

ОРГАНІЗАЦІЯ PET-FRIENDLY ОБСЛУГОВУВАННЯ У ЗАКЛАДАХ ГОСТИННОСТІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Н. В. ЛАПИЦЬКА, доктор філософії

С. В. ПОТАПЕНКО, здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Є. А. ПРОКОФ'ЄВА, здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка

У статті досліджено організацію pet-friendly обслуговування у готелях та ресторанах. Проаналізовано динаміку туристичних потоків у ЄС та Україні (2019–2024) та зростання попиту на подорожі з домашніми тваринами. Визначено особливості впровадження сервісу, його ризики та розроблено модель організації. Результати можуть бути використані для стандартизації pet-friendly обслуговування в Україні з урахуванням європейського досвіду.

Ключові слова: pet-friendly сервіс, готельно-ресторанний бізнес, індустрія гостинності, організація обслуговування, туристичні потоки, SWOT-аналіз, домашні тварини.

Постановка проблеми. Сучасна індустрія гостинності динамічно розвивається. Темп життя кожної людини зростає, що сприяє збільшенню кількості подорожей та харчуванню поза домом. Крім того, все більше людей стають власниками домашніх тварин. Це зумовлено здатністю улюбленців виявляти терапевтичний ефект, знижувати рівень стресу і морального напруження [1]. У зв'язку з цим все більше людей віддають перевагу подорожам із своїми улюбленцями. Це створює потребу в організації закладів розміщення і ресторанного господарства дружніх до тварин. При цьому важливим фактором функціонування таких закладів є чітка політика розміщення тварин, забезпечення санітарних норм та баланс забезпечення інтересів гостей із тваринами і без них. Законодавство і стандарти України дещо не пристосовані до проживання гостей з тваринами у готелях і перебування тварин у закладах харчування, що вже добре розвинено в країнах ЄС і США. Враховуючи швидкі темпи розвитку індустрії гостинності в Україні, важливо вивчити труднощі та ризики з якими можуть стикатися готельні підприємства та заклади ресторанного господарства при організації pet-friendly обслуговування на своїх потужностях. У цьому зв'язку дослідження, направлені на вивчення особливостей організації роботи закладів гостинності дружніх до тварин, є своєчасним та актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні умови розвитку індустрії гостинності вимагають підвищення конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Перспективним напрямком підвищення конкурентоспроможності є формування концепції pet-friendly сервісу, що передбачає створення умов для перебування гостей разом із їх

домашніми улюбленцями у закладах гостинності. Перспективність такої концепції полягає у тому, що стиль життя сучасного суспільства змінюється, збільшується кількість людей, які мають домашніх улюбленців, прагнуть подорожувати та відвідувати заклади харчування з ними.

За даними літературних досліджень [2] кількість туристів, які подорожують із домашніми тваринами, постійно зростає. Це стимулює готелі адаптувати свою інфраструктуру до потреб таких гостей. При цьому у праці [2] зазначається, що успішна реалізація pet-friendly політики потребує чітко визначених правил проживання тварин, організації спеціальних зон у готелях, дотримання санітарних норм та врахування інтересів інших гостей. При цьому впровадження pet-friendly сервісу ускладнюється за відсутності регламентованих стандартів, що є актуальною проблемою в індустрії гостинності України та потребує вирішення.

Також доведеним фактом є те, що позитивний досвід pet-friendly закладів формується не лише за рахунок однієї лише можливості проживання чи перебування з твариною у готелі чи закладі ресторанного господарства, а й рівень організації відповідного сервісу. У готелях повинні бути наявні спеціальні зони для вигулу, забезпечена безпека, гігієнічні стандарти, додаткові послуги для тварин та дружнє ставлення персоналу [3]. Крім того, в роботі [4] зазначається, що ключовими характеристиками закладів, дружніх до тварин, є підтримка активностей із тваринами, забезпечення санітарно-гігієнічних норм, наявність спеціалізованих сервісів для домашніх тварин, а також створення безпечного та комфортного середовища для всіх гостей. Тобто, pet-friendly сервіс – це комплексна система організаційних заходів, що поєднує матеріально-технічні умови, регламент роботи персоналу та маркетингову політику закладу. Саме така концепція є важливим фактором формування лояльності гостей та підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності. При цьому доведеним є факт того, що ефективна організація сервісу для гостей із тваринами потребує комплексного підходу, що включає підготовку персоналу, інфраструктурні зміни та впровадження спеціальних правил обслуговування [5].

Окрім готельного сектору концепція pet-friendly активно впроваджується і в ресторанному бізнесі. У дослідженнях [6] зазначається, що можливість відвідувати заклади харчування разом із тваринами сприяє формуванню більш лояльної аудиторії та підвищує конкурентоспроможність закладів. При цьому, як і організація pet-friendly сервісу у готелях, важливою є організація спеціальних зон для відвідувачів із тваринами, дотримання санітарних норм, розробка правил поведінки гостей і тварин у закладі, а також підготовка персоналу до роботи в умовах такого формату обслуговування.

Інноваційним рішенням для закладів ресторанного господарства є використання pet-терапії [7]. В роботі [7] зазначається, що взаємодія з тваринами може позитивно вплинути на емоційний стан відвідувачів. Це має підтвердження з психологічної точки зору. Доведеним фактом є зниження стресу, підвищення моральної витривалості людей, які контактують із тваринами. За допомогою каністротерапії можна зняти психологічне перенавантаження [1]. Впровадження pet-терапії на потужностях закладів ресторанного господарства дозволить сформувати позитивний імідж закладу та створити нові можливості для розвитку сервісу [7].

Все перелічене вказує на необхідність організації спеціалізованих сервісів, підвищення уваги гігієни та санітарії у закладах дружніх до тварин, спеціалізовану підготовку персоналу та організацію окремих зон. Зазначене потребує певних змін, що необхідно реалізувати для якісного налагодження pet-friendly сервісу. Однак в літературних даних не знайдено інформації щодо порівняння організаційних заходів щодо обслуговування у готелях та ресторанах при запровадженні концепції pet-friendly. Крім того, важливо відмітити, що у країнах ЄС pet-friendly сервіс значною мірою підтримується завдяки наявності чітких рекомендацій щодо організації обслуговування гостей з тваринами. Персонал готелів та ресторанів ЄС підготовлюється до роботи з такими гостями, формується відповідна корпоративна культура. В Україні ж чіткі стандарти і рекомендації на рахунок організації pet-friendly сервісу відсутні. Це створює труднощі при впровадженні такого виду обслуговування. Також не систематизованими залишаються переваги та ризики впровадження pet-friendly сервісу на потужностях закладів гостинності, не проаналізовано частку туристів, які віддають перевагу подорожам із тваринами. У зв'язку з цим актуальним є проведення дослідження, спрямованого на порівняння організаційних заходів обслуговування гостей із домашніми тваринами у готелях та ресторанах, визначення основних труднощів розвитку pet-friendly сервісу в Україні та обґрунтування рекомендацій щодо наближення вітчизняної практики до сучасних європейських стандартів у сфері гостинності. Саме цьому й буде присвячена представлена робота.

Мета роботи – комплексне дослідження особливостей організації pet-friendly обслуговування у готелях та ресторанах на основі аналізу динаміки туристичних потоків у країнах Європейського Союзу та Україні, визначення структури туристів, які подорожують із домашніми тваринами, здійснення порівняльної характеристики організаційних заходів у закладах гостинності, а також оцінка сильних і слабких сторін, ризиків та можливостей впровадження таких сервісів із подальшим розробленням моделі організації pet-friendly обслуговування з урахуванням європейського досвіду.

Методика дослідження. Об'єктами були статистичні та літературні дані щодо проблематики організації подорожей для туристів із тваринами. Для отримання результатів застосовували методи аналізу та синтезу, порівняння, системний підхід та узагальнення. Застосування саме цих методів дозволило визначити основні тенденції розвитку напрямку pet-friendly в індустрії гостинності, виявити фактори, що впливають на організацію зазначеного сервісу у різних сегментах індустрії гостинності. Завдяки застосуванню перелічених методів було розроблено організаційну модель обслуговування гостей із тваринами на потужностях підприємств гостинності, розглянуто процес обслуговування як взаємодію різних елементів сервісної системи. Проаналізовано сильні та слабкі сторони при впровадженні такої концепції на потужностях підприємств України, запропоновано перспективні шляхи розвитку pet-friendly напрямку.

Результати досліджень. Головною рушійною силою індустрії гостинності є потік туристів. Саме подорожі слугують поштовхом до розвитку готельних підприємств та закладів ресторанного господарства адже дозволяють отримати

безпечне проживання та якісне харчування поза домом. Це слід враховувати, оскільки доведеним фактом є те, що країни з добре розвинутою індустрією гостинності отримують більші економічні вигоди від туристичної діяльності [8]. В роботі [9] зазначається, що туризм буде одним із головних чинників відбудови економіки України після війни. За даними, наведеними в [10] можна судити про доцільність організації інклюзивного обслуговування у готелях, що дозволить покращити мобільність та емоційний стан людей з обмеженими можливостями. Проте відсутні дані щодо того, яким чином краще організувати обслуговування у готелях і закладах ресторанного господарства для відвідувачів з тваринами. Це буде важливим ще й тому, що значна кількість людей з обмеженими можливостями мають тварин з якими є нерозлучними, наприклад, собак-поводирів [11]. У цьому зв'язку важливим є вивчення динаміки туристичних потоків в Україні та ЄС. Дослідження проводили на основі аналізу статистичних та аналітичних джерел [12–18]. Результати представлено у табл. 1.

Табл. 1. Динаміка туристичних потоків в Україні та ЄС (2019–2024 рр.)

Рік	Туристичні потоки в ЄС (млрд поїздок)	Іноземні туристи в Україні (млн осіб)	Основні фактори впливу
2019	~1,18	13,4	Пік туристичної активності перед пандемією
2020	~0,54	3,38	Пандемія COVID-19, глобальні обмеження подорожей
2021	~0,74	4,2	Часткове відновлення туризму
2022	~1,02	~2,0–2,5	Поступове відновлення туризму в ЄС, зниження в Україні через війну
2023	~1,14	~3,0	Відновлення туристичної активності, розвиток внутрішнього туризму
2024	~1,19	~3,5	Подальше відновлення туристичних потоків

Аналіз динаміки туристичних потоків у країнах Європейського Союзу та Україні протягом 2019–2024 років (табл. 1) свідчить про значний вплив глобальних кризових факторів на розвиток туристичної індустрії, а також про поступове відновлення туристичної активності після періоду пандемії COVID-19. У 2019 році туристичний сектор ЄС демонстрував стабільно високі показники розвитку. До початку пандемії туристичні потоки там перебували на піковому рівні, що відповідало загальносвітовій тенденції зростання туристичної мобільності. Аналогічно, Україна також характеризувалася значними обсягами туристичних прибуттів: за міжнародними статистичними даними, у 2019 році країну відвідало понад 13 млн іноземних туристів, що стало одним із найвищих показників за останнє десятиліття. У 2020 році відбулося різке скорочення

туристичних потоків, спричинене глобальними обмеженнями на подорожі у зв'язку з пандемією COVID-19. Туристична активність у країнах ЄС зменшилася майже удвічі порівняно з докризовим періодом. Подібна тенденція спостерігалася і в Україні, де кількість іноземних туристів скоротилася до приблизно 3,4 млн осіб. Це підтверджує високу залежність туристичної індустрії від глобальних кризових процесів та мобільності населення.

У 2021 році розпочався поступовий етап відновлення туристичних потоків, зумовлений послабленням карантинних обмежень, відновленням міжнародних перевезень та адаптацією туристичного бізнесу до нових умов функціонування. В Україні кількість іноземних туристів зросла до приблизно 4,2 млн осіб, що свідчить про часткове відновлення туристичного попиту. Водночас подальша динаміка туристичних потоків в Україні суттєво відрізнялася від загальноєвропейських тенденцій. У 2022 році туристична індустрія країни зазнала значного скорочення внаслідок повномасштабного вторгнення, що призвело до різкого зменшення міжнародних туристичних прибуттів та переорієнтації ринку на внутрішній туризм. Натомість у країнах ЄС у 2022–2024 роках спостерігалася активне відновлення туристичної діяльності. За даними статистичного агентства Eurostat, у 2023 році жителі ЄС здійснили близько 1,14 млрд туристичних поїздок з принаймні однією ночівлею, а у 2024 році цей показник зріс до приблизно 1,19 млрд поїздок.

Таким чином, проведений аналіз засвідчує, що туристична індустрія ЄС характеризується високою здатністю до відновлення після кризових явищ, тоді як розвиток туристичного сектору України значною мірою залежить від безпекових та соціально-економічних факторів. Водночас сучасні тенденції розвитку туризму свідчать не лише про зміну обсягів туристичних потоків, але й про трансформацію структури туристичного попиту та поведінкових моделей туристів. Однією з таких тенденцій є зростання популярності подорожей із домашніми тваринами, що формує новий сегмент туристичного ринку та стимулює розвиток відповідної інфраструктури у сфері гостинності. У зв'язку з цим наступним етапом дослідження є аналіз частки туристів, які подорожують із домашніми тваринами (рис. 1).

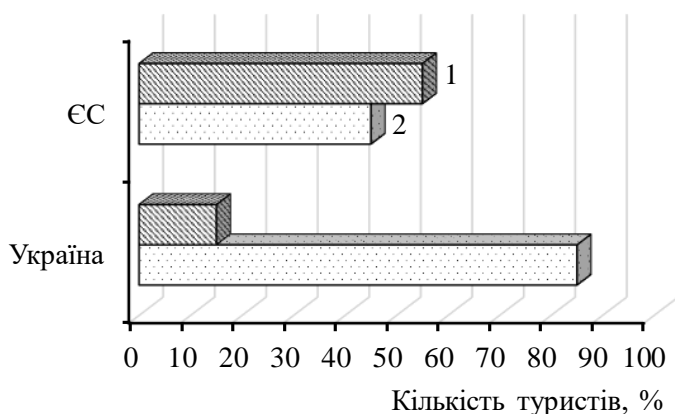


Рис. 1. Орієнтовна структура туристів, які подорожують з тваринами [12–15, 17, 18]:
1 – подорожують з тваринами;
2 – подорожують без тварин

Аналіз даних, наведених на рис. 1 свідчить, що у країнах ЄС більше половини туристів віддають перевагу подорожам із власними домашніми

улюбленцями. Частка європейських туристів із тваринами перевищує частку подорожуючих без тварин на 22,2 %. Це можна пояснити декількома факторами. По-перше, в країнах Європи спостерігається високий рівень розвитку pet-friendly інфраструктури. Це значно спрощує перебування гостей із тваринами в закладах розміщення та ресторанного господарства, спрощує пересування з тваринами по туристичним і бізнес-локаціям. По-друге, в європейських країнах поширена культура відповідального утримання тварин у межах якої тварина розглядається як повноцінний член сім'ї. слід зазначити, що важливу роль у розвитку цього сегмента відіграють також цифрові туристичні платформи, що дозволяють легко знаходити pet-friendly заклади розміщення та харчування.

При цьому аналізуючи структуру туристів України (рис. 1) бачимо зовсім іншу ситуацію, що суттєво відрізняється від європейської. Не зважаючи на те, що кількість людей, які є власниками домашніх тварин, висока і зростає щороку, практика подорожей разом із ними залишається обмеженою. За статистичними даними, що узагальнені і наведені на рис. 1, частка туристів із тваринами в Україні становить приблизно 15 % та є у 5,6 разів меншою порівняно із тими, хто подорожує без тварин. В свою чергу, порівняно із кількістю туристів з тваринами в ЄС, в Україні їх менше в 3,7 рази. До основних факторів, що стримують розвиток цього сегмента, слід віднести недостатній рівень розвитку pet-friendly інфраструктури, відсутність чітких стандартів обслуговування у закладах гостинності, а також обмежену кількість готелів і ресторанів, що офіційно позиціонують себе як pet-friendly. Крім того, на рівень поширення подорожей із домашніми тваринами впливають і організаційні фактори, зокрема правила перевезення тварин у транспорті, санітарно-гігієнічні вимоги до закладів харчування та обмеження щодо перебування тварин у громадських місцях. У країнах ЄС ці питання значною мірою врегульовані нормативно-правовими актами та галузевими стандартами, що сприяє формуванню сприятливого середовища для розвитку pet-friendly туризму.

Порівняльний аналіз показує, що розвиток сегмента подорожей із домашніми тваринами безпосередньо пов'язаний із рівнем розвитку інфраструктури гостинності. Наявність спеціалізованих сервісів, чітких правил перебування тварин у закладах та підготовки персоналу створює умови для формування комфортного середовища як для власників тварин, так і для інших гостей. Таким чином, результати проведеного аналізу свідчать про наявність значного потенціалу для розвитку pet-friendly туризму в Україні. Зростання кількості туристів, які подорожують із домашніми тваринами, у поєднанні з поступовою інтеграцією українського туристичного ринку до європейського простору створює передумови для впровадження сучасних організаційних моделей обслуговування у готелях та ресторанах.

З огляду на це, подальше дослідження доцільно спрямувати на аналіз організаційних особливостей впровадження pet-friendly сервісу у закладах готельно-ресторанного бізнесу, визначення основних проблем його реалізації та розроблення рекомендацій щодо адаптації європейських практик до умов українського туристичного ринку. У цьому зв'язку вважали за доцільне на першому

етапі проаналізувати та порівняти організаційні заходи pet-friendly обслуговування у готелях та ресторанах. Порівняльна характеристика наведена на рис. 2.

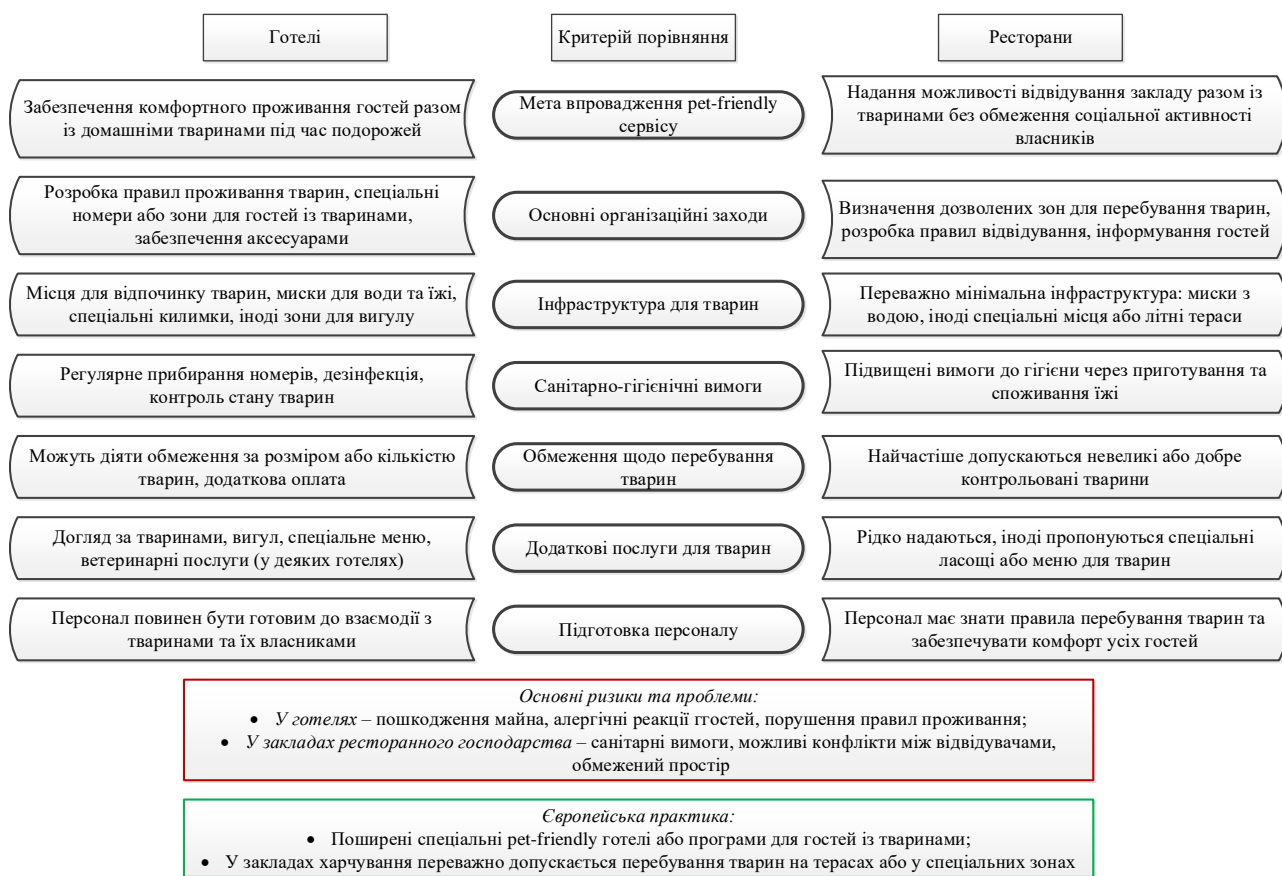


Рис. 2. Порівняльна характеристика організаційних заходів pet-friendly обслуговування у готелях і ресторанах

Розглянувши рис. 2 можна дійти висновку щодо суттєвих відмінностей у підходах до впровадження pet-friendly сервісів у готелях та ресторанах. Так, готелі характеризуються більш системним та комплексним підходом до організації обслуговування гостей із домашніми тваринами. Це пояснюється наявністю спеціалізованих номерів, додаткових послуг, різного спектра та більш структурованих внутрішніх регламентів. Натомість у ресторанному секторі впровадження pet-friendly практик має більш обмежений характер, що зумовлено, насамперед, жорсткішими санітарно-гігієнічними вимогами та специфікою організації простору. У більшості випадків такі заклади обмежуються виділенням окремих зон або терас без формування повноцінної системи обслуговування гостей із тваринами. Крім того, встановлено, що рівень підготовки персоналу та маркетингової підтримки pet-friendly сервісів є вищим у готельному бізнесі порівняно з ресторанним, що додатково впливає на якість обслуговування та сприйняття таких послуг споживачами.

Таким чином, результати аналізу свідчать про нерівномірність розвитку pet-friendly сервісу у різних сегментах індустрії гостинності та вказують на необхідність удосконалення організаційних підходів, особливо у сфері ресторанного бізнесу. З огляду на виявлені особливості, доцільним є подальше дослідження сильних і слабких сторін впровадження pet-friendly сервісу, а також

аналіз потенційних ризиків, що дозволить комплексно оцінити ефективність функціонування таких закладів та визначити напрями їх подальшого розвитку.

Спираючись на аналіз, наведений табл. 2 можна стверджувати, що головною перевагою впровадження pet-friendly сервісу є формування позитивного іміджу підприємства індустрії гостинності.

Табл. 2. SWOT-аналіз організації pet-friendly обслуговування у закладах гостинності

Сильні сторони	Слабкі сторони
Формування позитивного іміджу закладу	Підвищені санітарно-гігієнічні вимоги
Розширення цільової аудиторії гостей	Потреба у додаткових витратах на інфраструктуру
Підвищення лояльності гостей	Недостатня підготовка персоналу
Формування унікальної конкурентної переваги	Можливі конфлікти між гостями
Зростання популярності pet-friendly туризму	Обмежені площі закладів для організації спеціальних зон
Можливості	Загрози
Зростання кількості власників домашніх тварин та розширення попиту	Негативне сприйняття частиною гостей
Розвиток спеціалізованого pet-friendly туризму	Порушення санітарних норм
Запровадження нових сервісів для тварин	Можливі пошкодження майна
Партнерство з ветеринарними сервісами та зоомагазинами	Можливі алергічні реакції у гостей
Використання pet-friendly концепції у маркетингу	Неврегульованість нормативної бази

Це можливо оскільки заклади, які демонструють дружнє ставлення до домашніх тварин, сприймаються як сучасні, відкриті та орієнтовані на потреби гостей. Важливою перевагою є також розширення цільової аудиторії. Значна частина туристів і відвідувачів закладів ресторанного господарства надає перевагу підприємствам, які дозволяють перебування разом із домашніми тваринами. Це сприяє підвищенню лояльності відвідувачів і формуванню постійної клієнтської бази. Крім того, pet-friendly формат може виступати ефективним маркетинговим інструментом, що дозволяє виділити заклад серед конкурентів та створити додаткову цінність для споживачів.

Разом із перевагами впровадження pet-friendly сервісу пов'язане з низкою складнощів. Однією з основних проблем є необхідність дотримання підвищених санітарно-гігієнічних вимог, особливо у закладах ресторанного господарства. Іншою слабкою стороною є потреба у додаткових інвестиціях для створення відповідної інфраструктури, зокрема придбання аксесуарів для тварин, облаштування зон відпочинку або організації спеціальних приміщень. Також

важливим фактором є недостатній рівень підготовки персоналу, оскільки працівники повинні вміти правильно взаємодіяти як із власниками тварин, так і з іншими відвідувачами. У цьому зв'язку важливим є розгляд основних ризиків, пов'язаних із організацією pet-friendly сервісу та висунення пропозицій щодо їх уникнення або мінімізації. Ці дані наведено в табл. 3.

Табл. 3. Основні ризики організації pet-friendly сервісу та шляхи їх уникнення

Ризик	Прояв	Шляхи мінімізації
Порушення санітарних норм	Потрапляння шерсті або бруду у зони харчування	Чітке зонування простору, регулярне прибирання
Конфлікти між гостями	Негативна реакція відвідувачів на присутність тварин	Інформування відвідувачів про формат закладу
Пошкодження майна	Тварини можуть пошкодити меблі або обладнання	Встановлення правил перебування тварин
Алергічні реакції у відвідувачів	Контакт із шерстю тварин	Виділення окремих зон для гостей із тваринами
Небезпечна поведінка тварин	Агресія або шум	Дозвіл перебування лише контрольованих тварин

Проведений аналіз основних ризиків організації pet-friendly сервісу (табл. 3) засвідчив, що їх структура є комплексною та охоплює санітарно-гігієнічні, організаційні та соціально-поведінкові аспекти. Найбільш суттєвими є ризики порушення санітарних норм, виникнення конфліктів між гостями, пошкодження майна та можливі алергічні реакції відвідувачів. Встановлено, що ефективно управління цими ризиками можливе за умови впровадження чітких правил перебування тварин, зонування простору, підготовки персоналу та належного інформування відвідувачів. Дані аналізу свідчать, що більшість ризиків мають керований характер і можуть бути мінімізовані за рахунок системного підходу до організації сервісу. З урахуванням виявлених ризиків та способів їх мінімізації, наступним етапом дослідження є аналіз організаційних особливостей впровадження pet-friendly сервісу у готелях та ресторанах, що дозволить визначити ефективні моделі функціонування таких закладів у сучасних умовах (рис. 3).

Модель організації pet-friendly сервісу у готелях та ресторанах (рис. 3) відображає комплексний системний підхід до впровадження обслуговування гостей із домашніми тваринами, що базується на інтеграції інфраструктурних, організаційних та управлінських елементів. У моделі чітко диференційовано специфіку реалізації сервісу у готельному і ресторанному секторах, що зумовлено відмінностями у функціональному призначенні та рівні регуляторних обмежень. Водночас визначено спільні складові, зокрема, санітарно-гігієнічні вимоги, підготовку персоналу, організацію простору та інформаційне забезпечення гостей, які формують основу ефективного функціонування pet-friendly середовища. Оцінка моделі свідчить, що результативність впровадження pet-friendly сервісу залежить від узгодженості всіх її елементів та системності управлінських рішень.

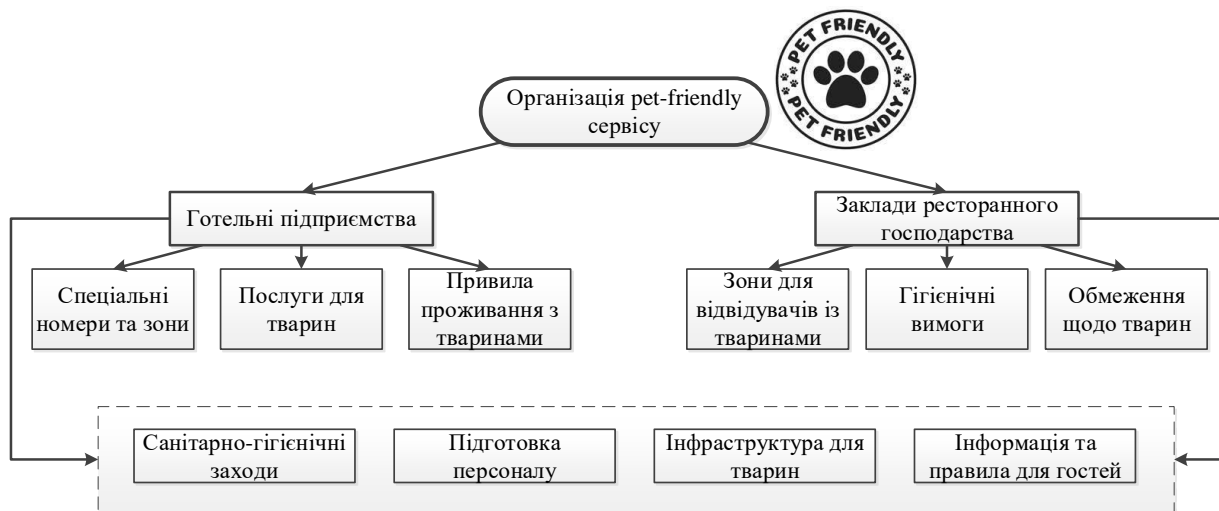


Рис. 3. Модель організації pet-friendly сервісу у готелях та ресторанах

Особливого значення набуває баланс між забезпеченням комфорту гостей із тваринами та дотриманням вимог безпеки й санітарних норм для інших відвідувачів. Таким чином, запропонована модель може слугувати концептуальною основою для розроблення стандартів організації pet-friendly обслуговування у закладах індустрії гостинності.

Висновки. У результаті проведеного дослідження встановлено, що розвиток pet-friendly сервісу є актуальним і перспективним напрямом трансформації індустрії гостинності, зумовленим змінами у структурі туристичного попиту та зростанням частки мандрівників із домашніми тваринами. Аналіз динаміки туристичних потоків у країнах ЄС та Україні засвідчив відновлення туристичної активності після кризових періодів і наявність передумов для розвитку нових форматів обслуговування. Водночас порівняльна характеристика готелів і ресторанів показала нерівномірність впровадження pet-friendly практик, де готельний сектор демонструє більш системний підхід, тоді як ресторанний залишається обмеженим у реалізації таких сервісів.

SWOT-аналіз та оцінка ризиків підтвердили, що впровадження pet-friendly сервісу супроводжується як значними конкурентними перевагами, так і низкою керованих організаційних викликів, пов'язаних із санітарними вимогами, безпекою та взаємодією з гостями. Запропонована модель організації pet-friendly сервісу узагальнює ключові елементи ефективного функціонування таких закладів і може бути використана як основа для стандартизації обслуговування.

Отже, розвиток pet-friendly сервісу в Україні потребує впровадження системного підходу, адаптації європейського досвіду та формування відповідної інфраструктури, що сприятиме підвищенню якості послуг і інтеграції в сучасний туристичний простір.

Література:

1. Чернілевська-Ісайка О. Людинно-тваринна взаємодія як ресурс. *Вісник Львівського університету. Серія психологічні науки*. 2024. № 20. С. 32–38. DOI: <https://doi.org/10.30970/PS.2024.20.5>

2. Koufodontis N. I., Melissourgou P. Improving travel experience for hotel guests: Policy recommendations for pet-friendly hotels. *International Journal of Hospitality Management*. 2024. Vol. 122. Article 103828. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103828>
3. Zhang L., McGinley S., Mao Zh. (Eddie), Liu X. Attributes of pet-friendly hotels: What matters to consumers? *International Journal of Hospitality Management*. 2024. Vol. 123. Article 103944. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103944>
4. Kim J. J., Baah N. G., Kim S. (Sam), Han H., Meng B., Chi X. Pet-friendly hotels: distinctive attributes and their influence on customer behavior. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. 2025. Vol. 8, Issue 6. P. 2359–2380. DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTI-08-2024-0791>
5. Çıkkı K. D., Tanrıverdi H., Çıkkı S., Uyğun N. Staying in pet-friendly hotels: examining the experiences of pet-friendly hotel customers in Turkey. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*. 2025. Vol. 20, Issue 3. P. 359–373. <https://doi.org/10.1108/CBTH-09-2024-0319>
6. Мамченко Л., Неміріч О., Стукальська Н. Сучасні концепції ресторанного бізнесу та реалізація політики pet-friendly. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2025. № 4. С. 373–378. <https://doi.org/10.31891/2307-5732-2025-355-53>
7. Польова О. Л. Інноваційна стратегія pet-терапії в індустрії гостинності. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2025. № 1 (15). С. 64–70. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(15\).2025.11](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(15).2025.11)
8. Sun Zh., Liu L., Pan R., Wang Y., Zhang B. Tourism and economic growth: The role of institutional quality. *International Review of Economics & Finance*. 2025. № 98. P. 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2025.103913>
9. Yermachenko V., Melnychenko S., Sidak M., Dupliak T., Lositska T. Sustainable tourism in the post-war reconstruction of territorial communities in Ukraine. *Access to Science, Business, Innovation in Digital Economy*. 2024. Vol. 5, No. 1. P. 34–57. [https://doi.org/10.46656/access.2024.5.1\(3](https://doi.org/10.46656/access.2024.5.1(3)
10. Лапицька Н., Большак В. Розробка стратегії інклюзивного обслуговування у готелях. *Scientific journal «Development service industry management»*. 2025. № 3. С. 63–69. [https://doi.org/10.31891/dsim-2025-11\(9](https://doi.org/10.31891/dsim-2025-11(9)
11. Бахаєва А. С. Проблемні аспекти застосування собак-поводирів в Україні. Теоретичні питання юриспруденції і проблеми правозастосування: виклики XXI століття: тези доп. IV Всеукр. наук.-практ. конф. Харків, 2020. С. 71–73.
12. Tourism statistics [Електронний ресурс]. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism>
13. UNWTO – World Tourism Organization [Електронний ресурс]. URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics>
14. WorldData – Tourism in Ukraine [Електронний ресурс]. URL: <https://www.worlddata.info/europe/ukraine/tourism.php>
15. Держстат. Туризм [Електронний ресурс]. URL: <https://stat.gov.ua/uk/topics/turyzm>
16. Державне агентство розвитку туризму України [Електронний ресурс]. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>

17. European Commission. Movement of pets [Електронний ресурс]. URL: https://food.ec.europa.eu/animals/movement-pets_en
18. Explore Pet Travel Trends on Type of Pets, Destinations & Mode of Transport! [Електронний ресурс]. URL: <https://www.condorferries.co.uk/pet-travel-statistics>

References:

1. Chernilevska-Isaika, O. (2024). Human–animal interaction as a resource. *Visnyk of Lviv University. Series: Psychological Sciences*, (20), 32–38. <https://doi.org/10.30970/PS.2024.20.5> [in Ukrainian].
2. Koufodontis, N. I., Melissourgou, P. (2024). Improving travel experience for hotel guests: Policy recommendations for pet-friendly hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 122, 103828. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103828>
3. Zhang, L., McGinley, S., Mao, Zh. (Eddie), Liu, X. (2024). Attributes of pet-friendly hotels: What matters to consumers? *International Journal of Hospitality Management*, 123, 103944. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103944>
4. Kim, J. J., Baah, N. G., Kim, S. (Sam), Han, H., Meng, B., Chi, X. (2025). Pet-friendly hotels: Distinctive attributes and their influence on customer behavior. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 8(6), 2359–2380. <https://doi.org/10.1108/JHTI-08-2024-0791>
5. Çıkkı, K. D., Tanrıverdi, H., Çıkkı, S., Uyğün, N. (2025). Staying in pet-friendly hotels: Examining the experiences of pet-friendly hotel customers in Turkey. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 20(3), 359–373. <https://doi.org/10.1108/CBTH-09-2024-0319>
6. Mamchenko, L., Niemirich, O., Stukalska, N. (2025). Modern concepts of restaurant business and implementation of pet-friendly policy. *Visnyk of Khmelnytskyi National University*, (4), 373–378. <https://doi.org/10.31891/2307-5732-2025-355-53> [in Ukrainian].
7. Polova, O. L. (2025). Innovative strategy of pet therapy in the hospitality industry. *Innovations and Technologies in the Service and Food Industry*, 1(15), 64–70. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(15\).2025.11](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(15).2025.11) [in Ukrainian].
8. Sun, Zh., Liu, L., Pan, R., Wang, Y., Zhang, B. (2025). Tourism and economic growth: The role of institutional quality. *International Review of Economics & Finance*, 98, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2025.103913>
9. Yermachenko, V., Melnychenko, S., Sidak, M., Dupliak, T., Lositska, T. (2024). Sustainable tourism in the post-war reconstruction of territorial communities in Ukraine. *Access to Science, Business, Innovation in Digital Economy*, 5(1), 34–57. [https://doi.org/10.46656/access.2024.5.1\(3\)](https://doi.org/10.46656/access.2024.5.1(3))
10. Lapytska, N., Bolshak, V. (2025). Development of an inclusive service strategy in hotels. *Scientific Journal “Development Service Industry Management”*, (3), 63–69. [https://doi.org/10.31891/dsim-2025-11\(9\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2025-11(9)) [in Ukrainian].
11. Bakhaieva, A. S. (2020). Problematic aspects of the use of guide dogs in Ukraine. In *Theoretical issues of jurisprudence and problems of law enforcement: Challenges of the XXI century* (Proceedings of the IV All-Ukrainian Scientific and Practical Conference, pp. 71–73). Kharkiv. [in Ukrainian].
12. Tourism statistics. (n.d.). Retrieved from <https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism>

13. UNWTO – World Tourism Organization. (n.d.). Retrieved from <https://www.unwto.org/tourism-statistics>
14. WorldData – Tourism in Ukraine. (n.d.). Retrieved from <https://www.worlddata.info/europe/ukraine/tourism.php>
15. State Statistics Service of Ukraine. Tourism. (n.d.). Retrieved from <https://stat.gov.ua/uk/topics/turyzm>
16. State Agency for Tourism Development of Ukraine. (n.d.). Retrieved from <https://www.tourism.gov.ua/>
17. European Commission. Movement of pets. (n.d.). Retrieved from https://food.ec.europa.eu/animals/movement-pets_en
18. Explore pet travel trends on type of pets, destinations & mode of transport! (n.d.). Retrieved from <https://www.condorferries.co.uk/pet-travel-statistics>

Annotation

Lapytska N. V., Potapenko S. V., Prokofieva Ie. A.

Organization of Pet-Friendly Service in Hospitality Establishments: Current State and Development Prospects

The article examines the organizational features of pet-friendly services in hotels and restaurants as a promising direction for the development of the hospitality industry. The study analyzes the dynamics of tourist flows in the European Union and Ukraine during the period 2019–2024, which made it possible to identify key trends in the recovery of tourism activity and the prerequisites for the formation of new segments of tourist demand. Particular attention is paid to the growing number of travelers who prefer to travel with their pets, which reflects changes in consumer behavior and the increasing role of pet-friendly services in modern tourism. The paper determines the approximate structure of tourists traveling with pets and substantiates the increasing importance of this segment in the context of the transformation of the tourism market. A comparative analysis of organizational measures for implementing pet-friendly services in hotels and restaurants is carried out, revealing a higher level of adaptation and systematization in the hotel sector compared to the restaurant sector, where implementation remains limited due to sanitary and regulatory constraints. In addition, a SWOT analysis of pet-friendly service organization in hospitality establishments is conducted, identifying key strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The study also outlines the main risks associated with the implementation of such services and proposes practical approaches to their minimization, emphasizing that most risks can be effectively managed through a systematic organizational approach.

Based on the results of the research, a conceptual model of pet-friendly service organization in hotels and restaurants is developed, integrating infrastructural, organizational, and managerial components. The findings of the study can be used to improve service practices for guests with pets, as well as to develop standardized approaches to pet-friendly services in Ukraine, taking into account European experience and best practices.

Key words: *pet-friendly service; hotel and restaurant business; hospitality industry; service organization; tourist flows; SWOT analysis; pets.*