

УДК 338.48:640.43

Петлін І. В.,

petlinirina@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-0198-588X,

к.е.н., доц., доцент кафедри готельно-ресторанної справи та харчових технологій,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

ВПЛИВ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ НА РОЗВИТОК РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ З КЕЙТЕРИНГОВИМ ОБСЛУГОВУВАННЯМ

Анотація. У статті досліджено актуальні аспекти розвитку кейтерингового обслуговування в умовах сучасних тенденцій ресторанного бізнесу. Обґрунтовано необхідність інтеграції новітніх підходів у кейтерингову діяльність з урахуванням ключових факторів попиту, серед яких – зростання інтересу до здорового харчування, запит на індивідуалізоване меню, зростаюча роль подій у форматі open air, бізнес-заходів, а також зростання популярності сімейних і тематичних урочистостей.

Окрему увагу приділено розвитку спеціалізованого кейтерингу, зокрема вегетаріанського, дієтичного, дитячого, корпоративного та весільного, які вимагають глибокого розуміння цільової аудиторії та адаптації до її потреб.

Розглянуто основні напрями цифровізації кейтерингового бізнесу, включаючи впровадження онлайн-сервісів для замовлень, використання мобільних додатків, CRM-систем для клієнтського супроводу, а також автоматизацію процесів обліку й логістики.

Проаналізовано розвиток сталого кейтерингу, що передбачає мінімізацію харчових відходів, використання багаторазового або компостованого посуду, локальної та органічної сировини, енергоощадних технологій. Наголошено на екологічній орієнтації як конкурентній перевазі, яка формує позитивний імідж компанії, підвищує лояльність клієнтів і відповідає принципам корпоративної соціальної відповідальності.

Висвітлено нові формати кейтерингу, зокрема фудтраки, мобільні бари, pop-up ресторани, обслуговування «to go», а також кейтеринг на подіях із нестандартними концепціями.

Окремо розглянуто гастрономічні тренди, що впливають на кейтерингову галузь: plant-based страви, локальна кухня, fusion-концепції, інтерактивне приготування їжі, zero waste-меню та індивідуальні гастрономічні пропозиції.

Проаналізовано вплив глобальних викликів – таких як пандемія, інфляція, зміна споживчих пріоритетів на трансформацію кейтерингового ринку. Аргументовано, що гнучкість, інноваційність, цифровізація та сталий підхід є ключовими чинниками успішного функціонування кейтерингових компаній у сучасних умовах.

Ключові слова: кейтеринг, кейтерингова послуга, спеціалізований кейтеринг, цифровізація кейтерингового бізнесу, сталий кейтеринг, форми кейтерингу.

Petlin I. V.,

petlinirina@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0198-588X>,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor at the Department of Hotel and Restaurant Business and Food Technologies,

Ivan Franko National University of Lviv, Lviv

THE INFLUENCE OF MODERN TRENDS ON THE DEVELOPMENT OF THE RESTAURANT BUSINESS WITH CATERING SERVICES

Abstract. The article examines current aspects of the development of catering services in the context of modern trends in the restaurant business. It substantiates the need to integrate innovative approaches into catering activities, taking into account key demand factors, among which are the growing interest in healthy eating, the demand for personalized menus, the increasing role of events in open-air formats, business events, as well as the growing popularity of family and themed celebrations.

Special attention has been given to the development of specialized catering, particularly vegetarian, dietary, children's, corporate, and wedding catering, which require a deep understanding of the target audience and adaptation to its needs.

The main areas of digitalization of the catering business have been considered, including the implementation of online services for orders, the use of mobile applications, CRM systems for customer support, as well as the automation of accounting and logistics processes.

The development of sustainable catering has been analyzed, which involves the minimization of food waste, the use of reusable or compostable dishes, local and organic raw materials, and energy-saving technologies. Emphasis is placed on ecological orientation as a competitive advantage that shapes a positive image of the company, increases customer loyalty, and aligns with the principles of corporate social responsibility.

New catering formats have been highlighted, including food trucks, mobile bars, pop-up restaurants, «to go» service, as well as catering at events with unconventional concepts.

The gastronomic trends that influence the catering industry have been examined separately: plant-based dishes, local cuisine, fusion concepts, interactive cooking, zero waste menus, and individual gastronomic offerings.

The impact of global challenges - such as the pandemic, inflation, and changes in consumer priorities on the transformation of the catering market has been analyzed. It is argued that flexibility, innovation, digitalization, and a sustainable approach are key factors for the successful operation of catering companies in modern conditions.

Key words: catering, catering service, specialized catering, digitization of the catering business, sustainable catering, forms of catering.

JEL Classification: L84

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1221-2025-42-03>

Постановка завдання. У сучасних умовах стрімких змін споживчих уподобань, глобалізації, діджиталізації та підвищення конкуренції особливого значення набуває вивчення впливу актуальних тенденцій на ресторанний бізнес, зокрема в сегменті кейтерингового обслуговування. Попит на виїзні послуги харчування зростає, проте їх якість, організація та відповідність новим вимогам ринку залишаються викликом для багатьох закладів.

Метою дослідження є визначення основних сучасних тенденцій, що впливають на розвиток ресторанного бізнесу з кейтеринговим обслуговуванням, а також аналіз способів адаптації підприємств до нових реалій ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній науковій літературі спостерігається зростання інтересу до проблематики розвитку ресторанного бізнесу, зокрема в умовах трансформації споживчого попиту та зростання популярності альтернативних форматів обслуговування, таких як кейтеринг.

Серед актуальних праць українських науковців варто відзначити такі напрями досліджень: Акімова Н.С., Наумова Т.А., Бойченко Н.В., Горбатьок Н.М. досліджували організаційно-методичні аспекти обліку послуг виїзного кейтерингу на підприємствах ресторанного господарства [1], Горшкова Л.О. займалася вивченням особливостей кейтерингу в організації мобільного ресторанного обслуговування [2], Івашина Л.Л. досліджувала проблеми та перспективи кейтерингу в Україні

[3], Петлін І.В. у своїх дослідженнях акцентувала увагу на проблемах забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням [4], Прилепа Н.В., Миколюк О.А. досліджували особливості розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу [5], Постова В.В. проводила дослідження та аналіз нових трендів кейтерингових послуг в Україні [6], Смирнов І. акцент у своїх дослідженнях робив на геологістичні особливості кейтерингу [7].

Виклад основного матеріалу дослідження.

У сучасних умовах ресторанний бізнес з кейтеринговим обслуговуванням трансформується під впливом глобальних трендів, змін у споживчій поведінці, а також технологічного прогресу. Ці зміни відкривають нові можливості для зростання, водночас вимагаючи адаптації бізнес-моделей через:

1. Зростання попиту на здорове та спеціалізоване харчування

У сучасному світі харчування перестало бути лише задоволенням фізіологічних потреб. Все більше споживачів звертають увагу на здоров'я, спосіб життя, дієтичні обмеження – це прямо впливає на формати і зміст кейтерингових послуг (табл. 1).

У кейтеринговому обслуговуванні змінюється:

1. Формування спеціального меню:

– страви з чітко маркованим складом;

– інформація про калорійність, БЖВ, алергени;

– можливість персонального вибору меню клієнтом.

Таблиця 1

Основні фактори попиту

Фактор	Як впливає на кейтеринг
Популярність здорового способу життя	Запит на меню без смаженого, із низькою калорійністю
Харчові алергії / непереносимість	Безглютенові, безлактозні опції
Спорт і фітнес	Білкові страви, контроль БЖВ (білки-жири-вуглеводи)
Етичне харчування	Веганське, вегетаріанське, keto-, paleo-меню
Індивідуальні дієти	Дієтичне харчування: для діабетиків, серцево-судинних
Дитяче, шкільне харчування	Меню зі зниженим вмістом солі, цукру, консервантів

2. Залучення дієтологів і нутриціологів:
 – розробка медично обґрунтованих раціонів;
 – співпраця з фітнес-клубами, клініками, дитячими установами.

3. Використання якісної сировини:
 – Еко-продукти, фермерська або сертифікована органіка;
 – Відмова від ГМО, штучних барвників, трансжирів.

4. Технології приготування:
 пароконвекція, sous-vide, запікання замість смаження;
 вакуумна упаковка для збереження поживної цінності.

Таблиця 2

Приклад напрямків спеціалізованого кейтерингу

Формат	Цільова аудиторія
Веганський кейтеринг	Етичні споживачі, молодь
Дієтичне харчування	Пацієнти, школи, спортцентри
Фітнес-кейтеринг	Атлети, фітнес-зали, тренери
Кето, low-carb меню	Послідовники низьковуглеводних дієт
Кейтеринг «без алергенів»	Люди з харчовою непереносимістю

2. Цифровізація сервісу

Сучасний кейтеринг стрімко адаптується до цифрового середовища. Технології стають ключовим інструментом підвищення ефективності, зручності для клієнта та оптимізації внутрішніх процесів.

У таблиці 3 продемонстровано основні напрями цифровізації у кейтеринговому бізнесі, серед яких найбільш вагому роль відведено онлайн-замовленням, інтерактивному меню, CRM-системам, POS-системам та касовим програмам, аналітиці та big data, онлайн-оплаті, доставці з GPS-трекінгом, чат-ботам та месенджером.

Основні проблеми, які вирішує цифровізація:
 – зниження людського фактора та помилок у замовленнях;
 – прискорення обробки заявок;
 – краще управління доставкою і логістикою;
 – підвищення якості клієнтського сервісу;
 – збір статистики для прийняття рішень (які страви найпопулярніші, які замовляють повторно).

3. Екологічність та сталий розвиток

У відповідь на глобальні екологічні виклики, кейтерингові компанії все частіше впроваджують принципи екологічності та сталого розвитку. Сучасні клієнти – особливо молодь, корпоративні замовники, міжнародні організації – очікують, що кейтеринг буде не лише смачним, але й екологічно відповідальним.

3. Екологічність та сталий розвиток

Основні напрями сталого кейтерингу відображено в таблиці 4.

Основні напрями сталого кейтерингу охоплюють екологічні, соціальні та економічні аспекти

Таблиця 3

Основні напрямки цифровізації

Напрямок	Приклади реалізації / Вплив
Онлайн-замовлення	Сайти, мобільні додатки, агрегатори (Glovo, Bolt Food)
Інтерактивні меню	QR-меню, вебкаталоги з фільтрами: “веган”, “безглютен”
CRM-системи	Управління клієнтською базою, знижки, бонуси, персоналізація
POS-системи та касові програми	Автоматизація обліку, складу, чеків, інвентаризація
Аналітика та big data	Прогнозування замовлень, адаптація меню до уподобань
Онлайн-оплата	Apple Pay, Google Pay, LiqPay, автоматичні рахунки
Доставка з GPS-трекінгом	Контроль за маршрутом, сповіщення клієнтів
Чат-боти та месенджери	Замовлення в Telegram / Viber, автоматичні відповіді

Таблиця 4

Основні напрями сталого кейтерингу

Напрямок	Як реалізується в практиці
Біо- та екоупаковка	Біорозкладні ланч-бокси, пакети з кукурудзяного крохмалю, скляна або металева тара
Мінімізація харчових відходів	Порційне планування, попереднє замовлення, повторне використання залишків (з дозволених продуктів)
Сортування та утилізація	Роздільне збирання сміття, компостування органіки
Локальні постачальники	Закупівля продуктів у місцевих фермерів → зниження CO ₂
Мінімізація транспортування	Групування доставок, використання електротранспорту
Енергоефективне обладнання	Пароконвектомати з рекуперацією тепла, LED-освітлення

ведення бізнесу, спрямовані на зниження негативного впливу на довкілля, підтримку локальних громад і забезпечення довготривалої ефективності.

Приклади екоініціатив у кейтерингу:

- Еко-набір для подій (біологічний посуд + багаторазові столові прибори);
- No plastic policy (відмова від пластикових пляшок і контейнерів);
- Фермерське меню (продукти з локальних ферм без пестицидів і ГМО);

– Bring-your-own-container (знижки клієнтам, які приносять власну упаковку).

Переваги еко-орієнтації в кейтеринговому бізнесі продемонстровано в таблиці 5.

Сертифікація – це невід’ємна частина професійної діяльності кейтерингових компаній, особливо якщо вони працюють з корпоративними клієнтами, освітніми та медичними закладами або на міжнародному рівні. Вона гарантує якість, безпечність, екологічність і відповідність законодавству.

Таблиця 5

Переваги еко-орієнтації в кейтеринговому бізнесі

Перевага	Деталі
Конкурентна перевага	Замовники охочіше обирають відповідальних постачальників
Довіра та імідж	Етичність бізнесу – ключ до лояльності клієнта
Економія	Зменшення витрат на упаковку, відходи, транспортування
Вихід на міжнародні ринки	Багато тендерів вимагають еко-сертифікацію

Таблиця 6

Основні види сертифікації та стандартів

№	Назва стандарту / сертифікату	Сфера застосування	Примітки
1	HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)	Система управління безпечністю харчових продуктів	Обов’язкова для всіх підприємств харчової галузі в Україні та ЄС
2	ISO 22000	Міжнародна система менеджменту безпеки харчової продукції	Включає принципи HACCP + систему ISO
3	ISO 14001	Екологічний менеджмент	Для компаній, які впроваджують сталий розвиток
4	ISO 9001	Система управління якістю	Підвищує довіру замовників, особливо у B2B
5	ISO 45001	Охорона праці та безпека персоналу	Актуально при обслуговуванні масових подій
6	Organic Standard (UA)	Органічна сертифікація продуктів в Україні	Необхідна для «еко-меню» або органічного кейтерингу
7	USDA Organic / EU Organic	Міжнародна органічна сертифікація	Для компаній, які працюють із зарубіжними ринками
8	Halal / Kosher	Харчування відповідно до релігійних норм	Вимагається при обслуговуванні релігійних спільнот
9	ДСТУ EN 12566 / ДСТУ 4943	Державні стандарти безпечності харчових продуктів в Україні	Нормативно-правове підґрунтя

Основні види сертифікатів та стандартів, які використовуються у кейтеринговому обслуговуванні наведено в таблиці 6.

Сертифікація дає низку переваг для кейтерингових компаній, зокрема:

- право брати участь у державних і міжнародних тендерах;
- збільшення довіри з боку великих корпоративних клієнтів;
- можливість експорту / обслуговування іноземних делегацій;
- оптимізація внутрішніх процесів (якість, логістика, безпека);
- підвищення ринкової конкурентоспроможності.

4. Зміна форматів обслуговування подій

Кейтеринг більше не обмежується класичним обслуговуванням банкетів чи фуршетів. Під впливом нових умов життя, цифровізації, пандемії COVID-19, війни та соціокультурних змін – формати подій і підходи до обслуговування трансформуються.

Вважаємо за необхідне продемонструвати основні та нові формати кейтерингу (табл. 7).

Основними трансформаціями форматів є:

- COVID-19, карантинні обмеження (попит на безконтактне обслуговування, індивідуальне пакування);
- зміна поведінки споживача (бажання контролювати порції, склад, безпеку);
- урбанізація, ринок «офісних» рішень (зростання кейтерингу для малого формату);
- оптимізація витрат (бюджетні ланчі, мінімізація витрат на сервіс);
- тренд на екологічність (заміна посуду, нові концепції сервування).

5. Креативність і гастротренди на сьогоднішній день спрямовані на:

У сучасному кейтерингу їжа перестає бути лише харчовим продуктом – вона стає частиною емоцій, досвіду та брендингу події. Саме тому креативність та гастрономічні тренди відіграють ключову роль у формуванні унікальних кейтерингових пропозицій (табл. 8).

Таблиця 7

Основні на нові формати кейтерингу

Формат обслуговування	Нові риси / трансформації
ОСНОВНІ ФОРМАТИ	
Класичний банкет	Часто замінюється індивідуальними порціями, боксами
Фуршет	Частіше – міні-фуршети без загальних тарілок
Шведський стіл (buffet)	Обмежене використання, заміна на «індивідуальні станції»
Кава-брейки	Індивідуально упаковані снеки, без черг
Корпоративні події	Доставка в офіс у коробках або ланч-наборах
Весілля / свята	Виїзне обслуговування open air, з eco-friendly концепцією
НОВІ ФОРМАТИ	
«Box catering»	Персональні бокси з їжею, напоями, приборами
«Grab & Go» кейтеринг	Їжа у пакуванні без контакту, для самовиносу
Food truck кейтеринг	Мобільні кухні на колесах на подіях
Міні-станції (live cooking)	Приготування порцій на місці у форматі шоу
Контрактне харчування	Щоденна доставка в офіси, навчальні заклади
Chilled catering	Страви, готові до вживання зберігаються до 48 год.

Таблиця 8

Основні гастротренди, які впливають на кейтеринг

Тренд	Суть і реалізація у кейтерингу
Молекулярна кухня	Використання текстур, піни, сфери, кріо-ефектів
Fusion-кухня	Поєднання страв з різних культур – наприклад, «тако з борщем»
Фуд-арт і їстівний декор	Страви як витвори мистецтва: їжа + подача + колір
Ферментація	Тренд на натуральні процеси з користю: кімчі, комбуча
Live-cooking show	Готування прямо на події: вау-ефект для гостей
Міні-порції / дегустаційні сеті	Тарілки на один-два укуси – стильно і практично
Інстаграмність страв	Їжа як контент: акцент на візуальність, фотогенічність
No waste food	Креативне використання залишків – тренд на екосвідомість
Екзотичні напої та бари	Матча, комбуча, коктейлі без алкоголю – mocktail-бар

Вплив глобальних викликів на кейтеринговий бізнес

Наслідки	Реакція кейтерингу
COVID-19: епідеміологічна криза	
Заборона масових заходів	скасування подій
Обмеження контактів	розвиток індивідуального пакування
Нові санітарні вимоги	посилення гігієнічних протоколів
Поширення онлайн-подій	кейтеринг для онлайн-іventів (box-меню, фуд-сети для Zoom)
Повномасштабна війна в Україні (з 2022 року)	
Зниження подієвої активності	Перехід до B2C та соціальних ініціатив
Перебої з енергопостачанням	Перехід на газові, мобільні або альтернативні кухні
Втрата ринку / постачальників	Переорієнтація на локальні продукти
Військові обмеження / логістика	Робота в межах міст, створення “харчових точок”
Потреба в підтримці ЗСУ / ВПО	Військовий, волонтерський кейтеринг
Інфляція та економічна нестабільність	
Зростання цін на продукти та енергоносії	Оптимізація собівартості, простіше меню
Обмежені бюджети у клієнтів	Персоналізовані формати, “smart catering”
Девальвація доходів	Попит на середній/бюджетний кейтеринг з акцентом на якість
Ускладнення фінансових операцій	Розвиток онлайн-оплати, передоплат, гнучких тарифів

Креативність у кейтерингу проявляється у кількох площинах:

1. Меню

– Авторські страви з історією: наприклад, тематичне меню «Смак Києва».

– Подача з локальних продуктів у новому форматі (борщ-мус, десерт з гречки).

– Дегустаційні сети: «7 страв в одній темі» або «тур Європою на тарілці».

2. Подача

– Їстівний посуд (чашки з печива, ложки з шоколаду).

– Прозорі бокси, харчові «акваріуми», декор з мікрогрину або льоду.

– Тематичний стиль: корпоративне лого на капкейках, branded finger food.

3. Обслуговування

– Кейтеринг як шоу: вогняна кулінарія, бар-мен-шоу.

– Виїзна кухня з шеф-кухарем на події (chef's table).

– Food truck з власним стилем: ретро-вантажівки, арт-фургони.

6. Вплив глобальних викликів (COVID, війна, інфляція)

Кейтерингові компанії, як частина ресторанної індустрії, за останні роки пережили потужні зовнішні виклики. Пандемія, повномасштабна війна в Україні, глобальна інфляція й логістичні проблеми кардинально змінили умови функціонування та формат кейтерингових послуг (табл. 9).

Глобальні виклики не знищили кейтеринг, а змусили його еволюціонувати – стати мобільним, адаптивним, відповідальним і цифровим.

Ті компанії, що швидко змінили підходи, стали не лише життєздатними, а й виграли нові сегменти ринку.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. У результаті проведеного дослідження встановлено, що кейтерингове обслуговування є перспективним напрямом розвитку ресторанного бізнесу в умовах зростання попиту на мобільні, індивідуалізовані та безпечні форми харчування. Сучасні тенденції, такі як цифровізація сервісу, зростання популярності здорового та функціонального харчування, впровадження екологічно сталих рішень, значною мірою впливають на трансформацію форм і форматів кейтерингових послуг.

Адаптація підприємств до нових реалій – через впровадження інноваційних технологій, розвиток логістики, використання CRM-систем, персоналізований підхід до клієнтів – є ключовим чинником їх конкурентоспроможності. Крім того, зростає роль стратегічного планування, брендингу та маркетингу в розвитку кейтерингових проєктів.

Таким чином, кейтерингове обслуговування перетворюється з додаткового сервісу на повноцінну бізнес-модель із високим потенціалом масштабування та диверсифікації. Для ефективного функціонування підприємствам необхідно орієнтуватися на нові споживчі запити, активно

впроваджувати сучасні технології, дотримуватися стандартів якості й санітарно-гігієнічних норм, а також розвивати кадровий потенціал.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Акімова Н. С., Наумова Т. А., Бойченко Н. В., Горбатюк Н. М. Організаційно-методичні аспекти обліку послуг виїзного кейтерингу на підприємствах ресторанного господарства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2014. Вип. 1. С. 73–86.
2. Горшкова Л.О. Особливості кейтерингу в організації мобільного ресторанного обслуговування. *Проблеми системного підходу в економіці*. Вип. № 6(62), 2017. С. 134–138.
3. Івашина Л.Л. Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип. 17, 2017. С. 314–317.
4. Петлін І.В. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням в сучасних умовах. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. Вип. 23, 2025. С. 250–258.
5. Прилепа Н. В., Миколюк О. А. Особливості розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 5, т. 2. С. 85–88.
6. Постова В.В. Кейтеринг як новий тренд у ресторанному бізнесі. *Причорноморські економічні студії*. Вип. 74, 2022. С. 147–150.
7. Смирнов І. Геологістичні особливості кейтерингу. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. № 1 (61), 2013 р. С. 8–12.

REFERENCES:

1. Akimova N. S., Naumova T. A., Boichenko N. V., Horbatiuk N. M. (2014) Orhanizatsiino-metodychni aspekty obliku posluh vyiznogo keiterynhu na pidpriemstvakh restorannoho hospodarstva Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh. no 1. pp. 73–86.
2. Horshkova L. O. (2017) Osoblyvosti keiterynhu v orhanizatsii mobilnoho restorannoho obsluhovuvannia [Features of catering in the organization of mobile restaurant services]. Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi, no. 6(62), pp. 134–138.
3. Ivashyna L.L. (2017) Perspektyvy ta problemy keiterynhu v Ukraini. Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. no. 17. pp. 314–317.
4. Petlin I.V. (2025) Problemy zabezpechennia konkurentospromozhnosti restoraniv z keiterynhovym obsluhovuvanniam v suchasnykh umovakh. Tavriyskyi naukovyi visnyk. Serii: Ekonomika. no. 23. pp. 250–258.
5. Prylepa N. V., Mykoliuk O. A. (2014) Osoblyvosti rozvytku keiterynhu yak innovatsiinoi formy restorannoho biznesu [Features of the development of catering as an innovative form of restaurant business]. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky, no 5, t. 2, pp. 85–88.
6. Postova V.V. (2022) Keiterynh yak novyi trend u restorannomu biznesi. Prychornomorski ekonomichni studii. no. 74, pp. 147–150.
7. Smyrnov I. (2013) Heolohistychni osoblyvosti keiterynhu. Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu im. Tarasa Shevchenka. no 1 (61), pp. 8–12.

*Стаття надійшла до редакції
24 червня 2025 року*