

<https://doi.org/10.31891/2307-5732-2025-355-53>

УДК 640.43+636.045

МАМЧЕНКО ЛЮДМИЛА

Національний університет харчових технологій

<https://orcid.org/0000-0003-2519-043X>e-mail: liumam@ukr.net**НІМІРІЧ ОЛЕКСАНДРА**

Національний університет харчових технологій

<https://orcid.org/0009-0005-3479-1466>e-mail: niemirichav@ukr.net**СТУКАЛЬСЬКА НАТАЛІЯ**

Національний університет харчових технологій

<https://orcid.org/0000-0001-6590-7170>e-mail: Nata777ivanova@gmail.com

СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ПОЛІТИКИ PET FRIENDLY

В статті проаналізовано іноземний та вітчизняний досвід реалізації закладами ресторанного господарства політики PetFriendly як відображення її концептуальної сутності та способу забезпечення лояльності клієнтів.

У багатьох країнах, включаючи Україну, проявом тенденції до загальної гуманізації суспільства та зростання добробуту є збільшення частки людей, які тримають домашніх тварин. Дана категорія людей часто розглядає своїх улюбленців як своєрідних членів родини, яким приділяється значна увага та час, включаючи проведення дозвілля з відвідуванням закладів ресторанного господарства. Доведено, що лояльне ставлення з боку ЗРГ до клієнтів з домашніми тваринами є важливим елементом забезпечення конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу в цілому.

На основі аналізу фактичного матеріалу доводиться, що в США та країнах Європейського Союзу певна частка закладів ресторанного господарства взагалі закладає політику PetFriendly у якості важливого складового елементу загальної концепції закладу, наслідком чого є заснування кафе з орієнтацією виключно на клієнтів з домашніми улюбленцями.

Авторами також проаналізовано досвід закладів ресторанного господарства України, які впроваджують політику PetFriendly. Встановлено, що найбільша частка відповідних підприємств цілком зрозуміло спостерігається у великих містах, як Львів, Київ та Одеса.

Зазначена проблема також є актуальною для України, а її найшвидше вирішення дозволить в оптимальний спосіб врегулювати наявні та можливі колізії інтересів власників домашніх тварин з іншими відвідувачами ЗРГ, а також забезпечити дотримання усіх вимог та стандартів HACCP.

Усвідомлення власниками та менеджментом ЗРГ вагомості цільової групи клієнтів, що підтримує принципи PetFriendly, дозволяє використати відповідну політику як важливий спосіб забезпечення конкурентних переваг на ринку ресторанних послуг. Основними викликами при цьому є дотримання необхідних правил для забезпечення комфорту всіх відвідувачів, вірна організація простору, а також додаткове навчання персоналу з обслуговування відвідувачів та уникнення (розв'язання) ймовірних проблемних ситуацій.

Ключові слова: ресторанна справа, послуги, сучасні концепції, ресторанний бізнес, pet friendly, обслуговування.

МАМЧЕНКО ЛЮДМИЛА, НИМІРІЧ ОЛЕКСАНДРА, СТУКАЛЬСЬКА НАТАЛІЯ

National University of Food Technologies

MODERN CONCEPTS OF THE RESTAURANT INDUSTRY AND THE IMPLEMENTATION OF PET-FRIENDLY POLICIES

The article analyzes foreign and domestic experience in the implementation of pet-friendly policies by restaurant establishments as a reflection of their conceptual essence and a way to ensure customer loyalty.

In many countries, including Ukraine, an increase in the number of people who keep pets reflects a general trend toward the humanization of society and rising standards of living. This category of people often treats their pets as full-fledged family members, devoting considerable time and attention to them, including spending leisure time at restaurant establishments.

It is shown that a loyal attitude from restaurant businesses toward customers with pets is an important element in ensuring the competitiveness of the hotel and restaurant industry as a whole.

Based on the analysis of factual material (empirical data), it is argued that in the United States and European Union countries, a certain share of restaurant establishments incorporate pet-friendly policies as a key element of their overall concept, which has led to the emergence of cafés specifically oriented toward customers with pets.

The authors also analyze the experience of Ukrainian restaurant establishments implementing pet-friendly policies. It was found that the largest share of such businesses is understandably concentrated in large cities such as Lviv, Kyiv, and Odesa.

This issue is also relevant for Ukraine, and its timely resolution would help effectively manage existing and potential conflicts of interest between pet owners and other patrons, as well as ensure compliance with all HACCP requirements and standards.

Awareness among restaurant owners and managers of the value of the pet-friendly customer segment enables the strategic use of these policies as a competitive advantage in the restaurant services market. Key challenges in this context include adherence to necessary guidelines for ensuring comfort for all guests, the proper organization of space, and additional staff training to manage customer service and resolve potential conflicts.

Keywords: restaurant business, services, modern concepts, restaurant industry, pet-friendly, service.

Стаття надійшла до редакції / Received 27.05.2025

Прийнята до друку / Accepted 26.06.2025

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

У сучасному світі вимоги споживачів, технологічні інновації та глобальні виклики формують нові тренди, які змінюють підходи до кулінарії. Це все спонукає до створення потенціалу для розвитку ресторанної справи та удосконалення комплексу послуг, що надаються закладами ресторанного господарства.

Досліджуючи концептуальні особливості розвитку сучасного ринку закладів ресторанного господарства можна виділити основні принципи та тренди, які розглянемо нижче.

Все більше споживачів віддає перевагу екологічним продуктам, а саме впливу харчової промисловості на довкілля. Заклади ресторанного господарства все частіше обирають органічні продукти, зменшують харчові відходи та використовують еко-упаковку. Підтримка локальних фермерів і постачальників також стає важливим аспектом цього тренду.

Збільшення попиту на веганські та рослинні страви. У меню закладів все більше з'являється заміників м'яса, молочних продуктів і навіть морепродуктів. Страви на основі нуту, сочевиці, тофу та рослинних білків приваблюють не тільки веганів, але й людей, які шукають здорову альтернативу традиційній кухні.

Широке використання ферментованих продуктів харчування, а все через те, що вони не лише надають унікальний смак, але й корисні для здоров'я. Ферментовані продукти є природним джерелом пробіотиків.

В останні роки набирає популярності використання локальних продуктів. Все більше рестораторів при розробці концепції закладу та меню звертаються до регіональних традицій, пропонуючи гостям автентичні смаки. Це дозволяє не лише підтримувати місцевих виробників, але й створювати унікальний досвід для клієнтів.

Сучасний ритм життя сприяє розвитку хмарних кухонь, які працюють виключно на доставку. Зручні сервіси замовлення їжі та швидка доставка залишаються невід'ємною частиною гастрономії сучасного ресторанного бізнесу. Тому, заклади активно адаптують своє меню під дану тенденцію.

Ще одним з цікавих трендів є організація фуд-холів, де під одним дахом можна знайти різні кухні світу, стають центрами гастрономічного життя. У 2025/2026 роках очікується зростання популярності кулінарних колаборацій, коли шеф-кухарі об'єднують свої зусилля для створення унікальних меню [1].

Також, креативна подача страв стає важливішою, ніж будь-коли. Незвичні комбінації смаків, естетично оформлені тарілки та акцент на кольорах привертають увагу гостей та стають популярними у соціальних мережах.

Проте здорове харчування залишається одним із головних пріоритетів. У меню ресторанів з'являється більше страв з функціональними продуктами: пробіотиками, суперфудами, рослинними білками, антиоксидантами. Такі інгредієнти не лише корисні, але й чудово вписуються у сучасну кухню.

І до останнього тренду можна віднести використання натуральних мінімально оброблених продуктів, без додавання штучних консервантів, барвників та ароматизаторів. У цьому напрямку популярні цільні зерна: гречка, булгур, овес. Натуральні солодощі: на основі фініків, меду, кокосового цукру. Олії холодного віджиму: оливкова, лляна, авокадо [2].

Впровадження даних трендів у концепцію закладів ресторанного бізнесу спонукатиме до розширення кола споживачів і збільшення прибутку закладу.

Однак, окрім застосування сучасних трендів харчування в закладах ресторатори вивчають, аналізують та намагаються впровадити і нові методи обслуговування та надання додаткових послуг.

Аналіз досліджень та публікацій

Дослідженням сучасних форм організації обслуговування та впровадження інноваційних послуг в закладах ресторанного господарства займаються такі вчені як А.І. Усіна, Т.П. Кононенко, А.М. Расулова, Т.С. Литвиненко, О.М. Григоренко, Н.В. Польстяна, І.В. Хваліна, О.Л. Іванік, Г.Б. Мунін, А.О. Змійов, Н.О. П'ятницька, Г.Т. П'ятницька, М.Л. Світлична, Л.В. Лукашова, О. Польова та ін. Хоча концепція pet friendly є однією з перспективних інновацій на ринку ресторанних послуг, її подальше систематичне дослідження є необхідним.

Формулювання цілей статті

Метою роботи є: аналіз іноземного та вітчизняного досвіду реалізації закладами ресторанного господарства політики PetFriendly як відображення її концептуальної сутності та способу забезпечення лояльності клієнтів.

Виклад основного матеріалу

Однією з сучасних і затребуваних послуг є відвідування закладів ресторанного господарства з домашніми улюбленцями. Опосередкованим проявом добробуту населення, а також розвитком соціально-орієнтованих суспільств є зростання гуманного ставлення до тваринного світу та збільшення кількості власників домашніх тварин, насамперед у містах.

Нажаль, через воєнний стан вже тривалий час в Україні відсутня достеменні відомості щодо кількості домашніх тварин, в тому числі собак. Однак, за оцінками Euromonitor International, в Україні станом на

початок 2024 року орієнтовно нараховувалось 17,58 млн домашніх улюбленців, з них 7,14 млн котів та 4,55 млн собак. Решта (у межах 650–770 тис.) доводиться на пернатих, рептилій та гризунів [3].

Задля отримання коректних статистичних даних, які необхідні насамперед для організації боротьби з розповсюдження хворіб, Україна запускає Єдиний державний реєстр домашніх тварин, який є цифровою базою даних, що створена на платформі Дія. Engine [4].

При цьому враховується, що домашні тварини перетворились на своєрідних членів родин, на яких витрачається багато часу (для догляду та дозвілля), а також фінансових ресурсів. Відповідне ставлення до собак за кордоном виявляється навіть у лінгвістиці. Людей, з якими вони живуть майже офіційно називають «parent», тобто батько/мати.

Відповідно до дослідження «Ринок догляду за домашніми тваринами України 2025» очікується на швидке зростання витрат на відповідні цілі (корми, товари для тварин, охорона здоров'я) з \$1,176.9 млн у 2024 до \$2,142.5 млн у 2030, з середньорічним темпом зростання 10.5% протягом всього періоду 2025-2030 рр. В контексті поточної статті цільовим сегментом дослідження є власники собак, оскільки саме для них актуальними є прогулянки на свіжому повітрі з домашніми улюбленцями та відвідання закладів ресторанного господарства [5].

Заклади ресторанного господарства реагують на сучасні зміни та виклики, вони все більше орієнтовані на клієнта, його конкретні потреби та індивідуальні уподобання. Менеджмент ЗРГ розглядає дружню політику до власників собак (pet friendly) як один з інструментів залучення більшої бази клієнтів та забезпечення їх лояльності. Де-факто, позитивне ставлення до відвідувачів з собаками може надати відповідному закладу вагому конкурентну перевагу.

Слід також враховувати, що у більшості країн світу є окремі положення щодо права на відвідання ЗРГ клієнтами з обмеженими можливостями у супроводі собак-поводирів. За своєю суттю це правило стосується державних закладів, а також громадських місць, як-от бізнес, музеї, готель чи ресторан.

В країнах ЄС існує лояльна до собак практика відвідання ЗРГ, яка регламентована або ні. Наприклад, у сусідній Польщі офіційних норм, які б забороняли вхід собак до ресторанів, кафе чи барів, немає. Водночас немає норм, які б зобов'язували власників приміщень дозволяти перебування в них домашніх тварин (за винятком собак-поводирів). Однак, неприпустиме є торкання твариною будь яких товарів. Відповідно до інформації від Головної санітарної інспекції (GIS) рішення про політику щодо домашніх тварин приймає власник приміщення.

Натомість в Італії Міністерство охорони здоров'я затвердило Посібник FIPE (Італійської федерації державних закладів) з правилами відвідування собаками громадських місць, зокрема ЗРГ.

У США відповідно до правил FDA (Управління з контролю за продуктами й ліками) ЗРГ що продають, готують або подають їжу в закритих приміщеннях забороняється доступ собакам. Однак, це не стосується відкритих майданчиків, а тому станом на 2025 рік в США існує 23 штати, які відповідно до закону штату чи адміністративного регулювання дозволяють перебування собак у відкритих просторах ЗРГ [6]. При цьому, наприклад, федеральний закон США дозволяє тваринам-поводирям, якщо вони не заважають роботі ресторану перебувати у будь-якій обідній зоні.

В Україні права та обов'язки власників собак регулюються низкою законодавчих актів, серед яких основними є Закон України «Про захист тварин від жорстокого поводження» та місцеві нормативні акти. При цьому виникає певна колізія. З одного боку українське законодавство залишає питання допуску тварин в магазин/ресторан на розсуд адміністрації кожного конкретного підприємства. З іншого боку, рішення про заборону або дозвіл відвідування закладу з домашніми тваринами знаходиться у компетенції органів місцевого самоврядування. Так, досі є чинним Рішення КМР від 27.10.2007 № 1079/3912, яким затверджені «Правила утримання домашніх собак та котів у м. Києві» та «Положення про функціонування місць та зон для виходу тварин у м. Києві» [7]. Відповідно до даних нормативно-правових актів крім іншого забороняється «приводити тварин (крім собак-поводирів) у приміщення магазинів і кафе (крім спеціалізованих магазинів для тварин), об'єктів громадського харчування, установ охорони здоров'я, освіти та культури, на територію дитячих та спортивних майданчиків та здійснювати їх вихід на території цих закладів».

Актуальним є питання реалізації pet friendly підходів для подорожуючих, зокрема з туристичними цілями. Значна частка власників собак надає перевагу мандрюванню разом з вихованцями, на противагу їх тимчасовому розміщенню у готелях для тварин на період знаходження людей у подорожі. Відповідно, туристам такого зразку доводиться вирішувати питання забезпечення комфортних умов для чотирилапих супутників у комплексі, тобто знаходити варіанти розміщення, харчування та проведення дозвілля з урахуванням необхідності комфортних умов як для людей, так і тварин. Зрозуміло, що на час воєнного стану в Україні актуальність зручної інфраструктури для подорожуючих з собаками, насамперед іноземних туристів, є досить незначною. Однак, зважаючи на значний інтерес до України слід очікувати на стрімке зростання туристичного потоку у післявоєнний період, до якого необхідно готуватися заздалегідь.

Політика «pet friendly» у закладах ресторанного господарства є досить поширеною темою для обговорення в іноземних засобах інформації, а також спеціалізованих виданнях, зокрема тих, що об'єднують власників домашніх тварин. При цьому існує значна кількість соціологічних досліджень, автори яких у своїх висновках спираються на узагальнені думки респондентів. Однак, переважна кількість дослідників аналізує ставлення до цього питання з точки зору споживачів, насамперед власників домашніх тварин. Навпаки,

позиція професіоналів ресторанної справи ще не отримала необхідного узагальнення, зокрема з точки зору впливу сповідання політики *pet friendly* на комерційну результативність ЗРГ. Відмічається, що рішення про допуск домашніх тварин до ресторанних залів досить часто залежить від суб'єктивного фактору, а саме особистих уподобань власників закладів, в тому числі наявності в них власних улюбленців. Тобто відповідне ставлення адміністрації закладів досить часто не мотивоване зацікавленістю у збільшенні прибутковості.

У цьому сенсі показовою є політика ресторанів швидкого харчування, наприклад *MacDonald's*, які відповідно до правил охорони здоров'я надають перевагу питанням забезпечення гігієни та безпеки харчування, а тому забороняють перебування домашніх тварин у залах для обслуговування клієнтів. Не менш відома мережа *Starbucks* дотримується аналогічних правил. Однак, для демонстрації лояльності до клієнтів з собаками, пропонує «на виніс» так зване «таємне меню» що складається лише з одного продукту – *Purpuccino* (чашка збитих вершків).

Слід зазначити, що певна частка ЗРГ взагалі закладає політику *pet friendly* у якості важливого складового елементу загальної концепції закладу, наслідком чого є заснування кафе з орієнтацією виключно на клієнтів з домашніми улюбленцями, які до того ж є основними споживачами. Саме в розрахунку на готовність власників домашніх вихованців витратити додаткові кошти на придбання смаколиків для них, за участі досвідчених ветеринарів розробляється та пропонується спеціальне меню для тварин. Як правило, гостей інформують, що усі страви не містять токсичних для собак інгредієнтів, а саме солі, цибулі (включно), часнику, винограду та спецій. Наприклад паб «*Moop*» пропонує відвідувачам печеня з курча, м'ясні шарики, бекон з яйцем, а також родзинку закладу – «пиво для собак» (насправді спеціальний безалкогольний напій на основі бульйонів) [8].

Проміжним варіантом комерціалізації ідеї *pet friendly* є включення в асортимент супутніх товарів ЗРГ спеціальних кормів для тварин (зокрема з розважальним навантаженням), іграшок тощо.

Автори розподіляють точку зору *Samantha Des Jardins*, відповідно до якої ЗРГ, які сповідають політику *pet friendly* мають дотримуватись правил поведінки, які встановлюються як для домашніх тварин, так і людей. В останньому випадку це стосується окремо персоналу закладу, власників домашніх улюбленців і звичайних відвідувачів [9].

Відповідно до іноземних досліджень, на які посилається вищезазначена авторка, більшість споживачів вважають, що в ресторанах, де допускаються домашні тварини, слід утримувати собак на повідку та/або у наморднику. Останній аксесуар може бути обов'язковим зважаючи на наявність у певної групи людей природного страху до тварин.

У випадку із відвіданням ЗРГ разом з домашніми тваринами досить розповсюджені усталені стереотипи. Наприклад щодо зв'язку розміру собак з ймовірними незручностями від їх перебування у ЗРГ. В той же час кінологи стверджують, що неправильно вихований йоркширський тер'єр на руках відвідувачки з надмірними амбіціями може завдати більше проблем, ніж врівноважений пес середнього або великого розміру, поведінка якого сформована завдяки кваліфікованій дресурі.

Як це не парадоксально, домашні улюбленці подібні дітям. Їх поведінка та виховання залежать від власників або батьків. Добре вихована собака повністю контролюється власним хазяїном та не реагує на будь-які зовнішні подразники. Зважаючи на це вона не є джерелом клопоту та шуму. Навпаки, дитина, яка виросла в умовах всюдозволеності може зіпсувати настрої оточенню та заважатиме роботі персоналу.

Зважаючи на важливість врахування чинника індивідуального рівня вихованості собаки, доцільно перейняти певні іноземні напрацювання. Наприклад відповідно до закону штату Іллінойс «Ресторан має право відмовити в обслуговуванні власника собаки-компаньйона, якщо власник не в змозі здійснювати розумний контроль над собакою-компаньйоном або собака-компаньйон поводить так, що ставить під загрозу здоров'я або безпеку будь-якої особи, присутньої в ресторані» [10].

Безумовною вимогою до формування простору ЗРГ з лояльним ставленням до собак-компаньйонів є дотримання усіх санітарних безпекових вимог (відповідно до НАССР). Абсолютно неприпустимий є їх перебування у виробничих приміщеннях. Також не дозволяється знаходження будь яких частин тварин вище певного рівня, зокрема поверхні столів. У будь яких випадках не дозволяється розміщення собак та інших тварин на кріслах, диванах, стільцях тощо. Зазначені предмети меблів важко відчистити від бруду, а також шерсті та інших елементів біологічного походження (секреції).

Необхідно враховувати що перебування тварин в спільних з іншими відвідувачами ЗРГ може негативно сприйматися особами з алергічними реакціями.

Рекомендації щодо створення комфортного для усіх категорій відвідувачів простору ЗРГ, де вітається перебування з собаками, насамперед, це стосуються відкритих терас або патіо:

- доцільно виокремити зону для клієнтів з домашніми тваринами, що дозволить забезпечити комфортну дистанцію з іншими відвідувачами;
- гуманне ставлення до тварин передбачає створення для них затишних зон, бажано у тіні;
- обов'язковим є забезпечення собак чистою питною водою, можливо килимком з матеріалу, що легко дезінфікується.

Позитивне ставлення з боку ЗРГ до відвідувачів з домашніми тваринами слід використовувати як вагому конкурентну перевагу, на яку необхідно звертати увагу потенційних клієнтів шляхом розміщення відповідної вивіски безпосередньо на закладі, а також рекламних оголошень у ЗМІ та повідомлень в

соціальних мережах, месенджерах тощо. Відповідні наочні повідомлення про політику ЗРГ мають подвійне навантаження. Будь-які потенційні клієнти відразу отримують коректну інформацію стосовно можливості перебування в єдиному просторі з тваринами, що ними сприймається або ні. В такий спосіб мінімізується ймовірність виникнення конфліктних ситуацій.

Українські ресторатори для задоволення потреб та попиту споживачів активно починають запроваджувати послугу pet friendly у своїх закладах. В вже відкритих закладах намагаються зробити невелику дизайнерську реконструкцію виділяючи зони для відвідувачів з домашніми улюбленцями. А при відкритті нових закладів дана послуга прописується під час розробки концепції закладу в якій описуються усі особливості даної послуги.

Згідно джерелу petlive.com.ua було досліджено і проаналізовано запровадження послуги pet friendly в закладах обласних міст України [11]. Отримані дані наведено на рисунку 1.

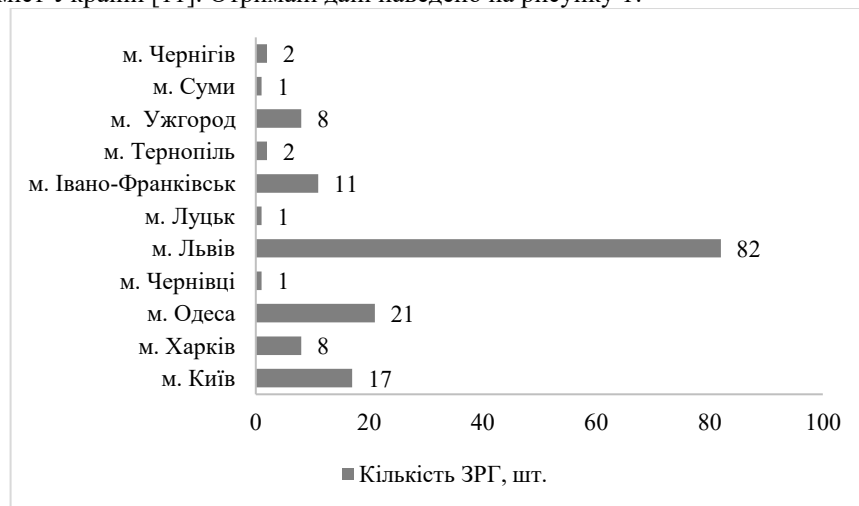


Рис. 1. ЗРГ України з впровадженою послугою Pet Friendly

Аналізуючи рис. 1 видно, що найбільше закладів з впровадженою послугою pet friendly зосереджено у м. Львів (82 заклади), друге місце посідає м. Одеса (21 заклад), на третьому місці м. Київ (17 закладів) і на четвертому місці м. Івано-Франківськ (11 закладів) і закриває рейтинг два міста м. Ужгород та м. Харків (8 закладів). Також можна побачити, що не у всіх обласних містах є заклади з даною послугою, а саме відсутні: Дніпро, Полтава, Житомир, Хмельницький, Кіровоград, Рівне та Вінниця. Можна припустити, що відсутність даної послуги в закладах ресторанного господарства обумовлена з однієї сторони відсутністю попиту серед споживачів або побоювання рестораторів, що не зможуть оптимально підтримувати впровадження даної послуги і дотримання санітарно-гігієнічних норм. Відсутність послуги pet friendly у місті Миколаїв, Херсон та Запоріжжя обумовлена близькою відстанню до зони бойових дій, що супроводжується в цілому значним закриттям закладів ресторанного господарства.

Але українським закладам, що сповідають політику pet friendly, доцільно звернути увагу на досить розповсюджений за кордоном досвід проведення тематичних заходів на кшталт засідань клубів собаководів, або святкування певних подій.

Висновки з даного дослідження

і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

В Україні необхідно розробити стандарти та рекомендації щодо pet friendly закладів, які б забезпечували безпеку гостей, тварин та персоналу, а також встановлювали чіткі правила щодо поведінки власників тварин у громадських місцях.

На основі узагальнення іноземного досвіду, можна порекомендувати такі основні положення:

- собаки повинні бути належним чином вакциновані (в Україні обов'язковим є щеплення проти сказу), а їх власники мають продемонструвати відповідні документи на першу вимогу. ЗРГ має поінформувати про власну політику щодо домашніх тварин окремою вивіскою (позначкою), що перебуває у відкритому доступі та може бути легко ідентифікована;
- правила перебування тварин у ЗРГ необхідно затвердити адміністрацією закладу (окремо для відвідувачів та персоналу) та розмістити у публічному доступі;
- відвідувачі повинні постійно тримати своїх собак на повідку та під належним контролем. Не дозволяється тримати собак на будь яких меблях, колінах та руках відвідувачів;
- забруднення (насамперед випадкові випорожнення), що викликані домашніми собаками, повинні бути негайно очищені та продезінфіковані, а окремий набір із відповідними інструментами та речовинами повинен зберігатися поблизу від визначеної для тварин території.

Окремим питанням є врегулювання правил поведінки персоналу закладів ресторанного господарства щодо собак-компаньйонів та собак-поводирів, які мають бути затверджені посадовими інструкціями.

Виходячи із іноземного досвіду, вважається за доцільне використовувати такі базові вимоги: обслуговуючому персоналу не дозволяється торкатися домашніх собак під час приготування або подачі їжі; працівники повинні мити руки після того, як торкалися собак, або їх аксесуарів, або подавали миску з водою, корма для тварин тощо.

Література

- 1.ТОП-10 трендів у гастрономії 2025 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://cheline.com.ua/news/society/top-10-trendiv-u-gastronomiyi-2025-roku-444262> (Дата звернення: 26.04.2025). — Назва з екрана.
- 2.Топ трендів у фуд індустрії 2025 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.ffdu.com.ua/2025/02/25/top-trendiv-u-fud-industrii-2025/> (Дата звернення: 26.04.2025). — Назва з екрана.
- 3.Pet Products in Ukraine [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.euromonitor.com/pet-products-in-ukraine/report> (Дата звернення: 28.04.2025). — Назва з екрана.
- 4.Кабінет користувача. <https://register.pet.gov.ua/officer/login> (Дата звернення: 29.04.2025)
- 5.Рынок ухода за домашними животными Украины 2025 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://store.strategyh.com/ru/report/pet-care-market-in-ukraine/> (Дата звернення: 29.04.2025). — Назва з екрана.
- 6.Wisch R. F. FAQ: Dogs in Restaurants [Електронний ресурс] // Animal Legal & Historical Center . — Режим доступу: <https://www.animallaw.info/article/faq-dogs-restaurants#:~:text=The%20law%20allows%20a%20local,in%20the%20outdoor%20dining%20spaces> (Дата звернення: 28.04.2025). — Назва з екрана.
- 7.Правила вихулу тварин [Електронний ресурс] // Офіційний портал Києва. — Режим доступу: https://kyivcity.gov.ua/navkolyshnie_seredovyshe_mista/tvaryny/pravila_vigulu_tvarin/ (Дата звернення: 29.04.2025). — Назва з екрана.
- 8.Something for your pup! Our patios are both dog friendly! [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.moonunderwater.ca/dogmenu> (Дата звернення: 30.04.2025). — Назва з екрана.
- 9.Jardins S. D. Pet-friendly restaurants must consider both rules and rewards [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.smartbrief.com/original/pet-friendly-restaurants-must-consider-both-rules-and-rewards> (Дата звернення: 30.04.2025). — Назва з екрана.
10. 2010 Illinois Code CHAPTER 65 MUNICIPALITIES 65 ILCS 5/ Illinois Municipal Code. Division 20 - Food, Water, Disease, Other Regulations [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://law.justia.com/codes/illinois/2010/chapter65/006500050HArt_11_Div_20.html (Дата звернення: 30.04.2025). — Назва з екрана.
11. Pet-Friendly Ресторани [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://petlive.com.ua/kyiv/biz/restaurants>. (Дата звернення: 30.04.2025). — Назва з екрана.

References

1. TOP-10 trendiv u hastronomii 2025 roku [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://cheline.com.ua/news/society/top-10-trendiv-u-gastronomiyi-2025-roku-444262> (Data zvernennia: 26.04.2025). — Nazva z ekrana.
2. Top trendiv u fud industrii 2025 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://www.ffdu.com.ua/2025/02/25/top-trendiv-u-fud-industrii-2025/> (Data zvernennia: 26.04.2025). — Nazva z ekrana.
3. Pet Products in Ukraine [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://www.euromonitor.com/pet-products-in-ukraine/report> (Data zvernennia: 28.04.2025). — Nazva z ekrana.
4. Kabinet korystuvacha. <https://register.pet.gov.ua/officer/login> (Data zvernennia: 29.04.2025)
5. Rynok dohliadu za domashnimy tvarynamy Ukrainy 2025 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://store.strategyh.com/ru/report/pet-care-market-in-ukraine/> (Data zvernennia: 29.04.2025). — Nazva z ekrana.
6. Wisch R. F. FAQ: Dogs in Restaurants [Elektronnyi resurs] // Animal Legal & Historical Center . — Rezhym dostupu: <https://www.animallaw.info/article/faq-dogs-restaurants#:~:text=The%20law%20allows%20a%20local,in%20the%20outdoor%20dining%20spaces> (Data zvernennia: 28.04.2025). — Nazva z ekrana.
7. Pravyla vyhulu tvaryn [Elektronnyi resurs] // Ofitsiyni portal Kyieva. — Rezhym dostupu: https://kyivcity.gov.ua/navkolyshnie_seredovyshe_mista/tvaryny/pravila_vigulu_tvarin/ (Data zvernennia: 29.04.2025). — Nazva z ekrana.
8. Something for your pup! Our patios are both dog friendly! [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://www.moonunderwater.ca/dogmenu> (Data zvernennia: 30.04.2025). — Nazva z ekrana.
9. Jardins S. D. Pet-friendly restaurants must consider both rules and rewards [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://www.smartbrief.com/original/pet-friendly-restaurants-must-consider-both-rules-and-rewards> (Data zvernennia: 30.04.2025). — Nazva z ekrana.
10. 2010 Illinois Code CHAPTER 65 MUNICIPALITIES 65 ILCS 5/ Illinois Municipal Code. Division 20 - Food, Water, Disease, Other Regulations [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: https://law.justia.com/codes/illinois/2010/chapter65/006500050HArt_11_Div_20.html (Data zvernennia: 30.04.2025). — Nazva z ekrana.
11. Pet-Friendly Restorany [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://petlive.com.ua/kyiv/biz/restaurants>. (Data zvernennia: 30.04.2025). — Nazva z ekrana.