

*Балацька Н.Ю.**к.т.н., доцент, докторант кафедри економіки і управління,
Харківський державний університет харчування та торгівлі**Balatska Natalia**Kharkov State University of Food Technology and Trade*

ОЦІНКА СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

EVALUATION OF SOCIO-CULTURAL SPACE OF DEVELOPMENT OF RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISES IN UKRAINE

Анотація. У статті визначено соціокультурні чинники, що впливають на розвиток підприємств ресторанного бізнесу України, та здійснена їх оцінка. Розглянуто основні детермінанти розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Зокрема, особливу увагу приділено дослідженню соціальних, культурних та демографічних чинників. На основі експертного оцінювання визначено перелік соціокультурних чинників та здійснено комплексне оцінювання їхнього впливу на діяльність підприємств ресторанного бізнесу. Обґрунтовано науково-методичний підхід до оцінки соціокультурного простору розвитку підприємств ресторанного бізнесу, який створює можливість установлення ступеня впливу соціокультурних чинників на розвиток підприємств сфери ресторанного бізнесу та розкриває спектр можливостей щодо перспективного врахування соціокультурних детермінант під час визначення стратегічних векторів їхнього розвитку.

Ключові слова: ресторанний бізнес, підприємство, розвиток, соціокультурний простір, соціальні чинники, культурні чинники, демографічні чинники, комплексна інтегральна оцінка.

Постановка проблеми. Підприємства ресторанного бізнесу є невід'ємною частиною ринкового середовища. Значення сфери ресторанного бізнесу постійно підвищується залежно від загального соціально-економічного розвитку країни. Процес інтенсивного розвитку і глобалізації ресторанного бізнесу в Україні як частини сервісного сектору економіки схильний до впливу багатьох чинни-

ків та пов'язаний із соціальними й економічними змінами, що відбуваються в останні три десятиліття. Індустрія ресторанного бізнесу досить чутлива до економічних і соціальних тенденцій, які є різними за силою, тривалістю та напрямом впливу. Рівень розвитку, з одного боку, виступає одним з індикаторів, що визначають якість життя населення в країні; з іншого боку, підприємницька діяльність у сфері ресторанного бізнесу забезпечує виконання цілей і завдань зростання економіки [2, с. 347].

Соціальні та культурні чинники впливають на соціально-економічний розвиток ресторанного бізнесу та включають системи переконань і практики, звичаї, традиції і поведінку всіх людей в країні, модні тенденції та ринкові трансформації, що впливають на дії і рішення щодо вибору вектору стратегічного розвитку. Соціокультурна перспектива є одним із найважливіших чинників, що впливає на вибір стратегічних цілей розвитку підприємств ресторанного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широке коло питань розвитку ресторанного бізнесу є предметом активних наукових дискусій вітчизняних і зарубіжних учених-економістів, таких як А. Аветисова, І. Ансофф, Ф. Валента, В. Гросул, П. Друкер, О. Кузьмін, М. Мескон, О. Раєвнева, А. Садеков, В. Шатун, Н. Якименко-Терещенко, Є. Строкова та інші. Узагальнюючи наукові здобутки дослідників, можна дійти висновку, що, незважаючи на наявні напрацювання щодо ключових аспектів соціально-економічного

розвитку ресторанного бізнесу, через систематичну зміну соціокультурних пріоритетів необхідне здійснення подальших досліджень соціокультурних чинників та оцінки їхнього впливу на соціально-економічний розвиток ресторанного бізнесу.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Головним завданням соціально-економічного розвитку ресторанного бізнесу є відповіді на ключові запитання: як створити унікальну концепцію закладу ресторанного бізнесу? Як утримати постійних клієнтів та залучити нових? Як забезпечити зростання обсягів діяльності та отримати цільовий прибуток, необхідний для розвитку? Значного впливу на соціально-економічний розвиток ресторанного бізнесу набувають зміни цінностей населення. Зважаючи на це, великого значення набуває дослідження соціокультурних чинників та кількісна оцінка ступеня їхнього впливу на досягнення цільових стратегічних орієнтирів розвитку підприємств сфери ресторанного бізнесу.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження та оцінка соціокультурних чинників, які впливають на соціально-економічний розвиток підприємства ресторанного бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Головною метою підприємства ресторанного бізнесу є досягнення конкурентних переваг у довгостроковому періоді, які забезпечуватимуть високий рівень прибутку та стабільне економічне зростання. Розвиток ринкових відносин, отримання суб'єктами господарювання права виходу у сферу ресторанного бізнесу вимагають постійного вдосконалення підходів до стратегічного управління [1, с. 121]. Конкурентна діяльність підприємств ресторанного бізнесу спрямована на повне задоволення постійно зростаючих матеріальних та духовних потреб населення. Це можливе через створення унікальних умов харчування з широкою номенклатурою послуг, зокрема таких, як послуги сомельє, гастрономічні шоу, урочиста презентація страв, бар-шоу, рибалка та кулінарне приготування у присутності гостя, караоке, знижки постійним клієнтам, виїзний кейтеринг з організа-

цією дозвілля та широким спектром різноманітних послуг [3, с. 149].

За результатами проведених опитувань учені відзначали динаміку змін цінностей населення різних країн, що торкаються релігії, гендерних ролей, трудових мотивацій, ставлення до демократії, рівня довіри в суспільстві, рівня довіри до державних інститутів, політичної участі, толерантності до інших груп, захисту навколишнього середовища та добробуту [6, с. 102].

Для ідентифікації соціокультурних чинників, які впливають на розвиток підприємств ресторанного бізнесу, було розроблено анкету, в якій респондентам було запропоновано вибрати найбільш значущі, на їхній погляд, соціальні, культурні та демографічні чинники та за 10-бальною шкалою оцінити ступінь їхнього впливу. В анкетуванні взяли участь 235 мешканців Харківської області різного віку, статі, з різним рівнем доходу та різним соціальним статусом. За результатами обробки та узагальнення анкетних даних було сформовано перелік основних чинників, які впливають на розвиток підприємств сфери ресторанного бізнесу, та розраховані середні експертні оцінки ступеня їхнього впливу.

Соціокультурний простір, в якому розвивається ресторанний бізнес, включає групу соціальних чинників, що впливають на ресторанний бізнес: соціальні класи та їхній вплив на суспільство, середній рівень реального доходу населення, багатство людей, рівень освіти, економічну нерівність, доступність освіти (безкоштовна, платна), рівень і доступ до медичної допомоги, значущість здорового способу життя в суспільстві, купівельні звички і уподобання споживачів, середній пенсійний вік (для чоловіків і жінок), особистість середнього споживача, репутацію закладів ресторанного господарства в суспільстві, конфліктність у суспільстві, схильність до стороннього впливу, громадські організації, домінування в суспільстві соціокультурних чинників Г. Хофстеде. Так, згідно з проведеним дослідженням у роботі [5] ціннісні індекси жителів України порівняно з ціннісними індексами жителів 23 європейських країн

суттєво відрізняються (рис. 1). Для європейських країн найбільш значущими цінностями є доброзичливість та універсалізм, а найменш значущими – влада і стимуляція. Для українців найбільш значущими цінностями є цінності безпеки, конформності, традиції. Безумовно, ці особливості повинні бути враховані під час визначення векторів стратегічного розвитку підприємств вітчизняного ресторанного бізнесу.

До групи культурних чинників, що впливають на ресторанний бізнес, можна віднести: модні тенденції, стиль життя, вплив соціальних мереж (блоги, тощо) порівняно із традиційними медіа (преса, телебачення, радіо), домінуючі комунікаційні технології в соціальних групах, участь у культурних заходах, музичні стилі, дизайнерські форми, творчість людей, інші детермінанти культури.

Слід відзначити, що суттєво впливають на розвиток підприємств ресторанного бізнесу в країні також демографічні чинники, до основних із яких слід віднести: темпи проросту населення в країні (регіоні), рівень народжуваності та її державну підтримку, статтєво-віковий розподіл у суспільстві, середню тривалість життя, середній склад

домогосподарств, рівень міграції населення, системи цінностей у суспільстві, домінуючі релігійні переконання у суспільстві (вплив релігійних лідерів на соціальну поведінку населення, звички харчування, пов'язані з релігією, релігійні традиції під час свят).

З метою визначення соціокультурних чинників, які найбільше впливають на розвиток підприємств ресторанного бізнесу, побудовано діаграму (рис. 2).

Аналіз даних, наведених на рис. 2, дає змогу визначити, що найбільш суттєво впливають на розвиток підприємств ресторанного бізнесу в Україні такі чинники: соціальні – $S_8, S_9, S_{11}, S_{12}, S_{14}$; культурні – K_1, K_2, K_3, K_5 ; демографічні – D_1, D_3, D_4, D_6 .

На наступному етапі для узагальнення результатів експертного оцінювання було визначено локальні показники для кожної групи чинників (соціальних, культурних та демографічних). Розрахунок здійснювався за формулою:

$$K^{R(S,K,D)} = \prod_{i=1}^n \left(\frac{\bar{O}_i^{S,K,D}}{n_i} \right)^{W_i} \quad (1)$$

де, $K^{R(S,K,D)}$ – локальний показник ступеня впливу (соціальних, культурних та демогра-

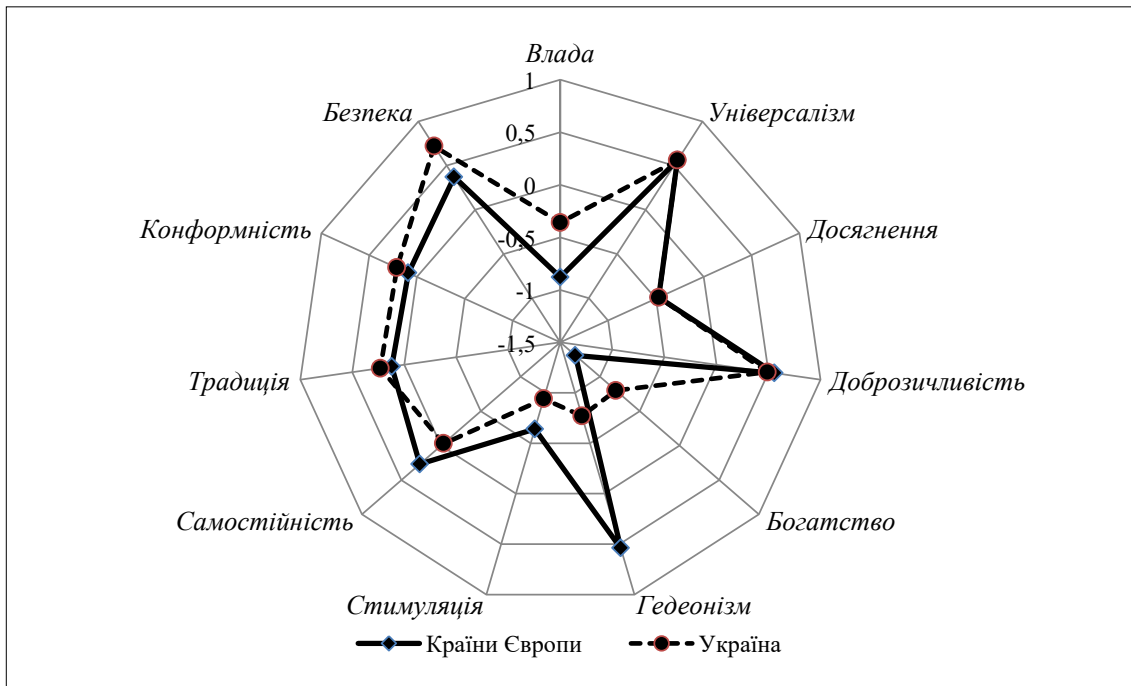


Рис. 1. Порівняння середніх значень ціннісних індексів жителів України та жителів 23 європейських країн

Джерело: розроблено на основі [7]

Експертні оцінки впливу групи соціокультурних чинників на розвиток ресторанного бізнесу в Україні

Соціальні чинники		Середня оцінка	Культурні чинники		Середня оцінка
S ₁	соціальні класи і їхній вплив на суспільство	6,2	K ₁	модні тенденції	9,8
S ₂	середній рівень реального доходу населення	9,7	K ₂	стиль життя	9,9
S ₃	багатство людей	9,5	K ₃	вплив соціальних мереж (блоги, тощо)	10
S ₄	рівень освіти	9,1	K ₄	вплив традиційних медіа (преса, телебачення, радіо)	7,4
S ₅	економічна нерівність	7,3	K ₅	домінуючі комунікаційні технології в соціальних групах	9,7
S ₆	доступність освіти (безкоштовна, платна)	5,2	K ₆	активність участі в культурних заходах	8,5
S ₇	рівень і доступ до медичної допомоги	4,3	K ₇	популярні музичні стилі	6,5
S ₈	значущість здорового способу життя в суспільстві	8,4	K ₈	популярні дизайнерські форми	8,9
S ₉	купівельні звички й уподобання споживачів	8,9	K ₉	творчість людей	7,8
			Демографічні чинники		
S ₁₀	середній пенсійний вік (для чоловіків і жінок)	7,3	D ₁	темпи приросту населення в країні (регіоні)	7,5
S ₁₁	особистість середнього споживача	8,7	D ₂	рівень народжуваності та її державна підтримка, статтєво-віковий розподіл у суспільстві	6,4
S ₁₂	репутація закладів ресторанного господарства в суспільстві	9,5	D ₃	середня тривалість життя	8,7
			D ₄	середній склад домогосподарств, рівень міграції населення, системи цінностей у суспільстві	9,2
S ₁₃	конфліктність у суспільстві	5,5	D ₅	домінуючі релігійні переконання в суспільстві (вплив релігійних лідерів на соціальну поведінку населення.)	4,3
S ₁₄	схильність до стороннього впливу	8,8	D ₆	звички харчування, пов'язані з релігією, релігійні традиції під час свят	9,8

Джерело: сформовано на основі експертних даних

фічних чинників) на розвиток підприємств ресторанного бізнесу;

$\bar{O}_i^{S,K,D}$ – одиничні середні експертні оцінки впливу j-го одиничного індикатора i-ої групи чинників (соціального, культурного та демографічного просторів);

W_i – значущість j-го одиничного індикатора оцінки соціокультурного простору діяльності підприємств ресторанного бізнесу, значення показника визначається за формулою:

$$\omega_{(1..n)} = \frac{\sum_{j=1}^m O_{ij}}{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^m O_{ij}} \quad (2)$$

Π – добуток аргументів K_i .

Аналіз отриманих значень локальних показників соціокультурного простору дає змогу дійти висновку про те, що на розвиток підприємств ресторанного бізнесу найбільший вплив мають демографічні та культурні чинники.

На наступному етапі розраховується площа профілю соціокультурного простору соціально-економічного розвитку підприємств ресторанного бізнесу в Україні за формулою:

$$S_{PC} = \frac{1}{2} \sin \frac{360^\circ}{n} \times \left(a_{n1} \times a_{1i} + \sum_{m=1}^{n-1} a_{mi} \times a_{(m+1)i} \right), \quad (3)$$

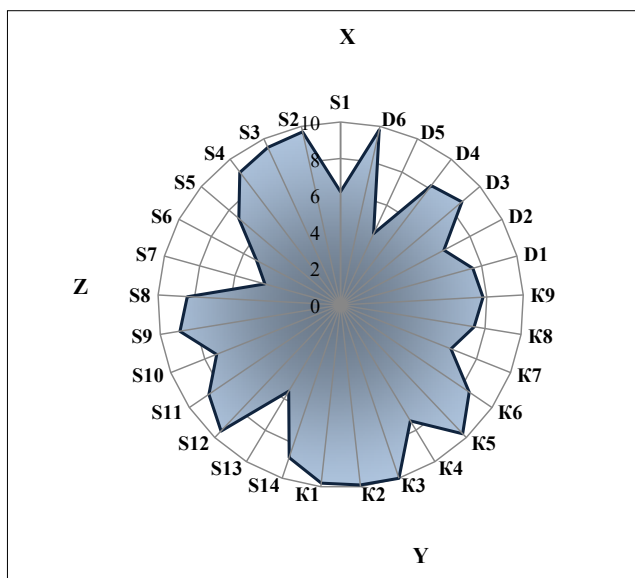


Рис. 2. Графічний профіль впливу соціокультурних чинників на розвиток підприємств ресторанного бізнесу в Україні

Джерело: розроблено на основі даних табл. 1

де S_{PC} – інтегральний показник (площа профілю) соціокультурного простору розвитку підприємств ресторанного бізнесу, коеф.;

a_{mi} – сторони профілю, коеф.;

n – кількість оцінюваних секторів.

Сторони профілю соціокультурного простору розраховуються за формулами:

$$a_1 = \sqrt{K_S^{R^2} + K_K^{R^2} - 2 \times K_S^{R^2} \times K_K^{R^2} \times \cos \frac{360^0}{n}} \quad (4)$$

$$a_2 = \sqrt{K_K^{R^2} + K_D^{R^2} - 2 \times K_K^{R^2} \times K_D^{R^2} \times \cos \frac{360^0}{n}} \quad (5)$$

$$a_3 = \sqrt{K_D^{R^2} + K_S^{R^2} - 2 \times K_D^{R^2} \times K_S^{R^2} \times \cos \frac{360^0}{n}} \quad (6)$$

де $K^{R(S,K,D)}$ – локальний показник ступеня впливу (соціальних, культурних та демографічних чинників) на соціально-економічний розвиток підприємств ресторанного бізнесу;

n – кількість груп соціокультурних чинників;

Для інтерпретації значень інтегрального показника оцінки соціокультурного простору розвитку підприємств ресторанного бізнесу розроблено шкалу (табл. 3). Обґрунтування інтервалів значень інтегрального показника оцінки соціокультурного простору розвитку підприємств ресторанного бізнесу (S_{PC}) здійснюється на основі узагальненої оцінки середніх величин. Для цього визначаються мінімальні та максимальні межі значень інтегрального показника оцінки соціокультурного простору розвитку підприємств ресторанного бізнесу, а величина інтервалу (μ) для лінгвістичної оцінки розраховується на основі формули [8, с. 142]:

$$\mu = \frac{S_{PC_{max}} - S_{PC_{min}}}{1 + 3,32 \times \text{Lg}(n)}$$

де, $S_{PC_{min}}$, $S_{PC_{max}}$ – відповідно мінімальні та максимальні значення інтегрального показ-

Таблиця 2

Значення локальних показників соціокультурного простору ресторанного бізнесу України

Показники соціокультурного простору	Значення, коеф.
Локальний показник впливу соціальних чинників	0,568
Локальний показник впливу культурних чинників	0,959
Локальний показник впливу демографічних чинників	1,291

Джерело: розраховано автором

Таблиця 3

Шкала лінгвістичної оцінки інтегрального показника оцінки соціокультурного простору розвитку підприємств ресторанного бізнесу

Формалізація діапазонів значень	Діапазон значень	Ступінь впливу
$[S_{PC_{min}}; S_{PC_{min}} + \mu]$	$[S_{PC} \leq 0,667]$	низький
$[S_{PC_{min}} + \mu; S_{PC_{min}} + 2\mu]$	$[0,668 < S_{PC} < 1,233]$	суттєвий
$[S_{PC_{min}} + 2\mu; S_{PC_{max}}]$	$[1,234 \geq S_{PC}]$	високий

Джерело: складено на основі [4]

ника оцінки соціокультурного простору розвитку підприємств ресторанного бізнесу, коеф.;

n – кількість груп соціокультурних чинників, відповідно яких здійснювалася оцінка соціокультурного простору розвитку підприємств ресторанного бізнесу.

За результатами проведених розрахунків визначено, що інтегральний показник соціокультурного простору для підприємств ресторанного бізнесу становить 0,811, що, відповідно до розробленої шкали оцінки (табл. 3), свідчить про суттєвий вплив соціокультурних чинників на розвиток підприємств ресторанного бізнесу.

Висновки і пропозиції. Розвиток підприємств ресторанного бізнесу України здійснюється під впливом широкого спектру чинників зовнішнього середовища. Ураховуючи галузеву специфіку сфери ресторанного бізнесу, суттєвий вплив мають соціокультурні чинники, що актуалізує питання визначення ступеня їхнього впливу. Запропонований науково-методичний підхід до оцінки соціокультурного простору розвитку підприємств ресторанного бізнесу ґрунтується на методі латентно-структурного аналізу, зосереджує у собі локальні комплексні оцінки трьох груп соціокультурних чинників (соціальних, культурних та демографічних), дає змогу встановити сприятливість впливу кожного з них та розкриває спектр можливостей врахування соціокультурних детермінант під час визначення стратегічних векторів розвитку підприємств ресторанного бізнесу.

Література:

1. Аветисова А.О. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. № 28. С. 117–123.
2. Ананьєв О.М., Сьомко О.В. Один з підходів до оцінки економічної привабливості та ефективності бізнес-проектів створення (реструктуризації) підприємств ресторанного господарства. *Вісник Львівської комерційної академії*, 2005. Вип. 38. С. 345–350.
3. Андрушків В.М., Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: методологічні положення та прикладні механізми. Тернопіль: ЛІЛЕЯ, 2007. 292 с.

4. Кіндрацька Г.І., Білик М.С., Загородній А.Г. Економічний аналіз: теорія і практика: підручник / за ред. А.Г. Загороднього. Львів: Магнолія Плюс, 2006. 428 с.
5. Магун В., Руднев М. Жизненные ценности населения: сравнение Украины с другими европейскими странами. *Украинское общество в европейском пространстве*. Київ: Суспільство, 2007. 246 с.
6. Панкова Ю.М. Особливості впливу соціокультурних чинників на розвиток транснаціональних компаній як сучасної форми міжнародного бізнесу. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2016. Вип. 5, С. 100–103.
7. Тромпенаарс Ф., Хэмпден-Тернер Ч. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса. Мн.: ООО «Попурри», 2004. 528 с.
8. Фишберн П. Теория полезности для принятия решений. М.: Наука, 1978. 352с.

References:

1. Avetysova A. O. (2013) Restoranni merezhi: konkurentni perevahy, problemy, perspektyvy rozvytku [Restaurant networks: competitive advantages, problems, prospects]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, no. 28, pp. 117-123.
2. Ananiev O. M., Somko O. V. (2005) Ody z pidkhodiv do otsinky ekonomichnoi pryvablyvosti ta efektyvnosti biznes-proektiv stvorennia (restrukturyzatsii) pidpriemstv restorannoho hospodarstva [One approach to assessing the economic attractiveness and effectiveness of business projects for the creation (restructuring) of restaurant businesses]. *Visnyk Lvivskoi komertsiiinoi akademii*, no. 38, pp. 345-350.
3. Andrushkiv V. M., Kuzmin O. Ye. (2007) Osnovy menedzhmentu: metodolohichni polozhennia ta prykladni mekhanizmy [Fundamentals of management: methodological provisions and applied mechanisms]. Ternopil: LILEIA.
4. Kindratska H. I., Bilyk M. S., Zahorodnii A. H. (2006) Ekonomichnyi analiz: teoriia i praktyka [Economic analysis: theory and practice]. Lviv: Mahnoliia Plus.
5. Magun V., Rudnev M. (2007) Zhiznennnye cennosti nasele-nija : sravnenie Ukrainy s drugimi evropejskimi stranami. *Ukrainskoe obshhestvo v evropejskom prostranstve* [Life values of the population: comparison of Ukraine with other European countries. Ukrainian society in the European space]. Kyiv. Suspil'stvo.
6. Pankova Yu. M. (2016) Osoblyvosti vplyvu sotsiokulturnykh chynnykiv na rozvytok transnatsionalnykh kompanii yak suchasnoi formy mizhnarodnoho biznesu [Features of the influence of social and cultural factors on the development of transnational companies and modern forms of international business.]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriiia «Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm»*, vol. 5, pp. 100-103.
7. Trompenaars F., Hjempden-Terner Ch. (2004) Nacion-al'no-kul'turnye razlichija v kontekste global'nogo biznesa [National-cultural differences in the context of global business]. Mn. : ООО «Popurri».
8. Fishbern P. (1978) Teoriia poleznosti dlja prinjatija reshenij [The theory of utility for decision making]. M.: Nauka.

Аннотация. В статье определены социокультурные факторы, которые влияют на развитие предприятий ресторанного бизнеса Украины, и осуществлена их оценка. Рассмотрены основные детерминанты развития ресторанного бизнеса в Украине. В частности, особое внимание уделено исследованию социальных, культурных и демографических факторов. На основе экспертной оценки определен перечень социокультурных факторов и осуществлена комплексная оценка их влияния на деятельность предприятий ресторанного бизнеса. Обоснован научно-методический подход к оценке социокультурного пространства развития предприятий ресторанного бизнеса, на основе которого возможно определение степени влияния социокультурных факторов на развитие предприятий сферы ресторанного бизнеса и раскрытие спектра возможностей по учету социокультурных детерминант при определении стратегических векторов их развития.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, предприятие, развитие, социокультурное пространство, социальные факторы, культурные факторы, демографические факторы, комплексная интегральная оценка.

Summary. The social aspects of the development of the restaurant business enterprises are investigated in the article. It is substantiated that the process of intensive development and globalization of the restaurant business in Ukraine as part of the service sector of the economy is prone to many factors and is associated with social and economic changes. It is determined that the restaurant business industry is quite sensitive to economic and social trends, which vary in strength, duration and direction of influence. The main determinants of the development of the restaurant business in Ukraine are considered. The social and cultural factors of G. Hofstede were analyzed; the value indices of the population of Ukraine were calculated and compared with the value indices of the population of 23 European countries. In particular, special attention is paid to the study of social, cultural and demographic factors. It is found that benevolence and universalism are the most important values for European countries and power and stimulation are the least significant; for the Ukrainians, the most important values are the values of safety, conformity, tradition. The list of socio-cultural factors that have a significant impact on the development of the restaurant business enterprises in Ukraine is determined on the basis of an expert poll of the Kharkiv region residents. On the basis of the developed methodological toolkit, individual average expert assessments of each socio-cultural factor were calculated, and a local assessment of the socio-cultural space of activity of restaurant business enterprises by groups of social, cultural and demographic factors was made. Three sectoral graphical profiles of the influence of socio-cultural factors on the development of restaurant business enterprises in Ukraine have been constructed. The scientific and methodological approach to a comprehensive assessment of the sociocultural space of development of restaurant business enterprises is substantiated, which makes it possible to establish the degree of influence of sociocultural factors on the development of restaurant business enterprises and reveal a range of possibilities for perspective consideration of sociocultural determinants in determining strategic vectors of their development.

Keywords: restaurant business, enterprise, development, sociocultural space, social factors, cultural factors, demographic factors, comprehensive integrated assessment.