

один з традиційних і перспективних видів туризму, сільський туризм має значний потенціал розвитку. Дані положення обмежують ініціативи, пов'язані із розвитком сільських туристичних продуктів. Тому, головним

завданням успішного розвитку туристичного підприємства можна досягнути насамперед посиленням інституціональної ролі органів державної влади та місцевого самоврядування.

Список використаних джерел:

1. Котенко Т.М. Развитие зеленого туризма как важливого элемента рекреационно – туристического комплекса Украины / Т.М. Котенко // Молодой ученый. – 2016. – (28), ч. 1. – С. 79–83.
2. Трухачев А.В. Типы государственной политики развития сельского туризма: признаки и особенности // Сервис в России и за рубежом. 2015. № 5 (61). Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/typy-gosudarstvennoy-politiki-razvitiya-selskogo-turizma-priznaki-i-osobennosti>.
3. Заричная А.А. Европейский опыт развития сельского туризма // Экономика Крыма. – 2011. – № 4 (37). – С. 265-269.
4. Децентралізація влади та реформа місцевого самоврядування в Україні [Електронний ресурс] / [А. Єрмолаєв, В. Лупацій, В. Потапенко та ін.] // Нова Україна. – К. : Інститут стратегічних досліджень, 2015. – 44 с. – Режим доступу: <http://newukraineinstitute.org/media/news/528/file/DDecentral-15-1.pdf>.
5. Гоблик В.В., Щербан Т.Д. Регулювання діяльності у сфері сільського зеленого туризму: Досвід Європи випуск # 3 / 2016 Економіка і суспільство Мукачівський державний університет. – С. 27-29.
6. Корчинська О. О. Організаційно – економічне та інституційне забезпечення розвитку сільського зеленого туризму / О.О. Корчинська // Агросвіт. – 2015. – № 5. – С. 80–83.

УДК 338.48

Карташова О.Г.,

кандидат економічних наук,

доцент кафедри публічного управління та адміністрування,
Херсонський державний аграрний університет

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ УМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ВИННИХ КЛАСТЕРІВ В УКРАЇНІ

Карташова О.Г. Соціально-економічні умови розвитку туристичних винних кластерів в Україні.

У статті визначено умови розвитку та підвищення конкурентоспроможності виноградарсько-виноробних підприємств та сформовані методичні засади формування регіонального винного туристичного продукту за умов створення виноробно-винного кластеру туризму регіону. Проаналізовано основні економічні показники виробництва та переробки винограду, вироблення виноматеріалів для визначення потенційних можливостей підприємств для розвитку регіонального тризму. Сформовано структуру виноробно-винного кластеру туризму регіону та визначено найкращі практики реалізації туристичних винних програм.

Ключові слова: винний туризм, регіональний кластер, виноградарсько-виноробні підприємства, регіональний розвиток.

Карташова О.Г. Социально-экономические условия развития туристических винных кластеров в Украине. В статье определены условия развития и повышения конкурентоспособности виноградарско-винодельческих предприятий и сформированы методические основы формирования регионального винного туристического продукта при условии создания винодельческо-винного кластера туризма региона. Проанализированы основные экономические показатели производства и переработки винограда, выработки виноматериалов для определения потенциальных возможностей предприятий для развития регионального тризма. Сформирована структура винодельческо-винного кластера туризма региона и определены лучшие практики реализации туристических винных программ.

Ключевые слова: винный туризм, региональный кластер, виноградарско-винодельческие предприятия, региональное развитие.

Kartashova O.G. Socio-economic conditions of development of tourist wine clusters in Ukraine. The article defines the conditions for the development and increase of the competitiveness of winemaking and wine-making enterprises and the established methodical principles for the formation of a regional wine product under the condition of creating a wine-and-wine cluster of tourism in the region. The basic economic indicators of production and processing of grapes, production of wine materials for the determination of the potential of enterprises for the development of regional trism are analyzed. The structure of the wine-and-wine cluster of tourism of the region has been formed and the best practices of realization of tourist wine programs have been determined.

Key words: wine tourism, regional cluster, wine-growing and winemaking enterprises, regional development.

Постановка проблеми. Туризм має істотний потенціал стимуляції зростання економіки – набуває все більш очевидної необхідності застосування інноваційних підходів для підтримки здорової економіки багатьох країн, спільнот та регіонів. Різні регіони за своїм рівнем розвитку знаходяться в різних економічних умовах, тому туризм розглядається як важлива форма економічного розвитку. Досвід багатьох країн доводить, що на туристичну галузь впливає велика кількість умов та результатів роботи інших секторів економіки, а сфера туризму здатна впливати на промисловість, транспорт, зв'язок, торгівлю, будівництво, сільське господарство, легку промисловість та народні ремесла.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналізуючи різноманітні підходи до визначення винного туризму, можна відзначити роботи з дослідження теорії та практики туризму Д.І. Басюк, І.М. Білецької, І.В. Зоріна, Н.В. Липчук, М.П. Мальської, Е.С. Маслової, А.П. Пергат, Л.А. Прокопчук, В.О. Рибінцева, С.М. Холла, Е.П. Шольц-Кулікова. Більшість учених вважає винний туризм одним із видів дегустаційного та гастрономічного туризму. У дослідженнях переважають історичний та культурний акценти, особливості створення регіональних винних туристичних турів. Дослідженнями ідей кластерних видів об'єднань займалися М. Портер, А. Маршалл, А. Вебер, Ф. Котлер. Серед вітчизняних учених – О.Л. Михайлюк, С.Г. Нездодимов та ін. Проте зміни в економічному середовищі країни потребують подальших досліджень, які мають базуватися на кластерному підході до винного туризму.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Створення системних і комплексних умов для подальшого розвитку та підвищення конкурентоспроможності винного туризму та галузі туризму загалом пов'язане з упровадженням інноваційних моделей управління регіональним розвитком, співпраці центральних і місцевих органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських та професійних організацій і підприємницьких структур, активної інформаційної підтримки та просування національного та регіонального туристичного продукту як на внутрішньому, так і міжнародному ринках. Подібна політика може бути продуктивною за умови системного програмного поєднання політико-правових, виробничих, маркетингових, інноваційно-інвестиційних заходів для розвитку індустрії туризму, підтримки винного туризму як пріоритетного напрямку туристичної діяльності та формування виноробно-винних кластерів туризму.

Виклад основного матеріалу. Туризм володіє великим потенціалом створення робочих місць, він стає одним із ключових факторів, що стимулюють створення робочих місць, розвиток дорожнього руху та будівництво готелів, виробництво всіх типів транспортних засобів, активне збереження народних ремесел та національної культури регіонів і країн.

Розвиток регіонального туризму полягає у розробленні туристичних локацій та стратегій. Під час розроблення стратегій туризму місцеві органи влади, громади та бізнес повинні розробляти механізми координації своїх дій з урахуванням тенденцій та пріоритетів розвитку територій. Необхідно усвідомлювати комерційні реалії та привабливість свого регіону: як раціонально стимулювати збільшення витрат туристів із використанням свого об'єкта та місцевої громади.

Туризм приводить до істотного збільшення населення та доходів у деяких громадах, особливо в пікові сезони. Через це можуть виникнути різні проблеми з раціональним використанням територій.

Серед усіх можливих видів туризму осередком стоїть сучасне вітчизняне виноградарство та виноробство. Адже країна, яка має визначений потенціал у сільському господарстві та є пристосованою для вирощування кращих сортів винограду, яка має всесвітньо відомі підприємства та наукові центри, має мати і високу культуру споживання вина. До того ж виноробство може і повинне стати потужним джерелом наповнення державного бюджету та одним із видів туризму в Україні.

Формування сучасних ринкових відносин в економіці України зумовлює необхідність підвищення управлінської і технологічної досконалості виноградарсько-виноробного агропромислового виробництва, активізації підприємницького середовища, забезпечення стабільного зростання у виробничому функціонуванні суб'єктів різних форм власності і господарювання. Основою вирішення цих завдань є орієнтир на інноваційну модель розвитку, законодавчо закріплену на державному рівні [1]. Але важливо усвідомлювати, що специфіка виробничого функціонування виноградарства як базової галузі визначає інноваційний розвиток агропромислових формувань не тільки як упровадження новітніх технологічних, продуктових та управлінських розробок, які забезпечують підвищення конкурентоспроможності, збільшення обсягів та зниження вартості виробництва виноградарської продукції. Специфіка ідеї інноваційного розвитку виробництва виноградарських ресурсів, що являє собою складну, відкриту, здатну до самоорганізації та саморозвитку економічну систему з динамічно змінюваними недетермінованими і суперечливими характеристиками, – оптимізувати продуктивні сили у своїй взаємодії із природно-кліматичними ресурсами, розмірами господарських систем та новими видами соціального бізнесу [2]. Таким може стати і винний туризм.

Інвестиційно-інноваційний розвиток виноградарсько-виноробної системи аграрного сектору загалом потребує подальшого вдосконалення, її доцільно ґрунтувати на концепції системного інвестиційно-інноваційного оновлення виноградарства та виноробства, яка передбачає визначення формування та функціонування інтегрованих мереж диверсифікованих інновацій у виноградарстві, виноробстві та туризмі; управління матеріально-грошовими та трудовими ресурсами їх постачальників та споживачів і впровадження екологізованих сільськогосподарських інновацій в умовах ринкової та природної невизначеності, що дає можливість підвищити ефективність аналізу інноваційної модернізації сільськогосподарського комплексу на рівні держави, регіонів, громади та окремих підприємств. Має здійснюватися ефективна кооперація та концентрація ресурсів за вектором інтегрованого впровадження інноваційних технологій, видів продукції та методів управління у середовищі вітчизняних товаровиробників та сімейних господарств [3; 4]. У зв'язку з цим формування інноваційних контурів модернізації виноградарсько-виноробного агропромислового комплексу в туристичну галузь дає змогу підтримувати диверсифіковану адаптацію та регіональну зв'язність розповсюджуваних агропромислових нововведень за

мінімального фінансового забезпечення їх виробничого супроводу.

Займаючи незначну питому вагу у площі сільськогосподарських угідь, виноградарсько-виноробні підприємства за умов ефективного зростання суттєво впливають на рівень соціально-економічного розвитку регіонів. Проте основні показники розвитку виноградарства за останні двадцять п'ять років, за даними Держкомстату України [5; 6], свідчать про критичний занепад виноградарської галузі, яка нині знаходиться фактично в стані глибокої системної кризи і характеризується не тільки скороченням загальних площ виноградних насаджень у плодоносному віці по Україні (екстенсивного індикатора економічного розвитку виноградарства) більше ніж удвічі, а й негативною економічною динамікою виробництва винограду, яке скоротилося за період, що аналізується, фактично майже наполовину (табл. 1).

В Україні сьогодні склалися зони промислового виноградарства, які охоплюють південні регіони (зокрема, Одеську, Миколаївську, Херсонську області та Закарпаття). Як свідчать дані статистики щодо динаміки переробки винограду та виробництва виноматеріалів, загальний випуск виноматеріалів та кількість переробленого винограду знизилася за останні 16 років (рис. 1).

Важливу роль у забезпеченні ефективного розвитку підкомплексу відіграє агропромислова інтеграція. Переваги інтегрованих формувань – у забезпеченні більш високої ефективності як виноградарства, так і господарської діяльності загалом.

Сьогодні у всіх виноробних регіонах світу вважають за доцільне розвивати і підтримувати такий вид тематичного туризму як винний, відповідно, рекламувати продукцію місцевих виробників алкогольних напоїв і просувати місцевий туристичний продукт, отримуючи додаткові економічні та соціальні вигоди від туристів – цінителів вина. Це стосується насамперед відомих європейських виноробних регіонів – Італії, Франції, Іспанії, Португалії, Угорщини, а також країн «Нового Світу вина», таких як Австралія, Аргентина, Чилі, США і Південна Африка, де винний туризм відіграє важливу роль у популяризації місцевої виноробної продукції.

Винний туризм є формою маркетингу винограду і вина, може поєднуватися з усіма видами діяльності, які супроводжують вирощування винограду, просування виноградної сировини і виноматеріалів від сільськогосподарських товаровиробників та виноробних підприємств до кінцевих споживачів. Також винний туризм підвищує ефективність маркетингових комунікацій та брендингу як господарюючих суб'єктів на внутрішньому і зовнішніх ринках виноградно-виноробної продукції, так і загалом виноробних регіонів України.

Розвиток спеціалізованих послуг такого виду туризму дає змогу збільшити тривалість туристичного сезону в регіоні, підвищити туристичний імідж місцевості, збільшити кількість туристичних прибуттів, збагатити і диференціювати місцевий туристичний продукт за рахунок упровадження винних турів, фестивалів, екскурсій, дегустацій і презентацій.

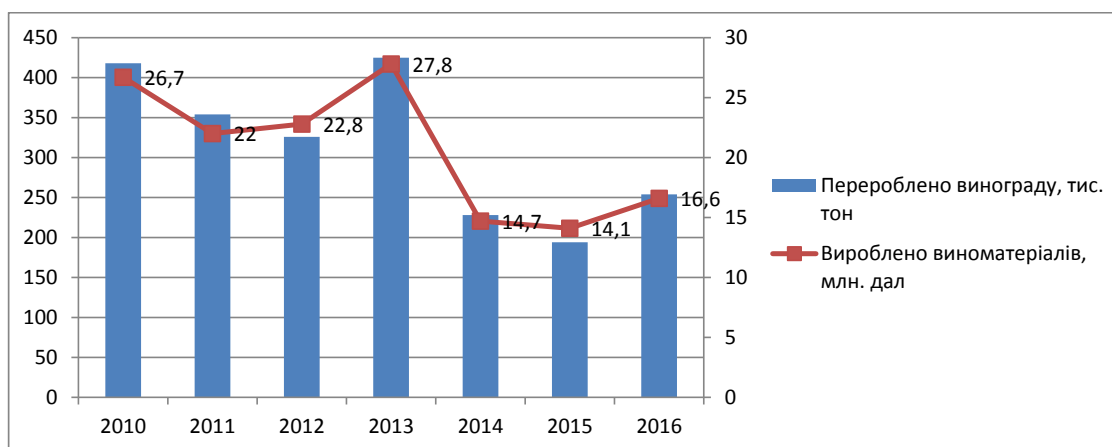


Рис. 1. Динаміка переробки винограду та виробництва виноматеріалів*

* За даними Державної служби статистики України. **2015–2016 роки без урахування АР Крим [5; 6].

Таблиця 1

Основні показники вирощування винограду в Україні *

Показник	Роки							Відношення 2016 до 1990, %
	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016	
Площа виноградних насаджень, тис. га	176	155	99,4	80,6	67,6	41,8	42,7	24,26
Валовий збір, тис. т	836	457	514	443	408	386	377,8	45,19
Урожайність, ц/га	58,3	33,2	51,7	54,9	60,3	92,3	88,4	150,9
Реалізація винограду, тис. т	604	221,6	298,7	148,4	164,9	154,2	156,8	25,96
Рівень рентабельності, %	71,7	74	62,7	31,7	91,6	102,4	71,4	–

* За даними Державної служби статистики України.

**2015–2016 роки без урахування АР Крим [5; 6].

В Україні існують всі передумови для успішного розвитку винного туризму, оскільки держава входить у двадцятку світових лідерів виробництва цього сонячного напою. Ключовим фактором розвитку ринку винного туризму в Україні є підприємства і структури, пов'язані з виробництвом і продажем алкогольної продукції.

Їхня частка в роздрібному продовольчому товарообігу України – в межах 20%, що є досить високим показником для економіки (для порівняння, внесок туризму у ВВП України становить близько 1%). Виноробна продукція має потенційну конкурентоспроможність як за смаковими, так і за цінними параметрами, про що свідчать економічні ніші на європейському та інших ринках продовольства, які розробляються українськими товаровиробниками.

Серед європейських найкращих практик винного туризму можна виокремити кластер Бордо. До нього входять підприємства виробництва винограду, вина, добрив, засобів захисту рослин, розплідники і селекційні господарства, виробники машин і устаткування для виноградарства і виноробства, пакування та тари, компанії із забезпечення сертифікації продукції, мережі дистрибуції та торгівлі. У кластер входить мережа готелів та закладів громадського харчування, яка забезпечує 50% доходів винно-туристичного кластера, а також Інститут енології, Винна школа, Школа винного бізнесу і громадські організації інтелектуальної власності, захисту прав споживачів тощо. Серед учасників кластера – підприємства з надання юридичних послуг, маркетингові, друкарські, маркетингові та дизайнерські підприємства, які забезпечують рух інформаційних потоків у кластері. Все вони забезпечують виконання загальної стратегії кластера – просування регіону Бордо як виробника еталонних вин у світі [7].

У ролі нової туристичної виноградарсько-виноробної територіальної системи виступає територіальне кластерне утворення або об'єднання. Кластер – це одна з форм об'єднань родинних, пов'язаних між собою, взаємодоповнюючих організацій і підприємств, що кооперуються з метою взаємної підтримки і координації своїх дій. Як форма територіальної організації виробництва кластери успішно апробовані в багатьох країнах із ринковою економікою. Такі форми об'єднань сприяють розвитку підприємств і регіонів, залученню інвестицій, дають змогу успішно конкурувати на ринку і відновлювати довір'я між урядом і бізнесом у кожній із країн. Туристичний виноградарсько-виноробний кластер – це вузькоспеціалізована, стала на ринку система, що має територіальний характер, тому що виноградарство і виноробство невідривне від території, а їхня продукція унікальна для кожної місцевості [8].

Відзначимо, що в теорії туризмології немає єдиного термінологічного визначення цього виду туризму. Можуть вживатися терміни «винний туризм», «дегустаційний туризм», «винно-гастрономічний туризм» і «енотуризм», часто трапляються терміни «пивні тури», «віскі-тури». У публіцистиці іноді можна побачити визначення «алкотуризм» і «п'яний туризм» – подорож у будь-яку географічну місцевість з основною метою розпиття спиртних напоїв.

В українських сучасних реаліях, враховуючи стан виноградарсько-виноробної галузі, нарізла необхідність об'єднання виноробно-винного кластера туризму регіону для максимізації прибутків, релаксації потенціалу регіону та забезпечення раціонального використання природних ресурсів [9].

Структуру виноробно-винного кластера туризму регіону наведено на рисунку 2. Для забезпечення



Рис. 2. Структура виноробно-винного кластера туризму регіону

Кращі практики винного туризму в Україні

Підприємство	Характерні особливості (місце розташування, форма участі)
Виноробне господарство князя Трубецького	Єдине історичне шато України. Херсонська область, Бериславський район, село Веселе. Виробництво, екскурсії (виращування винограду, виробництво вина, зберігання у винних підвалах, мальовничий краєвид на березі Дніпра), дегустація, продаж вина власного виробництва.
Будинок марочних коньяків «Таврія»	Херсонська область, Нова Каховка. Виробництво вин та коньяків, екскурсії (виращування винограду, технологія виробництва коньяку, зберігання та витримка у галереях), дегустація та основи етикету, продаж власного виробництва.
Винарня «Колоніст»	Сімейна виноробня. Одеська область, Болградський район, село Криничне. Виробництво вин, екскурсії (екскурсії по виноградниках, виноробних цехах і винних підвалах), дегустація вин та страв болгарської кухні, продаж власного виробництва.
Винзавод «Шабо»	«Центр культури вина Шабо». Одеська область, Білгород-Дністровський район, село Шабо. Виробництво вин та коньяків, екскурсії (історія вина, структура підприємства, винні підвали, пам'ятник Виноградній лозі, мультимедійна скульптура «Фонтан Діоніса»), дегустація, продаж власного виробництва.
Винарня Grande Vallee	Завод «Винтрест». Одеська область, Овідіопольський район, селище Великодолинське. Виробництво вин, екскурсії (завод, виноградники), дегустація вин у супроводі сомельє, відпочинок на літній терасі, продаж власного виробництва.
Винарня «Бейкуш»	Сімейне господарство. Миколаївська область, Очаківський район, село Чорноморка. Виробництво вин, екскурсії, дегустація вин, продаж власного виробництва, участь у гастрономічних фестивалях.
Виноробний комплекс «Чизай»	Закарпатська область, місто Берегове, урочище Чизай. Виробництво, екскурсії (виращування винограду, виробництво вина, вино сховища, Музей виноградарства та виноробства, підйом на вершину виноградних пагорбів), дегустація вина та їжі, продаж вина власного виробництва.
Винзавод «Леанка»	Закарпатська область, Ужгородський район, селище Середнє. Виробництво сухих, десертних та марочних сухих вин, екскурсії (Середнянські винні підвали, зберігання вина), дегустація, продаж вина власного виробництва.
Дегустаційний підвал «Старий підвал»	Закарпатська область, місто Берегове. Виробництво, екскурсії (технології виробництва, винний підвал), дегустація, продаж вина власного виробництва.
Винарня Олександра Ковача	Дегустаційний винний зал «Шардоне». Закарпатська область, місто Ужгород. Асоціація виноробів і виноградарів Закарпаття, свято молодого вина «Закарпатське божоле». Виробництво, дегустація, продаж вина власного виробництва, участь у конкурсах і фестивалях.

ефективного розвитку виноградарсько-виноробного підкомплексу необхідно розвивати інтегративні формування агровиробництва, що дасть значно більшу кількість можливостей для підвищення конкурентоспроможності регіонів.

Винний туризм може включати в себе:

- відвідування виноградних плантацій, сільськогосподарських виноробних підприємств;
- ознайомлення з технологією виготовлення алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві;
- ознайомлення з історією виноробства, пивоваріння, національних традицій вживання спиртних напоїв; відвідування спеціалізованих музеїв і виставок;
- відвідування дегустаційних залів і підвалів, дегустацію місцевих сортів винограду;
- відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина;
- участь у винних фестивалях і тематичних святах;
- участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, аукціонах, майстер-класах.

Хоча основним об'єктом уваги є вино, туристи активно дегустують страви національної кухні і

гастрономію місцевого виробництва. В Україні вже започатковано такий вид бізнесу, серед представників якого вже формуються найкращі практики винного туризму (табл. 2).

Цілі і методи винного туризму повною мірою відповідають соціально-гуманітарній місії туристичної діяльності як найважливішого чинника діалогу культур, поваги до загальнолюдських культурних цінностей, толерантності до способу життя, світогляду і традицій інших народів, адже виноробство є невід'ємною частиною соціально-культурної спадщини кожної нації, оригінальним надбанням будь-якого етносу.

Висновки і пропозиції. За останнє десятиліття винний туризм став ключовим компонентом гастрономічного туризму і основою стратегій із диверсифікації багатьох туристичних напрямів. Винний туризм тісно пов'язаний з ідентичністю територій і має культурну, економічну та історичну цінність. Крім того, він є основною рушійною силою у стратегіях із диверсифікації, допомагаючи виробникам збагатити свою туристичну пропозицію та залучити різні верстви населення.

Список використаних джерел:

1. Тимчук С.В., Нещадим Л.М. Інноваційні методи економічного аналізу діяльності туристичних підприємств в Україні / Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор» Випуск 2 (41) – 2017.
2. Кучеренко В.М. Формування та розвиток аграрної ринкової інституції виноробної галузі: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00. 03 – Нац. ун-т харч. технологій. – Київ : [Б.в.], 2016. – 23 с.

3. Карташова О.Г. Підвищення ефективності виробництва виноградарсько-виноробних підприємств: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00. 04 Дніпропетр. держ. аграр. ун-т. – Д., 2011. – 20 с.
4. Осипов В., Осипова Л. Виноградарство та виноробство України. Сучасний стан, проблеми, тенденції розвитку / Економіст. – 2015. – №. 5. – С. 28–31.
5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Державна служба статистики України. Перероблення винограду та виробництво виноматеріалів у 2016 році – К., 2017. – 11 стор.
7. Нездоймінов С.Г. Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. – 2014. – № 8 (1). – С. 136–141.
8. Михайлюк О.Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України / Науковий вісник, ОНЕУ, № 1 (181), 2013, С. 29–41.
9. Басюк Д.І. Теоретико-методологічні основи управління розвитком винного туризму в Україні : автореф. дис. д-ра екон. наук : спец. 08.00.03. «Економіка і управління національним господарством» / Басюк Дарія Іванівна. – К., 2015. – 42 с.

УДК 332.1

Павлов К.В.,
кандидат економічних наук,
доцент, докторант,
*Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки*

ТЕОРЕТИЧНИЙ ГЕНЕЗИС КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН НА РИНКУ ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Павлов К.В. Теоретичний генезис конкурентних відносин на ринку житлової нерухомості: регіональний аспект. У статті визначено регіональні особливості розвитку ринку житлової нерухомості. Розглянуто характеристики та специфічні особливості ринку житлової нерухомості. Окреслено актуальні проблеми розвитку ринку нерухомого майна в Україні, а також проаналізовано його регіональні особливості. Доведено, що регіональні ринки житлової нерухомості слід розглядати як систему відносин між покупцями та продавцями, що діє на основі цивільного механізму з урахуванням особливостей правового режиму привласнення, природних властивостей та соціального значення. Ідентифіковано критерії ефективності конкурентної політики держави на регіональних ринках житлової нерухомості.

Ключові слова: механізм регулювання ринків, державне регулювання, конкурентні відносини, регіональний ринок житлової нерухомості, нерухомість, монополія, орендна плата.

Павлов К.В. Теоретический генезис конкурентных отношений на рынке жилой недвижимости: региональный аспект. В статье определены региональные особенности развития рынка жилой недвижимости. Рассмотрены характеристики и специфические особенности рынка жилой недвижимости. Определены актуальные проблемы развития рынка недвижимости в Украине, а также проанализированы его региональные особенности. Доказано, что региональные рынки жилой недвижимости следует рассматривать как систему отношений между покупателями и продавцами, что действует на основе гражданского механизма с учетом особенностей правового режима присвоения, природных свойств и социального значения. Идентифицированы критерии эффективности конкурентной политики государства на региональных рынках жилой недвижимости.

Ключевые слова: механизм регулирования рынков, государственное регулирование, конкурентные отношения, региональный рынок жилой недвижимости, недвижимость, монополия, арендная плата.

Pavlov K.V. Theoretical genesis of competitive relations in the residential real estate market in Ukraine: a regional aspect. The article describes regional features of the development of the residential real estate market. The characteristics and specific features of the residential real estate market are considered. The actual problems of the real estate market development in Ukraine are outlined and its regional features are analyzed. It is proved that regional real estate markets should be considered as a system of relations between buyers and sellers operating on the basis of a civilian mechanism, taking into account the particularities of the legal regime of appropriation, natural properties and social value. The criteria of the effectiveness of the state competition policy on the regional real estate markets have been identified.

Key words: mechanism of regulation of markets, state regulation, competitive relations, regional market of residential real estate, real estate, monopoly, rent.