

PERSPEKTYWY ROZWOJU BRANŻY HOTEŁARSKIEJ JAKO ELEMENTU EKO-AGROTURYSTYKI

Artykuł omawia specyfikę rozwoju branży hotelarskiej i eko-agroturystyki na świecie i w UE. Proponuje się umieścić „eko-agroturystykę” w sektorze biznesu turystycznego gospodarki, ukierunkowanego na wykorzystanie naturalnych, kulturalno-historycznych i innych zasobów obszaru wiejskiego i jego specyfiki dla utworzenia zintegrowanego produktu turystycznego. Wskazane zostały mikro- i makroekonomiczne korzyści wskazujące na celowość prowadzenia biznesu hotelarskiego w ramach eko-agroturystyki. Przedstawiony został model rozwoju branży hotelarskiej w zakresie eko-agroturystyki w regionach górskich Zakarpacia. Określone zostały oczekiwane wyniki rozwoju górskiej eko-agroturystyki.

Słowa kluczowe: hotelarstwo, eko-turystyka, agroturystyka, rejony górskie, obszar depresji obszary wiejskie, modelowanie.

DEVELOPMENT PROSPECTS OF THE HOTEL BUSINESS AS PART OF THE ECO-AGRITOURISM

It is illuminated the specific features of hotel business and eco-agro-tourism in the world and in the EU. An "eco-agritourism" interpreted as a sector of the tourist areas of economy, that is focused on the use of natural, cultural, historical and other resources in rural areas and its specificity to create an integrated tourism product. It is determined a micro and macroeconomic benefits of hotel business in the context of eco-agro-tourism. Prospects for development of hotel business in terms of eco-agro-tourism in the mountainous regions of Zakarpattia Oblast are modeled. The expected results of mountain eco-agro-tourism are defined.

Keywords: hotel business, ecotourism, agrotourism, mountain areas, depressed regions, rural areas, modeling.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ЯК СКЛАДОВОЇ ЕКО-АГРОТУРИЗМУ

Висвітлено особливості розвитку готельного бізнесу та еко-агротуризму у світі та ЄС. Запропоновано «eko-агротуризм» трактувати як сектор туристичної сфери економіки, орієнтований на використання природних, культурно-історичних і інших ресурсів сільської місцевості та її специфіки для створення комплексного туристичного продукту. Визначено мікро- та макроекономічні переваги доцільності ведення готельного бізнесу у контексті еко-агротуризму. Змодельовано перспективи розвитку готельного бізнесу з точки зору еко-агротуризму у гірських районах Закарпаття. Визначено очікувані результати розвитку гірського еко-агротуризму.

Ключові слова: готельний бізнес, екотуризм, агротуризм, гірські райони, депресивні території, сільські території, моделювання

У світовій практиці ведення туристичного, готельного бізнесу, екотуризм і агротуризм - взаємодоповнюючі і взаємозалежні категорії. Більш того, у сучасній міжнародній практиці ряд споріднених («безпечних» за впливом на навколишнє середовище, місцеві громади і



O. Lupych
*asystent katedry
zarządzania
biznesem turystycznym i
hotelowo-turystycznym
Użhorodzkiego Instytutu
Handlowo-
Ekonomicznego
Kijowskiego Narodowego
Uniwersytetu Handlowo-
Ekonomicznego
(m. Użhorod, Ukraina)*

близьких за мотивацією) видів туризму (сільський, фермерський, спортивний, кулінарний, пригодницький, екстремальний тощо) нерідко об'єднується в єдину сферу еко-агротуризму. Про це свідчить і європейський досвід: уже є приклади організацій, які включили цей термін у свою назву (наприклад, European Centre for Eco Agro Tourism - ECEAT).

Узагальнивши закордонний досвід [1-6] та результати вітчизняних досліджень [7-9] з питань реалізації проектів у сфері еко-агротуризму, пропонуємо змоделювати стратегічні пріоритети розвитку готельного бізнесу у контексті концепції еко-агротуризму у гірських районах на прикладі Закарпатської області України.

Зазначимо, що на глобальному рівні загальна концепція агротуризму, або хоча б термінологічна єдність поки відсутні, хоча є ряд загальноприйнятих принципів і підходів. Існує кілька концепцій агротуризму, що значно різняться між собою, переслідують різні цілі і орієнтовані на різні завдання, вироблених відповідно до конкретних умов і практикуються в різних групах країн. Окрім того, в багатьох країнах еко-агротуризм розглядається як один з провідних напрямів розвитку національної туристичної сфери, що знаходить відображення в національних концепціях розвитку туризму.

Міжнародна (переважно європейська) практика показує, що розвиток агротуризму в формі малого сімейного готельного бізнесу є великою соціально-економічною програмою щодо переведення частини аграрного населення зокрема гірських (або депресивних) територій зі сфери виробництва в сферу послуг. Її завдання - дати імпульс розвитку аграрних та гірських регіонів та їх населення шляхом організації нового специфічного сектора місцевої економіки. Окрім економічних, така державна політика переслідує соціальні та соціокультурні завдання: зупинити деградацію сільських та гірських районів, вимирання поселень і зростання негативних соціальних явищ, зберегти і частково відтворити культурну спадщину, національну самобутність регіонів тощо.

У нашому дослідженні категорію «еко-агротуризм» пропонуємо трактувати як сектор туристичної сфери економіки, орієнтований на використання природних, культурно-історичних і інших ресурсів сільської місцевості та її специфіки для створення комплексного туристичного продукту. Обов'язковою умовою є те, щоб засоби розміщення туристів - мініготелі (як правило, індивідуальні, спеціалізовані) знаходилися в сільській або гірській місцевості (або малих містах без промислової і багатоповерхової забудови).

Еко-агротуризм для Закарпаття доцільно розглядати як перспективний стратегічний напрям розвитку провінцій та гірських територій, як комплексну домінуючу економічного зростання місцевих громад. Пропонуємо детальніше зупинитися на мікро- та макроекономічних перевагах зазначеної доцільності.

1. Економічні переваги: джерело доходу для сільського населення в ситуації кризи і деградації сільських та гірських районів; інтеграція в новий сектор туріндустрії, що динамічно розвивається та передбачає застосування ІТ технологій, сучасну організацію роботи галузі (виробництво і збут конкурентоспроможного турпродукту); використання переважно невитратних ресурсів, перш за все природної, соціокультурної та історичної спадщини; мікроекономічний аспект: інвестиції у поліпшення власного будинку і садиби - підвищення їх ринкової вартості.

2. Соціокультурні переваги: співпраця села з жителями великих міст (ефект культурного і психологічного взаємозбагачення через спілкування); поява нових перспектив розвитку; «взаємини господар - гість» і затребуваність пропозицій місцевої громади передбачають підвищення самооцінки жителів села.

3. Етнокультурні переваги: можливість активізувати раціональне використання ресурсів; презентація національних культурних традицій.

4. Особистісні переваги: розвиток особистості, перш за все приймаючої сторони: необхідність здобувати нові знання, навички, підвищувати кваліфікацію для організації прийому гостей тощо; підвищення самооцінки особистості: усвідомлення можливості самостійно приймати бізнес-рішення, покладання на власні сили, ресурси власного господарства.

5. Соціальні переваги: кооперація на рівні місцевої громади у створенні повноцінного турпродукту в кінцевому результаті призводить до поліпшення соціально-психологічного клімату на рівні громади; агротуризм відсікає деструктивні прошарки і орієнтований на створення умов для успішного розвитку та кількісного зростання авангарду місцевої громади.

Змоделюємо перспективи розвитку готельного бізнесу у контексті концепції еко-агротуризму у гірських районах Закарпаття. Зазначимо, що розвиток готельного бізнесу необхідно моделювати із врахуванням наступних принципів:

- принцип екологічності (прагнення оптимізувати механізми збереження та відновлення природного та соціокультурного навколишнього середовища у провадженні туристичної діяльності);

- принцип «сталого розвитку» (у контексті тематики нашого дослідження) – це оптимізація параметрів розвитку з урахуванням меж зростання, об'єктивно заданих внутрішніми характеристиками системи і зовнішніми факторами;

- принцип ефективності функціонування туристичної сфери і готельного бізнесу зокрема;

- принцип соціального партнерства влади, бізнесу, місцевих громад, широкого кола зацікавлених неурядових організацій всіх рівнів.

Зважаючи на специфіку Закарпаття, як регіону багатих етнокультурних традицій вважаємо, що регіональний розвиток готельного бізнесу на засадах еко-агротуризму не повинен зводитися до одного напрямку (моделі). Він міг би включати кілька перспективних для умов області моделей.

Модель 1. Створення регіональних еко-агротуристичних мереж. Перш за все необхідно на початковому етапі вирішити наступні проблеми:

- у сфері організаційного забезпечення - пропонуємо створити об'єднання суб'єктів агротуристичного бізнесу, завданням яких було б: консультування бажаючих займатися агротуризмом з усіх питань; реєстрація, організація каналів мікрокредитування агротуристичних об'єктів; організація первинного інформаційного забезпечення – зокрема картографічного; організація рекламної та маркетингової діяльності у секторі агротуризму; перенесення турпродукту в інформаційний формат; в перспективі – сертифікація;

- у сфері інформаційного забезпечення - формування масштабних інтерактивних баз даних, які, власне, і створюють безмежний ринок пропозиції місцевих турпродуктів в інформаційному форматі;

- у сфері фінансового забезпечення - організація системи пільгового кредитування агротуристичних об'єктів (мікрокредитування агротуристичних господарств), фінансування програм необхідної профпідготовки (перепідготовки); як стратегічне завдання - фінансування інфраструктури гірської місцевості (перш за все це - дороги, електро- і водопостачання, телефонізація тощо);

- вирішення всіх вище перелічених проблем потребує підтримки влади - мінімум на рівні регіону, вже цього, як показує досвід Заходу, буде достатньо для запуску ринкового механізму в секторі агротуризму. Однак всі ці проблеми, безумовно, грамотніше, легше і швидше вирішуються за наявності відповідної програми розвитку агротуризму як вектора зростання гірських районів, що передбачає відповідне правове та фінансове забезпечення.

Отже, для перетворення агротуризму в сектор туріндустрії необхідно: забезпечити пропозицію якісного, сучасного, комплексного і спеціалізованого турпродукту; перенесення турпродукту в інформаційний формат; розробка сучасних каналів інформаційного забезпечення клієнта (інформаційно-пошукові мережі, інтернет-портали, картографічне забезпечення, реклама туристичного регіону тощо); розробка та реалізація програм регіонального розвитку і підтримки агротуризму; ініціювання державної системи пільгового кредитування або навіть дотування агротуристичних господарств на стартовому етапі; запровадження державних програм вдосконалення макроінфраструктури туризму - дорожнього будівництва тощо; створення громадської чи державної асоціації, яка об'єднує

суб'єкти агротуризму; просування агротуристичного продукту на ринок, активна рекламно-презентаційна кампанія тощо.

За зазначених умов туристичний потенціал конкретної гірської місцевості - як природний, так і культурно-історичний - перетвориться на туристичний ресурс (те, що можна в будь-який момент використовувати в організації маршрутів, екскурсій, дозвілля туристів) на місцевому рівні. Саме тут створюються та обладнуються засоби розміщення та харчування, розробляється комплексний пакет туристичних послуг - турпродукт, реалізований в окремій місцевості. Іншими словами, на рівні гірської території виникає можливість реалізації концепції «трьох А». Зміст та успішне забезпечення виконання концепції «трьох А» включає: атракції (пам'ятки + наявність пропозиції щодо культурно-розважальної програми) - апартаменти (засоби розміщення та харчування) – активність або доступність місця тимчасового перебування (можливість заїзду/проїзду, доставки + дороги).

Модель 2. Відтворення соціокультурного середовища історичного поселення або історичних об'єктів. Відтворення соціокультурного середовища поселення - «історичного села», «національного села» тощо, відтворення соціокультурного середовища інших історичних об'єктів (замки, садиби, монастирі тощо). Цей шлях вимагає значних зовнішніх і внутрішніх інвестицій, розробки спеціальних комплексних проектів, проведення великої науково-дослідної роботи.

Модель 3. Створення великих і середніх спеціалізованих агротуристичних об'єктів. Це можуть бути спеціалізовані центри (спортивні, культурні, кулінарні тощо), стилізовані «агротуристичні села», а також «рибальські», «мисливські села», які орієнтовані на прийом туристів і організацію їх повноцінного відпочинку.

Якщо ця модель закладається в основу концепції розвитку агротуризму гірських територій, то завдання, пов'язані з її реалізацією вирішуються на рівні регіону. Цей шлях полягає у підтримці з боку влади приватної (місцевої, зовнішньої або спільної) ініціативи, наявності великих приватних інвестицій і ресурсів для розробки відповідних великих і середніх комплексних проектів.

Модель 4. Створення державних і приватних сільськогосподарських парків. Створення державних і приватних сільськогосподарських парків як великих багатофункціональних туристичних, виставкових, рекламно-експозиційних, культурно-пропагандистських, мистецьких, науково-дослідних, виробничих комплексів, які володіють відповідними засобами розміщення та відповідною інфраструктурою. У рамках Закарпаття таку модель доцільно реалізувати на базі діючих об'єктів санаторно-курортної сфери, що розташовані переважно у сільській та гірській місцевості.

Зазвичай такий напрямок у світовій практиці курується державним відомством, відповідальним за аграрний сектор (як правило, міністерством) і, відповідно, передбачає великі державні чи приватні інвестиції та розробку відповідних комплексних проектів.

Кожна із розглянутих моделей агротуризму так чи інакше апробована у світовій практиці. На наше глибоке переконання, розвиток готельного бізнесу у контексті концепції агротуризму у гірських районах Закарпаття може і повинен носити комплексний характер. Проте, кожна з розглянутих моделей вимагає різного ступеня участі владних структур та місцевих громад всіх рівнів.

До очікуваних результатів розвитку агротуризму в гірських районах Закарпаття належать:

- розвиток агротуристичного сектору в гірських районах може і повинен стати важливою віхою зростання - економічного, соціального, культурного і духовного;

- найважливішим результатом розвитку еко-агротуризму мають стати: соціокультурний і духовний ефект в результаті активізації місцевих творчих ресурсів; збереження і розвиток національної, природної, історико-культурної та духовної спадщини; підвищення самооцінки місцевих громад, поява позитивної соціальної перспективи тощо;

- туристична сфера є локомотивом розвитку економіки Закарпаття, даючи досить швидко віддачу до бюджету та ініціюючи зростання суміжних галузей, насамперед тих, що забезпечують макро- і мікроінфраструктуру туризму;

- туристична сфера розглядається як одна з найбільш продуктивних в плані генерування нових робочих місць. На сьогодні для гірських територій розвиток еко-агротуризму - це один з ефективних способів збільшення кількості робочих місць та самозайнятості, у тому числі для кваліфікованих працівників;

- реалізація надпотужного потенціалу гірських та сільських регіонів на основі розвитку агротуристичного сектора сприятиме подоланню економічної, соціальної і духовної кризи в депресивних регіонах.

Отже, розвиток еко-агротуризму – це стратегічна перспектива, що сприятиме активному розвитку високоефективної, маловитратної, конкурентоспроможної сфери місцевої економіки та матиме позитивний соціокультурний ефект для місцевих громад і українського суспільства загалом.

Література:

1. Baltic Country Holidays. Professional information [Електронний ресурс].- режим доступу http://www.celotajs.lv/cont/prof/assoc/definition_en.litml. Дата використання: 20.11.2015

2. Department for food and rural affairs. Tourism statistic.[Електронний ресурс].-режим доступу www.defra.gov.uk/statistics/rural/the-rural-economy/rural-tourism/ . Дата використання: 25.11.2015

3. Europe in figures. Eurostat Yearbook 2010 // URL. [Електронний ресурс].-режим доступу <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>. Дата використання: 20.11.2015

4. European Union. [Електронний ресурс]. - режим доступу www.europa.eu.int. Дата використання: 22.11.2015

5. French agency for tourism development (AFIT). [Електронний ресурс]. - режим доступу www.afit-tourisme.fr. Дата використання: 28.11.2015

6. Rural development policy 2007-2013. [Електронний ресурс]. - режим доступу http://ec.europa.eu/agriculture/mrdev/index_en.htm. Дата використання: 23.11.2015

7. Байлик С.И. Гостинничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. /С.И. Байлик. - Киев: ВИРА-Р, 2005.-208с.

8. Уніфіковані технології готельних послуг: Навчальний посіб. /За ред. проф. В.К. Федоренка, Л.Г. Лук'янова, Т.Т. Дорошенко, І.М. Мініч. – К.: Вища школа, 2005.-237с.

9. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання /Навч. Посібник. /Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К.: Знання України, 2012.- 358с.

DEVELOPMENT PROSPECTS OF THE HOTEL BUSINESS AS PART OF THE ECO-AGRITOURISM

O. Lupych

In world practice of tourism, hospitality, ecotourism and agritourism as complementary and interrelated categories. Moreover, in modern international practice, a number of related ("safe" on the impact on the environment, local communities and relatives on motivation) types of tourism (rural, farm, sports, cooking, adventure, extreme, etc) are often combined into a single field of eco-agrotourism. This is evidenced by the European experience: there are already examples of organizations that included the term in its name (e.g. European Centre for Eco Agro Tourism - ECEAT).

Summarizing the foreign experience [1-6] and the results of Russian investigations [7-9] on the implementation of projects in the field of eco-Agroturismo proposed to simulate the strategic priorities of development of hotel business in the context of the concept of eco-agro-tourism in the mountainous regions on the example of the Transcarpathian region of Ukraine.

Note that at the global level the General concept of agritourism, or at least terminological unity are not yet available, although there are a number of generally accepted principles and approaches. There are several concepts of agritourism, significantly different, have different goals and target different objectives, developed in accordance with specific conditions and practiced in different groups of countries. In addition, in many countries, eco-agro-tourism is considered as one of the leading directions of development of national tourism, as reflected in the national concepts of development of tourism.

International (mostly European) practice shows that the development of agro-tourism in the form of small family hotel business is a major socio-economic program for transfer of agricultural population in particular mountain (or depressed) areas from production to services. Its objective is to give impetus to the development of the agricultural and mountain regions and their people by organizing a new specific sector of the local economy. Besides economic, such a public policy pursues social and cultural goals: to stop the degradation of rural and mountain areas, the extinction of the settlements and the growth of negative social phenomena, in part to preserve and recreate cultural heritage and national identity of the regions.

In our study, the category of "eco-agritourism" proposed to treat as the tourist sector of the economy, focused on the use of natural, cultural, historic and other resources in rural areas and its specificity to create an integrated tourism product. A prerequisite is that the funds of customers - clean (usually individual, specialized) were located in rural or mountain areas (or small towns without industrial and high-rise buildings).

Eco-agritourism for Transcarpathia should be viewed as long-term strategic direction of development of the provinces and mountainous areas, how complex the dominant economic growth of local communities. Proposed to dwell on the micro - and macroeconomic benefits the appropriateness.

1. Economic benefits: a source of income for the rural population in a situation of crisis and degradation of the rural and mountain areas; integration in the new sector of the travel industry is rapidly developing and involves the use of it technologies, modern organization of work sector (the production and marketing of competitive tourist product); use of primarily navaratna resources, primarily natural, socio-cultural and historical heritage; microeconomic aspect: investments in improving their homes and estates, increasing their market value.

2. Socio-cultural benefits: the cooperation of the village with residents of large cities (the effect of cultural and psychological mutual enrichment through communication); the emergence of new perspectives of development; "the relationship host - guest" and relevance to the local community would raise the self-esteem of villagers.

3. Ethno-cultural benefits: the opportunity to intensify rational use of resources; presentation of national cultural traditions.

4. Personal benefits: personal development, first of all, the host party: the need to acquire new knowledge, skills, to raise qualification for the organization of reception and the like; enhancement of self-identity: awareness of the possibility to independently make business decisions, laying on their own strength, their own farm resources.

5. Social benefits: co-operation at the level of local communities in creating a full-fledged tourist product ultimately leads to the improvement of the socio-psychological climate at the community level; agritourism cuts destructive layers and is focused on creation of conditions for successful development and quantitative growth of the local avant-garde society.

Simulate the prospects of development of hotel business in the context of the concept of eco-agro-tourism in the mountainous areas of Transcarpathia. Note that the development of hotel business must be modelled taking into account the following principles:

- the principle of sustainability (the desire to optimize the mechanisms for the conservation and restoration of the natural and sociocultural environment in the production of tourist activity);
- the principle of "sustainable development" (in the context of the subject of our study) is the optimization of the parameters of the development based on limits to growth, objectively defined internal characteristics of the system and external factors;
- the principle of efficiency of functioning of tourism sphere and hotel business in particular;
- the principle of social partnership of government, business, local communities, stakeholder non-governmental organizations at all levels.

Given the specificity of Transcarpathia, as a region of rich ethnic and cultural traditions believe that regional development of the hospitality industry based eco-agro-tourism should not be limited to one direction (the model). It could include several promising conditions for the field models.

Model 1. The establishment of regional eco-agritourism network. First of all it is necessary to solve following problems:

- in the area of organizational support is proposed to form an Association of subjects of agro-tourist business, which would have been advising those wishing to engage in agro-tourism on all questions; registration; organization of channels of microcredit agro-tourist facilities; organization of primary information provision – in particular mapping; organization of promotional and marketing activities of agro-tourism sector; transfer of tourism products in the information format; in the future – certification;

- in the sphere of information support of the formation of large - scale interactive databases, which, in fact, create unlimited supply of local tourism products in Informacini format;

- in the area of financial support - organization of system of preferential crediting of agro-tourist facilities (micro-credit agritourism farms), funding of necessary training (retraining), as strategic objective the funding of infrastructure in mountain areas (primarily roads, electricity, water, telephones, etc);

- the solution to all these problems requires the support of the authorities - at least at the level of the region already, as the experience of the West, would be sufficient to run the market mechanism in the sector of agritourism. However, all these problems, of course, is better, easier and faster solved in the presence of an appropriate programme of development of agro-tourism as a vector of growth of the mountain that provides appropriate legal and financial support.

So, for the conversion of agro-tourism in the tourism industry sector need to ensure the supply of quality, modern, integrated and specialized tourism products, transport of tourism products in a news format; the development of modern channels of information provision of the client (information retrieval networks, Internet portals, distribution support, advertising tourist region, etc); development and implementation of regional development programs and support of agro-tourism; initiation of the state system of concessional lending or even subsidize agritourism farms in the initial stages; implementation of program of improvement of the state macropredatory tourism and road construction, etc; the creation of public or state Association, combining the subjects of agro-tourism; promotion of agro-tourist product on the market, advertising campaign presentation, and the like.

Under these conditions the specific tourist potential of the mountainous terrain, both natural and cultural-historical - will turn into a tourist resource (that can be used in the organization of routes, excursions, leisure tourists) at the local level. Here are created and equipped with means room and Board, developed a comprehensive package of tourism services - tourism product implemented in a particular locality. In other words, at the level of the mining the territory is the possibility of implementing the concept of "three". The content and the successful enforcement of the concept of "three A" includes: attractions (attractions + offers cultural and entertainment programs) - apartment (accommodation and meals) is the activity or availability of place of temporary stay (check-in/travel shipping + road).

Model 2. The reconstruction of the sociocultural environment of the historic settlements or historical sites. The reconstruction of the socio-cultural environment of settlements "historic village", "national village" and the like, reconstituting the socio-cultural environment of other historical sites (castles, manors, monasteries, etc). This method requires considerable external and domestic investments, development of special complex projects, a lot of research work.

Model 3. The establishment of large and medium specialized agro-tourism objects. It can be specialized centres (sports, cultural, culinary, etc), stylized "agro-village" and "fishing", "hunting villages" that focus on reception of tourists and organization of their recreation.

If this model laid the basis for the concept of agrotourism development in mountain areas, the challenges associated with its implementation are addressed at the regional level. This path is the support from the government, private (local, external or shared) initiatives, the presence of large private investments and resources for the development of relevant large and medium complex projects.

Model 4. The establishment of public and private agricultural parks. The establishment of public and private agricultural parks as a large multi-purpose tourist, Convention, exhibition, cultural, advocacy, artistic, scientific, research, industrial complexes that have the appropriate means of accommodation and proper infrastructure. In the framework of Transcarpathia such a model it is advisable to implement on the basis of the existing objects of sanatorium-resort sphere, located mostly in rural and mountainous areas.

Usually such a direction in the world practice is supervised by the government Agency responsible for the agricultural sector (usually the Ministry) and, therefore, provides for major public or private investment and the development of relevant integrated projects.

Each of the models of agro-tourism is somehow tested in the world practice. It is our deep conviction that the development of hotel business in the context of concepts of agro-tourism in the mountainous areas of Transcarpathia can and should be integrated. However, each of the models requires different degrees of involvement of authorities and local communities at all levels.

The expected results of development of agro-tourism in the mountainous regions of Transcarpathia are:

- development of agro-tourist sector in the mountainous regions can and should become an important milestone of growth - economic, social, cultural and spiritual;
 - the most important result of the development of eco-rural tourism should be: social, cultural and spiritual effect of stimulating local creative resources, the preservation and development of national, natural, historical, cultural and spiritual heritage, increasing self-esteem of local communities, the emergence of positive social perspectives, and the like;
 - tourism is the locomotive of economic development of Transcarpathia, giving a fast enough impact to budget and initiating the growth of related industries, especially those that provide macro - and mcrory tourism;
 - tourism is considered as one of the most productive in terms of generating new jobs.
- Today for mountain areas development of eco-agritourism is one of the effective ways to increase the number of jobs and self-employment, including for skilled workers;
- implementation of heavy duty potential of mountain and rural regions through the development of an agritourism sector will contribute to overcoming economic, social, and spiritual crisis in depressed regions.

Therefore, the development of eco-agritourism is a strategic perspective that will contribute to active development of high-performance, low-cost, competitive spheres of the local economy and will have positive socio-cultural impacts for local communities and Ukrainian society as a whole.

Reference:

1. Baltic Country Holidays. Professional information [Електронний ресурс].- режим доступу http://www.celotajs.lv/cont/prof/assoc/definition_en.litml. Дата використання: 20.11.2015
2. Department for food and rural affairs. Tourism statistic.[Електронний ресурс].-режим доступу www.defra.gov.uk/statistics/rural/the-rural-economy/rural-tourism/ . Дата використання: 25.11.2015
3. Europe in figures. Eurostat Yearbook 2010 // URL. [Електронний ресурс].-режим доступу <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>. Дата використання: 20.11.2015
4. European Union. [Електронний ресурс]. - режим доступу www.europa.eu.int. Дата використання: 22.11.2015
5. French agency for tourism development (AFIT). [Електронний ресурс]. - режим доступу www.afit-tourisme.fr. Дата використання: 28.11.2015
6. Rural development policy 2007-2013. [Електронний ресурс]. - режим доступу http://ec.europa.eu/agriculture/mrdev/index_en.htm. Дата використання: 23.11.2015
7. Baylyk S.Y. Hostynnychnoe khozyaystvo. Problemy, perspektivy, sertyfykatsyya. /S.Y. Baylyk. - Kyev: VYRA-R, 2005.-208s.
8. Unifikovani tekhnolohiyi hotel'nykh poslub: Navchal'nyy posib. /Za red. prof. V.K. Fedorenka, L.H. Luk'yanova, T.T. Doroshenko, I.M. Minich. – K.: Vyshcha shkola, 2005.-237s.
9. Ahafonova L.H., Ahafonova O.Ye. Turyzm, hotel'nyy ta restoranny biznes: tsinoutvorennya, konkurentsyya, derzhavne rehulyuvannya /Navch. Posibnyk. /L.H. Ahafonova, O.Ye. Ahafonova. – K.: Znannya Ukrainy, 2012.- 358s.