеності споживачів туристичних послуг і формуванню їхньої довгострокової лояльності. Практика функціонування сучасних готельних комплексів свідчить, що якісно організовані анімаційні програми позитивно впливають на поведінку клієнтів: зростає тривалість їхнього перебування у готелі, підвищується ймовірність повторних візитів, а також активізується поширення позитивних рекомендацій серед потенційних туристів. У результаті такі інвестиції сприяють зростанню прибутковості підприємства та підвищенню його конкурентних позицій на ринку готельно-туристичних послуг. [1]

Крім економічного ефекту, анімаційні програми виконують важливу маркетингову функцію, формуючи індивідуальний стиль та унікальний імідж готельного закладу. Завдяки різноманітності розважальних і культурно-дозвіллєвих заходів готель отримує можливість диференціювати свій туристичний продукт і вигідно вирізнятися серед конкурентів. Наявність продуманих анімаційних програм підвищує привабливість готелю для різних сегментів споживачів, зокрема сімей із дітьми, молоді, а також туристів, які надають перевагу активному відпочинку та насиченому дозвіллю.

Особливої уваги заслуговує аспект персоналізації анімаційних послуг і безпосередньої взаємодії персоналу з гостями. У цьому процесі ключову роль відіграють аніматори, які не лише організовують та проводять розважальні заходи, а й виступають своєрідними комунікаторами між готелем і його відвідувачами. Завдяки професійній майстерності, комунікабельності та творчому підходу вони створюють сприятливу атмосферу доброзичливості, відкритості та емоційного комфорту. Така атмосфера сприяє формуванню у

гостей відчуття особливої уваги та індивідуального підходу, що, у свою чергу, зміцнює емоційний зв’язок між клієнтом і готельним підприємством.

У підсумку ефективна організація анімаційної діяльності позитивно впливає на загальне сприйняття якості готельного обслуговування, підвищує рейтингові оцінки закладу та стимулює формування стабільної клієнтської бази. Це створює передумови для довгострокового розвитку готелю, зміцнення його репутації та підвищення ефективності функціонування у сфері індустрії гостинності.[3]

Проблематика анімаційної діяльності у сфері дозвілля та туризму привертає увагу науковців протягом тривалого часу. Одними з перших системних досліджень цього явища стали праці французьких учених середини XX століття, зокрема Ж. Дюмазедьє, П. Безнара та Р. Лабур’є. У своїх наукових розвідках вони розглядали феномен анімації як складне соціокультурне явище, що має багатовимірний характер. Згідно з їхніми підходами, анімація може трактуватися, з одного боку, як ефективний інструмент соціальної адаптації та своєрідної соціальної терапії, який сприяє інтеграції особистості у суспільне середовище, розвитку комунікації та подоланню соціальної ізольованості. З іншого боку, дослідники підкреслювали ідеологічний аспект анімації, розглядаючи її як засіб активізації участі людини у суспільному житті, механізм самореалізації та культурного визволення через залучення до різноманітних форм колективної діяльності та творчості. [3]

Подальший розвиток наукових досліджень у сфері анімаційної діяльності пов’язаний із вивченням питань організації активного, культурного та рекреаційного дозвілля, а також управління анімаційними процесами у туристичній індустрії. Значний внесок у розробку цих проблем зробили українські науковці, які досліджують особливості функціонування туристичної анімації в сучасних соціально-економічних умовах. Зокрема, у працях С. І. Сисоєвої підкреслюється важливість аналізу анімаційної діяльності у структурі вільного часу людини та її роль у формуванні

культурного середовища особистості. Дослідниця наголошує на необхідності системного підходу до організації дозвілля, який би враховував інтереси, потреби та соціально-культурні особливості різних категорій населення.[3]

Вагомий внесок у розвиток теоретичних і практичних аспектів туристичної анімації зробили також Н. І. Гараніна та І. І. Булигіна, які досліджували специфіку організації рекреаційно-дозвіллєвих заходів у туристичних комплексах. У свою чергу, Т. І. Гальперіна запропонувала методичний підхід до розроблення анімаційних програм, заснований на використанні сценарно-режисерських технологій підготовки та проведення розважальних і культурно-масових заходів. Такий підхід передбачає детальне планування структури анімаційної програми, визначення її тематичної спрямованості, сценарного наповнення та особливостей взаємодії з аудиторією. [3]

Водночас, незважаючи на значну кількість наукових досліджень у цій сфері, питання визначення сутності рекреаційно-туристичної анімації, її класифікації, а також розробки ефективних механізмів впровадження анімаційних програм у діяльність туристичних і готельних підприємств залишаються недостатньо систематизованими. Зокрема, в умовах сучасного українського туристичного ринку ще не сформовано єдиного науково-методичного підходу до організації та управління анімаційною діяльністю. Це зумовлює необхідність подальших досліджень, спрямованих на узагальнення теоретичних положень, удосконалення практичних методик розробки анімаційних програм та адаптацію міжнародного досвіду до специфіки розвитку туристичної галузі України.

На сучасному етапі розвитку індустрія гостинності України функціонує в умовах значних викликів, які певною мірою стримують підвищення її конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку. Незважаючи на наявність розвиненої мережі закладів розміщення, потенціал галузі використовується не повною мірою. Зокрема, за статистичними даними в Україні функціонує понад 1337 колективних засобів розміщення,

серед яких 728 належать безпосередньо до готельного сектору. Проте наявність значної кількості закладів не завжди супроводжується належним рівнем якості обслуговування, сучасною матеріально-технічною базою та відповідністю міжнародним стандартам сервісу. У багатьох випадках готельні підприємства потребують модернізації інфраструктури, впровадження інноваційних технологій управління та підвищення рівня професійної підготовки персоналу.

Особливо актуальною ця проблема стає в умовах активізації внутрішнього туризму. Українські туристи дедалі частіше порівнюють рівень сервісу, різноманітність послуг та організацію відпочинку на національних курортах із пропозиціями популярних міжнародних туристичних напрямків, таких як Кіпр, Туреччина, Єгипет або Таїланд. У цих країнах індустрія гостинності протягом тривалого часу розвивається за чіткими стандартами якості, передбачає високий рівень сервісного обслуговування, сучасну інфраструктуру, розвинену систему дозвіллєвих та анімаційних програм, а також ефективну маркетингову політику.

У результаті українські туристи, маючи досвід відпочинку за кордоном, висувають більш високі вимоги до якості готельних послуг на внутрішньому ринку. Це стимулює вітчизняні готельні підприємства до підвищення стандартів обслуговування, розширення спектра додаткових послуг, удосконалення системи організації дозвілля та впровадження інноваційних форм сервісної діяльності. Відтак модернізація матеріально-технічної бази, розвиток анімаційних програм, підвищення професійної компетентності персоналу та запровадження міжнародних стандартів управління якістю стають важливими передумовами підвищення конкурентоспроможності української індустрії гостинності як на національному, так і на світовому туристичному ринку.

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності українські готельні підприємства все активніше впроваджують анімаційні програми як важливий елемент організації дозвілля туристів та підвищення якості сервісу. При

розробці таких програм готелі орієнтуються на кращі міжнародні практики організації туристичної анімації, водночас адаптуючи їх до національних культурних традицій, регіональних особливостей та специфіки внутрішнього туристичного ринку. Такий підхід дозволяє створювати унікальні програми дозвілля, що поєднують світовий досвід із локальним колоритом, підвищуючи привабливість готельних закладів для різних категорій відвідувачів. Розробка анімаційних програм у готелях здійснюється з урахуванням низки важливих факторів, які впливають на зміст, структуру та ефективність організації дозвіллєвих заходів. Основні з них наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Основні чинники формування анімаційних програм у готельних підприємствах

Чинник	**Характеристика впливу на формування анімаційної програми**
Кількість та контингент гостей	Програми дозвілля формуються з урахуванням кількості відвідувачів, їхнього віку, соціально-культурних інтересів та потреб. Наприклад, для сімей із дітьми передбачаються дитячі клуби, ігрові програми та творчі майстер-класи, тоді як для молоді організовуються активні спортивні заходи, тематичні вечірки та інтерактивні шоу. Така диференціація дозволяє підвищити зацікавленість гостей та рівень їхньої задоволеності відпочинком.
Графік харчування та лікувальних процедур	У санаторно-курортних закладах та пансіонатах анімаційні заходи плануються відповідно до режиму харчування, лікувальних процедур та відпочинку гостей. Це забезпечує раціональне поєднання лікувально-оздоровчих програм із розважальними активностями, не порушуючи загального розпорядку дня туристів.
Місцезнаходження готелю	Географічне розташування готельного комплексу суттєво впливає на зміст анімаційних програм. У готелях, розташованих у рекреаційних або природних зонах, широко використовуються активності на відкритому повітрі, екологічні маршрути, спортивні ігри, туристичні походи та екскурсійні програми.
Кваліфікація персоналу	Ефективність реалізації анімаційних програм значною мірою залежить від професійної підготовки персоналу. Аніматори повинні володіти комунікативними, організаторськими та творчими навичками, вміти працювати з різними віковими групами туристів, а також створювати сприятливу атмосферу для активної участі гостей у дозвіллєвих заходах

Джерело: [11]

Таким чином, розробка та впровадження анімаційних програм у готельних підприємствах є складним і багатофакторним процесом, що потребує врахування як внутрішніх організаційних можливостей закладу, так і особливостей контингенту туристів. Раціональне поєднання цих чинників дозволяє підвищити ефективність організації дозвілля, покращити якість обслуговування гостей та сформувати позитивний імідж готельного підприємства на туристичному ринку.

1.2. Функції анімаційних програм та типологія заходів

Анімаційна діяльність у готельно-туристичній сфері є важливим складником організації якісного дозвілля відвідувачів і формування комплексного туристичного продукту. Вона охоплює різноманітні види активностей, спрямованих на задоволення фізичних, емоційних та культурних потреб гостей. У сучасній практиці функціонування готельних підприємств анімаційні програми мають багатофункціональний характер і поєднують елементи оздоровлення, розваг, рекреації та культурно-пізнавальної діяльності. Саме завдяки цьому анімація сприяє підвищенню якості відпочинку туристів, створенню позитивної атмосфери у готельному комплексі та формуванню у гостей яскравих вражень від перебування.

Важливо зазначити, що ефективність анімаційної діяльності значною мірою залежить від правильного визначення її функціональних напрямів та змістового наповнення. Комплексний підхід до організації анімаційних програм дозволяє задовольнити різноманітні потреби туристів: від фізичного відновлення та активного відпочинку до культурного розвитку та емоційного розвантаження. Саме тому сучасні готельні підприємства прагнуть формувати різнопланові анімаційні програми, які поєднують спортивні, розважальні, рекреаційні та культурно-пізнавальні заходи.Основні функціональні напрями анімаційної діяльності у сфері гостинності наведено в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Основні напрями анімаційної діяльності у готельно-туристичній сфері

Напрям анімаційної діяльності	**Характеристика та зміст**
Оздоровчий напрям	Спрямований на підтримання та покращення фізичного стану туристів. У межах цього напряму організовуються різноманітні спортивні та оздоровчі заходи, зокрема заняття фітнесом, йогою, аквааеробікою, ранкові гімнастики, спортивні турніри та інші активності, що сприяють профілактиці захворювань і зміцненню здоров'я відпочивальників.
Розважальний напрям	Передбачає організацію культурно-розважальних заходів, спрямованих на створення позитивного емоційного фону відпочинку. До таких заходів належать концертні виступи, шоу-програми, тематичні вечірки, інтерактивні конкурси, дискотеки та інші форми дозвілля, які забезпечують гостям приємні враження та емоційне розвантаження.
Рекреаційний напрям	Охоплює програми, спрямовані на організацію активного відпочинку та відновлення фізичних і психологічних ресурсів людини. Такі заходи допомагають зменшити рівень стресу, покращити психоемоційний стан і підвищити загальний життєвий тонус туристів через участь у різноманітних іграх, квестах, спортивних активностях та інших рекреаційних заходах.
Культурно-пізнавальний напрям	Передбачає організацію заходів, пов'язаних із ознайомленням туристів із культурною спадщиною, традиціями, звичаями та гастрономічними особливостями регіону. До таких програм можуть входити фольклорні виступи, кулінарні майстер-класи, тематичні фестивалі, екскурсії та інші заходи, що сприяють популяризації місцевої культури та формуванню інтересу до туристичної дестинації.

Джерело: [11]

Отже, анімаційна діяльність у готельних підприємствах виконує комплексну функцію, поєднуючи оздоровчі, розважальні, рекреаційні та культурно-пізнавальні елементи. Такий підхід дозволяє забезпечити різноманітність форм дозвілля для туристів, підвищити рівень їхньої задоволеності відпочинком і створити сприятливі умови для формування позитивного іміджу готельного підприємства на туристичному ринку.

У сучасних умовах розвитку туристичної галузі анімаційні програми розглядаються як важливий інструмент підвищення ефективності діяльності підприємств індустрії гостинності. Їх упровадження відкриває широкі можливості для вдосконалення туристичного продукту, урізноманітнення

дозвілля гостей та формування додаткової цінності готельних і рекреаційних послуг. Наявність різноманітних анімаційних заходів сприяє створенню привабливого середовища для відпочинку, що, у свою чергу, позитивно впливає на конкурентні позиції туристичних підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках.

Анімаційні програми відіграють важливу роль у підвищенні привабливості туристичних об'єктів для різних категорій відвідувачів. Завдяки впровадженню різнопланових форм дозвілля готелі та туристичні комплекси мають можливість залучати ширший контингент гостей, включаючи сім'ї з дітьми, молодь, туристів старшого віку, а також прихильників активного та культурно-пізнавального відпочинку. Крім того, анімаційна діяльність сприяє формуванню позитивного емоційного досвіду у відвідувачів, що підвищує рівень їхньої задоволеності перебуванням і стимулює повторні візити. Важливим результатом впровадження таких програм є також збільшення тривалості перебування туристів у готельних закладах, що позитивно впливає на економічні показники діяльності підприємств. [13]

На рис. 1.1 представлено можливості використання анімаційних програм для розвитку підприємств індустрії гостинності. Запропонована схема відображає взаємозв'язок між впровадженням анімаційної діяльності та ключовими напрямами розвитку туристичних підприємств. Зокрема, вона демонструє, що анімаційні програми сприяють підвищенню конкурентоспроможності закладів, формуванню їхнього позитивного іміджу, залученню нових туристичних потоків та подовженню тривалості перебування гостей.

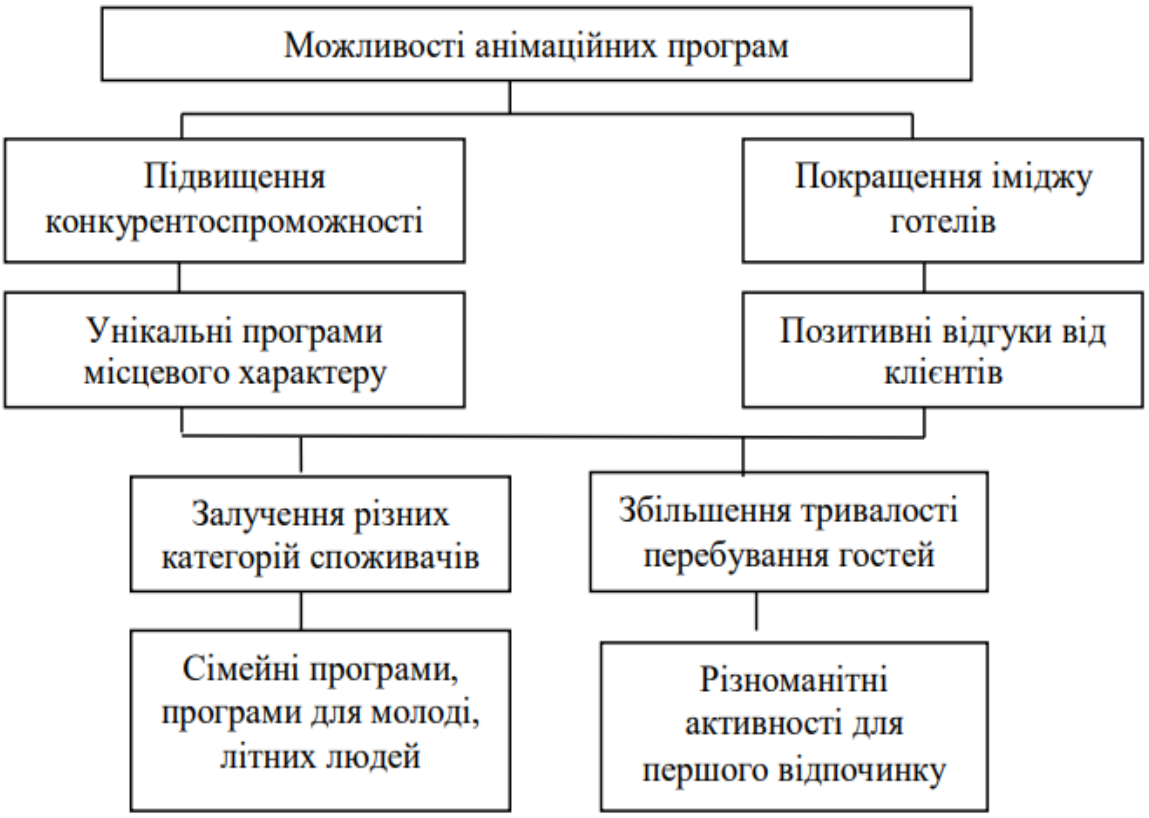

Рис.1.1. Можливості анімаційних програм для розвитку підприємств індустрії гостинності

Джерело: [13]

Таким чином, анімаційна діяльність виступає важливим чинником розвитку туристичних підприємств України та підвищення ефективності їх функціонування. Вона сприяє удосконаленню структури туристичного продукту, підвищенню якості обслуговування та формуванню позитивного іміджу готельних і рекреаційних закладів. Упровадження інноваційних підходів до організації анімаційних програм, використання сучасних технологій управління дозвіллям, а також адаптація кращого міжнародного досвіду з урахуванням національних традицій і культурних особливостей створюють передумови для формування унікальних туристичних пропозицій. Це, своєю чергою, сприяє підвищенню привабливості вітчизняних туристичних дестинацій і забезпечує подальший розвиток індустрії гостинності в Україні.

Анімаційна діяльність у готельному господарстві є важливим елементом формування конкурентоспроможного туристичного продукту та підвищення рівня задоволеності гостей. Вона спрямована на організацію змістовного дозвілля, активного відпочинку та культурного розвитку відвідувачів готелю. Сучасні анімаційні програми реалізуються за кількома основними напрямами, кожен із яких виконує певні функції у формуванні позитивного досвіду перебування туристів: [3]

1. Спортивно-оздоровча анімація. Спортивно-оздоровчий напрям анімаційної діяльності передбачає організацію комплексу заходів, спрямованих на підтримання фізичної активності гостей, зміцнення їхнього здоров'я та створення умов для активного відпочинку. Такий вид анімації є особливо актуальним у сучасних умовах зростання популярності здорового способу життя та активного туризму.

Ефективність реалізації спортивно-оздоровчих програм значною мірою залежить від наявності відповідної матеріально-технічної бази готелю, рівня розвитку його спортивної інфраструктури, а також використання природно-рекреаційного потенціалу території. До основних форм організації спортивно-оздоровчої анімації належать різноманітні фізкультурно-спортивні заходи, рухливі ігри, змагання, спортивні турніри, ранкова гімнастика, фітнес-програми, водна аеробіка, йога, а також туристичні походи та прогулянки.

У практиці готельної анімації широко використовуються пішохідні, велосипедні та лижні маршрути, що дають змогу гостям активно проводити вільний час, знайомитися з природними ландшафтами та підтримувати фізичну форму. Такі заходи сприяють не лише фізичному оздоровленню туристів, а й формуванню позитивних емоційних вражень від відпочинку.

Однією з інноваційних форм спортивної анімації є мотузковий курс (rope course), який набув широкого поширення у туристичній індустрії. Первісно подібні тренувальні програми були розроблені у 1960-х роках з метою реабілітації військовослужбовців та розвитку їхніх фізичних і

психологічних навичок. У подальшому мотузкові курси почали активно використовуватися у сфері туризму та рекреації як ефективний інструмент командоутворення, активного відпочинку та розвитку особистісних якостей. Сучасні мотузкові курси включають різноманітні елементи: підвісні мости, канатні переправи, вертикальні та горизонтальні перешкоди, які розміщуються на різній висоті. Участь у таких програмах сприяє розвитку координації рухів, витривалості, довіри до партнерів та вмінню працювати в команді. При організації мотузкових курсів обов'язково забезпечується належний рівень безпеки, що передбачає проведення інструктажу, використання спеціального страхувального обладнання та супровід досвідчених інструкторів.

2. Культурно-пізнавальна анімація. Культурно-пізнавальна анімація спрямована на розширення кругозору гостей, ознайомлення їх із культурною спадщиною регіону, місцевими традиціями, звичаями та мистецтвом. Такий вид анімації виконує важливу освітню та виховну функцію, сприяючи культурному розвитку туристів та формуванню глибшого розуміння особливостей країни чи регіону перебування.

До основних форм культурно-пізнавальної анімації належать екскурсійні програми, тематичні лекції, виставки, творчі майстер-класи, зустрічі з митцями, презентації місцевих ремесел, демонстрації традиційної кухні та фольклорні заходи. Особливу популярність мають інтерактивні програми, під час яких гості можуть безпосередньо брати участь у виготовленні сувенірів, кулінарних виробів або вивченні елементів народних танців.

Культурно-пізнавальні заходи можуть проводитися як у межах готелю, так і за його територією у формі організованих екскурсій до історичних пам'яток, музеїв, архітектурних ансамблів або природних об'єктів. Важливим елементом таких програм є створення автентичної атмосфери, що дозволяє туристам глибше відчути культурну самобутність регіону.

Таким чином, культурно-пізнавальна анімація поєднує елементи освіти та розваги, сприяючи формуванню інтелектуально насиченого дозвілля та підвищенню загального культурного рівня відпочиваючих.

3. Видовищно-розважальна анімація. Видовищно-розважальний напрям анімаційної діяльності спрямований на створення атмосфери свята, відпочинку та емоційного піднесення. Основною метою таких програм є забезпечення яскравих вражень та позитивних емоцій у гостей готелю, що значною мірою впливає на формування їхньої лояльності та бажання повторно відвідати заклад.

До найбільш поширених форм видовищно-розважальної анімації належать концертні програми, шоу-виступи, тематичні вечори, дискотеки, конкурси, карнавали, театралізовані вистави та інтерактивні розважальні заходи. Такі програми можуть бути присвячені національним святам, культурним традиціям різних народів або певній тематиці (наприклад, ретро-вечірки, піратські шоу, костюмовані карнавали).

Особливу увагу у готельній анімації приділяють організації дозвілля для дітей. Дитяча анімація включає різноманітні ігрові програми, творчі заняття, спортивні естафети, майстер-класи з малювання або ліплення, театралізовані вистави та інтерактивні виступи. У багатьох сучасних готелях функціонують спеціальні дитячі клуби, де професійні аніматори організовують дозвілля наймолодших гостей з урахуванням їхнього віку та інтересів. Загалом видовищно-розважальна анімація відіграє важливу роль у формуванні позитивної атмосфери готельного середовища, сприяє соціалізації гостей, створює умови для неформального спілкування та забезпечує яскраві емоційні враження від відпочинку.

Сюжетна анімація в Україні є відносно новим, проте динамічно зростаючим напрямом у сфері організації дозвілля та туристично-рекреаційних послуг. Упродовж останніх років вона активно впроваджується не лише у готельно-туристичних комплексах, а й у корпоративному секторі, де використовується як ефективний інструмент організації командної

взаємодії та неформального спілкування між учасниками. Основною метою сюжетної анімації є поєднання розважальних та освітніх елементів через створення інтерактивного ігрового середовища, у якому учасники стають безпосередніми учасниками певного сценарію або тематичної історії.

На відміну від традиційних форм дозвілля, сюжетна анімація передбачає активне включення учасників у спеціально розроблені ігрові ситуації, що базуються на поєднанні педагогічних методик, елементів театралізації, командної взаємодії та пригодницького компоненту. Такі програми сприяють розвитку творчого мислення, комунікативних навичок, лідерських якостей, а також формуванню командного духу. У межах сюжетної анімації використовуються різні види активностей, серед яких особливе місце займають тимбілдинг-програми, рольові та сюжетно-динамічні ігри, спортивні естафети, пригодницькі заходи та інші інтерактивні формати організації дозвілля.

Водночас культурно-дозвільна анімація ґрунтується на комплексному підході до організації розважальних програм, що поєднують різноманітні форми мистецтва, театралізацію, свободу вибору активностей та інтерактивну взаємодію з аудиторією. Сценарії таких заходів можуть варіюватися від масштабних святкових подій до тематичних вечірок або творчих вистав. Основні форми сюжетної та культурно-дозвільної анімації наведено в табл 1.3. [3]

Таблиця 1.3.

Основні форми сюжетної та культурно-дозвільної анімації

Форма анімації	Характеристика та особливості
Тимбілдинг (командоутворення)	Один із найбільш поширених інструментів сюжетної анімації, що використовується для розвитку ефективної командної взаємодії. Тимбілдинг-програми реалізуються у формі тренінгів, інтерактивних ігор, пригодницьких квестів або корпоративних заходів. Основною метою є формування згуртованого колективу, розвиток комунікативних навичок, підвищення рівня довіри між учасниками та вдосконалення навичок спільного прийняття рішень.

	продовження табл. 1.3
Сюжетно-динамічні та рольові ігри	Даний формат передбачає створення спеціального сценарію, у межах якого учасники виконують певні ролі та взаємодіють між собою відповідно до заданої сюжетної лінії. Така форма анімації сприяє розвитку креативності, ініціативності та лідерських якостей, а також стимулює активну комунікацію між учасниками. Рольові ігри дозволяють зануритися в умовну реальність, що робить процес дозвілля більш емоційно насиченим та інтерактивним.
Естафети та пригодницькі програми	Цей різновид анімаційних заходів спрямований на організацію активного дозвілля з елементами змагання. Учасники виконують серію завдань або проходять спеціально підготовлені маршрути, що потребують фізичної активності, координації та командної підтримки. Подібні програми сприяють зміцненню командного духу, підвищують мотивацію учасників та створюють атмосферу азарту і здорової конкуренції.
Карнавали та святкові паради	Масові святкові заходи, що передбачають організацію костюмованих ходів, тематичних виступів та музичного супроводу. Карнавали створюють атмосферу яскравого свята, сприяють соціалізації гостей і дозволяють залучити велику кількість учасників до активної участі у розважальній програмі
Мюзикли та шоу-програми	Сучасна форма анімаційної діяльності, що поєднує театральне мистецтво, музику, танці та сценічні постановки. У межах таких програм гості можуть виступати як глядачами, так і безпосередніми учасниками дійства, виконуючи ролі у постановках або беручи участь у сценічних виступах. Це сприяє створенню яскравих емоційних вражень та підвищує рівень залучення аудиторії.
Конкурсні та тематичні програми	Розважальні заходи, що передбачають проведення різноманітних конкурсів, вікторин та тематичних ігор. Вони формують атмосферу дружнього суперництва, активізують взаємодію між учасниками та сприяють створенню позитивного емоційного середовища під час відпочинку.

Джерело: [3]

Отже, сюжетна та культурно-дозвільна анімація відіграють важливу роль у формуванні сучасного туристичного продукту та організації змістовного дозвілля. Використання інтерактивних сценаріїв, театралізованих форм і командних активностей дозволяє не лише урізноманітнити відпочинок гостей, але й сприяє розвитку їхнього творчого потенціалу, соціальної взаємодії та емоційного відновлення. Завдяки цьому анімаційні програми стають невід’ємним елементом підвищення конкурентоспроможності готельних і туристичних підприємств.

1.3. Розвиток анімаційної діяльності в готельному бізнесі на світовому ринку

За кордоном вже протягом кількох десятиліть спостерігається тенденція поступового збільшення вільного часу у населення, що, у свою чергу, стимулює розвиток та якісне вдосконалення дозвіллєвих програм і послуг. Сучасне суспільство дедалі більше цінує можливість проводити час активно, цікаво та з користю, що формує високі вимоги до організації відпочинку та розваг. Індустрія розваг у багатьох західних країнах почала активно розвиватися понад півстоліття тому, і сьогодні вона досягла значного рівня структурованості та професіоналізму, створюючи добре налагоджену систему організації дозвілля, яка охоплює як дітей, так і дорослих.

Найбільших успіхів у цьому напрямку досягли Сполучені Штати Америки та Канада, а також країни Західної Європи, серед яких особливо виділяються Німеччина, Франція, Данія, Бельгія, Нідерланди та Фінляндія. У цих державах активно впроваджуються інноваційні методики організації розваг, розвиваються спеціалізовані клуби та центри, працюють професійні аніматори та створюються комплексні програми дозвілля, що дозволяють максимально задовольнити потреби різних вікових категорій і соціальних груп. [38]

Особливе місце в системі розваг займає туристичний анімаційний сервіс, який найбільш широко розвинений у курортних зонах. Саме тут анімаційні програми сприяють підвищенню привабливості туристичних подорожей, створюють додаткову цінність відпочинку та підвищують рівень задоволеності відпочивальників. У курортних регіонах усього світу сформовано чітке усвідомлення того, що організація дозвілля відпочиваючих є однією з ключових складових успішного туристичного сервісу. Сюди належать різноманітні ігрові заходи, спортивні та активні змагання, шоу-

програми, фестивалі, святкові події та інші інтерактивні активності, які дозволяють гостям не лише відпочити, а й активно розвиватися та спілкуватися.

У західних країнах анімаційний сектор організовує щоденні програми розваг, що охоплюють широкий спектр послуг як для дорослих, так і для дітей. При цьому велика частина таких програм надається безкоштовно, що робить їх доступними для широкої аудиторії туристів. Крім того, анімаційний сервіс постійно вдосконалюється: впроваджуються нові формати активностей, інтерактивні ігри, освітні майстер-класи, креативні воркшопи та сучасні шоу, що забезпечує комплексний та багатогранний відпочинок. Таким чином, високорозвинена система організації дозвілля на Заході є важливою складовою конкурентоспроможності туристичних напрямків і сприяє формуванню позитивного іміджу курортів та рекреаційних зон.

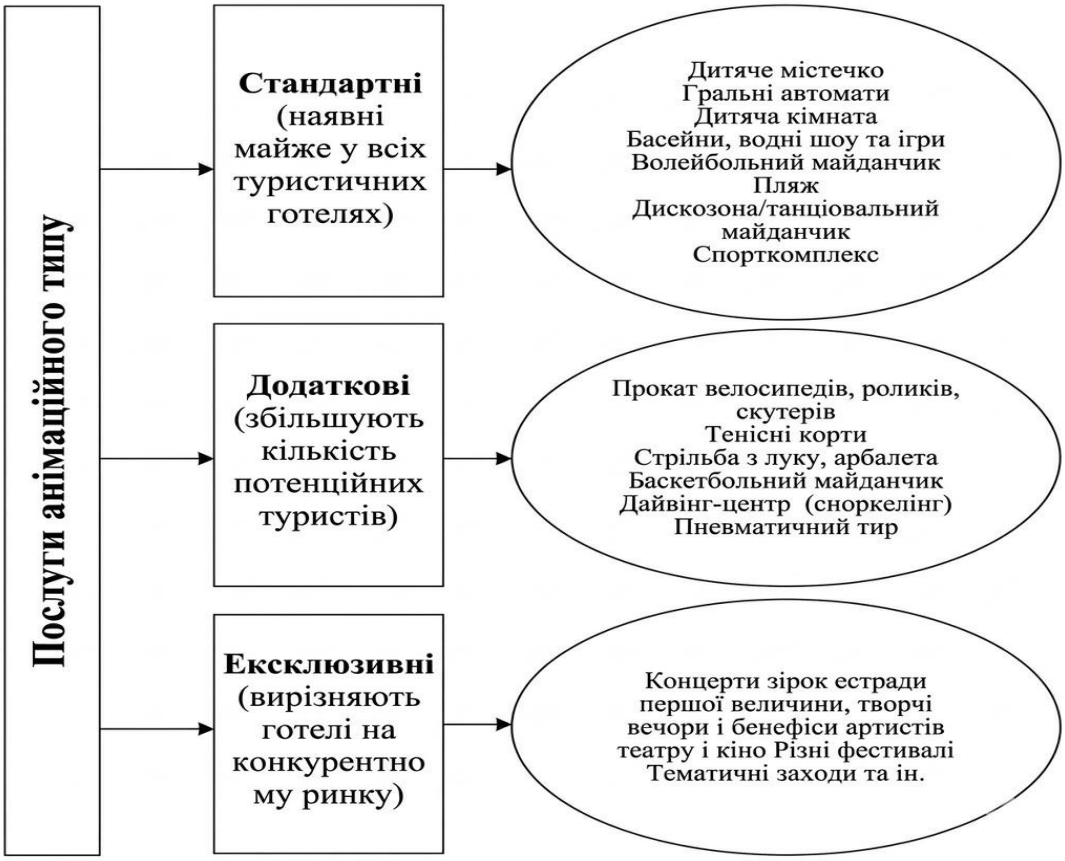

Рис. 1.2 Структура послуг анімаційного типу

Джерело: [38]

Фахівці компанії Mr&MrsSmith, яка спеціалізується на складанні регулярних рейтингів найкращих готельних закладів світу, при формуванні ТОП-списків орієнтуються не лише на якість базових послуг, таких як розміщення та харчування, а й на комплексність наданих розважальних програм. До рейтингових готелів відносяться ті заклади, які здатні запропонувати гостям повний спектр активностей для дозвілля та відпочинку, забезпечуючи одночасно фізичну активність, культурне збагачення та інтерактивні розваги. Такий підхід відображає сучасну тенденцію розвитку індустрії гостинності, де якість сервісу оцінюється комплексно, а готель стає не лише місцем тимчасового перебування, а повноцінним середовищем організованого відпочинку.

У різних країнах світу сформоване значне розмаїття культурно-розважальних програм, які відрізняються як за формою, так і за концепцією проведення. Деякі з цих практик можуть бути адаптовані та інтегровані у діяльність українських готельних закладів для підвищення привабливості відпочинку. Так, у Колумбії популярними є так звані томатні бої, в Італії – апельсинові, а в Таїланді та Індонезії проводяться банановi. При організації подібних заходів обов'язковим є дотримання правил безпеки: використовуються лише м'які овочі та фрукти, щоб запобігти травмуванню учасників.

Особливо розвиненою є практика театралізованих анімаційних програм у Італії, де групи професійних аніматорів організовують історично-інтерактивні шоу. До найпопулярніших форм належать реконструкції гладіаторських боїв у Колізеї, факельні ходи хрестоносців, лицарські змагання у Пантеоні, а також бали епохи Відродження. Такі програми не лише розважають туристів, а й сприяють їхньому культурному збагаченню та ознайомленню з історичною спадщиною країни.

В Україні традиційні форми анімаційного дозвілля поєднують сезонні та тематичні активності. Літні програми включають, наприклад, свято «День Нептуна», а зимові – будівництво снігових фортець, створення льодових

скульптур, ігри зі сніжками. Крім того, популярними є історично-тематичні розваги, такі як лицарські турніри, гладіаторські бої, а також інтерактивні екстремальні ігри, наприклад «Останній герой» чи «Безлюдний острів». Такий різноманітний підхід до організації анімаційної діяльності демонструє значну роль креативності та інновацій у сучасній туристичній індустрії, адже він дозволяє створювати унікальні враження для відпочивальників та підвищує конкурентоспроможність курортних і готельних комплексів. [41]

У Чехії та Угорщині розроблені спеціалізовані театралізовані шоу-програми під назвою «Зустріч з привидом», у яких аніматори створюють інтерактивні сценічні постановки. Вони активно залучають туристів до участі у захоплюючих та водночас моторошних пригодах, поєднуючи елементи театру, історичних легенд та квестових активностей. Такий формат анімаційної діяльності демонструє сучасний підхід до організації культурно-розважальних програм, де основний акцент робиться на інтерактивності, емоційному залученні відвідувачів та формуванні незабутніх вражень.

З метою забезпечення туристів та гостей готелів максимально широким спектром послуг формується розгалужена інфраструктура розважальних та спортивних об’єктів. Це включає тематичні парки, спортивні комплекси, культурні центри та спеціалізовані зони відпочинку. Поряд із цими центрами часто формується ціла мережа закладів індустрії гостинності, яка здатна забезпечувати високий рівень доходів за рахунок комплексного обслуговування туристів.

Яскравим прикладом такої організації є відомий парк «Діснейленд» у Сан-Франциско (США), де для відвідувачів функціонує 27 готелів різних категорій та типів. Аналогічно, паризький «Діснейленд» пропонує туристам проживання в готельних комплексах на території парку, що дозволяє досягти максимальної зручності та доступу до атракціонів упродовж короткої пішохідної прогулянки. Готелі представлені широким спектром варіантів розміщення: від преміальних закладів високого класу до економічних готелів категорії budget. Для гостей, які обирають проживання на території

парку, передбачені численні пільги та бонуси, такі як спеціальні знижки на вхідні квитки, можливість користування атракціонами на годину раніше за інших відвідувачів, а також доступ до унікальних розважальних програм, що підвищує рівень задоволеності та створює додаткову цінність відпочинку.
Ось максимально перефразований і розширений варіант вашого тексту у науково-академічному стилі:

Спираючись на практику готельних комплексів США, одним із перспективних заходів для активізації анімаційної діяльності в українських готелях може стати організація спеціалізованих клубів відпочинку. Такі клуби можуть створюватися як за безпосередньої підтримки готельного закладу, так і з ініціативи місцевої громади, яка має можливість орендувати приміщення, земельні ділянки або спортивні майданчики на території туристично-рекреаційного комплексу. Стандартної моделі або уніфікованих правил функціонування клубів наразі не існує: члени клубу можуть відвідувати його лише певні дні або тижні на рік, користуючись послугами дозвілля в обмежений період, або брати участь у клубних заходах на регулярній основі протягом року. Ефективність діяльності клубу значною мірою визначається проведенням детального аналізу ринку та визначенням цільових груп відвідувачів, на яких буде орієнтовано діяльність клубу.

Основними клієнтами клубів можуть бути туристи, що відпочивають у готелі, співвласники закладу та місцеві мешканці. Членство в клубі, як правило, стає привабливим для тих відпочивальників, які часто користуються послугами готелю або перебувають у ньому протягом тривалого часу, особливо якщо членство забезпечує доступ до розширеного спектра дозвіллєвих і рекреаційних програм. Потенційними учасниками клубу можуть також бути й представники місцевої громади. Зацікавлення цієї категорії відвідувачів можливе лише за умови відповідності пропонованих послуг їхнім потребам та очікуванням. Тому клуб повинен виділятися серед інших місцевих закладів дозвілля за комплексністю програм, рівнем сервісу

та якістю обслуговування, що забезпечує його конкурентну перевагу та підвищує привабливість для різних груп користувачів.

Висновок до 1 розділу. Узагальнюючи результати теоретичного дослідження, слід зазначити, що анімаційні програми є важливою складовою сучасного готельного сервісу, яка забезпечує формування комплексного туристичного продукту та сприяє підвищенню рівня задоволеності гостей. Встановлено, що анімаційна діяльність виходить за межі традиційного обслуговування, виконуючи соціокультурні, рекреаційні, комунікативні та іміджеві функції, що, у свою чергу, позитивно впливає на конкурентоспроможність готельного підприємства.

Дослідження функцій і типології анімаційних програм дозволило систематизувати їх за різними ознаками, зокрема за цільовою аудиторією, змістом, формою організації та тривалістю, що забезпечує можливість адаптації анімаційних заходів до потреб різних сегментів споживачів. Визначено, що ефективна організація анімаційної діяльності передбачає врахування індивідуальних очікувань гостей та створення різноманітних форматів дозвілля.

Аналіз розвитку анімаційної діяльності у світовому готельному бізнесі засвідчив її динамічне зростання та трансформацію під впливом глобалізаційних процесів, цифровізації та змін у споживчих пріоритетах. Сучасні тенденції орієнтовані на інтерактивність, персоналізацію послуг та інтеграцію інноваційних технологій у процес організації дозвілля. Отже, анімаційні програми виступають важливим інструментом підвищення якості готельних послуг і формування стійких конкурентних переваг підприємств індустрії гостинності.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ « PREMIER HOTEL ODESA»

2.1. Загальна характеристика діяльності, послуг та дозвілля готелю «Premier Hotel Odesa»

Premier Hotel Odesa – це сучасний п’ятизірковий готельний комплекс високого рівня комфорту, який вирізняється розвиненою інфраструктурою та широким спектром послуг для гостей. Готель розташований у престижному районі міста Одеси за адресою: вул. Академічна, 32, м. Одеса, 65009, Україна. Завдяки зручному розташуванню заклад має гарне транспортне сполучення з центральною частиною міста, а також знаходиться неподалік від узбережжя Чорного моря, що робить його привабливим як для туристів, так і для ділових мандрівників.

Готель Premier Hotel Odesa розпочав свою діяльність 1 липня 2020 року і за відносно короткий період функціонування став одним із найбільших та найсучасніших п’ятизіркових готелів Одеси. Відкриття цього комплексу стало важливим етапом розвитку готельної інфраструктури міста, оскільки заклад відповідає міжнародним стандартам якості обслуговування та гостинності. [32]

Номерний фонд готелю становить 200 номерів, які відрізняються за категоріями, рівнем комфорту та площею. Гостям пропонуються різні варіанти розміщення, що дозволяє задовольнити потреби різних категорій відвідувачів: від туристів, які подорожують самостійно або з родиною, до бізнес-клієнтів і учасників ділових заходів. До структури номерного фонду входять стандартні номери, номери підвищеного комфорту, напівлюкси, люкси та апартаменти. Кожна категорія номерів відрізняється індивідуальним дизайном, сучасним оснащенням і продуманою організацією простору.

Особливу увагу в готелі приділено номерам люксової категорії, які обладнані не лише спальними та відпочинковими зонами, а й повноцінними кухнями. Наявність кухонного обладнання створює додаткові можливості для гостей, які бажають самостійно готувати їжу або перебувають у готелі тривалий час. Такий підхід значно підвищує рівень комфорту проживання та робить готель привабливим для гостей, які віддають перевагу більш автономному формату відпочинку.

Крім комфортного номерного фонду, готель пропонує широкий спектр додаткових послуг, що відповідають стандартам п’ятизіркового рівня обслуговування. Інфраструктура комплексу орієнтована на забезпечення максимально комфортного перебування гостей, поєднуючи можливості для відпочинку, ділових зустрічей та організації різноманітних заходів.

Готель Premier Hotel Odesa вирізняється вигідним і зручним розташуванням у межах міста. Він знаходиться приблизно за 1,2 км від популярного курортно-розважального району Аркадія, який є одним із головних центрів туристичного та розважального життя Одеси. Така близькість надає гостям можливість швидко та безперешкодно дістатися до відомих пляжів, сучасних розважальних закладів, ресторанів, кафе та прогулянкових зон, що робить перебування у готелі більш комфортним і привабливим для туристів.

Завдяки своєму розташуванню готель забезпечує зручний доступ до основних туристичних, рекреаційних та культурних об’єктів міста. Це створює сприятливі умови для поєднання відпочинку на узбережжі Чорного моря з можливістю ознайомлення з визначними місцями Одеси, її історико-культурною спадщиною та сучасною міською інфраструктурою.

Ще однією перевагою готелю є мальовничі краєвиди, які відкриваються з його номерів. Із вікон можна спостерігати панорамні види на міську забудову Одеси, узбережжя Чорного моря, а також зелені насадження ботанічного саду. Таке природно-ландшафтне оточення створює атмосферу

затишку і спокою, сприяє повноцінному відпочинку гостей та формує позитивні враження від перебування у готелі.

Готель Premier Hotel Odesa надає гостям широкий спектр послуг та інфраструктурних можливостей, що відповідають сучасним вимогам міжнародної індустрії гостинності. Розвинена інфраструктура комплексу спрямована на забезпечення комфортного відпочинку, оздоровлення, проведення ділових заходів та задоволення різноманітних потреб відвідувачів.

Одним із важливих елементів інфраструктури готелю є оздоровчий комплекс. До його складу входять сучасний фітнес-клуб і спа-центр, оснащені необхідним обладнанням для занять спортом і релаксації. У спа-зоні функціонує критий басейн, який працює протягом усього року, що дозволяє гостям користуватися оздоровчими та відновлювальними процедурами незалежно від пори року. Такий комплекс створює сприятливі умови для підтримання фізичної форми, відпочинку та відновлення сил.

Значне місце в структурі послуг готелю займають заклади харчування. На території комплексу функціонують тематичні ресторани, що пропонують різноманітні гастрономічні концепції. Меню закладів включає широкий вибір страв як міжнародної, так і національної кухні, що дозволяє задовольнити гастрономічні вподобання гостей з різних країн.

Готель також має розвинену ділову інфраструктуру, яка дозволяє організовувати різноманітні бізнес-заходи. Для цього передбачені сучасні конференц-зали, обладнані необхідною технікою та здатні вмістити до 350 учасників. Такі можливості створюють сприятливі умови для проведення конференцій, форумів, семінарів, корпоративних зустрічей та інших ділових подій.

Крім того, готель орієнтується на сучасні тенденції у сфері гостинності та пропонує комфортні умови для гостей, які подорожують разом із домашніми тваринами. Заклад дотримується концепції pets-friendly, що

передбачає можливість розміщення відвідувачів разом із їхніми улюбленцями та створює додаткові зручності для такої категорії гостей.

Premier Hotel Odesa надає гостям комплексне обслуговування, яке поєднує використання сучасних технологічних рішень, високий рівень комфорту та уважне ставлення до потреб кожного відвідувача. У роботі готелю велика увага приділяється персоналізованому сервісу, що дозволяє враховувати індивідуальні побажання гостей і створювати максимально сприятливі умови для їхнього перебування.

Різноманітність послуг, які пропонує готель, охоплює рекреаційні, гастрономічні, побутові, ділові та інші спеціалізовані сервіси. Такий комплексний підхід дає можливість задовольняти запити різних категорій клієнтів, зокрема туристів, сімейних відвідувачів, учасників ділових заходів та бізнес-мандрівників.

Поєднання високих стандартів обслуговування, доступності послуг для різних груп гостей та широкого вибору сервісів сприяє формуванню позитивного іміджу готелю на ринку. Завдяки цьому Premier Hotel Odesa займає конкурентні позиції у сфері індустрії гостинності та відповідає сучасним вимогам міжнародного готельного бізнесу.

Таблиця 2.1

Послуги готелю «Premier Hotel Odesa»

Категорія	Послуга
Басейн	Критий басейн (працює цілий рік), дитячий басейн
Харчування	Ресторан, Бар, обслуговування номерів, сніданок у номер (за запитом), Breakfast 2 Go, спеціальне дієтичне меню (за запитом), дитяче меню, Запаковані ланчі
Транспорт	трансфер (за запитом), приватна парковка, парковка
Зручності в готелі	ліфт, цілодобова стійка реєстрації гостей, послуги консьєржа, камера зберігання багажу, сейф, банкомат, кондиціонер, опалення, безкоштовний Wi-Fi, місця для куріння
Прибирання та догляд	Щоденне прибирання, пральня, прасування одягу, хімчистка, прес для штанів, чистка взуття
Ділові послуги	конференц-зал/банкетний зал, Бізнес-центр, Доставка преси

	продовження табл. 2.1
Номери та комфорт	Сімейні номери, номер для молодят, мінібар в номері, дитяче ліжечко (за запитом), номери для гостей з інвалідністю / з безбар'єрним доступом, набір для приготування чаю/кави
Фітнес та релакс	Тренажерний зал, масаж, фітнес та спа центр
Спеціальні послуги	Куріння на всій території готелю заборонено, проживання з тваринами дозволено (за попереднім узгодженням), експрес-реєстрація заїзду/виїзду, сигарна кімната

Джерело: [32]

Однією з характерних рис готелю є підвищений рівень комфорту номерів люксових категорій, зокрема напівлюксів, люксів та апартаментів. Ці номери обладнані сучасними кухонними зонами, що створює додаткові зручності для гостей, особливо у випадку тривалого проживання або за потреби самостійного приготування їжі. Наявність кухонного обладнання дозволяє відвідувачам організовувати власний режим харчування та почуватися більш комфортно під час перебування в готелі.

Номерний фонд готелю представлений наступною категорією номерів: класичний, прем'єр, класичний з видом на море, прем'єр з видом на море, напівлюкс, люкс, люкс з видом на море (табл.. 2.2).

Таблиця 2.2

Категорія номерів в готелі Premier Hotel Odesa

Номер	Кількість кімнат в номері	Площа ($м^2$)	Вид з номера	Особливості	Вартість (грн.)
Класичний	1	18	Вид на вулицю	Wi-Fi, плазмовий телевізор, туалетні приладдя, фен, шафа, клімат-контроль	3080
Прем'єр	1	19	Вид на вулицю	Телевізор, кабельні канали, туалетні приладдя, фен, халат, приліжковий бра	3465
Класичний з видом на море	1	18	Вид на морське узбережжя	Телевізор, кабельні канали, туалетні приладдя, фен, халат, приліжковий бра	3960

продовження табл.2.2

Прем'єр з видом на море	1	19	Вид на морське узбережжя	Телевізор, кабельні канали, туалетні приладдя, фен, халат, приліжковий бра	4400
Напівлюкс	2	37	Вид на вулицю	Плита, витяжка, кабельні канали, Wi-Fi, дзеркало з підсвітленням, ванна, телефон, кухня	4725
Люкс	2	39	Вид на вулицю	Витяжка, раковина, кабельні канали, Wi-Fi, туалет, телефон у ванній, халат, щітка для взуття	5005
Люкс з видом на море	2	39	Вид на морське узбережжя	Кухонне приладдя, плита, кабельні канали, Wi-Fi, дзеркало з підсвітленням, санвузол, капці, клімат-контроль	5425

Джерело: [32]

Суттєвою конкурентною перевагою готелю є функціонування сучасного фітнес- та спа-комплексу. До його складу входить критий басейн, який працює протягом усього року, що дозволяє гостям користуватися оздоровчими та відновлювальними процедурами незалежно від пори року. Така інфраструктура створює сприятливі умови для активного відпочинку, підтримання фізичної форми та повноцінної релаксації під час перебування в готелі.

Крім того, готель орієнтується на проведення різноманітних ділових і урочистих заходів. Для цього передбачено сучасні конференц-зали, які можуть приймати до 350 учасників. Наявність таких приміщень дає можливість організовувати конференції, бізнес-форуми, семінари, презентації, а також корпоративні зустрічі та інші масштабні події відповідно до сучасних стандартів ділового середовища.

Важливим елементом сервісної політики готелю є також орієнтація на створення комфортних умов для гостей, які подорожують разом зі своїми домашніми тваринами. Заклад підтримує концепцію pets-friendly, що передбачає можливість проживання відвідувачів разом із їхніми

улюбленцями та відповідає сучасним тенденціям розвитку готельного сервісу.

Поєднання розвиненої інфраструктури преміального рівня, високих стандартів обслуговування та вигідного місця розташування сприяє формуванню позитивного іміджу готелю на ринку. Завдяки цьому Premier Hotel Odesa виступає однією з привабливих локацій для розміщення як туристів, так і представників бізнес-сегменту, які відвідують Одесу.

Готель вирізняється панорамним баром на 16-му поверсі з приголомшливим видом на місто та авторською коктейльною картою від професійних міксологів. Для ділових зустрічей або спокійного відпочинку працює лобі-бар The Lobby.

Ресторани готелю пропонують різноманіття страв:

- La Fiera – сніданки, комплексні обіди та вечері з українською та одеською кухнею у сучасній інтерпретації; доступна доставка в номер (08:00–22:00);

- Mare DiVino – середземноморська кухня з морепродуктами та стравами італійської, іспанської та грецької кухні;

- Літня тераса – страви на відкритому повітрі з панорамними видами.

Біокамін з водоспадом на другому поверсі створює атмосферу затишку та гармонії.

У готелі також доступні велнес та рекреаційні послуги для гостей, які прагнуть підтримувати фізичне та емоційне здоров’я під час відпочинку. Premier Odesa Wellness Club – це сучасний багатофункціональний оздоровчий комплекс площею 673 кв. м, розташований у п’ятизірковому Premier Hotel Odesa. Його простір спроєктований відповідно до передових концепцій велнесу, де поєднуються фізичні тренування, релаксаційні практики та відновлювальні процедури, забезпечуючи комплексний підхід до оздоровлення та гармонії тіла і душі.

Інтер’єр клубу виконаний у стилі середземноморської елегантності з використанням високоякісних італійських матеріалів, що створює атмосферу

спокою, естетичного задоволення та сенсорного комфорту. Гості можуть насолоджуватися різноманітними SPA-ритуалами, включно з масажами, доглядовими процедурами та водними практиками, а також брати участь у спеціально розроблених велнес-програмах, які адаптовані під індивідуальні потреби кожного.

Комплекс також передбачає активні тренування під керівництвом професійних інструкторів, що дозволяє поєднувати інтенсивну фізичну активність із процедурами відновлення. Завдяки такому підходу відвідувачі можуть досягти оптимального балансу між динамічним способом життя та повноцінним відпочинком, відчути прилив енергії та гармонії, а також отримати комплексну підтримку фізичного і психоемоційного здоров'я.

У Premier Odesa Wellness Club створено кілька спеціалізованих зон, кожна з яких відповідає сучасним стандартам велнесу та рекреації. Вони дозволяють комплексно піклуватися про фізичне та психоемоційне здоров'я гостей, поєднуючи активний відпочинок, водні процедури та відновлювальні практики.

Таблиця 2.3

Зони Premier Odesa Wellness Club

Зона	**Опис та переваги**
Аквазона	15-метровий плавальний басейн із виходом на відкриту терасу, дитячий басейн, зона гідротерапії з джакузі. Водні процедури покращують кровообіг, підвищують загальний тонус організму та сприяють релаксації.
Сауна-комплекс	Фінська суха сауна, що сприяє глибокій детоксикації, зміцненню імунної системи та зняттю м'язової напруги.
Фітнес-зона	Обладнана кардіотренажерами, силовими станціями та зоною для занять з вільними вагами. Збалансоване фізичне навантаження сприяє розвитку витривалості, покращенню функціонального стану опорно-рухового апарату та нормалізації обміну речовин.

Джерело: [32]

Premier Odesa Wellness Club пропонує комфортний відпочинок для всієї родини з гнучкими абонементами та спеціальними дитячими програмами. Поєднання фізичних тренувань, водних процедур і відновлювальних методик сприяє зміцненню здоров'я, підтримці тонусу та покращенню самопочуття.

Готель також проводить акції та спеціальні програми для гостей, що підвищує лояльність, залучає нових клієнтів, стимулює попит на послуги та оптимізує завантаження номерного фонду, підвищуючи конкурентоспроможність готелю.

Таблиця 2.4

Спецпропозиції готелю Premier Hotel Odesa

Назва акції	**Зміст**
Український вікенд в Одесі	- знижку 30% на проживання; - смачні сніданки; - відвідування SPA-зони; - користування тренажерною залою; - безкоштовне проживання та сніданок для дітей до 12 років у номерах категорій Напівлюкс та Люкс; - безкоштовний пізній виїзд до 18:00; - безкоштовний паркінг; Пакетна пропозиція дійсна при заїзді в готель в п’ятницю або суботу (проживання 1 або 2 ночі).
Сезонна пропозиція до – 25%	- Сніданки на двох; - Відвідання бассейну; - Сучасний тренажерний зал; - Безплатний Wi-Fi; - Безкоштовний паркінг; - Укриття, світло, тепло Деталі знижки: - 20% знижки – Класичний, Класичний з видом на море, Прем'єр, Прем'єр з видом на море; - 25% знижки – Напівл- юкс, Люкс, Люкс з видом на море
Ніч у подарунок	Найпростіший спосіб отримати додаткову ніч в готелі безкоштовно - забронювати 2 ночі в готелі і отримати додаткову ніч в подарунок від мережі готелів Прем`єр.
Бронюй раніше економ до 30%	Планування дати перебування та заощадження до 30%.
Коворкінг у Premier Hotel Odesa	- 500 грн цілий день; - абонемент на місяць - 8000 грн; - абонемент на 3 місяці - 21 000 грн.
Отримуйте більше з Premier Club	Залучення до Premier Club дає змогу бронювати на сайті зі знижкою від 10 до 20% від Найкращого гнучкого тарифу, в залежності від номіналу картки. Більше привілей, більше послуг, більше подарунків.
Подарунок до дня народження	- безкоштовна ніч для гостей-іменинників; - знижка на проживання відповідно до номіналу вашої карти Premier Club; - подарунок від готелю; - всі привілеї відповідно до номіналу вашої карти Premier Club.

Джерело: [32]

Premier Hotel Odesa пропонує сучасну інфраструктуру для заходів будь-якого формату. Окремий поверх готелю спеціально облаштований для бізнес-подій, корпоративних зустрічей та урочистих прийомів.

Конференц-зали та зали для переговорів оснащені професійним аудіо- та відеообладнанням, інтерактивними панелями та системами відеоконференцій. Гнучке зонування дозволяє адаптувати простір під будь-який захід: від міжнародної конференції до корпоративного тренінгу або урочистого прийому.

Таблиця 2.5

Конференц-зали Premier Hotel Odesa

	Параметри			Розміщення / Кількість гостей					
	Площа, кв.м	Природне освітлення	Кондиціонер	Круглий стіл	Літера П	Клас	Фуршет	Театр	Банкет
Гранд Хол Сапфір	360	✓	✓	150	120	200	320	350	200
Зал "Онікс"	74	✓	✓	30	20	30	50	60	50
Зал "Агат"	55	✓	✓	20	15	20	40	40	30
Зал "Нефрит"	41	✓	✓	18		20	30	40	

Джерело: [32]

Premier Hotel Odesa пропонує сучасну інфраструктуру для проведення заходів будь-якого масштабу, включаючи конференції, корпоративні зустрічі та урочисті прийоми. Для цього облаштовано окремий поверх із просторими конференц-залами, переговорними кімнатами та фойє для кава-брейків і неформального спілкування. Команда професіоналів забезпечує повний супровід заходу: технічне оснащення, оформлення залів, кейтеринг та індивідуальне меню.

Для ділових подій готель використовує концепцію Ideal Meeting, яка поєднує гнучкість, технологічність та екологічну відповідальність. Вона базується на чотирьох ключових складових:

1. Easy – простота організації: персональний конференц-асистент, обладнані приміщення та все необхідне технічне оснащення включено в оренду залу.

2. Smart – раціональне харчування: три варіанти кава-брейків (Fresh Organic Traditional, Smart Food, Recharge) підтримують енергію та продуктивність учасників.

3. Green – екологічна відповідальність: мінімізація впливу на довкілля та підтримка соціальних і екологічних програм.

4. Fast – технологічна швидкість: високошвидкісний бездротовий інтернет забезпечує ефективну комунікацію та доступ до цифрових ресурсів.

Концепція Ideal Meeting забезпечує комфорт, ефективність та високі стандарти організації бізнес-заходів, дозволяючи досягати максимальних результатів для організаторів і учасників.

У готелі Premier Hotel Odesa представлено широкий спектр послуг для відпочинку та оздоровлення гостей, включно з велнес-центром, ресторанами, панорамним баром і конференц-залами. Водночас слід відзначити, що напрямок анімаційних послуг поки що розвинений недостатньо. Сучасні гості, особливо сім'ї з дітьми та молодь, віддають перевагу активному та інтерактивному дозвіллю, тому впровадження анімаційних програм: тематичних заходів, розважальних шоу, майстер-класів та спортивних активностей могло б значно підвищити привабливість готелю. Розширення анімаційного напрямку сприятиме збільшенню тривалості перебування гостей, залученню нових клієнтів і підвищенню конкурентоспроможності закладу на ринку готельних послуг.

2.2. Організаційно-економічна характеристика готелю «Premier Hotel Odesa»

Організаційна структура готелю «Premier Hotel Odesa» побудована за лінійно-функціональним принципом, що поєднує єдиноначальність із спеціалізацією функцій.

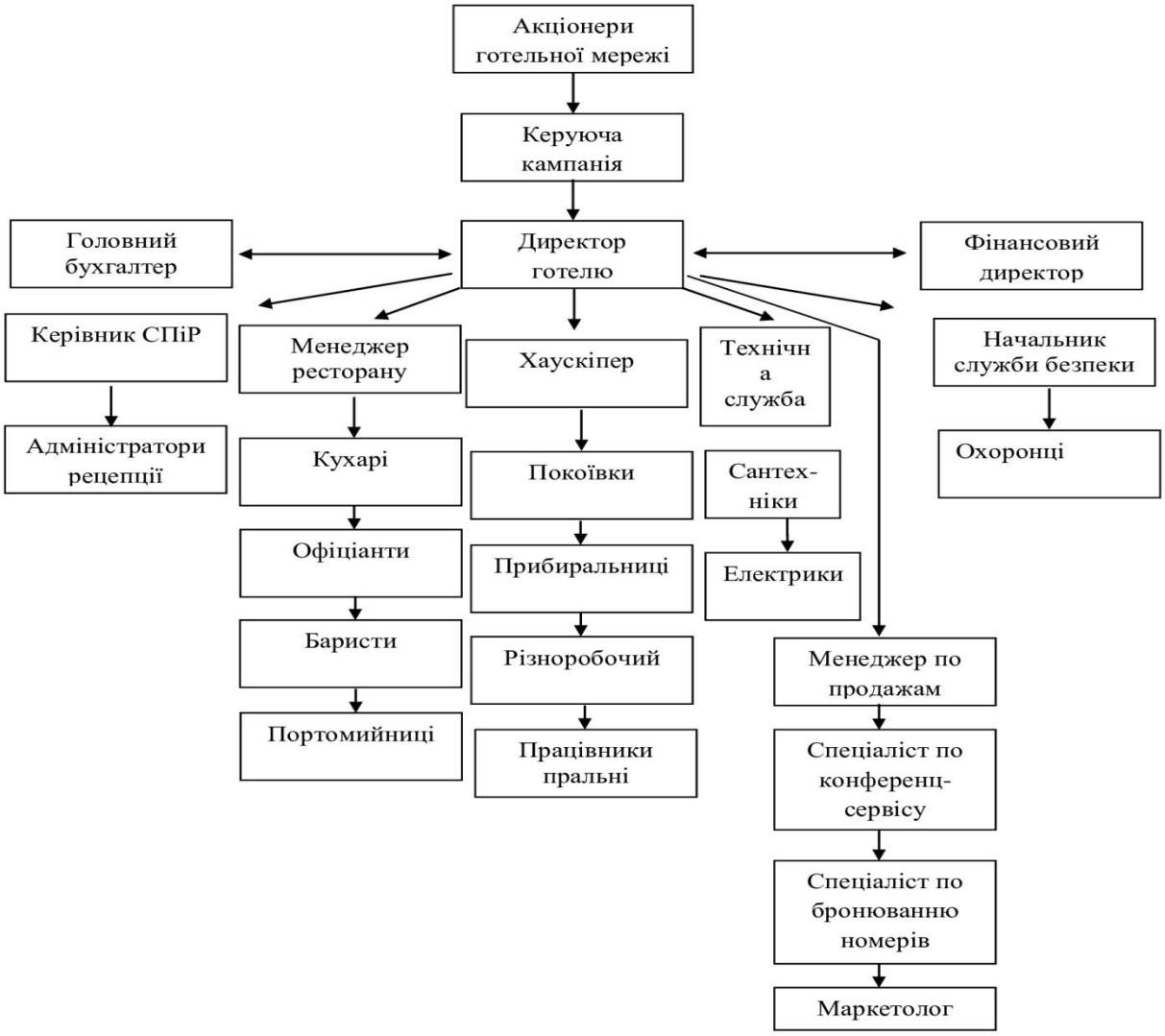

Рис. 2.1. Організаційна структура готелю «Premier Hotel Odesa»

Джерело: побудовано автором за даними готелю

Це забезпечує чіткий розподіл обов'язків, підвищує ефективність управління та оптимізує внутрішні комунікації. Вертикальна ієрархія дозволяє оперативно приймати рішення, а функціональні відділи –

маркетингу, фінансів, персоналу та господарського забезпечення виконують спеціалізовані завдання для підтримки основної діяльності готелю.

На стратегічному рівні готелем керують акціонери мережі, операційне управління здійснює керуюча компанія, а фінансовий контроль забезпечують головний бухгалтер та фінансовий директор. Безпосереднє керівництво покладено на директора готелю, який координує роботу всіх підрозділів та контролює якість сервісу.

Основні служби включають:

- служба безпеки – охорона гостей і персоналу;

- господарська служба – покоївки, прибиральниці, працівники пральні;

- служба технічного обслуговування – сантехніки та електрики;

- адміністративна служба – адміністратори рецепції, поселення/виселення, інформаційна підтримка;

- ресторанна служба – кухарі, офіціанти, баристи.

- служба продажів і маркетингу – просування готелю, організація заходів, взаємодія з клієнтами.

Така структура забезпечує ефективний розподіл функцій, високий рівень обслуговування та стабільну роботу готелю. Для підвищення ефективності використовуються автоматизовані системи контролю та цифровізація бізнес-процесів.

Кількість штатних працівників готелю представлені у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Кількість штатних працівників готелю «Premier Hotel Odesa» (2024-2025 рр.)

Назва показників	**Усього 2024 рік, осіб**	**Усього 2025 рік, осіб**
Кількість прийнятих штатних працівників	11	16
Кількість звільнених штатних працівників	12	12
Кількість звільнених штатних працівників із причини плинності кадрів	12	12
Облікова кількість штатних працівників на кінець звітного періоду	88	79

Джерело: складено автором за даними готелю

У таблиці 2.6 наведено дані щодо чисельності штатних працівників готелю «Premier Hotel Odesa» за 2024–2025 роки. У 2024 році готель прийняв на роботу 11 нових працівників, тоді як у 2025 році кількість прийнятих становила 16 осіб. Протягом обох років рівень звільнень залишався незмінним по 12 осіб щороку, причому всі звільнення були зумовлені плинністю кадрів. На кінець звітного періоду загальна облікова кількість штатних працівників зменшилася з 88 осіб у 2024 році до 79 осіб у 2025 році, що свідчить про певне скорочення персоналу та вплив плинності кадрів на загальну чисельність працівників. Дані підкреслюють важливість контролю за кадровими процесами та планування персоналу для підтримки стабільного функціонування готелю.

Склад фонду оплати праці штатних працівників представлений у табл. 2.7

Таблиця 2.7

Склад фонду оплати праці штатних працівників готелю «Premier Hotel Odesa»

Назва показників	**Усього, тис. 41рн.. 2024 рік**	**Усього, тис. 41рн.. 2025 рік**
Фонд оплати праці штатних працівників	2967,5	3346,3
Фонд основної заробітної плати	2706,3	3008,3
Фонд додаткової заробітної плати	256,2	338,0
Надбавки та доплати до тарифних ставок та посадових окладів	168,5	72,6
Премії та винагороди, що носять систематичний характер	-	-
Виплати, пов’язані з індексацією заробітної плати	-	-
Компенсація втрати частини заробітку у зв’язку з порушенням термінів її виплати	-	-
Заохочувальні та компенсаційні витрати	5,0	-
Матеріальна допомога	5,0	-
Соціальні пільги, що мають індивідуальний характер	-	-
Оплата за невідпрацьований робочий час	87,7	24,6

Джерело: складено автором на основі даних готелю

Таблиця 2.7 відображає структуру фонду оплати праці штатних працівників готелю «Premier Hotel Odesa» за 2024–2025 роки. Загальний фонд оплати праці зріс із 2967,5 тис. грн у 2024 році до 3346,3 тис. грн у 2025 році, що свідчить про підвищення витрат на персонал. Основна заробітна плата залишалася головним компонентом фонду, збільшившись з 2706,3 тис. грн до 3008,3 тис. грн, тоді як фонд додаткової заробітної плати виріс із 256,2 тис. грн до 338,0 тис. грн.

Водночас надбавки та доплати до тарифних ставок і посадових окладів значно знизилися з 168,5 тис. грн у 2024 році до 72,6 тис. грн у 2025 році. Оплата за невідпрацьований робочий час зменшилася з 87,7 тис. грн до 24,6 тис. грн, а заохочувальні та компенсаційні виплати, а також матеріальна допомога у 2025 році відсутні, тоді як у 2024 році становили по 5,0 тис. грн. Інші складові, такі як премії та винагороди систематичного характеру, виплати, пов’язані з індексацією заробітної плати, соціальні пільги та компенсації за порушення термінів виплат, не застосовувалися в обидва роки.

Таким чином, структура фонду оплати праці демонструє пріоритетність основної заробітної плати при одночасному зростанні загальної суми витрат на персонал, при цьому скорочення додаткових виплат і надбавок свідчить про оптимізацію фонду оплати праці та концентрацію на базових складових заробітку.

Фінансові результати готелю представлені у табл. 2.8

Таблиця 2.8

Фінансові результати готелю «Premier Hotel Odesa»

Стаття	**2024 рік (тис.грн.)**	**2025 рік (тис.грн.)**	**2025 до 2024 %**
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	36723	54677	48,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	64960	71481	10,0
Валовий: Прибуток Збиток	- 28227	- 16804	-40,4

			продовження табл. 2.8
Інші операційні доходи	1358	1312	-3,4
Адміністративні витрати	8631	10329	19,7
Витрати на збут	1118	3413	205,3
Інші операційні витрати	1889	1185	-37,3
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	38507	30419	-21,0
Інші витрати	251	-	-100
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	-	-	
збиток	38758	30419	-21,5
Чистий фінансовий результат: прибуток	-	-	
збиток	38758	30419	-21,5

Джерело: складено автором на основі даних готелю

Таблиця 2.8 відображає фінансові результати готелю «Premier Hotel Odesa» за 2024–2025 роки. За цей період чистий дохід від реалізації послуг збільшився з 36 723 тис. грн у 2024 році до 54 677 тис. грн у 2025 році, що становить приріст на 48,9 %. Водночас собівартість реалізованої продукції зросла порівняно незначно з 64 960 тис. грн до 71 481 тис. грн, або на 10 %.

Валовий фінансовий результат готелю залишався збитковим: у 2024 році збиток складав 28 227 тис. грн, а у 2025 році зменшився до 16 804 тис. грн, що свідчить про покращення фінансового стану на 40,4 %. Інші операційні доходи практично не змінилися (1358 тис. грн у 2024 році та 1312 тис. грн у 2025 році). Адміністративні витрати зросли на 19,7 %, досягнувши 10 329 тис. грн, тоді як витрати на збут суттєво збільшилися на 205,3 % з 1118 тис. грн до 3413 тис. грн. Інші операційні витрати навпаки скоротилися на 37,3 % і становили 1185 тис. грн у 2025 році.

Фінансовий результат від операційної діяльності залишався збитковим, проте розмір збитку зменшився на 21 % з 38 507 тис. грн у 2024 році до 30 419 тис. грн у 2025 році. Аналогічна динаміка спостерігається й за фінансовим результатом до оподаткування та чистим фінансовим результатом: збиток зменшився на 21,5 %, що свідчить про стабілізацію

фінансової діяльності готелю та підвищення ефективності управління витратами. Загалом, аналіз таблиці демонструє позитивну тенденцію щодо скорочення збитків при одночасному зростанні доходів, що вказує на поступове поліпшення фінансової стійкості закладу.

2.3. Оцінка внутрішнього та зовнішнього середовища готелю Premier Hotel Odesa

Для всебічної оцінки внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на діяльність готелю «Premier Hotel Odesa», доцільно застосувати метод стратегічного аналізу SWOT-аналіз (табл. 2.9). Цей інструмент дозволяє виявити сильні та слабкі сторони закладу, а також зовнішні можливості і потенційні загрози, що можуть позначитися на його функціонуванні як у короткостроковій, так і у довгостроковій перспективі.

Проведення SWOT-аналізу дозволяє комплексно оцінити внутрішні ресурси та зовнішні умови функціонування готелю «Premier Hotel Odesa», що дає змогу чітко визначити стратегічні напрями його розвитку. Завдяки цьому інструменту керівництво може виявити ключові сильні сторони, які варто посилювати, а також слабкі місця, що потребують вдосконалення або оптимізації. Крім того, аналіз зовнішніх можливостей і загроз дозволяє прогнозувати потенційні зміни ринкової кон'юнктури, тенденції в індустрії гостинності та поведінку конкурентів, що є критично важливим для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. У результаті SWOT-аналіз слугує основою для формування практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності готелю, розробки ефективних маркетингових стратегій, впровадження нових сервісів і послуг, а також оптимізації внутрішніх процесів з урахуванням реального стану зовнішнього і внутрішнього середовища.

Сильні сторони (S)	**Слабкі сторони (W)**
- Вигідне розташування в туристично привабливій Одесі; - Входження до всеукраїнської мережі Premier, що підвищує впізнаваність бренду; - Розвинена інфраструктура: конференц-зали, ресторани, просторі номери, спа-зона; - Високий рівень обслуговування та професійний персонал; - Співпраця з постійними корпоративними клієнтами; - Можливість онлайн-бронювання через Premierbooke.	- Відсутність окремого маркетингового відділу; - Обмежений бюджет на просування порівняно з конкурентами; - Нерівномірне навантаження персоналу, який виконує функції маркетингу і продажів; - Недостатня активність у цифровому просуванні (SMM, SEO, відеомаркетинг); - Залежність від сезонності попиту; - Відсутність анімаційних послуг для гостей.
Можливості (O)	**Загрози (T)**
- Залучення інвесторів; - Розширення співпраці з міжнародними онлайн-ресурсами бронювання; - Активізація присутності в соціальних мережах і на digital-платформах; - Залучення нових сегментів клієнтів; - Проведення заходів, конференцій, тренінгів для збільшення прибутку у низький сезон; - Можливість отримання грантів або інвестицій на розвиток інфраструктури та маркетингу.	- Економічна нестабільність та зниження купівельної спроможності населення; - Коливання попиту через воєнний стан; - Зміни в поведінці споживачів (зростання попиту на оренду апартаментів через Airbnb); - Висока вартість цифрової реклами та її обмежена ефективність без професійного супроводу; - Затяжність війни в Україні.

Рис. 2.2 SWOT-аналіз готелю «Premier Hotel Odesa»,

Джерело: складено автором

Отже, результати SWOT-аналізу свідчать про наявність значного потенціалу розвитку готелю «Premier Hotel Odesa», однак для підвищення його конкурентоспроможності доцільно активізувати маркетингову діяльність, посилити цифрове просування та розширити спектр послуг, зокрема шляхом впровадження анімаційних програм для гостей.

Проведення SWOT-аналізу дає змогу визначити стратегічні напрямки розвитку готелю та сформувати практичні рекомендації щодо підвищення

його конкурентоспроможності, з урахуванням реального стану середовища функціонування.

Таблиця 2.10

Можливі стратегії готелю «Premier Hotel Odesa»

Стратегія зростання	Стратегія обмеженого зростання
Стратегія утримання позицій	Стратегія ліквідації або реструктуризації

Джерело: складено автором

На основі даних табл. 2.10 побудуємо матрицю SWOT-аналізу готелю «Premier Hotel Odesa» (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Матриця SWOT-аналізу «Premier Hotel Odesa»

Можливості + Сильні сторони (SO) (6+6) 12	Загрози + Сильні сторони (WO) (6+5) 11
Можливості + Слабкі сторони (ST) (6+3) 9	Загрози + Слабкі сторони (WT) (3+5) 8

Джерело: пораховано автором самостійно

На основі поєднання результатів SWOT-аналізу можна визначити кілька стратегічних напрямів розвитку діяльності готелю.

Для зони SO доцільно застосовувати стратегії, що передбачають використання наявних сильних сторін підприємства з метою реалізації можливостей зовнішнього середовища. У цьому контексті перспективним є активне просування власної системи онлайн-бронювання Premierbooker за допомогою сучасних цифрових каналів комунікації. Важливим напрямом також може стати використання впізнаваності бренду Premier для залучення іноземних туристів, партнерів і корпоративних клієнтів. Крім того, ефективним кроком є організація ділових подій, конференцій та інших заходів із використанням наявної інфраструктури готелю, а також упровадження програм лояльності, спрямованих на підтримку довгострокових відносин із постійними гостями.

Для зони WO стратегія повинна бути спрямована на подолання існуючих внутрішніх недоліків за рахунок використання зовнішніх можливостей. Зокрема, доцільним є формування повноцінного маркетингового підрозділу з акцентом на цифрові технології просування. Паралельно важливо підвищувати професійні компетенції персоналу шляхом навчання сучасним інструментам цифрового маркетингу, таким як SMM, SEO та відеомаркетинг. Додатковим джерелом розвитку може стати залучення грантових коштів або інвестицій для підтримки маркетингових ініціатив. У разі потреби окремі маркетингові функції можуть передаватися зовнішнім фахівцям, наприклад фріланс-маркетологам або спеціалістам із таргетованої реклами.

Для зони ST доцільно застосовувати стратегії, що дозволяють використовувати наявні переваги підприємства з метою мінімізації негативного впливу зовнішніх загроз. У цьому випадку важливим є розроблення антикризової маркетингової стратегії, орієнтованої насамперед на розвиток внутрішнього туризму. Значну роль також відіграє підвищення цінності бренду шляхом підтримання високого рівня сервісу та формування позитивного іміджу готелю в онлайн-середовищі. Крім того, доцільно акцентувати увагу на просуванні концепції безпечного та комфортного відпочинку в умовах воєнного стану.

Для кризової зони WT стратегічні рішення повинні бути спрямовані на одночасне скорочення слабких сторін підприємства та мінімізацію можливих загроз. У цьому випадку доцільним є передання частини маркетингових функцій на аутсорсинг з метою зменшення витрат. Важливим кроком також може стати оптимізація бюджету на просування через систематичний аналіз ефективності різних рекламних каналів. Окрім цього, раціональним рішенням є впровадження гнучкого графіка роботи персоналу, що дозволить більш рівномірно розподіляти навантаження між працівниками та підвищити ефективність використання трудових ресурсів.

Матриця SWOT-стратегій дає можливість комплексно проаналізувати перспективи розвитку готелю «Premier Hotel Odesa» та визначити оптимальні напрями його подальшої діяльності з урахуванням наявного потенціалу підприємства і впливу зовнішніх факторів. Такий підхід дозволяє поєднати сильні сторони готелю з можливостями ринку, а також визначити шляхи мінімізації слабких сторін і можливих загроз, що виникають у сучасному економічному та соціальному середовищі. Використання стратегічної матриці сприяє формуванню більш обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємства, зміцнення його конкурентних позицій та розширення спектра пропонованих послуг.

Особливої уваги в сучасних умовах потребує розвиток цифрового маркетингу, оскільки саме інтернет-простір стає одним із ключових каналів комунікації з потенційними клієнтами. Активізація просування готелю в соціальних мережах, використання інструментів SEO, контент- та відеомаркетингу, а також ефективне використання онлайн-платформ бронювання можуть сприяти підвищенню впізнаваності готелю, залученню нових клієнтів і формуванню позитивного іміджу на туристичному ринку. Важливим фактором успішної реалізації маркетингових стратегій є також формування стабільної професійної команди, яка здатна оперативно реагувати на зміни ринкового середовища та впроваджувати сучасні інструменти управління й просування.

Не менш важливим напрямом розвитку є підвищення рівня лояльності гостей, що особливо актуально в умовах економічної нестабільності та посилення конкуренції на ринку готельних послуг. Для цього доцільно впроваджувати програми лояльності, удосконалювати якість обслуговування, розширювати спектр додаткових послуг і створювати комфортні умови перебування для різних категорій клієнтів.

Крім того, одним із перспективних напрямів удосконалення діяльності готелю «Premier Hotel Odesa» є впровадження анімаційних послуг. Організація різноманітних анімаційних програм, розважальних заходів, тематичних вечорів, культурних і спортивних активностей може значно урізноманітнити дозвілля гостей, підвищити рівень їх задоволеності перебуванням у готелі та сприяти формуванню позитивного досвіду відпочинку. Наявність анімаційних послуг також дозволить залучити нові сегменти споживачів, зокрема сімей із дітьми, молодіжні групи та туристів, які прагнуть поєднати проживання з активним відпочинком. У результаті це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності готелю, збільшенню тривалості перебування гостей та зміцненню його позицій на ринку готельно-ресторанних послуг.

На діяльність готелю «Premier Hotel Odesa» впливає сукупність зовнішніх чинників, що представлені на рис. 2.2. До них належать політичні, соціальні, економічні та технологічні фактори, які формують умови функціонування підприємства та суттєво впливають на визначення стратегії його розвитку і рівень конкурентоспроможності на ринку готельних послуг.

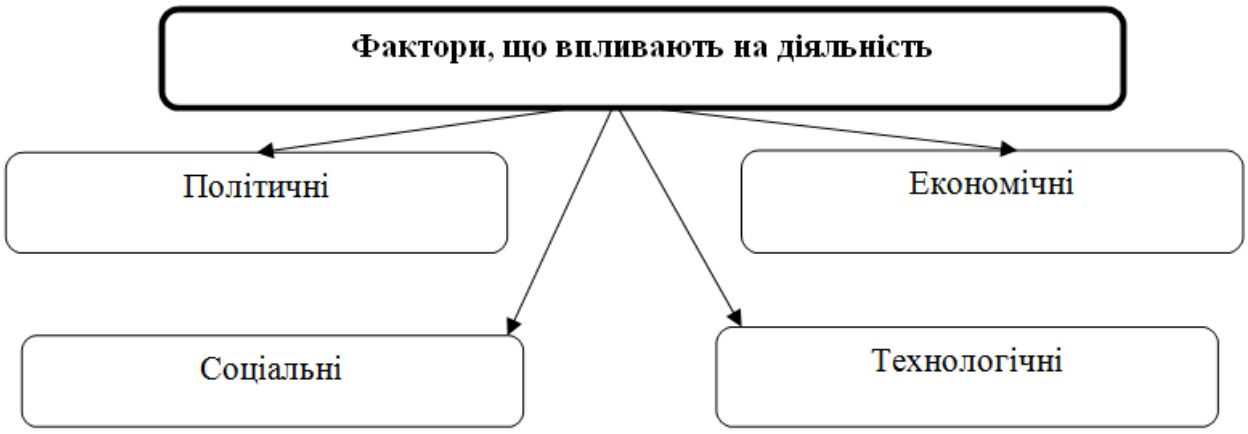

Рис. 2.2 Зовнішні фактори, які впливають на діяльність готелю «Premier Hotel Odesa»

Джерело: складено автором

Політичні чинники пов’язані передусім із воєнним станом в Україні, нестабільністю нормативно-правового середовища, особливостями податкової політики та рівнем державної підтримки туристичної сфери. Такі умови ускладнюють процес довгострокового планування діяльності готелю, змушуючи підприємство адаптувати свою роботу до нестабільної ситуації та підвищених ризиків.

Соціальні фактори відображають зміни у поведінці споживачів та їхніх пріоритетах. Серед основних тенденцій можна відзначити зростання попиту на індивідуалізований відпочинок, підвищену увагу гостей до безпеки, якості сервісу та санітарно-гігієнічних стандартів. Водночас важливу роль починає відігравати онлайн-репутація готелю, адже відгуки клієнтів у соціальних мережах і на туристичних платформах суттєво впливають на формування іміджу підприємства.

Економічні чинники охоплюють інфляційні процеси, рівень доходів населення, коливання валютного курсу та зниження купівельної спроможності споживачів. Усе це безпосередньо позначається на попиті на готельні послуги. Додатковим викликом є посилення конкуренції з боку альтернативних форм розміщення, зокрема приватних апартаментів і онлайн-платформ короткострокової оренди.

Технологічні фактори пов’язані з необхідністю впровадження сучасних цифрових рішень у діяльність готелю. Йдеться про використання онлайн-систем бронювання, CRM-платформ, інструментів інтернет-маркетингу (SMM, SEO, PPC), автоматизацію управлінських процесів та застосування цифрової аналітики для вивчення поведінки клієнтів. Використання таких технологій сприяє підвищенню ефективності управління та покращенню якості обслуговування гостей.

PEST-аналіз є важливим інструментом стратегічного маркетингового планування, який дає змогу визначити та систематизувати вплив факторів макросередовища на діяльність підприємства. Для готелю «Premier Hotel Odesa» використання цього методу є особливо актуальним, оскільки дозволяє

оцінити зовнішні умови функціонування закладу та зрозуміти, які фактори можуть сприяти його розвитку або створювати додаткові труднощі в умовах конкурентного ринку.

У табл. 2.12 наведено оцінку впливу основних груп макрофакторів (політичних, економічних, соціальних і технологічних) на діяльність готелю. Такий аналіз дає змогу комплексно охарактеризувати зовнішнє середовище підприємства та виявити можливі ризики і перспективи розвитку, що формуються поза межами безпосереднього впливу готелю.

Таблиця 2.12

PEST-аналіз готелю «Premier Hotel Odesa»

№	Перелік факторів	Важливість для компанії (в сукупності 1)	Ступінь впливу (1, 2, 3)	Характер впливу (+;-)	Оцінка впливу
Політичні фактори					
1	Війна у країні	0,5	3	-	-1,5
2	Законодавче регулювання ринку готельних та туристичних послуг	0,25	3	-	-0,75
3	Корупційність ринку	0,25	2	-	-0,5
Разом		1			-2,75
Економічна фактори					
1	Підвищення цін на готельні послуги	0,3	3	-	-0,9
2	Девальвація національної валюти	0,2	2	-	-0,4
3	Зниження доходів населення (цільової аудиторії)	0,3	3	-	-0,9
4	Інфляційні процеси у країні	0,2	2	-	-0,4
Разом		1			-2,6
Соціальні фактори					
1	Зростання вимог споживачів до якості готельних послуг та обслуговування	0,35	3	-	-1,05
2	Фобії населення щодо ситуації в країні та за її межами	0,3	3	-	-0,9

					продовження табл. 2.12
3	Зміни в стандартах та очікуваннях споживачів готельних послуг	0,35	2	-	-0,7
Разом		1			-2,35
Технологічні фактори					
1	Новітні технологічні розробки у сфері готельного бізнесу	0,35	3	+	+1,05
2	Вдосконалення процесу обслуговування	0,35	3	+	+1,05
3	Державна підтримка інноваційної діяльності	0,3	3	+	+0,9
Разом		1			+3,0

Джерело: складено автором

Проведений PEST-аналіз діяльності готелю «Premier Hotel Odesa» показав, що найбільш вагомим зовнішнім чинником, який негативно впливає на функціонування підприємства, є складна політична ситуація в державі. Передусім це пов'язано з воєнними подіями на території України, які суттєво знижують рівень туристичної активності, формують додаткові ризики для безпеки гостей і персоналу, а також негативно позначаються на інвестиційній привабливості готельно-ресторанної сфери загалом.

У результаті таких обставин діяльність готелю ускладнюється через скорочення як внутрішнього, так і міжнародного туристичного потоку, зниження платоспроможності потенційних клієнтів, порушення логістичних ланцюгів та зростання вартості енергоресурсів і послуг. Крім того, нестабільність зовнішнього середовища ускладнює реалізацію довгострокових стратегічних планів, пов'язаних із модернізацією інфраструктури, розширенням спектра послуг та залученням інвестицій.

За таких умов для готелю «Premier Hotel Odesa» особливо важливим стає формування високого рівня гнучкості та здатності швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Це передбачає розроблення та впровадження ефективних антикризових управлінських рішень, орієнтацію на розвиток внутрішнього туризму, активніше використання цифрових каналів маркетингового просування, а також постійне вдосконалення якості

сервісу. Важливим напрямом є диверсифікація послуг, розширення цільових сегментів споживачів і впровадження нових сервісів, що можуть підвищити привабливість готелю для різних категорій гостей. Зокрема, доцільним є розвиток додаткових форм дозвілля, у тому числі анімаційних програм, які сприятимуть підвищенню рівня задоволеності клієнтів та створенню більш привабливого туристичного продукту.

Таким чином, застосування гнучкого підходу до управління, своєчасне реагування на нові виклики та стратегічне планування розвитку дадуть змогу готелю не лише зберегти свої позиції на ринку, а й поступово пристосуватися до нових умов функціонування, що формуються внаслідок політичної та економічної нестабільності.

Висновок до 2 розділу. Узагальнюючи результати проведеного аналізу діяльності готелю «Premier Hotel Odesa», слід зазначити, що підприємство функціонує як сучасний засіб розміщення з розвиненим спектром основних і додаткових послуг, орієнтованих на задоволення потреб різних категорій споживачів. Встановлено, що готель має належний рівень матеріально-технічної бази та пропонує певні форми організації дозвілля, однак потенціал їх розвитку використовується не в повній мірі, зокрема у частині впровадження системних анімаційних програм.

Організаційно-економічна характеристика засвідчила стабільність функціонування підприємства, наявність ефективної системи управління та відповідність структури управління сучасним вимогам готельного бізнесу. Водночас виявлено резерви підвищення ефективності діяльності, зокрема через удосконалення сервісної складової та розширення спектра додаткових послуг, що можуть позитивно вплинути на фінансові результати.

Оцінка внутрішнього та зовнішнього середовища готелю дозволила визначити ключові сильні сторони (вигідне розташування, бренд, рівень обслуговування) та слабкі аспекти (обмеженість анімаційної складової, недостатня диференціація дозвіллєвих послуг), а також виявити можливості та загрози, зумовлені ринковою кон’юнктурою. У цілому результати аналізу

свідчать про доцільність впровадження анімаційних програм як інструменту підвищення конкурентоспроможності готелю, покращення якості сервісу та зміцнення його позицій на ринку готельних послуг.

РОЗДІЛ 3. РКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ У PREMIER HOTEL ODESA

3.1. Пропозиції щодо структури та формату анімаційної програми в Premier Hotel Odesa

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності важливим чинником підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств є розширення спектра додаткових послуг, зокрема організація анімаційної діяльності. Анімаційні програми спрямовані на урізноманітнення дозвілля гостей, формування позитивних емоційних вражень від перебування у готелі, підвищення рівня задоволеності клієнтів та створення додаткової цінності готельного продукту. Впровадження таких програм дозволяє не лише покращити якість обслуговування, але й сприяє формуванню лояльності гостей, збільшенню тривалості їх перебування та посиленню конкурентних позицій підприємства на ринку готельних послуг.

Для готелю «Premier Hotel Odesa» впровадження анімаційної діяльності є перспективним напрямом удосконалення сервісу. Це пояснюється наявністю розвиненої інфраструктури готелю, яка включає сучасні конференц-зали, ресторанні приміщення, лаунж-зони та спа-комплекс. Значна частина гостей готелю представлена діловими туристами, учасниками конференцій, тренінгів і корпоративних заходів, а також відвідувачами спа-центру. Тому анімаційна програма повинна враховувати специфіку даних цільових сегментів і поєднувати елементи ділового, культурного, розважального та оздоровчого дозвілля.

Організація анімаційної діяльності передбачає формування чіткої структури заходів, що дозволяє систематизувати різні види активностей та забезпечити їх регулярність. Основні напрями анімаційної програми можуть бути представлені культурно-розважальною, діловою, оздоровчою та гастрономічною анімацією.

Таблиця 3.1

Основні напрями анімаційної діяльності у готелі «Premier Hotel Odesa»

Напрям анімації	**Основні заходи**	**Цільова аудиторія**
Культурно-розважальна	тематичні вечори, музичні виступи, арт-події, кінопокази	туристи, індивідуальні гості
Ділова (event-анімація)	тімбілдинги, networking-заходи, інтерактивні перерви під час конференцій	учасники конференцій, корпоративні клієнти
Оздоровча	йога, ранкова гімнастика, wellness-програми, майстер-класи зі здорового способу життя	гості спа-комплексу
Гастрономічна	кулінарні майстер-класи, дегустації, тематичні вечері	туристи, корпоративні клієнти

Джерело: складено автором

Запропонована структура дозволяє ефективно використовувати наявні ресурси готелю та створювати різноманітні формати дозвілля, що відповідають інтересам різних категорій гостей.

Важливим елементом організації анімаційної діяльності є планування заходів у часі. Для готелю, де значна частина клієнтів представлена діловими туристами, доцільно проводити більшість заходів у вечірній час після завершення конференцій або ділових зустрічей.

Таблиця 3.2

Орієнтовний тижневий графік анімаційних заходів

День тижня	**Захід**	**Місце проведення**
Понеділок	Вечір знайомств для гостей готелю	лаунж-зона
Вівторок	Йога або wellness-програма	спа-комплекс
Середа	Тематичний культурний вечір	конференц-зал
Четвер	Networking-зустріч для учасників конференцій	лаунж-зона
П’ятниця	Вечір живої музики	ресторан
Субота	Кулінарний майстер-клас або дегустація	ресторан
Неділя	Релаксаційна спа-програма	спа-комплекс

Джерело: складено автором

Запровадження такої програми дозволить урізноманітнити дозвілля гостей та підвищити привабливість готелю як для індивідуальних туристів, так і для корпоративних клієнтів.

Для ефективного функціонування анімаційної діяльності доцільно сформувати відповідну організаційну структуру.

Таблиця 3.3

Пропонована структура служби анімації

Посада	**Основні функції**
Менеджер з анімаційної діяльності	планування програм, координація заходів, співпраця з партнерами
Аніматор	проведення розважальних заходів та активностей
Event-координатор	організація корпоративних подій та конференцій
Інструктор wellness-програм	проведення спортивних та оздоровчих занять

Джерело: складено автором

Запровадження такої структури дозволить забезпечити системний підхід до організації дозвіллєвих заходів та підвищити ефективність управління анімаційною діяльністю. Важливим аспектом впровадження анімаційних програм є поетапна реалізація цього процессу:

1. Аналітичний етап - дослідження попиту гостей та визначення цільових сегментів;

2. Організаційний етап - формування команди аніматорів, розробка программ;

3. Технічний етап - підготовка майданчиків, обладнання, інформаційного супроводу;

4. Реалізаційний етап – проведення заходів та їх просування;

5. Оцінювання – аналіз ефективності програм та коригування діяльності.

Очікувані результати впровадження анімаційних програм можуть бути представлені у вигляді підвищення рівня задоволеності клієнтів, зростання

попиту на готельні послуги, збільшення тривалості перебування гостей та формування позитивного іміджу готелю.

Рис. 3.1. Очікуваний ефект від впровадження анімаційних програм

Джерело: складено автором

Таким чином, впровадження анімаційних програм у готелі «Premier Hotel Odesa» є доцільним напрямом удосконалення його діяльності. Використання потенціалу конференц-інфраструктури, ресторанних приміщень та спа-комплексу дозволить створити комплексну систему дозвіллєвих послуг, яка поєднуватиме культурні, розважальні, оздоровчі та ділові заходи. Реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності готелю, покращенню якості обслуговування та зміцненню його позицій на ринку готельно-ресторанних послуг.

3.2. Розробка авторських анімаційних програм для готелю «Premier Hotel Odesa»

Для підвищення привабливості готелю «Premier Hotel Odesa» пропонується впровадження трьох тематичних анімаційних програм, що інтегрують культурні, розважальні та wellness-елементи, враховують наявність конференц-залів та спа-комплексу, а також специфіку цільових аудиторій.

Таблиця 3.4

Тематичні анімаційні програми для готелю «Premier Hotel Odesa»

Програма	**Основна ідея**	**Формат**	**Місце проведення**
«Одеські вечори»	Культурно-гастрономічна програма, знайомство з традиціями міста	Дегустації, музичні виступи, інтерактивні презентації	Ресторан, конференц-зал, лаунж-зона
«Конференційний релакс»	Для бізнес-гостей: навчальні блоки + відпочинок	Лекції, майстер-класи, wellness-сесії	Конференц-зал, спа-комплекс
«Сімейний wellness-квест»	Для сімей з дітьми: активні ігри та творчі майстерні	Квест-завдання, творчі активності, рухливі ігри	Тераса, ресторан, дитяча спа-зона

Джерело: складено автором

Запропоновані програми дозволяють розширити спектр послуг, задовольнити різні сегменти клієнтів, ефективно використовувати існуючу інфраструктуру та підвищити рівень задоволеності гостей. Для кожної програми пропонується базовий бюджет, що включає оплату аніматорів, матеріали, маркетинг та додаткові витрати.

Таблиця 3.5

Бюджет анімаційних програм

Стаття витрат	**«Одеські вечори»**	**«Конференційний релакс»**	**«Сімейний wellness-квест»**
Оплата аніматорів / інструкторів	25 000 грн	20 000 грн	18 000 грн
Матеріали та реквізит	8 000 грн	5 000 грн	6 000 грн
Маркетинг та промоція	5 000 грн	4 000 грн	3 500 грн
Додаткові витрати (логістика, кейтеринг)	7 000 грн	6 000 грн	5 000 грн
Всього	45 000 грн	35 000 грн	32 500 грн

Джерело: складено автором

Прогнозований дохід формується за рахунок залучення нових клієнтів, збільшення кількості повторних бронювань та продажу додаткових послуг.

Таблиця 3.6

Прогнозований дохід від анімаційних програм

Програма	**Очікувана кількість учасників**	**Додатковий дохід на 1 учасника**	**Очікуваний дохід**	**ROI**
«Одеські вечори»	120	400 грн	48 000 грн	107%
«Конференційний релакс»	80	500 грн	40 000 грн	114%
«Сімейний wellness-квест»	60	350 грн	21 000 грн	65%

Джерело: складено автором

Примітка: ROI (Return on Investment) розраховано як співвідношення доходу до витрат на реалізацію програми.

Впровадження комплексної системи анімаційних програм у готелі «Premier Hotel Odesa» очікувано матиме багатовекторний ефект, що охоплює маркетингові, економічні, соціальні та конкурентні аспекти діяльності закладу. З маркетингової точки зору, інтеграція анімаційних активностей сприятиме підвищенню впізнаваності бренду, формуванню позитивного іміджу та зміцненню онлайн-репутації готелю. Активне висвітлення заходів у соціальних мережах, на власних веб-ресурсах та через digital-платформи дозволить залучати ширшу аудиторію потенційних клієнтів, стимулюючи повторні бронювання та підвищуючи лояльність існуючих гостей.

Економічний ефект від впровадження анімаційних програм проявлятиметься у збільшенні доходів готелю за рахунок додаткових послуг, організації тематичних заходів, інтерактивних майстер-класів та розважальних пакетів, що формують додаткову цінність для клієнтів і підвищують середній чек перебування. Також анімаційна активність сприятиме збільшенню завантаженості номерного фонду у низький сезон за рахунок організації спеціальних тематичних програм та корпоративних подій.

Соціальний ефект полягає у підвищенні загальної задоволеності гостей, створенні комфортного та інтерактивного середовища для відпочинку всієї

родини, а також у можливості залучення нових сегментів клієнтів, включаючи молодіжну аудиторію та корпоративних замовників. Анімаційні програми сприятимуть формуванню позитивних емоцій, підвищенню рівня лояльності та розвитку повторного попиту на послуги готелю.

Конкурентний ефект передбачає зміцнення позицій «Premier Hotel Odesa» на ринку готельних послуг завдяки створенню унікального туристичного продукту, який поєднує високоякісне обслуговування, сучасну інфраструктуру та інноваційні анімаційні рішення. Такий підхід дозволяє не лише відрізнятися від прямих конкурентів, але й формувати нові стандарти обслуговування в регіоні, підвищуючи привабливість готелю для різних категорій туристів.

Отже, інтеграція анімаційних програм у структуру послуг «Premier Hotel Odesa» є стратегічно доцільною. Вона забезпечує формування унікального сервісного продукту, раціональне використання наявної інфраструктури, підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності закладу, а також сприяє розвитку позитивного іміджу і лояльності клієнтів у довгостроковій перспективі.

Висновок до 3 розділу. Узагальнюючи результати третього розділу, слід зазначити, що запропоновані рекомендації щодо впровадження анімаційних програм у готелі «Premier Hotel Odesa» мають комплексний і практично орієнтований характер та спрямовані на підвищення якості сервісу й конкурентоспроможності підприємства. Обґрунтовано доцільність формування структурованої анімаційної програми, яка передбачає поєднання різних форматів дозвілля з урахуванням цільових сегментів споживачів, сезонності попиту та ресурсних можливостей готелю.

Розроблені пропозиції щодо структури та формату анімаційної діяльності забезпечують системність організації дозвілля, сприяють урізноманітненню готельного продукту та підвищенню рівня залученості гостей. Запропоновано впровадження різнопланових заходів (культурно-розважальних, оздоровчих, інтерактивних), що відповідають сучасним

тенденціям розвитку індустрії гостинності та орієнтовані на створення позитивного емоційного досвіду клієнтів.

Розробка авторських анімаційних програм для готелю «Premier Hotel Odesa» дозволила конкретизувати напрями вдосконалення сервісної діяльності та адаптувати їх до особливостей функціонування підприємства. У цілому впровадження запропонованих заходів сприятиме підвищенню рівня задоволеності гостей, формуванню лояльності клієнтів, збільшенню тривалості їх перебування та, як наслідок, покращенню економічних результатів діяльності готелю.

ВИСНОВКИ

1. У процесі дослідження було визначено сутність поняття анімаційної програми як важливої складової сервісної діяльності готелю. Встановлено, що вона спрямована на організацію дозвілля гостей і формування позитивного емоційного досвіду. Обґрунтовано її значущу роль у підвищенні якості обслуговування та конкурентоспроможності готельного підприємства. Конкретизовано, що анімаційна програма включає культурно-розважальні, спортивні та інтерактивні заходи. Визначено, що її ефективність залежить від рівня організації, професійності персоналу та відповідності очікуванням гостей.

2. Розглянуто основні функції анімаційних програм, зокрема рекреаційну, соціокультурну, комунікативну та іміджеву. Систематизовано типологію анімаційних заходів за різними критеріями, що дозволяє ефективно адаптувати їх до потреб споживачів. Доведено, що різноманітність форм анімації є важливим чинником підвищення привабливості готельних послуг. Уточнено класифікацію заходів за віковими групами, тривалістю та форматом проведення. Визначено доцільність поєднання активних і пасивних форм дозвілля в межах однієї програми.

3. Дослідження розвитку анімаційної діяльності у світовому готельному бізнесі засвідчило її динамічне зростання та інноваційний характер. Встановлено, що сучасні тенденції орієнтовані на інтерактивність, персоналізацію та цифровізацію дозвілля. Визначено, що впровадження передового міжнародного досвіду є важливим для підвищення ефективності діяльності вітчизняних готелів. Проаналізовано приклади провідних готельних мереж, що активно використовують анімацію як інструмент диференціації. Зазначено, що впровадження digital-рішень (мобільні додатки, онлайн-розклад заходів) підвищує залученість гостей.

4. Надано загальну характеристику діяльності готелю «Premier Hotel Odesa», зокрема проаналізовано спектр основних і додаткових послуг. Встановлено, що готель забезпечує належний рівень обслуговування та має

потенціал для розвитку дозвіллєвої складової. Виявлено, що існуючі форми організації дозвілля потребують подальшого вдосконалення. Конкретизовано перелік послуг, зокрема ресторанне обслуговування, конференц-сервіс та SPA-послуги. Визначено, що відсутність системної анімаційної програми знижує рівень конкурентних переваг готелю.

5. Проведено організаційно-економічний аналіз діяльності готелю «Premier Hotel Odesa». Визначено особливості управлінської структури та оцінено ефективність функціонування підприємства. Виявлено резерви підвищення економічної результативності за рахунок удосконалення сервісних процесів. Проаналізовано показники завантаженості номерного фонду та доходності послуг. Встановлено, що розширення спектра додаткових послуг може позитивно вплинути на фінансові результати.

6. Здійснено оцінку внутрішнього та зовнішнього середовища готелю «Premier Hotel Odesa». Визначено ключові сильні та слабкі сторони діяльності підприємства, а також можливості і загрози зовнішнього середовища. Обґрунтовано необхідність впровадження інноваційних підходів для зміцнення ринкових позицій готелю. Зокрема, до сильних сторін віднесено вигідне розташування та впізнаваність бренду. Водночас серед слабких сторін визначено недостатній розвиток анімаційної діяльності та обмежену диференціацію дозвілля.

7. Надано пропозиції щодо структури та формату анімаційної програми в готелі «Premier Hotel Odesa». Запропоновано комплексний підхід до організації дозвілля з урахуванням цільових сегментів і сезонних факторів. Доведено, що впровадження структурованої анімаційної програми сприятиме підвищенню якості сервісу. Запропоновано впровадження щоденного розкладу заходів та тематичних вечорів. Обґрунтовано доцільність залучення професійних аніматорів і партнерів для організації подій.

8. Розроблено авторські анімаційні програми для готелю «Premier Hotel Odesa». Визначено їх зміст, спрямованість та особливості реалізації з урахуванням специфіки підприємства. Обґрунтовано, що впровадження

запропонованих програм забезпечить підвищення задоволеності гостей і економічної ефективності діяльності готелю. Зокрема, розроблено сценарії тематичних заходів, майстер-класів і розважальних шоу. Визначено очікуваний ефект у вигляді зростання лояльності клієнтів та збільшення повторних відвідувань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

. 1. Андренко І. Б., Чміленко М. О. Особливості анімаційних послуг в готельному господарстві. «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики». Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 15 квітня 2024 р.). Харків: ХНУМГ імені О.М. Бекетова, 2024. 342 с. С.172-174.

2. Байлік С.І., Писаревський І. М. Організація готельного господарства: підручник; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 329 с.

3. Байлик С.І., Кравець О.М. Організація анімаційних послуг в туризмі: Навч. посібник. – Харків: ХНАМГ, 2008. 197с.

4. Бедрадіна Г.К., Нездоймінов С.Г. Напрями імплементації міжнародних стандартів в сфері управління якістю туристичних послуг. / Innovative Approaches to Ensuring the Quality of Education, Scientific Research and Technological Processes. Edited by Magdalena Gawron-Łapuszek, Yana Suchukova. Publishing House of University of Technology, Katowice. 2021. C. 1084-1089

5 . Брич В. Я. Організація готельно-ресторанної справи: навч. посіб.: для закладів вищої освіти. Київ: Видавництво Ліра-К, 2021. 484 с.

6. Віндюк А. В., Захаріна А. Г., Захаріна Є. А. Організація спортивної анімації : навчальний посібник. Запоріжжя : КПУ, 2014. 176 с.

7. Давиденко І.В. (2024) Ключові показники розвитку туристичних дестинацій. Причорноморські економічні студії, Вип. 88, 2024. С. 116-119.

8. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції: монографія / за ред. В. Г. Герасименко, О. Л. Михайлюк. Київ: ФОП Гуляєва В.М., 2019. 332 с.

9. Галасюк С.С. Моніторинг сучасного розвитку національних готельних мереж в Україні. Економіка та суспільство, 2025, (73). URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-27 (дата звернення 16.04.2026)

10. Галасюк С.С. Готельний продукт та його складові: термінологічні уточнення і практичне застосування. Економіка та суспільство. 2022, (40). URL: http://surl.li/fdhuk (дата звернення: 25.04.2026)

11. Ільтьо Т. І. Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському і світовому ринках. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип.6. С. 174-178.

12. Іоргачова М.І., Шикіна О.В., Коцюрубенко Г.М., Нєчева Н.В., Ворнік А.В. (2023). Маркетинг підприємств сфери готельно-ресторанних послуг. Ефективна економіка, (11). URL: https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/2512/2548 (дата звернення 27.03.2026)

13. Кирилюк О. Розвиток анімаційних послуг у закладах готельно-ресторанного господарства як засіб підвищення конкурентоздатності. Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий. 2022. С. 62-67.

14. Козловський Є. В., Пономаренко Н. І., Кожедубова Д. А., Фоменко Л. В. «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації»: матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 6-7 квітня 2023 р.). Київ : КНУКІМ, 2023. 478 с. С.182-185

15. Кравець О. М., Байлик С. І. Організація анімаційних послуг в туризмі: навчальний посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – 2-ге вид., перероб. і доп. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 335 с.

16. Кукліна Т. С., Віндюк А. В., Булатов С. В. Організація анімаційних послуг : навчальний посібник. Запоріжжя : Національний університет «Запорізька політехніка», 2022. 279 с.

17. Круль Г., Заячук О. К. Організація і технологія надання послуг гостинності: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Чернівці: Чернівецький національний уніерситетт ім. Ю. Федьковича, 2022. 488 с.

18. Малик Ю. Р., Босецька Н. Г. Вітчизняний та зарубіжний досвід організації анімаційної діяльності в готелях. Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспектив: матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (18 травня 2023 р.), м. Черкаси. 2023. С. 39-44.

19. Мартинова Н. С., Прокопенко А. Ф. Формування конкурентних маркетингових стратегій готельних підприємств на ринку готельних послуг Одеси у преміум-сегменті / Н. С. Мартинова, А. Ф. Прокопенко // Науковий вісник Одеського національного економічного університету: збірник наукових праць; за ред.: В.В. Коваленко (голов. ред.). (ISSN 2409-9260). Одеса: Одеський національний економічний університет, 2024. № 12 (325). С. 115-123.

20. Мирошник Ю. А. Аналіз світового досвіду організації luxury послуг в 5* готелях. Ефективна економіка. 2019. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/157.pdf (дата звернення до 44 ресурсу 27.03.2024 року)

21. Музиченко К. Особливості зарубіжних систем управління якістю послуг готельного бізнесу і створення системи конкурентних позицій туристичного сектору України. URL: https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/1806/1/Osoblivosti_zarubizhnikh_system_upravlinnya_yak.pdf (дата звернення до ресурсу 12.04.2026)

22. Нездоймінов С. Г. Шляхи підвищення конкурентоспроможності сфери гостинності та туризму Южненської міської територіальної громади. Науковий вісник Одеського національного економічного університету: збірник наукових праць. 2025. 1 (326). С. 78-86.

23. Нездоймінов С.Г., Бедрадіна Г.К. (2018). Науково-методичні основи оцінювання якості туристичних послуг. Вісник соціально-економічних досліджень. 67 (3). С. 63–72.

24. Нездоймінов С.Г. Стратегічні підходи до управління бізнесом сфери гостинності в умовах повоєнного відновлення. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна

монографія. Видання десяте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю., проф. Барського Ю.М., доц. Лепкого М.І. Луцьк: Вежа-Друк, 2024. – 320 с. С.60-72.

25. Нєчева Н.В. PR-стратегії туристичних підприємств України в умовах війни та післявоєнного відновлення. Економіка та суспільство, (83). 2026. https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7574 (дата звернення 17.04.2026).

26. Нєчева Н.В., Давиденко І. В. (2022) Тенденції сервісного управління підприємств санаторно-курортного комплексу.Економіка та суспільство. (40 / 22). URL: https://cutt.ly/d8k9YCH (дата звернення 30.03.2026)

27. Нєчева Н.В. Давиденко І.В. Формування позитивного іміджу курортно-рекреаційних підприємств засобами PR та якісного сервісу. Економіка та суспільство. 2025. № 78. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6515 (дата звернення 17.04.2026)

28. Нєчева Н.В., Давиденко І.В., Шикіна О.В. Розвиток сервісу у курортних готелях України. Економіка та суспільство, (71). 2025 URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5485/5424 (дата звернення 2.04.2026).

29. Нєчева Н.В., Ярьоменко С.Г. (2021) Оцінка розвитку готельної індустрії локальної дестинації в Одеській області. Причорноморські економічні студії. (67). С. 77-83. URL: https://cutt.ly/c8k20qH (дата звернення 19.03.2026)

30. Олійник О., Дьяченко Р. До питання соціокультурного потенціалу готельної анімації. Питання культурології. 2023. № 41, С. 112-120.

31. Організація готельного господарства. Теорія і практика : Навчальний посібник / Л. М. Чепурда, К. М. Таньков, О. Б. Куракін. М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2015. – 427 с.

32. Офіційний сайт готелю «Premier Hotel Odesa» URL: https://www.phnr.com/ua (дата звернення 10.03.2026)

33. Поворознюк І. М. Психологічні особливості обслуговування споживачів на підприємствах індустрії гостинності. Варіативні моделі й технології трансформації професійного розвитку фахівців в умовах відкритої освіти: зб. матер. Всеукр. наук.- практ. інтернет-конф., 23 червня 2022 р. К. : ДЗВО «Ун-т менеджменту освіти». 2022. С. 297-302.

34. Поворознюк І. М. Управління якістю послуг на підприємствах індустрії гостинності під час кризи. Економіка та суспільство. 2022. Вип. № 42. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1656/1593 (дата звернення: 15.03.2026)

35. Самойленко А. О., Павленко А. А. Міжнародний досвід готельної анімації та перспективи її розвитку в Україні. Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні: зб. матеріалів І Всеукр. наук.–практ. конф.(м. Херсон, 23 квітня 2021 р.) / за ред. доц. Морозової О. С. Херсон: ХДАЕУ, 2021. 327 с.

36. Севгіджан В. С., Зігунова І. С. Організація анімаційної діяльності у готельно-ресторанних комплексах. 2024. С. 82-85.

37. Семенов В.Ф., Нєчева Н.В. Макроекономічний контекст ефективного управління персоналом підприємств курортно-рекраційної сфери: монографія / В.Ф. Семенов, Н.В. Нєчева. Бондаренко М.О., 2019. 258 с.

38. Тучковська І.І. Особливості організації анімаційної діяльності в індустрії гостинності. Підприємництво і торгівля. 2018. Вип. № 23. С. 155-159.

39. Харенко, Д., Шикіна, О., Новічкова, Т. (2025). Управління якістю послуг у готельно-ресторанному бізнесі: системний та процесний підходи. Економіка та суспільство, (82). URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-93 (дата звернення 14.04.2026)

40. Шикіна О.В. Наслідки впливу пандемії на розвиток готельного господарства Одеської області. Науковий вісник Одеського національного економічного університету Одеса: ОНЕУ. 2021. № 9-10 (286-287). С. 178-187.

41. Шикіна О.В., Гончаренко Я.Є., Ремігайло І.Ю. (2022) Дослідження надання анімаційних послуг у Одеській області. Економіка та суспільство, (37). URL: https://cutt.ly/H8lyCoN (дата звернення 19.04.2026).