УДК 338.486 (477)

О.В. Музиченко-Козловська
Національний університет "Львівська політехніка"

ВИБІР ОПТИМАЛЬНОГО МІСЦЯ РОЗТАШУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

© Музиченко-Козловська О.В, 2012

Визначено чинники, які впливають на вибір оптимального місця розташування туристичного підприємства. Обґрунтовано критерії вибору місць розташування туристичного підприємства. Запропоновано послідовність обґрунтування вибору оптимального місця розташування туристичного підприємства.

Ключові слова: місце розташування туристичного підприємства. Чинники розміщення у просторі.

O. Muzychenko-Kozlovska
Lviv Polytechnic National University

CHOICE OF OPTIMUM PLACE OF LOCATION OF TOURIST ENTERPRISE

Certainly factors which influence at choice optimum place of location of tourist enterprise. Grounded criteria of choice of places of location of tourist enterprise. The sequence of ground of choice of optimum place of location of tourist enterprise is offered.

Key words: place of location of tourist enterprise. Factors of placing are in space.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Через динамічний розвиток туризму в Україні виникає проблема визначення оптимальних місць розташування туристичних підприємств. Недостатній аналіз туристичного потенціалу та можливостей створення нових підприємств туристичної індустрії може призвести до неочікуваних наслідків формування туристичного ринку в Україні. Особливу увагу необхідно приділити чинникам, які впливають на вибір оптимального місця розташування туристичного підприємства, оскільки правильне розташування будь-якого підприємства прирівнюється до новітніх технологій та рішення про інвестиції у нього.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми. Актуальність та важливість вирішення проблеми комплексного розміщення продуктивних сил постійно зростає. Підтвердженням є Нобелівська премія з економіки за дослідження у сфері структури торгівлі та розміщення виробництва, яку одержав у 2008 р. Пауль Робін Кругман. Серед вітчизняних науковців цій проблемі присвятили свої праці Ю.І.Стадницький [1; 2], Д.М. Стеченко [3], Є. П.Качан [4], В.В.Ковалевський [5] та інші. Однак поза їхньою увагою залишається проблема вибору оптимального місця розташування туристичних підприємств.

Цілі статті. Метою статті є визначення чинників, які впливають на вибір оптимального місця розташування туристичного підприємства, обґрунтування критеріїв порівняння таких місць та економічне обґрунтування цього процесу.

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Закономірності розміщення продуктивних сил є просторовим виявом дії економічних законів. Вони проявляються у раціональному (ефективному), пропорційному та комплексному розміщенні підприємств. Ефективне територіальне організування виробництва має забезпечувати максимальну продуктивність праці та максимальну її економію за рахунок зменшення витрат праці на подолання територіального відриву між підприємством та споживачами. Така закономірність реалізується через принцип наближення підприємств до джерел ресурсів, робочої сили і споживачів.

Правильний вибір оптимального місця розташування туристичного підприємства забезпечує його подальший сталий розвиток. Тому удосконалення обґрунтування вибору оптимального місця розташування туристичного підприємства є важливим науковим та практичним завданням.

На вибір оптимального місця розташування туристичного підприємства вагомий вплив мають чинники розміщення об'єктів у просторі. Перелік цих чинників наведено у табл. 1 [1, с. 16–44; 2, с. 112–113].

Таблиця 1

Чинники, які впливають на вибір місця розташування підприємств

№ з/п	Орієнтація на місця з наявністю	Така орієнтація відбувається у разі виробництва продукції
1.	Джерел ресурсів	1.Шляхом вилучення ресурсів з місця їх перебування або користування немобільними ресурсами 2. Ресурсомісткої 3. Із застосуванням ресурсів, які утруднено переміщати
2.	Чисельної та дешевої робочої сили	1. Працемісткої
3.	Кваліфікованої робочої сили	1. Технології якої потребують використання висококваліфікованої робочої сили
4.	Споживачів	1. Яку складно перевозити на велику відстань 2. Яка може швидко вийти з моди 3. Вага (об'єм) якої значно перевищує вагу (об'єм) основної сировини 4. Територіальна диференціація витрат на випуск якої є незначною 5. Де важливим є чинник культурної близькості зі споживачами 6. Де важливим є безпосередній контакт зі споживачами 7. У вигляді послуг, які не можуть бути наданими через Інтернет 8. Де важливим є зменшення ризику різкої зміни курсу валют
5.	Мінімальних витрат виробництва продукції	1. Витрати на транспортування якої є незначними
6.	Низького рівня забруднення довкілля	1. Яка вразлива до забрудненого довкілля
7.	Можливості мінімізувати екологічні витрати	1. Яке супроводжується високим рівнем антропогенного забруднення довкілля
8.	Можливості зведення до мінімуму загрози для населення від діяльності підприємств	1. Яке супроводжується ризиком техногенних аварій

Очевидно, що базою для розвитку туристичного підприємства є природні та антропогенні туристичні ресурси, без яких воно не може функціонувати. Тому визначальним чинником розміщення підприємств туристичної індустрії та формування туристично привабливої території є джерела природних ресурсів.

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

“Туристично приваблива територія – це територія, що має потенціал туристичних ресурсів, сучасну розвинену матеріально-технічну базу туризму, доступну і достатню для туриста інформацію про неї, які б відповідали потребам туристів і забезпечували досягнення максимального соціально-економічного ефекту від розвитку в її межах туристичної індустрії” [6, с. 474].

Як зазначалось раніше [7, с. 199] потенційна туристична привабливість території – це той рівень розвитку, якого може досягти туристична індустрія в певному регіоні за наявних у його межах туристичних ресурсів. Потенційна туристична привабливість території може бути технічною та економічно доцільною.

Економічно доцільна туристична привабливість території – це доцільність приймання у регіоні такої кількості туристів, яка дасть можливість досягти максимального економічного ефекту. Щоб визначити економічно доцільну туристичну привабливість території, необхідно виявити сукупність чинників, які впливають на підвищення туристичної привабливості території та заходи, які слід реалізувати, щоб її досягти. У певному регіоні може бути потенціал для розвитку туризму та бажання прийняти максимальну кількість туристів, але, щоб досягти максимальної туристичної привабливості території, затрати для цього можуть виявитися недоцільними. Інші регіони, які уже досягли певного рівня туристичної привабливості території, можуть планувати приймання меншої кількості багатих туристів, щоб таким способом зменшити рекреаційне навантаження на туристичну територію і одночасно отримати максимальний економічний ефект.

Для визначення ступеня туристичної привабливості економічних районів України можна здійснити регіональний аналіз з огляду природокористування та насиченості туристичними ресурсами, враховуючи вплив факторів розміщення у просторі.

За теорією маркетингу територій різні місця території мають різну привабливість щодо доцільності розташування там підприємств певної галузі [8].

Специфікою діяльності туристичного підприємства є неможливість доставки послуг до споживача, тобто їх розташовують лише поблизу туристичних ресурсів (природних чи історико-культурних). До того ж природні ресурси можуть двояко використовувати у діяльності туристичного підприємства: вилучати з місця їх залягання (мінеральні води чи грязі) або не вилучати (вода морів, озер, річок тощо).

Другим важливим фактором, який впливає на вибір оптимального місця розташування туристичного підприємства, є низький рівень забруднення довкілля, адже передбачає у деяких його видах відпочинок та оздоровлення як зазначено у Законі України “Про туризм”: туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає [9].

Третім фактором, який потрібно враховувати під час вибору місця розташування туристичного підприємства, є потреба численної та дешевої робочої сили, а також висококваліфікованої робочої сили. Однак це більше стосується підприємств з розміщення туристів (готелі, мотелі, санаторії тощо).

Якщо на вибір оптимального місця розташування туристичного підприємства впливає декілька чинників, то аналізують їхній сукупних вплив.

Обґрунтування вибору оптимального місця розташування туристичного підприємства розпочинають з визначення критеріїв порівняння. Першим критерієм порівняння різних місць розміщення туристичного підприємства є якість та насиченість природних туристичних ресурсів для забезпечення потреб туристів, враховуючи рекреаційну місткість території. Для культурно-історичних туристичних ресурсів таким критерієм може бути унікальність туристичних ресурсів. Другим критерієм має бути висока якість довкілля в місці розташування туристичного підприємства.

Інформацію про можливі ситуації порівняння різних місць розташування туристичних підприємств, враховуючи якість туристичних ресурсів та якість довкілля наведено у табл. 2.

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

Таблиця 2

Можливі ситуації у разі порівняння різних місць розташування туристичних підприємств

№ можливої ситуації	Якість туристичних ресурсів		Якість довкілля	
	аналогічна	різна	аналогічна	різна
1	+	-	+	-
2	+	-	-	+
3	-	+	+	-

Враховуючи викладену вище інформацію, схема вибору оптимального місця розташування туристичного підприємства, враховуючи якість туристичних ресурсів та якість довкілля матиме вигляд, наведений на рисунку.

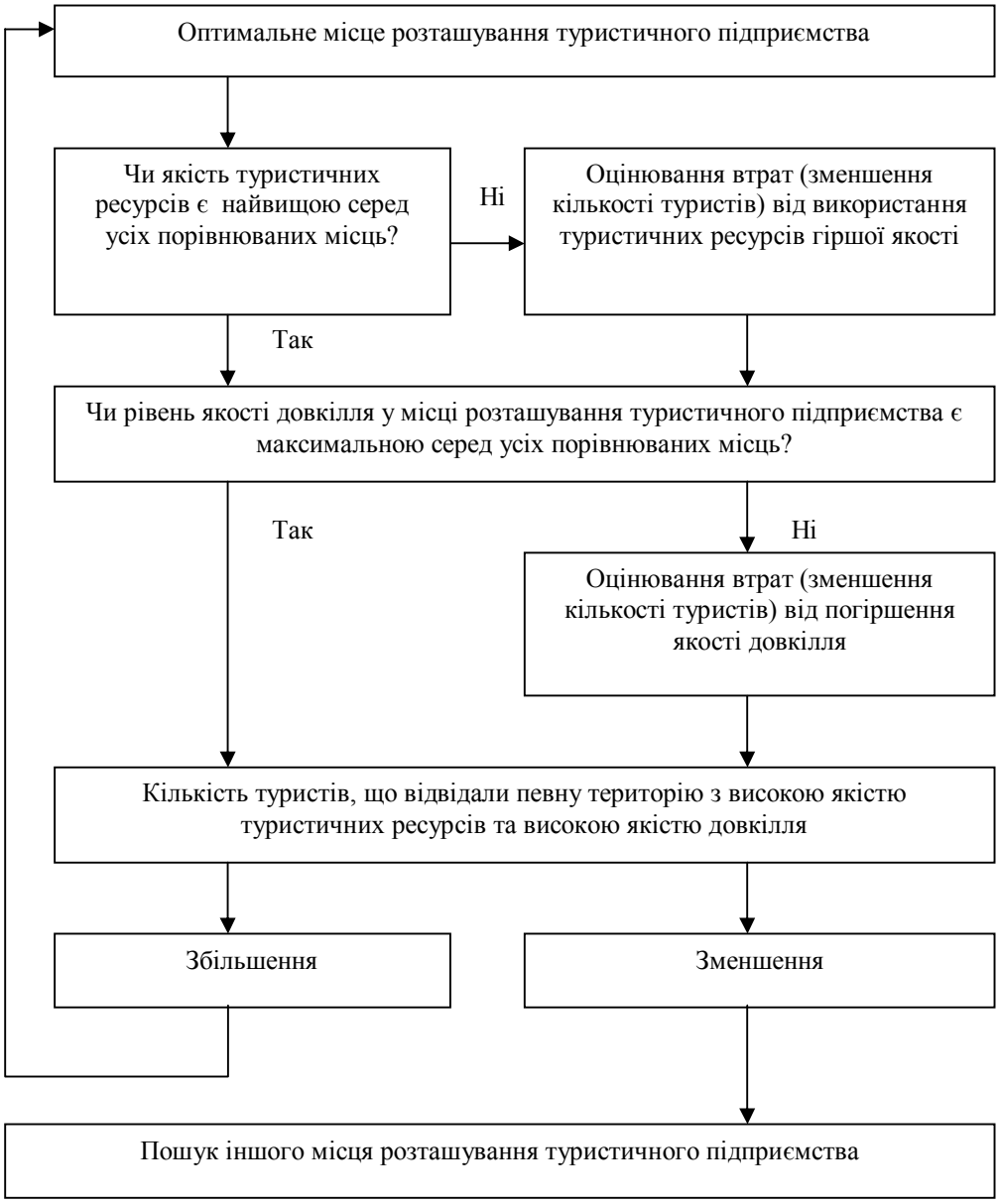

Схема вибору оптимального місця розташування туристичного підприємства, враховуючи якість ресурсів та довкілля

Економічне обґрунтування вибору оптимального місця розташування туристичного підприємства передбачає такі основні етапи:

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

Етап 1. Економічне оцінювання втрат (зменшення кількості туристів) від використання туристичних ресурсів гіршої якості.

Етап 2. Економічне оцінювання втрат (зменшення кількості туристів) від погіршення якості довкілля.

Етап 3. Визначення кількості туристів, що відвідали територію з високою якістю туристичних ресурсів та високою якістю довкілля.

Для визначення кількості туристів, що відвідали певну територію з високою якістю туристичних ресурсів та якісним довкіллям можна використати формулу

$$N_{тур} = N_{тур_{яр}} + N_{тур_{яд}}$$

де $N_{тур}$ – кількість туристів, які відвідали певну територію; $N_{тур_{яр}}$ – кількість туристів, які відвідали територію з високою якістю туристичних ресурсів; $N_{тур_{яд}}$ – кількість туристів, які відвідали територію з високою якістю довкілля.

Висновки. Отже, вибір оптимального місця розташування туристичного підприємства, враховуючи чинники розміщення у просторі (природні та антропогенні туристичні ресурси, а також якість довкілля), полягає у визначенні кількості туристів, що відвідали певну територію з наявними найкращими туристичними ресурсами після здійснення заходів з покращення якості довкілля.

1. Стадницький Ю.І., Товкан О.Е., Симак А.В., Коваль Л.М. Просторові аспекти конкуренції технологій: монографія / Ю.І.Стадницький, О.Е.Товкан, А.В.Симак, Л.М.Коваль. – Хмельницький: ХНУ, 2009. – 95 с. 2. Стадницький Ю.І., Загородній А.Г. Розміщення продуктивних сил (теоретичні основи): Навч. посібник / Ю.І.Стадницький, А.Г.Загородній. – К.: Знання, 2008. – 351 с.Стеченко Д.М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика: Підручник / Д.М.Стеченко. – К.: Вікар, 2006. – 396 с.3. Качан Є.П. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка України: Навч. посібник / За ред. Є. П.Качана. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 310 с. 4. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка / За ред. В.В. Ковалевського, О.Л.Михайлюка, В.Ф.Семенова. – 7-ме вид., стереоти. – К.: Знання, 2005. – 350 с. 5. Музиченко-Козловська О.В. Інформаційне забезпечення оцінювання туристичної привабливості території / О.В.Музиченко-Козловська // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка". – 2008. – № 633. – С. 474–480. 6. Мельник О.В. Інтегральний показник туристичної привабливості території: поняття та теоретичні аспекти // Регіональна економіка. – 2004. – № 4. – С. 197 – 205. 7. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф.Котлер, К.Асплунд, И.Рейн, Д.Хайдер. – Ст.-Петербург: Стокгольмская школа экономики, 2005. – 376 с. 8. Закон України "Про туризм" / ВВР України, 1995. – № 31. – С. 241. – (Із змінами, внесеними Законом № 2608-VI (2608-17) від 19.10.2010 р.).

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua