

УДК 658.5:005.51]:640.43
 JEL classification: M10, M11, L83, Q13
[https://doi.org/10.31891/dsim-2025-12\(41\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2025-12(41))

УДОСКОНАЛЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ В СПЕЦІАЛІЗОВАНОМУ ЗАКЛАДІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

ШИДЛОВСЬКА Олена

кандидат технічних наук, доцент кафедри готельно-ресторанної справи
 Національний університет харчових технологій
<https://orcid.org/0009-0007-7853-5514>
 e-mail: elena_shydlovska@ukr.net

ИЩЕНКО Тетяна

кандидат технічних наук, доцент кафедри готельно-ресторанної справи
 Національний університет харчових технологій
<https://orcid.org/0000-0002-5241-5342>
 e-mail: ichenkotat@gmail.com

ДУЛЬКА Ольга

кандидат технічних наук, доцент кафедри готельно-ресторанної справи
 Національний університет харчових технологій
<https://orcid.org/0000-0002-9878-5998>
 e-mail: olga.ds210791@gmail.com

СОЛОВЕЙ Олександр

здобувач освіти
 Національний університет харчових технологій
<https://orcid.org/0009-0000-5543-9393>
solovejsasha2@gmail.com

Піцерії є одним із найпопулярніших форматів спеціалізованих закладів ресторанного господарства у великих містах, що зумовлює високу конкуренцію в цьому сегменті. Для забезпечення стійкого розвитку та конкурентних переваг в сучасних умовах необхідно постійно вдосконалювати виробничу програму закладу – сукупність асортименту продукції, технологічних процесів та організаційних рішень, які визначають напрям розвитку підприємства. У статті досліджено особливості виробничих програм провідних мережевих піцерій Києва, проаналізовано їхню асортиментну політику, технологічні підходи й маркетингове позиціонування. Виявлено значну варіативність форматів: від вузькоспеціалізованих мереж fast food із лаконічним меню до концепцій сімейного ресторану з десятками позицій у різних категоріях. Порівняльний аналіз дозволив визначити сильні та слабкі сторони кожної мережі та окреслити напрями удосконалення виробничої програми спеціалізованого закладу. Запропоновано комплекс заходів з оптимізації меню (скорочення низькорентабельних страв, акцент на ключових категоріях продукції, впровадження новинок відповідно до гастрономічних тенденцій), удосконалення технологічних процесів (стандартизація, автоматизація, гнучка логістика) та маркетингових підходів (чітке позиціонування, робота з цільовою аудиторією). Реалізація таких заходів сприятиме підвищенню ефективності діяльності піцерій і їх адаптивності до сучасних викликів.

Ключові слова: виробнича програма, спеціалізований заклад ресторанного господарства, піцерія, асортиментна політика, оптимізація меню, гастрономічні тенденції.

IMPROVING THE PRODUCTION PROGRAM IN A SPECIALIZED FOOD SERVICE ESTABLISHMENT

SHYDLOVSKA Olena, ISHCENKO Tetiana, DULKA Olha, SOLOVEI Oleksandr

National University of Food Technologies

Pizzerias remain one of the most widespread and in-demand formats of specialized food service establishments in large urban centers, which naturally intensifies competition within this market segment. Under current economic and consumer-behavior conditions, sustainable development and the preservation of competitive advantages require constant improvement of an establishment's production program — a set of interrelated elements that include the assortment of products, technological processes, operational workflows, and organizational decisions determining strategic business development. This article examines the production programs of the leading pizzeria chains in Kyiv, providing a detailed analysis of their assortment policies, technological approaches, service models, and marketing positioning.

The study reveals a significant diversity of operational formats, ranging from highly specialized fast-food concepts with minimalistic menus focused on rapid turnover, to family-oriented restaurant models offering extensive assortments that incorporate pizzas, appetizers, salads, desserts, and beverages. Such differentiation highlights distinct strategies for market segmentation and customer engagement. A comparative analysis enabled the identification of key strengths — such as strong brand identity, efficient technological standards, or innovative menu engineering — as well as weaknesses, including overextended menus, outdated technological processes, or insufficient adaptation to evolving consumer preferences.

Based on the findings, the article proposes a comprehensive system of measures for optimizing production programs in specialized pizzeria establishments. Recommendations include rational menu optimization (removal of low-profit items, strengthening core categories, development of new products aligned with contemporary gastronomic trends and dietary demands), improvement of technological processes (enhanced standardization, introduction of automation tools, digitalization of ordering and kitchen operations, and flexible logistics solutions), and refinement of marketing strategies (precise format positioning,

targeted communication campaigns, and improved customer experience design). Implementing these measures will contribute to higher operational efficiency, increased customer loyalty, and improved adaptability of pizzerias to current and future market challenges.

Keywords: production program, specialized food service establishment, pizzeria, assortment policy, menu optimization, gastronomic trends.

Стаття надійшла до редакції / Received 22.07.2025

Прийнята до друку / Accepted 12.10.2025

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Піцерія як спеціалізований заклад ресторанного господарства належить до найбільш динамічних та конкурентних сфер індустрії гостинності. У великих містах, зокрема в Києві, незалежно від району, саме піцерії стабільно користуються попитом і демонструють високу адаптивність до ринкових умов. Така вузька спеціалізація дозволяє вибудувати впізнану концепцію і відпрацювати технології приготування «фірмових» страв, але водночас вимагає ретельно збалансованого асортименту в межах обраної ніші.

Водночас сучасні економічні та соціальні виклики – зокрема, наслідки пандемії та військових дій – посилюють тиск на підприємства харчування, змушуючи їх шукати шляхи підвищення ефективності роботи. Одночасно сучасні споживачі висувають підвищені вимоги до якості та різноманітності: гості очікують в меню закладу як улюблених традиційних страв, так і нових оригінальних позицій, приділяючи увагу здоровому харчуванню та автентичності. Це ставить перед рестораторами завдання регулярно адаптувати й оновлювати меню відповідно до змін у вподобаннях аудиторії.

Одним із ключових інструментів успішної діяльності ресторану є його виробнича програма. Вона визначає не лише внутрішні технологічні процеси, але й асортиментну політику, обсяги виробництва, методи обслуговування та характер взаємодії з гостями. Грамотно сформована виробнича програма слугує базисом комерційної стратегії закладу ресторанного господарства та його конкурентного позиціонування на ринку.

Проте на практиці, особливо у спеціалізованих закладах таких, як піцерії, часто спостерігаються проблеми надмірного розширення меню, дублювання позицій, невідповідності пропозиції очікуванням цільової аудиторії. Значна кількість різноформатних страв створює додаткове навантаження на виробництво, ускладнює логістику постачання і може негативно впливати на стабільність технологічних процесів. Отже, існує нагальна потреба у вдосконаленні підходів до формування виробничої програми спеціалізованих закладів ресторанного господарства з урахуванням сучасних економічних, технологічних та маркетингових вимог.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Наукові питання, пов'язані з формуванням виробничої програми у спеціалізованих закладах ресторанного господарства, висвітлюються у працях таких дослідників, як Коваленко Л.Г., Пікуш В.В., Дударев І.М., Калайтан Т. В. [1–4]. Однак переважна більшість наявних публікацій зосереджена на загальнотеоретичних підходах або вузьких аспектах асортиментної політики, тоді як питання комплексного удосконалення виробничої програми з урахуванням сучасних ринкових викликів, технологічних змін і змін у споживчих очікуваннях – потребує подальшого дослідження, уточнення та практичного осмислення.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є обґрунтування напрямів удосконалення виробничої програми спеціалізованого закладу ресторанного господарства з урахуванням економічних, технологічних та маркетингових аспектів. Для досягнення цієї мети проаналізовано виробничі програми провідних мереж піцерій Києва, виявлено їх особливості та недоліки, а також запропоновано практичні рекомендації щодо оптимізації асортиментної політики і виробничих процесів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Процес формування виробничої програми починається з визначення формату та концепції закладу, аналізу його цільової аудиторії та конкурентного середовища. На цій основі формується меню – перелік страв і напоїв, що відповідають обраній тематиці та очікуванням гостей. Для кожної позиції меню розробляються технологічні карти, визначаються необхідні інгредієнти, обладнання та час приготування, а також розраховується собівартість. Наступним кроком є впровадження стандартів приготування і подачі страв та навчання персоналу цим стандартам, що забезпечує стабільну якість обслуговування. Затверджена виробнича програма слугує основою операційної діяльності закладу ресторанного господарства і в подальшому підлягає періодичному перегляду та коригуванню – з урахуванням змін попиту, появи нових кулінарних тенденцій чи зміни умов роботи підприємства.

Виробнича програма охоплює весь спектр діяльності, пов'язаної з виготовленням та пропонуванням страв і напоїв у закладі ресторанного господарства: від розроблення меню й технологічних карт до організації

постачання сировини, вибору обладнання, режимів приготування, а також частоти оновлення страв і відповідності меню запитам цільової аудиторії.

Саме через виробничу програму реалізується концепція підприємства, тому її узгодженість із форматом закладу та потребами цільової аудиторії є вирішальною для успіху.

В умовах насиченого конкурентного середовища виробнича програма перетворюється на інструмент стратегічного розвитку: вона не лише забезпечує внутрішню ефективність роботи виробництва, але й формує унікальну торговельну пропозицію закладу на ринку.

Яскравим прикладом доцільності вдосконалення виробничої програми є ситуація у сегменті мережеских піцерій Києва. Попри спільну спеціалізацію, кожна мережа реалізує власну стратегію щодо формування асортименту та побудови виробничих процесів. У місті активно функціонують піцерії різних форматів — від «fast food» до «casual dining», що суттєво впливає на їхнє меню, сервіс і технологічну модель.

Так, «Pizza Day» працює у форматі швидкого обслуговування з компактним асортиментом і високим рівнем стандартизації [9]. Мережа «Domino's Pizza» робить акцент на доставці й уніфікованих рецептах [6]. «Піца Хата» орієнтована на сімейну аудиторію, пропонуючи широкий вибір позицій з різних кухонь [5]. «Pizzburg» і «Піца Хаус» реалізують моделі залу та доставки відповідно, із різним ступенем розширення меню [7-8].

У таблиці 1 наведено порівняльне асортиментне наповнення меню провідних київських мереж піцерій, що дозволяє простежити ключові акценти в їхніх виробничих програмах.

Таблиця 1

Порівняльне асортиментне наповнення меню мереж піцерій м. Києва [5-9]

Категорія страв	Піца Хата	Domino's Pizza	Pizzburg	Піца Хаус	Pizza Day
Піца	31	32	43	37	24
Салати	8	6	7	11	0
Гарячі і холодні закуски	4	4	18	18	0
Суші/Роли	108	0	54	55	0
Бургери	4	0	10	10	0
Супи	13	0	8	7	0
Основні страви	30	25	12	31	0
Десерти	4	24	4	10	2
Напої, в тому числі напої власного виробництва	62	19	24	18	17
Алкоголь	0	10	27	30	0
Комбо-сети	47	0	8	26	3

Дані таблиці 1 свідчать про суттєву різницю у масштабі та структурі виробничих програм розглянутих мереж. Абсолютним лідером за кількісним показником є «Піца Хата», яка демонструє найбільш розгалужену асортиментну політику. Меню цього закладу включає не лише класичні позиції піцерії, але й страви з інших категорій: суші, роли, супи, основні страви, бургери, десерти, напої власного виробництва [5]. Такий підхід формує багатокомпонентну виробничу програму, яка дозволяє одночасно задовольняти різні смакові уподобання, орієнтуючись на широку аудиторію. Водночас це ускладнює технологічний процес і потребує різноманітного обладнання, підготовки персоналу та суворої логістики продуктів.

Меню «Domino's Pizza», хоч і значно менш різноманітне, вирізняється продуманістю й гнучкістю у межах головної категорії – піци. Зокрема, воно включає різні варіанти основної страви за розміром, типом тіста, варіантами борту, що дозволяє персоналізувати замовлення [6]. Асортимент доповнюють десерти, напої та незначна кількість гарячих страв. Така структура меню відповідає концепції мережі, яка акцентує увагу на доставці, стандартизації процесів та високій швидкості обслуговування.

На відміну від вищезгаданих моделей, «Pizzburg» дотримується комплексного підходу до побудови асортименту. Поряд з широким вибором піц, меню закладу включає значну кількість закусок, салатів, основних страв і навіть суші, що свідчить про прагнення надати гостям повноцінний обід чи вечерю в межах одного закладу [7]. Така структура виробничої програми ближча до формату casual dining, де важливим є не лише продукт, але й атмосфера, сервіс і гастрономічний досвід.

Мережа «Піца Хаус» обирає проміжну стратегію: з одного боку, меню значно ширше, ніж у «Pizza Day», зокрема за рахунок закусок, салатів, десертів і навіть алкоголю; з іншого боку, воно залишається досить сфокусованим на основному продукті – піци. Такий баланс дозволяє закладу утримувати формат швидкого харчування, але водночас пропонувати гнучкість для різних форматів споживання – як у залі, так і на виніс [8].

«Pizza Day» дотримується мінімалістичного підходу до побудови виробничої програми: ключову частку займають піци (24 позиції), доповнені лаконічним вибором напоїв [9]. Інші категорії практично відсутні, що знижує складність виробництва та дозволяє оптимізувати витрати. Такий формат ідеально відповідає концепції fast food, орієнтованій на велику кількість замовлень, уніфіковані технології й мінімальний контакт персоналу з гостем.

Проведений порівняльний аналіз виробничих програм п'яти мережеских піцерій м. Києва підтвердив існування прямого зв'язку між форматом обслуговування та глибиною меню. Одні заклади підтримують

компактний асортимент, який легко контролювати й масштабувати; натомість інші формують розширені меню з десятками страв у багатьох категоріях, прагнучи задовольнити різноманітні запити клієнтів.

Кожна стратегія має свої переваги і ризики. Невелике меню спрощує операційну діяльність, знижує витрати та прискорює обслуговування, проте може обмежувати залучення нових клієнтів, які очікують більшого вибору. Широкий асортимент підвищує привабливість закладу для різних груп споживачів, але загрожує переважаністю виробництва, складністю підтримання якості та надлишковими витратами на інгредієнти, що не користуються достатнім попитом. Виявлено, що саме найбільш «розгалужені» меню викликають найбільше операційних труднощів і нарікань від гостей, підтверджуючи наявність дисбалансу між пропозицією та фактичним попитом.

Загалом, на ринку піцерій спостерігається тенденція до розширення меню за рахунок супутніх категорій страв (салати, суші, десерти тощо), що поступово розмиває межі між закладами швидкого харчування та повноцінними закладами ресторанного господарства.

З одного боку, такий підхід дозволяє залучити ширшу аудиторію, з іншого – вимагає від підприємств суворого дотримання стандартів, підвищення операційної дисципліни та впровадження гнучких управлінських рішень для забезпечення стабільної якості при збільшенні різноманітності меню.

На основі отриманих результатів можна визначити ключові напрями вдосконалення виробничої програми спеціалізованого ресторанного закладу.

По-перше, необхідно оптимізувати асортимент, позбавившись страв, що дублюються або користуються мінімальним попитом та зосередитися на ключових позиціях, які відповідають концепції закладу і приносять основний дохід.

Як показало дослідження, для піцерії такою ядровою категорією є власне піца та споріднені борошняні вироби. Скорочення надмірного різноманіття дозволить зменшити навантаження на виробництво та постачання, підвищити рентабельність та прискорити обслуговування. Наприклад, якщо певні позиції (екзотичні піци або страви інших кухонь) не користуються попитом, їх вилучення дозволить зосередити ресурси на бестселерах і уникнути зайвих витрат.

Аналіз даних продажів (метод меню-інжинірингу) дозволяє класифікувати страви меню за популярністю та прибутковістю, щоб виявити «зіркові» позиції, які слід розвивати, і нерентабельні, від яких варто відмовитися. Окрім скорочення асортименту, така оптимізація спрощує закупівлі: більші обсяги ключових інгредієнтів можна придбати дешевше, а втрати від псування продуктів зменшуються.

По-друге, важливо запровадити чітку структуру меню та стандартизувати технологічні процеси приготування страв. Логічне групування позицій (за типами або гастрономічними розділами) і уніфікація рецептів спростять навігацію для гостей і роботу персоналу. Нагальність такої структуризації підтверджують виявлені недоліки в існуючих меню: подекуди схожі страви дублюються у різних розділах або відсутня повна інформація щодо складу і виходу, що дезорієнтує гостей і персонал. Стандартизація порцій, використання технологічних карт і контроль якості на кожному етапі виробництва підвищать стабільність результату і довіру споживачів.

По-третє, варто приділяти увагу оновленню асортименту відповідно до сучасних гастрономічних трендів та сезонності. Запровадження нових смакових рішень (наприклад, піца з соусом «песто», з сиром «брі» чи з веганськими інгредієнтами) і регулярна поява сезонних пропозицій стимулюватимуть інтерес постійних гостей та привертатимуть нову аудиторію. При цьому, кожна нова страва повинна відповідати загальній концепції закладу, щоб зберігати цілісність образу бренду.

По-четверте, невід'ємною складовою удосконалення є впровадження сучасних технологій у виробничий процес та обслуговування. Йдеться про автоматизацію окремих операцій (використання високопродуктивних печей, кухонних комбайнів, систем для швидкого замішування тіста, тощо), запровадження електронних систем управління замовленнями і запасами, застосування аналітичних інструментів для відстеження продажів кожної позиції меню.

Особливу увагу слід приділити інтеграції служби доставки: впровадження онлайн-замовлень, оптимізація маршрутів кур'єрів та забезпечення належної температури піци при транспортуванні – всі ці фактори впливають на рівень сервісу і повинні враховуватися у виробничій програмі. Технологічні інновації дозволяють підвищити продуктивність праці, знизити вплив людського фактору та оптимізувати витрати. Також важлива гнучка логістика: налагодження надійних каналів постачання основних інгредієнтів (борошна, сирів, томатів тощо) і створення резервів на випадок перебоїв (що актуально в умовах воєнного стану).

Нарешті, з маркетингової точки зору, удосконалення виробничої програми повинно підкріплюватися чітким позиціонуванням закладу і комунікацією з цільовою аудиторією. Меню слід розглядати як елемент маркетингової стратегії: воно має відображати унікальну торговельну пропозицію піцерії. Якщо мережа обирає концепцію швидкого харчування – наголос робиться на швидкості, акційних пропозиціях, простих і зрозумілих стравах; якщо ж це сімейний ресторан – підкреслюється різноманітність, якість інгредієнтів, можливості для спільного дозвілля родини. Важливо регулярно збирати відгуки гостей та аналізувати продажі, щоб вчасно реагувати на зміни вподобань і коригувати асортимент.

Таким чином, інтеграція економічних (ефективність і рентабельність асортименту), технологічних (оснащеність і організація виробництва) та маркетингових (орієнтація на поживача та просування пропозиції)

заходів дозволить створити збалансовану виробничу програму спеціалізованого закладу ресторанного господарства.

Міжнародний досвід підтверджує ефективність таких підходів. Наприклад, мережа Domino's Pizza завдяки уніфікації меню, автоматизації виробництва та постійному моніторингу вподобань споживачів змогла успішно масштабувати бізнес і забезпечити стабільну якість продукту у різних країнах. Українські ресторатори також відзначають, що регулярне оновлення меню та акційних пропозицій позитивно впливає на лояльність гостей і частоту відвідувань закладу.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Проведене дослідження підтвердило актуальність удосконалення виробничої програми спеціалізованих закладів ресторанного господарства, зокрема піцерій, у контексті сучасних викликів ресторанного ринку.

Встановлено, що існуючі підходи до формування асортименту часто не відповідають реальним потребам цільової аудиторії та викликають дисбаланс між ресурсами підприємства і рівнем очікувань гостей. Аналіз діяльності київських мережевих піцерій показав різноманіття стратегій, але водночас – наявність спільних проблем: дублювання позицій, надмірне розширення меню, ускладнені виробничі процеси, нестача структурованості. Запропоновано комплекс заходів оптимізації, що охоплюють асортиментну політику, технологічне оновлення, структурування меню, персоналізацію пропозиції, інтеграцію цифрових інструментів та маркетингове позиціонування.

Надалі доцільно поглиблювати дослідження в напрямі розробки алгоритмів адаптивного управління виробничою програмою з урахуванням змін у споживчих трендах, аналізу ефективності впроваджених рішень у конкретних форматах піцерій (fast food, casual dining, delivery), а також вивчення можливостей інтеграції інноваційних підходів – наприклад, гастрономічної мінімалізації або кросс-категорійних рішень.

Перспективними залишаються й дослідження взаємозв'язку між асортиментною політикою та маркетинговими комунікаціями, що дозволяє перетворити виробничу програму з внутрішнього документа на потужний інструмент бренд-менеджменту і диференціації на ринку.

Література

1. Коваленко Л. Асортиментна політика закладів ресторанного господарства України. Економіка та суспільство. 2016. № 5. С. 160–162. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/28.pdf
2. Пікуш В. В., Ходак О. В. Асортиментна політика підприємств ресторанного бізнесу та шляхи її оптимізації. Теоретико-прикладні проблеми розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі: матер. Всеукр. наук.-практ. конф., м. Дніпро, 29 листоп. 2023 р. С. 88–91. URL: <http://info.dgu.edu.ua:80/jspui/handle/123456789/1371>
3. І. М. Дударев, С. Г. Панасюк, О. М. Краглик. Оптимізація рецептурних композицій піци. Товарознавчий вісник. 2022. Т. 1, № 15. С. 328–340. URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2310-5283-2022-15-29>
4. Особливості та сфера застосування ABC-аналізу в системі контролінгу підприємств ресторанного господарства / Т. Калайтан та ін. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2019. Т. 4, № 31. С. 196–207. URL: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i31.190856>
5. ПіцаХата - Доставка, З собою - Меню. ChoiceQR. URL: <https://picahata.choiceqr.com/menu>
6. Domino's Pizza - Піцерія №1 в Києві ► Доставка їжі (Піци та Напоїв). Domino's Pizza. URL: <https://dominos.ua/uk/kyiv/>
7. Доставка піци у Києві (Лівий берег) та Броварах до 59 хвилин. Пиццерия Pizzburg. URL: <https://pizzburg.com.ua/uk-ua/>
8. Pizza House. Доставка піци Київ | Замовити піцу додому від Pizza House. URL: <https://pizzahouse.ua/>
9. Pizza Day. Pizza Day 2.0. URL: <https://pizzaday.ua/home/restaurants/80>

References

1. Kovalenko L. Assortment Policy of Catering Establishments in Ukraine. Economy and Society. 2016. No. 5. P. 160–162. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/28.pdf
2. Pikush V. V., Khodak O. V. Assortment Policy of Restaurant Enterprises and Ways of Its Optimization. Theoretical and Applied Issues of the Development of the Tourism and Hospitality Industry in a Competitive Environment: Proceedings of the All-Ukrainian Scientific and Practical Conference, Dnipro, November 29, 2023. P. 88–91. URL: <http://info.dgu.edu.ua:80/jspui/handle/123456789/1371>
3. Dudaryev I. M., Panasyuk S. H., Krahlyk O. M. Optimization of Pizza Recipe Compositions. Commodity Research Bulletin. 2022. Vol. 1, No. 15. P. 328–340. URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2310-5283-2022-15-29>
4. Features and Application Scope of ABC Analysis in the Controlling System of Catering Enterprises / Kalaitan T. et al. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2019. Vol. 4, No. 31. P. 196–207. URL: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i31.190856>
5. PicaHata – Delivery, Takeaway – Menu. ChoiceQR. URL: <https://picahata.choiceqr.com/menu>
6. Domino's Pizza – No. 1 Pizzeria in Kyiv — Food Delivery (Pizza and Drinks). Domino's Pizza. URL: <https://dominos.ua/uk/kyiv/>
7. Pizza Delivery in Kyiv (Left Bank) and Brovary in up to 59 Minutes. Pizzburg Pizzeria. URL: <https://pizzburg.com.ua/uk-ua/>
8. Pizza House. Pizza Delivery in Kyiv | Order Pizza to Your Home from Pizza House. Pizza House. URL: <https://pizzahouse.ua/>
9. Pizza Day. Pizza Day 2.0. URL: <https://pizzaday.ua/home/restaurants/80>