

УДК 332.132

Василюк С. В.

sofiia.v.vasyliuk@lpnu.ua, ORCID ID: 0000-0003-2946-0513

ResearcherID: Q-9823-2017

д.е.н., к.х.н., с.н.с., доцент кафедри технології біологічно активних сполук, фармації та біотехнології,

Національний університет “Львівська політехніка”, м. Львів

Франів І. А.

ihor.franiv@lute.lviv.ua, ORCID ID: 0000-0001-6191-9772

ResearcherID: C-3235-2017

д.е.н., доц., професор кафедри підприємництва, торгівлі та логістики, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ГАЛУЗЕВО-РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ У ПРОСТОРОВОМУ ОРІЄНТУВАННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Анотація. У статті проаналізовано вплив галузево-регіонального аспекту при просторовому орієнтуванні підприємницької діяльності на прикладі сфери туризму. Доведено, що при обґрунтуванні просторового орієнтування окремого підприємства слід дотримуватися галузевого підходу, який полягає в врахуванні як існуючих, так і можливих виробників аналогічної продукції. Це зумовлює необхідність одномоментного аналізу усіх місць як існуючої, так і можливої просторової орієнтації підприємств із випуску аналогічної продукції чи надання послуг. Визначено, що при обґрунтуванні просторового орієнтування підприємств слід орієнтуватися на оптимум по галузі загалом, а не на окремі оптимуми на окремих підприємствах. Доведено: лише розрахунок, що охоплює галузь загалом, може дати справді оптимальний результат, а тому обґрунтування місця розташування окремих підприємств без дотримання галузевого підходу, який полягає в врахуванні існуючих та потенційних виробників аналогічної продукції, не забезпечить загального оптимального результату. З метою обґрунтування меж регіону для визначення оптимального місця просторового орієнтування підприємства слід користуватися поділом галузей економіки на галузі міжрайонного, внутрішньорайонного та локального значення. Обґрунтовано, що величина регіону, в межах якого слід дотримуватися галузевого підходу при виборі місця просторового орієнтування підприємств, прямо залежить від транспортабельності продукції, що продукується. Доведено, що неможливо розв'язувати задачу на пошук оптимального місця просторового орієнтування бізнесу, спираючись на будь-яке одне підприємство чи окрему галузь, регіон. Це дозволить зробити тільки комплексний підхід, який об'єднає в собі і галузевий, і регіональний аспекти, а також аналіз як існуючих, так і потенційних бізнес-структур дасть єдиний правильний результат щодо просторового орієнтування продуктивних сил, а це, в свою чергу, приведе до максимізації прибутку останніх.

Ключові слова: галузь, просторове орієнтування бізнесу, розміщення підприємств туристичної галузі, регіональна економіка, галузево-регіональний підхід.

Vasulyuk Sofiya

sofiia.v.vasyliuk@lpnu.ua, ORCID ID: 0000-0003-2946-0513

ResearcherID: Q-9823-2017,

Doctor of Economics, PhD in Chemical Sciences, Senior Research Fellow,

Associate Professor of the Department of Technology of Biologically Active Compounds,

Pharmacy and Biotechnology,

“Lviv Polytechnic” National University, Lviv

Franiv Ihor

ihor.franiv@lute.lviv.ua, ORCID ID: 0000-0001-6191-9772

ResearcherID: C-3235-2017

Doctor of Economics, Associate Professor,

Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics,

Lviv University of Trade and Economics, Lviv

INDUSTRY-REGIONAL ASPECT IN SPATIAL ORIENTATION OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY OF TOURIST SECTOR

Abstract. *The article analyzes the influence of the industry-regional aspect in the spatial orientation of entrepreneurial activity using the example of the tourism sector. It is proved that when substantiating the spatial orientation of an individual enterprise, a sectoral approach should be followed, which consists in taking into account both existing and possible manufacturers of similar products. This necessitates a one-time analysis of all places of both existing and possible spatial orientation of enterprises for the production of similar products or services. It is determined that when substantiating the spatial orientation of enterprises, it is necessary to focus on the optimum in the industry as a whole, and not on individual optimums in individual enterprises. It is proved that only a calculation covering the industry as a whole can give a truly optimal result, and therefore justifying the location of individual enterprises without following the industry approach, which is to take into account existing and potential producers of similar products will not provide the overall optimal result. In order to substantiate the boundaries of the region to determine the optimal place of spatial orientation of the enterprise should use the division of economic sectors into areas of inter-district, intra-district and local importance. It is substantiated that the size of the region within which the sectoral approach should be followed when choosing the place of spatial orientation of enterprises, directly depends on the transportability of products. It is proved that it is impossible to solve the problem of finding the optimal place of spatial orientation of business based on any one company or industry, region. This will allow only a comprehensive approach that combines both sectoral and regional aspects, as well as analysis of both existing and potential business structures will give the only correct result in terms of spatial orientation of productive forces, which in turn will maximize the profits of the latter.*

Key words: branch, spatial orientation of business, location of enterprises of tourist branch, regional economy, branch-regional approach.

JEL Classification: R30, L83

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2022-33-05>

Постановка проблеми. Унаслідок розвитку транспортних технологій появилася можливість перевезення продукції на більші відстані і значно швидше. Якщо додати до цього поняття просторової відмінності витрат виробництва чи послуг, це породило нову проблему економічної науки, яка нам відома під назвою просторового орієнтування бізнесу, вирішення якої зводиться до пошуку оптимального місця для розміщення підприємства.

Обґрунтувати знайдене місце просторового орієнтування окремого підприємства в принципі не складає великих труднощів. Адже відносно легко знайти місце, де потрібно спорудити нове підприємство, врахувавши місця існування його споживачів і їх попит. При таких вихідних даних дуже просто знайти місце, де витрати на виробництво продукції та її транспортування до цих споживачів, задовольняючи їх попит, будуть найменшими.

Інакше кажучи, якщо ми маємо підприємство, яке буде виробляти продукцію для трьох споживачів, сумарний попит яких становить 500 тисяч одиниць продукції, то оптимальним для місця його розташування буде мінімум витрат на виробництво продукції в обсязі 500 тисяч одиниць і витрат, пов'язаних із перевезенням її до споживачів, повністю задовольняючи попит кожного.

Здавалося б, ця задача є проста, адже розрахунок виробничих витрат на заданий обсяг випуску

продукції у конкретному місці та визначення витрат на транспортування відповідних обсягів продукції до споживачів труднощів не складає. Тим не менше обґрунтування вибору місця розташування окремого підприємства привело б до негативного результату, оскільки, як правило, апіорі неможливо знати пункти існування споживачів планованого до спорудження у певній точці підприємства. Крім цього, все ж знайшовши споживача і побудувавши підприємство з потужністю, що рівна попиту споживача для задоволення його потреб, ми не можемо впевнено сказати, що дане підприємство не буде збиткове чи буде працювати на повну потужність. Адже ймовірно, що в регіоні згодом утвориться нове підприємство з випуску аналогічної продукції, виробляти яку на даному підприємстві буде дешевше, ніж у попередньому. Унаслідок цього споживач цілком ймовірно буде купляти продукцію там, де дешевше. Отже, початкове підприємство буде працювати не на повну потужність або взагалі збанкрутує.

Такий аналіз засвідчує неможливість ізольованого, виключно з точки зору окремого підприємства (без урахування існуючих і можливих виробників аналогічної продукції), знаходження оптимального місця розташування підприємства.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження проблем впливу галузево-регіонального аспекту при просторовому орієнтуванні підпри-

емницької діяльності на прикладі сфери туризму та пошук шляхів вирішення цих проблем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В науковій літературі широко розглядається й обґрунтовується застосування різних підходів чи методів для вирішення проблеми просторового орієнтування бізнесу. Зокрема, науковцями виділяється однозначна доцільність застосування як галузевого, так і регіонального аспектів.

Проте перед аналізом даних аспектів слід відзначити роль держави в плануванні розміщення продуктивних сил. Розвиток і розміщення промисловості та інших галузей господарства досі обґрунтовувалися перед складанням планових документів. Зокрема, перед складанням планів розробляли схеми розвитку та розміщення галузей господарства (транспорт, сільського господарства) і промисловості (машинобудування, чорної металургії, текстильної, харчової тощо). З переходом до ринкової економіки роль таких галузевих прогнозних економічних розробок зберігається. Так, у США майже 50%, а в Італії – 70% економіки регулюється державою, особливо такі важливі галузі виробництва, розвиток яких не під силу навіть великим фірмам: паливно-енергетичного комплексу, гірничодобувних підприємств, чорної і кольорової металургії, деяких галузей машинобудування та хімічної промисловості [1, с. 42; 2]. Однак у країнах світу з розвинутою ринковою економікою методи обґрунтування базуються не на адміністративно-бюрократичних, а на економічних заходах (наприклад, здійснення податкової політики стимуляційного або гальмівного характеру), велике значення мають правові важелі управління економікою.

Є. П. Качан в [1, с. 42] визначає, що процес економічного обґрунтування галузевого орієнтування виробництва в загальному вигляді складається з таких найважливіших етапів: аналіз сучасного розвитку і розміщення галузі; визначення основних умов і чинників розвитку галузі та окремих підприємств на перспективу; вибір варіантів і визначення оптимального варіанта розміщення галузі.

Важливість галузевого підходу при розміщенні підприємств також представлена в [3, с. 44–46; 4, с. 27; 5; 6]. Дослідження процесів розвитку і просторового орієнтування продуктивних сил здійснюється за допомогою сукупності багатьох підходів. Серед них найбільш ефективними на різних рівнях пізнання є такі: галузевий, міжгалузевий, регіональний, системно-структурний, історичний, комплексний, екологічний, проблемний, програмно-цільовий, відтворювальний.

Галузевий підхід розроблений досить ґрунтовно і має значний вплив на прийняття рішень. Попередником галузевого підходу був аналіз пункту просторового орієнтування окремого

підприємства залежно від розташування джерел сировини, палива, напівфабрикатів, трудових ресурсів та районів споживання готової продукції за критерієм мінімізації витрат. На цьому принципі ґрунтувалася класифікація галузей і виробництв.

Водночас галузевий підхід не завжди дає змогу достатньою мірою враховувати особливості міжгалузевих зв'язків, які в сучасному суспільному продукуванні блага набувають все більшого значення. Не можна, наприклад, розглядати структуру, спеціалізацію, розвиток і просторове орієнтування окремих галузей сільського господарства окремо від розвитку і просторового орієнтування певних галузей харчової промисловості. Неповне врахування міжгалузевих зв'язків призводить до помилок і небажаних трансформаційних процесів у розвитку і просторовому орієнтуванні цих галузей.

Міжгалузевий підхід, або аналіз розвитку і просторового орієнтування сукупності галузей, що тісно взаємодіють (за сировинними, проміжними та кінцевими продуктами, технологічними та іншими ознаками), є дещо менш розробленим порівняно з галузевим.

У суспільному господарстві порівняно небагато галузей, міжгалузевих сукупностей, інших комплексів (наприклад, паливно-енергетичний, агропромисловий, лісопромисловий), що тісно взаємодіють. Міжгалузевий підхід у дослідженні розвитку і просторовому орієнтуванні продуктивних сил дає змогу розкрити особливості залежності територіальної організації будь-якої галузі від розвитку і просторового орієнтування ряду інших безпосередньо пов'язаних із нею галузей. Це сприяє досягненню важливих соціально-економічних цілей, найбільш повному врахуванню впливу науково-технічного прогресу.

Всі ці підходи галузевого орієнтування підприємств є, безперечно, актуальні, але неможливо знайти оптимальне місце просторового орієнтування підприємства, не враховуючи одночасно і регіонального аспекту. Адже виробничі процеси однієї і тієї ж галузі, межі якої можуть охоплювати великий регіон можуть докорінно відрізнитися на протилежних сторонах цього регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Спираючись на дослідження, представлені в [7, с. 770–772], можемо впевнено стверджувати, що при обґрунтуванні просторового орієнтування окремого підприємства, в тому числі і туристичної сфери, слід дотримуватися галузевого підходу, який полягає у врахуванні як існуючих, так і можливих виробників аналогічної продукції. Це зумовлює необхідність одномоментного аналізу усіх місць як існуючої, так і можливої просторової орієнтації підприємств із випуску аналогічної продукції чи наданні послуг.

Отже, при обґрунтуванні просторового орієнтування виробничих підприємств туристичної сфери слід орієнтуватися на оптимум по галузі загалом, а не на окремі оптимуми на окремих підприємствах. Навіть за умов найбільш вільного підприємництва... Рішення, "оптимальне" із точки зору окремого підприємства, може виявитися неоптимальним для економіки загалом, й у підсумку воно виявиться неоптимальним і збитковим для цього окремого підприємства. Лише розрахунок, що охоплює галузь загалом, може дати справді оптимальний результат, а тому обґрунтування місця розташування окремих підприємств, для забезпечення якісного туризму, без дотримання галузевого підходу, який полягає в урахуванні існуючих та потенційних виробників аналогічної продукції, не забезпечить загального оптимального результату.

На цьому етапі слід згадати дослідження науковців щодо регіонального аспекту при пошуку оптимального місця просторового орієнтування бізнесу. Абстрагуючись нашою державою, можемо обґрунтовано стверджувати, що на сьогодні вся територія поділена на економічні райони [1, с. 18–28; 8–10].

Тепер, беручи до уваги як галузевий, так і регіональний підходи, можемо стверджувати, що розв'язання задачі на просторове орієнтування виробничих підприємств зі сфери туристичного бізнесу можна значно спростити і прискорити без суттєвих відхилень від оптимального результату, якщо галузевий підхід обмежувати певним регіоном (залежно від виду продукції). З огляду на можливості сучасної математичної науки, обчислювальної техніки та потреб планування можливі три групи галузевих задач просторового орієнтування виробничих підприємств зі сфери туристичного бізнесу:

У галузях, де число можливих пунктів виробництва обмежене, а кількість джерел сировини та пунктів споживання продукції невелика, доцільна постановка задач для галузі загалом, тобто в масштабі усієї країни, а можливо, і декількох країн.

У галузях, де число можливих як пунктів виробництва, так і джерел сировини та пунктів споживання продукції нараховує декілька сотень, безпосереднє розв'язання такої задачі для усієї галузі практично виключене через величезний обсяг вихідної інформації та складності кількісних зв'язків. У цих випадках кількість можливих варіантів просторового орієнтування буде складати астрономічну цифру. Але задача може бути розв'язана, якщо процес цього розділити на декілька етапів. Постановка та розв'язання таких дво- чи багатоетапних задач складніші та більш трудомісткі, ніж задач першої групи.

У галузях, які виробляють продукцію, реалізація якої обмежується межами міста чи невеликого

регіону, або виробляють предмети специфічного національного (чи зонального) споживання, немає необхідності ставити задачі на просторове орієнтування в масштабі усієї країни. Тут доцільно розв'язувати лише галузеві локальні задачі просторового орієнтування виробничих підприємств зі сфери туристичного бізнесу.

З метою обґрунтування меж регіону визначення оптимального місця просторового орієнтування виробничих підприємств зі сфери туристичного бізнесу й користуються поділом галузей економіки на галузі міжрайонного, внутрішньорайонного та локального значення. До галузей міжрайонного призначення відносяться ті види діяльності, рішення про просторове орієнтування яких може бути прийняте на базі міжрайонних порівнянь ефективності їх локалізації. Іншими словами, фактори розташування вказаних галузей вирізняються суттєвою порайонною диференціацією, а продукція, що ними випускається, може перевозитися на великі відстані. До галузей внутрішньорайонного значення відносяться ті види діяльності, міжрайонне перевезення продукції яких завчасно неможливе або недоцільне (з технічних або економічних причин). До галузей локального значення відносяться виробництва, що випускають малотранспортабельну продукцію (у т. ч. продукцію, яка швидко псується). Підприємства таких галузей здійснюють пошук місця для свого розташування в межах населеного пункту, де виникає відповідний попит.

Загалом можна обґрунтовано стверджувати, що величина регіону, в межах якого слід дотримуватися галузевого підходу при виборі місця просторового орієнтування виробничих підприємств зі сфери туристичного бізнесу, прямо залежить від транспортабельності продукції, що продукується. Чим більш транспортабельною є така продукція, тим у межах більшого регіону має дотримуватися галузевий підхід. І навпаки: чим менш транспортабельною є продукція, тим менший регіон аналізується для вибору місця просторового орієнтування підприємств із її випуску.

Для повноти визначення величини регіону слід також додати і регіональні інтереси суспільства, а саме: екологічний фактор, не врахування якого може призвести до непоправних збитків для міста, країни і землі в цілому. З іншої сторони, цей фактор все частіше виступає як обмежувач для спорудження нових, особливо промислових підприємств, на певних географічних територіях. Інфраструктурно-інноваційний фактор – сьогодні інфраструктура – це один із найважливіших ресурсів розвитку регіону. Адже інвестиційна привабливість у першу чергу визначається інфраструктурно-інноваційним розвитком (насиченістю) регіону. Законодавчо-нормативний фактор – потреба обов'язкового врахування як законодавчо-

нормативних актів країни, так і особливостей законодавства регіонального характеру. Адаптація не врахування регіонів із особливим статусом і інше призведе до помилкових розрахунків оптимального місця просторового орієнтування бізнесу. Політичний фактор – сьогодні сфери бізнесу часто пов'язані з політичними партіями, які мають прямий і “сильний” вплив на прийняття перспективних рішень управлінськими радами підприємств. Національно-географічний фактор – навіть у межах однієї країни можливий різнобітний національної свідомості населення, прослідковування ворожих настроїв серед населення різних областей чи регіонів. Унаслідок цього виникає різне бачення розвитку бізнесу з продукування аналогічних благ і недобросовісна конкуренція.

У цьому зв'язку дотримання регіонального підходу має здійснюватися виважено і супроводжуватися попереднім аналізом конкретної ситуації щодо особливостей просторового орієнтування. Якщо це не буде зроблено, дотримання галузевого підходу в межах некоректно визначеного регіону не гарантує отримання оптимального результату й унаслідок неправильного просторового орієнтування виробничих підприємств зі сфери туристичного бізнесу може зумовити значні збитки.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Обґрунтовано можемо стверджувати, що неможливо розв'язувати задачу на пошук оптимального місця просторового орієнтування бізнесу, спираючись на будь-яке одне підприємство чи окрему галузь, регіон. Тільки комплексний підхід, який об'єднає в собі і галузевий, і регіональний аспекти, а також аналіз як існуючих, так і потенційних бізнес-структур дасть єдиний правильний результат щодо просторового орієнтування продуктивних сил, а це, в свою чергу, приведе до максимізації прибутку останніх.

Подальші наукові дослідження будуть стосуватися аналізу техніко-економічного потенціалу туристичної сфери Західного регіону України та аналізу державного регулювання просторового орієнтування підприємств туристичної галузі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Розміщення продуктивних сил України : підручник / за ред. проф. Є. П. Качана. Київ : Юридична книга, 2004. 552 с.
2. Canty D. *Metropolity. City.* 1972. P. 39-40.
3. Стеченко Д. М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика : підручник. Київ : Вікар, 2006. 396 с.
4. Розміщення продуктивних сил України : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / С. І. Дорогунцов, Ю. І. Пітюренко, Я. Б. Олійник та ін. Київ : КНЕУ, 2000. 364 с.

5. Колосовский Н. Н. Теория экономического районирования. Москва : Мысль, 1969. 335 с.

6. Регионы Украины: Поиск стратегии оптимального развития / под ред. А. П. Голикова. Харьков : Харьковский ун-т, 1994. 304 с.

7. Стадницький Ю. І., Комарницький І. М., Фрانیв І. А. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка. Розділ №8 у навчальному посібнику Маркетинговий менеджмент / за ред. д.е.н. І. М. Комарницького. Львів : Априорі, 2007. 1032 с.

8. Hoselitz B. The role of cities in the economic growth of underdeveloped countries. *Journal of Political Economy.* 1953. P. 56–67.

9. Lampard E. E. The history of cities in the economically advanced areas. *Economic Development and Cultural Change.* 1955. P. 45–56.

10. Jacobs J. *Cities and the wealth of nations: Principles of economic life.* New York : Random House, 1984. 217 p.

REFERENCES

1. Kachana Ye.P. (2004), *Rozmischennia produktyvnykh syl Ukrainy* [Placement of Ukraine's productive forces], Yurydychna knyha, Kyiv, 552 p.

2. Canty D. (1972), *Metropolity, City*, p. 39–40.

3. Stechenko, D. M. (2006), *Rozmischennia produktyvnykh syl i rehionalistyka* [Placement of productive forces and regionalism], Vikar, Kyiv, 396 p.

4. Dorohuntsov S. I., Pitiurenko Yu. I., Oliynyk Ya. B. (2000), *Rozmischennia produktyvnykh syl Ukrainy : navch.-metod. posibnyk dlia samost. vyych. dysc.* [Placement of productive forces of Ukraine: training method. self-help manual studied disc.], KNEU, Kyiv, 364 p.

5. Kolosovskiy, N. N. (1969), *Teoriya ekonomycheskoho rajonyrovanyia* [Theory of economic districting], Mysl', Moscow, 335 p.

6. Holykova A. P. (1994), *Rehyony Ukrainy: Poysk stratehyi optymal'noho razvytytia* [The search for optimal development strategies], Kharkov: Kharkovskiy un-t, 1994. 304 p.

7. Stadnytskyj, Yu. I. Komarnytskyj, I. M. and Franyiv, I. A. (2007), *Rozmischennia produktyvnykh syl i rehional'na ekonomika. Rozdil №8 u navchal'nomu posibnyku Marketynhovyj menedzhment* [Deployment of productive forces and regional economy. Chapter No. 8 in the Marketing Management textbook], Apriori, L'viv, 1032 p.

8. Hoselitz B. (1953), The role of cities in the economic growth of underdeveloped countries, *Journal of Political Economy*, p. 56–67.

9. Lampard, E. E. (1955), The history of cities in the economically advanced areas, *Economic Development and Cultural Change*, p. 45–56.

10. Jacobs J. (1984), *Cities and the wealth of nations: Principles of economic life*, Random House, New York, 217 p.

Стаття надійшла до редакції 05 червня 2022 р.