УДК 338.48

АНАЛІЗ І СТРУКТУРА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

С. П. Грабовенська

Реформування економічних процесів в Україні, які стрімко відбуваються одночасно зі зміною політичного напряму держави, без винятку стосуються усіх галузей національної економіки. Туристична сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки стає провідною в економічному nf соціальному розвитку України. Стрімким поштовхом перебудови ринку туристичних послуг стали державні програми щодо реорганізації галузі напередодні проведення Євро-2012 та підготовка для отримання права на проведення в Україні зимових Олімпійських і Параолімпійських ігор 2022 року. Ці визначні спортивні події стати своєрідним нагадуванням про важливість розвитку туристичного бізнесу України nf підвищення престижу держави на світовому ринку туристичних послуг.

Збільшення обсягів міжнародних туристичних потоків у світі, забезпечення максимальної ефективності туристичної діяльності підвищують актуальність проблеми ринку туристичних послуг в Україні, окремих регіонів, туристичних підприємств на міжнародному, національному, регіональному туристичних ринках.

Дослідженням розвитку ринку туристичних послуг України присвячено праці багатьох науковців. Науковий інтерес становлять праці Л. Г. Агафонової, І. Ю. Афанасьєвої, Л. П. Дядечко, В. Ф. Кифяка, О. О. Любіцевої, Т. І. Ткаченко, Л. М. Устименко, І. М. Школи та ін. Важливе значення мають праці іноземних вчених – Ф. Котлера, М. Портера, Н. Тейлора, Дж. Холловея, І. І. Бутко та інші. Значну частку в дослідженні становлять щорічні звіти Світової туристичної організації UNWTO і Світового економічного форуму, а також експертні оцінки Агентства США з міжнародного розвитку USAID. У цих працях висвітлюється низка аспектів формування, функціонування та розвитку туристичних послуг в Україні.

На фоні розвитку туристичної галузі у світі закономірно постає питання про її важливість і в Україні. Метою дослідження є аналіз динаміки та структури ринку туристичних послуг в Україні, виявлення основних тенденцій розвитку туристичної галузі і визначення територій пріоритетного розвитку рекреації і туризму.

Економіка туристичного бізнесу являє собою сукупність суспільних відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, тобто при виробництві, розподілі, обміні та споживанні туристичних послуг (туристичного продукту). З іншого боку, вона є складовою частиною народногосподарського комплексу країни як каталізатора економічного зростання [3, с. 17] підприємства та організації, які беруть участь в обслуговуванні туристів, отримують при цьому значні прибутки, що дозволяє стверджувати про туризм як галузь бізнесу. Комерційна спрямованість діяльності туристичних підприємств, розробка організаційних аспектів щодо залучення і обслуговування туристів, від планування і підготовки маршрутів до стрімкого будівництва готельних комплексів, від співпраці з клієнтами до розвитку туристичної інфраструктури окремих регіонів – дозволяє віднести туристичну сферу до сучасної індустрії відпочинку, лікування, розваг і бізнесу.

Туристична галузь є важливим чинником стабільного й динамічного збільшення надходжень до державного бюджету, а також є імпульсом для розвитку багатьох галузей економіки.

Для забезпечення туристичної діяльності необхідна наявність основних ресурсів: природно-рекреаційних, історико-культурних і соціально-економічних (транспортної, го-

тельної, харчової, інформаційної, соціальної інфраструктури). Водночас велика кількість існуючих на сьогодні напрямів туризму та подорожей дозволяє створювати привабливі туристичні продукти навіть в умовах відсутності достатньої кількості основних (первинних) туристичних ресурсів. Це дає можливість розвивати туристичну галузь навіть у регіонах традиційно не забезпечених природно-рекреаційними або культурно-історичними ресурсами, а за рахунок створення нетрадиційних туристичних продуктів і використання відповідного позиціонування регіону (наприклад, упровадження туристичних маршрутів в зону відчуження в районі Чорнобиля).

Туристичний бізнес як складова економічного комплексу країни характеризується такими властивостями і функціями [3, с. 17]:

- має свою індустрію виробництва і надання послуг туристам;
- створює туристичні послуги, формує туристичний продукт і здійснює його реалізацію;
- формує ринок туристичних послуг різного рівня комплексності;
- є мультиплікатором росту національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури та підвищення рівня життя населення;
- є сферою, в якій дешево створюються робочі місця та забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій;
- є ефективним засобом охорони навколишнього середовища та історико-культурної спадщини людства, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності;
- сумісність практично з усіма сферами, галузями і видами діяльності людини;
- має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі.

Складність дослідження туристичної сфери обумовлена наявністю великої кількості взаємозв'язків у галузі як на мікроекономічному, так і на макроекономічному рівнях. Індустрія туризму достатньо диференційована і дає різноманітні можливості для організації усіх запитів туристів через ринок туристичних послуг.

Туристичний ринок, як і всі інші ринки, функціонує на основі її законів попиту та пропозиції. Досліджуваний ринок є системою світових господарських зв'язків, де здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг на грошові кошти і зворотного перетворення грошових коштів на туристично-екскурсійні послуги. Процес просування туристичних послуг до кінцевого споживача є складним і нерідко не передбачає безпосереднього зв'язку між ним. Саме тому в процесі просування туристичні послуги комплектуються в туристичний продукт (через туроператора) і через систему дистрибуції (через турагентства) доводяться до споживача [12, с. 72].

Ринок туристичних послуг як сфера обміну послуг має свої просторово-територіальні межі. Враховуючи останні, а також масштаби обміну, виділяють місцевий, регіональний, національний, транснаціональний і світовий ринки. Кожному з них притаманні власні специфічні риси, зумовлені місткістю ринку, різновидами послуг, особливостями інфраструктури, рівнем цін та іншими чинниками.

Здійснюючи ґрунтовне дослідження українського ринку туристичних послуг у національному та регіональному вимірах, варто виділити певні особливості його функціонування. До основних відносяться: постійне збільшення пропозиції послуг, зважаючи на зростаючий попит; поява досвідчених спеціалістів для роботи в галузі, у зв'язку з появою нових освітніх програм і практик; виключні можливості для розвитку найрізноманітніших видів туризму; сприяння розвитку ринкової інфраструктури з боку держав шляхом забезпечення нормативно-правових аспектів діяльності [7, с. 53]. Окрім зазначених вище особливостей, для розвитку туристичної сфери Україна володіє значними конкурентними перевагами в пропозиції туристичного продукту (зручне географічне розташування, сприятливий і різноманітний клімат, унікальне поєднання природно-рекреаційних ресурсів, багата культурно-історична спадщина, розгалужена санітарно-курортна база тощо).

У даний час туристичний потенціал України розкрито не повною мірою, про що свідчить 1,5–2,5 % частка туристичної галузі в структурі ВВП країни. На рис. 1 схематично зображено сукупний внесок прямих надходжень від досліджуваної сфери до ВВП України. На думка багатьох науковців, основними перепонами, які перешкоджають розвитку туристичного сектора, є переважно чинники управлінського, економічного, екологічного, соціального та культурного характеру.

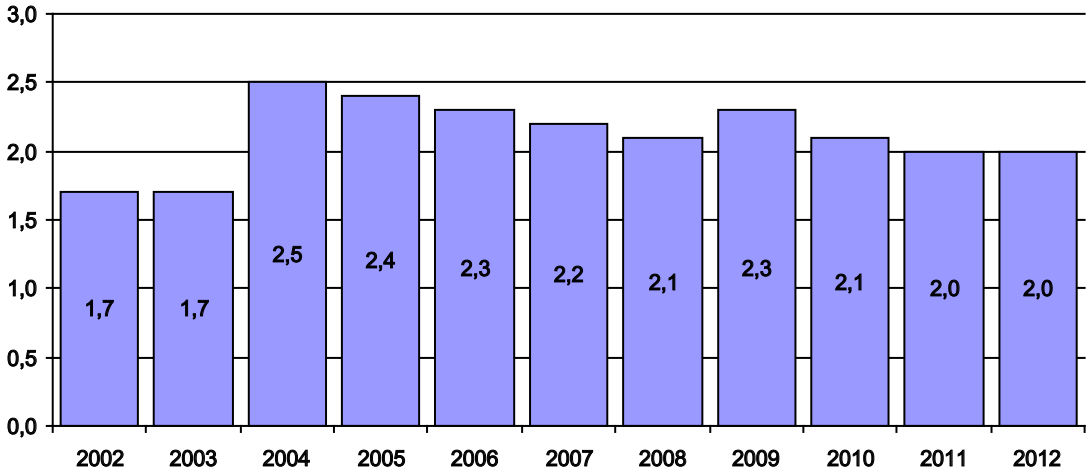

Рис. 1. Частка прямих надходжень від туристичної сфери до ВВП України упродовж 2002–2012 рр. [20, с. 3]

За даними Світової туристичної організації UNWTO частка України в туристичних потоках Європи становить близько 4 % та близько 0,9 % в загальноєвропейських надходженнях від туристичної діяльності. Така значна розбіжність у структурі натуральних і грошових потоків може свідчити про низьку ефективність української туристичної сфери та низький рівень використання наявних туристичних ресурсів.

Проте, незважаючи на реалії економіки країни, туристична галузь в Україні динамічно розвивається. Аналіз туристичних потоків в Україні (рис. 2) демонструє стрімкий розвиток в'їзного туризму протягом останніх 10 років (середньорічний приріст становив 12,6 %), відносно стабільний розвиток виїзного туризму (середньорічний приріст – 3,8 %) та стабільну динаміку внутрішніх потоків (2,7 %), що може свідчити про підвищення рівня конкурентоспрожності України на міжнародній арені.

Протягом 2000–2011 рр. на розвиток туристичної галузі вплинули інвестиції, значні обсяги яких були скеровані в готельну та ресторанну сферу. Інвестиції зросли з 469 до 4908 млн грн, або в 10,5 разу [6, с. 204], хоча більшість експертів, у тому числі і представники Міністерства культури та туризму України [18], вважають, що туристична інфраструктура країни розвинута недостатньо і морально на сьогодні застаріла. Варто також зосередити увагу на тому, що внутрішні туристичні потоки на 71,1 % забезпечені в'їзним туристичним потоком і лише на 28,9 % вітчизняними туристами, причому протягом 2000–20011 рр. частка внутрішніх туристів на ринку мала тенденцію до скорочення, що може свідчити про слабкий розвиток внутрішнього туризму в Україні (рис. 3).

Водночас дані офіційної статистики із різних джерел значно різняться, що обумовлено, з одного боку, різними методологічними базами обліку, а з іншого – значним тіньовим обігом у галузі. Точно визначити ємність ринку обслуговування туристичних потоків на сьогодні неможливо. Згідно з даними Державної служби туризму і курортів, обсяги споживання за-

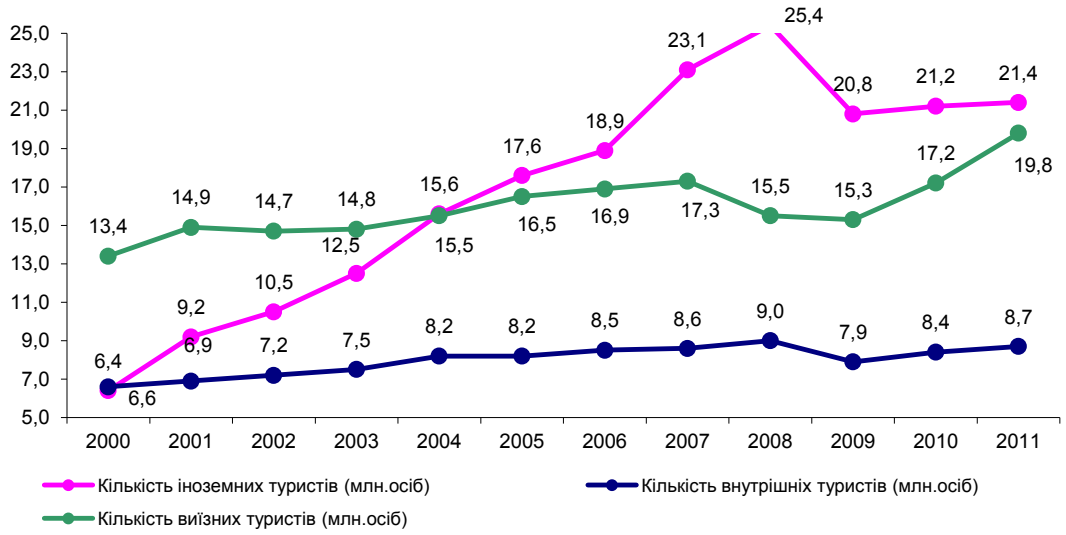

Рис. 2. Порівняння динаміки туристичних потоків в Україні упродовж 2000–2011 рр. [16]

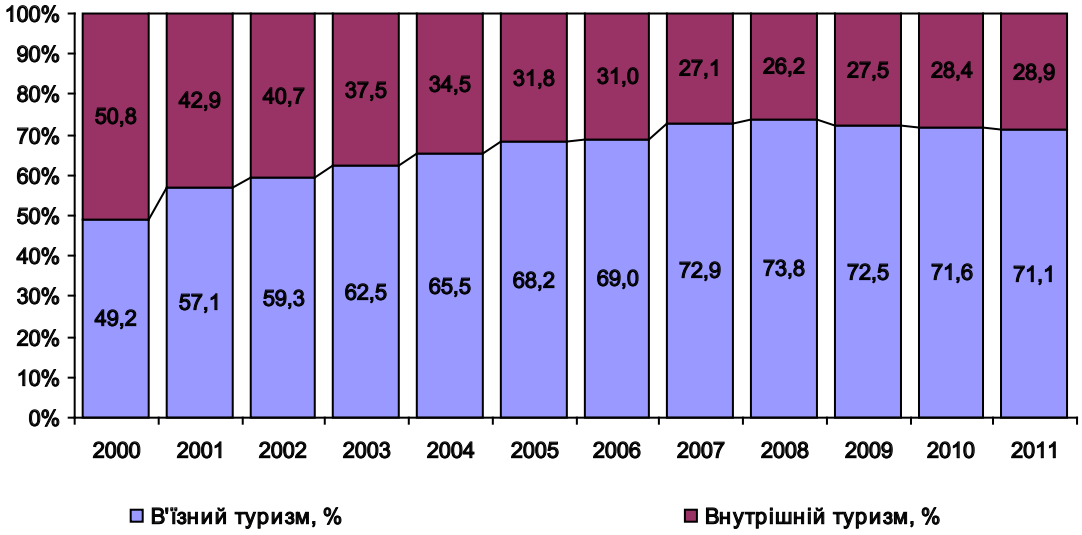

Рис. 3. Динаміка структура внутрішніх туристичних потоків в Україні з 2000 по 2011 рр. [16]

безпечені туристичними потоками становлять близько 3,8 млрд дол. США в рік (з яких лише 1,1 млрд дол. США припадає на ліцензованих операторів ринку) [11, с. 3].

Статистика України не розглядає туристичну галузь, як складний економічний комплекс і оцінює її окремі складові відповідно до сфер економічної діяльності за кодами КВЕД. Статистичні дані стосовно розвитку туризму в Україні часто містять значні суперечності та розбіжності. За оцінками офіційної статистики діяльність галузей, що обслуговують переважно туристичні потоки, 2010 р. становила близько 5,4 млрд дол. США [16]. Водночас Світова туристична організація UNWTO оцінили туристичні потоки України 2010 р. в 3,8 млрд дол. США (2011 р. – 4,3 млрд дол. США) [21, с. 7], а Світовий економічний форум оцінив загальний дохід від туристичної діяльності в Україні 2011 р. в 2,2 млрд дол. США [19, с. 368].

За оцінками експертів Агентства США з міжнародного розвитку USAID, середньостатистичний іноземний турист перебуває в Україні близько 4 днів і залишає за цей час суму близько 600 дол. США [8, с. 154], що відповідає обсягам надходжень від туристичної діяльності в 12,7–12,8 млрд дол. США. Пред-

ставники Світової ради з питань подорожей і туризму оцінюють ємність туристичного ринку України в 3,1 млрд дол. США [20, с. 7].

Незважаючи на суттєві позитивні зміни у сфері туризму, значне зростання туристичних потоків і надходжень від туристичної діяльності, слід зауважити, що динаміка розвитку галузі в Україні значно відстає від світових тенденцій. За даними Державної служби статистики [16], протягом останніх 10 років динаміка розвитку в'їзного туризму в Україні в середньому становила 12,6 % на рік. Проте світова фінансова криза значно вплинула на тенденцію в'їзних потоків, 2009 р. потік іноземних туристів скоротився на 18,3 % згідно з даними Державної служби статистики [16] та 24 % згідно з даними Міністерства культури та туризму України [17]. Причиною такої негативної динаміки української туристичної сфери є недостатнє просування туристичних продуктів на світовому ринку. Про цей факт свідчить структура в'їзних туристичних потоків в України. У 2011 р. 89,6 % усіх прибулих туристів відвідало Україну з приватною метою, а саме: туристичне спрямування відвідування мали на меті лише 5,7 % туристів (табл. 1).

Таблиця 1

Структура туристичних потоків за метою відвідування в 2011 р. [16]

Мета	Кількість осіб	Частка, %
Службова, ділова	644 992	3,01
Туризм	1 225 954	5,72
Приватна	19 180 171	89,56
Навчання	59 169	0,28
Працевлаштування	16 143	0,08
Імміграція (постійне місце проживання)	64 796	0,30
Культурний і спортивний обмін, релігійна, інша	224 071	1,05

2011 р. близько 74,1 % іноземних туристів приїхало до України з метою дозвілля та відпочинку, що зумовлює необхідність розвивати відповідну туристичну інфраструктуру. Майже 18,4 % туристів прибуло в Україну з метою ведення бізнесу, тому важливо вдосконалювати інфраструктуру ділового туризму. Натомість частка лікувального туризму протягом останніх років мала тенденцію до скорочення і 2011 р. становила лише 5,8 % загального в'їзного туристичного потоку, що підтверджує припущення про негативний стан санаторно-курортної сфери в Україні (рис. 4).

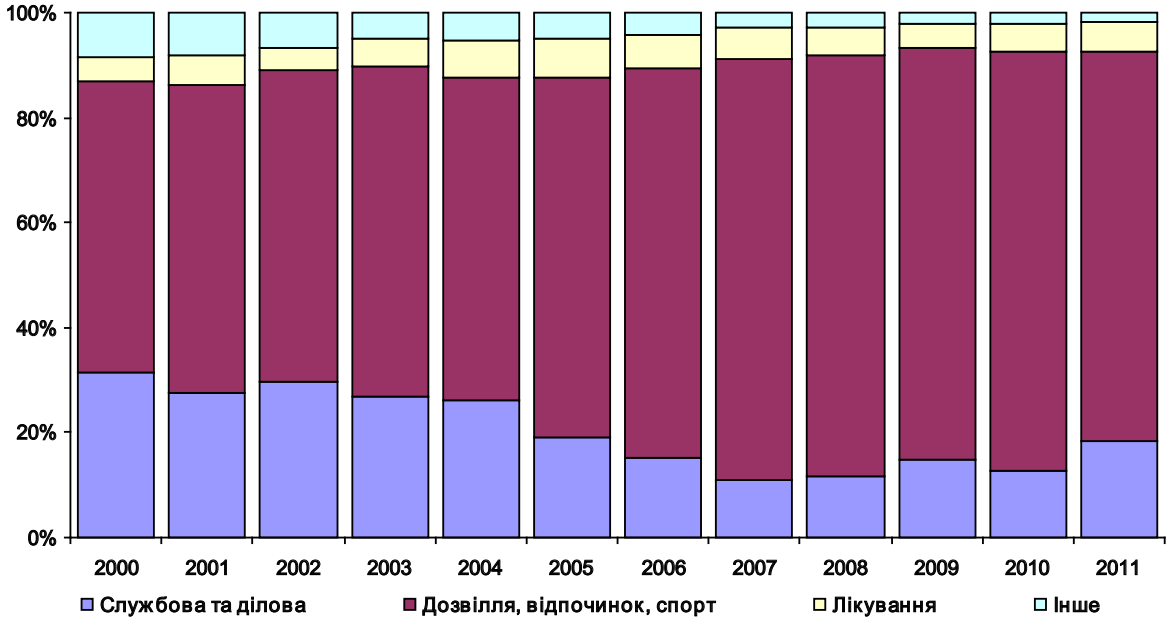

Рис. 4. Структура туристичних потоків за метою подорожі упродовж 2000–2011 рр. [15]

Розвиток ринку туристичних послуг залежить від достатньої кількості ліцензованих учасників, частка яких на сьогодні залишається незначною. Зі всіх операторів, які отримали ліцензію на ведення діяльності в туристичному бізнесі, фактично працюють лише 66,0 %. Частка ліцензованих операторів в обслуговуванні внутрішніх туристичних потоків за останнє десятиріччя скоротилася з 26,9 % 2000 р. до 4,4 % 2011 р., що лише підтверджує важливість удосконалення туристичної інфраструктури в Україні (рис. 5).

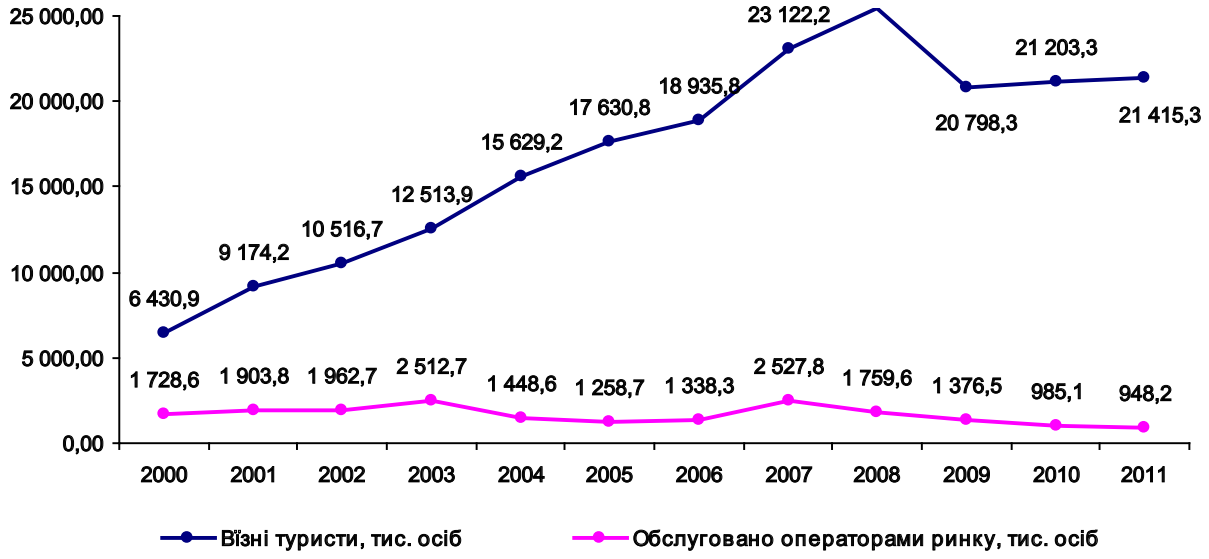

Рис. 5. Порівняння динаміки в'їзних туристичних потоків за період 2000–2011 рр. [16]

В організації інфраструктури туризму провідну роль відіграють готелі, туристично-оздоровчі комплекси та центри відпочинку. Готельний сервіс містить цілий ряд послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму в Україні. У процесі аналізу діяльності готельного господарства (табл. 2) було виявлено, що за період 2005–2010 рр. кількість готелів в Україні зростала в середньому на 6,5 % на рік, одноразова місткість готелів зростала на 10,5 % в рік. При цьому значно скоротився коефіцієнт використання готельних площ (відношення кількості споживачів до річної місткості готелів), що зумовлено повільним зростанням кількості споживачів, у середньому на 1,2 % на рік.

Таблиця 2

Показники діяльності готельного господарства в Україні за 2005–2010 рр. [15]

Показник	Рік					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Кількість готелів, од.	1232	1269	1420	1595	1684	1731
Кількість номерів, од.	51686	53645	62165	71580	76019	79833
Одноразова місткість, місць	106048	110669	135199	161955	174398	186621
Обслужено, тис. осіб	3938,2	4196,2	4560,2	4590,1	3622,2	4047,8
Коефіцієнт використання	0,102	0,104	0,092	0,078	0,057	0,059

У сфері санаторно-курортного оздоровлення населення за аналізований період відбувалося поступове скорочення кількості закладів (приблизно на 1,2 % на рік), номерного фонду (на 1,3 % в рік) та обсягів обслуговування споживачів (на 1,5 % в рік). Коефіцієнт використання номерного фонду протягом останніх п'яти років був низький і коливався на рівні

1,8–2,0 % (табл. 3). Усе це свідчить про погіршення стану сфери оздоровчого туризму в Україні, що підтверджується поступовим скороченням частки лікувального туризму в загальних туристичних потоках.

Таблиця 3

Показники діяльності санаторно-курортних закладів в Україні за 2005–2010 рр. [6, с. 484]

Показник	Рік					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Кількість закладів, од	3245	3164	3110	3073	3041	3011
Кількість місць, тис. од	482	482	466	462	453	449
Оздоровлено, тис. осіб	3267	3278	3486	3592	3122	2987
Коефіцієнт використання	0,019	0,019	0,020	0,021	0,019	0,018

Отже, змінити сьогоднішній стан діяльності туристично-рекреаційних комплексів і готельного господарства України можна за допомогою здійснення спрощеної процедури входу іноземних інвесторів на ринок туристичних послуг і державної підтримки галузі через прийняття і впровадження державних програм і стратегій розвитку туризму на національному та регіональних рівнях.

На державному рівні проводиться адаптація вітчизняного туристичного законодавства до міжнародних норм, реструктуризується договірна база; укладається близько 40 міжнародних угод про співробітництво в галузі культури та туризму; розвиваються міжнародні туристичні відносини через укладання двосторонніх договорів і співпрацю з провідними міжнародними інституціональними установами. До процесу розвитку туристичного напряму в Україні долучилась і міжнародна спільнота. Так, за ініціативи низки міжнародних організацій на території України реалізуються спільні міжнародні проекти з метою збереження довкілля, поглиблення співробітництва, покращення економіко-соціального розвитку потенційно привабливих у туристичному плані регіонів [13, с. 106].

Регіони в Україні мають різну насиченість природними, історико-культурними та рекреаційними об'єктами. Туристична інфраструктура традиційно будувалась у районах з високим рівнем насиченості об'єктами привабливими для туристів. Також цим регіонам, як правило, приділяється більше уваги при організації просування країни на туристичному ринку. Всі ці чинники впливають на рівень конкурентоспрожності регіонів на ринку туристичних послуг і на регіональні туристичні потоки.

Аналіз ринку туристичних послуг за 2011 р. у регіональному розрізі ґрунтується на основі даних про внутрішні туристичні потоки, що включають в'їзних туристів, внутрішніх туристів та екскурсантів. У процесі дослідження було виявлено такі регіони, на які припадає 72,4 % туристичних потоків України. По-перше, це приморський регіон: Автономна Республіка Крим, що займає 34,3 % туристичних потоків, та Одеська область, на яку припадає 5,2 % туристичних потоків. По-друге, це Карпатський регіон, який представлено Івано-Франківською та Львівською областями, з 12,2 та 3,5 % туристичних потоків, відповідно. Третім основним регіоном на ринку туристичних послуг є столична Київська область, на яку припадає 17,1 % туристичних потоків країни.

Проведений аналіз свідчить про кращий рівень розвитку інфраструктури туристичної сфери даних регіонів і вибіркову та неповну поінформованість як вітчизняних, так і іноземних громадян щодо наявних природних, рекреаційних, лікувальних ресурсів інших регіонів України. Приблизно 11 % туристичних потоків припадає на групу областей, що розташовані в різних кінцях України і мають значні розбіжності в насиченості природними, історико-культурними та рекреаційними ресурсами. Середній обсяг туристичних потоків у цій групі 2011 р. коливався від 50 до 90 тис. туристів на рік. Розглядаючи ці регіони, варто

виокремити їх у наступному порядку. Це традиційно промислово розвинуті області, розташовані на сході України (Донецька та Харківська), область, що розташована на півдні України і має вихід до Чорного та Азовського морів і розвинуте сільське господарство (Херсонська), а також розташовані на заході країни багаті природними ресурсами Волинська та Закарпатська області.

Таким чином, лише 9 регіонів в Україні займають 83,6 % українського туристичного ринку. Також значні міжрегіональні розбіжності має структура внутрішніх туристичних потоків. У регіонах, що є лідерами українського туристичного ринку, як правило, за винятком Києва, основну частку посідає екскурсійний туризм. У регіонах другої групи за обсягами туристичних потоків основна частка припадає на внутрішніх туристів. Проте виявити наявність закономірностей у розподілі структури туристичних потоків між регіонами неможливо.

У сучасних умовах важко виявити загальноукраїнські тенденції в динаміці внутрішніх туристичних потоків в Україні, що може свідчити про значний вплив регіональних особливостей на конкурентоспроможність того чи іншого регіону і формування туристичних потоків саме на регіональному рівні. Розвиток туристичної сфери тої чи іншої області сприяє формуванню сталого туристичного потоку. Проте збільшення туристичного потоку піднімає проблеми визначення оптимального екологічного навантаження на регіон і необхідності визначення максимальної пропускної здатності без шкоди довкіллю та історико-культурній спадщині. Це питання активно обговорюють науковці в контексті сталого розвитку туризму, мета якого – гармонійне поєднання економічної діяльності, збереження природних екосистем та підвищення рівня соціального добробуту [13, с. 106].

Розвиток туристичної галузі в Україні перебуває на початковій стадії. У даний час збільшення потоків внутрішнього та в'їзного туризму уповільнюється через низку негативних чинників. Серед них можна виділити недостатній розвиток туристичної інфраструктури; недосконаліть нормативно-правової бази; економічна та політична нестабільність у країні; обмеженість асортименту запропонованих послуг; відсутність комплексного бачення України як перспективної туристичної країни; недостатня система просування та рекламації українських туристичних центрів за кордоном тощо. Передумовою подальшого розвитку вітчизняного туризму, відповідно до тенденцій міжнародного ринку туристичних послуг, є залучення до міжнародної законодавчої та нормативно-правової бази туризму, передових надбань найбільш розвинених туристичних індустрій, впровадження стандартів якості туристичного обслуговування, прогресивних технологій і методів підвищення кваліфікації туристичних кадрів і практики формування організаційно-економічних механізмів ефективного функціонування туристичної індустрії. Упровадження ґрунтовної державної програми та стратегії розвитку туристичної галузі сприятиме створенню національного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби вітчизняних та іноземних туристів і забезпечити на цій основі комплексний розвиток регіонів України за умови збереження екологічної рівноваги та культурної спадщини держави.

ЛІТЕРАТУРА

1. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. – К. : Знання України, 2002. – 358 с.
2. Бутко І. І. Туристический бизнес: основы организации / Бутко І. І. – Изд. 2-е. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 384 с.
3. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Дядечко Л. П. – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 224 с.
4. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / Кифяк В. Ф. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2003. – 300 с.
5. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / Любіцева О. О. – 3-тє вид., перероб. і допов. – К. : Альтерпрес, 2005. – 436 с.
6. Статистичний щорічник України за 2011 рік / Державна служба статистики України. – К. :

ТОВ «Август Трейд», 2012. – 559 с.
7. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Тетяна Іванівна Ткаченко. – 2-ге вид., випр. і допов. – К. : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
8. Україна: конкурування в світовій економіці – Стратегії успіху / Агентство США з міжнародного розвитку USAID UKRANE. – К. : [б. в.], 2005. – 172 с.
9. Устименко Л. М. Історія туризму : навч. посіб. / Устименко Л. М., Афанасьєв І. Ю. – К. : Альтерпрес, 2005. – 320 с.
10. Холловей Дж. Туристический бизнес : пер. с 7-го анг. изд. / Холловей Дж., Тейлор Н. – К. : Знання, 2007. – 798 с.
11. ЦПБ NewBiznet «Бізнес-проект розвитку санаторію "Прикарпатська Ватра"». – [б. м.], 2011. – 152 с.
12. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. / Школа І. М. – Чернівці : [б. в.], 2003. – 662 с.
13. Бондаренко М. П. Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи / Бондаренко М. П. // Економіка і прогнозування / науковий журнал ; Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. – 2011. – № 1. – С 104–119.
14. Кондратенко О. О. Аналіз потоків клієнтів на ринку туристичних послуг України напередодні визначних спортивних подій / Кондратенко О. О., Свердло Т. О. // Зовнішня торгівля: право, економіка, фінанси. – 2012. – № 3. – С. 198–204.
15. База «Регіональна статистика» Головне управління статистики у Львівський області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2006p/dialog/statfile1_r.asp. – Назва з екрана.
16. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua. – Назва з екрана.
17. Міністерство культури і туризму України «Підсумки туристичного сезону 2009 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/225433;jsessionid=0D83FF45195E032487951CE94852260C. – Назва з екрана.
18. Міністерство культури і туризму України «Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853;jsessionid=CBACCE6697D400A116E060EE2C513F8C. – Назва з екрана.
19. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 World Economic Forum. – Geneva : [s. l.], 2011. – 501 с.
20. Travel & Tourism Economic Impact 2012 Ukraine / World Travel & Tourism Council. – London : [s. l.], 2012. – 24 с.

УДК 354:332.834

ПРИНЦИП ДІЯЛЬНОСТІ ЖИТЛОВО-БУДІВЕЛЬНИХ КООПЕРАТИВІВ: ВІТЧИЗНЯНИЙ І ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

О. А. Тимофеєва

В Україні створюються та функціонують такі суб'єкти господарювання як житлово-будівельні кооперативи. Вони створюються з метою будівництва житлової нерухомості. Інституційний аспект щодо житлово-будівельних кооперативів має ряд суперечностей, зокрема, це стосується нормативно-правових актів України. Крім того, існують досі не вирішені питання у відносинах між учасниками будівництва житлової нерухомості. З огляду на невизначеність прав і обов'язків учасників ринку будівництва житлової нерухомості під час використання моделі житлово-будівельних кооперативів необхідно, щоб держава як основний регулятор взаємовідносин на ринку будівництва житла контролювала цей процес. Втручання держави необхідне тому що ця модель будівництва житла набирає популярності