

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА МУЗЕЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Кваліфікаційна робота

на тему:

«МЕРЕЖА PЕT-FRIENDLY ХУТОРІВ ЯК ВІДПОВІДЬ НА СУЧАСНІ ТРЕНДИ
ТУРИЗМУ»

Здобувачки вищої освіти
другого освітнього рівня (магістр)
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
освітньої програми «Туризмознавство»
Золотаревської Марини Сергіївни

Науковий керівник:

кандидат культурології,

ст. викладач кафедри музейно-туристичної діяльності Мирослава ЯРІКО

Кваліфікаційна робота допущена до захисту рішенням кафедри
музейно-туристичної діяльності

Протокол №__ від «__» грудня 2024 року.

Завідувач кафедри _____ проф. Анатолій ЩЕРБАНЬ

Харків – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. СПЕЦИФІКА ПЕТ-ТУРИЗМУ ЯК СУЧАСНОГО ТУРИСТИЧНОГО ТРЕНДУ.....	6
1.1. Формування та розвиток концепції пет-туризму.....	6
1.2. Специфіка та атрибути пет-туризму.....	9
1.3. Регламентування перебування тварин у закладах розміщення та громадських місцях.....	12
Висновки до Розділу 1.....	16
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ ТА ОБЛАШТУВАННЯ МЕРЕЖІ PET-FRIENDLY ХУТОРІВ «АСЬКІВ ХУТІР».....	18
2.1. Аналіз сегменту пет-туризму на ринку надання послуг розміщення в Україні.....	18
2.2. Концепція мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір».....	22
2.3. Маркетинговий план просування мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір».....	43
Висновки до Розділу 2.....	50
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Туризм відкриває великі можливості для соціально-економічного розвитку регіонів з різним обсягом туристичних ресурсів. Завдяки йому, у багатьох галузях і сферах діяльності формування супутніх туризму продуктів дає можливість отримувати основні або додаткові вигоди. Збільшення як кількості домашніх тварин у сім'ї, так і їх значення для родини призвело до нових потреб та тенденцій у туризмі – люди шукають способи подорожувати та відпочивати разом з ними. Тож у сучасному світі доцільним є вивчення та розуміння цих потреб сучасних туристів. Pet-туризм вимагає певного підходу до організації подорожі, що враховує не тільки потреби людей, а і їхніх пухнастих друзів. Крім того, цей вид туризму має великий потенціал для розвитку туристичних напрямків і збільшення доходів галузі. Залучення нової аудиторії допоможе розширити сферу туристичних послуг, створити нові робочі місця і збільшити обсяг турпотoku. В Україні цей напрямок все ще знаходиться в стадії розвитку і вимагає додаткової уваги з боку готельного бізнесу, тому розробка концепції хуторів, де дозволено проживання з домашніми тваринами, актуальна і важлива, оскільки надає інноваційні рішення для розвитку цього сегмента ринку, що відповідають потребам сучасних туристів.

Аналіз досліджень і публікацій. Pet-туризм тільки починає глибоко вивчатися, серед провідних науковців, що досліджували тему, можна назвати Ідальго-Фернандес А., Чен Ю., Шенцель Х., Сеньків М., Кияниця М., Рамос-Руїс Х. Е. та інші. Основними джерелами даної роботи є аналіз законодавчих актів, презентаційних сторінок підприємств індустрії розміщення та туристичних блогів.

Мета – на основі аналізу специфіки розвитку pet-туризму розробити проєкт створення та облаштування мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір».

Завдання:

1. Дослідити формування та розвиток концепції pet-туризму.
2. Розглянути атрибути та специфіку pet-туризму.
3. Описати регламентування перебування тварин у закладах розміщення та громадських місцях.
4. Проаналізувати сегмент pet-туризму на ринку надання послуг розміщення в Україні.
5. Розробити концепцію мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір».
6. Створити маркетинговий план просування на ринок мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір».

Об'єкт дослідження – pet-туризм.

Предмет дослідження – специфіка облаштування закладів розміщення у pet-туризмі.

Методи дослідження – аналіз літературних джерел та практичних кейсів, синтез та узагальнення, SWOT-аналіз, моделювання.

Практична значимість роботи: розроблений проєкт створення та облаштування мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» може стати основою створення бізнес-планів для людей, що зацікавились сегментом pet-туризму та підґрунтям для поліпшення вже наявних pet-friendly закладів розміщення в Україні.

Теоретичне значення роботи: результати роботи можуть бути використані для подальших наукових досліджень теми pet-туризму.

Апробація положень кваліфікаційної роботи. Основні положення та тези було презентовано на наукових конференціях: «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку», яка відбулася 31 жовтня 2024 року в Уманському національному університеті садівництва та Студентській науковій конференції, присвяченій 160-річчю від дня народження видатного науковця у галузі біологічних наук, професора Й. К. Пачоського 25 квітня 2024 року.

Структура роботи: вступ, 2 розділи, висновки до розділів, 6 підрозділів, висновки, список використаних джерел із 36 найменувань. Загальний обсяг роботи 60 сторінок.

РОЗДІЛ 1. СПЕЦИФІКА РЕТ-ТУРИЗМУ ЯК СУЧАСНОГО ТУРИСТИЧНОГО ТРЕНДУ

1.1. Формування та розвиток концепції pet-туризму

У давнину утримання домашніх тварин мало утилітарну мету, проте відомо, що вже у стародавніх цивілізаціях, такі як єгипетська, грецька та римська, люди тримали домашніх тварин, таких як коти, собаки та птахи. Спосіб, у який вони подорожували зі своїми домашніми улюбленцями, залежав від їхньої культури та виду тварини, яку вони тримали. У більшості випадків вони подорожували зі своїми господарями пішки, на возах або на човнах. У деяких випадках їх перевозили в клітках або вольєрах, але про це мало що відомо. Так само мало відомо про подорожі людей з домашніми тваринами у Середні віки. Проте на той час подорожі з домашніми тваринами не носили масового характеру, тож для розгляду більш значущими є наступні періоди.

Виникнення залізниці у 19 ст. впровадило і правила перевезення собак – незалежно від розмірів їх перевозили у спеціальних ящиках під дном вагона. Лише у другій половині 20 століття концепція зоотуризму як самостійного туристичного напрямку почала набувати все більшого значення. Під час так званого «золотого часу» цивільної авіації (1950-1970) вартість перельоту була значною. Лише заможні люди могли дозволити собі подорожувати зі своїми домашніми улюбленцями, оскільки середньостатистичній людині потрібно було витратити річну зарплату, щоб кудись полетіти. Така тенденція тривала до кінця 1980-х років, коли один із працівників вирішив змінити статус-кво.

У 1989 році співробітниця авіакомпанії TWA Airlines, на ім'я Гейл Марс хотіла взяти з собою в літак свою собаку, але закони того часу ускладнювали це. Не побоюючись складних правил, що регулюють авіаперельоти, Марс вирішує створити власне рішення. Вона розробила сумку, в якій можна перевозити її вихованця і яка поміщається під сидінням в салоні літака. Названа на честь

своєї улюбленої собаки шерпи, сумка Sherpa стала світовим стандартом у перевезенні домашніх тварин. Гейл звернулася майже до всіх авіакомпаній з проханням змінити свою політику і дозволити проносити домашніх тварин на борт літака. Поступово авіакомпанія переконалася в тому, що присутність в салоні добре вихованих тварин підвищить задоволеність їх клієнтів, а також прибуток самих компаній [25].

Приблизно в той же період часу майбутній засновник компанії Pet Travel, який мав власну туристичну агенцію, помітив, як його менеджер намагався знайти житло для своїх домашніх улюбленців під час подорожі. Через це, він створив вебсайт, на якому розробив базу даних місць для проживання з домашніми тваринами. На той час в базі було зареєстровано всього кілька тисяч об'єктів, тепер ця цифра перевищує двадцять шість тисяч.

Для власників домашніх тварин, які хочуть подорожувати та відвідувати інші країни, світ став дружнім у 2003 році, коли Європейський союз прийняв нові правила. У 2006 році Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA), керівна рада світових авіакомпаній, почала приймати правила захисту тварин, що перевозяться у вантажному відсіку повітряних суден. У 2008 році IATA оголосила, що запровадила більш суворі правила щодо дизайну та виробництва сумок для домашніх тварин, щоб вони не розбіглися та не отримали травм під час подорожі у вантажному відсіку літака. Тим часом великі мережі готелів, такі як Red Roof Inns та LaQuinta, оголосили, що в більшості з них дозволено проживання з домашніми тваринами. Потім невеликі готелі почали усвідомлювати мудрість гостинності мандрівних тварин та їх власників [35].

Оскільки умови для pet-туризму були ще не найкращими, організація подорожей означала складний процес. Тож виникли туристичні агенції для домашніх тварин. Вони спеціалізуються на організації подорожей, що полегшили власникам домашніх улюбленців відпочинок зі своїми пухнастими

друзями. Перша агенція туризму з тваринами з'явилася в США ще у 1950-х роках. Головний акцент її діяльності був спрямований на організацію транспортування домашніх тварин та надання інформації щодо здоров'я тварин, вимоги до документів та процедури карантину.

У вищезазначеній інформації, а саме, як у 1970-х і 1980-х роках подорожі з домашніми тваринами стали більш популярними, почало з'являтися більше подібних туристичних агенцій, які пропонували широкий спектр послуг, включаючи розміщення домашніх тварин, транспортування та навіть послуги з догляду. Наприкінці 1990-х роках стався сплеск кількості таких агенцій через зростання попиту на послуги подорожей домашніх тварин і появи Інтернету. Туристичні агенції почали пропонувати свої послуги на вебсайтах, що полегшувало туристам організацію поїздок для своїх пухнастих друзів [23].

Туризм з домашніми тваринами зараз широко розповсюджений, а туристичні агенції пропонують широкий спектр послуг, від транспортування та розміщення до догляду за тваринами і навіть турів для домашніх тварин. Багато агенцій також пропонують поради та інформацію про здоров'я домашніх тварин, щеплення та проїзні документи, а деякі спеціалізуються на певних видах домашніх тварин, таких як собаки, коти та екзотичні тварини.

Хоча зоотуризм в Україні ще не на такому рівні, як в інших країнах, інтерес до цієї форми подорожей зростає порівняно із західними державами. На жаль, з нинішнім російським вторгненням на територію України, власники домашніх тварин змушені переїжджати в інші міста та країни. Сервіс Taxi2airport, використовуючи дані Booking.com, стверджує, що європейські країни мають найбільшу кількість готелів, дружніх до тварин, а Україна посідає 9 місце з 20 країн [28].

Отже, pet-туризм розвивається вже давно, але лише у другій половині 20 століття він став важливим туристичним напрямком, із запровадженням авіап перевезень та появою спеціалізованих агенцій, що просувають подорожі з

домашніми тваринами. Крім цього, існує значний потенціал для подальшого розвитку цього напрямку туризму в Україні, але важливо розвивати інфраструктуру для тварин та їхніх власників і забезпечити їм належні умови проживання та транспортування.

1.2. Специфіка та атрибути pet-туризму

«Pet-tourism – це процес подорожі з домашніми тваринами або їх транспортування» [32]. Іншими словами, цей вид туризму визначається як форма подорожей, коли люди подорожують зі своїми домашніми улюбленцями, такими як собаки чи коти. Цей туристичний тренд відображає зміну ставлення до тварин у суспільстві, коли домашніх улюбленців більше не просто залишають вдома на свята, а роблять частиною сім'ї та активно залучають до подорожей.

Зоотуризм охоплює різні види подорожей, починаючи від коротких поїздок на вихідні в готелях, дружніх до тварин, і закінчуючи тривалими подорожами на природу, які надають тваринам можливості для активного відпочинку та спілкування з іншими тваринами. Він також включає участь у спеціально організованих екскурсіях та заходах, де господарі та домашні улюбленці разом отримують нові та захопливі враження. Окрім задоволення потреб туристів, які хочуть подорожувати з домашніми улюбленцями, він також сприяє розвитку туристичної індустрії, оскільки зростає популярність готелів і ресторанів, дружніх до тварин. Він також може мати позитивний вплив на добробут і здоров'я тварин, надаючи можливість їх власникам вести активний спосіб життя.

Фактори, що сприяють розвитку pet-туризму у світі [30]:

1. «Збільшення кількості власників домашніх тварин» [1]. Це є однією з головних причин зростання популярності туризму в супроводі улюбленого компаньйона. Домашні улюбленці вже не вважаються просто

тваринами, а є справжніми членами сім'ї, а їхні власники все частіше відмовляються подорожувати без своїх улюбленців.

2. Зміна туристичних вподобань. Сучасні мандрівники шукають захопливих та автентичних вражень, враховуючи інтереси та потреби своїх домашніх улюбленців.
3. «Інфраструктура, створена спеціально для туризму з домашніми тваринами» [1]. Вона є величезною в глобальному масштабі. Від готелів до парків відпочинку та ресторанів докладаються великі зусилля для створення середовища, яке відповідає потребам і вимогам власників домашніх тварин.
4. Підтримка здоров'я та добробуту тварин. У світі існує багато природних зон і національних парків, де домашні тварини можуть насолоджуватися свіжим повітрям і активним відпочинком на свіжому повітрі.
5. «Вплив соціальних мереж» [1]. Пости про пригоди з домашніми улюбленцями часто стають джерелом натхнення для інших людей і спонукають їх планувати подібні подорожі разом.

Для повноцінного pet-туризму важливо не лише дозвіл домашнім улюбленцям супроводжувати подорож, але й «мати низку особливостей, які відрізняють його від традиційних форм відпочинку та подорожей» [1]. Це ретельно продумана інфраструктура та послуги, що враховують специфічні потреби домашніх тварин та їхніх власників. Одним із важливих його елементів є сегмент «pet-friendly». Метою його розвитку є не лише надання можливості опікунам відчувати себе в безпеці зі своїми улюбленцями, але й створення більш гуманного середовища для тварин та популяризація ідеї відповідального ставлення до них.

Наявність можливості вільного доступу до ветеринара є особливістю pet-туризму, оскільки є запорукою безпеки подорожі. «Ветеринарна підтримка, різноманітні послуги та умови, спрямовані на забезпечення медичної

підтримки, профілактичних заходів та допомоги у випадку надзвичайних ситуацій» [1].

Інший важливий елемент – інфраструктура для тварин. Це цілий ряд місць і закладів, що спеціалізуються на послугах для домашніх улюбленців та їхніх господарів, які подорожують. Сюди можна включити:

- «готелі та курорти, які пропонують розміщення, спеціально адаптоване для тварин. Це можуть бути номери зі спеціальним обладнанням та матрацами для тварин, окремі зони для вигулювання, місця для годування та виконання потреб, а також послуги догляду та розваг для тварин під час перебування в готелі;
- ресторани та кафе, що можуть мати спеціально обладнані тераси або зони, де тварини можуть перебувати разом з власниками, а також надають спеціальні страви для тварин;
- транспортні засоби, такі як авіакомпанії, залізничні компанії та автобусні перевізники, надають можливість перевезення тварин у відповідності до встановлених правил та стандартів безпеки;
- парки та інші місця відпочинку, що матимуть рекреаційні зони для вигулювання, дозволені місця для гри та розваг, а також послуги догляду за тваринами» [1].

Проте, ще однією важливою особливістю pet-туризму є правове регулювання. Цей вид туризму, як і будь-який інший, підлягає правовому регулюванню. Сюди входять «правила щодо перевезення тварин, їхнього проживання в готелях та інших місцях, а також стандарти щодо догляду та безпеки тварин під час подорожі» [1]. Наприклад, у багатьох країнах існують правила і вимоги до перевезення тварин, включаючи обов'язкову вакцинацію від хвороб і надання довідок про стан здоров'я тварин, також існують положення про права та обов'язки власників домашніх тварин під час

подорожей, включаючи відповідальну поведінку, гігієну, безпеку та відповідальне поводження з тваринами [27].

То ж, pet-туризм – це новітній тренд у туристичній індустрії, що відповідає потребам власників домашніх тварин і забезпечує їм комфортний та безпечний відпочинок. Цей сектор відрізняється особливими умовами обслуговування, такими як спеціальні зручності, адаптовані правила розміщення та широкий спектр послуг. Він розвивається завдяки зростанню попиту на подорожі з домашніми улюбленцями та необхідності створення середовища, що враховує специфічні потреби цієї категорії мандрівників.

1.3. Регламентування перебування тварин у закладах розміщення та громадських місцях

У світі, де домашні тварини все частіше стають частиною сім'ї, питання про їх комфорт і безпеку під час подорожей стає все більш актуальним. Під час зоотуризму власники домашніх тварин часто стикаються з різними вимогами та обмеженнями, тому важливо розуміти, як правильно організувати комфортне і безпечне перебування своїх вихованців. Туристичний сектор - один з тих, хто відкриває цю можливість для максимально швидкого отримання вражень.

Більшість місць, де дозволено проживання з домашніми тваринами, пропонують різноманітні зручності, такі як рушники, іграшки та спеціальне харчування, тому вони намагаються зробити перебування приємним як для тварин, так і для їх власників. У деяких готелях може бути дозволено проживання тільки з певними видами тварин, а також встановлені обмеження на їх кількість і вагу. Якщо ви плануєте подорожувати з домашнім улюбленцем, слід добре знати правила кожного готелю та спосіб поводження з іншими. Багато людей можуть мати свої правила щодо того, де може бути ваша тварина, а де ні. Деякі заклади вимагають, щоб тварини були прив'язані до повідця або розміщені в спеціальному місці, тоді як в інших вам дозволяється перебувати на

території або в кімнаті безплатно. Зверніть увагу, що навіть у pet-friendly готелях можуть діяти правила щодо того, де вони можуть спати й де можуть випорожнюватися. Також важливо перевірити політику прибирання і те, чи дозволяється домашнім тваринам сидіти на меблях. Бронюючи готель, де дозволяється розміщення з домашніми тваринами, важливо перевірити, чи інформація на сайті є актуальною. Це пов'язано з тим, що зміни у власності, управлінні або політиці готелю можуть призвести до того, що він не оновлював свій вебсайт з певними змінами.

«Щодо нормативної бази, яка регламентує подорож з тваринами, варто зазначити, що ще 16.08.2020 року у ВРУ було зареєстровано законопроект № 3992 «Про внесення змін до статті 22 Закону України «Про туризм» (щодо готельних послуг, пов'язаних з домашніми тваринами проживаючих)» [14]. Він передбачав розв'язання проблеми обмеженого доступу до готельних послуг для громадян, які подорожують із домашніми тваринами. В Україні відсутні чіткі законодавчі норми, що регулюють такі ситуації, тому власники тварин часто стикаються зі складнощами під час бронювання та проживання в готелях. Метою є створення єдиних правових стандартів для розміщення громадян із домашніми тваринами (собаками та котами) у готелях, мотелях та інших закладах туристичної інфраструктури. Також передбачалося, що Кабінет Міністрів розробить обов'язкові до виконання правила проживання з тваринами. Прийняття цього закону сприяло б правовому захисту власників тварин, підвищило якість готельних послуг та зробило б відпочинок або відрядження більш комфортним і доступним для всіх категорій споживачів.

Більшість pet-friendly готелів мають однакові базові вимоги щодо розміщення з домашніми улюбленцями [34]:

- допускається лише за наявності спеціальних супровідних уніфікованих документів ветеринарної служби, які відповідають вимогам основних авіа- чи залізничних перевізників та законодавству країни;

- не повинен бути агресивним;
- має бути чистим;
- забороняється залишати їх без нагляду в номері готелю, в холі, а також на іншій території;
- власники повинні прибрати відходи своїх улюбленців в спеціально відведених місцях та утилізувати їх у призначені для цього місткості;
- у разі заподіяння шкоди майну готелю, а також іншим гостям, усі витрати на відшкодування несе власник тварини.

Останніми роками багато громадських місць стали більш сприятливими для домашніх тварин. Однак, виводячи свого улюбленця на прогулянку, потрібно думати не лише про те, щоб взяти його на повідець, а й про забезпечення його поведінки в громадських місцях, не тільки заради його безпеки, але й для того, щоб усім було комфортно. У парку, на вулиці чи за межами будинку – тільки від нас залежить, чи будуть наші пухнасті супутники добрими сусідами. Питання поводження із тваринами та прибиранням за ними господарями регулюються Законом України «Про благоустрій населених пунктів» [13]. Саме він лежить в основі прийняття місцевих правил благоустрою.

«Кожен населений пункт може встановити власні умови та заборони, проте варто зазначити основні:

1. Собак можна виводити за межі квартири або її території (на нашійнику повинно вказуватись особистий номер), небезпечних собак можна виводити тільки на короткому повідці (не більше 1,2 м) і в наморднику.
2. Вигулювати собаку без повідця або намордника дозволяється тільки в спеціальних місцях. Водночас небезпечних собак не слід тримати без повідця або намордника навіть у таких місцях.

3. Власник зобов'язаний забезпечити безпеку своїх тварин, оточуючих людей та інших тварин, майна від заподіяння шкоди, дорожнього руху при проходженні з тваринами поблизу транспортних шляхів і при перетині їх.
4. Зазвичай тварин можна супроводжувати з 14-річного віку. Однак небезпечних собак дозволяється супроводжувати людям старше 16 років (за винятком тих, хто психічно хворий і фізично не в змозі контролювати тварину).
5. Власник (або особа, яка вигулює тварину) зобов'язаний прибирати екскременти за твариною в під'їздах, на тротуарах і в інших громадських місцях.
6. Забороняється входити в громадські місця з тваринами (заклади харчування, магазини, кінотеатри та інші). Винятком є відвідування спеціалізованих магазинів і приміщень для утримання тварин та супроводі собак-поводирів.
7. Забороняється заходити з тваринами на дитячі та спортивні майданчики, в лікарні, школи та інші навчальні заклади.
8. На території міських пляжів та у фонтанах купати тварин не можна.
9. Забороняється залишати тварин без нагляду» [5].

Проблеми з перевезенням тварин часто виникають у громадському транспорті, особливо в час пік, коли наявні різні погляди пасажирів на таку подорож. Проте, у міському транспорті дозволяється перевозити, наприклад, собак за умови:

- використання намордника;
- тримання на повідці;
- уникання забруднення салону та речей інших пасажирів;
- сидіння на підлозі або на спеціальних підстилках.

Однак, правила можуть відрізнятися залежно від виду транспорту та закріпленнях в спеціальних документах. Під час перевезення тварини у громадському транспорті особа, яка супроводжує тварину, несе відповідальність за її життя та здоров'я. Оплата за перевезення здійснюється згідно з правилами перевезення тварин, встановленими певною транспортною організацією. У трамваї та тролейбусі зазвичай заборонено перевозити тварин, за винятком дрібних звірів та птахів у клітках, а також собак у намордниках з повідцями та котів з необхідними документами, при цьому перевезення в більшості є безплатним [11].

Отже, правила поведження з тваринами в закладах розміщення та громадських місцях відіграють важливу роль у забезпеченні приємного відпочинку для власників домашніх улюбленців і підтримці порядку та безпеки для інших гостей. Їх дотримання забезпечує позитивний досвід для всіх учасників туристичного процесу.

Висновки до Розділу 1

Можна зазначити, що рет-туризм має довгу історію, починаючи з тих часів, коли люди почали подорожувати зі своїми тваринами. Але період його розквіту починається наприкінці 20 століття, завдяки активістам, боротьба яких допомогла змінити правила перевезення тварин. Завдяки цим інноваціям і поступовій адаптації готелів та інших туристичних послуг цей напрям туризму став самостійним сектором індустрії. В Україні цей сектор все ще набирає обертів, але має великий потенціал для зростання, коли буде розширена інфраструктура та створені більш комфортні умови для подорожей з домашніми улюбленцями.

Рет-туризм стає одним з напрямів, що динамічно розвивається і відображає зміну у сприйнятті тварин у суспільстві та забезпечує можливість подорожувати разом із ними. Зростання його популярності зумовлено зміною у

підходах до подорожей, розвитком інфраструктури та впливом соціальних мереж, що робить цей напрям важливим сегментом туристичної індустрії. Для досягнення повноцінності pet-туризму важливо розуміти основні атрибути й наявність ряду особливостей, що визначають цю форму подорожей, а саме: складове поняття «pet-friendly», різноманітні спеціалізовані об'єкти та послуги для тварин, ветеринарна підтримка, наявність і знання законодавчого регулювання, що також грають важливу роль.

З огляду на зростання популярності подорожей з домашніми тваринами, регулювання перебування тварин в закладах розміщення та громадських місцях є необхідним елементом сучасного туристичного сектора. Зокрема, дотримання спеціальних правил, що стосуються документів, безпеки, поведінки тварин допомагає запобігти непорозумінням та створює умови комфортного перебування гостей і захищає інтереси інших відвідувачів. Отже, використання правил і їх поширення в громадських місцях є важливим фактором для розвитку сучасного, орієнтованого на комфорт і безпеку зоотуризму.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ ТА ОБЛАШТУВАННЯ МЕРЕЖІ PET-FRIENDLY ХУТОРІВ «АСЬКІВ ХУТІР»

2.1. Аналіз сегменту pet-туризму на ринку надання послуг розміщення в Україні

Згідно з нещодавнім дослідженням, понад 60% господарів, наприклад, у США подорожують зі своїми домашніми улюбленцями, і ця цифра постійно зростає. Очікується, що світовий ринок подорожей з домашніми улюбленцями зростатиме зі середньорічним темпом приросту 9,69% у період з 2024 по 2030 рік і досягне 3,73 мільярда доларів США до 2030 року [29]. Через це існує значний попит на інфраструктуру, необхідну для відпочинку з тваринами. Люди, які подорожують з домашніми улюбленцями, мають вищу купівельну спроможність і готові платити за додаткові послуги.

Для того, щоб повністю зрозуміти перспективи розвитку сектору туризму з домашніми тваринами саме в Україні, важливо оцінити як внутрішні, так і зовнішні фактори, що впливають на цей ринок. Це є важливим інструментом для оцінки поточного та майбутнього потенціалу ринку, а його аналіз дозволяє визначити сильні та слабкі сторони сектору, а також можливості та загрози, що впливають на його розвиток. Такий підхід забезпечує комплексне розуміння особливостей pet-туризму та окреслює стратегічні перспективи та ризики. Результати SWOT-аналізу є важливою передумовою для розробки ефективних бізнес-моделей та планів, що відповідають сучасним ринковим тенденціям та споживчому попиту.

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз сегменту pet-туризму в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Зростаюча кількість власників домашніх улюбленців та попиту подорожувати разом з ними. 2. Цей вид подорожей все ще недостатньо розвинений в Україні, то ж створює перспективні можливості для розвитку pet-friendly компаній. 3. Підвищення інтересу до екотуризму і сільської місцевості, що додає pet-friendly сегменту конкурентну перевагу. 4. Заклади, дружні до тварин, ще більше користуються підтримкою громадськості, гарними відгуками, що робить їх більш популярними та створює позитивний імідж. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зростання витрат на створення умов для тварин, щоб розвивати pet-friendly інфраструктуру. 2. Економічні умови, інфляція та інші фактори можуть впливати на вартість утримання таких об'єктів. 3. Ускладнений доступ до ветеринарних клінік, зоомагазинів та інших послуг, особливо у сільській місцевості, що спричиняє обмежену інфраструктуру у більш віддалених районах. 4. Низька обізнаність про pet-туризм може вплинути на початковий попит.
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Можливість впровадити та популяризувати нові спеціалізовані послуги, починаючи від транспортних для чотирилапих до догляду за ними під час подорожі. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Військові дії на території України становлять ризик для туристичної діяльності, обмежуючи розвиток у деяких регіонах і негативно впливаючи на загальну туристичну

<p>2. Державна зацікавленість у розвитку, наприклад, сільського туризму може призвести до надання грантів чи інших ресурсів для pet-friendly проектів.</p> <p>3. Сучасні технології дозволяють легко просувати pet-friendly послуги чи інфраструктуру через різні онлайн-платформи.</p> <p>4. Зі зростанням інтересу до подорожей всередині країни pet-туризм може залучити більше нових мандрівників, які хочуть провести приємну відпустку разом зі своїми чотирилапами.</p>	<p>привабливість країни.</p> <p>2. Відсутність чітких правил та стандартів обслуговування в Україні, зокрема безпеки та гігієни тварин, може створювати ризики для туристів.</p> <p>3. Через економічні труднощі та обмеження може бути складно забезпечити безперервне постачання основних товарів і послуг, які є критично важливими для підтримки рівня обслуговування pet-friendly інфраструктури.</p>
--	--

Карантинні обмеження, викликані пандемією Covid-19 та російсько-українська війна мали значний вплив на ринок готелів, де дозволено проживання з домашніми тваринами. Обмеження на подорожі та економічна невизначеність зменшує загальний попит на pet-friendly житло, але оскільки люди шукають комфорту та відпочинку зі своїми домашніми тваринками під час кризи, вони прагнуть знайти тихе, спокійне місце, щоб зупинитись в таких місцях. З відновленням подорожей і зростанням довіри на ринку такого сегмента готелів може відбутися помірне відновлення. Основними бенефіціарами цього зростання стануть мережі закладів розміщення, де дозволяється перебування з домашніми тваринами. Загалом, російсько-

українська війна та пандемія Covid-19 по-різному впливають на ринок готелів, дружніх до тварин, створюючи певні виклики, але водночас і можливості для майбутнього зростання. Поточні перспективи ринку таких готелів є досить позитивними та зі зростальною тенденцією гуманізації домашніх тварин зростає й попит на них.

Український ринок pet-friendly закладів розміщення наразі перебуває на стадії становлення. Хоча все більше готелів приймають гостей з домашніми улюбленцями, такого сегмента житла поки що меншість. «Наприклад, станом на кінець вересня 2024 року, в Україні лише 22% квартир під оренду готові здавати людям із тваринами. По всій країні зафіксовано 15 782 варіантів pet-friendly квартир» [19]. Деякі готелі в туристичних районах, таких як Київська область, Сумська та Дніпропетровська, почали впроваджувати pet-friendly послуги, але в більшості випадків вони здатні розмістити не всіх домашніх улюбленців і без спеціальних зручностей.

Актуальність проекту створення та облаштування мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» обумовлена кількома ключовими факторами, які відображають сучасні тенденції туристичної індустрії та відповідають потребам українських туристів. По-перше, зростає попит на сімейний відпочинок з домашніми улюбленцями, однак кількість напрямків для відпочинку, де вони можуть комфортно провести час з ними, все ще обмежена. Орієнтуючись на потреби таких мандрівників, наша мережа пропонує комфортне проживання в природному середовищі з усіма зручностями як для них, так і для їх пухнастих вихованців. По-друге, місце розташування хуторів в Київській, Сумській та Дніпропетровській областях дозволяє охопити різні регіони України, залучаючи як місцевих жителів, так і туристів з інших регіонів. Кожен хутір з будиночками розташований в мальовничій місцевості та має доступ до природних пам'яток, що сприяє популяризації екологічно чистого відпочинку, збагаченню місцевої економіки та розвитку внутрішнього туризму. Крім того, проект створення та

облаштування мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» також базується на бажанні зберегти українські традиції. Створюючи його на концепції «хутора», можна надати кожному будинку місцевої автентичності та створити атмосферу затишку і єднання з природою, що є типовим для української сільської культури. Це не тільки додає культурної цінності проєкту, але й робить його унікальним і привабливим для туристів.

Таким чином, завдяки глобальній тенденції ставитися до домашніх тварин як до повноправних членів сім'ї, сектор зоотуризму в Україні набуває все більшої популярності. Зростаючий інтерес до готелів, враховуючи можливість відпочити з чотирилапими, свідчить про те, що потенціал для розвитку цього сектору є високим. Обмежена кількість таких закладів та бажання туристів відпочити з домашніми улюбленцями в природному середовищі роблять розвиток проєкту створення та облаштування мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» доречним і перспективним. Його унікальна концепція та увага до українських культурних традицій не тільки відповідає сучасним потребам ринку, але й сприяє розвитку екологічного та внутрішнього туризму в Україні.

2.2. Концепція мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір»

Ідея створення мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» виникла як відповідь на прагнення сформувати унікальний продукт в туристичній діяльності, який буде забезпечувати та відповідати новому тренду подорожей з домашніми улюбленцями. Мережа має функціонувати шляхом наявності комфортних умов для відпочинку туристів зі своїми тваринками серед природи та в будиночках, виконаних відповідно до архітектурних особливостей регіону.

Метою проєкту є створення унікальної в Україні мережі pet-friendly хуторів з комфортними умовами для спільного відпочинку туристів і домашніх тварин, наголошуючи на самобутності української культури та сприянні розвитку місцевого туризму. Йдеться про задоволення потреб зростаючої

кількості туристів, які подорожують із чотирилапими друзями, надаючи їм спеціальне житло, інфраструктуру та безпечні місця відпочинку на природі.

Наша місія – створити місце відпочинку для людей, в яких тварини є частиною сім'ї. «Аськів Хутір» має стати ідеальним місцем для тих, хто не уявляє відпочинок без своїх домашніх улюбленців.

Основними завданнями проєкту є:

- окреслити шляхи створення та розвитку мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір»;
- визначити передбачуване місце положення хуторів та їх дизайн;
- описати послуги, які надаватиме мережа «Аськів Хутір»;
- розробити маркетинговий план з просування проєкту;
- аналіз поточних та можливих майбутніх ризиків і загроз.

Вибір формату хутора пов'язаний із важливою символічністю. Хутір, як прототип українського сільського життя, несе в собі багатогранну культурну спадщину України та тісно пов'язаний з природою, родинними цінностями та гармонією людини та довкілля. Такий формат не тільки підкреслює національну самобутність, але й дозволяє створити особливу атмосферу затишку та спокою, якої важко досягти в міських чи стандартних готельних умовах. Хутори втілюють ідею автономного простору, де кожен господар дбає про власний добробут та комфорт у гармонії з природою. Такий формат дозволить зберегти справжній дух кожного регіону та адаптувати його до сучасних потреб відвідувачів та їхніх тварин. Крім того, хутір підкреслює головні цінності проєкту – гостинність, близькість до природи, спокій і комфорт.

Назва мережі хуторів також має особисте значення та індивідуальний підхід до концепції проєкту. Слово «Аськів» походить від імені моєї кішки Ася, а це своєю чергою підкреслює важливість чотирилапих в житті людини, усвідомлення, що вони є повноправними членами родини, то ж і символізує

любов та турботу. За винятком особистої складової, «Аськів Хутір» звучить досить мелодійно, коротко та гармонійно, що вписується у концепцію мережі, тісно пов'язану з українською культурою.

Цільова аудиторія мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» складається з кількох основних характеристик, яких об'єднує бажання подорожувати разом із домашніми тваринами, а саме:

1. Вік, сімейний стан, дохід: це люди віком від 25 до 55 років. До такої групи споживачів входять молоді пари та сім'ї з дітьми. Цей віковий діапазон обрано тому, що саме в цей період життя люди найбільше подорожують, мають фінансову можливість дозволити собі відпочинок та прагнуть отримати якісні туристичні послуги. Більшість представників цієї аудиторії мають середній або вище середнього рівня доходів, що дозволяє їм виділяти кошти на подорожі та вимагати високого рівня обслуговування. Головною характеристикою є наявність домашніх тварин, котів чи собак, які є частиною їхнього життя і з якими вони бажають подорожувати.
2. Місце проживання: це внутрішні туристи, мешканці великих українських міст, таких як Київ, Суми, Дніпро, які хочуть втекти від міської метушні та насолодитися тихою природою країни. Проект також буде цікавий іноземним туристам, які подорожують зі своїми домашніми улюбленцями. Зокрема, це мандрівники з європейських країн, які шукають автентичні туристичні продукти, пов'язані з культурним досвідом та екотуризмом. Автентичність України в поєднанні із захистом тварин може стати важливим фактором для залучення іноземних туристів.
3. Психологічний аспект: це аудиторія, в якій однією з ключових характеристик є любов до домашніх улюбленців і бажання забезпечити їм найкращий комфорт під час подорожей. Ця група також фокусується на екологічному способі життя та активному відпочинку на свіжому повітрі.

Вони цінують природу, чисте повітря, час, проведений на ньому та гармонію з навколишнім середовищем. Для цих людей важливо надати перевагу місцям, які мають свою історію, особливий стиль і відображають традиції місцевої громади, а тварини будуть у безпеці та комфорті.

Для реалізації діяльності мережі «Аськів Хутір» проєктом передбачається придбати такі земельні ділянки:

1. Містечко Боярка, Київська область: земельна ділянка площею 20 соток (рис. 2.1), знаходиться біля підніжжя хвойного лісу, а також в пішій доступності озеро. Ідеально підходить для поєднання ландшафтного вигляду з прилеглою інфраструктурою.



Рис. 2.1. Земельна ділянка в містечку Боярка, Київська область

2. Село Липняк, Сумська область: земельна ділянка площею 9 соток, фактична – 15 (рис. 2.2). Знаходиться біля Сумського моря з прямим виходом в ліс, в ландшафті до 1 кілометра є озеро та річка, а також ділянка є рівною та вже підготовленою.



Рис. 2.2. Земельна ділянка в селі Липняк, Сумська область

3. Село Горянівське, Дніпропетровська область: земельна ділянка площею 10 соток (рис. 2.3), має прямокутну форму, що дозволить раціонально використати площу землі. На відстані 300 метрів є ліс, озера для риболовлі й кар'єр з піщаним пляжем й чистою водою. Спокійне, тихе місце для проживання і відпочинку.



Рис. 2.3. Земельна ділянка в селі Горянівське, Дніпропетровська область

Важливо зазначити, що одним з ключових факторів при виборі цих ділянок була наявність ветеринарних клінік у кожному районі. Ми розуміємо, що здоров'я та безпека ваших домашніх улюбленців важливі для вас, тому можливість негайного доступу до ветеринарної клініки у разі потреби є першочерговим пріоритетом. Обираючи місця розташування хуторів, ми ретельно проаналізували інфраструктуру району, щоб переконатися, що кожен об'єкт знаходиться поруч із сучасною ветеринарною лікарнею, яка може надати кваліфіковані послуги. Отже, в містечку Боярка за 18,3 кілометра знаходиться ветеринарна клініка «VetGeneration Holosiiv», в селі Липняк за 11,4 кілометра знаходиться ветеринарна клініка «ВетДопомога», а в селі Горянівське за 20,5 кілометра є ветклініка «Котофей». Такий підхід дозволяє власникам тварин бути впевненими, що їхні улюбленці отримають необхідне лікування навіть під час подорожей, що є одним з головних принципів сервісу.

При розробці плану побудови хатинок для мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» використовуватиметься в 3-х областях по 1 будинку-рецепції, з однаковою площею та правильно підібраним дизайном для всіх обраних

земельних ділянок, а також хатинки для проживання, дизайн яких ми дотримувались зробити різним зі своїми особливостями декору для кожного регіону, що додасть проєкту певного колориту. Розглянемо на прикладі:

1. В місті Боярка на 20 сотках землі планується побудувати 9 будиночків, з яких 1 будинок – виключно рецепція і буде аналогічний для всіх регіонів, в селі Липняк та Горянівське, а інші 8 – для проживання:

Дизайн будинку-рецепції:

- Площа та план будинку-рецепції (рис. 2.4): 50 м², має 5 кімнат.

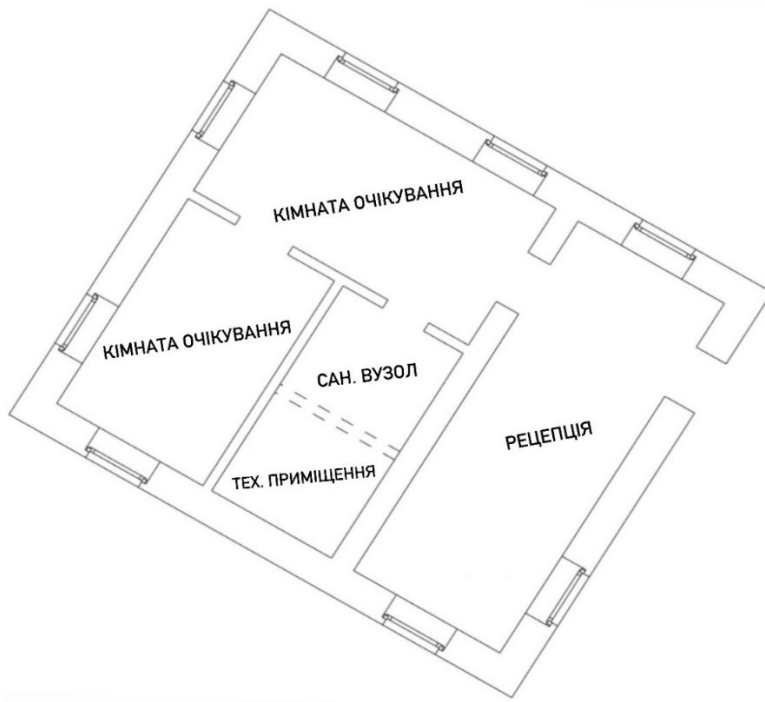


Рис. 2.4. План будинку-рецепції

- Для будинку-рецепції обрано покрівлю з простим дизайном та нахилом, що дозволить, наприклад, воді та снігу стікати. Можна відзначити, що така конструкція даху є не тільки функціональною, але й естетично

привабливою, забезпечуючи традиційний вигляд. Покрівельний матеріал буде виконано з керамічної черепиці, що підкреслить екологічність проєкту, а також додано невеликий фронтон у вигляді ромба спереду та ззаду. Ганок з навісом створить гостинний вхід в приміщення, забезпечить додатковий захист від погодних умов і стане естетичним завершенням фасаду (рис. 2.5).

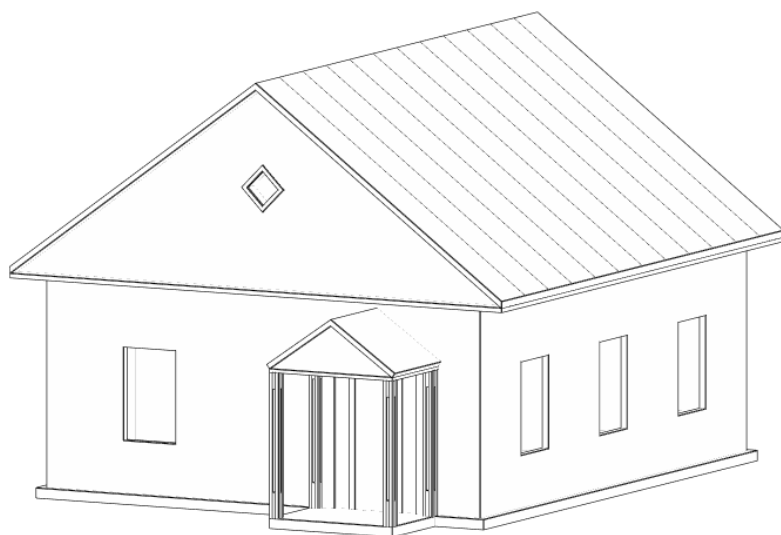


Рис. 2.5. Розмір та тип покрівлі й ганку для будинку-рецепції

- Дизайн вікон для цього будинку гармонійно поєднуються з традиційною українською архітектурою. Віконні рами додають фасаду будівлі вишуканості та солідної автентичності. Ці деталі є не лише декоративними елементами, але й підкреслюють сільський стиль, характерний для українських хатинок. Додані віконниці будуть виконувати як практичну, так і декоративну функцію (рис. 2.6).

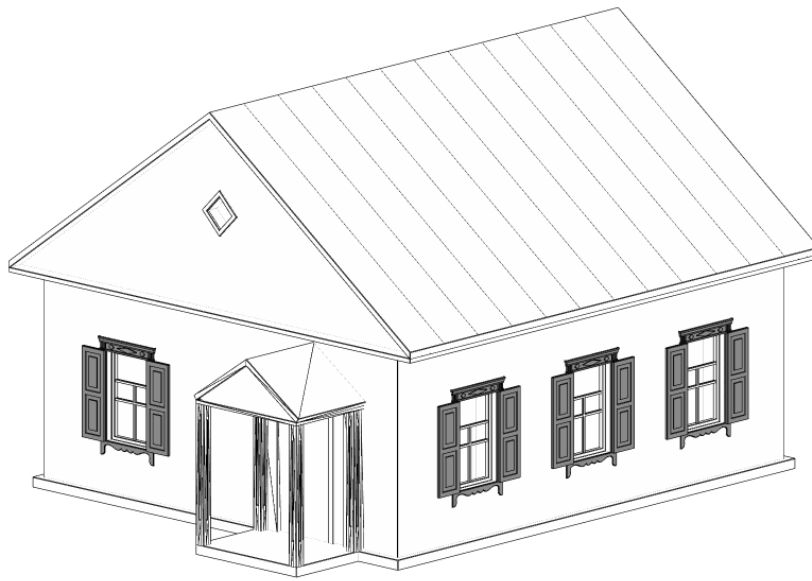


Рис. 2.6. Малюнок, обрамлення вікон та віконниці для будинку-рецепції

- Оздоблення карниза додає фасаду будівлі цілісності та гармонії, має візерунок, який підкреслює автентичність і створює м'який перехід між дахом і стінами. Обрані пілястри додають будинку архітектурної елегантності, їхній візуальний дизайн показує контраст і робить його цікавішим. Дизайн цоколя – важливий елемент для захисту нижньої частини будинку. Його декорація підкреслює основу хатини та традиційний характер української архітектури (рис. 2.7).

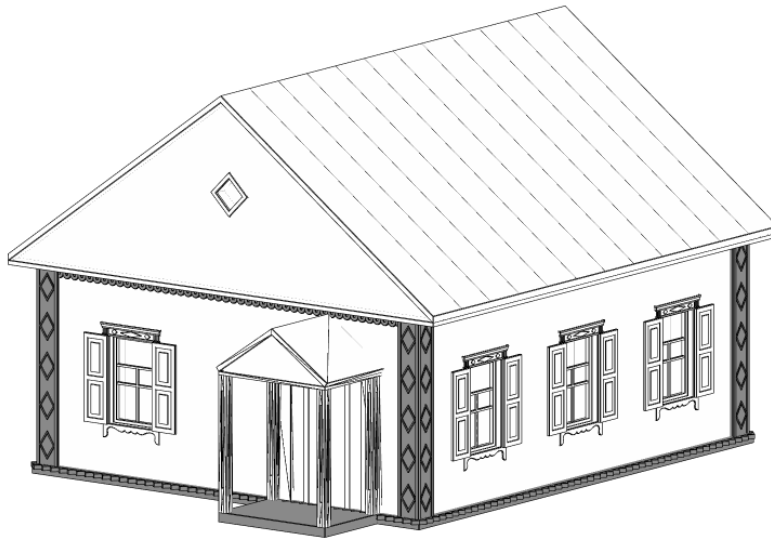


Рис. 2.7. Карниз і кутові елементи для будинку-рецепції

- Колірна гама обрана з використанням білого кольору, що створює відчуття простору, чистоти й свіжого вигляду, а також блакитного кольору, що в контрасті з білими стінами надає більше вираження акцентних елементів (рис. 2.8).

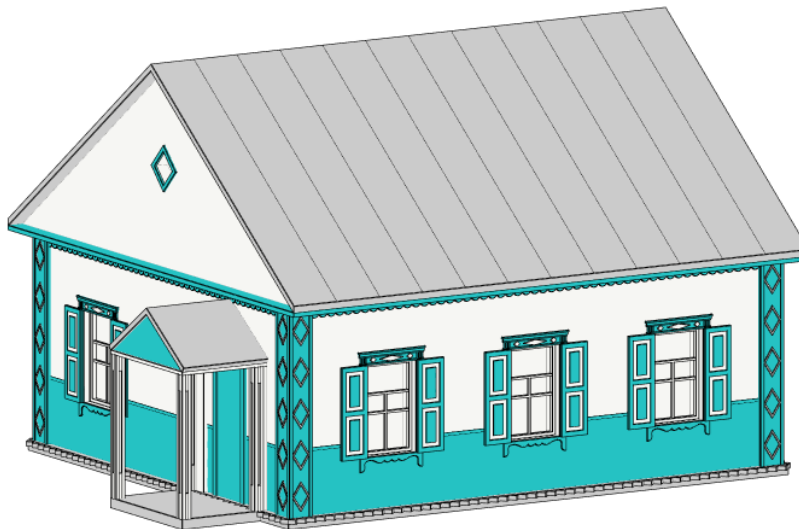


Рис. 2.8. Колірна гама для будинку-рецепції

Дизайн 8 будинків для проживання в місті Боярка:

- Площа і план будинків (рис. 2.9): по 67 м² кожен, має 5 кімнат та веранду.

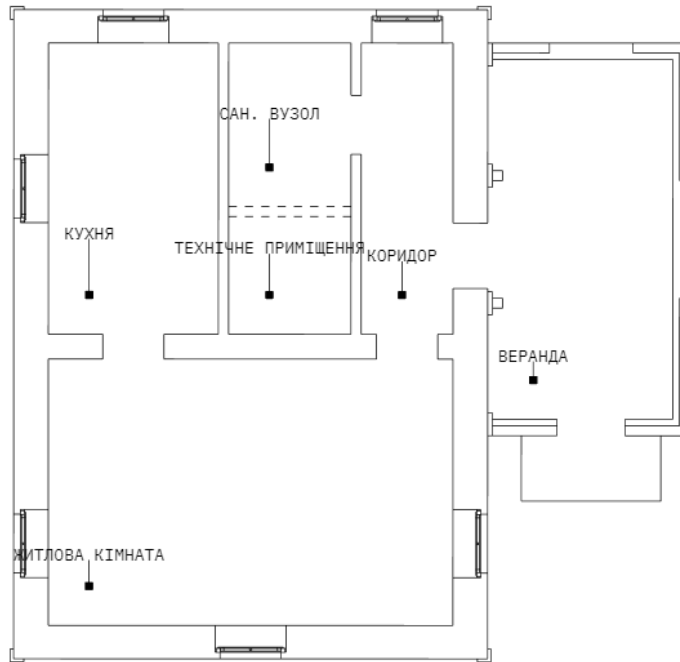


Рис. 2.9. План будинку для проживання

- Для будинку обрано двосхилий дах, традиційний для Київської області. Така проста конструкція полегшує і здешевлює ремонтні роботи. Веранда є продовженням основної частини, її площа становить 8 м². Це оптимальний розмір для створення комфортного простору, щоб відпочити або розмістити речі та забезпечити додаткову функціональність. Веранда має багато вікон, що дозволяє природному світлу проникати всередину і робити її затишним простором (рис. 2.10).

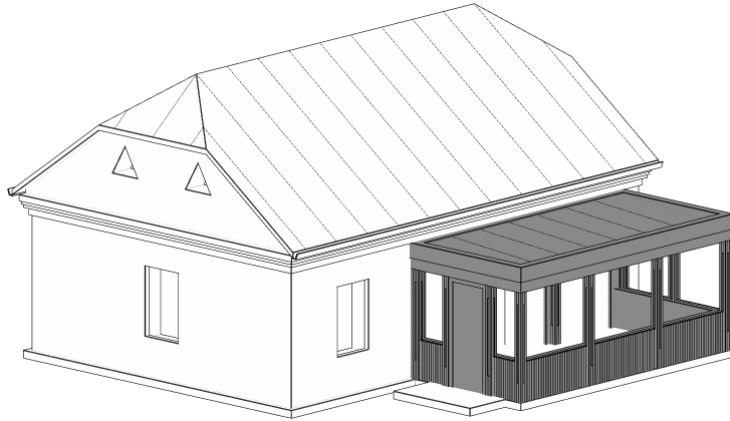


Рис. 2.10. Тип покрівлі та веранди для будинку проживання

- Вікна в основній частині будівлі мають класичну прямокутну форму з дизайном, що підкреслює архітектурний стиль. Вікна на веранді – це сучасний стиль з великим вставним склом, що дозволяє візуально розширити її простір. Цей тип створює відчуття відкритості з навколишньою природою, що важливо для концепції нашого проекту (рис. 2.11).

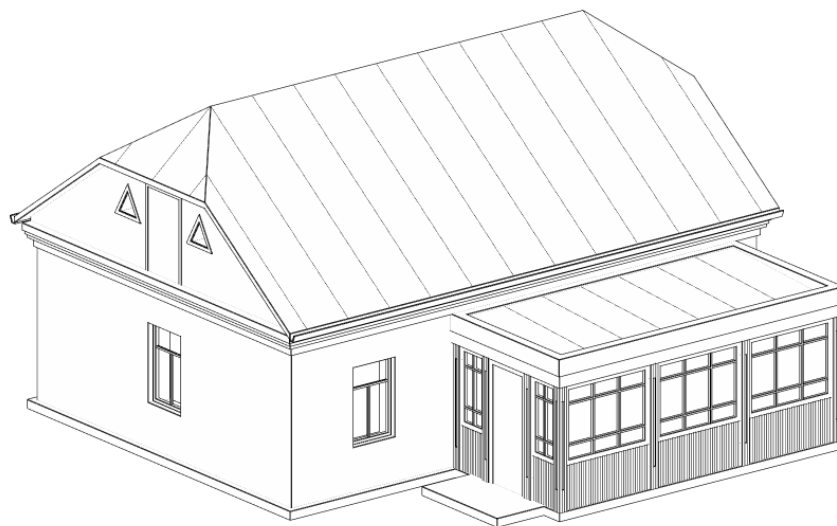


Рис. 2.11. Малюнок вікон основної частини будівлі та веранди

- Віконні рами виконані в традиційному стилі з декоративними елементами, що надає будинку етнічного колориту та відображає місцеві архітектурні традиції. Карниз прикрашений орнаментом, що підкреслює його естетичний стиль. Декоративні пілястри з боків фасаду роблять хатину більш виразною – це також важливо для збереження традиційного образу та локального характеру забудови. Колірове рішення базується на приємній блакитній гамі з контрастними білими та червоними елементами на вікнах і карнизах (рис. 2.12).

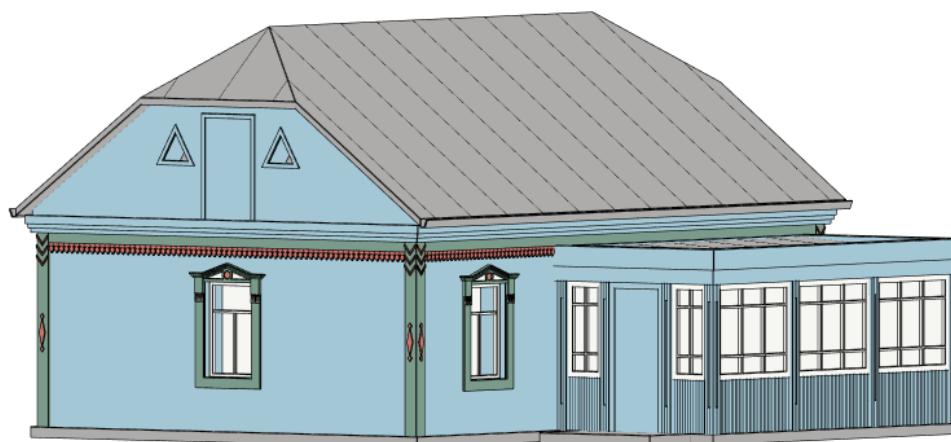


Рис. 2.12. Обрамлення вікон, карниз, кутові елементи та колірна гама будинку

2. В селі Липняк на 9 сотках землі планується побудувати 5 будиночків, з яких 1 будинок – рецепція, попередньо зображений (рис. 2.8), а інші 4 – будинки для проживання.

Дизайн 4 будинків для проживання в селі Липняк:

- Площа і план будинків (рис. 2.13): по 65 м² кожен, має 6 кімнат та веранду.

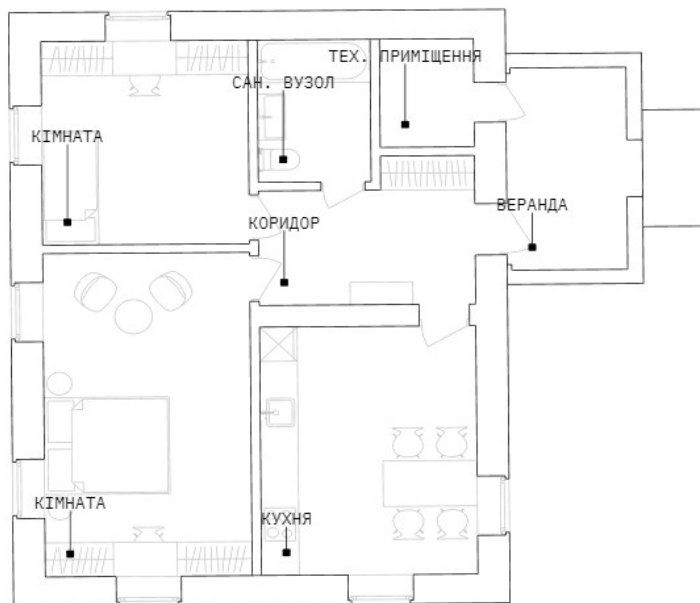


Рис. 2.13. План будинку для проживання

- Будинок має вальмовий дах, який надає йому солідний і просторий вигляд. Такий дах також надає будинку стриманий, але водночас величний характер і ідеально поєднується з природним середовищем Сумської області. Веранда має застаканований фасад і компактні розміри площею $6,2 \text{ м}^2$, що робить її придатною для проведення, наприклад, затишних вечорів. Вікна фасаду мають класичний прямокутний вигляд, що підкреслює симетрію будівлі, а дизайн вікон на веранді відрізняються великою кількістю скляних панелей, які пропускають в приміщення значну кількість світла. Завдяки цьому створюється відчуття простору і можливість насолоджуватися видами навколишньої природи (рис. 2.14).

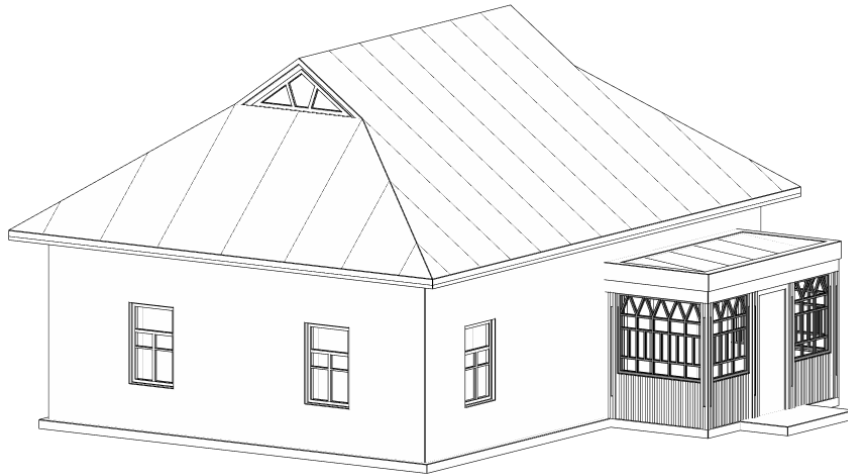


Рис. 2.14. Покрівля, тип веранди та малюнок вікон для будинку

- Елегантно декоровані віконні рами підкреслюють традиційний стиль будівлі. Карниз оформлений у традиційній манері, що надає будинку виразної регіональної ідентичності. Пілястри, що виділяють кути будинку, надають їй рельєфності та глибини та підсилюють її архітектурну виразність. Колірна палітра хатинки базується на теплих коричневих тонах, із зеленими акцентами на рамах і віконних обрамленнях. Ця палітра гармонує з природним ландшафтом Сумської області, з її густими лісами та луками, а зелений колір додає свіжості та легкості (рис. 2.15).

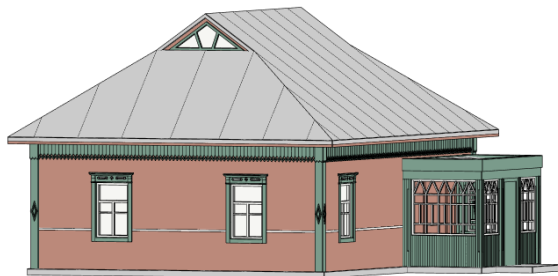


Рис. 2.15. Обрамлення вікон, карниз, кутові елементи та колірна гама будинку

3. В селі Горянівське на 10 сотках землі планується побудувати також 5 будиночків, з них 1 – рецепція (рис. 2.8), інші – будинки для гостей.

Дизайн 4 будинків для проживання в селі Горянівське:

- Площа і план будинків (рис. 2.16): по 65 м² кожен, має 5 кімнат та веранду.

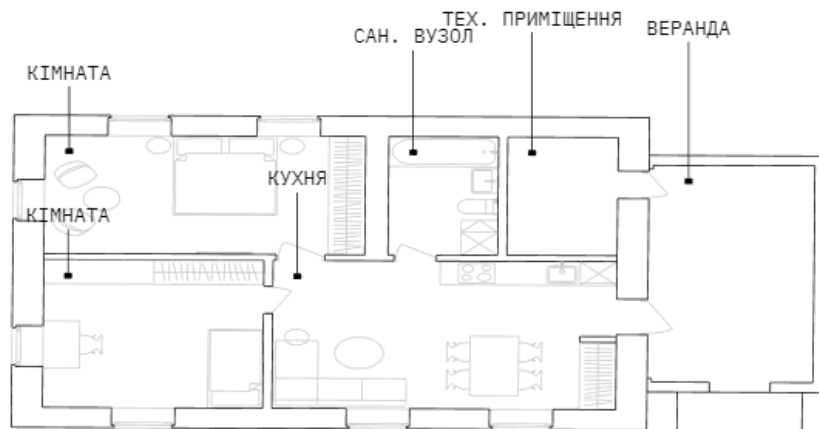


Рис. 2.16. План побудови будинку для проживання

- Будинок має двосхилий дах, форма якого додає йому класичного характеру, зберігаючи традиційний вигляд і гармонізуючи з місцевим ландшафтом. Веранда займає площу 15 м², завдяки якій є багатофункціональним простором, де люди можуть проводити час у будь-яку пору року. Вікна на фасаді мають елегантне декоративне оформлення в традиційному стилі, що підкреслює культурні особливості місцевості. Сучасний вигляд вікон веранди гармонійно поєднується з класичним

стилем головного будинку, створюючи баланс між традиціями та новими архітектурними тенденціями (рис. 2.17).

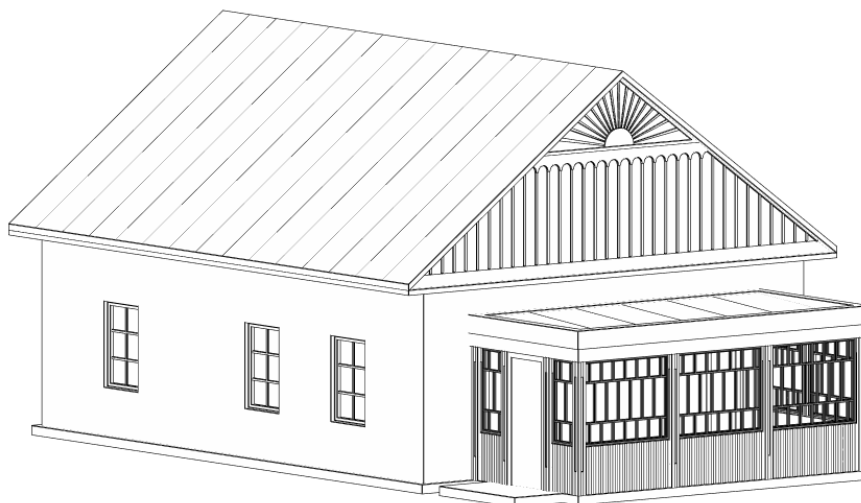


Рис. 2.17. Покрівля, веранда, малюнок вікон для будинку

- Карниз будинку прикрашений дерев'яним ажуром, що нагадує народні хатні оздоблення. Кути будинку оформлені в стилі староукраїнських мотивів. Віконні рами виконані в класичному стилі, але з декоративними акцентами. Фронтони будинку мають декоративні балки вгорі, оскільки таке оздоблення поширене на Дніпровщині. Основний колір будинку – світло-кремовий, з глибокими зеленими акцентами на вікнах, дверях і карнизах. Така палітра створює приємний контраст і підкреслює декоративні елементи (рис. 2.18).

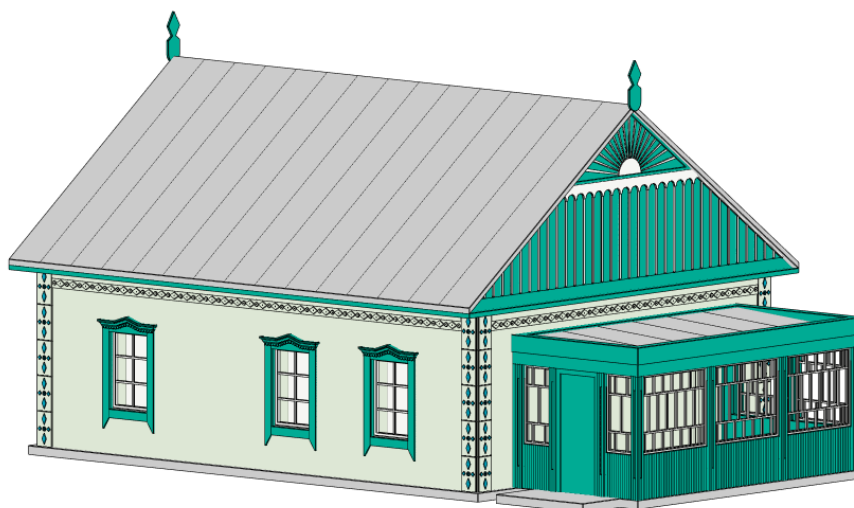


Рис. 2.18. Декоративні елементи фасаду, вікон, фронтона та колірна гама

Ландшафтний дизайн є також важливим елементом в розробці концепції мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір». З урахуванням того, що поруч вже є ліси, озера та інші природні об'єкти варто все одно зробити мінімальне втручання, щоб забезпечити комфорт гостям та їхнім домашнім улюбленцям, а саме:

1. Зробити озеленення території за допомогою рулонного газону – це найшвидший спосіб створення газонних покриттів шляхом нарізання трави, вирощеної на спеціальних полях, у формі тканини.
2. Створити пішохідні доріжки природними матеріалами, такі як дерево або камінь.
3. Зони для занять з домашніми тваринами, оздоблені природними матеріалами та включають інтерактивні елементи для ігор тварин, такі як тунелі, бар'єри та інші.
4. Освітлення – для забезпечення безпеки та зручності вночі чи в темну пору. Для цього можна використовувати енергоефективні сонячні ліхтарі.

5. Слід передбачити лавки або ж гойдалки, щоб гості могли поспілкуватися і насолодитися краєвидом.

Мережа pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» може надавати низку послуг, спрямованих на комфортний і простий відпочинок для гостей та їхніх домашніх тварин. Щоб на початковому рівні мінімізувати витрати та полегшити реалізацію, до пропонованих послуг включено лише базові елементи. Такий підхід дозволить створити привабливий туристичний продукт, який буде простим у впровадженні та підтримці.

Основна послуга – надання комфортного проживання в окремих будиночках. Загалом планується 16 будиночків для проживання, кожен з яких може вмістити до чотирьох осіб, а також дозволяється проживання з домашніми тваринами, отже, максимальна кількість гостей – 64 особи. Інтер'єри оформлені в традиційній українській естетиці, але з сучасними зручностями: двоспальні ліжка, кухня із базовою технікою та приладдям, санвузол та зони для улюбленців (м'які лежанки, миска для їжі та води, туалет). Таким чином, житло забезпечить всім необхідним для життя і відпочинку, без значних інвестицій у створення додаткової інфраструктури.

Мережа «Аськів Хутір» пропонуватиме різноманітні варіанти харчування як для гостей, так і для їх домашніх улюбленців, забезпечуючи максимальний комфорт і задовольняючи індивідуальні потреби в такому форматі:

- Гості матимуть можливість зайнятись самостійним приготуванням з власних продуктів на оснащених кухні. Також є зручна служба доставки від перевірених місцевих ресторанів, з якими у нас є попередні домовленості про партнерство, і гості отримають знижки: м. Боярка – гастро-кафе «Свої», с. Липняк – кафе «Червона калина»; с. Горянівське – кафе «Озерище». Замовлення можна робити на вимогу або заздалегідь узгодити час доставки, що дозволить відпочивальникам насолодитись смачною їжею в комфорті власного будинку.

- Домашнім улюбленцям надається спеціальна послуга, якщо під час бронювання вказати їх особливості (наприклад, сухі корми, консерви, натуральні продукти), за додаткову плату. Це рішення дозволяє уникнути незручностей, пов'язаних з транспортуванням корму, і забезпечує тваринкам необхідним харчуванням на період відпочинку.

Прокат велосипедів – це доступна і проста послуга, яка надає гостям можливість активно досліджувати околиці та проводити час, насолоджуючись природою. В м. Боярка буде 10 велосипедів, а в селах Липняк та Горянівське по 5, їх можна забронювати заздалегідь.

Вигул домашніх тварин – це послуга, що дозволяє власникам приділяти своїм чотирилапим необхідну увагу, навіть коли вони зайняті іншими справами або відпочивають. Отже, під час бронювання або під час перебування в хуторі ви можете заздалегідь визначити час і частоту прогулянок і вибрати варіант, який найкраще відповідає розпорядку дня вашого вихованця. Ця послуга надається за додаткову плату, а у вартість входить: прогулянки, безпека, індивідуальний підхід (увага та догляд пристосовані до потреб кожної тварини).

Таблиця 2.2

Бюджет проекту мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір»

Процес	Найменування робіт	Вартість
Будівництво	Закупівля земель	3 202 762 грн.
	Проекти: ескізний, архітектурний, конструктивний, опалення, вентиляції, води й каналізації на 19 будинків	118 300 грн.
	«Коробка»	8 803 800 грн.

	будинків (робота і матеріали)	
	Фасад будинків (робота і матеріали)	2 481 385 грн.
	Ремонт і меблювання 19 будинків (робота і матеріали)	26 145 000 грн.
Інфраструктура території	Озеленення площі (рулонний газон)	399 000 грн.
	Пішохідні доріжки	87 000 грн.
	Інтерактивний майданчик для домашніх тварин (3 майданчики)	369 300 грн.
	Освітлення (на сонячних батареях)	105 600 грн.
	11 лавок	40 370 грн.
Документація	Реєстрація ТОВ, касових апаратів, ліцензування, дозволи	83 700 грн.
Рекламна кампанія	Визначення цільової аудиторії, розробка стратегії просування, запуск рекламної кампанії	164 000 грн.
Загальна початкова сума:		42 000 217 грн.

Слід зазначити, що наданий бюджет краще розглядати як приблизний, оскільки сума може змінюватися через різні фактори в наш час. Зокрема, зміни

на фінансових ринках та інші економічні чинники можуть вплинути на вартість матеріалів, послуг та інших ресурсів, необхідних для впровадження мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір». Крім того, враховуючи конкретні умови на місці, які можуть виникнути, можливі додаткові витрати на інфраструктуру, комунікації або заходи з благоустрою.

Отже, сформульована ідея, мета, місія базується на основі бажання створити приємне середовище для відпочинку з домашніми улюбленцями, зберігаючи при цьому українські культурні традиції. Проект створення та облаштування мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» орієнтований на власників домашніх улюбленців, які прагнуть якісного відпочинку в природному середовищі. Акцент на дизайні будинку, мінімальний ландшафтний дизайн і ретельно підібрані послуги роблять його привабливим і доступним, а розроблений бюджет відображає основні витрати, необхідні для реалізації концепції, та забезпечує виконання ключових елементів і завдань проекту.

2.3. Маркетинговий план просування мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір»

Ефективне просування мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» на ринку туризму як особливої локації для відпочинку з домашніми тваринами є ключовим елементом для успішного його запуску та залучення цільової аудиторії. Враховуючи зростання інтересу до pet-туризму, необхідна розробка маркетингового плану для забезпечення максимального охоплення потенційних клієнтів та підвищення обізнаності про послуги мережі.

Аналіз конкурентів дозволяє побачити, що в Україні активно розвивається ринок pet-friendly закладів розміщення: з'являється все більше готелів, хостелів та котеджів, які приймають гостей з домашніми тваринами. Однак більшість з них обмежуються стандартними умовами й часто не повністю відповідають потребам господарів та чотирилапим улюбленцям, а саме: стандартна практика

стягнення додаткової плати за проживання з тваринами без інших послуг, відсутні чи обмежені зони вигулу, базові душові для тварин, аптечки, можливість індивідуального харчування для них, більш суворі правила перебування.

Серед основних учасників цього сегменту ринку можна виділити наступні:

1. Готелі, де дозволено проживання з домашніми тваринами, у великих містах. Як правило, в таких закладах розміщення створені базові умови для проживання з тваринами, а саме: зони для вигулу, які в більшості не мають спеціально обладнаних майданчиків; послуги, проте з обмеженим дозволом на проживання без додаткових зручностей, таких як спеціальне харчування або ігровий майданчик; є правила проживання, але також може стягуватися додаткова платня або застава. Наприклад: Radisson Blu Hotel в Києві, готель Optima в Сумах чи Abri Hotel в Дніпрі.
2. Приватна власність і котеджі. Ці місця популярні серед туристів, які шукають відпочинку на природі, але рівень сервісу та в більшості занедбані умови проживання для власників домашніх тварин часто є низьким, що спричиняє дискомфорт і незручності. Наприклад: комплекс «Танява» чи садиба «Лапландія». В заміському комплексі «Бобриця Дача» під Києвом домашніми тваринами визнаються тільки собаки декоративних і дрібних порід до 12 кг і зростом близько 15-30 см у холці, натомість у мережі «Аськів Хутір» ми пропонуємо зняти це обмеження, оскільки вважаємо, що якщо власник може нести відповідальність за тварину вдома, то так само може гарантувати власну безпеку, оточуючих та безпеку тварини під час відпочинку.
3. Онлайн-платформи оренди житла (DімPia, Booking.com, OLX-Нерухомість, Airbnb). Вони пропонують велику кількість варіантів розміщення, але мають такі проблеми: обмежений контроль якості, що

може негативно вплинути на комфорт гостей; відсутність інтегрованих послуг для тварин, бо рівень дружнього ставлення до тварин дуже різниться, оскільки орендодавці самостійно вирішують, чи дозволяти проживання з домашніми улюбленцями.

Виходячи з цього, виділимо основні переваги проєкту створення та облаштування мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір»:

1. Орієнтація на мандрівників з домашніми улюбленцями – унікальна особливість проєкту, з автентичним розміщенням та спеціально обладнаними зонами. Це відрізняє його від звичайних готелів.
2. Розташування в мальовничих місцях та вибір етнічного формату хутора, що пропонує автентичний досвід українського способу життя, поєднуючи сучасний комфорт та культурні традиції.
3. Вибір натуральних матеріалів для будівництва та мінімізація втручання в природне середовище, що звертає увагу на підтримці проєкту принципів екотуризму. Використовуючи озеленення, натуральний газон та місцеві ландшафтні особливості, він також сприяє збереженню природи та естетичному вигляду кожного хутору.
4. Формат невеликого будиночка в приватному місці дозволяє уникнути великого скупчення людей і створює атмосферу усамітнення та комфорту.
5. Співпраця з місцевими кафе чи ветеринарними клініками призводить до позитивних змін місцевої економіки, сприяючи просуванню локальних товарів і послуг.

Безпосередні маркетингові задачі, які необхідно вирішити для виходу на ринок:

1. За допомогою прямого маркетингу, таргетованої реклами в соціальних мережах та співпраці з блогерами і партнерами в секторі pet-туризму, привернути увагу потенційних клієнтів, таких як сім'ї з домашніми тваринами, любителі природи та ентузіасти української культури.

2. Створити стійкий імідж хуторів «Аськів Хутір» як мережі справді дружніх до тварин місць відпочинку для гостей.
3. Використання потенціалу інфлюенс-маркетингу (запрошення зірок, що мають домашніх улюбленців протестувати заклади мережі).
4. Підвищити усвідомлення унікальності послуг та звернути особливу увагу на специфіку проєкту, таку як індивідуальний підхід до потреб домашніх тварин, наявність вибору кормів, послуги з догляду за тваринами та доступ до упорядкованих природних територій.
5. Досягти збільшення кількості бронювань, як в сезон, так і поза ним, завдяки проактивному просуванню для різних груп клієнтів, індивідуальним акціям та спеціальним пропозиціям, щоб сприяти стабілізації показників і підвищити прибутковість.
6. Забезпечити лояльність клієнтів за допомогою різноманітних програм, знижок для постійних клієнтів та персоналізованого обслуговування. Це допоможе підвищити повторний зворотний зв'язок та збільшить кількість користувачів завдяки рекомендаціям.

Брендинг є важливим елементом маркетингового плану, який допомагає підвищити обізнаність та сформувати емоційний зв'язок з цільовою аудиторією. Перш за все, ми розробили логотип проєкту створення та облаштування мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» (рис. 2.19). Він стане ключовим візуальним елементом бренду, що підкреслюватиме унікальність та автентичність хутора у кожному регіоні, а також використання його в усіх аспектах реклами, соціальних мережах, сувенірній продукції та вивісках створить цілісний і легко впізнаваний образ мережі. При його розробці ми звернули увагу на такі основні елементи:

1. Колірна палітра у природних зеленому та жовтому кольорах, символізує спокій, тепло та гармонію з природою. Зелений колір асоціюється з

екологічністю та атмосферою лісу, що чекає на гостей, а жовтий – із затишком.

2. Зображення будинку показує гостинність хуторів та те, що це не просто місце для проживання, а комфортний дім, де гості можуть відпочити та відволіктися від міської метушні.
3. Елемент лапки з серцем фокусується на головній ідеї проекту: pet-friendly. Такий символ одразу викликає асоціацію з цим сегментом гостинності та показує, що ми надаємо послуги для комфорту чотирилапих, а серце – ознака любові та турботи про них.
4. Декоративна гілочка є символом природи, автентичності та сталості, що підкреслює ідею близькості до природи.



Рис. 2.19. Логотип мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір»

В брендингу також важливим є позиціонування проекту за допомогою ключових повідомлень. Усі рекламні матеріали можуть містити короткі, але емоційні слогани, які підкреслюють екологічність, комфорт та можливість проведення часу з домашніми улюбленцями. Наш слоган: «Відпочинок у гармонії для тебе і твого чотирилапого друга». Він підкреслює, що перебування в мережі хуторів «Аськів Хутір» – для всіх, хто шукає комфортне місце для відпочинку зі своїми домашніми улюбленцями та підкреслює свободу перебування людей з тваринами без упереджень і труднощів, які часто виникають у звичайних готелях чи кемпінгах.

Ще одним значущим елементом маркетингового плану є вибір провідних комунікаційних каналів. Нижче наведені потенційні канали для реклами та просування нашого проекту створення та облаштування мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір»:

1. Соціальні мережі, які є прямим каналом комунікації зі споживачами та дозволяють налагодити взаємодію з клієнтами, зрозуміти їхні потреби та побажання, підвищити задоволеність та лояльність. Ми обрали Instagram, де будемо публікувати фотографії і відео будиночків, території хуторів та навколо них, візуально оформлювати послуги, які надаватимемо, події та гостей, звичайно ж за їх згодою. Крім цього, популярний наразі TikTok, де використовуватимемо короткометражний кумедний і лояльний відеоконтент з тваринками чи гостями, а також, наприклад, різноманітні поради для туристів з домашніми улюбленцями.
2. Заздалегідь створений власний вебсайт, який буде візуально привабливим та зручним у користуванні як з комп'ютерів, так і з телефонів. Його буде наповнено корисною інформацією та надано можливість бронювання будинків та послуг. Також буде можливість написання відгуків та надано контактний телефон з електронною поштою, за якими можна буде зв'язатись для обговорення будь-яких питань стосовно відпочинку.

3. Реєстрація на багатьох онлайн-платформах з бронювання, де зможемо залучити аудиторію, яка шукає варіант проживання з домашніми улюбленцями.
4. Постійна співпраця з популярними блогерами, які часто мають змогу подорожувати з пухнастими. Ми запропонуємо зробити огляд, а також провести спільний конкурс серед підписників на отримання однієї безплатної доби проживання на території хутора.
5. Завдяки інтернет-маркетингу розмістимо рекламу у вигляді афіші (рис. 2.20) та посилання на наш вебсайт і контакти на туристичних вебсторінках, а саме: туристично-культурний хаб «Київ Цифровий», «Відвідайте Суми», а також «Мандруй Україною» саме у розділі з Дніпропетровською областю.



Рис. 2.20. Афіша для туристичних вебсторінок

Таблиця 2.3

Орієнтовний бюджет маркетингової кампанії

Послуги	Вартість
Таргетована реклама	16 680 грн/міс.
Ведення сторінки Instagram, TikTok	37 530 грн/міс.
Співпраця з інфлюенсерами	210 000 грн.
Розробка логотипа з лого букром	8000 грн.
Розробка дизайн-макету афіші	500 грн.
Розробка стратегії просування	6255 грн.

Запуск рекламної кампанії	6255 грн/міс.
Загальна орієнтовна сума:	285 220 грн.

Таким чином, маркетинговий план з просування проєкту створення та облаштування мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» базується на аналізі наших конкурентів та визначенні ключових переваг, таких як комфортне середовище та дружня атмосфера для тварин. Чітко визначені маркетингові цілі сприяють ефективному брендингу та впізнаваності, а для залучення цільової аудиторії використовується низка каналів просування, включаючи соціальні мережі, власний вебсайт, співпраця та інтернет-маркетинг.

Висновки до Розділу 2

Таким чином, аналіз сегменту pet-туризму України підтвердив, що цей напрямок є перспективним і відповідає сучасним туристичним тенденціям, попри те, що ринок послуг відпочинку з домашніми тваринами знаходиться на стадії розвитку. Не враховуючи, що в розвитку інфраструктури, сприятливої для розміщення людей з домашніми тваринками, існують певні труднощі, можливості відкривають великі перспективи для цієї галузі, через це створення і розвиток мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» якраз засноване на тенденції гуманізації домашніх тварин і відповідає потребам сучасного ринку.

Концепція проєкту створення та облаштування мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» фокусується на важливих аспектах, в яких визначаються ідея, мета і місія. Цей проєкт створює унікальну в Україні мережу хуторів, де дозволено проживання з домашніми тваринами, і забезпечує комфортні умови, в яких туристи та їхні чотирилапі друзі можуть відпочивати разом. Також в ній визначені основні завдання, спрямовані на цільову аудиторію, дизайн будиночків, спектр послуг, що надаються і розрахунок бюджету, необхідного для реалізації.

Розроблений маркетинговий план спрямований на успішний вихід проєкту «Аськів Хутір» на ринок зоотуризму, залучення цільової аудиторії та створення позитивного іміджу бренду. Аналіз конкурентів показує можливість створення унікальної пропозиції, а наші рекламні стратегії включають використання соціальних медіа, співпраця з впливовими особами та інтернет-маркетингу для залучення більшої кількості клієнтів за допомогою персоналізованих підходів та маркетингових рішень.

ВИСНОВКИ

Pet-туризм є наслідком еволюції статусу домашніх тварин від простих компаньйонів до істинних членів сім'ї, які можуть супроводжувати людей у подорожах, це відображено в його історії. Сприйняття та організація подорожей з тваринами раніше вважалась рідкістю, проте з часом все змінилося. Поступове залучення авіакомпаній, готелів та інших секторів туризму до реалізації ініціатив «дружніх до домашніх тварин» відображає трансформацію цього напрямку в туризмі. Сучасні спеціалізовані агенції пропонують широкий спектр послуг для забезпечення комфортного та безпечного відпочинку, тож pet-туризм

став важливою частиною індустрії подорожей через бажання задовольнити потреби власників і забезпечити комфортне перебування їхніх домашніх тварин.

Pet-туризм пропонує можливість подорожувати з тваринами та має особливу інфраструктуру, яка відображає зміни у ставленні людей до тварин і сприяє здоров'ю і добробуту як власників, так і домашніх вихованців. Однією з важливих особливостей цього напрямку є концепція «pet-friendly», яка забезпечує належний сервіс і надає можливість проживання, перебування і подорожей з тваринами. Існування різних спеціалізованих об'єктів і послуг для тварин, ветеринарна підтримка, доступність і правові норми також відіграють важливу роль у забезпеченні комфорту і безпеки під час подорожі.

Велика частина pet-friendly готелів розробляє спеціальні програми, щоб зробити перебування максимально привабливим як для вихованця, так і для його власника, проте туристу важливо перевіряти всю необхідну інформацію перед поїздкою, оскільки в кожному такому закладі можуть бути свої правила й обмеження. Окрім цього, дотримання етикету в громадських місцях також є важливим для забезпечення безпеки тварин, їхніх власників і навколишнього середовища, а також для створення позитивного іміджу зоотуризму.

Pet-туризм в Україні знаходиться на початковому етапі розвитку, але загальна динаміка відповідає загальносвітовим трендам, що підтверджує перспективність цього напрямку. Всупереч тому, що ринок туристичних послуг з чотирилапими друзями все ще перебуває на початковій стадії розвитку та є певні труднощі з розбудовою відповідної інфраструктури, потенціал його розширення досить великий. Обмежена кількість закладів, які забезпечують якісні умови відпочинку для тварин, та потреба у перебуванні та насолоді природним середовищем робить проєкт створення та облаштування мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» актуальним та перспективним. Ідея поєднання уваги до культурних традицій і сучасних потреб туристів сприятиме розвитку екологічного та внутрішнього туризму в Україні.

В основу концепції мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» покладено ідею забезпечення комфортного та якісного відпочинку туристів та їхніх домашніх улюбленців зі збереженням українських культурних традицій. Метою та місією проекту є створення унікального середовища, яке відповідає сучасним трендам подорожей та потребам цільової аудиторії – власників домашніх тварин. Він також включає розробку оригінального дизайну будиночків, озеленення, підбір послуг з урахуванням потреб людей і їх тварин, планування бюджету основних витрат. Все це забезпечує ефективну реалізацію місії проекту, наголошуючи на комфорті, доступності та екологічності відпочинку в природному середовищі.

Маркетинговий план проекту розроблений таким чином, щоб забезпечити його успішне входження у сферу зоотуризму, формування впізнаваного бренду та активне залучення цільової аудиторії. Аналіз конкурентів робить видимими основні переваги проекту, такі як комфортні умови для відпочинку з домашніми тваринами, унікальний дизайн і доброзичлива атмосфера. Для досягнення маркетингових цілей необхідно використовувати сучасні інструменти та стратегії просування: акцент на соціальних мережах, розробка вебсайту, співпраця з інфлюенсерами, таргетована реклама та ефективний прямий маркетинг. Такий підхід забезпечить персоналізоване охоплення клієнтів і задоволення їхніх потреб.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Золотаревська М. С. Особливості розвитку рет-туризму у сучасності. Збірник студентських наукових праць приурочений 160-річчю від дня народження видатного науковця у галузі біологічних наук, професора Й. К. пачоського : Студент. наук. конф., м. Умань, 25 квіт. 2024 р. Умань, 2024. С. 30–32. (дата звернення: 02.11.2024).
2. Золотаревська М. С. Проект мережі pet-friendly хуторів «Аськів Хутір» як відповідь на тренди сучасності. Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку : Всеукр. науково-практ. інтернет-конф., м. Умань, 31 жовт. 2024 р. Умань, 2024. (дата звернення: 01.11.2024).
3. Калькулятор вартості проєкту. ЄвроДім. URL: <https://evrodom.kh.ua/uk/kalkulyator-stoimosti-proekta> (дата звернення: 12.10.2024).
4. Калькулятор ремонту квартири з матеріалами. svoistiny.com.ua. URL: <https://svoistiny.com.ua/kalkulyator/> (дата звернення: 13.10.2024).
5. Калюжна С. Відповідальність: як законом регулюється вигул тварин. suspilne.media. URL: <https://suspilne.media/cherkasy/38950-vidpovidalnist-ak-zakonom-reguluetsa-vigul-tvarin/> (дата звернення: 30.10.2024).
6. Ліцензія на будівельну діяльність в Україні | ключ до бізнесу. Ключ до Бізнесу. URL: https://key2biz.com.ua/otrymannya-litsenziy/litsenziya-dlya-budivnytstva/?gad_source=1&gbraid=0AAAAAoTF6LwmB9v6n_M3buTdJkq_6kWWt (дата звернення: 15.10.2024).
7. Миттєвий розрахунок кошторису. facad.pro/calculator. URL: <https://facad.pro/calculator.html> (дата звернення: 14.10.2024).
8. Навчально-методичний посібник «Актуальні проблеми туризму і сфери послуг» (для студентів спеціальності 242 «Туризм» (усіх форм

- навчання)) / укл. Ю.В.Макогон, К.В.Осипенко – Маріуполь : МДУ, 2021 – 168 с. (дата звернення: 31.10.2024).
9. Налаштування реклами ціна 2024. Скільки коштує контекстна, таргетована реклама під ключ Київ, Харків, Одеса, Дніпро. Прайс вебстудії АйФіш. iFish айфіш створення сайтів просування дизайн виготовлення Київ, Дніпро, Україна. URL: <https://ifish.com.ua/ua/tsiny-na-prrc/> (дата звернення: 15.11.2024).
- 10.Оголошення OLX.ua: сервіс оголошень України – купівля/продаж бу та нових товарів, різноманітні послуги на сайті OLX.ua. Оголошення OLX.ua: сервіс оголошень України – купівля/продаж бу та нових товарів, різноманітні послуги на сайті OLX.ua. URL: <https://www.olx.ua/uk/> (дата звернення: 02.10.2024).
- 11.Перевезення тварин різними видами транспорту | artius. ARTIUS. URL: <https://artius.ua/novini/statti/perevezennya-domashnih-tvarin.html> (дата звернення: 31.10.2024).
- 12.Правила проживання з домашніми тваринами | Бобриця Дача. Бобриця Дача. URL: https://bobritsadacha.com/pets_rules/ (дата звернення: 19.10.2024).
- 13.Про благоустрій населених пунктів : Закон України від 06.09.2005 № 2807-IV : станом на 9 лип. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2807-15#Text> (дата звернення: 09.10.2024).
- 14.Про внесення змін до статті 22 Закону України «Про туризм» (щодо готельних послуг, пов'язаних з домашніми тваринами проживаючих). ips.ligazakon.net. URL: https://ips.ligazakon.net/document/JI02936I?utm_source=buh.ligazakon.net&utm_medium=news&utm_content=cons12&utm_ga=2.152711226.203742912.1731853076-

[2141638928.1731853076#_gl=1*538t08*_gcl_au*MTY3NzUxNTgyNy4xNzUxODUzMDc1](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2141638928.1731853076#_gl=1*538t08*_gcl_au*MTY3NzUxNTgyNy4xNzUxODUzMDc1) (дата звернення: 09.10.2024).

15. Про затвердження Правил транспортування тварин : Постанова Каб. Міністрів України від 16.11.2011 р. № 1402 : станом на 4 жовт. 2023 р.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1402-2011-п#Text> (дата звернення: 08.10.2024).
16. Реєстрація юридичних осіб (ТОВ та ПП), вартість послуги в ЦБА. ЦБА.
URL: <https://cba.net.ua/reestratsiya-yuridichnih-osib-tov-ta-pp/> (дата звернення: 14.11.2024).
17. Реклама в українських Instagram блогерів – усе про вартість, формати співпраці та користь для бренду. Webpromo. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/reklama-v-ukrayinskih-instagram-blogeriv-use-pro-vartist-formati-spivpraci-ta-korist-dlya-brendu/#:~:text=прайс%20на%20рекламу%20у%20лайфстайл,на%20суму%20від%20750%20грн> (дата звернення: 16.11.2024).
18. Сеньків М., Кияниця М. Сучасний стан pet-friendly туризму у світі та перспективи його розвитку в Україні. Економіка та суспільство. 2022. № 44. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-97> (дата звернення: 17.10.2024).
19. Скільки в Україні пропозицій під оренду pet-friendly житла – результати дослідження (ІНФОГРАФІКА) | Будівничий портал BuildPortal. budport.com.ua. URL: <https://budport.com.ua/news/27559-skilki-v-ukrajni-propoziciyu-pid-orendu-pet-friendly-zhitla-rezultati-doslidzhennya-infografika> (дата звернення: 12.11.2024).
20. Ціни на ландшафтний дизайн, благоустрій та озеленення – Київ 2021 » Стаффаж. Стаффаж. URL: <https://staffage.ua/landshaftnyj-dizajn-prajs-lyst/> (дата звернення: 12.11.2024).

21. Як залучити більше клієнтів через рекламу: успішні стратегії для вашого бізнесу. londonproduct.academy. URL: <https://www.londonproduct.academy/post/yak-zaluchiti-bilshe-kliientiv-cherez-reklamu-uspishni-strategiyi-dlya-vashogo-biznesu> (дата звернення: 17.11.2024).
22. 2asaIt. У якому регіоні України орендодавці найменше люблять жильців з тваринками. dev.ua. URL: <https://dev.ua/news/uanimals-ta-dimria-1696418678> (дата звернення: 08.11.2024).
23. Abroad P. The History of Pet Travel Agencies. Medium. URL: <https://medium.com/@petsabroadrsa/the-history-of-pet-travel-agencies-b5dc88234d75> (дата звернення: 21.10.2024).
24. An Analysis of the Demand for Tourist Accommodation to Travel with Dogs in Spain / J. E. Ramos-Ruiz та ін. Societies. 2024. Т. 14, № 2. С. 18. URL: <https://doi.org/10.3390/soc14020018> (дата звернення: 23.10.2024).
25. Carry My Pet. Pet Transportation Service India | Carry My Pet | Pan India Delivery. URL: <https://www.carrymypet.com/evolution-of-pet-travel> (дата звернення: 19.10.2024).
26. Chen Y., Schänzel H. Accommodating travellers with pets. Hospitality Insights. 2019. Т. 3, № 1. С. 10–11. URL: <https://doi.org/10.24135/hi.v3i1.51> (дата звернення: 20.10.2024).
27. Documentation and Tips. Documentation and Tips. URL: <https://turismo-responsable.com/en/s53-documentation-and-tips> (дата звернення: 18.10.2024).
28. Greece in Top 20 Countries with Most Pet-friendly Hotels | GTP Headlines. GTP Headlines. URL: <https://news.gtp.gr/2020/01/31/greece-top-20-countries-most-pet-friendly-hotels/> (дата звернення: 23.10.2024).
29. Increasing pet-friendly travel options: a growing trend in 2024 – paws en route. Pet Transportation & Relocation Toronto | IPATA Agents – Paws en route. URL: <https://www.pawsenroute.com/post/increasing-pet-friendly-travel->

- options-a-growing-trend-in-2024#:~:text=Changing%20attitudes:%20Pets%20are%20increasingly,options%20that%20include%20their%20animals (дата звернення: 29.10.2024).
30. Pet Tourism in the UK: Exploring the Growing Trend. Walter Geering. URL: https://www-waltergeering-co-uk.translate.goog/blog/pet-tourism-in-the-uk-exploring-the-growing-trend/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc (дата звернення: 26.10.2024).
31. Pet tourism: motivations and assessment in the destinations / A. Hidalgo-Fernández та ін. Consumer Behavior in Tourism and Hospitality. 2023. URL: <https://doi.org/10.1108/cbth-06-2022-0132> (дата звернення: 17.10.2024).
32. Pet travel – Wikipedia. Wikipedia, the free encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Pet_travel#:~:text=Pet%20travel%20is%20the%20process,IATA%20regulated%20for%20air%20travel (дата звернення: 14.10.2024).
33. RE:ukraine villages. RE:Ukraine Villages. URL: <https://villages.reukraine.org/> (дата звернення: 03.11.2024).
34. Shadow S. Pet-Friendly Hotels Guide. HowStuffWorks. URL: <https://animals.howstuffworks.com/pets/pet-travel/pet-friendly-hotels.htm> (дата звернення: 24.10.2024).
35. The History of Pet Travel and Traveling with a Pet. Pet Travel | Domestic & International Dog and Cat Transport. URL: https://www.pettravel.com/history_pet_travel.cfm (дата звернення: 20.10.2024).
36. Voyager Dog Harnesses. Pet etiquette in public places: how to navigate shared spaces. VOYAGER Dog Harnesses. URL: <https://voyagerharness.com/blogs/news/pet-etiquette-in-public-places-how-to-navigate-shared-spaces?>

srsltid=AfmBOoqnMZVwDOK9afWRt5CfmRgKJw9BaoO4PM-
dbifSm_i_C3GSnwyB (дата звернення: 30.10.2024).