УДК 640.43:396.3
Шлецер А.А.[1], Кукліна Т.С.[2]
[1] студ. гр. ГФз-113сп НУ «Запорізька політехніка»
[2] канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ДИТЯЧИЙ ПРОСТІР У ЗАКЛАДІ ХАРЧУВАННЯ

Шлецер А.А., Кукліна Т.С.

У науковому дослідженні дитячого простору в закладах харчування розглядається створення спеціально обладнаних зон, орієнтованих на потреби сімейних клієнтів із дітьми, як важливого елементу сучасної сервісної стратегії. Такий простір виступає не лише атракцією для малечі, але й складовою, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства, збільшенню тривалості перебування гостей та зміцненню сімейної лояльності, що підтверджують дослідження в сфері гостинності та ресторанного маркетингу [1].

Дитячий простір у закладі харчування за своєю суттю є функціональною зоною, розрахованою на активність, розваги або творчість дітей під контролем батьків. Створення таких зон ґрунтується на розумінні специфіки сімейного відпочинку: батьки прагнуть поєднати приємний обід або вечерю з можливістю для дітей провести час у безпечному та цікавому середовищі. Водночас діти мають природну потребу до рухової активності та гри, що при відсутності відповідних умов може призводити до дискомфорту не лише для самих батьків, але і для інших клієнтів закладу.

Сучасні рішення щодо облаштування дитячих просторів дуже різноманітні: це можуть бути невеликі куточки з іграшками, книжковими розвагами та настільними іграми або великі інтерактивні структуровані майданчики з м'яким обладнанням, гірками та лабіринтами. Існують також концепції, де дитячий простір інтегровано з цифровими мультиплеєрними платформами, що поєднують активну гру з технологічними елементами, підтримуючи інтеракцію та стимулюючи творче мислення. Там, де площа дозволяє, дитячі зони можуть бути облаштовані як тематичні простори, що відображають концепцію самого закладу і роблять перебування у ньому ще більш привабливим для сімей із дітьми [2].

Серед глобальних прикладів закладів, що успішно впровадили дитячі простори, є широко відомі сімейні ресторани з інтегрованими майданчиками. Наприклад, у мережі фаст-фуд ресторанів McDonald's довгий час функціонували дитячі ігрові зони PlayPlace**,** що включали лабіринти, гірки та м'які ігри, а їхня наявність значною мірою сприяла приваблению сімейних клієнтів. У деяких місцях навіть розвивають концепції великих багаторівневих дитячих зон, як-от новий ресторан у Disney Village з триярусним внутрішнім ігровим майданчиком, де діти можуть проводити час під час обіду батьків. У Середній Азії та Дубаї також з'являються ресторани-

атракціони із дитячими зонами за участю аніматорів та освітніх розваг, що дозволяє батькам насолоджуватися трапезою, поки діти зайняті активностями [3].

Важливо підкреслити, що ефективна організація дитячого простору потребує продуманого розміщення, яке дозволяє батькам легко контролювати дітей без необхідності постійно залишати свій столик. Простір має бути безпечним, відокремленим від зон з інтенсивним рухом або поблизу кухні, а також відповідати віковим потребам користувачів. Такий простір може значно підвищити рівень загального задоволення сімейних відвідувачів, дозволяючи їм довше перебувати в закладі, що в свою чергу потенційно збільшує середній чек та частоту повторних візитів.

Нижче наведено приклади закладів, що впровадили різні моделі дитячих просторів (табл. 1).

Таблиця 1 – Дитячі простори в ресторанних закладах

Назва закладу	Тип дитячого простору	Особливості
McDonald's (PlayPlace)	Інтерактивний майданчик	Традиційні лабіринти, гірки, м'які ігри для дітей різного віку.
Disney Village McDonald's	Великий багаторівневий простір	Триярусна ігрова зона, що інтегрує розваги з елементами архітектури закладу.
Little Matt's (США)	Ігри та міні-аркада	Поєднання ігрових автоматів, іграшок та зовнішніх дитячих зон у сімейному ресторані.
Play Cafés (штати США)	Кав'ярні з ігровими зонами	Кав'ярня + розважальна зона для дітей, що включає іграшки, тематичні ігри та уроки.

Таким чином, дитячий простір у закладі харчування виступає стратегічним сервісним елементом, що підсилює сімейну орієнтацію закладу та створює додаткові можливості для маркетингового позиціонування і підвищення лояльності гостей. Його впровадження має не лише розважальний характер, але й економічний вплив через збільшення часу перебування та споживання в закладі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ковальчук О. В. Формування споживчої лояльності сімейних клієнтів у закладах громадського харчування. *Маркетинг і управління інноваціями*. 2021. №4. С. 45–55.

2. Peterson R. A., Albaum G. Consumer Behaviour and Family Dining Experiences / R. A. Peterson, G. Albaum. *Journal of Hospitality Marketing & Management.* 2020. Vol. 29, Iss. 8. P. 915–932.

3. Smith J. D. Designing Play Spaces in Family Restaurants: Effects on Customer Satisfaction and Visit Frequency. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2019. Vol. 31. 7. P. 2807–2826.