

**Микола Миколайович ОГІЄНКО**

доктор економічних наук, доцент, професор кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»

ORCID ID: 0000-0002-7900-2986

E-mail: ogienkonikolay@ukr.net

**Алла Миколаївна УЖВА**

доктор економічних наук, доцент  
доцент кафедри обліку та аудиту

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

**Юрій Йосипович ЛЮБАРОВ**

начальник управління з питань культури та охорони культурної спадщини,  
Миколаївська міська рада

**ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ**

Огієнко, М. М. Інноваційні напрямки підвищення ефективності державного регулювання туристичної сфери регіону / Огієнко Микола Миколайович, Алла Миколаївна Ужва, Юрій Йосипович Любаров // Український журнал прикладної економіки. – 2020. – Том 5. – № 3. – С. 225 – 232. – ISSN 2415-8453.

**Анотація**

**Вступ.** З економічної точки зору індустрія туризму це сектор, який може забезпечити високу віддачу для відносно невеликих інвестицій в інноваційний туризм. За останні 10-15 років в Україні спостерігаються негативні тенденції, пов'язані зі спадом промислових територій, відтоком робочої сили за кордон, нестабільною політикою держави, що, в свою чергу, відбилося на туризмі. Однак, незважаючи на це, сфера послуг є одним з перспективних напрямків економічного розвитку України.

**Метою** статті є дослідження інноваційних напрямів підвищення ефективності державного регулювання туристичної сфери регіону.

**Результати.** В статті проведено аналіз туристичних потоків Миколаївської області, що дозволяє виявити загальні тенденції стану розвитку та зацікавленості потенційних споживачів туристичних послуг у відвідуванні області та загальні тенденції щодо активності туристів – громадян України з виїзду за кордон. Проведено загальний аналіз туристичних потоків Миколаївської області за 2000-2017 рр. що загострює проблему необхідності розробки дієвих напрямів розвитку туристичної сфери регіону з врахуванням регіональних особливостей та проблем розвитку інноваційних процесів розбудови туристичної сфери.

**Висновки.** Сучасна нормативно-правова база, яка регламентує діяльність суб'єктів підприємництва на ринку туристичних послуг України, не є досконалою, у ній закладена суттєва суперечність між пріоритетними напрямами та цілями державної туристичної політики, для неї характерна певна декларативність, яка не підкріплюється належними механізмами стимулювання розвитку вітчизняного туристичного бізнесу загалом та іноземного туризму зокрема. Більшість правових норм, які регламентують туристичну діяльність, не виконуються належним чином, що гальмує вирішення багатьох актуальних проблем туристичної галузі. Заходи з

---

удосконалення нормативно-правової бази повинні бути спрямовані як на створення сприятливих умов для розвитку вітчизняного туристичного бізнесу, так і реальних економічних механізмів стимулювання розвитку туристичної галузі.

**Ключові слова:** туризм, туристична галузь, рекреація, ринок туристичних послуг, інновації туризму, інфраструктура, туристичні потоки, стратегія.

**Mykola OHIENKO**

Doctor of Economics, Associate Professor, Private Enterprise «Mykolaiv Branch» of the Kyiv National University of Culture and Arts

**Alla UZHVA**

Doctor of Economics, Associate Professor  
Associate Professor of the Department of Accounting and Auditing  
Petro Mohyla Black Sea National University

**Yurii LIUBAROV**

Head of the Department for Culture and Protection of Cultural Heritage,  
Mykolaiv City Council

## **INNOVATIVE DIRECTIONS OF INCREASING THE EFFICIENCY OF STATE REGULATION IN THE REGIONAL TOURIST SPHERE**

### **Abstract**

**Introduction.** *From an economic point of view, the tourism industry is a sector that can provide a high income for relatively small investments in innovative tourism. Over the past 10-15 years, Ukraine has experienced negative trends associated with the decline of industrial areas, the outflow of labor abroad, unstable government policy, which, in turn, has affected tourism. However, despite this, the service sector is one of the promising areas of economic development of Ukraine.*

**The purpose of this article** is research of innovative directions of increasing the efficiency of state regulation in the regional tourist sphere.

**Results.** *The article analyzes the tourist flows of Mykolaiv region, which allow so identify general trends in the development and interest of potential consumers of tourist services in the visited areas and general trends in the activity of tourists – citizens of Ukraine going abroad. The general analysis of tourist flows of the Mykolaiv area for 2000-2017 is carried out that exacerbates a problem of necessity of effective directions development of the regional tourist sphere taking into account regional peculiarities and problems of development of innovative processes in the tourist sphere.*

**Conclusions.** *The current legal framework governing the activities of business entities in the market of tourist services in Ukraine is not perfect, it contains a significant contradiction between the priorities and objectives of state tourism policy, it is characterized by a certain declarativeness, which is not supported by appropriate mechanisms to stimulate the development of domestic tourism business in general and foreign tourism in particular. Most legal regulations governing tourism are not properly enforced, which hampers the solution of many complex problems in the tourism industry. Measures to improve the regulatory framework should be aimed at creating favorable conditions for the development of domestic tourism business and real economic mechanisms to stimulate the development of the tourism industry.*

**Key words:** *tourism, recreation, market of tourist services, innovations of tourism, infrastructure, tourist streams, strategy.*

**JEL classification: L83; O31**

---

---

## Вступ

З економічної точки зору індустрія туризму це сектор, який може забезпечити високу віддачу для відносно невеликих інвестицій в інноваційний туризм. За останні 10-15 років в Україні спостерігаються негативні тенденції, пов'язані зі спадом промислових територій, відтоком робочої сили за кордон, нестабільною політикою держави, що, в свою чергу, відбилося на туризмі. Однак, незважаючи на це, сфера послуг є одним з перспективних напрямів економічного розвитку України. Згідно зі статистикою, вартість створення одного робочого місця в туристичній інфраструктурі в 20 разів менше вартості в галузі. Тому слід звернути увагу на обґрунтування створення конкурентоспроможних рекреаційних зон в Україні, враховуючи невеликі витрати на їх створення та утримання, а також можливий прибуток.

Дослідження теорії інноваційного розвитку в туризмі знайшли своє відображення у багатьох працях як зарубіжних, так і вітчизняних вчених, зокрема: О. Гарбера, О. Давидова, Л. Дмитришин, І. Жукович, О. Ільїна, Ф. Зинов'єв, О. Кальченко, Л. Маклашина, В. Новікова, Н. Семенченко, Т. Ткаченко, А. Ужви, Г. Яковлева тощо.

### Мета та завдання статті

Метою статті є дослідження інноваційних напрямів підвищення ефективності державного регулювання туристичної сфери регіону.

Для досягнення визначеної мети та відповідно до логіки наукового дослідження були поставлені завдання: проаналізувати туристичні потоки Миколаївської області за 2000-2017 рр., обґрунтувати напрями підвищення ефективності державного регулювання туристичної сфери регіону.

### Виклад основного матеріалу дослідження

Динамізм розвитку основних тенденцій світового туризму спонукає значну частину держав, які мають значний туристичний потенціал, розвивати напрями вдосконалення власної регіональної туристичної структури. Основною передумовою будь-якої територіальної структури є використання сучасних інноваційних напрямів розвитку та модернізації вже існуючої інфраструктури шляхом адаптації останньої до попиту з боку споживачів. Аналіз структури туристичного потенціалу України створює підґрунтя для розуміння необхідності переосмислення загальної туристичної політики на рівні регіональної економіки.

Поряд з цим, на перше місце виходять конкурентні переваги кожного регіону, які проявляються в загальній динаміці туристичних потоків, наявності готелів та інших місць для тимчасового проживання, забезпеченість регіону колективними засобами розміщування, забезпеченості регіону санаторіями та пансіонатами з лікуванням та іншими важливими елементами туристичної інфраструктури. Причорноморський регіон відіграє важливу роль в загальнодержавній туристичній політиці та має унікальні природно-географічні, культурно-історичні та лікувально-профілактичні переваги для розвитку туристичної галузі.

Аналіз туристичних потоків областей Причорноморського регіону дозволяє виявити загальні тенденції стану розвитку та зацікавленості потенційних споживачів туристичних послуг у відвідуванні області та загальні тенденції щодо активності туристів – громадян України з виїзду за кордон. Загальний аналіз туристичних потоків Миколаївської, Одеської та Херсонської областей за 2000-2017 рр. загострює проблему необхідності розробки дієвих напрямів розвитку туристичної сфери регіону з урахуванням регіональних особливостей та проблем розвитку інноваційних процесів розбудови туристичної сфери, табл. 1.

Для Миколаївської області динаміка туристичних потоків за 2000-2017 рр. має наступні особливості:

❖ Середнє значення загальної кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами за 2014-2017 рр. складає 9 360 осіб та характеризується зменшенням на 37,0%;

❖ Відбувається збільшення кількості туристів-громадян України, які виїжджали за кордон до середнього рівня за 2014-2017 рр. 8 394 особи, або на 45% більше в 2017 р. у порівнянні з 2013 р.

❖ Зменшення внутрішніх туристів із загальної обласної кількості туристів до рівня 48,8% в 2017 р. у порівнянні з 2013 р. Середнє значення за 2014-2017 рр. при цьому становить 963,8 осіб.

**Таблиця 1. Туристичні потоки Миколаївської області за 2000-2017 рр., осіб по рокам**

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами – усього	Із загальної кількості туристів:		
		іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2000	34536	4640	556	29340
2001	60414	7370	922	52122
2002	62990	9020	1266	52704
2003	84882	11312	1518	72052
2004	61355	11896	2572	46887
2005	53802	8282	3188	42332
2006	48689	4134	5508	39047
2007	58082	6422	6860	44800
2008	54271	5156	7935	41180
2009	33147	3415	6782	22950
2010	35929	4762	7151	24016
2011	27934	3973	8479	15482
2012	20375	4179	9290	6906
2013	19003	5108	9362	4533
2014	9148	-	7582	1566
2015	7464	-	6631	833
2016	9023	-	8369	654
2017	11805	9	10994	802
Середнє значення за 2014-2017 рр.	9360,0	2,3	8394,0	963,8
Відхилення 2017 р. +/- в.п. від 2013 р.	-37,0	-	45,0	-48,8
від 2000 р.	-65,8	-99,8	1877,3	-97,3

*Джерело: сформовано та розраховано автором за даними [1].*

Індикатори туристичної сфери регіону слугують загальними індикаторами рівня розвитку не лише туристичної сфери, а й в цілому регіону. Рівень туристичних потоків для будь-якої області є відображенням туристичного клімату та загальної державної політики у сфері туризму. Стимулювання та розвиток туристичної галузі напряму залежить від кількості осіб, які протягом звітного періоду скористалися послугами туроператорів та турагентів на рівні областей та регіонів.

Показник кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами Миколаївської області, демонструє негативну динаміку скорочення починаючи з 2004 р., хоча з 2000 по 2003 спостерігалася позитивна динаміка зростання. Водночас зростає показник потоку туристів – громадян України, які виїжджали за кордон. Зазначена ситуація характерна не тільки для Миколаївської області, а й для Причорноморського регіону в цілому.

---

Формування активної регіональної туристичної політики на сучасному етапі в Миколаївській області потребує проведення аналізу основних негативних чинників, більшість з яких характерні як для країни в цілому, так і для її регіонів:

- ❖ недостатня кількість якісних туристичних продуктів;
- ❖ відсутність курортів місцевого та державного значення;
- ❖ відсутність інформаційної платформи розвитку туристичної сфери області;
- ❖ відсутність мережі об'єктів індустрії розваг;
- ❖ нерозвиненість у більшості районів області готельної інфраструктури та придорожного сервісу;
- ❖ необхідність інформаційної підтримки об'єктів історико-культурного та природно-рекреаційного значення;
- ❖ недостатня кількість осередків сільського (зеленого) та екологічного видів туризму.

Транспортні шляхи регіону перебувають у незадовільному стані та не відповідають міжнародним вимогам щодо швидкого, надійного, безпечного та комфортного перевезення туристів.

Сучасна нормативно-правова база, яка регламентує діяльність суб'єктів підприємництва на ринку туристичних послуг України, не є досконалою, у ній закладена суттєва суперечність між пріоритетними напрямками та цілями державної туристичної політики, для неї характерна певна декларативність, яка не підкріплюється належними механізмами стимулювання розвитку вітчизняного туристичного бізнесу загалом та іноземного туризму зокрема. Через це більшість правових норм, які регламентують туристичну діяльність, не виконуються належним чином, що гальмує вирішення багатьох актуальних проблем туристичної галузі. Заходи з удосконалення нормативно-правової бази повинні бути спрямовані як на створення сприятливих умов для розвитку вітчизняного туристичного бізнесу, так і реальних економічних механізмів стимулювання розвитку туристичної галузі.

Підвищення ефективності державного регулювання туристичної сфери регіону має складатися з пріоритетних напрямів, серед яких:

- ❖ удосконалення нормативно-правової бази туристичної сфери, завданням якої є регулювання діяльності організацій туристичної сфери, а також забезпечення їх захисту у разі виникнення питань організаційно-правового характеру;
- ❖ здійснення заходів щодо залучення в туристичну сферу регіону не тільки нових суб'єктів туристичної діяльності, а й підприємницького сектора в цілому;
- ❖ проведення державними природоохоронними органами регулярного екологічного контролю з метою запобігання природного дисбалансу на території туристичного регіону;
- ❖ вдосконалення інформаційної та статистичної бази туристичної сфери з метою здійснення детального аналізу та контролю туристичної діяльності в регіоні;
- ❖ інформаційно-рекламне забезпечення туристичного регіону за допомогою використання сучасних маркетингових досліджень, а також інформаційних і комунікаційних технологій [2].

Першим елементом, який формує конкурентні переваги міжнародного туристичного регіону, є формування та впровадження туристичного іміджу регіону. У туристичній сфері імідж має важливе місце, оскільки лише при становленні позитивного туристичного іміджу регіону або окремих країн можна бути впевненим у його привабливості, і, як наслідок, його конкурентоспроможності в порівнянні з іншими туристичними регіонами. У зв'язку з цим особливого значення у сфері туризму набуває маркетинг, завданням якого є виявлення та задоволення потреб туристів, інформування про доступні або необхідні туристичні продукти/послуги, а також про місця, де можна ці продукти/послуги придбати. Замислюючись про туристичну поїздку, турист сприймає

---

туристичний регіон як образ, який формується завдяки різним факторам, серед яких може бути географічне розташування туристичного регіону, його історико-культурна спадщина, екологічний, соціально-економічний стан туристичного регіону, а також фактори суб'єктивного характеру, такі як відгуки та судження родичів, друзів. Таким чином, в цілому сукупність перерахованих факторів дає уявлення про імідж туристичного регіону, який сформувався в індивідуальній і масовій підсвідомості людей. З цього випливає, що туристичний імідж здатний впливати на поведінку учасників туристичного процесу, тим самим формуючи його туристичну конкурентоспроможність на різних рівнях [3, 4].

Поряд з цим, все більшої актуальності набуває основна ідея Стратегії розвитку туризму та курортів України на період до 2026 року – формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі [5]. Тому прагнення органів державної влади полягає у реалізації даної ідеї через:

- ❖ забезпечення координуючої ролі держави в реалізації національної туристичної політики із застосуванням принципів державно-приватного партнерства, організації наукових досліджень, розвитку людського потенціалу;

- ❖ концентрацію ресурсів держави на пріоритетних завданнях розвитку сфери туризму та курортів;

- ❖ створення загальнодержавної інформаційної системи у сфері туризму та курортів та її інтеграцію до світової інформаційної туристичної мережі;

- ❖ удосконалення законодавства з питань регулювання суспільних відносин у сфері туризму та курортів;

- ❖ сприяння розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва у сфері туризму та курортів;

- ❖ удосконалення на постійній основі бізнес-клімату та розвитку добросовісної конкуренції;

- ❖ запровадження інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації);

- ❖ розроблення національних стандартів відповідно до міжнародних стандартів;

- ❖ популяризацію нашої держави у світі та просування якісних національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі;

- ❖ розвиток туристичних територій [5].

Одним з інструментів реалізації регіональної туристичної політики, який у сучасних умовах дає змогу сконцентрувати фінансові, трудові, матеріально-технічні й інші ресурси, скерувати потенціал підприємств, установ, організацій на вирішення пріоритетних завдань, спрямованих на покращення стану санаторно-курортного господарства, туризму і відпочинку та створення належних умов для забезпечення якісного зростання рівня туристичних послуг, є регіональні програми розвитку рекреації і туризму [6]. Отже, регіональна туристична політика спирається на національну туристичну політику і знаходить своє відображення в регіональних програмах розвитку туризму, які створюються з урахуванням специфічних умов розвитку, стратегічних цілей і завдань конкретних територій.

Для сприяння розвитку туризму та рекреації в національній економіці, особливо в малих містах, необхідно активно стимулювати бізнес у сфері рекреації, створювати і підтримувати сприятливий інвестиційний клімат, залучати бізнес для створення центрів туристичного профілю, розробки нових туристичних маршрутів, формування

---

маркетингової стратегії туризму та використання інструментів фінансової допомоги. Розвиток рекреаційно-туристичної галузі в Україні не є безнадійним, оскільки існує значна кількість місць відпочинку. Недоліком можна назвати недостатню обізнаність в Україні щодо існуючих здравниць та санаторіїв. Ми рекомендуємо використовувати інноваційні маркетингові методи для поліпшення туристичної галузі. Стратегічне планування в даному разі є необхідною складовою для подальшої ефективної роботи зон відпочинку в Україні. Для позитивного позиціонування на туристичному ринку необхідно надати нішу – природні послуги. Унікальність рекреаційних послуг і активне їх просування привертають увагу широкого кола потенційних клієнтів. Інвестиції в туристичну галузь можна назвати ризикованими, оскільки Україна в даний час переживає період, що характеризується політичною й економічною нестабільністю. Однак при правильному плануванні й адекватному управлінні коштами є можливість відновити та закріпити у свідомості споживачів позитивний імідж рекреаційно-туристичної галузі України [5, 6, 7].

Для того, щоб сформувати туристичний імідж регіону, необхідно провести заходи, пов'язані з розширенням та повним описом туристичного регіону. У першу чергу, потрібно зрозуміти, як відбувається його формування та наповнення певними, властивими конкретному туристичному регіону характеристиками. Також необхідно визначити фактори об'єктивного і суб'єктивного характеру, які впливають на регіональний імідж. До об'єктивних факторів можна віднести науково-технічний потенціал, ресурсну базу, історичні та культурні відмінності, інвестиційний клімат. До суб'єктивних факторів належить ставлення та сприйняття туристичного регіону туристами, туристичний образ регіону, який склався у свідомості туристів, рівень гостинності туристичного регіону та людей, які в ньому проживають та ін.

#### **Висновки та перспективи подальших розвідок**

Сучасна нормативно-правова база, яка регламентує діяльність суб'єктів підприємництва на ринку туристичних послуг України, не є досконалою, у ній закладена суттєва суперечність між пріоритетними напрямками та цілями державної туристичної політики, для неї характерна певна декларативність, яка не підкріплюється належними механізмами стимулювання розвитку вітчизняного туристичного бізнесу загалом та іноземного туризму зокрема. Більшість правових норм, які регламентують туристичну діяльність, не виконуються належним чином, що гальмує вирішення багатьох актуальних проблем туристичної галузі. Заходи з удосконалення нормативно-правової бази повинні бути спрямовані як на створення сприятливих умов для розвитку вітчизняного туристичного бізнесу, так і реальних економічних механізмів стимулювання розвитку туристичної галузі.

#### **Список літератури**

1. Головне управління статистики у Миколаївській області: офіційний вебсайт. URL: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua/>
2. Гордієнко В. Туризм – рушій соціально-економічного розвитку країни. *XIII Міжнародний економічний форум*. 2013. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/gordienko.pdf](http://tourlib.net/statti_ukr/gordienko.pdf).
3. Герасименко В. Г., Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В. Г. Герасименка; авт. кол. : [та ін.]. Одеса : Астропринт, 2013. 335 с.
4. Давиденко І. В. Стан і фактори розвитку регіонального ринку туристичних послуг. *Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. пр. / ред. М. І. Зверяков*; Одеський держ. екон. ун-т. Одеса, 2007. Вип. 27. С. 101–107.

5. Лагодієнко В. В., Андрусів У. Я. Регіональна економічна політика в умовах диспропорційності: шляхи мінімізації. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Том 3. № 2. С. 81-89.
6. Lagodiienko V., Karyu O., Ohiienko M., Kalaman O., Lorvi I., Herasimchuk T. Choosing Effective Internet Marketing Tools in Strategic Management. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. 2019. Vol. 8. no. 3. P. 5220-5225.
7. Sadchenko O., Lagodiienko V., Novykova I., Feshchenko O., Ruzhynska N., Bogdanov O. Marketing Tools in Stimulating Innovative Activity of Enterprises. *International Journal of Management*. 2020. №11 (6). pp. 241-251. 10.34218/IJM.11.6.2020.024.
8. Павлова О.М., Павлов К.В., Блянюк М.О., Євпак Ю.С. Соціальні та креативні індустрії в розвитку концепції розумних міст. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк. Вежа-Друк. 2019. №4(20). С. 7-14.

## References

1. Main department of statistics in the Nikolaev area: the official website. Available at: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua/>
2. Hordiienko V. (2013). Turyzm – rushij sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku krainy. KhIII Mizhnarodnyj ekonomichnyj forum. [«Tourism – the engine of socio-economic development of the country»]. *XIII Mizhnarodnyy ekonomichnyy forum*. XIII International Economic Forum. 2013. Available at: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/gordienko.pdf](http://tourlib.net/statti_ukr/gordienko.pdf)
3. Gerasimenko, V. G., Galasyuk, S. S., Nezdoiminov, S. G. (2013). *Rynky turystychnykh posluh: stan i tendentsii rozvytku*. [Markets of tourist services: state and trends]. Astroprint. Odessa. Ukraine.
4. Davydenko, I. V. (2007). «Status and factors of development of the regional market of tourist services». *Visnyksotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen'*. Odessa, №. 27. pp. 101–107.
5. Lagodiienko. V. V., Andrusiv, U. Y. (2018). «Regional economic policy in the conditions of disproportion: ways of minimization». *Ukrainian Journal of Applied Economics*. Volume 3. № 2, pp. 81–89.
6. Lagodiienko, V., Karyu, O., Ohiienko, M., Kalaman, O., Lorvi, I., Herasimchuk, T. (2019). Choosing Effective Internet Marketing Tools in Strategic Management. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. Vol. 8. no. 3. P. 5220-5225.
7. Sadchenko, O., Lagodiienko, V., Novykova, I., Feshchenko, O., Ruzhynska, N., Bogdanov, O. (2020). *Marketing Tools in Stimulating Innovative Activity of Enterprises*. *International Journal of Management*. №11 (6). pp. 241-251. 10.34218/IJM.11.6.2020.024.
8. Pavlova, O.M., Pavlov, K.V., Bleianiuk, M.O., Yevpak, Yu.S. (2019). «Social and creative industries in the development of the concept of smart cities». *Ekonomichnyj chasopys Skhidnoevropejs'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrainky*. Luts'k. Vezha-Druk. №4(20), pp. 7-14.

**Стаття надійшла до редакції 11.07.2020 р.**