

# ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/25.3>**Кулиняк І.Я.**

кандидат економічних наук, доцент

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8135-4614>**Бондаренко Ю.Г.**

кандидат економічних наук

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2362-7629>

## ТИПОЛОГІЯ ЧИННИКІВ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

*У статті проаналізовано наукові підходи науковців до виокремлення класифікаційних ознак та поділу чинників впливу на розвиток галузі туризму за видами. Дослідження показали відсутність одностайності у виокремленні чинників впливу на розвиток галузі туризму. Дотримуючись принципів комплексності та системності, враховуючи той факт, що туристична галузь є динамічною системою, що потребує врахування сучасних трендів розвитку туризму, авторами висвітлено специфіку поділу чинників за класифікаційними ознаками. Запропоновано виокремлювати такі групи чинників впливу на розвиток галузі туризму за змістом: економічні, політико-правові, соціально-демографічні, науково-технічні, історико-культурні, природно-кліматичні, матеріально-технологічні. Відповідно до запропонованих груп, наведено складові елементи, які є основними детермінантами ймовірності та сили впливу того чи іншого чинника.*

**Ключові слова:** туризм, чинники впливу, розвиток туризму, сезонність, чинник централізму, галузь туризму.

**Постановка проблеми.** Туристична галузь є відкритою системою, елементи якої перебувають у постійній взаємодії із навколишнім середовищем. Індустрія туризму, будучи комплексним механізмом взаємодії багатьох суміжних галузей національної економіки, впливає на усі соціально-економічні, історико-культурні, політико-правові та інші процеси, які відбуваються у країні. Базовим елементом у міжособистісних взаємозв'язках та відносинах виступають споживачі, які своїми потребами формують напрями розвитку туризму та задають тенденції змін форм туристичних послуг. Глобалізаційні процеси, скасування міжкордонних обмежень та відкритість економік світу приводять у залежність будь-якого внутрішнього ринку туристичних послуг від світових змін і вимагають негайних реакцій на світові події. Ефективність механізму функціонування туристичного ринку залежить від злагодженої роботи всіх його структурних елементів, які взаємопов'язані між собою. Будь-яка взаємодія супроводжується взаємовпливом усіх підприємницьких структур та суб'єктів індустрії бізнесу. Розвиток туризму залежить від функціонування суміжних галузей національної економіки, спричиняючи при цьому зворотний вплив на розвиток всієї системи економіки країни та світового співтовариства.

Будь-які рушійні сили, умови, причини будь-якого процесу, що визначають її характер у наукових вченнях трактуються як чинники (фактори), які із різною силою, частотою чи ймовірністю, прямо чи опосередковано впливають як на функціонування туристичної

галузі загалом, так і на її структурні елементи. Напрямок розвитку туризму є наслідком впливу багатьох чинників. Разом з тим, зміна напряму чи сили впливу одного з чинників може бути причиною зміни характеру впливу інших чинників. Дослідження чинників впливу на будь-який процес потребує дотримання принципу комплексності. Туристична галузь є одночасно динамічною системою, що потребує при дослідженні враховувати часові зміни, які відбуваються у системі. Динамічні зміни вимагають постійних спостережень та оновлень результатів досліджень, роблячи цей процес безперервним. Беручи до уваги вище описане, вважаємо за доцільне продовжити дослідження у напрямі вивчення впливу чинників на розвиток галузі туризму.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам розвитку галузі туризму присвячено значну кількість наукових публікацій вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед науковців, які досліджували чинники впливу на розвиток туризму, варто виокремити таких, як: Л.І. Гальків [1], О.В. Килин [1], І.С. Гурська [2], З.М. Герасимів [2], Н.В. Корж [3], Н.В. Онищук [3], О.Г. Підвальна [4], О.В. Чеченя [5] та ін. Особливо актуальним питанням у дослідженнях науковців Т.І. Алексеевої [6], А.С. Соколовської [6], А.О. Мельника [7], А.Г. Мамчура [7], Ю.О. Юхновської [8] є висвітлення світових процесів, які спричиняють суттєвий вплив на формування тенденцій розвитку ринку туристичних послуг; інша група науковців А.А. Рябев [9], М.В. Тонкошкур [9], С.В. Кравцова [9], Л.В. Фрей [10], Д.В. Гаращенко [10] досліджують розвиток туристичного бізнесу

в умовах пандемії COVID-19. У 2022 році збільшилася кількість наукових досліджень, присвячених впливу російсько-української війни не тільки на розвиток туризму в Україні [11], а й європейських країн [12].

Незважаючи на значну кількість результатів наукових досліджень, враховуючи складність проблеми, чинники впливу на розвиток галузі туризму не повністю враховані у дослідженнях науковців та не включають у себе усіх основних та специфічних аспектів функціонування туристичного ринку в глобальних умовах розвитку світу, що й потребує детальнішого подальшого вивчення.

**Метою статті** є систематизація чинників впливу на розвиток галузі туризму.

**Виклад основного матеріалу.** У сфері туризму чинник (фактор) трактується як момент, суттєва обставина туристської практики [13]; передумова змін у туризмі та причина їх виникнення [14].

З точки зору об'єктів управління, у наукових джерелах знаходимо дослідження чинників (факторів), які впливають на: розвиток туристичних дестинацій [3]; конкурентоспроможність туризму [15]; потенціал туристичної галузі [8]; туристичну привабливість території [16]; надання туристичних послуг [17]; туристичний імідж [18]; розвиток туризму [1; 19].

З точки зору суб'єктів управління, науковці досліджують чинники впливу на діяльність (розвиток):

- 1) споживачів туристичних послуг [17];
- 2) суб'єктів туристичної діяльності (туристичних підприємств) [20].

У сфері туризму у наукових джерелах наводиться така класифікація чинників, що впливають на розвиток галузі туризму:

1. За масштабом туристичного ринку [21, с. 83]:
  - глобальні, тобто чинники, які діють у міжнародному чи світовому масштабі;
  - національні, тобто чинники, які виявляють свій вплив на рівні держави;
  - регіональні, тобто чинники, що впливають на стан та розвиток туристичних ресурсів в межах окремого регіону.
2. За напрямом впливу [2, с. 91; 5]:
  - зовнішні (екзогенні) чинники впливають на туризм, передусім, за допомогою демографічних і соціальних змін, а також через політичні, фінансово-економічні чи науково-технічні умови;
  - внутрішні (ендогенні) чинники – це чинники, що впливають безпосередньо в сфері туризму, тобто це матеріально-технічні чинники, що мають найважливіше значення для розвитку туризму. Головні з них пов'язані з розвитком засобів розміщення, транспорту, підприємств харчування, рекреаційної сфери, торгівлі.
3. За результатами впливу [22]:
  - позитивні чинники впливу: політична стабільність, зростання ВВП та рівня реальних доходів, розвиток інфраструктури, впровадження інновацій, зростання інвестицій;
  - негативні фактори впливу: економічна криза, зростання цін, інфляція, милітаризація економіки, політична нестабільність, погіршення екологізації ситуації.
4. За ступенем впливу [23; 24]:
  - статичні чинники складається з природно-кліматичних, культурно-історичних, географічних (територіальних) чинників. Ключовою ознакою цих чинників виступає незмінність у часі;

- динамічні чинники складаються з соціальних, демографічних, економічних, культурних, міжнародних, військово-політичних чинників і науково-технічного прогресу.

5. З точки зору впливу на туристичну діяльність [4; 25]:
  - чинники залучення (спонукають до подорожі – природні, культурні та соціальні умови в країні, де формуються туристичні потоки);
  - чинники диференціації попиту (впливають на вибір місця подорожі – туристичні ресурси, розвиток інфраструктури, рівень соціально-економічного розвитку країни).

6. За впливом на територіальну організацію. Науковець О. Колотуха [26] запропонував поділяти чинники формування попиту на туризм (зокрема, спортивний туризм) на групи:

- нелокалізуючі чинники – здійснюють вплив на галузь туризму не залежно від місця їх розташування: туристсько-рекреаційні потреби, економічні, організаційно-управлінські, матеріально-побутові, соціально-психологічні, медико-санітарні, екологічні, інноваційні фактори, фактори кадрового забезпечення;
- локалізуючі чинники – дія цих чинників територіально диференційована та закріплює територіальний розподіл трудових ресурсів у туризмі: геополітичні, геополітичні, природно-рекреаційні, історико-культурні, інфраструктурні, рекреаційно-діяльнісні.

7. За характером впливу [5]:
  - екстенсивні чинники: зростання чисельності працівників галузі, збільшення кількості залучених до господарського обороту матеріальних ресурсів;
  - інтенсивні чинники – технічне вдосконалення матеріальної бази на основі впровадження досягнень та результатів науково-технічного прогресу, підвищення освітньо-кваліфікаційного рівня працівників галузі, раціональне використання наявних матеріальних ресурсів.

8. За впливом на розвиток галузі [5; 27, с. 97]:
  - лімітуючі та стимулюючі чинники, що лімітують чи стимулюють розвиток та ефективне функціонування галузі туризму. До них можна віднести науково-технічний прогрес; рівень розвитку транспорту та транспортної мережі; рівень розвитку сфери послуг; демографічну ситуацію та структуру населення, зайнятість; рівень доходів населення та їх розподіл, екологічні, житлово-побутові та соціально-культурні умови життя; суспільний устрій, правове забезпечення соціальних та економічних свобод; розвиток громадсько-політичного життя; рівень розвитку інформаційної сфери та засобів масової інформації тощо. Ці групи чинників можуть бути як стимулюючими так і лімітуючими, залежно від того чи іншого вектору їх розвитку;
  - стабілізуючі чинники впливу на галузь туризму залежать від конкретної ситуації, процесу, що відбувається в її зовнішньому або внутрішньому середовищі та дозволяють знівелювати негативні наслідки таких процесів.

9. З погляду механізму впливу на розвиток туризму [4]:
  - об'єктивні чинники – ті, що сформовані історичним розвитком суспільства;
  - чинники, які цілеспрямовано регулюють саме туристичну діяльність – державна політика в туризмі, наявність і зміст туристичного законодавства, стан туристичної освіти тощо.

10. За характером вияву [28]:

- циклічні чинники – мають певні стадії свого виникнення та зникнення;
- нециклічні чинники – мають одномоментний характер виникнення.

11. За ступенем взаємозалежності [28]:

- незалежні від інших чинників;
- взаємозалежні – пов'язані з іншими, але можуть діяти самостійно;
- похідні чинники – не можуть існувати без чинника, що став його першопричиною.

12. За масштабом впливу [28]:

- загальні – впливають на всю галузь туризму;
- специфічні – впливають на підприємства індустрії туризму певного виду діяльності;
- індивідуальні – впливають на конкретні туристичні підприємства.

13. За повторюваністю [28]:

- повторювальні чинники – дія поновлюється через певні проміжки часу;
- неповторювальні чинники – мають одноразову дію.

14. За тривалістю впливу [28]:

- постійні чинники – безперервно діють протягом періоду дослідження і планування;
- тимчасові чинники – дія чинників має сезонний характер;
- епізодичні – вплив чинників в індустрії туризму є короткочасним.

15. За можливістю виникнення [28]:

- реальні чинники – чинники, які вже існують і продовжуватимуть свій вплив у плановому періоді;
- потенційні чинники – чинники, які можуть виникнути з різним ступенем імовірності. Оцінити таку ймовірність можна за допомогою економіко-математичних, статистичних методів та методів експертного оцінювання, залежно від чинника, що оцінюють.

Н. Шандова та О. Билим [29] чинники впливу на розвиток туристичної привабливості регіону поділили на групи: туристичні ресурси туристичної індустрії, туристичні ресурси туристичної інфраструктури, державне регулювання туристичної діяльності та стан регіону.

Варто врахувати чинник сезонності, який спричиняє суттєвий вплив на розвиток галузі туризму. Сезонність – це щорічна циклічність у попиті. Функціонування ринку туристичних послуг та організацій туристичної індустрії має чітко виражений сезонний характер. Науковець К. Мороз [30] виокремлює первинні та вторинні чинники, які впливають на сезонність в туризмі. До первинних чинників відносяться природнокліматичні; а до вторинних:

- а) економічні – структура споживання товарів і послуг, формування платоспроможності попиту за допомогою пропозиції;
- б) наявність вільного часу;
- в) демографічні – диференційований попит по чоловіковому складу і іншим ознакам;
- г) психологічні – традиції, смаки, мода;
- д) технологічні – пов'язані з комплексом наданням якісних послуг.

Науковці Т. Алексеєва, А. Соколовська [6] до чинників впливу на розвиток туристичної індустрії відносять соціально-економічні, демографічні, екологічні, медико-біологічні, політичні, соціально-психологічні,

природні, культурно-історичні, матеріально-технологічні чинники.

Як бачимо, найчастіше у наукових джерелах аналізуються чинники впливу на розвиток туризму за змістом. Дослідження показує, що немає одностайності між науковцями у виокремленні видів чинників цієї групи. На наш погляд, доцільно виокремити такі групи чинників впливу на розвиток галузі туризму за змістом: економічні, політико-правові, соціально-демографічні, науково-технічні, історико-культурні, природно-кліматичні, матеріально-технологічні (табл. 1).

Заслугує на увагу погляд науковців В. Брича та В. Охоти [24], які підкреслюють вагомість такого чинника як адміністративно-територіальний чинник централізму. На думку науковців, його існування підтверджується тим, що м. Київ хоча і не володіє суттєвими природно-рекреаційними ресурсами, але все ж має потужні вхідні туристичні потоки, його туристична та готельно-ресторанна сфера демонструє найвищі показники по Україні. Відповідно, це пояснюється тим, що столиця є діловим, торговельно-розважальним, спортивним, освітньо-культурним центром країни. На важливість геоторіальних чинників наголошує дослідник О. Колотуха [26], відносячи до них умови та впливи, які пов'язані з конкретним місцем розташування районів проведення туристських подорожей, просторовим розташуванням туристських об'єктів, положенням об'єктів в систем географічних координат, топологічними характеристиками території, можливістю прокладання туристських маршрутів. Погоджуємося з науковцем, що саме властивості території, пов'язані з місцем розташування специфічних рекреаційно-туристських ресурсів, визначають конкретну геоситуацію і вплив «місця» на особливості формування і розвитку туризму.

**Висновки.** Особливістю розвитку галузі туризму є її взаємозв'язок і взаємозалежність з багатьма сферами економіки. Так визначну роль на розвиток туризму справляє розвиток транспорту, його доступність, швидкість, комфортність тощо. Також ефективність туристичної галузі залежить від розвитку інфраструктури, яка поєднується в тандем з наданням якісних послуг, кліматичними умовами, культурними надбаннями, наявністю архітектурних пам'яток, які мають історичну цінність. Туризм як галузь потрібно розглядати в комплексі, оскільки туризм – це не лише багатомільйонні прибутки і ефективний інструмент розвитку економіки, це в першу чергу, достатньо великий відсоток зайнятих, це податки, як з підприємств, так і з працівників, це сфера відпочинку і задоволення, що приносить відновлення психоемоційних та фізичних сил людини, що у свою чергу буде впливати на зростання продуктивності праці. Отож, розвиток галузі туризму забезпечує засобами для існування мільйони людей, приносить високі прибутки державі у вигляді податкових відрахувань і призводить до зростання продуктивності праці, оскільки фізичне зношення організму приводить до емоційного виснаження, що є особливо руйнівним для людини, і що безпосередньо впливає на зростання продуктивності праці людей. Комплексне врахування чинників впливу при формуванні програм та стратегій розвитку галузі туризму дозволить ефективніше використовувати туристичні ресурси та потенціал регіону.

**Таблиця 1 – Класифікація та складові елементи чинників впливу на розвиток галузі туризму за змістом**

Групи чинників	Складові елементи чинників
Економічні	рівень доходів та купівельної спроможності населення, зміна структури споживання товарів і послуг, частка туристичних послуг у структурі послуг, система оподаткування, рівень і темп інфляції, рівень цін на туристичні послуги, валютний курс, платоспроможність туристичних компаній, фінансово-кредитна політика, фінансово-економічні кризи
Політико-правові (у т.ч. геополітичні)	політична обстановка в країні, зовнішньоекономічна політика країни, міжнародні політичні зв'язки, паспортний і митний режим, рівень демократії, дотримання прав і свобод людини, процеси глобалізації, державне регулювання туристичної діяльності, нормативно-правова база туризму, наявність міжнародних угод у сфері туризму, візовий режим, тероризм, військові та воєнні дії
Соціально-демографічні	матеріальний добробут населення, тривалість відпусток і робочого тижня, вік виходу на пенсію, рівень освіти населення, професійна структура населення, стан здоров'я населення, соціальна напруженість у суспільстві, забезпеченість житлом, зміна народонаселення, урбанізація, вікова структура населення, територіальний розподіл населення, міграційні процеси, рівень народжуваності та смертності, епідемії та хвороби
Науково-технічні	розвиток матеріально-технічної бази, розвиток науки і техніки, науково-технічний прогрес, модернізація транспортної інфраструктури, розвиток науково-технічного співробітництва, розвиток інформаційного забезпечення
Історико-культурні	історико-культурна спадщина, кількість пам'яток архітектури, історичні місцевості, місця археологічних розкопок, музеї, матеріальна і духовна культура народів, культурний рівень населення, культурні цінності, задоволення естетичних потреб населення, традиції, вірування та релігія, наявність певних стереотипів поведінки, сучасне мистецтво
Природно-кліматичні	кількість заповідників, природних парків, пам'яток природи, ландшафтні умови, екологічна ситуація, якість середовища проживання, кліматичні умови, екзотичність фауни і флори, наявність джерел мінеральних вод та природних ресурсів, сезонні особливості клімату
Матеріально-технологічні	рівень забезпеченості регіонів об'єктами туристичної інфраструктури, рівень застосування техніки і технологій в суміжних галузях – транспорт, будівництво, комунально-побутові служби, наявність об'єктів торгівлі та громадського харчування, забезпеченість інформаційно-комунікаційними та інтернет-технологіями

Джерело: систематизовано на основі [5–7; 19; 25–26; 31–34]

Систематизовану авторами класифікацію чинників впливу на розвиток галузі туризму можна застосовувати у практичних цілях з метою статистичного дослідження та аналізування розвитку туристичного ринку, виявлення тенденцій та характеру діяльності суб'єктів туристичної діяльності, формування перспективних напрямів розвитку туристичних дестинацій тощо. Потребує подальших

досліджень та доповнення класифікації новими чинниками, які формуються з врахуванням новітніх тенденцій, зумовлених посиленням глобалізаційних процесів, використанням цифрових та смарт-технологій у галузі туризму, виникненням непередбачуваних (форс-мажорних) обставин, які суттєво впливають на перебіг процесів у туристичному бізнесі (пандемії, війни) тощо.

#### Список використаних джерел:

1. Гальків Л.І., Килин О.В. Чинники та соціально-економічні ефекти розвитку сільського зеленого туризму в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія : *Проблеми економіки та управління*. 2015. № 815. С. 22–27.
2. Гурська І.С., Герасимів З.М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. *Агросвіт*. 2019. № 20. С. 88–92. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.20.88>
3. Корж Н.В., Онишук Н.В. Фактори інноваційного розвитку туристичних дестинацій. *Економіка і організація управління*. 2021. Вип. 4. С. 45–54. DOI: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2021.4.5>
4. Підвальна О.Г. Фактори розвитку сфери туризму: регіональний аспект. *Підприємництво та інновації*. 2020. Вип. 11-2. С. 66–71. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.29>
5. Чеченя О.В. Фактори впливу на галузь туризму. *Географія та туризм*. 2011. Вип. 16. С. 116–122.
6. Алексеева Т.І., Соколовська А.С. Вплив глобальних факторів на розвиток туризму в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 11. С. 44–47.
7. Мельник А.О., Мамчур А.Г. Фактори впливу на зовнішньоекономічну діяльність туристичних підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 43. С. 66–71. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure43-13>
8. Юхновська Ю.О. Чинники впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на розвиток потенціалу туристичної галузі Запорізького регіону. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : *Економіка і менеджмент*. 2019. Вип. 40. С. 53–59. DOI: <https://doi.org/10.32841/2413-2675/2019-40-7>
9. Рябев А.А., Тонкошкур М.В., Кравцова С.В. Управління розвитком сфер туризму та готельного господарства під час пандемії COVID-19. *Бізнес Інформ*. 2021. № 5. С. 215–220. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-5-215-220>
10. Фрей Л.В., Гаращенко Д.В. Сучасні тенденції та новітні тренди в туризмі після COVID-19. *Інновації та технології в сфері послуг та харчування*. 2020. № 2. С. 67–74. DOI: <https://doi.org/10.24025/2708-4949.2.2020.213044>
11. Роїк О.Р., Недзвецька О.В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: *економічні науки*. 2022. Випуск 46. С. 11–15. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2>
12. Як війна в Україні вплинула на європейський туризм. *Голос України*. URL: <http://www.golos.com.ua/article/360967>
13. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Видавничий Дім «Слово», 2006. 372 с.



14. Мажар Л.Ю. Теоретические основы анализа условий туристско-рекреационных систем. *Региональные исследования*. 2008. № 3. С. 17–28.
15. Гордійчук Є.Г. Якість обслуговування як чинник формування конкурентоспроможності у круїзному туризмі. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2021. № 2. С. 143–162.
16. Мороз Л.А., Яричевська Я.І. Емоціоналізація бренд-комунікацій як чинник підвищення туристичної привабливості міста. *Ефективна економіка*. 2020. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7658>. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.2.66>
17. Дехтяр Н.А. Наявність вільного часу як чинник формування попиту на туристичні послуги. *Економічний простір*. 2020. № 160. С. 96–102. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/160-18>
18. Панова І.О., Степаненко В.І. Креативна економіка як фактор формування міжнародного туристичного іміджу країни. *Бізнес Інформ*. 2022. № 3. С. 72–78. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-3-72-78>
19. Петрушенко Ю.М., Журавка Ф.О., Мареха І.С., Новгородцева М.О. Чинники розвитку міжнародного туризму. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 3. С. 203–208. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-294-3-32>
20. Копень Г.Р., Кулиняк І.Я. Сучасні напрями розвитку підприємств у сфері туризму в Україні. *Вісник НУ «Львівська політехніка». Серія: Проблеми економіки та управління*. 2020. Вип. 4. № 2. С. 37–48. DOI: <https://doi.org/10.23939/semi2020.02.037>
21. Сервіс в туризмі : підручник / під ред. Гриценюк Н.І., Бурдейного В.А., Кутузової О.Є. та ін. Одеса : Талісман, 2006. 160 с.
22. Комліченко О.О. Фактори розвитку туристичної галузі. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. № 8. С. 75–79.
23. Довгаль Д.В., Данько Н.І. Розвиток готельно-ресторанного та санаторно-курортного комплексу як складова інтенсифікації економіки України. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2013. № 1042. С. 115–118.
24. Брич В.Я., Охота В.І. Основні фактори впливу на функціонування готельно-ресторанних комплексів та туризму в Україні. *Економіка та держава*. 2018. № 8. С. 9–12.
25. Момонт Т.В. Основні фактори розвитку ринку туристичних послуг. *Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки*. 2012. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2012\\_1\\_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_35)
26. Колотуха О. Умови та фактори формування попиту на спортивний туризм у світі. *Економічна та соціальна географія*. 2015. Вип. 71. С. 45–54.
27. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : навч. посіб. Київ : «Альтерпрес», 2002. 436 с.
28. Тараненко О.О. Сучасні підходи до класифікації чинників впливу на діяльність підприємств індустрії туризму. *Економіка розвитку*. 2015. № 4. С. 32–40.
29. Шандова Н.В., Билим О.С. Фактори впливу на розвиток туристичної привабливості регіону. *Економіка, фінанси, право*. 2018. № 7. С. 21–24.
30. Мороз К.О. Фактори впливу на функціонування ринку туризму. *Вісник Національного транспортного університету*. 2015. № 3. С. 213–219.
31. Безуглий І.В. Фактори інноваційного розвитку рекреаційно-туристичної сфери. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2014. № 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2014\\_2\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_6)
32. Сірик А.Є. Аналіз факторів впливу на розвиток туристичної галузі в Україні. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2016. Вип. 1(1). С. 156–163.
33. Огінок С., Дика Б. Особливості організації готельного бізнесу на умовах франчайзингу. *Соціальна економіка*. 2021. № 61. С. 114–122. DOI: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2021-61-11>
34. Савіцька О.П., Савіцька Н.В. Сучасні тренди інноваційного розвитку сфери туризму в Україні. *Бізнес Інформ*. 2021. № 9. С. 124–130. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-9-124-130>

#### References:

1. Halkiv L.I., Kylyn O.V. (2015) Chynnyky ta sotsialno-ekonomichni efekty rozvytku silskoho zelenoho turyzmu v Ukraini [Factors and socio-economic effects of the development of rural green tourism in Ukraine]. *Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues*, 815, 22–27.
2. Hurska I.S., Herasymiv Z.M. (2019) Faktory rozvytku turystychnoho biznesu v umovakh rynku [Factors of tourist business development in the market conditions]. *Agroworld*, 20, 88–92. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.20.88>
3. Korzh N.V., Onyshchuk N.V. (2021) Faktory innovatsiynoho rozvytku turystychnykh destynatsii [Factors of innovative development of tourist destinations]. *Economics and management organization*, 4, 45–54. DOI: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2021.4.5>
4. Pidvalna O.H. (2020). Faktory rozvytku sfery turyzmu: rehionalnyi aspekt [Factors of tourism development: regional aspect]. *Entrepreneurship and innovation*, 11–2, 66–71. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.29>
5. Chechenia O.V. (2011) Faktory vplyvu na haluz turyzmu [Factors influencing the tourism industry]. *Geography and tourism*, 16, 116–122.
6. Aleksieieva T.I., Sokolovska A.S. (2016) Vplyv hlobalnykh faktoriv na rozvytok turyzmu v Ukraini [The influence of global factors on the development of tourism in Ukraine]. *Black Sea Economic Studies*, 11, 44–47.
7. Melnyk A.O., Mamchur A.H. (2020) Faktory vplyvu na zovnishnoekonomichnu diialnist turystychnykh pidpriemstv [Factors influencing the foreign economic activity of tourist enterprises]. *Market infrastructure*, 43, 66–71. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct43-13>
8. Yukhnovska Yu.O. (2019) Chynnyky vplyvu zovnishnoho ta vnutrishnoho seredovyshcha na rozvytok potentsialu turystychnoi haluzi Zaporizkoho rehionu [Factors influencing the external and internal environment on the development of the potential of the tourism industry in the Zaporizhzhia region]. *Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Series: Economics and management*, 40, 53–59. DOI: <https://doi.org/10.32841/2413-2675/2019-40-7>
9. Riabiev A.A., Tonkoshkur M.V., Kravtsova S.V. (2021) Upravlinnia rozvytkom sfer turyzmu ta hotelnoho hospodarstva pid chas pandemii COVID-19 [Managing the development of the tourism and hotel industry during the COVID-19 pandemic]. *Business Inform*, 5, 215–220. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-5-215-220>
10. Frei L.V., Harashchenko D.V. (2020) Suchasni tendentsii ta novitni trendy v turyzmi pislia COVID-19 [Modern trends and the latest trends in tourism after COVID-19]. *Innovations and technologies in the field of services and food*, 2, 67–74. DOI: <https://doi.org/10.24025/2708-4949.2.2020.213044>

11. Roik O.R., Nedzvetska O.V. (2022) Shliakhy rozvytku turystychnoi sfery Ukrainy u voiennyi period [O.V. Ways of development of the tourist sphere of Ukraine during the war period]. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: economic sciences*, 46, 11–15. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2>
12. Yak viina v Ukraini vplynula na yevropeyskyi turyzm [How the war in Ukraine affected European tourism]. *Voice of Ukraine*. Available at: <http://www.golos.com.ua/article/360967>
13. Smolii V.A., Fedorchenko V.K., Tsybukh V.I. (2006) Entsyklopedychnyi slovnyk-dovidnyk z turyzmu [Encyclopedic dictionary-handbook on tourism]. Slovo Publishing House.
14. Mazhar L.Yu. (2008) Teoreticheskie osnovi analiza uslovii turistsko-rekreaciionnikh sistem [Theoretical foundations of the analysis of the conditions of tourist and recreational systems]. *Regional studies*, 3, 17–28.
15. Hordiichuk Ye.H. (2021) Yakist obsluhovuvannia yak chynnyk formuvannia konkurentospromozhnosti u kruiznomu turyzmi [Quality of service as a factor in the formation of competitiveness in cruise tourism]. *Herald of socio-economic research*, 2, 143–162.
16. Moroz L.A., Yarychevska Ya.I. (2020) Emotsionalizatsiia brend-komunikatsii yak chynnyk pidvyshchennia turystychnoi pryvablyvosti mista [Emotionalisation of brand communications as a factor of increasing of city attraction for the tourists]. *Efficient economy*, 2. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7658> DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.2.66>
17. Dekhtiar N.A. (2020) Naiavnist vilnoho chasu yak chynnyk formuvannia popytu na turystychni posluhy [The availability of free time as a factor in the formation of demand for tourist services]. *Economic space*, 160, 96–102. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/160-18>
18. Panova I.O., Stepanenko V.I. (2022) Kreatyvna ekonomika yak faktor formuvannia mizhnarodnoho turystychnoho imidzhu krainy [Creative economy as a factor in the formation of the country's international tourist image]. *Business Inform*, 3, 72–78. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-3-72-78>
19. Petrushenko Yu.M., Zhuravka F.O., Marekha I.S., Novhorodtseva M.O. (2021) Chynnyky rozvytku mizhnarodnoho turyzmu [Development factors of international tourism]. *Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Economic sciences*, 3, 203–208. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-294-3-32>
20. Kopets H., Kulyniak I. (2020) Suchasni napriamy rozvytku pidpriemstv u sferi turyzmu v Ukraini [Modern trends in the development of enterprises in the field of tourism in Ukraine]. *Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues*, 4(2), 37–48. DOI: <https://doi.org/10.23939/semi2020.02.037>
21. Servis v turyzmi [Service in tourism] (2006) / ed. Hrytseniuk N.I., Burdeinii V.A., Kutuzova O.Ye. et al. Odesa: Talisman.
22. Komlichenko O.O. (2014) Faktory rozvytku turystychnoi haluzi [Factors of the development of the tourism industry]. *Scientific Bulletin of Kherson State University*, 8, 75–79.
23. Dovhal D.V., Danko N.I. (2013) Rozvytok hotelno-restorannoho ta sanatorno-kurortnoho kompleksu yak skladova intensyfikatsiia ekonomiky Ukrainy [The development of the hotel-restaurant and sanatorium-resort complex as a component of the intensification of the economy of Ukraine]. *Bulletin of Kharkiv National University named after V.N. Karazin*, 1042, 115–118.
24. Brych V.Ya., Okhota V.I. (2018) Osnovni faktory vplyvu na funktsionuvannia hotelno-restorannyykh kompleksiv ta turyzmu v Ukraini [The main factors influencing the functioning of hotel-restaurant complexes and tourism in Ukraine]. *Economy and state*, 8, 9–12.
25. Momont T.V. (2012) Osnovni faktory rozvytku rynku turystychnykh posluh [The main factors of the development of the tourist services market]. *Economy. Management. Innovations. Series: Economic Sciences*, 1. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2012\\_1\\_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_35)
26. Kolotukha O. (2015) Umovy ta faktory formuvannia popytu na sportyvnyi turizm u sviti [Conditions and factors of the formation of demand for sports tourism in the world]. *Economic and social geography*, 71, 45–54.
27. Liubitseva O.O. (2002) Rynok turystychnykh posluh (heoprostorovi aspekty) [Market of tourist services (geospatial aspects)]. Kyiv: Alterpress.
28. Taranenko O.O. (2015) Suchasni pidkhody do klasyfikatsii chynnykiv vplyvu na diialnist pidpriemstv industrii turyzmu [Modern approaches to the classification of influencing factors on the activities of enterprises in the tourism industry]. *Development economics*, 4, 32–40.
29. Shandova N.V., Bylym O.S. (2018) Faktory vplyvu na rozvytok turystychnoi pryvablyvosti rehionu [Factors influencing the development of the tourist attractiveness of the region]. *Economy, finance, law*, 7, 21–24.
30. Moroz K.O. (2015) Faktory vplyvu na funktsionuvannia rynku turyzmu [Factors influencing the functioning of the tourism market]. *Bulletin of the National Transport University*, 3, 213–219.
31. Bezuhlyi I.V. (2014) Faktory innovatsiinoho rozvytku rekreatsiino-turystychnoi sfery [Factors of innovative development of the recreational and tourist sphere]. *Economy. Management. Innovations. Series: Economic Sciences*, 2. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2014\\_2\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_6)
32. Siryk A.Ye. (2016) Analiz faktoriv vplyvu na rozvytok turystychnoi haluzi v Ukraini [Analysis of influencing factors on the development of the tourism industry in Ukraine]. *Theoretical and practical aspects of economics and intellectual property*, 1(1), 156–163.
33. Ohinok S., Dyka B. (2021) Osoblyvosti orhanizatsii hotelnoho biznesu na umovakh franchaizynhu [Features of hotel business organization on the franchising conditions]. *Social Economics*, 61, 114–122. DOI: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2021-61-11>
34. Savitska O.P., Savitska N.V. (2021) Suchasni trendy innovatsiinoho rozvytku sfery turyzmu v Ukraini [The Current Trends of Innovative Development of Tourism Sector in Ukraine]. *Business Inform*, 9, 124–130. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-9-124-130>

**Kulyniak Ihor, Bondarenko Yuliya**  
*Lviv Polytechnic National University*

## **TYOLOGY OF FACTORS INFLUENCING THE TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT**

*The article analyzes scientists' scientific approaches to identifying classification features and the division of factors influencing the development of the tourism industry by types. Adhering to the principles of complexity and systematicity, taking into account the fact that the tourism industry is a dynamic system that needs to take into account modern trends in the development of tourism, the authors highlighted the specifics of the division of factors according to the following classification features: according to the scale of the tourist market, according to the direction, results, nature, and degree of influence, from the point of view of the impact on tourist activity, on the impact on the territorial organization, on the occurrence and satisfaction of recreational needs, on the scale, repetition, and duration of the impact, on the possibility of happening. It was found that most often in the sources, scientists analyze the factors influencing tourism development by content. It is proposed to single out the following groups of elements controlling the development of the tourism industry by range: economic, political-legal, socio-demographic, scientific-technical, historical-cultural, natural-climatic, and material-technological. The tourism industry is an open system, the elements of which are in constant interaction with the environment. Since the effectiveness of the tourist market functioning mechanism depends on the collaborative work of all structural elements, which are interconnected, then, according to the proposed groups, the constituent parts are given, which are the main determinants of the probability and strength of the influence of one or another factor. A systematized typology of factors will make it possible to conduct statistical research and analyze the development of the tourist market, identify trends and the nature of the activities of the subjects of tourist activity, form promising directions for the development of tourist destinations, etc. Emphasis is placed on the seasonality factor, which significantly affects tourism development and the administrative-territorial aspect of centrism.*

**Key words:** *tourism, influencing factors, tourism development, seasonality, centrism factor, tourism industry.*

**JEL classification:** O10, Z32

---