

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Тернопільський національний економічний університет**  
**Навчально-науковий інститут міжнародних економічних відносин**  
**ім. Б.Д. Гаврилишина**  
Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу

**АРГЕЛЬО РЕЙЕС Хадді Джоанна**

**Розвиток міжнародного туризму в Еквадорі**

спеціальність: 242 - Туризм  
магістерська програма – Міжнародний туризм

Виконала студентка групи Тм-21  
Х. Дж. Аргельо Рейес

---

Науковий керівник:  
А. М. Тибінь

---

Магістерську роботу допущено до захисту:

" \_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2018 р.

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Ю.П. Гуменюк

**ТЕРНОПІЛЬ – 2018**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ.....</b>	<b>9</b>
1.1. Сутність міжнародного туризму.....	9
1.2. Види міжнародного туризму.....	20
1.3. Основні фактори, що впливають на формування і функціонування туристичного ринку.....	30
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....</b>	<b>39</b>
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ЕКВАДОРІ ТА ЙОГО РОЛЬ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ.....</b>	<b>41</b>
2.1. Характеристика туристичних ресурсів та туристичних потоків в Еквадорі.....	41
2.2. Оцінка туристичної інфраструктури.....	55
2.3. Чинники, які стримують розвиток туризму в Еквадорі.....	65
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....</b>	<b>73</b>
<b>РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ЕКВАДОРІ.....</b>	<b>75</b>
3.1. Тенденції розвитку міжнародного туризму.....	75
3.2. Перспективи розвитку та шляхи підвищення ефективності використання туристичного потенціалу Еквадору.....	85
3.3. Інноваційні форми організації туристичної діяльності еквадорських фірм.....	96
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....</b>	<b>107</b>
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>109</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>113</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>124</b>

## **ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ**

Всесвітня організація туризму

ВТО

The United Nations World Tourism Organization

UNWTO

Валовий внутрішній продукт

ВВП

Міністерство туризму Еквадору

МІНТУР

## ВСТУП

У наші дні індустрія туризму став одним з найяскравіших і наймасовіших явищ ХХІ століття, що змінює наше життя і наш навколишній світ. Не помітити величезного впливу туризму на світову економіку і на економіку кожної країни або регіону не можливо. Зі сторони урядів більшості країн світу, інтерес до розвитку туристичної галузі збільшується, через те, що він розглядається як складна соціально-економічна система, стан якої показує стабільність і зберігає позиції високоприбуткового і динамічного сектору економіки.

**Актуальність теми магістерської роботи**, полягає в тому, що за наявністю в Еквадорі туристичних ресурсів, які різноманітні і навіть унікальні в кожному регіоні країни, і беручи до уваги, що в сучасних умовах туризм є однією з найбільших, найдоходніших та динамічних галузей економіки, що розвиваються, Еквадор належить до перспективних країн світу з розвитку туристично-рекреаційної галузі.

Для Еквадору, туризм є одним з основних сфер для соціально-економічного розвитку, і за величиною він вважається третім джерелом не нафтових доходів країни.

З 2013 Еквадор отримав нагороди в різних категоріях в "World Travel Awards", яка є найпрестижнішою програмою визнання передового досвіду у всіх секторах індустрії туризму і авіаперевезень по всьому світу. Тому, за даними Міністерства туризму Еквадору з 2014 року прибуття іноземних відвідувачів зросла на 14%.

Незважаючи на те, що індустрія туризму в Еквадорі докладает великі зусилля для підвищення якості своїх послуг, появляється необхідність проводити поглиблений аналіз системи функціонування міжнародного

туризму та діяльності провідних туристичних компаній, оскільки світовий туризм тісно пов'язаний з розвитком країн, прикладом цього є концентрація туристських прибуттів в європейському макрорегіоні (51%).

Перспектива розвитку міжнародного туризму в Еквадорі ґрунтується на особливостях його території, природи та історії. За умов наявності значного туристичного потенціалу, відсутні інвестиції для покращення інфраструктури та авіаперевезень в певних регіонах, крім цього, необхідні практичні рекомендації щодо схем планування, раціонального використання, та економічних засад функціонування сфери туризму.

Сьогодні для організації міжнародного туризму використовуються загальні принципи його функціонування і розвитку, але кожна країна, яка приділяє серйозну увагу цій сфері економіки, використовує також свої моделі туризму. Причинами різниці у моделях туризму є історичні, демографічні, географічні, кліматичні, економічні і соціальні особливості кожної окремої країни. Інакше кажучи, кожна країна, яка зацікавлена у розвитку туристичного сектору, старається повністю використати національні ресурси з метою отримання максимального позитивного результату.

Проблема про розвиток туризму в країнах Латинської Америка, в тому числі Еквадору, все більше привертає увагу науковців. З 1994 року до теперішнього часу, вищі навчальні заклади як Університет Сан-Пабло (Бразилія), Національний університет Мар-дель-Плата (Аргентина), Університет Аустраль (Чилі), Університет Республіки (Уругвай), були штаб Латиноамериканського конгресу туристичних досліджень, в якому основна мета полягає в тому, щоб створити простір для обміну досвідом, пропозиціями та науково-дослідними вкладками в сфері туризму і відпочинку в Латинській Америці [1].

Питання туристичної діяльності досліджувались еквадорськими вченими як Естебан Руїз Бальєстерос, Доріс Соліс Карріон, американськими вченими як Х.Б. Ван Хоф, російськими вченими як Азар В.І та інших.,

теоретичні та аналітичні дослідження яких використані при виконанні магістерської роботи.

**Метою магістерської роботи** є оцінка сучасного стану розвитку туризму в Еквадорі і, на основі досвіду провідних країн та міжнародних туристичних фірм, розробка заходів та практичних рекомендації, що зможуть поліпшити стан міжнародного туризму в Еквадорі, а також дають можливість ефективно використати потенціал Еквадору для прискореного розвитку міжнародного туризму.

**Завдання дослідження.** Для досягнення мети магістерської роботи поставлені такі конкретні завдання:

- розкрити сутність та види міжнародного туризму;
- дослідити основні фактори, що впливають на формування і функціонування туристичного ринку;
- охарактеризувати туристичні ресурси та туристичні потоки в Еквадорі;
- провести оцінку туристичної інфраструктури в Еквадорі;
- розглянути чинники, які стримують розвиток туризму в Еквадорі;
- дослідити тенденції розвитку міжнародного туризму;
- оцінити перспективи розвитку та шляхи підвищення ефективності використання туристичного потенціалу Еквадору;
- розглянути інноваційні форми організації туристичної діяльності еквадорських фірм.

**Об'єктом дослідження** даної магістерської роботи є сектор міжнародного туризму.

**Предметом дослідження** даної магістерської роботи є комплекс теоретичних та практичних питань з розвитку туристичної галузі в Еквадорі та його місце в міжнародному туризмі.

**Методи дослідження.** У процесі наукового дослідження використано сукупність загальнонаукових методів дослідження та пізнання, серед яких

варто виділити: аналіз та синтез (для розкриття сутності міжнародного туризму); порівняльний метод (для оцінки стану і динаміки показників розвитку міжнародного туризму в Еквадорі та світі, а також для визначення ефективності розвитку міжнародного туризму в Еквадорі); структурний аналіз (для аналізу змін в розвитку міжнародного туризму); метод узагальнення даних (при розгляді розвитку міжнародного туризму в Еквадорі та при оцінці шляхів підвищення ефективності використання туристичного потенціалу в Еквадорі); індуктивний і дедуктивний методи пізнання.

Для вирішення окремих завдань використовувались також наступні специфічні методи дослідження: економіко-статистичний аналіз (при визначенні пріоритетних напрямків та перспектив розвитку міжнародного туризму в Еквадорі); системно-аналітичний метод (на основі якого здійснено теоретичне узагальнення наукових концепцій, опрацювань, пропозицій провідних еквадорських та іноземних вчених, присвячених проблемам туристичної індустрії); історичний і логічний (для дослідження розвитку міжнародного туризму та закономірностей його функціонування); монографічний (для ґрунтовного й глибокого вивчення окремих явищ, які впливають на розвиток туризму у Еквадорі); графічний метод (при вивченні динаміки розвитку туризму в Еквадорі та міжнародного туризму).

**Інформаційна база дослідження.** Інформаційною основою проведеного дослідження є офіційні звіти та аналітичні публікації Всесвітньої туристичної організації, матеріали економічних досліджень Міністерства туризму Еквадору, основоположні законодавчі й нормативні акти Еквадору, та міжнародні документи, ратифіковані Еквадором, наукові праці еквадорських та іноземних вчених у сфері туристичних послуг і управління нею, що розкривають соціально-економічні функції туризму і його роль у розвитку національної економіки, а також сучасні еквадорські та іноземні статистичні збірники.

**Наукова новизна одержаних результатів** визначається реальною оцінкою стану розвитку міжнародного туризму в Еквадорі, а також

опрацювання інноваційних форм організації туристичної діяльності еквадорських фірм.

**Практичне значення отриманих результатів дослідження** полягає у тому, що вони дають можливість ефективно застосувати туристичний потенціал Еквадору, і можуть бути використані в конкретних проектах покращення розвитку міжнародного туризму в Еквадорі.

**Апробація результатів дослідження.** Головні положення і результати дослідження були опубліковані в збірнику тез доповідей III Міжнародної студентської наукової конференції «Студентські дослідження актуальних питань сучасності іноземними мовами: економічні, соціальні, інноваційні, правові та гуманітарні аспекти» (Тернопіль 2015 р.). Тема виступу: «The economic crisis in Ecuador: causes, consequences and solutions».



## РОЗДІЛ 1

# ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1. Сутність міжнародного туризму

Туризм є глобальним явищем, що в даний час динамічно розвивається, і його значення для економічного і соціального розвитку кожної окремої країни безперервно зростає.

Туризм не має однозначного визначення і по-різному трактується, але саме слово туризм походить від латинського *tornus* (рух по колу) і *tornare* (вертіти, крутити, обертати), а суфікс «изм» відноситься до дії групи людей, тому етимологічно можна визначити туризм як подорож людей з наміром повернутися до їх звичайного місця проживання [2].

Існують різні визначення туризму. Відповідно до Всесвітньої туристичної організації, туризм визначається як діяльність осіб, які подорожують і перебувають в місцях, що знаходяться за межами їх постійного місця проживання, протягом терміну, що не перевищує одного року підряд з метою проведення дозвілля, відпочинку, бізнесу або інших, без здійснення оплачуваної діяльності [3].

Деякі вчені визначають туризм як діяльність людини, пов'язана з її пересуванням за межами постійного місця проживання для задоволення певних її потреб. Потреби, що спонукають людину відправитися в подорож, можуть бути матеріальними потребами (відновлення фізичного стану людини, оздоровлення, харчування); соціальними потребами (які виникають через спілкування з іншими людьми, через життя у певному соціальному

середовищі); потребами в самореалізації, у соціальному самоутвердженні, у визнанні з боку інших тощо; духовними потребами (пов'язані з пошуками основ і сенсу буття, із релігійними уподобаннями людини).

Інші вчені досліджують туризм як вид міграції і тому вважають що, туризм - це тимчасове переміщення людей з одного місця країни до іншого, або з однієї країни до іншої, при цьому, люди які переміщуються не отримують прибутку від цієї діяльності.

Туризм розглядається і як форма організації відпочинку, під час якого відновлення сил поєднується з такими цілями як: діловими, оздоровчими, пізнавальними, спортивними, освітніми та культурними.

Сучасна індустрія туризму є важливим питанням і для економічних наук, де науковці визначають туризм як самостійну галузь економіки нематеріальної сфери, у межах якої створюється специфічний туристичний продукт, для задоволення потреб людей, які знаходяться за межами постійного місця проживання. Російський вчений Азар В.І, визначає туризм як «велику економічну систему з різноманітними зв'язками між окремими елементами в рамках як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством у цілому». На думку експертів, туризм, як економічне явище охоплює попит (з боку туристів), пропозицію (з боку туроператорів і туристичних фірм) та туристичний продукт (комплекс товарів і послуг, де включаються транспорт, харчування, готельне господарство тощо), на який спрямовано інтерес туриста.

Міжнародний туризм вважається формою зовнішньої торгівлі, при якій поєднуються виїзний або зарубіжний туризм (коли громадяни країни, які проживають на її території виїжджають на відпочинок до інших країн) і в'їзний або іноземний туризм (коли в межах країни, подорожують особи, що проживають за її межами).

На нашому думку, туризм - це соціально-економічне явище, що в сучасних умовах являє собою важлива галузь економіки кожної країни, і полягає у добровільному і тимчасовому переміщенні окремих осіб або груп

людей, з місця звичайного проживання в інше, в основному для проведення відпочинку, або з діловими, оздоровчими, пізнавальними, спортивними, освітніми та культурними цілями, генеруючи безліч взаємозв'язків економічного і культурного значення, оскільки, з метою задоволення потреб туристів, включаються і інші сфери економіки. А міжнародний туризм розглядаємо як цілеспрямовану діяльність, пов'язану з наданням послуг іноземним туристам на території країни, яка їх приймає і громадянам країни постійного проживання, котрі подорожують за її межами.

Роль туризму зводиться не лише до впливу на світову економіку, а також до усвідомлення необхідності розвитку зв'язків між народами різних країн світу і створення міжнародних туристичних організацій для упорядкування, регулювання і поліпшення роботи туристичної індустрії. Сьогодні у світі існують близько 70 міжнародних організацій, які займаються справами розвитку туризму [4].

**Таблиця 1.1.1.**

### **Основні міжнародні туристичні організації**

<b>Масштаб і характер</b>	<b>Назва організації</b>
Світовий - загальний	Всесвітня туристична організація; Всесвітня рада з подорожами і туризму; Міжнародна асоціація світового туризму; Міжнародний туристичний союз; Міжнародний туристичний альянс; Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку та ін.
Світовий - галузевий	Міжнародна готельна асоціація Міжнародна асоціація повітряного транспорту Міжнародна асоціація морських пасажирських перевізників та ін.

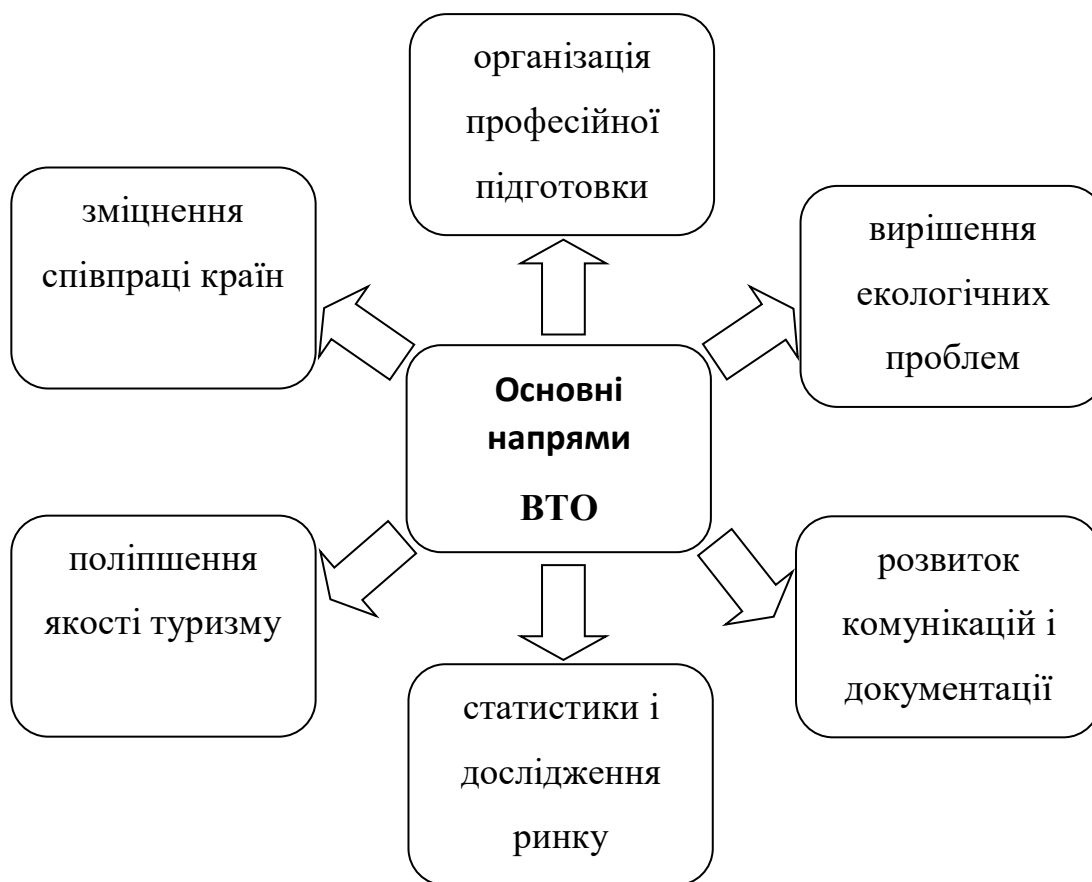
Продовження табл. 1.1.1.

Регіональний - загальний	Європейська комісія з туризму; Європейська туристична група; Асоціація з розвитку і координації європейських туристичних обмінів; Туристична асоціація країн Азії і Тихого океану; Туристична асоціація країн Східної Азії; Асоціація туристичної індустрії Америки; Конфедерація туристичних організацій Латинської Америки; Карибська туристична організація; Арабський туристичний союз; Панафриканська туристична організація; Африканська асоціація подорожей та ін.
Спеціалізовані	Міжнародна федерація туроператорів; Всесвітня асоціація туристичних агентств; Міжнародна асоціація конгресів і конференцій; Міжнародна асоціація гідів з супроводу; Міжнародна асоціація організаторів екскурсійних і туристичних програм; Міжнародна асоціація з туризму з діловими цілями та ін.

В даний час Всесвітня туристична організація (ВТО) з англійської мови World Tourism Organization (UNWTO) є найбільш міжурядовою, авторитетною і провідною організацією у сфері туризму. ВТО є спеціалізованою агенцією ООН і представляє інтереси близько 160 країн - дійсних членів; 5 територій - асоційованих членів, а також понад 400 членів, які мають статус приєднаних (туристичні фірми, авіакомпанії, навчальні інституції, туристичні об'єднання та місцеві органи управління туризмом [5].

Відповідно до Статуту Всесвітньої туристичної організації, діяльність даної організації спрямована на стимулювання туризму як засобу

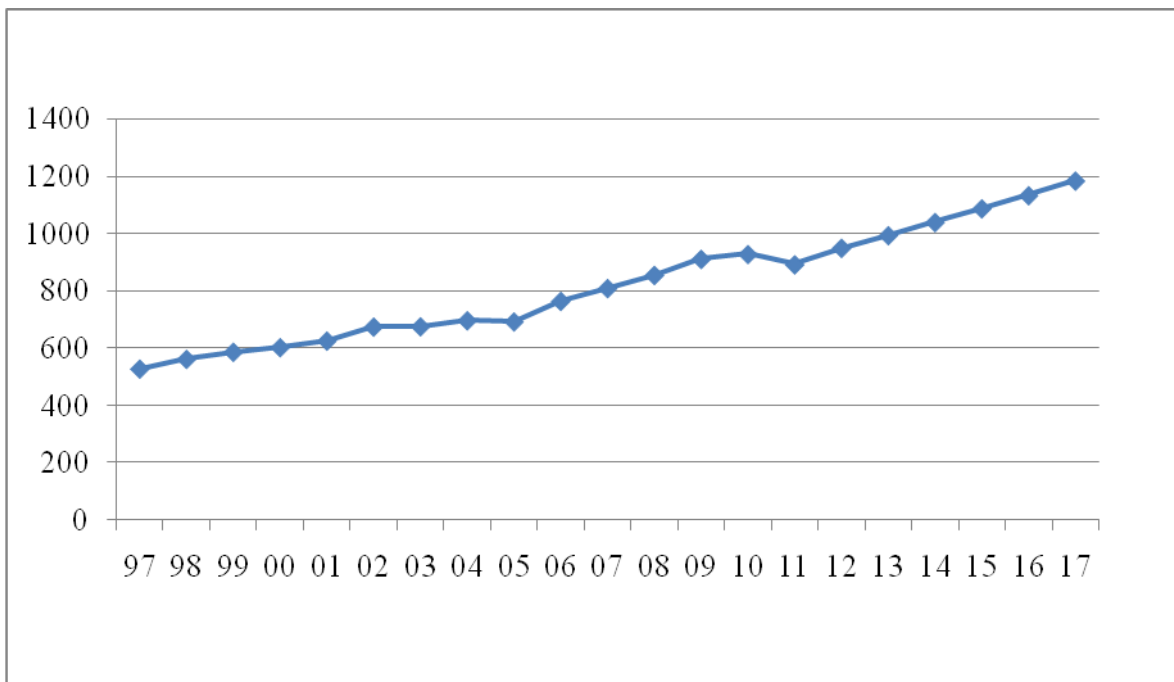
економічного розвитку. WTO реалізує свою діяльність за напрямками вказаними у рисунку 1.1.1.



**Рис. 1.1.1. Основні напрями за якими WTO реалізує свою діяльність**

Шляхом залучення або обмеження державного втручання в міжнародний туризм і в процес стандартизації вимог до паспортів, віз, реєстрацій, візових та інших формальностей, WTO намагається сприяти світовому туризму, і старається усунути всі бар'єри, що заважають його розвитку. Всі результати щодо стану світового туризму WTO подає регулярно через звіт, в якому враховуються як досягнення, так і труднощі для подальшого розвитку туристичної індустрії.

Як показують дані Всесвітньої туристичної організації у рисунку 1.1.2., за останні 20 років, незважаючи на періодичні потрясіння у 2007 і 2017 роках, туристична індустрія характеризується практично безперервними і високими темпами зростання [5].



**Рис. 1.1.2. Міжнародні туристські прибуття (в мільйонах)**

Також можна подивитися у таблиці 1.2, що кожного року, число міжнародних туристських прибуттів в середньому виросло на 4,17%.

**Таблиця 1.1.2.**

**Динаміка розвитку міжнародного туризму в мільйонах (1997 - 2017)**

Рік	Туристські прибуття, од.	Абсолютне відхилення, од.	Відносне відхилення, %
1997	527	0	0
1998	561	34	6,45
1999	586	25	4,46
2000	602	16	2,73
2001	625	23	3,82
2002	674	49	7,84
2003	675	1	0,15

Продовження табл. 1.1.2.

2004	696	21	3,11
2005	692	-4	-0,57
2006	764	72	10,40
2007	809	45	5,89
2008	855	46	5,69
2009	911	56	6,55
2010	928	17	1,87
2011	892	-36	-3,88
2012	950	58	6,50
2013	994	44	4,63
2014	1040	46	4,63
2015	1088	48	4,62
2016	1134	46	4,23
2017	1185	51	4,30
Всього			83,42
В середньому			4,17

Аналізуючи результати минулих років WTO зробила прогноз на наступні 15 років, і очікується що кількість міжнародних туристських прибуттів в усьому світі збільшиться на 3,3% в рік. Тобто досягне 1,8 млрд. прибуттів до 2030 року [6].

За дослідженням Всесвітньої туристичної організації, виявляється що міжнародний туризм розвивається нерівномірно. У всіх континентах він постійно удосконалюється, але темпи прогресу залежать від певних факторів, що характерні для окремих країн і регіонів, наприклад різні рівні соціально-економічного розвитку.

Результати по регіонах, у таблиці 1.1.3 свідчать про те, що в Європі у 2017 році кількість туристських прибуттів досягло 609 млн., в Азії і

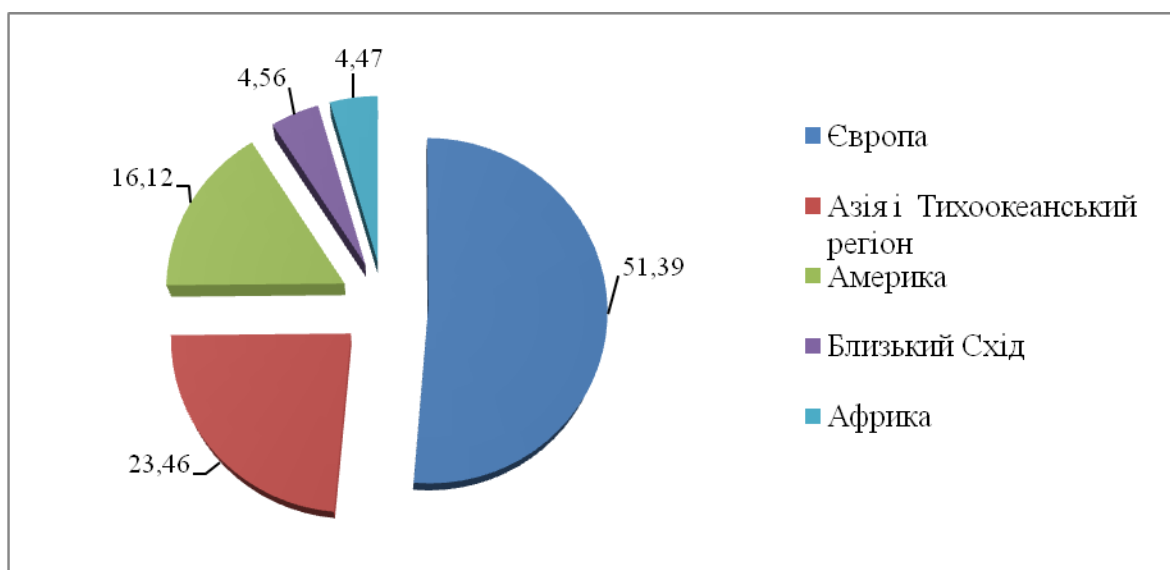
Тихоокеанському регіоні – 278 млн., в Америці – 191 млн., в Близькому Сході – 54 млн., і в Африці – 53 млн.

**Таблиця 1.1.3.**

**Розподіл міжнародних туристських прибуттів у світі**

Регіон	Кількість туристських прибуттів (в млн.)	Частка, %
Європа	609	51,39
Азія і Тихоокеанський регіон	278	23,46
Америка	191	16,12
Близький Схід	54	4,56
Африка	53	4,47
<b>Всього</b>	<b>1185</b>	<b>100</b>

Відповідно до даних можемо зобразити графічно (рис.1.1.3.) як розподіляються частки міжнародних туристських прибуттів по кожному регіону світу.



**Рис. 1.1.3. Міжнародні туристські прибуття у світі за 2017 р.**



На підставі графіка ми бачимо, що Європа, безсумнівно, є світовим лідером по міжнародних туристських прибуттях, її частка становить 51,39%. Успіх туристичної індустрії в Європі пояснюється ступенем розвитку економіки цього регіону, для якого характерно економічна і політична стабільність, безпека для іноземних туристів, розвинена туристична інфраструктура, висока якість туристичних послуг, ефективне використання рекреаційних ресурсів та вигідне географічне положення. Однак, у порівнянні з ціною в інших регіонах, ціна туристичних продуктів у Європі вища, і це негативно впливає на розвиток туризму в цьому регіоні.

В Азії і Тихоокеанському регіоні припадає 23,46% всіх прибуттів іноземних туристів. Головною привабливістю для туристів даного регіону є доступні ціни та екзотичність рекреаційних ресурсів. Політична нестабільність і часті стихійні лиха гальмують розвиток цього регіону.

Щодо американського континенту частка туристських прибуттів складає 16,12 %. Америка характеризується великою різноманітністю туристичних ресурсів. Для Північної Америки характерна розвинена інфраструктура для туризму, але складність для отримання віз, високі ціни і природні катаклізми сприяють зниженню частки туристських прибуттів. В країнах Центральної і Південної Америки, незважаючи на економічну кризу та нестабільну політику, туризм розвивається, тому що Латинська Америка пропонує туристам, за невисокими цінами, неймовірне поєднання екзотичності природи, гастрономії, культури, історії та інших рекреаційних ресурсів. Щоб поліпшити туристичну індустрію, країнам регіону необхідно підвищити рівень якості туристичних послуг, вдосконалювати інфраструктуру, знизити рівень злочинності і забезпечити більш високий рівень безпеки для туристів [9].

В Близькому Сході припадає 4,56% туристських прибуттів. Цей регіон є особливим культурним світом, з активним розвитком туристичної сфери і низькими цінами на туристичний продукт. Проте нестабільна політична

ситуація і загроза терористичних актів в регіоні негативно впливають на розвиток туристичної галузі.

Частка туристських прибуттів в Африці становить 4,47%, що є найнижчою з усіх регіонів. Африка є привілейованим місцем для туризму, з багатим природним і культурним потенціалом, з найнижчими цінами для відпочинку у світі, але Однак, щоб покращити свій стан у міжнародному туризмі, необхідно подолати хронічне відставання в інфраструктурі, поліпшити якість туристичного сервісу, ліквідувати загрозу терористичних актів та здійснювати заходи для зниження загального рівня злочинності.

Незважаючи на те, що міжнародний туризм є нерівномірним явищем, кожна країна або регіон, при збереженні природи та історико-культурної спадщини, має можливість вдосконалити її туристичну діяльність, створити продукт, конкурентоспроможний на світовому ринку, здатний максимально задовольнити потреби туристів і отримати соціально-економічну вигоду.

Загалом, більшість вчених відзначають, що туристична діяльність позитивно впливає на національну економіку, але при неконтрольованому розвитку туризму, він може і негативно впливати. Негативний вплив туризму виявляється у наступних випадках:

- Коли в країні відсутня необхідна інфраструктура, погашаються кредити на розвиток туризму, виплачується заробітна плата іноземному персоналу, імпортуються товари та обладнання, іноземні інвестори отримують свою частину доходів і вивозять її в свою країну, тоді відбувається відплив грошових ресурсів з країни, і як результат виникає дефіцит туристичного балансу;
- Коли при зростанні кількості туристів появляється додаткове навантаження на місцеву інфраструктуру, тому що збільшується попит на транспорт, готелі, дороги, аеропорти, вокзали тощо які необхідно розширювати за рахунок значних капіталовкладень;
- Коли при забезпеченні виготовлення туристичної продукції та послуг, має місце рух ресурсів з інших секторів та галузей

економіки в сектор туристичних послуг, що може призвести до дефіциту ресурсів в інших галузях економіки, порушення співвідношень у структурі економіки та зайнятості, і перебільшена залежність країни або регіону від туризму;

- Коли при безконтрольному розвитку туризму виникає демографічний вибух туристичних регіонів, і це призводить до позбавлення місцевого населення елементарних зручностей та нестачі ресурсів для їх існування;
- Коли при прибутті великої кількості туристів з високою купівельною спроможністю настає зростання темпів інфляції, тому цін на товари та послуги підвищуються і споживання продуктів місцевим населенням скорочується.

Вплив туристичної індустрії на стан та розвиток національної економіки не можна охарактеризувати однозначно, тому далі розглянемо вплив туризму з боку позитивних наслідків.

Всесвітня туристична організація стверджує, що туристична діяльність стане найважливішим чинником світового розвитку, тому що при здійсненні туризму ВВП збільшується, створюються нові робочі місця, збільшуються доходи, фінансуються інвестиційні проекти, й це допоможе і країнам, в яких дохід на душу населення невисокий порівняно з доходом у розвинутих країнах, через те, що через туризм відбувається перенесення прибутків розвинутих країн у країни, що розвиваються.

У випадку Еквадору, уряд визнає туризм як ключовий елемент принесення надходжень до державного бюджету, створення робочих місць, залучення інвестицій, формування додаткового попиту на товари та послуги, підвищення попиту на сувенірну продукцію, і в цілому соціально-економічного розвитку країни.

Х.М. Сантана, А.Б. Паласіо та П. Назарено, зазначають, що туризм підвищує рівень добробуту країни або регіону, в якому він розвивається, оскільки туризм здатний стимулювати розвиток інфраструктури, тобто

готелів, ресторанів, туристичних комплексів, баз відпочинку тощо, а також підприємств інших галузей, що обслуговують індустрію туризму [7].

З точки зору Г. Папіряна, "міжнародний туризм є також активним генератором міжнародних торгових потоків товарів та послуг інших сфер економіки" [8].

З нашого погляду, при проведенні ефективної державної політики, туризм виступає джерелом валютних надходжень для країни, мультиплікатором зайнятості й розвитку місцевої інфраструктури та галузей, обслуговуючих сфери туризму, і, отже, ефективним засобом зростання рівня життя місцевого населення.

Таким чином, розвиток туризму може мати два наслідки соціально-економічного характеру, з одного боку, коли держава забезпечує ключових вимог до безпеки, екології, стану туристичних об'єктів, і в той час як туризм в країні розвивається всесторонньо, виявляє свій позитивний вплив у прискоренні економічного зростання країни, підвищенні якості життя населення, створенні і вдосконаленні інфраструктури, активізації виробництва, споживання, торгівельних відношень, а з іншого, неконтрольований розвиток туристичної галузі призводить до порушення пропорційності у структурі економіки та зайнятості (унаслідок неефективного переливу ресурсів в сферу туризму з інших галузей економіки), веде до зниження рівня життя місцевого населення та підвищення залежності країни від туризму.

## **1.2. Види міжнародного туризму**

Відповідно до Всесвітньої організації туризму, існують три форми туризму:

- Внутрішній туризм, що являє собою подорожі людей на території країни постійного проживання.
- В'їзний туризм, що являє собою подорожі в межах держави, які здійснюються особами, що постійне місце проживання мають в іншій країні.
- Виїзний туризм – це подорожі громадян країни, які проживають на її території і виїжджають в інші країни в якості туристів.

Міжнародний туризм охоплює в'їзний і виїзний туризм.

Уїллака Хайме Хосе Антоніо, з університету «Айакучо» в Перу, в його монографії «Форми туризму», вважає, що для будь-якої країни з метою оцінки її туристичної діяльності та обліку відвідувачів в країні, необхідно розуміти класифікацію туризму [10]. На думку автора, туризм поділяється на п'ять видів, як показано на рисунку 1.2.1.



**Рис. 1.2.1. Види туризму за Уїллака Хайме Хосе Антоніо**

Спортивний туризм – це вид туризму, в якому основною причиною для поїздки є участь в спортивних заходах в природних умовах або відвідування міста або країни, щоб подивитися на спортивні змагання.

Релігійний туризм – це вид туризму, пов'язаний з відвідуванням святих місць і релігійних центрів, що знаходяться за межами звичайного середовища туриста.

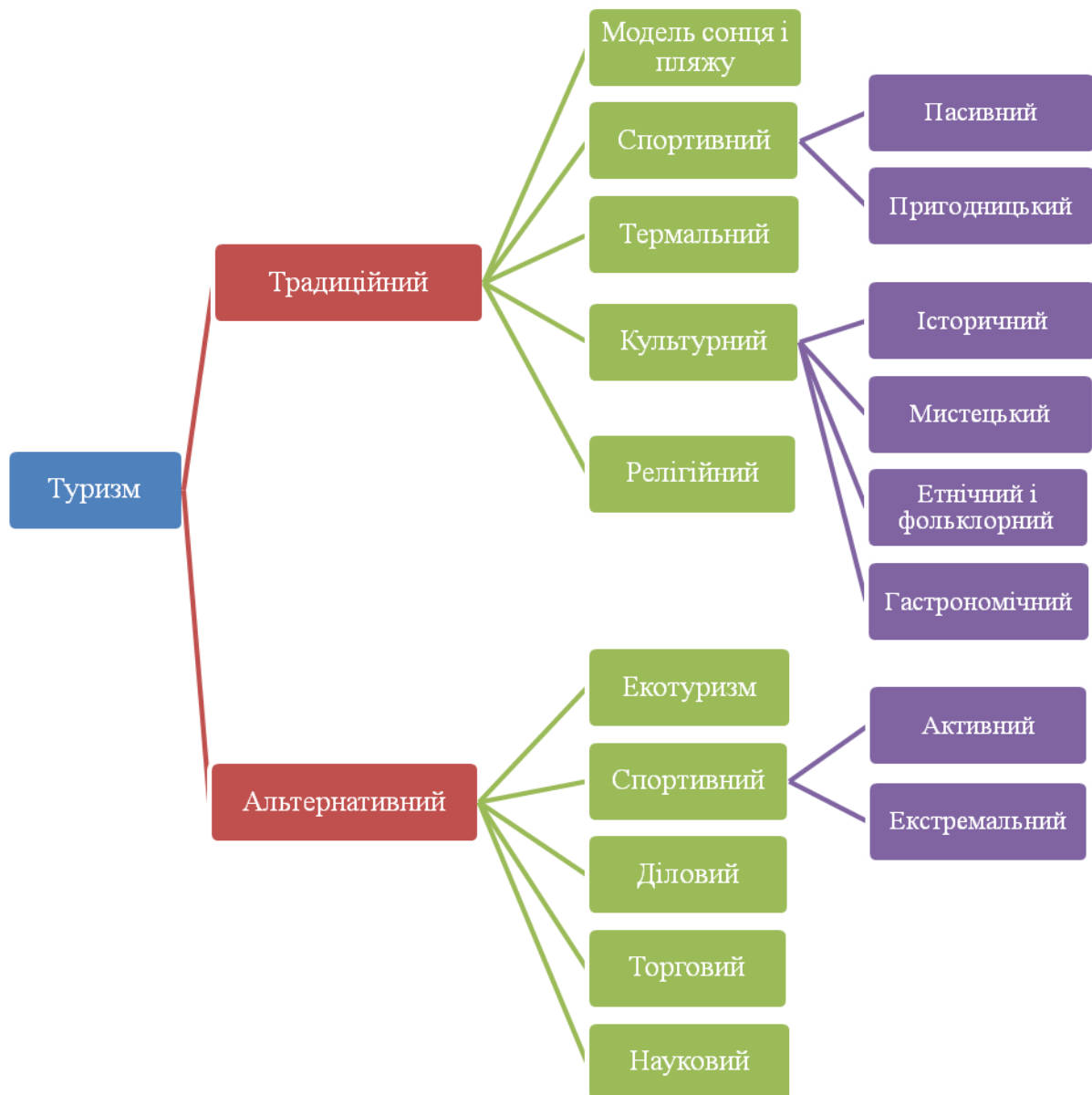
Культурний туризм – це найпопулярніший вид туризму, основною метою якого є: ознайомлення туриста з визначними пам'ятками історії, природними та етнічними особливостями країни; відвідування архітектурних пам'ятників і музеїв; відвідування культурних заходів тощо.

Оздоровчий туризм – це вид туризму, що здійснюється з метою лікування, зміцнення здоров'я або профілактика захворювань. Такий вид туризму передбачає перебування в спеціальних курортах.

В цілому можна виділити таку спеціалізацію курортів: курорти з питними мінеральними водами для лікування органів травлення, курорти для серцево-судинних хвороб; лікування органів дихання; грязьові курорти для хвороб кістково-м'язової системи і суглобів, периферичної нервової системи, жіночих і чоловічих статевих органів; для хвороб нирок і сечовивідних шляхів; курорти на сірководневих мінеральних водах для захворювань шкіри тощо.

Сільський туризм – це туристична діяльність, яка має місце в сільській місцевості серед живої зеленої природи. У сільському туризмі популярні такі заняття: пішохідні і кінні прогулянки, рибальство, мисливство, участь у традиційних форм господарювання на селі тощо.

Де ла Торре Паділья пропонує іншу класифікацію, виходячи з конкретних потреб туристів [11]. Розглянемо як класифікуються основні види туризму за Де ла Торре Паділья у рисунку 1.2.2.



**Рис. 1.2.2. Класифікація туризму за Де ла Торре Паділья**

Об'єднуючи різні точки зору по класифікації туризму, а також через додавання нових видів туризму, які з'явилися сьогодні, ми вважаємо за доцільне спиратися на певні критерії як: мотивація туристів для поїздки, терміни, засоби пересування, віковий склад туристів, форма поїздки, сезон, тривалість та інші атрибути, які дозволяють зробити більш повну класифікацію туризму, як показано у таблиці 1.2.1.

**Таблиця 1.2.1.**

## Класифікація туризму

Класифікаційний критерій	Види туризму
Характер поїздки	1) Звичайний туризм (рекреаційний, пізнавальний, оздоровчий відпочинок) 2) Спеціалізований туризм (спортивний, науковий, екстремальний відпочинок)
Мета поїздки	1) Рекреаційний туризм 2) Оздоровчий туризм 3) Пізнавальний туризм 4) Діловий туризм 5) Релігійний туризм 6) Спортивний туризм 7) Гастрономічний туризм 8) Винний туризм 9) Пригодницький туризм 10) Сільський туризм 11) Туризм гуманітарної допомоги 12) Торговий туризм
Кількість туристів	1) Індивідуальний туризм 2) Груповий туризм
Спосіб пересування	1) Пішохідний туризм 2) Велосипедний туризм 3) Автотуризм 4) Залізничний туризм 5) Авіаційний туризм 6) Річковий туризм 7) Морський туризм
Тип операції	1) В'їзний туризм 2) Виїзний туризм
Тривалість перебування	1) Короткостроковий туризм 2) Довгостроковий туризм

Продовження табл. 1.2.1.



Тип поїздки	1) Незалежний туризм (неорганізований) 2) Організований туризм
Віковий склад	1) Дитячий туризм 2) Молодіжний туризм 3) Туризм для середнього віку (35-55) 4) Туризм для людей похилого віку (більше 55)
Сезонність та інтенсивність туристичного потоку	1) Постійний туризм 2) Непостійний туризм (Сезонний туризм)

За характером поїздки:

Звичайний туризм також відомий як пляжний туризм або традиційний туризм. Він пов'язаний з перенесенням великої кількості людей, які купляють стандартизовані пакети відпочинку у курортах і круїзах. В рамках звичайного туризму знаходяться рекреаційний і пізнавальний відпочинок. Головним інтересом у цьому виді туризму є розвага і задоволення.

Спеціалізований туризм націлений на певну аудиторію, і пропонує варіанти, розроблені відповідно до інтересів і потреб кожної людини. Прикладами такого виду туризму є пригодницький туризм, спортивний туризм, винний туризм, науковий туризм, екстремальний туризм, тощо.

За метою поїздки:

Рекреаційний туризм – це подорож щоб розслабитися і відпочити від щоденного стресу, щоб відвідувати місця на природі, де можна знайти сприятливий клімат, мінеральну воду, пляжі тощо.

Оздоровчий туризм передбачає перебування туристів в особливих курортах, де здійснюють заходи з метою зміцнення здоров'я, профілактики різних захворювань і відпочинок. Він характеризується більшою тривалістю перебування в одному місці.

Пізнавальний туризм – це різнопланові туристичні подорожі, поїздки, а також походи, основна ціль яких відвідування центрів туризму, регіонів, пам'яток місцевого та світового масштабу. Під час таких подорожей туристи

знайомляться з традиціями та побутом місцевих мешканців, їх історією, культурою, пам'ятниками природи. Варто зазначити, що елементи пізнавального туризму присутні в певній мірі практично для кожного з різновидів туризму [12].

Діловий туризм включає в себе організацію конгресів, ярмарків, виставок, заохочувальних поїздок і корпоративних.

Релігійний туризм, на відміну від всіх інших сегментів ринку туризму, ґрунтується на вірі, де туристи прямують до святих місць для своєї релігії.

Спортивний туризм орієнтований на подолання певного маршруту. Для нього характерно певний рівень ризику, оскільки на маршруті є різні специфічні перешкоди як гори, річки, перевали тощо.

Гастрономічний туризм є формою туризму, де інтерес туристів знаходиться на кулінарній культурі країни, яку відвідують.

Винний туризм полягає в тому, що виробники вино, пропонують людям поїздки через виноградники на велосипеді, виноробні тури з дегустацією та лекції про виробництво вино.

Пригодницький туризм об'єднує всі подорожі, пов'язані з активними способами пересування та відпочинку на природі, що мають на меті отримання нових відчуттів, вражень, поліпшення туристом фізичної форми та досягнення спортивних результатів.

Пригодницький туризм – це різновид туризму, пов'язаний з незвичайними подорожами та активними способами пересування на екзотичній природі, з метою отримання нових відчуттів, вражень, поліпшення фізичної форми і так виходити із зони комфорту. До пригодницького туризму відносяться: гірський туризм, водний туризм, рафтинг, лижний і гірськолижний туризм, парапланеризм тощо.

Сільський туризм – це туристична діяльність, яка має місце в сільській місцевості, і пов'язаний з використанням екосистемного потенціалу агропромислового комплексу.

Туризм гуманітарної допомоги призначений для людей, які подорожують з наміром співпрацювати в соціальних проектах. Часто вони їдуть в бідні країни або в країни що розвиваються.

Торговий туризм або «шоп-тури» – це туризм, основною мотивацією якого є придбання товарів. Це пов'язано з невисокими цінами товарів в країні призначення у порівнянні з цінами тих самих продуктів в країні походження туриста.

За кількістю туристів:

Індивідуальний туризм – це такий тип туризму, в якому поїздку організовує одна людина, для себе або для невеликої групи родичів.

Груповий туризм – це вид туризму, при якому туристичну подорож здійснюють групи людей, які подорожують разом, прибувають і відбувають в один і той самий час, на однакових умовах, як по індивідуально складеному плану, так і по плану, запропонованому туристичною компанією, який включає у себе визначення роївонів відвідувань, тривалість зупинок, умови ночівлі і т.д [18].

За способом пересування:

Пішохідний туризм – це один з найпоширеніших видів спортивного туризму, що полягає у подоланні групою туристів шляху по місцевості з місця відправлення до місця прибуття за певний проміжок часу [19].

Велосипедний туризм або велотуризм – це рекреаційна діяльність, яка поєднує туризм і спорт. Він полягає в проходженні на велосипеді великих відстань через маршрути, що містять об'єкти екскурсійного характеру. В залежності від складності маршрутів, їзда на велосипеді може коливатися від простої до вкрай високої.

Автомобільний туризм або автотуризм – це подорожі туристів до країн або місцевостей, що відмінні від їхнього постійного місця проживання в яких основним засобом пересування виступає приватний транспорт, транспорт від фірми або орендований автотототранспорт [20].

Залізничний туризм полягає у використанні для туризму поїздів, що мають свою особливість, це може бути пов'язано з унікальним дизайном поїзду, з маршрутом по якому розташовані об'єкти екскурсійного характеру, або що-небудь ще, що відрізняє його від інших поїздів без будь-якої характерної особливості.

Авіаційний туризм може включати в себе самий різний набір задовольств: літати на літаках, вертольотах або на повітряних кулях, а якщо на літаках пропонуються прості польоти в пілотажній зоні, політ над аеродромом, і навіть політ по спеціально замовленому маршруту.

Річковий туризм – це оригінальний спосіб пересування в деяких країнах. Цей вид туризму полягає у навігації по річках і каналах на річкових суднах.

Морський туризм є одним з тих видів туризму в світі, що найбільш динамічно розвивається. Найпопулярнішим у цьому виді туризму є використання круїзних лайнерів.

За типом операції:

В'їзний туризм – це такий туризм, що має місце коли іноземні туристи приїжджають в країну призначення.

Виїзний туризм – це такий туризм, що має місце коли громадян даної країни виїжджають в інші країни.

За тривалістю перебування:

Короткостроковий туризм – це такий вид туризму, коли тривалість подорожі не більше ніж за сім днів.

Довгостроковий туризм – це такий вид туризму, коли поїздка триває більше тижня.

За типом поїздки:

Незалежний туризм (також самостійний або неорганізований). Вважається специфічним різновидом туризму, при якому організація поїздки, маршруту подорожі, вибір проживання в готелях, харчування та інші

здійснюється самостійно туристом, тобто не передбачає використання туристичних послуг.

Організований туризм (або плановий) включає в себе різні види туризму, які розробляють і реалізують туристичні оператори або туристичні агенції. Як правило, організований туризм включає транспортні послуги, харчування, проживання в готелях, трансфер, екскурсії тощо.

За віковим складом:

Дитячий туризм – це вид туризму, що спрямований на задоволення дозвілля для дітей. Дитячий туризм – це пізнавальні екскурсії, дитячі табори, робінзонади. Це веселі канікули, розширення світогляду, нові друзі і безліч вражень для дітей різного віку. Програм дитячого туризму під час шкільних канікул та літнього відпочинку існує достатньо багато. Це, наприклад, активний відпочинок, екологічні табори, кінні тури, походи, водний туризм і рафтинг, робінзонади та освітні центри [21].

Молодіжний туризм це різновид туризму, спрямований на задоволення рекреаційних потреб молоді до 35 років. Він пов'язаний з різними видами відпочинку, наприклад туристсько-екскурсійні поїзди; річкові та морські круїзи; маршрути вихідного дня; оглядові й тематичні екскурсії; подорожі та екскурсії в межах навчально-виховного і виробничого процесу; туристсько-оздоровчі програми під час літніх канікул та ін.

Туризм для середнього віку – це вид туризму, який орієнтований на певну аудиторію, що складають туристи від 35 до 55 років. Ця категорія туристів поділяється на 2 групи: економічно активні туристи 35 – 44 років, які зацікавлені в сімейному туризмі (для них є така потреба, щоб в тури були включені дитячі заходи, щоб готелі мали дитячі майданчики, дитячі басейни тощо), і економічно активні туристи 45 – 55 років, які за віком, вже не мають дітей в сім'ї, і надають перевагу комфорту і зручності.

Туризм для людей похилого віку, туризм літніх людей або туризм третього віку – це різновид туризму, орієнтований на задоволення туристичних потреб людей понад 55 років. Туристи похилого віку мають

ставлять певні вимоги до свого відпочинку, такі як комфорт, персональна увага з боку персоналу що їх обслуговує, можливість отримання медичної допомоги, наявність в ресторанах меню дієтичного харчування, розміщення в готелях, розташованих у тихих місцях і за помірними цінами.

За сезонністю та інтенсивністю туристичного потоку:

Постійний туризм – це вид туризму, характерний для певного місця, країни або регіону, що має відносно збалансований попит протягом усього року, тобто рівномірне відвідування туристів.

Непостійний туризм або сезонний туризм характеризується тим, що відвідування туристів для певного місця, країни або регіону, відбувається тільки в певну пору року, наприклад влітку або взимку (односезонний), іноді і влітку, і взимку (двосезонний).

Отже, міжнародний туризм, поєднуючи всі його різновиди, які ґрунтовані на різних критеріях, є дуже складним і динамічним явищем. В міру розвитку технологій і разом з нею суспільства, також народжуються нові форми туризму. Міжнародний туризм намагається, з урахуванням багатьох особливостей туристів, повністю задовольнити їх різноманітні потреби, і таким чином, підтримувати економію світу як надійне джерело валютних надходжень.

### **1.3. Основні фактори, що впливають на формування і функціонування туристичного ринку**

Щоб зрозуміти функціонування складного механізму, так званого туристичного ринку, необхідно спочатку зрозуміти загальні економічні поняття такі як ринок, попит і пропозиція.

Антуан Огюстен Курно, французький економіст, філософ і математик XVIII ст. розглядав ринок як будь-яку територію або район, де відносини між

покупцями і продавцями вільні, що ціни на одні й ті самі товари мають тенденцію легко і швидко вирівнюватись [23].

Пол Хейне, американський економіст і філософ, під ринком розумів – "це просто набір взаємозв'язків, або конкурентних торгів" [24].

Л. Абалкіна, в "Економічній енциклопедії" стверджує, що "на відміну від побутового значення цього слова (місце, де з більшою або меншою регулярністю зустрічаються продавці і покупці певних товарів), ринок в науці визначається як сукупність умов, завдяки яким покупці і продавці товару (послуги) вступають у контакт один з одним з метою купівлі або продажу цього товару (послуги)" [25].

На підставі таких визначень, можемо стверджувати що ринок – це регульована система економічних зв'язків між суб'єктами господарювання, в межах окремих країн, регіонів і світового господарства на принципах вільної купівлі-продажу товарів, послуг або робіт, тобто зустріч попиту і пропозиції.

Попит – це кількість товарів і послуг, який споживачі готові та спроможні купити за певну ціну протягом відповідного проміжку часу.

Пропозиція – це кількість товарів і послуг, яку виробники готові продати на певному ринку за певною ціною за конкретний період.

Отже туристичний ринок є системою економічних зв'язків між виробниками туристичних продуктів (послуг), туристичних агентств, туроператорів, постачальниками і виконавцями послуг (розміщення, харчування, транспорту) і покупцями (туристами), які зацікавлені і мотивовані, щоб споживати ці туристичні продукти (послуги). Ще однією особливістю туристичного ринку є те, що на ньому покупці переміщуються до місця призначення, щоб отримати придбані туристичні послуги.

Згідно з Рафаелем Ланді, туристичний попит визначається як сукупність туристичних послуг, які туристи, за певну ціну індивідуально або колективно, готові придбати з метою задоволення їхніх туристичних потреб [26].

Поняття туристичного попиту тісно пов'язане з процесом прийняття рішень, що люди постійно роблять у плануванні їх дозвілля і відпочинку і, отже, він залежить від цілого ряду факторів серед яких не тільки зустрічаються економічні, а й психологічні, соціологічні, культурні, фізичні, етичні тощо.

Фактори що визначають обсяг туристичного попиту:

Всесвітня туристична організація поділяє фактори що визначають обсяг туристичного попиту на три основні групи (див. рис. 1.3.1.).



**Рис. 1.3.1. Фактори що визначають обсяг туристичного попиту**

Економічні фактори:

Серед економічних факторів, основне значення у формуванні туристичного попиту має ціна туристичного продукту. Зважаючи на те, що



для задоволення потреб туристів, ключовим фактором у вирішенні придбання туристичних продуктів є відповідність ціни до якості пропонованих благ і послуг, а також суспільна апробація рівня цін. Надто висока ціна може бути спочатку сприйнята покупцем, але при подальшому її порівнянні з цінами, які конкуренти пропонують за туристичні продукти, покупець буде віддавати перевагу тим продуктам, які мають більш низьку вартість і доступні для придбання.

Загальноекономічні фактори пов'язані з економічною ситуацією в країнах, тобто з курсом обміну валют, рівнем інфляції і національним доходом. Зміна курсів валют, насамперед євро і долара, безсумнівно впливає на попит на закордонні тури, оскільки в євро і доларах розраховується вартість поїздок. Зростання курсів валют призводить до збільшення вартості турів і зменшення туристичного попиту і навпаки. Подібно до зміни курсів валют, впливає на туристичний попит і різниця рівня інфляції між країнами, які висилають туристів, та країнами, що їх приймають.

На відміну від перерахованих вище факторів, національний дохід впливає прямо пропорційно на туристичний попит. Іншими словами, якщо національний дохід не перевищує визначеного рівня, то туристичний попит може знижуватися до граничних рівнів або виникати лише в елітарних групах суспільства.

Рівень доходу туристів відіграє важливу роль в активізації туристичного попиту на ринку. Тим вище рівень доходів туристів, чим більша їх спроможність до придбання туристичних благ і послуг. Яскравим прикладом цього є країни з високим життєвим рівнем, які виступають основними постачальниками туристів у світі.

Суспільно-психологічні фактори:

Суспільно-психологічні фактори охоплюють один із найважливіших чинників, який формує туристичний попит: наявність вільного часу. Вільний час – це неминуча умова для відпочинку і розваги людини і є частиною неробочого часу, тому він залежить від внутрішнього законодавства

конкретної країни, що визначає кількість робочих годин у тижні, кількість днів відпустки, шкільні канікули, державні і релігійні свята. Наявність вільного часу у людини відкриває нові можливості її споживчої поведінки і визначає також її здатність подорожувати, створюючи тим самим вигідні умови для активізації туристичного попиту.

Демографічні чинники виявляють свій вплив на туристичний попит через відношення «кількість, вік і освіти населення і економічні чинники». Світова статистика показує, що зростання чисельності населення, у країнах, що розвиваються, обмежує дохід сім'ї і зменшує туристичний попит. З іншого боку, низький природний приріст у розвинутих країнах, незважаючи на сприятливу економічну ситуацію, не підвищує туристичного попиту, тому що він буде обмежений меншою кількістю населення [29, 30]. Згідно дослідницької фірми «OpinionWay», яка проводила аналіз серед туристів з Європи, Америки і Азії, найбільша туристична активність виражається у людей віком від 18 до 30 років. Таким чином вік туристів визначає їх туристичну активність і відповідно попит на різні типи туризму [31].

Щодо рівня освіти та культури населення і професійною структурою, світова статистика показує, що тим вищий рівень освіти та культури людини і тим вища її професійна позиція, чим більше і активніше вона бере участь у туристичних заходах, і це демонструє, що бажання пізнання світу тісно пов'язано зі знаннями та рівнем культури.

До індустріальних факторів відноситься забруднення навколишнього середовища у промислових містах. Відповідно до цього, у людей, які постійно проживають у таких містах, виникає бажання проведення вільного часу у екологічно чистих місцях. Через те, індустріальні країни сприяють зростанню туристичного попиту.

Визначальними факторами, які впливають на туристичний попит є мотиваційні, вони сприяють тому, що туристичне споживання відбувається навіть за нижньою межею доходу, незважаючи на відносно високі ціни. Мотиви людини межують з психологією і певною мірою формують її

поведінку як покупця туристичних продуктів, тому їх можна розглядати як основу вибору поїздки і програми відпочинку, і їх багато: турбота про здоров'я, заняття спортом, навчання, релігія, можливість самовираження і самоствердження, можливість зайнятися улюбленою справою в середовищі однодумців, рішення ділових проблем, розвага і потреба в спілкуванні з людьми, задоволення цікавості і підвищення культурного рівня, задоволення від незвичайних відчуттів, святкування, духовне пізнання тощо.

Фактори пропозиції:

Туристична політика держави також впливає на формування туристичного попиту. Такий вплив виявляється у: законах у сфері туризму, укладанні міжнародних договорів, що стосуються туризму, формальностях щодо перетину кордону та візові вимоги (наприклад, країна, яка не вимагає візи сприяє збільшенню туристичних відвідувань), стратегіях, програмах і планах розвитку туризму.

Транспортна інфраструктура відіграє рішучу роль у формуванні туристичного попиту. Саме концепція туризму передбачає переміщення людей, і для цього тарифна політика, пропускна транспортна спроможність митниць, стан дорожньої інфраструктури тощо, повинні забезпечувати безпеку і задовольняти потреби і очікування туристів [32].

Послуги з розміщення є надзвичайно важливим з боку туристичного попиту. Немає розміщення – немає туризму. Сьогодні конкуренція в готельному секторі велика, тому необхідно підвищувати рівень обслуговування, рівень комфорту, і в той же час встановити справедливую ціну за послуги.

Закінчуючи факторами пропозиції, розглядаємо діяльність організаторів туризму, які стимулюють туристичний попит. Основними засобами стимулювання купівельної активності споживачів туристичних послуг є використання маркетингових заходів, які покликані виявити потреби туристів, створити привабливі для них туристичні продукти,

просувати нові форми туризму та нові дестинації, ознайомити потенційних туристів з продуктами, і таким чином збільшувати обсяг продажів.

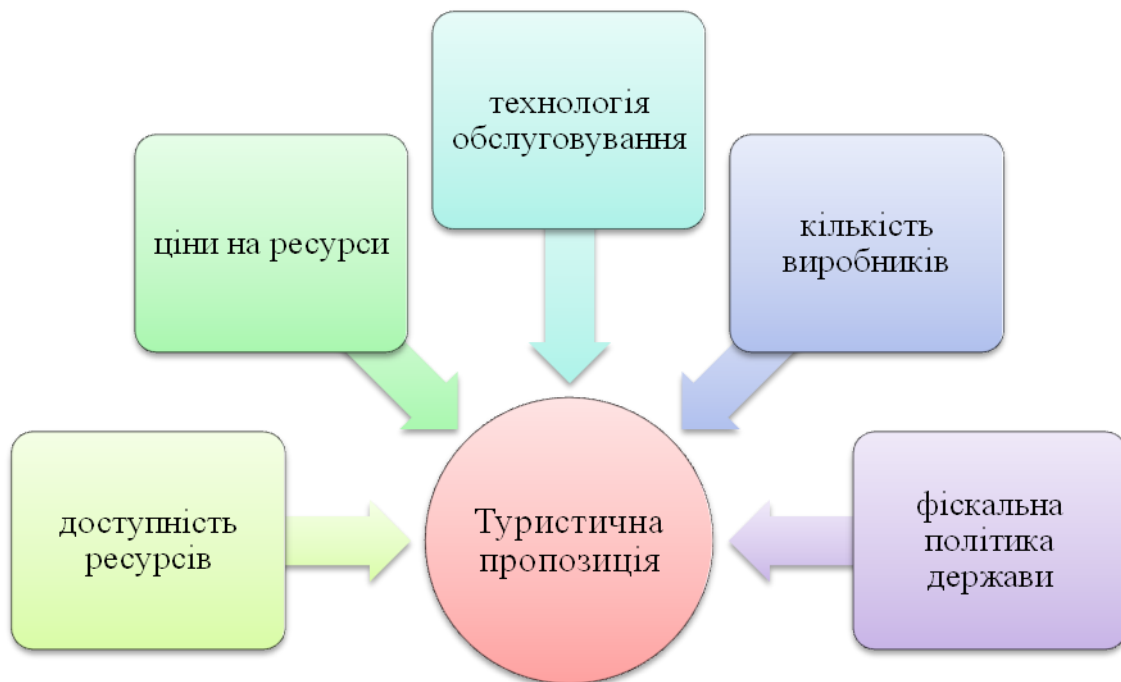
На додаток до цих факторів, ми вважаємо за необхідне включити безпеку туристів, як чинник впливу на формування туристичного попиту. Щоб прийняти рішення щодо поїздки, туристам потрібні певні гарантії як захист їх життя, здоров'я і фізичної, психологічної та економічної цілісності, тому, стихійні лиха, війна, політична та соціальна нестабільність, тероризм, злочинна діяльність, екологічні проблеми, хвороби, епідемії тощо, негативно впливають на туристичний попит їх потрібно уникати (див. рис. 1.3.2.).



**Рис. 1.3.2. Детермінанти які зменшують рівень безпеки подорожей**

У свою чергу, пропозиція на ринку туристичних послуг визначається як сукупність доступних туристичних продуктів і послуг у конкретній географічній зоні, яку виробники та туристичні посередники готові продати туристам за певною ціною [26].

Головні фактори, які впливають на туристичну пропозицію відображені у рисунку 1.3.3.



**Рис. 1.3.3. Детермінанти туристичної пропозиції**

Найважливіші ресурси у туризмі складають спеціалізована у туризмі праця, яка спроможна якісно надавати туристичні послуги; натуральні туристичні та суспільно-культурні цінності, які є причиною для відвідування туристами; загальна інфраструктура (транспорт, комунальне господарство тощо) і туристична інфраструктура (готелі, ресторани, бари, клуби, відпочинкові та спортивні об'єкти, туроператори тощо) необхідні для задоволення основних потреб туристів. Таким чином, доступність ресурсів відіграє важливу роль у формуванні туристичної пропозиції.

Ціни на ресурси. Зниження цін туристичних ресурсів дозволяє виробляти більше туристичної продукції, і отже збільшувати туристичну пропозицію.

Найважливішим аспектом технології обслуговування туристів є взаємодія з клієнтом, спілкування з клієнтом. Тому більш досконалі технології обслуговування туристів дозволяють туристичній фірмі виробляти більше туристичних продуктів з тими ж самим ресурсами, і отже збільшити пропозицію.

Кількість виробників туристичних продуктів на ринку впливає прямо пропорційно на туристичну пропозицію, тобто збільшення числа виробників призводить до зростання пропозиції і навпаки.

Фіскальна політика держави щодо туристичної діяльності також здійснює вагомий вплив на туристичну пропозицію, через податки зменшує пропозицію, а через субсидії, навпаки, її збільшує, тому що ця допомога покриває частину витрат виробника.

Взаємозв'язок між попитом і пропозицією на ринку туризму:

На туристичному ринку попит породжує пропозицію і пропозиція певним чином впливає на попит. Споживачі купують більше туристичних продуктів, коли ціна падає, і менше, коли вона зростає. Виробники туристичних продуктів, навпаки, пропонують більше туристичних продуктів, коли ціна на них росте, але коли вона падає, обсяг пропозиції туристичних послуг не може відповідно зменшитися. Це можна пояснити насамперед ознаками послуг, особливо відсутністю можливості їх зберігання. У результаті, потенціал з надання туристичних послуг залишається у визначений час невикористаним, а виробники туристичних товарів і послуг змушені витратити кошти на його утримання.

Взаємодія попиту і пропозиції на туристичному ринку має місце в конкурентній боротьбі. Таким чином, залежність попиту і пропозиції полягає передусім у тому, що пропозиція породжує попит через комплекс

запропонованих туристичних продуктів і послуг та їх ціни, а попит визначає обсяг і структуру пропозиції впливаючи при цьому на виробництво.

В результаті і туристи, і туроператори та туристичні агенції так реагують на ціну, що їхні дії балансують попит і пропозицію туристичних продуктів.

Необхідно зауважити, що, туризм розвивається за умов гострої конкурентної боротьби, тому, на туристичному ринку пропозиція повинна перевищувати попит. Коли пропозиція більше попиту, покупці мають можливість порівнювати між собою різні туристські продукти від всіх туроператорів і туристичних агентів, які конкурують на ринку, і віддавати перевагу тому продукту, який найкращим чином відповідає їхнім потребам щодо привабливості, якості і ціни. Таким чином, і взаємодія туристичного попиту та пропозиції визначає рівень цін та обсяг реалізованих туристичних продуктів.

## **Висновки до розділу 1**

У першому розділі магістерської роботи «Теоретичні аспекти дослідження міжнародного туризму» розкрито теоретичні підходи до визначення сутності міжнародного туризму, питання упорядкування, регулювання і поліпшення роботи туристичної індустрії через міжнародні туристичні організації, питання ролі ВОТ, питання динаміки розвитку міжнародного туризму, питання видів міжнародного туризму, основних фактори, що впливають на формування і функціонування туристичного ринку.

Узагальнено теоретичні визначення сутності понять «туризм», «міжнародний туризм», «туристичний ринок», «туристичний попит» та «туристична пропозиція». Узагальнено взаємозв'язок між туристичним

попитом і туристичною пропозицією. Отже, на туристичному ринку спостерігається тісний взаємозв'язок між попитом і пропозицією. На туристичний попит і на туристичну пропозицію впливають цінові і не цінові чинники, тому, для сприяння розвитку туризму необхідно врахувати і ті небажані фактори, які знижують туристичний потік (стихійні лиха, війна, політична та соціальна нестабільність, злочинна діяльність, екологічні проблеми, епідемії тощо), і ті важливі фактори, що зумовлюють розвиток туризму за кордоном, насамперед підтримка з боку держави, зростання доходів населення, скорочення робочого часу, розвиток загальної і туристичної інфраструктури, розвиток засобів комунікації, урбанізація тощо.

Таким чином, через взаємодію між туристичними компаніями та державою, об'єднання всіх зацікавлених сторін та велику можливість вибору щодо туристичних продуктів з доступними цінами, можна досягти належного рівня розвитку туризму, здатного конкурувати на міжнародному ринку.



## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ЕКВАДОРІ ТА ЙОГО РОЛЬ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ

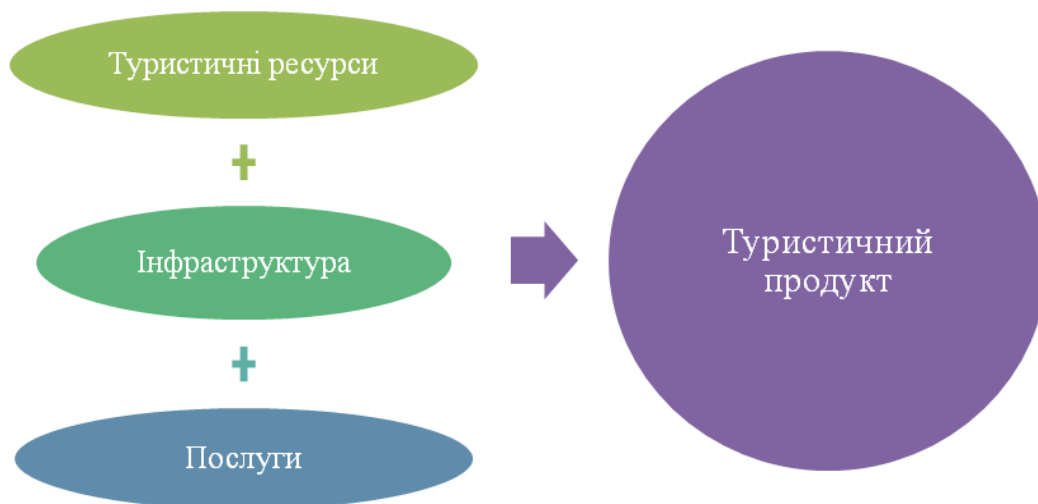
#### 2.1. Характеристика туристичних ресурсів та туристичних потоків в Еквадорі

Потенціал для подальшого розвитку туризму в Еквадорі і в будь-якій країні залежить від туристичних ресурсів, вони зумовлюють і визначають найважливіші економічні показники туризму, такі як туристичні потоки, кількість туристів, ціна на послуги, географія подорожей, їх сезонний розподіл, тривалість перебування та ін.

Як Глер Ганн, північноамериканський дослідник сказав в журналі «*Tourism Educators News Letter*», «якщо немає цікавих і забавних місць, які варто відвідати, немає ніякої потреби в житло і продукти харчування» [34]. Тобто, туристичний ресурс є основним елементом для розвитку туристичного атракціону. Саме навколо них, можна створити послуги, такі як готелі, ресторани, розважальні центри тощо. Там, де немає туристичних ресурсів, туризм, безумовно, не може розвиватися. Важливо розрізняти туристичні продукти від туристичних ресурсів.

Туристичні ресурси – це сукупність природних елементів з туристичним потенціалом; елементів, які є результатами людської діяльності; історичних, соціально-культурних об'єктів, які є предметами інтересу туристів, стимулюють їх до подорожей, здатні задовольнити їхні потреби у розвазі, відпочинку і відновленні фізичних, емоційних та інтелектуальних сил. Туристичні ресурси Еквадору можна розподілити на три групи (див. рис.

2.1.2.). Туристичним ресурсом є не тільки пляж, гора чи історична пам'ятка, а й спокій, приємна атмосфера, чиста природа, гостинність і привітність мешканців тощо. Вони є «сировиною» для туристичного продукту, який формується таким чином:



**Рис. 2.1.1. Елементи туристичного продукту**



## Рис. 2.1.2. Класифікація туристичних ресурсів Еквадору

Еквадор є однією з усього 17 «мега-різноманітних» і однією з найбільш біорізноманітних країн у світі, володіє багатими природно-кліматичними, культурно-історичними та національно-етнографічними ресурсами, які дають нам можливість розвивати багатьох видів туризму. Еквадор ділиться на чотири природних регіони, як можна подивіться у рисунку 2.1.3, і всі вони мають туристичні ресурси, які належать до всіх трьох груп, що дозволяє країні виходити на міжнародний туристичний ринок з потужними привабливими туристичними продуктами.



Рис.2.1.3. Карта Еквадору [35]

Республіка Еквадор знаходиться на північному заході Південної Америки, він розташований з обох боків екватора і має вихід до Тихого океану. Тихий океан омиває західне узбережжя і відокремлює його від

Галапагоських островів (які належать Еквадору), розташованих за тисячі кілометрів на захід.

Еквадор займає площу 283,6 тис. км<sup>2</sup>, з більш ніж 16 мільйонів чоловік [36]. Це найбільш густонаселена країна в Південній Америці.

Територія країни перебуває у зоні дії екваторіального і субекваторіального клімату. Загальна картина погодно-кліматичних умов дуже гетерогенна. Можна побачити чотири сезони протягом одного дня. Це пояснюється особливостями місцевого рельєфу, головним чином, наявністю Анд і впливу океанічних течій [37].

Столиця країни - місто Кіто, розташоване на висоті 2850 м. на схилах вулкана Пічінча. Кіто є космополітичним містом, де колоніальна архітектура поєднується з сучасним життям. Його історичний центр є одним з перших об'єктів всесвітньої культурної спадщини, вважається одним із найкрасивіших міст континенту і відрізняється безліччю культурно-історичних особливостей і своєрідних традицій. Є кілька високих точок, звідки на Кіто можна поглянути з висоти. Основна оглядовий майданчик знаходиться біля підніжжя велетенської Діви Марії з крилами, яка є захисницею міста, і добре видна з центральних кварталів.

В історичному центрі, що займає 320 гектарів, розташовані основні визначні пам'ятки, резиденція президента, площа Незалежності, куди влаштовують екскурсії, будівля Конгресу, Архієпископський палац, Мерія, Кафедральний собор, чудові музеї, старовинні будинки в іспанському стилі і величні храми, які відкриті для відвідування і залишають сильне враження.

Вулиці старої частини міста покриті бруківкою. У музеях можна подивитися картини національних художників, познайомитися з історичною спадщиною інків.

У декількох кілометрах від столиці знаходиться екватор, на якому розташований культурно-розважальний комплекс "Середина світу". У цьому місці розташований пам'ятник, який і символізує середину світу. Тут туристи часто фотографуються в такій позі, коли одна нога стоїть в Північній півкулі,

а інша - в Південній. Біля пам'ятника знаходиться багато кафе, ресторанчиків, сувенірних крамничків, музеїв, магазинів і все з фантастичним видом на вулкан Пулулаха.

Еквадор є країною з неймовірними пейзажами. Кожній регіон має свої особливості, тому, далі будемо розглядати найважливіші туристичні ресурси і туристичні потоки в кожному регіоні Еквадору.

### **Регіон «Коста»**



**Рис. 2.1.3. Відображення регіону «Коста» на карті Еквадору [39]**

Регіон узбережжя Тихого океану або «Коста» складається з семи провінцій. Цей регіон характеризується вологим тропічним кліматом, і середня температура коливається в межах  $21^{\circ}$  -  $35^{\circ}$  C. У цьому регіоні є велика кількість місць проживання, включаючи мангрові зарості, пляжі, скелясті береги і прибережні лісові райони.

Цей регіон має найбільш вологий тропічний ліс у світі, а також єдині прибережні сухі ліси, які залишилися в Південній Америці. Таке поєднання прибережних рівнин з невеликими гірськими ланцюгами призвело згодом до

розвитку островів ендемізму, що робить його одним з найрізноманітніших на планеті на біологічному рівні.

Регіон «Коста» пропонує туристам безліч цікавих альтернатив: туризм сонця і пляжів, відмінні місця для занять водних видів спорту, археологічні об'єкти, культурно-історичні туристичні центри і об'єкти, національні парки та охоронювані території.

У регіоні «Коста» є наступні туристичні пропозиції:

- тури з цікавими маршрутами через джунглі і пляжі;
- туризм спільноти – здійснюється членами місцевих громад, які організовані для надання туристичних послуг, збереження природних ресурсів і ревальвації культури громад;
- культурний туризм, в тому числі відвідування традиційних ринків;
- екотуризм: спостереження флори і фауни (спостереження китів і дельфінів);
- відвідування тематичних парків;
- спортивний туризм і пригоди: серфінг;
- агротуризм;
- оздоровчий туризм;
- круїзи.

У регіоні «Коста» найпопулярнішими є наступні туристичні об'єкти:

- Острів-де-ла-Плата;
- Прогулянка смаків: какао, банани, кава;
- Національний парк «Мачаліджа»;
- Скам'янілий ліс «Пуйанго»;
- Екологічний заповідник «Котакачі - Сауарас»;
- Міста: Пуерто-Лопес, Гуаякіль, Манта, Монтекрісті;
- Пляжі: «Монтаніта», «Атакамес», «Салінас», «Лос Фрайлес».

**Регіон «Сьєрра»**

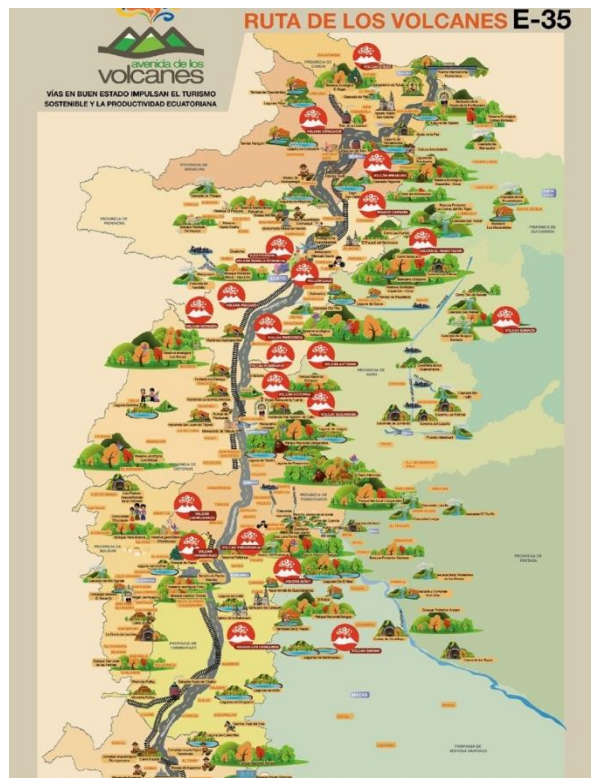
Еквадорські Анди є дуже популярним туристичним місцем, що складається з десяти провінцій і характеризуються вулканами більше п'яти тисяч метрів висоти, з вічними снігами і льодовиками. Найвищі вулкани - Чимборасо (6310 м), Котопаксі (5897 м. найвищий вулкан у світі) і Каямбе (5790 м) [40]. Середні температури у регіоні «Сьєрра» складають від 11,5° - 25° С. У деяких містах цього регіону як Кіто, Баньос, Міндо та інші, клімат вважається ідеальним, і його часто називають «вічною весною».



**Рис. 2.1.4. Відображення регіону «Сьєрра» на карті Еквадору [39]**

Вузьку долину між двома паралельними гірськими ланцюгами, де розташовані 9 із 10 найвищих гірських піків Еквадору, Гумбольдт поетично назвав «Дорогою вулканів» або «Авеню Вулканів» (див. рис. 2.1.5.).

У цій долині мешкає половина населення Еквадору. Панамериканське шосе, яке проходить долиною, дає можливість побачити майже всі знамениті вулкани країни, у тому числі Чимборасо і Котопахі. Авеню Вулканів, захоплюючою красою гір, чудове і відмінно підходить для туристів, альпіністів та інших дослідників [41].



**Рис. 2.1.5. Карта вулканів Еквадору («Дорога вулканів») [38]**

Погодні умови та вулканічна активність, зумовили в Еквадорських Андах виникнення дуже характерної рослинності під назвою «парамо», що розташована на висотах між 3500 і 4500 м. над р.м. В цьому районі мешкають: кондор, каракари, олені, лами, вікуньї, колібрі.

У регіоні «Сьєрра» є наступні туристичні пропозиції:

- Тури з цікавими маршрутами з красивими пейзажами по шляху вулканів і рівнини;
- Туризм спільноти;
- Культурний туризм, в тому числі відвідування традиційних ринків;
- Релігійний туризм;
- Археологічний туризм;
- Відвідування історичних гасієнд (помісьть, ферми);
- Екотуризм: спостереження флори і фауни;



- Оздоровчий туризм: гідротерапія, курорти.
- Спортивний туризм і пригоди: серфінг: скелелазіння, трекінг, гірський велосипед, банджі, прогулянки на конях, рафтинг;

На «Сьєрра» найпопулярнішими є наступні туристичні об'єкти:

- Міста: Кіто, Куенка, Отавало, Ріобамба, Вількабабма, Ібарра, Котакачі;
- Національні парки: Котопаксі, Подокарпус, Кахас
- Руїни давнього міста Інків «Інгапірка»;
- Алея Вулканів і Алея водоспадів;
- Місто Баньос - долина водоспадів і гарячих джерел (Баньос є притулком миру і спокою);
- Тропічний ліс «Міндо» (Mindo Cloud Forest), що є одним з найбільш важливих святилищ птиці в світі;
- Лагуна «Кілотоа»;
- Екологічний заповідник Ель-Ангел;
- Термальні Ванни Тунгурауа;
- Резерв Фауни «Чимборасо».

### **Регіон «Орьенте»**



### **Рис. 2.1.6. Відображення регіону «Орьенте» на карті Еквадору [39]**

«Орьенте» Джунглі або Амазонія – це одне з найсильніших вражень від Еквадору. Амазонія становить третину від загальної території Еквадору, складається з шести провінцій, що характеризуються гарними пейзажами, захоплюючими водоспадами, древніми культурами, в оточенні лісових ділянок, які дозволяють відвідувачам займатися екстремальними видами спорту та пригодницьким туризмом. Середня температура коливається в межах 28° - 40° С.

Основна знаменита пам'ятка еквадорських тропічних лісів Амазонії - це численні національні заповідники і національні парки, де живуть понад 800 видів риб. Крім того, тут живуть тапіри, анаконди, удави, черепахи, ящірки, ягуари, пуми, олені, броненосці, ведмеді, мавпи, гігантські гризуни і більше 900 видів птахів. Також зустрічаються більше 6000 унікальних видів рослин. Саме тут проживає понад двісті індіанських племен, які є спадковим хранителями цієї біологічної спадщини світу [42].

В амазонській сельві туристи мають можливість здійснити подорож на каное, спробувати зловити на вудку піранью і поглянути в хижі очі каймана. У водах Амазонки туристам неодмінно зустрінуться гігантські видри і черепахи, ламантини, а також зникаючий вид ссавців - знамениті рожеві дельфіни.

Тут безліч приголомшливих місць, красу яких слід неодмінно побачити і оцінити. Першим в списку відвідування повинен бути Національний парк Ясуні. Це неймовірно, але на одному гектарі заповідника можна зустріти чотириста сімдесят три різні породи дерев. Недарма це природне явище вважається світовим рекордом. Безсумнівно, знаменним фактом є те, що в 1979 році ЮНЕСКО привласнила парку Ясуні статус Міжнародного біосферного заповідника [24].

Барто відзначити, що цей регіон має розвинену туристську інфраструктуру. Одна з його головних переваг є його доступність з Кіто.

У регіоні «Орьенте» або Амазонія є наступні туристичні пропозиції:

- тури з цікавими маршрутами через неймовірні пейзажі амазонської сільви з бурхливими річками, в яких плавають піраньї та каймани;
- туризм спільноти;
- культурний туризм;
- екотуризм: спостереження флори і фауни;
- спортивний туризм і пригоди: банджі, рафтинг;
- відвідування тематичних парків;
- оздоровчий туризм: гідротерапія;
- Круїзи.

На «Орьенте» найпопулярнішими є наступні туристичні об'єкти:

- Місто: Пуїо
- Національні парки: «Ясуні» (Ясуні – це біосферний заповідник на планеті), «Сангай» ( занесений до списку Всесвітньої спадщини в 1983), «Джанганатес»;
- Заповідники: «Куйабену»;
- Центр дикої природи «Напо»;
- Маршрут «Орельяна» і Маршрут ламантинів;
- Амазонські Ложі;
- Екологічні заповідники: «Антисана», «Лімонкоча», «Кайамбе – Кока».

### **Регіон Галапагоських островів або зачаровані острови**

Галапагоькі острови — це архіпелаг у Тихому океані, розташований за 1000 кілометрів на захід від узбережжя Еквадору. Галапагоські острови народжені з вогню. Вони складаються із 13 великих вулканічних островів (з яких населені п'ять), 6 невеликих острівців, 42 дрібних островів і 26 скель або рифів, і характеризуються білими піщаними пляжами [43]. Клімат в Галапагоських островах – найсприятливіший для рекреації. Середня річна температура коливається в межах 25,5° - 30°С.



**Рис. 2.1.7. Відображення регіону «Галапагоських островів» на карті Екватору [39]**

Розвиток життя в цих місцях в ізоляції послужило виникненню унікального тваринного і рослинного світу. Тут представлена як тропічна флора і фауна, так і антарктична:

- Галапагоська сухопутна ігуана і морська ігуана;
- Галапагоська гігантська черепаха;
- Зелена морська черепаха;
- Синенога олуша;
- Папуги і Галапагоський пінгвін;
- Галапагоський канюк;
- Тропічні птахи;
- Антарктичні чайки;
- Дельфіни і тюлені.
- Каліфорнійський морський лев та інші.

В островах багато тварин, які не живуть більше ніде, а найголовніше вони не бояться людей. Тому ці місця так приваблює науковців з усіх

куточків планети. А туристи приїжджають сюди, щоб своїми очима побачити фантастичний світ Галапагос, аналогів якого не можна побачити ніде в світі. Деякі з найбільш унікальних біорізноманіття в світі знаходяться на Галапагоських островах, тому вони були включені до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в 1978 році [44].

Національний парк «Галапагос» вважається головною природною пам'яткою Еквадору, його загальна площа становить 97,5 % всієї території суші архіпелагу.

На островах, туристи можуть їздити на денні екскурсії, дивитися незвичайних тварин у природному середовищі і гуляти на природі, або відправитися в круїз на яхті, щоб побачити найцікавіші місця на різних островах. Також дуже популярний дайвінг і підводне плавання, так як морська фауна також є однією з найбагатших у світі.

Крім того, острови відомі тим, що саме тут Чарльз Дарвін проводив свої дослідження кількох видів різних тварин, написав книгу "Походження видів" і сформулював свою теорію еволюції видів, яка змінила світ.

Флора і фауна Тихого океану неймовірно багата і різноманітна. Тихий океан у області Галапагоських островів перевершує інші океани і мори по кількості видів і за загальною чисельністю особин.

На Галапагоських островах є наступні туристичні пропозиції:

- тури з цікавими маршрутами по островам;
- тури по джунглям і пляжам у кожному острові;
- екотуризм: спостереження флори і фауни на океанічних островах;
- спортивний туризм і пригоди: дайвінг і серфінг;
- відвідування екологічних резервів;
- відпочинок на райських пляжах;
- круїзи.

Варто зауважити, що в національному парку «Галапагос» приплив туристів обмежений, тому що екосистема островів перебуває під загрозою з 2007 року [45].

Таблиця. 2.1.1.

Дані туристичної діяльності кожного регіону Еквадору за 2017 р. [45]

Показники Регіон	Річні витрати туристів, млн. доларів	Частка, %	Кількість відвідувачів, тис. осіб	Частка, %
Коста	626	39,35	936	43,05
Сьєрра	558	35,07	835	38,41
Орьенте	220	13,83	203	9,34
Галапагоські острови	187	11,75	200	9,20
<b>Всього</b>	<b>1591</b>	<b>100</b>	<b>2174</b>	<b>100</b>

В даному підрозділі проведено поглиблені дослідження характеристик туристичних ресурсів кожного регіону Еквадору, де велику увагу приділено природним туристичним ресурсам.

Отже, Еквадор у цілому багатий на культурно-історичні і природні ресурси. Природний потенціал Еквадору складають узбережжя Тихого океану, Амазонська сельва, Еквадорські Анди, унікальна і чарівна природа Галапагоських островах, і звичайно флора і фауна у кожному регіоні. Уся територія Еквадору характеризується придатними умовами для проведення різних видів туристичної діяльності та наявністю потужних туристичних ресурсів, які сприяють інтенсивному розвитку особливо грандіозних екотуристичних проектів для відпочинку і рекреації національних та іноземних туристів.

Для пізнавального туризму величезне значення має культурно-історичні особливості Еквадору, де зберігаються традиції та пам'ятки іспанських і доколумбових епох.

## 2.2. Оцінка туристичної інфраструктури

Ефективність туристичної діяльності великою мірою залежить від загальної і туристичної інфраструктури та наявності кваліфікованих кадрів у сфері туристичних послуг.

В інфраструктурі туризму суттєвим фактором є наявність підприємства готельного та ресторанного господарства, оскільки вони, разом з компаніями транспорту пасажирів, вважаються основними складовими туристичного продукту і відповідають за задоволення базових потреб туристів.

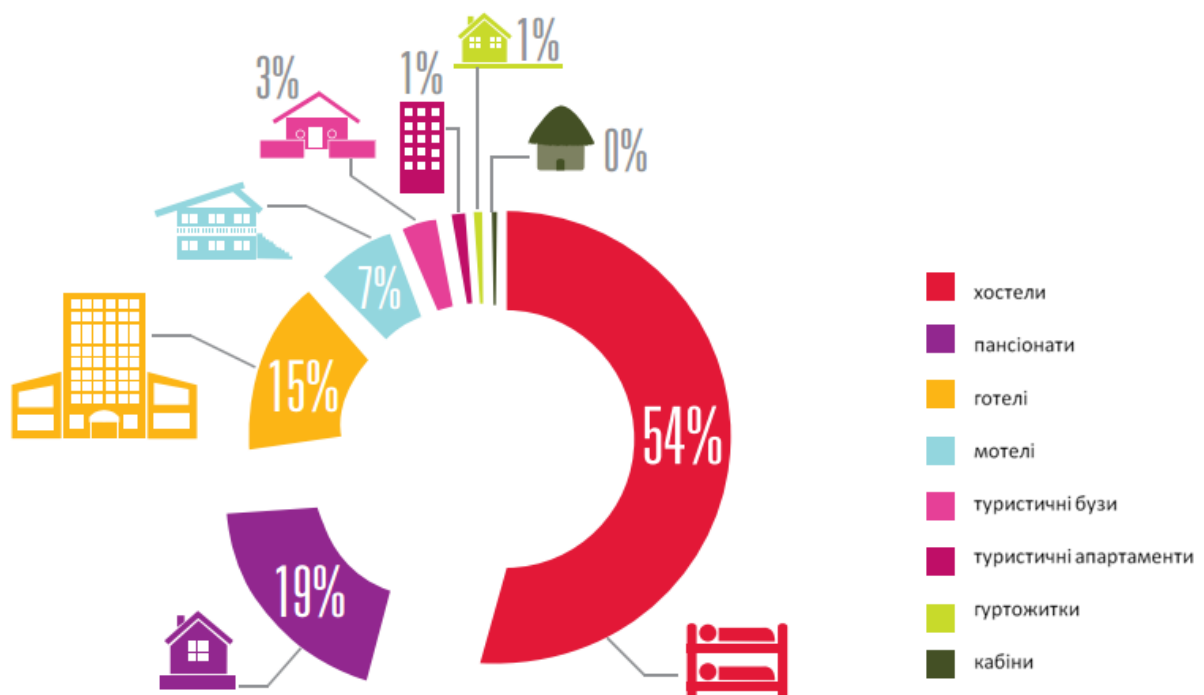
Для аналізу туристичної діяльності підприємств готельного господарства користуємося розробленою Міністерством туризму Еквадору стандартною класифікацією засобів розміщення туристів (табл. 2.2.2.).

Таблиця. 2.2.1.

### Підприємства готельного господарства у кожному регіоні Еквадору за 2017 р. [46, с. 4-12]

Готелі за категоріями	Регіон				
	Коста	Сьєрра	Орьенте	Галапагос	Всього
1. Люкс	58	14	5	0	77
2. 1-ї категорії	295	261	46	21	623
3. 2-ї категорії	389	393	72	29	1272
4. 3-ї категорії	697	637	175	11	1520
5. 4-ї категорії	19	82	5	1	107
Загальна кількість готелів	1458	1387	303	62	<b>3210</b>
Частка від загальної кількості в країні, у %	45,42	43,21	9,44	1,93	100

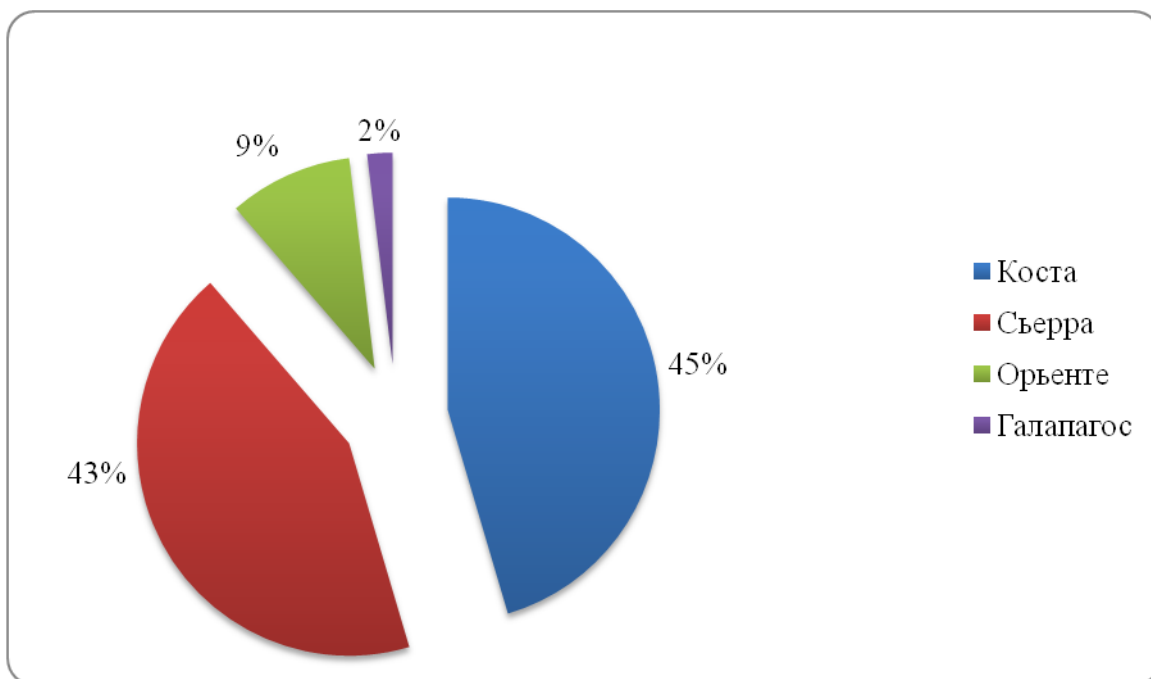
Заклади розміщення туристів є одним із найважливіших компонентів туристичного продукту. Немає готельної індустрії - немає туризму. До закладів розміщення туристів належать готелі різних категорій, хостели, мотелі, кемпінги, туристичні бази, пансіонати, туристичні апартаменти, гуртожитки, кабіни та інші. В Еквадорі хостели, готелі й пансіонати - основні заклади розміщення (див рис. 2.2.1.).



**Рис. 2.2.1. Уподобання у туристичних закладах розміщення в Еквадорі [49]**

Як показує рис. 2.2.2., більшість готелів розташована в регіоні «Коста», його частка становить 45%. Це пояснюється тим, що більшість національних туристів віддають перевагу відпочинку на пляжах, де тепло, гарно, зручно і не дорого. Еквадор є країною, яка має привілейований доступ до Тихого океану, і завдяки своєму розташуванню на екваторі, умови є ідеальними для туризму, який активний 12 місяців на рік.





**Рис. 2.2.2. Розподіл готелів по кожному регіону у Еквадорі**

В Еквадорі багато піщаних пляжів, які приваблюють туристів всіх регіонів країни, що хочуть відпочити і розслабитися (див. табл. 2.2.2.).

**Таблиця 2.2.2.**

**Уподобання у туристичних діяльностях [47]**

Діяльність, здійснювана	Кількість відвідувачів	Частка, у %
Екскурсії, відпочинок на пляжі	1.214.990	45,6
Екотуризм	695.169	26,1
Спортивний туризм	326.317	12,2
Гастрономічний туризм	170.882	6,4
Інші	258.705	9,7
Всього	2.667.063	100,0

В регіоні «Сьерра» припадає 43% підприємств готельного господарства. Міста як Кіто і Куенка захоплюють найбільшу кількість

готелів, тому що вони є одними з головних культурно-історичних центрів країни і 35% міжнародних туристів в першу чергу включають у своєму турі відвідування історичних пам'яток. Крім культурно-історичних пам'яток туристам зацікавлять неймовірні пейзажі, гори, вулкани та природа певних провінцій даного регіону.

В регіоні «Орьенте» припадає 9%, а в Галапагоських островах 2% підприємств готельного господарства. У цих регіонах концентрується найбільше число екологічних заповідників, тому з метою захисту природи, кількість готелів та інших великих будівель обмежена, хоча будівництво екологічних міні-готелів з комфортабельними умовами для ночівлі туристів допускаються.

**Таблиця. 2.2.3.**

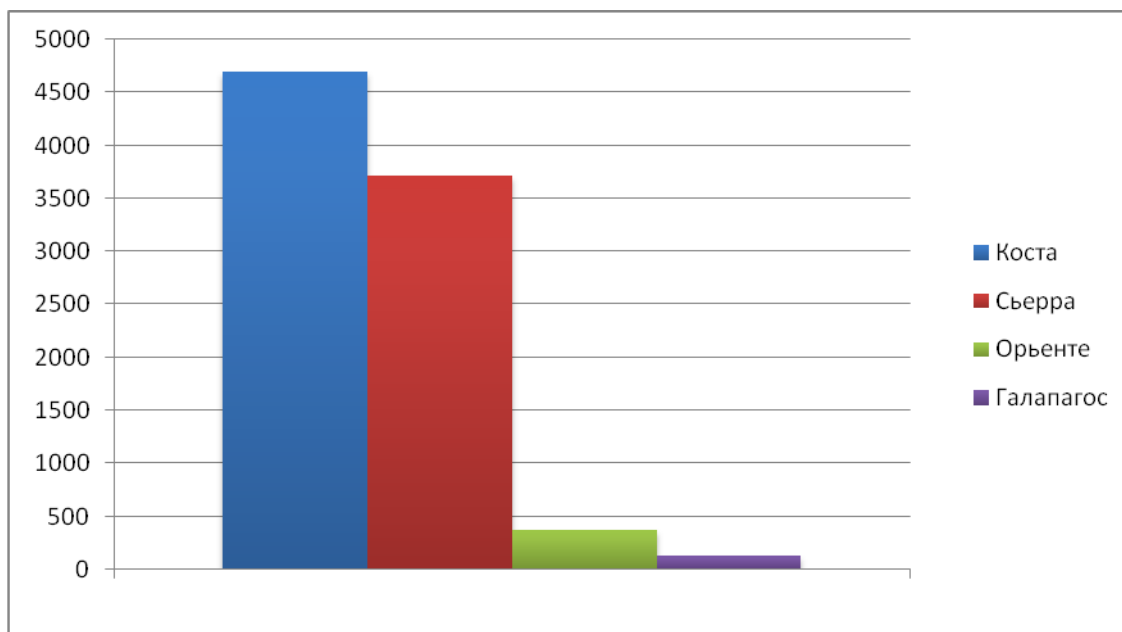
**Підприємства ресторанного господарства у кожному регіоні Еквадору за 2017 р. [46, с. 4-12]**

<b>Регіон</b>	<b>Коста</b>	<b>Сьєрра</b>	<b>Орьенте</b>	<b>Галапагос</b>	<b>Всього</b>
<b>Показники</b>					
Кількість підприємств ресторанного господарства	4932	3937	396	129	9379
Частка від загальної кількості в країні, у %	52,50	41,91	4,21	1,37	100

Організація обслуговування іноземних та вітчизняних туристів має досить велике значення і вимагає вирішення повної сукупності питань, в тому числі, й організації громадського харчування за місцем їх тимчасового проживання.

Аналогічно до розподілу підприємств готельного господарства, більшість підприємств ресторанного господарства знаходяться у регіоні

«Коста» (52,5%), що характеризується швидкими темпами окупності завдяки економічній експлуатації сприятливих природно-кліматичних умов і доступу до ресурсів (морепродуктів та екзотичних фруктів та овочів).



**Рис. 2.2.3. Розподіл підприємств ресторанного господарства по кожному регіону у Еквадорі**

У регіоні «Сьерра» припадає 41,91%, де переважає розвинена мережа ресторанів з багатою гастрономією, щоб зробити перебування гостей у країні приємним і смачним. У регіоні «Орьенте» припадає 4,21% підприємств ресторанного господарства, і вони характеризуються екзотичною кухнею. В Галапагоських островах частка підприємств ресторанного господарства становить 1,37%. Страви у даному регіоні готуються в основному з морепродуктами. Однак важливо відзначити, що ці цифри не відображають повну кількість закладів громадського харчування, оскільки ті з низької категорії не включаються до списку ресторанів, вони відповідають до основних правил й вимог при обслуговуванні у сфері харчування але існують без строгих вимог функціонування.

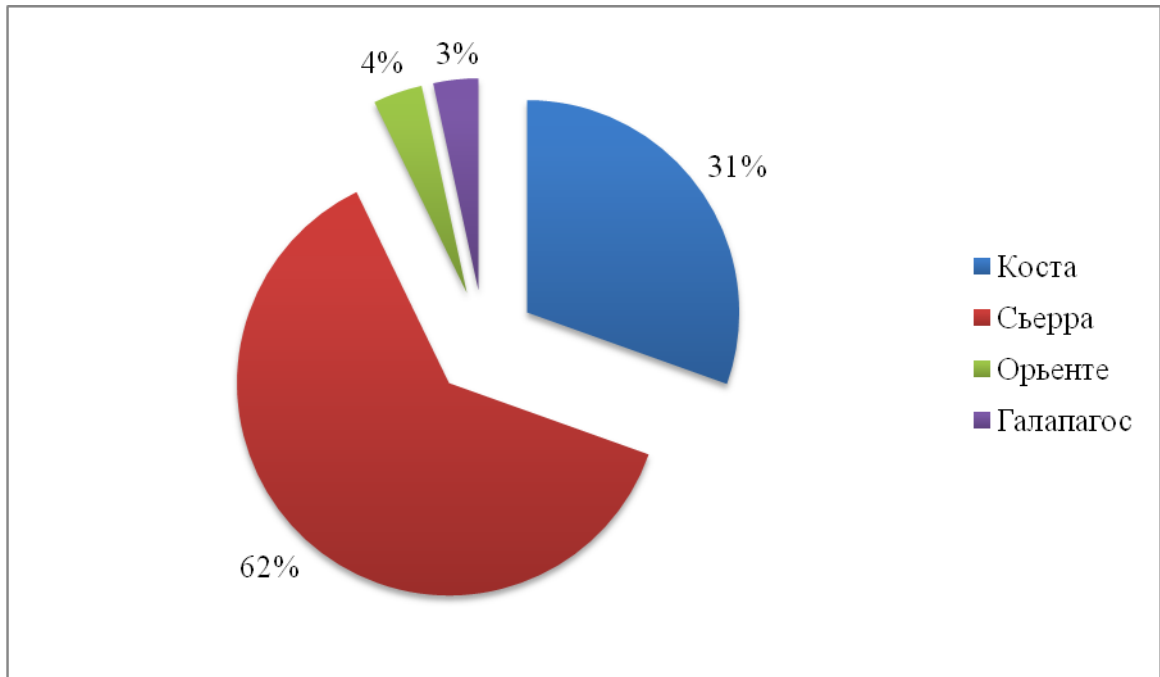
Таблиця. 2.2.4.

**Туроператори і туристичні агентства у кожному регіоні Еквадору за 2017  
р. [46, с. 4-12]**

<b>Регіон</b>	<b>Коста</b>	<b>Сьєрра</b>	<b>Орьенте</b>	<b>Галапагос</b>	<b>Всього</b>
<b>Показники</b>					
Кількість туристичних агентств (включаючи туроператорів)	381	780	47	43	1251
Частка від загальної кількості в країні, у %	30,46	62,35	3,76	3,44	100

В Еквадорі збут туристичних послуг здійснюються через посередника. Роль посередника між організаціями - виробниками туристичних послуг і туристам здійснює туроператор, який заповує велику кількість туристичних послуг у виробників, на їхній основі створює туристичні продукти і реалізує їх або самостійно, або через туристичних агентств. Міністерство туризму в Еквадорі у статистичних даних тільки відображає кількість туристичних агентств у кожному регіоні.

На підставі графіка (див. рис. 2.2.4.) ми бачимо, що регіон «Сьєрра» і точніше місто «Кіто», безсумнівно, є лідером по кількості туристичних агентств, його частка становить 62%. Міжнародні рейси до Еквадору зазвичай прибувають в Міжнародний аеропорт Міжнародний Аеропорт «Марискал Сукре» міста Кіто, де іноземні туристи звертаються до туристичних агентств і придбають туристичні пакети, що охоплюють всі готелі, туристичні бази, заклади харчування, культурно-історичні пам'ятки, транспортні послуги, природні туристичні об'єкти та інші у чотирьох регіонах Еквадору.



**Рис. 2.2.4. Розподіл туристичних агентств по кожному регіону у Еквадорі**

Наступним регіоном по кількості туристичних агентств є «Коста», його частка становить 31%. Найбільша кількість туристичних агентств у даному регіоні концентрується у місті «Гуайакіль». Місто «Гуайакіль» - найбільше у Еквадорі, воно вважається центром для ділового туризму, в ньому також функціонує міжнародний аеропорт, і це дає можливість туристам використати послуги туристичних агентств міста. Далі у регіоні «Оръенте» частка становить 4%, а в Галапагоських островах 3%. Більшість туристів, які відвідують дані регіони – це туристи, які вже придбали свої тури в агентствах в Кіто або в Гуайакілі, як результат кількість і діяльність туристичних агентств обмежена для провінцій Еквадоської Амазонії і Галапагоських островів.

Транспорт – це один з фундаментальних елементів матеріальної бази економіки Еквадору, дозволяє розвивати і розширяти торгівлю, сільське

господарство, міжнародні економічні відносини, туризм тощо. Загалом в Еквадорі використовують всі види транспорту: водний транспорт (річковий і морський), залізничний, автомобільний і повітряний транспорт.

Розвиток транспорту і розвиток туризму – це процеси, які тісно пов’язані між собою, і їх взаємодія – взаємовигідна. Завдяки використанню транспорту, туризм досягнув помітного рівня розвитку, тому що транспортні послуги є вирішальним фактором успіху туристичної діяльності, в структурі ціни туристичного продукту на них припадає основна частка (у залежності від тривалості туру в Еквадорі частка транспортних послуг становить від 25% до 50%). В Еквадорі 75% доходу від пасажирських перевезень на транспорті одержується від обслуговування туристичної індустрії [48].

Також важливо підкреслити, що транспорт як соціальна потреба може існувати як самостійна сфера господарства і незалежно від туризму, у той час як туризм без транспортних послуг не може функціонувати. Таким чином, туризм сильно залежить від хорошого стану і функціонування транспортної системи.

Докладно у таблиці 2.2.5. розглянемо показники підприємств транспортного господарства кожного регіону Еквадору, що обслуговують міжнародних і національних туристів в туристичних перевезеннях.

**Таблиця. 2.2.5.**

**Підприємства транспортного господарства у кожному регіоні Еквадору за 2017 р. [46, с. 4-12]**

<b>Регіон</b>	<b>Коста</b>	<b>Сьєрра</b>	<b>Орьенте</b>	<b>Галапагос</b>	<b>Всього</b>
<b>Показники</b>					
Кількість компаній автомобільного	49	170	3	2	224

транспорт					
-----------	--	--	--	--	--

Продовження табл. 2.2.5.

Місткість пасажирів, місьць	4320	12360	720	360	17760
Частка від загальної кількості компаній автомобільного транспорту в країні, у %	21,88	75,89	1,34	0,89	100
Кількість судів для водного транспорту	14	0	3	107	124
Частка від загальної кількості в країні, у %	11,29	0,00	2,42	86,29	100

Для перевезення пасажирів між провінціями в Еквадорі найбільше використовується автомобільний транспорт, і для організації туристичних подорожей важливу роль грають автобусні сполучення.

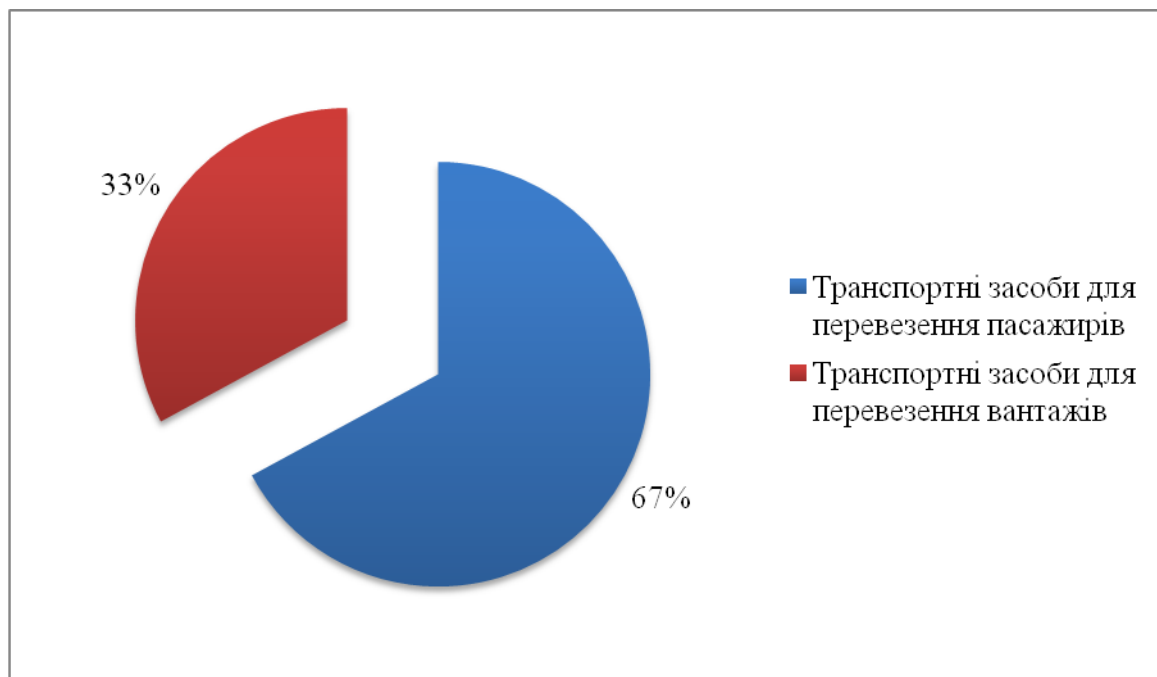
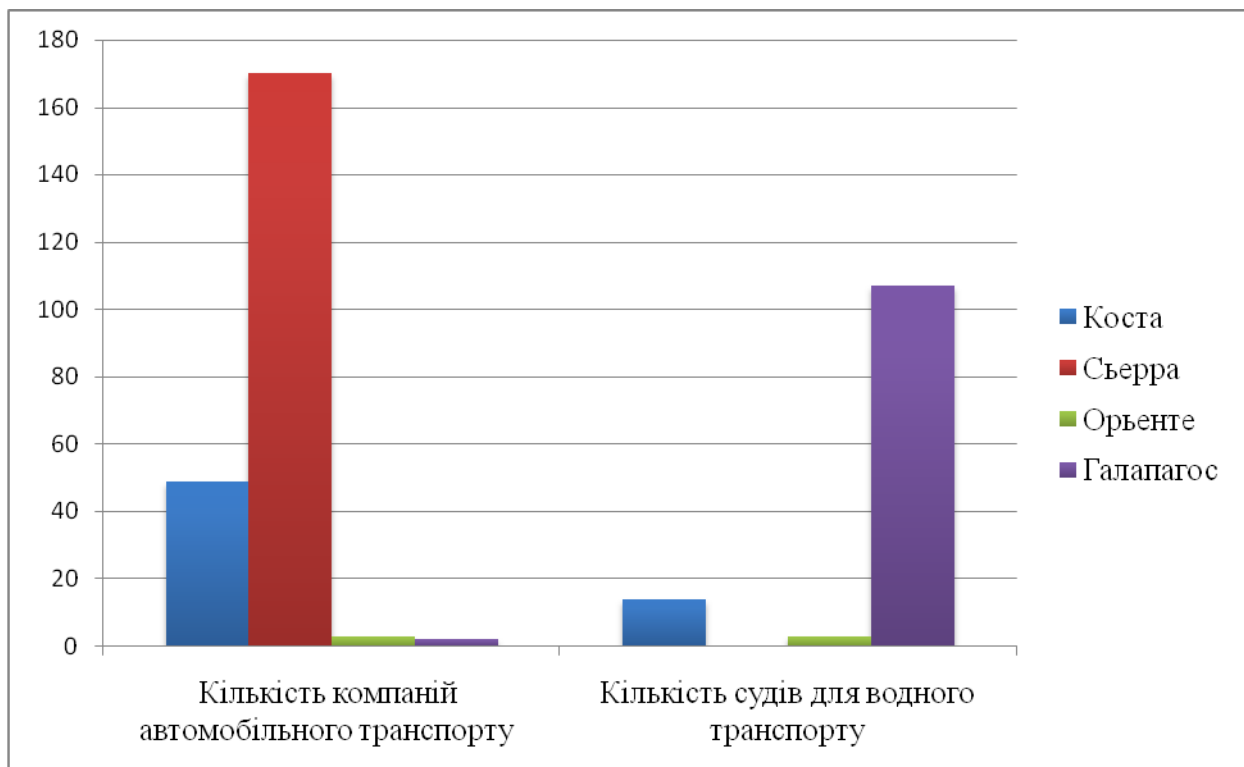


Рис. 2.2.4. Склад наземного транспорту в Еквадорі [49]

Що стосується складу наземного транспорту, 67,1% зареєстрованих моторних транспортних засобів, призначених для перевезення пасажирів в 2017 р. (див. рис. 2.2.4.). Це підтверджує важливість автомобільного транспорту для туризму.

Хоча автомобільний транспорт характеризується невисоким рівнем комфортного життєзабезпечення під час тривалих подорожей і високою аварійністю, при перевезеннях туристів досяг широкого поширення завдяки перевагам як: можливість зупинок в дорозі, можливість побачити гарні пейзажі, можливість проводити екскурсії за індивідуальним маршрутом, невисокі тарифи, можливість транспортування багажу та інших предметів необхідних для різних видів туризму, невисокі питомі капітальні затрати тощо.



**Рис. 2.2.5. Розподіл транспортних підприємств по кожному регіону у Еквадорі**



Щодо перевезення туристів водним транспортом (рис. 2.2.5.), в Еквадорі, більш за все в Галапагоських островах і в регіоні узбережжя включаються морські і річкові перевезення і круїзи (використовуються у туризмі досить активно), морські екскурсії і подорожі на яхтах. В регіоні «Орьенте» річки дуже текучі і підходять для навігації, тому для туризму включають річкові подорожі і круїзи; подорожі на катамаранах та ін. види водних прогулянок. В регіоні «Сьєрра» річки холодні і не підходять для навігації, тому водні екскурсії і подорожі можна тільки в озерах, які неймовірною красою.

На сучасному етапі в Еквадорі, кількість готелів різних категорій, ресторанів та кафетерій, компанії транспорту для перевезення туристів, має тенденцію до зростання, оскільки уряд, через Міністерство туризму намагається позиціонувати туристичний сектор як одним з основних для соціально-економічного розвитку, і основним джерелом доходів, не пов'язаних з нафтою. Проте, що стосується доріг, для підвищення безпеки у автомобільному транспорті і для зменшення рівня аварійності, слід відповідати стандартам розвинутих країн по багатьом критеріям: відповідним станом доріг, необхідною кількістю пунктів технічної та медичної допомоги, телефонного зв'язку, туалетів тощо. Загалом, головним і незмінним пріоритетом для розвитку туризму є підтримка інфраструктури на основі врахування регіональних особливостей Еквадору.

### **2.3. Чинники, які стримують розвиток туризму в Еквадорі**

За даним Всесвітнього економічного форуму, з 140 країн, Еквадор знаходиться в межах 25% країн з найбільшим туристичним потенціалом,

проте, Еквадор виробляє менше доходів від туризму, ніж країни, які знаходяться в останніх 75% [50].

В роботі туристичної індустрії Еквадору можна виділити наступні чинники, що стримують її розвиток. Серед них:

- відсутність кількості пунктів технічної та медичної допомоги, телефонного зв'язку, туалетів, безпечних і комфортних умов дорожнього руху, низька відповідальність за дотримання правил ремонту і утримання автомобільних доріг і вулиць;
- економічна політика держави, що не сприяє вкладенню інвестицій в туристичну інфраструктуру;
- відсутність організації та контролю в системі національного і регіонального управління туризмом, що ясно відображається у повільному реагуванні до відновлення секторів, які постраждали від стихійних лих;
- відсутність суворого контролю якості туристичних продуктів, щоб максимально забезпечити задоволення потреб і очікування туристів;
- обмежена доступність до інформації в сфері туризму і відсутність єдиної інформаційної системи, де всі дані були зосереджені, повні, зрозумілі та загальнодоступні для користувачів;
- недостатній рівень інформаційної, маркетингової і рекламної діяльності і відсутність якісних рекламно-інформаційних матеріалів для просування туристичних продуктів кожного регіону;
- недостатній рівень використання нових технологій для створення нових каналів зв'язку з клієнтами;
- низька підтримка підприємцям, які хочуть впроваджувати інновації в сфері туристичних послуг;
- невелика кількість тематичних парків і туристичних атракціонів в містах, в яких мало природних туристичних ресурсів;
- високий рівень безробіття в національному масштабі (5,3%) і низький рівень доходів населення, що обмежує подорожі;

- мало гарантій для туристів як: захист їх життя, здоров'я, фізичної, психологічної та економічної цілісності, від стихійних лих, злочинної діяльності, екологічних проблем тощо.

Транспортна інфраструктура відіграє рішучу роль у внутрішньому туризмі. В Еквадорі, для більшості поїздок використовують автомобільні дороги. Основними причинами недостатньої підтримки у належному стані автомобільних доріг є:

- неефективна робота державних і муніципальних організацій, відповідальних за утримання доріг;
- дороги, побудовані з низькоякісними матеріалами;
- невеликі інвестиції в будівництво широких доріг.

За даними Міністерства туризму сподівається консолідувати до 2017 року виконання понад 30 проектів в галузі туризму, за допомогою вітчизняного і іноземного капіталу. До сих пір інвестиції були зафіксовані в розмірі 1600 млн доларів США [51].

Організація і контроль за туристичною діяльністю в деяких провінціях існують тільки на папері. На практиці можна помітити відсутність інтересу і контролю з боку місцевих органів влади, особливо в безпеку туристів під час заняття екстремальними видами спорту, які дуже поширені в регіоні Анд.

У разі готелів і житлових приміщень, необхідно державне регулювання цін, так як іноді послуги не відповідають цінам, що накладаються на них. В цілому готелі, ресторани, розважальні центри, музеї тощо, мають бути регульовані нормативними документами із переліком вимог до послуг туризму. Шляхами вирішення проблеми якості можуть бути конкурси з якості послуг і професійна підготовка і підвищення кваліфікації працівників галузі.

Інформація є важливим ресурсом для планування і організації туристичної діяльності, але, на жаль, Міністерство туризму не дає достатньої інформації, і те що опубліковано на сайті Міністерства туризму є неорганізованою, не повною а іноді неактуальною інформацією.

Для підтримку туристичних підприємств потрібно здійснювати раціональні маркетингові дослідження, дані яких використовуються для розробки пакет рекламно-інформаційних матеріалів з інформацією про туристичні об'єкти, умови проживання, надані послуги, рекреаційні можливості тощо. Це полегшує прийняття рішень туристів, а також мотивуватиме їх більше подорожувати по Еквадору.

Результатом низької підтримки підприємцям, які хочуть впроваджувати туристичні інновації є відсутність інноваційних проектів та наукових досліджень з питань розвитку туризму. З цієї причини необхідно розробляти регіональні і муніципальні програми розвитку туризму, виділяти більше фінансових ресурсів для інноваційних проектів в сфері туризму, як наприклад: надання банківських кредитів на пільгових умовах, надання безкоштовних технічних і фінансових консультацій для того, щоб проекти були успішно реалізованими.

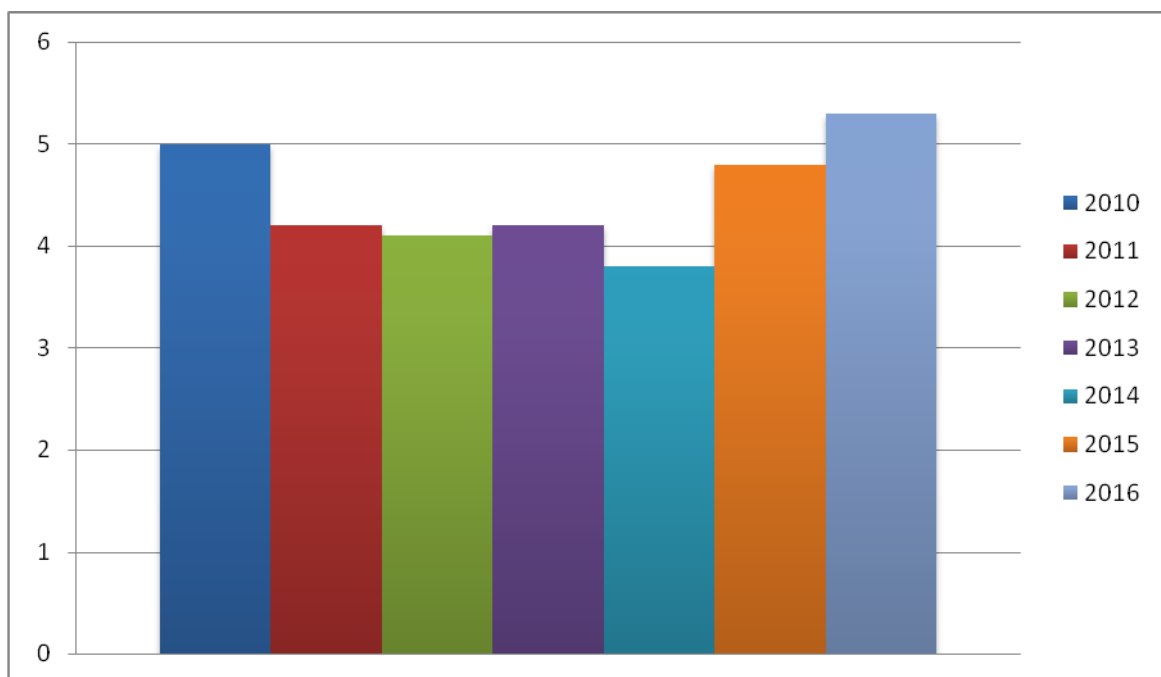
За даними Гартнера (1996) туристичним атракціоном може бути унікальне місце або кілька невеликих атракціонів. Правильною дозою уяви, планування і постійною роботою, майже всі об'єкти можна перетворити на туристичний атракціон. Саме тому існують три можливих стратегії:

1. Розробка повністю штучних туристичних атракціонів, такі як:

- тематичні парки, курорти (клубний готель, лікування готелів), поля для гольфу, конференц-центри, акваріуми і т.д.
- спеціальні заходи: щорічні фестивалі та різноманітні заходи можуть генерувати значні потоки туристів, навіть протягом короткого періоду часу.

2. Розширення практики рекреативних діяльностей в місцях з деякою привабливістю, що самі по собі не виправдовують поїздки. Цей варіант може зажадати розвитку малої і середньої інфраструктури (мости, доріжки, тротуари, доки, обсерваторій для спостереження за птахами і т.д.), щоб полегшили практику спортивних і розважальних заходів, таких як їзда на велосипеді, піший туризм, риболовля, спостереження за птахами, і т.д.

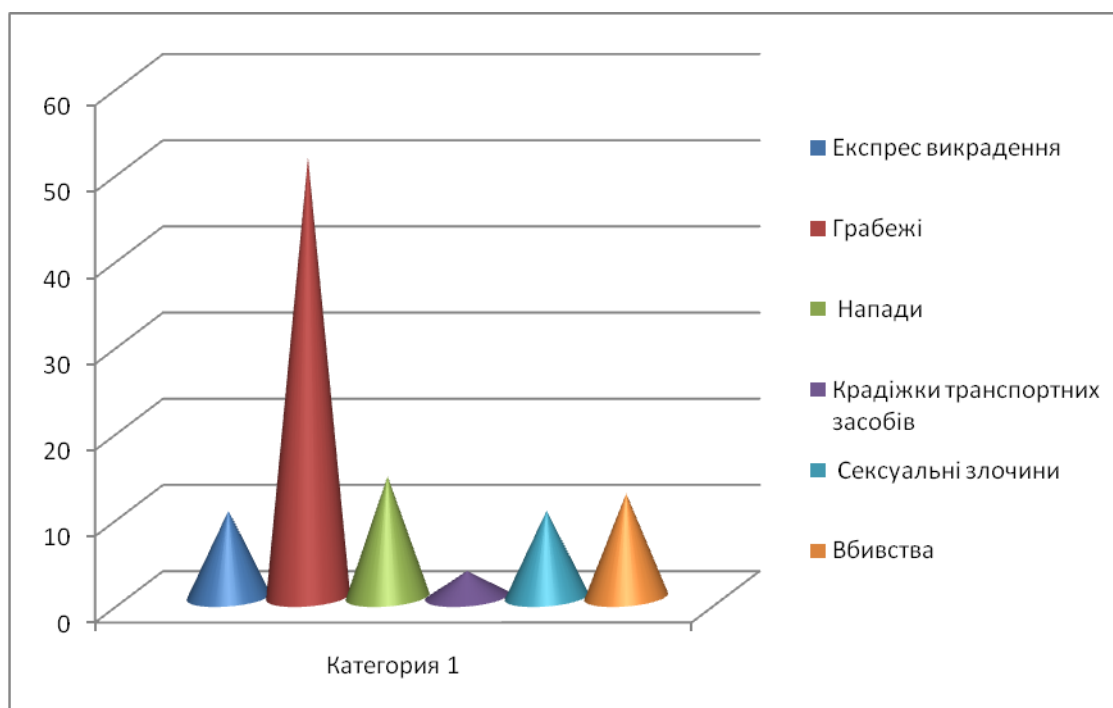
3. Угрупування об'єктів одного і того ж типу, або пов'язаних між ними, щоб створити маршрут або призначення, і таким чином збільшити їх значення в цілому. Як говорить Гартнер «стара будівля – це стара будівля, але десять старих будівель утворюють історичну спадщину». Таким чином, пам'ятки, які самі по собі не матимуть достатньої сили, щоб залучити туристів, можуть бути згруповані з іншими аналогічними і йти далі, щоб стати основною визначною пам'яткою для туристичних поїздок або подорожей. Угрупування об'єктів дозволить не тільки підвищити їх привабливість, але знизити витрати на просування і поліпшити пропозиції туристичних діяльностей [53].



**Рис. 2.3.1. Еволюція безробіття в Еквадорі за 2011 – 2017 рр. [52]**

Безробіття в Еквадорі, що становить 5,3% (див. рис. 2.3.1.), є проблемою для розвитку туризму, оскільки у людей немає фінансових ресурсів, щоб подорожувати. Ця проблема має рішення в тій же самій галузі туризму, оскільки Еквадор має великий потенціал для розвитку, який, в свою чергу, буде генерувати багато робочих місць.

Вагомим чинником, що стримує розвиток туризму в Еквадорі є небезпечність по всій країні, за винятком Галапагоських островів, через злочинність. Оцінити реальні масштаби злочинності у сфері туристичної індустрії досить складно, але багато іноземних туристів, що прибувають в Еквадорі, з метою пригоди, стали жертвами крадіжок, грабежів і нападів (див. рис. 2.3.2.). Проблемою зі злочинами є також управлінська дезорганізація національної поліції. Ці події створюють негативний міжнародний імідж країни і впливають на розвиток внутрішнього і міжнародного туризму в Еквадорі.

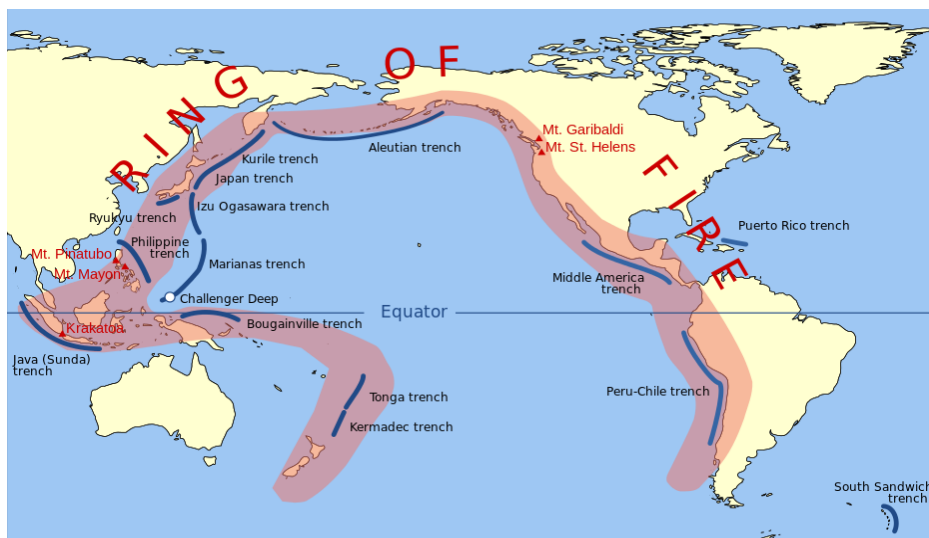


**Рис. 2.3.2. Злочини з якими стикаються туристи [53]**

Негативним для туристичної діяльності і для населення загалом є те, що в останніх 5 років число поліцейських на вулицях зменшилося, але в країні прийняли певні заходи безпеки, такі як установка камер в таксі і автобусах, також в стратегічних пунктах у великих містах, які знаходяться під керівництвом і спостереженням Національною поліцією.

Для усунення злочинності, першорядне значення має збільшення кількості поліцейських на вулицях і підвищення швидкості їх реагування до екстрених викликів. Невід'ємною частиною системи запобігання злочинності є заходи соціальної допомоги, тобто програми зайнятості, покращення побутових умов, доступу до освіти, лікування тощо.

Чинником, що стримує розвиток туризму є тим, що Еквадор є країною з високим ризиком землетрусів, тому що розташований на тихоокеанському вогняному поясі. Тихоокеанський вогняний пояс – це пояс активної вулканічної діяльності та землетрусів, розташований навколо басейну Тихого океану (див. рис. 2.3.3.).



**Рис. 2.3.3. Тихоокеанський вогняний пояс [55]**

У 2016 році землетруси і підземні поштовхи негативно вплинули на всі галузі економіки Еквадору, особливо на туристичну індустрію, тому що кілька туристичних місць були повністю знищені. Готелі, ресторани, туристичні бази, дороги та інші об'єкти були зруйновані, на національному рівні, поки ситуація не стабілізується зупинили будь-яку діяльність, що концентрувала велику кількість людей (концерти, культурні заходи тощо), школи, університеті і торгові центри закрили [54].

Ці стихійні лиха явно стримують розвиток туризму, оскільки інфраструктура руйнується. Для усунення або зменшення їх негативних наслідків, необхідне впровадження антисейсмічних заходів при будівництві, тобто спорудження будинків, що можуть протистояти землетрусам.

Ці заходи повинні застосовуватися при будівництві усіх об'єктів, що беруть участь в туризмі, наприклад: готелі, тематичні парки, торгові центри, театри тощо. Це дуже важливо, щоб компетентні органи проводили більш строгий контроль будівель і якості матеріалів, використовуваних для будівництва, забезпечуючи тим самим безпеку туристів, і в разі землетрусів запобігання руйнуванню загальної і туристичної інфраструктури.

Незважаючи на економічну кризу, нестабільну політику, стихійні лиха (землетруси, повені і зсуви) що в 2016 році і в першій половині 2017 року заважали туристам подорожувати, в Еквадорі туризм розвивається, і поступово відновлюється від шкоди, заподіяної в основному стихійними лихами.

В загальному, аналізуючи чинники, що стримують розвиток туризму в Еквадорі, варто відзначити, що є багато перешкод, які заважають використовувати потенціал в повній мірі. В галузі туризму проблемним сьогодні є неефективне та нераціональне використання відповідних ресурсів.

Найгострішою проблемою розвитку міжнародного туризму в Еквадорі є формування ефективної стратегії розвитку туристичного потенціалу у кожній провінції, організація і контроль у різних рівнях туристичної сфери.

Таким чином, для реального та успішного розвитку туристичної індустрії у кожній провінції Еквадору необхідно: підвищити рівень якості туристичних послуг, вдосконалювати інфраструктуру, готувати якісну рекламу та глибоку інформацію про готелі, тури, атракціони по країні та послуги, які надаються кожним регіоном, розглядати запобігання злочинності у сфері туризму як багаторівневу систему державних та громадських заходів, спрямованих на усунення або зниження причин та умов злочинності і забезпечити більш високий рівень безпеки для туристів.



## Висновки до розділу 2

З'ясувавши сучасний стан туристичного бізнесу в Еквадорі та його роль в міжнародному туризмі» можемо зробити наступні висновки:

1. Встановлено, що туризм в Еквадорі є важливою галуззю економічної діяльності для країни, тому туристична діяльність повинна будуватися на всеохоплюючому і раціональному використанні туристичних ресурсів як в цілому по країні, так і по регіонах і їх провінціях.
2. Основою формування туристичних продуктів є історико-культурних і природних ресурсів. Різноманітність і неповторність природних ландшафтів Еквадору зробили його привабливим для туризму. У кожному регіоні Еквадору, флора і фауна – основні біотичні ресурси для пізнавального, рекреаційного та екологічного туризму. Особливу увагу привертають узбережжя Тихого океану, Амазонська сельва, Еквадорські Анди, і райські Галапагоські острови, що є унікальним місцем, де в природних умовах існує незвичайний тваринний світ і різноманітний світ рослинності.
3. Еквадор – це країна іспано-індіанської культури, отже історико-культурний потенціал для задоволення туристичних потреб багатий. Іноземних туристам цікаво дізнатися про своєрідні традиції і побачити прояв іспанських і доколумбових стилів, як у місті Кіто, що було оголошено ЮНЕСКО культурним надбанням людства.
4. Обґрунтовано, що Еквадор має придатну інфраструктуру для розвитку туризму, але необхідно впроваджувати заходи для поліпшення її стану відповідно до міжнародних стандартів і на основі врахування регіональних особливостей країни. На сучасному етапі в Еквадорі, кількість готелів різних категорій, ресторанів та кафетерій, компанії транспорту для перевезення туристів та інших елементів туристичної інфраструктури має тенденцію до зростання, оскільки уряд намагається

позиціонувати туристичний сектор як одним з основних для соціально-економічного розвитку, і основним джерелом доходів, не пов'язаних з нафтою.

5. Встановлено, що чинниками, які стримують розвиток сфері туристичного бізнесу в Еквадорі є: низька відповідальність за дотримання правил ремонту і утримання автомобільних доріг і вулиць; відсутність безпечних і комфортних умов дорожнього руху; низький рівень державного сприяння активізації інвестиційного процесу в туристичну інфраструктуру; дезорганізації в системі національного і регіонального управління туризмом; невисокий контроль якості туристичних продуктів; обмежена доступність до інформації в сфері туризму; недостатній рівень маркетингової і рекламної діяльності для просування туризму у кожному регіоні; недостатній рівень використання нових технологій для зв'язку з клієнтами; низька підтримка підприємцям, які хочуть впроваджувати інновації в сфері туристичних послуг; невелика кількість тематичних парків і туристичних атракціонів в містах, в яких мало природних туристичних ресурсів; існування небезпек для туристів як прояв стихійних лих, злочинної діяльності, екологічних проблем тощо.

Виходячи з вищесказаного, з метою поліпшення сучасного стану туристичного бізнесу в Еквадорі і забезпечення його ефективного розвитку на всіх рівнях, доцільно розумно і раціонально використати туристичні ресурси, підвищити якість туристичних послуг, вдосконалювати і модернізувати інфраструктуру, готувати якісну рекламу та глибинну інформацію про туристичні продукти та послуги, які надаються кожним регіоном, знизити причини та умови злочинності у сфері туризму і забезпечити більш високий рівень безпеки для туристів.

## **РОЗДІЛ 3**

### **НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ЕКВАДОРІ**

#### **3.1. Тенденції розвитку міжнародного туризму**

До основних тенденцій розвитку світового туризму в ХХІ столітті належать ті, які були передбачені декілька років тому, та інші, які є більш інноваційними.

Багато країн мають перед ними можливість стати, в очах іноземних туристів, місцем призначення з додатковою вартості, а не просто притулку-призначення. Тому дуже важливо знати і використовувати ринкові тенденції:

#### **Тенденції розвитку міжнародного туризму на 2017 - 2018 рр**

У цьому першому блоці ми аналізуємо загальні напрями туризму на 2017 рік і далі. Деякі думки публіковані в різних джерелах, і можуть вплинути на сектор туризму в цілому в 2017 році і в майбутньому.

По-перше, ми не може не згадати той факт, що 2017 рік було визнано Генеральним секретарем ООН Міжнародним роком сталого туризму для розвитку країн. З цієї причини було проведено багато заходів, організованих Всесвітньою туристичною організацією протягом 2017 року. З огляду на інші тенденції в галузі туризму, ми використовували у якості джерела компанії «Віртуосо» (Virtuoso®) і «Деллоїт» (Deloitte):

1. Їжте як місцевий: Без сумніву, гастрономія сьогодні переміщує світ туризму. Люди хочуть випробувати нові смаки, зустрічатися з новими рецептами, отримувати більше кулінарних знань, насолоджуючись типовими стравами місць, по яких вони подорожують.

2. Бронювання через мобільний телефон: «Міленіальсь» (тисячолітнє покоління, також відоме як тисячоліття, складається з усіх тих молодих людей, які прибули до дорослого життя на рубежі століть, тобто в 2000 році [57]) натискають, щоб більшість послуг можна було легко забронювати за допомогою мобільних пристроїв. Компанії повинні адаптувати свої веб-сайти, щоб зробити це можливим.

3. Турфірми онлайн продовжуватимуть керувати ринком: Хоча всі компанії в секторі намагаються збільшити прямі резерви, Турфірми онлайн та компаратори продовжують зростати на кількох ринках, хоча вони дещо зменшуються в деяких європейських країнах.

4. Діловий туризм буде продовжувати зростати: Туризм MICE (від англійської Meetings, Incentive, Conferences and Exhibitions) буде продовжувати зростати, оскільки економіка продовжує повільне відновлення. Це доповнює паралельний ріст міського туризму. [58]

5. Трансгенераційні туристичні групи: Суспільство змінюється і аналогічно також змінюються свої подорожі. Люди подорожуватимуть з людьми інших віків та поколінь.

6. Туризм близькості або staycations: це свято, яке люди проводять у їхньому власному домі чи у їхній країні, розслабляючись і насолоджуючись відпочинком там. Ця тенденція консолідована на важливих ринках, таких як Німеччина та, головне, Сполучене Королівство.

7. Святкові поїздки: Подорож, щоб відсвяткувати сімейне свято або бути частиною національного свята.

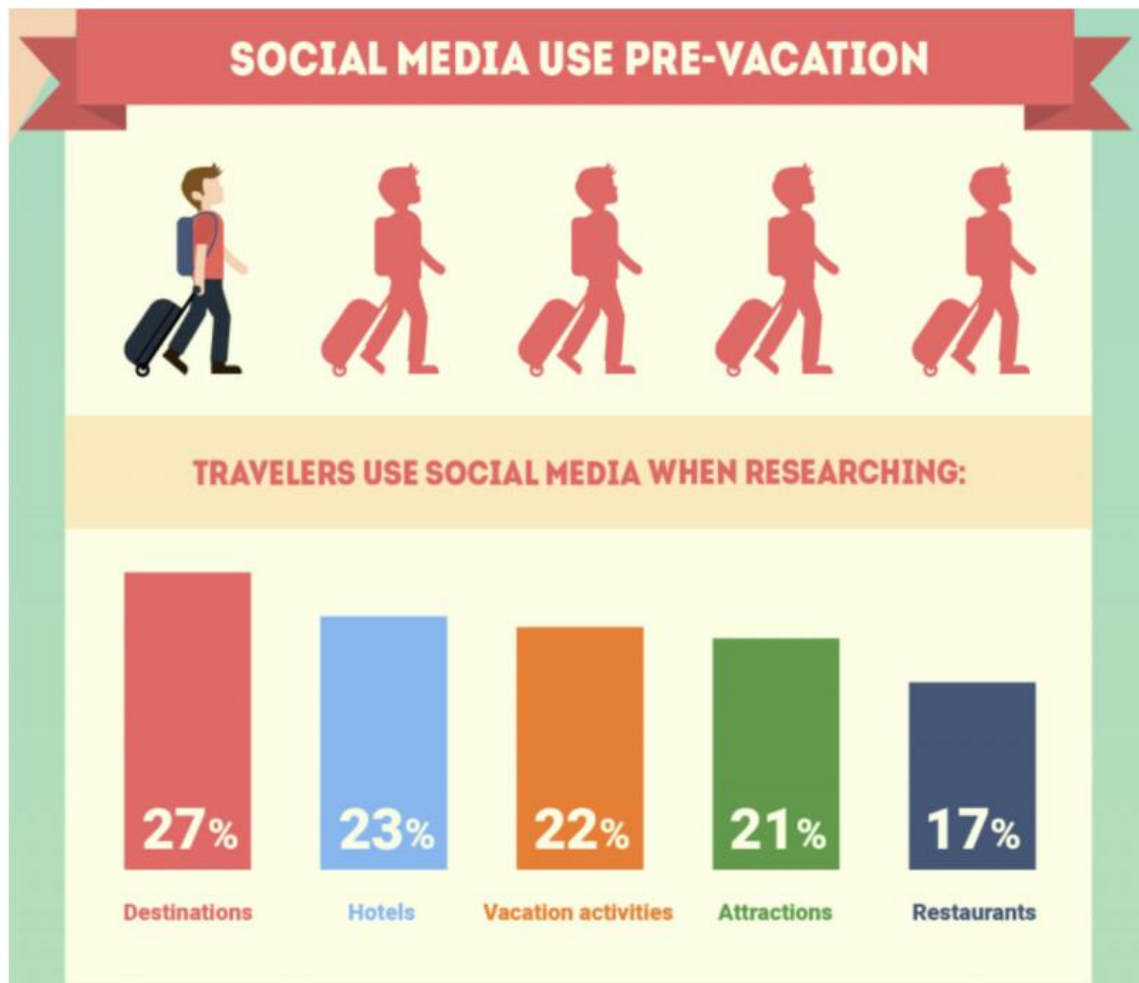
8. Контент продовжує відігравати важливу роль у прийнятті рішень з боку споживачів: Агенції з туристичного маркетингу прагнуть продовжувати створювати якісний контент у різних форматах, а також заохочувати клієнтів створювати власний контент (див. рис. 3.1.1.). Більше більше третини туристів поділяться вмістом, пов'язаним із відпочинком, якщо вони думають, що друзі або сім'я зможуть побачити це і насолоджуватися.

9. «Бути там де люди»: Технологія є частиною того, як ми подорожуємо. Facebook і Instagram - це соціальні мережі з найбільшою кількістю користувачів, найактивнішими користувачами та найбільш релевантним вмістом з точки зору туризму (див. рис. 3.1.1.).



**Рис. 3.1.1. Соціальні мережі та туристичні тенденції [60]**

Дослідження показують, що соціальні мережі можуть мати значний вплив при плануванні поїздки. Насправді, 52% користувачів Facebook стверджують, що вони були натхненні фотографіями своїх друзів для майбутніх планів поїздки.



**Рис. 3.1.2. Соціальні мережі до поїздки [60]**

Перш ніж планувати майбутню поїздку, 1 з 5 мандрівників використовують соціальні мережі як джерело натхнення для вибору майбутнього місця призначення (27%), готелю (23%), активності (22%) або ресторану (17%). (Див. рис. 3.1.2.).

Туристи все ще підключаються до соціальних мереж під час подорожі. Насправді більше, ніж будь-коли. За оцінками, 72% людей публікують фотографії своєї поїздки, насолоджуючись цим, і що 70% подорожуючих зазвичай змінюють свій статус на Facebook під час відпустки (див. рис. 3.1.3.).

Нарешті, слід зазначити, що мандрівники продовжують користуватися соціальними мережами, як тільки вони завершили свою поїздку. Коли вони повертаються додому, 55% мандрівників часто віддають перевагу сайтам Facebook, пов'язаним з їх відпустками, 46% зазвичай публікують коментарі щодо свого готелю, 40% зазвичай публікують коментарі про діяльність, яку вони здійснили протягом його подорож і 40% опублікували думки про ресторани, в яких вони були.

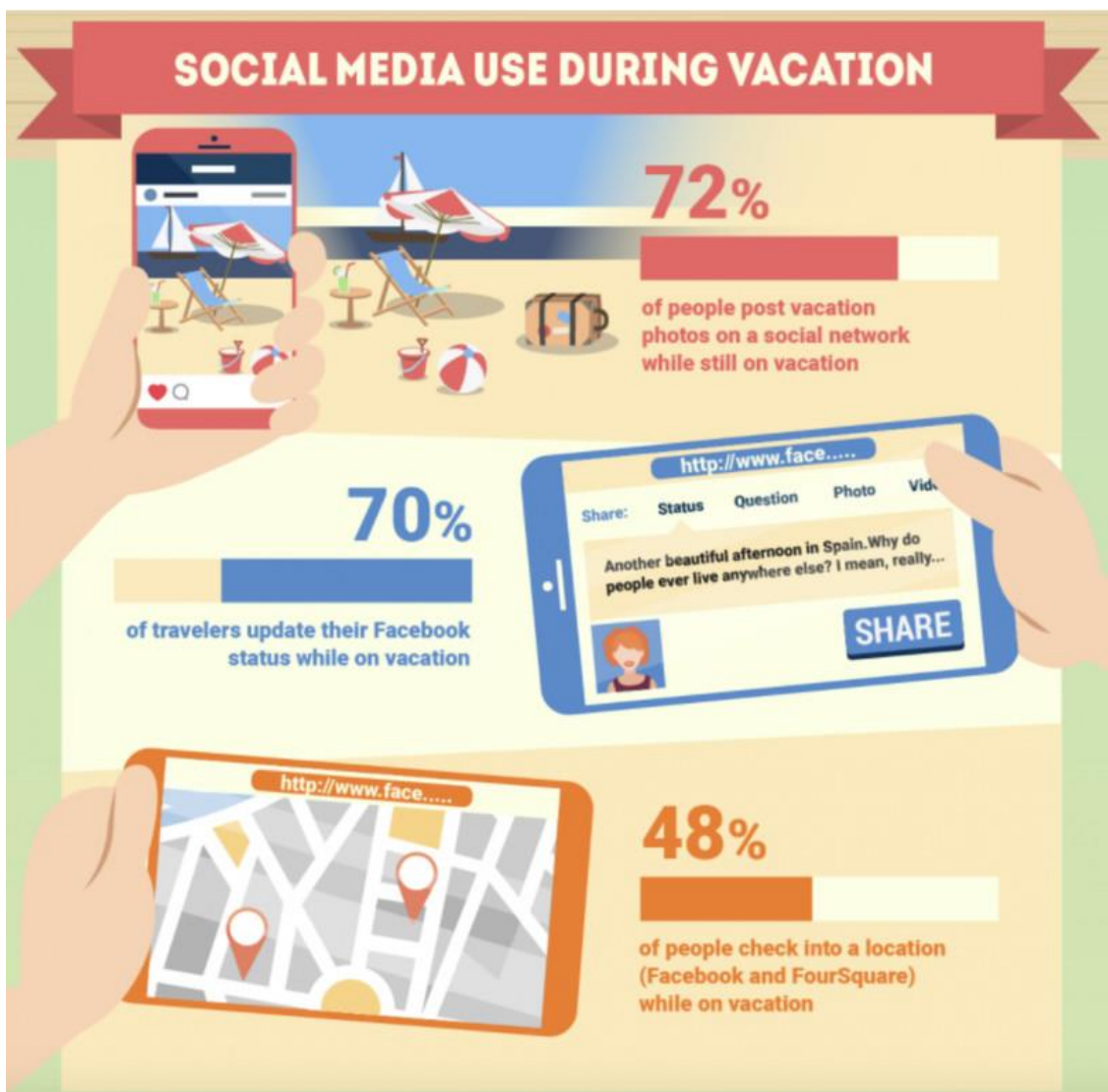


Рис. 3.1.3. Соціальні мережі під час поїздки [60]

10. Досвід подорожі: Найбільш наукові дослідження підтверджують це: Насолоджуватися подорожей, робить нас щасливими. Це передано у сектор туризму, з новими гравцями в комерціалізації досвіду в пункті призначення, такими як Airbnb з функціями "Досвід".

11. Розширення можливостей ікон: Країни через свої DMOs (Destination Marketing Organization) прагнуть закріпити впізнавані іконки. Окрім традиційних фізичних значків (Ейфелева вежа, статуя Свободи), країни призначення стараються розмістити нематеріальні ікони, які доповнюють матеріальні і досягають мети диференціації.

12. Мови, обслуговування клієнтів та вміння адаптуватися до змін, ключі до людських ресурсів: У епоху переживань і породження емоцій людський талант є фундаментальним. Необхідно навчити персоналу для тлумачення та прогнозування потреб клієнтів, відвідувачів, в пошуках того надзвичайного моменту, який створює позитивне враження та лояльність.

### **Технологія і готельний маркетинг**

Нижче ми перераховуємо деякі тенденції, які очікували або прогнозували засоби інформації, що спеціалізується на туризмі – Smart Travel News, Hosteltur, Skift, Tnooz – і компаніями – Phocuswright, SiteMinder, Booking - що впливатимуть на туризм в цілому, а також на маркетингові та готельні операції зокрема:

1. Штучний інтелект і робототехніка: Технологія буде ще більше поєднана з щоденними готельними операціями, навіть замінюючи людей роботами. Інтернет полегшить життя гостя та менеджера.

2. Програми чату, як канали зв'язку між клієнтами та установами: Facebook Messenger та WhatsApp стануть основними каналами зв'язку між готелями та їхніми клієнтами.

3. Мобільна реєстрація: Тепер, коли у кожного є мобільний телефон, і ми вже звикли випускати посадкові інструкції в Інтернеті, наступним кроком буде онлайн-реєстрація.



4. Покращення програм лояльності: Ці програми продовжуватимуть отримувати інвестиції від великих груп, як спосіб покращити прямі замовлення та злиття брендів.

5. Краща технологія розваг у номерах: Щодо умов у готелях, клієнт сподівається, що вони матимуть ті ж самі варіанти, що і вдома, що вимагатиме значних вкладень цих закладів.

6. ROI (рентабельність інвестицій ) наявності в соціальних мережах: Настав час, щоб скористатись інвестиціями часу та грошей, що вкладаються в стратегію соціальних мережах.

7. Нові конструкції, нові бренди, нові ринки: Оскільки ринок сегментований, ці мережі генерують нові моделі та бренди, що більше відповідають новим часам.

8. Зростання бронювань в останню хвилину: «Міленіальсь» (тисячолітнє покоління) обирають бронювання на останній хвилині, впевнені у своєму майстерності технологій.

9. Зміцнення корпоративної культури: Провідні компанії прагнуть удосконалювати та зміцнювати свою корпоративну культуру як спосіб посилити позиціонування та зберігати талант.

10. Місцезнаходження та ціна: Незважаючи на те, що ми шукаємо унікальний досвід, згідно з даними PhocusWright, ми все-таки продовжуємо забронювати розміщення на основі місця та ціни, як для квартир, так і для готелів.

11. Велика гастрономічна пропозиція: Включення сніданку в ціну, збільшення гастрономічного різноманіття та відданість міжнародній кухні.

**Важливість покращення досвіду відвідувачів як важіль диференціації.**

Сектор туризму починає процес перетворень у напрямку до продуктів та послуг, орієнтованих на створення досвіду та взаємодії з відвідувачем у більш прямий, людський та персоналізований спосіб. Сьогодні всі країни призначення та компанії, які мають намір залишатися в рамках туризму,

повинні адаптуватися до цих змін та зосередити свої стратегії на консолідації цієї тенденції.

Недавні дослідження підтверджують, що успішний досвід сприяє підвищенню добробуту та щастя людей, більше ніж придбання споживчих товарів. На відміну від покупок матеріальних продуктів, які виробляються масовим способом і легко відтворюються, кожна поїздка, кожне шоу, яке ми відвідуємо, або кожен сімейний обід, породжує інший досвід, який важко відтворити або повторювати знову.

У своїй доповіді "Очікування 2017" міжнародна консалтингова фірма "Делойт" також називає поліпшення споживчого досвіду як основну тенденцію, яка вплине на майбутнє туристичної індустрії.[59]

Проте, незважаючи на його актуальність, поки що неможливо говорити про узагальнення в управлінні досвідом відвідувачів (туристів), оскільки існують помітні відмінності між туристичними компаніями та подібними місцями призначення. Така ситуація показує складність у розумінні та управлінні досвідом відвідувачів (туристів) та важливість цілісності при застосуванні процесів, враховуючи численні фактори впливу.

Необхідно, щоб досвід відвідувача спустився з універсуму ідей і матеріалізувався у конкретних діях, які можна виміряти з точки зору рентабельності та задоволеності. Ми повинні працювати, щоб створити контекст, в якому вся організація та місця призначення в цілому були б чутливі до потреб туристів, завжди з цікавим ставленням та схильністю до вдосконалення їхнього досвіду подорожей, не забуваючи що це ставка, яка вимагає ресурсів і що її відповідальність охоплює все.

До кількох років тому було запропоновано інтегроване бачення управління туристичними місцями, хоча і з більш процедурної точки зору, орієнтоване на постійне вдосконалення процесів. В даний час переважає ще більш цілісне бачення, в якому насолода, емоційна сторона та довговічність пам'яті стають центром туристичного досвіду.

## **Тенденції внутрішнього ринку в 2018 році**

Нарешті, ми надаємо деякі тенденції, пов'язані з рухами еквадорців у 2018 році і далі. Для цього використовується інформація, надана Booking.com і, зокрема, TripAdvisor. Ця компанія провела опитування 1400 своїх членів з Еквадору, щоб знати їх прогнози щодо подорожей до 2018 року. В усякому разі слід враховувати, що зразок є по суті необ'єктивним, оскільки охоплює лише людей з доступом до Інтернету та "інтенсивне" використання цього типу інструментів, що не відповідає 100% з більш загальним профілем еквадорського мандрівника.

Подивимося на тенденції, зазначені Booking.com і TripAdvisor, які будуть застосовні до будь-якої країни в нашому середовищі. Ці дані надходять від Booking.com, зібраного у десяти різних ринків протягом березня 2017 року, з 1000 учасників у кожному. Респонденти повинні були проїхати щонайменше один раз протягом 2016 року і планувати щонайменше одну поїздку на 2018 роки (Booking.com, 2017).

1. Негайне задоволення потреб щодо бронювання та планування туристичних поїздок завдяки інтенсивному використанню технології, особливо смартфонів. Збільшення кількості бронювань із мобільних пристроїв.

2. Зростання подорожі з ділових причин. У 2017 році ми будемо продовжувати бачити зростання ділових поїздок, хоча компанії, пов'язані з технологією та інформаційним сектором, не збільшать витрати на подорожі та події. На відміну від цього, автомобільна та фармацевтична промисловість інвестує більше в подорожі MICE (від англійської Meetings, Incentive, Conferences and Exhibitions) по всьому світу. [61]

3. Більше бажання пізнати світ: 45% туристів планують бути більш сміливими у своєму виборі місця призначення на наступний рік, а 47% хотіли б відвідати місця, де ніхто з їхніх друзів не зайшов. Існує зростаюча зацікавленість у виборі незнайомих напрямків та знайдіть їх найбільш неординарним способом.

4. Турбота про тіло, розум і душу: Протягом наступного року ми побачимо, як все більше і більше людей визначають пріоритети поїздок, які обіцяють гармонізувати тіло, розум і душу, особливо в напрямках, таких як Індія, Китай та Таїланд. 44% туристів цікавляться курортними та релаксаційними подорожами, а 38% мати можливість піклуватися про своє здоров'я та добробут під час поїздок у 2018 році.

5. Туризм сприятливий для навколишнього середовища: Протягом наступного року ми побачимо, що більше третини (36%) мандрівників планують вибрати варіанти подорожей більш шанобливих для планети, ніж у 2017 році, і майже 2 з 5 чоловік (39%) зацікавлені в участі в екотури. Це відображається в тому, що люди шукають способи задовольнити свої потреби в поїздках, зберігаючи при цьому культурну та екологічну цілість місця призначення, вибираючи більш тривалі та мальовничі маршрути та альтернативні способи транспорту.

6. Прості задоволення: У 2018 році мандрівники будуть шукати натхнення у власних прагненнях замість матеріальних речей. Фактично, 58% опитаних планують присвятити гроші досвіду, а не витратити на покупки під час подорожі протягом наступного року.

7. Людський дотик: Як відповідник технології, взаємодія з персоналом та можливість встановлення автентичних стосунків під час подорожей стануть сильними орієнтирами у туризмі в 2018 році. Наша впевненість у тих, хто вже був там, не зменшилася: 40% мандрівників підтверджують, що вони не залишаться в закладі, що має більше трьох негативних коментарів. У 2018 році мандрівники починають розуміти, що людський фактор є незамінним і надає важливість особистим відносинам як ключовий елемент у пам'ятному відпочинку.

Таким чином, можна підтвердити, що тенденції розвитку міжнародного туризму є наступними:

Що стосується проведення заходів у місці призначення, туристи віддадуть перевагу культурним та художнім візитам і спробують місцеву

гастрономію туди, куди вони подорожують. Це разом із якістю обслуговування клієнтів створює один з найкращих для туристів досвідів.

Технологія відіграватиме дуже важливу роль, оскільки туристи будуть інтенсивно користуватися мобільним телефоном під час поїздок, як спілкуватися, так і робити фотографії та відео, а також робити бронювання.

Соціальні мережі продовжуватимуть свою експансію і, як передбачається, вдасться об'єднатись з певними операторами чи гравцями туристичної системи, так що крім служіння основним джерелом натхнення для нового соціального мандрівника з'являться кнопки, які дозволять нам безпосередньо забронювати наші відпустки через соціальні мережі. Тому має велике значення для туристичних компаній, піднімати стратегію соціальних мереж на основі поведінки користувачів і клієнтів.

### **3.2. Перспективи розвитку та шляхи підвищення ефективності використання туристичного потенціалу Еквадору**

За даним Всесвітнього економічного форуму, з 140 країн, Еквадор знаходиться в межах 25% країн з найбільшим туристичним потенціалом, проте, Еквадор виробляє менше доходів від туризму, ніж країни, які знаходяться в останніх 75% [5].

Як ми бачимо, продукти і послуги туристичної сфери Еквадору не були достатньо розвинуті й доступні для міжнародного ринку, оскільки основна мета держави, як у більшості латиноамериканських країн, полягала у використанні ресурсів землі, для господарських потреб. В Еквадорі існує великий потенціал, який не використовується ефективно і являє собою величезне джерело можливостей для економіки країни.

Як говорить колумбійський аналітик і фінансовий експерт Хуан Дієго Гомес Гомес, «впливай на мільйони людей, і будеш наповнений

мільйонами», найважливішою дією в галузі туризму в Еквадорі є його просування на міжнародному рівні як туристична країна, таким чином впливати на мільйони людей у всьому світі. Міністерство туризму в Еквадорі було створене 10 серпня 1992 року, на початку уряду Сіксто Дурана Баллена, який розглядав туризм як фундаментальну діяльність для економічного та соціального розвитку країни. З цього часу і до сих пір міністерство туризму спрямований виключно на просування та зміцнення цієї діяльності, і проводить заходи, які сприяють розвитку туризму в Еквадорі, але поки що результати недостатньо задовільні, і туризм в порівнянні з іншими країнами розвивається повільно.

Маючи на меті підвищення частки туристичної галузі в економічних показниках країни, тобто значне зростання іноземних туристів, і щоб вони були задоволені, і з бажанням знову відвідати Еквадор, дуже важливо, щоб країна покращила її імідж на регіональному та міжнародному ринках туристичних послуг і була готова в різних аспектах. Тому, основними стратегічними завданнями є:

- Відновлення і покращення туристично-рекреаційної інфраструктури, що, в свою чергу, сприятиме створенню якісного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити потреби туристів;
- Підтримання та покращення позитивного образу Еквадору як розвиненого та особливо безпечного туристичного місця призначення американського континенту;
- Ремонтування і покращення стану доріг та сприяння комфортному автотранспортному сполученню, задля створення сприятливого туристичного клімату, оскільки для досягнення багатьох визначних пам'яток Еквадору обов'язково використовується сухопутний транспорт;

- Розвиток кадрового потенціалу і зростання рівня зайнятості населення в сфері туризму. Дане завдання також передбачає реформування системи туристичної освіти, зокрема відкрити нові напрями підготовки фахівців у туристичній сфері, рекреації, екотуризмі, культурному туризмі, пригодницькому туризмі, гастрономічному туризмі тощо, що, в свою чергу, призводить до формування якісних працівників, здатних надавати туристам якісного обслуговування, що підвищує лояльність клієнтів до туристичної організації і до країни в цілому. Важливим чинником формування високоспеціалізованих фахівців у сфері туризму, готельної та ресторанної справи має стати розвиток професійної освіти із залученням до навчального процесу представників успішних країн у туристичній індустрії.
- Сприяння збільшенню кількості туристичних атракціонів, закладів харчування та проживання, здатна задовольнити попит іноземних туристів, через впровадження механізмів та засобів економічного стимулювання розвитку туризму та рекреації. З цією метою слід передбачити податкові, фінансово-кредитні та інші стимули розвитку туристично-рекреаційної індустрії. Зокрема, для активізації будівництва готелів та інших туристичних атракціонів доцільним є (див. табл. 3.2.1):

**Таблиця 3.2.1.**

**Пільги для розвитку туристичної сфери**

Тарифи на послуги	Податки	Кредити
Встановити тарифи на електроенергію ідентичні тим, що діють для жителів сільських територій.	Звільнити від сплати податку на землю інвесторів, які реалізують проекти будівництва туристичних об'єктів та	Надання банками інвестиційних пільгових кредитів для будівництва туристичних об'єктів та реалізації проектів

	розбудови інфраструктури на важкодоступних територіях.	покращання інфраструктури.
--	--	----------------------------

Покращивши кілька важливих аспектів, які безпосередньо впливають на те, як іноземні туристи сприймають Еквадор як туристичну країну, необхідно максимально ефективно впливати на міжнародні ринки туристичних продуктів і послуг через маркетингову стратегію.

Аналізуючи тенденції розвитку міжнародного туризму, дуже важливу роль грає технологія, насамперед соціальні мережі та веб-сторінки, що полегшують бронювання номерів у готелях, і які надають багато корисної інформації та рекомендацій людям, які планують подорожувати.

Враховуючи те, що майже 80% респондентів, згідно результатів дослідження [tripadvisor.com](http://tripadvisor.com) і [booking.com](http://booking.com), використовуватимуть [google](http://google.com) і соціальні мережі для вирішення своїх відпусток та під час їх поїздок, і те, що Facebook, Instagram і Youtube залишатимуться на 2018 року найбільшим натхненням для вибору поїздок, як на державному, так і на приватному рівні, просування туристичних продуктів Еквадору повинне адаптуватися до них.

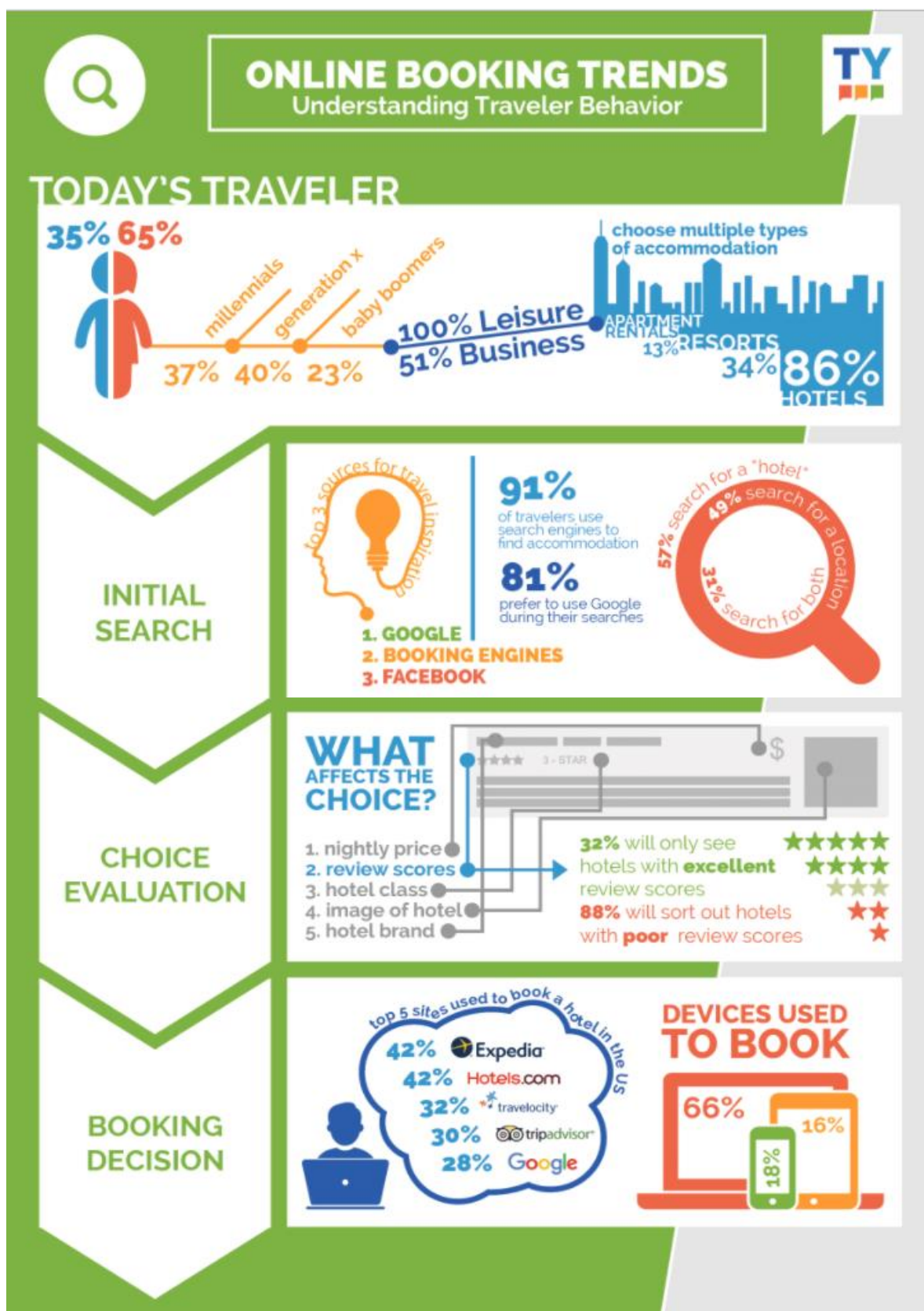
Для користувачів соціальних мереж, які є потенційними споживачами туристичних продуктів та послуг, необхідно:

- Якісний вміст
- Візуальний контент (фотографії)
- Цікаві відеоролики
- Можливість отримання негайної відповіді на їхні запитання

Важливо не забувати, що користувачі надають більше значення тим, що говорять інші про туристичне місце призначення, ніж про інформацію, яку ми самі надаємо, тому варто визначити тих «youtubers» або популярних персонажів на facebook та instagram, які вже мають свою популярність і послідовників, і які присвячені сфері туризму, тому що саме їх рекомендації та думки мають велику вагу при виборі місця призначення для подорожі, і



залучати їх на просуванні еквадорських туристичних продуктів та послуг (див. рис. 3.2.1).



### Рис. 3.2.1. Тенденції онлайн-бронювання [63]

Хоча правда, що присутність у соціальних мережах безкоштовна, а також завантаження фотографій, відео та текстів, але очікування того, що цей контент охоплює тисячі користувачів, з простого факту, що вони поділяють це з друзями неможливо. Тоді також буде потрібно використовувати комерційні функції, які має Facebook та інші соціальні мережі, і вкладати інвестиції на них, щоб охоплення змістом, який ми поділяємо, було величезним, щоб не тільки досягти сотень, але й тисяч і мільйонів потенційних клієнтів, і навіть більш важливо, що контент зможе досягати людей, які шукають саме цей контент.

Однією з тенденцій розвитку міжнародного туризму є також поїздки із захоплюючим досвідом зосереджені на благополуччі, на досвіді "відключення" від будь-якого екрану, усамітненні від навколишнього світу, без Wi-Fi, що дозволяють приділити час для роздумів, молитви або медитації. Але в той же час з високим рівнем сервісу та комфорту. Таки відступи або духовні виїзні семінари часто проводяться у природі, в віддалених місцях, приватних будинках, чи спеціальних будівлях, таких як монастирі.

Еквадор має чудові місця у своїх чотирьох регіонах, а також забезпечує різноманітність туристів для їх відступів, оскільки кожен регіон радикально відрізняється від інших. Цю можливість можна використовувати шляхом створення спеціальних екологічних будівель, пристосованих до релаксації, медитації, зв'язку з природою тощо, де можна на певний проміжок часу (1-5 днів) приймати групи гостей, які вважають проводити ретрит, духовні виїзні семінари, лекції і коучинг з різними цілями.

Проведення таких заходів досить цікаво, актуально, корисно і привабливо. Приклад цього, який вже почав відбуватися в Латинській Америці, - це конференції та ретрити, організовані Юргеном Клариком - професором, письменником та американським дослідником з

нейромаркетингу та нейроінновації, який успішно вже проводив декілька заходів в Еквадорі (див. рис. 3.2.2).



**Рис. 3.2.2. Візуальний контент ретриту «процвітаюче лідерство» проведений Юргеном Клариком [64]**

Сталий туризм, який відповідає критеріям соціальної, культурної, екологічної та економічної сумісності також є тенденцією у сучасному суспільстві. Туристи, особливо розвинутих країн, надають пріоритет туризму, який сприяє захисту природи і є відповідальним перед нею. Як було зазначено вище, Еквадор багатий різноманітними природними туристичними ресурсами, які стали елементами найбільш популярних туристичних продуктів країни, і є важливою передумовою розвитку екологічного туризму.

Еквадор – це справжній рай для натуралістів і любителів екології, саме тому необхідно активізувати популяризацію Еквадору перед світом як ідеальне місце призначення для екотуризму, шляхом просування у

соціальних мережах і у співпраці з туристичними агенціями в інших країнах. У той же час ми повинні пам'ятати, що цей тип туризму не розвивається однаково в чотирьох регіонах Еквадору і, що не можна перевищувати кількість відвідувачів у таких місцях, як Галапагоські острови, де приплив туристів обмежений, тому що екосистема островів перебуває під загрозою з 2007 року [65].

Туризм в середовищі корінного населення та громади, є дуже привабливим для молодих туристів, особливо для покоління «Міленіальсь», оскільки будучи частиною громади, поїздка стане абсолютно іншою ніж туристи уявляють собі, вони дізнаються нові мови, нові способи життя, нові традиції та звичаї, які допоможуть збагачувати дозвід і побачити життя з інших точок зору.

Еквадор - багатонаціональна та мультикультурна нація, і такий особливий туристичний ресурс можна ефективно використати шляхом розширення всіх форм активної участі туристів в пізнавальних і розважальних заходах в середовищі корінного населення, яке ще існує в деяких районах Еквадору, впровадження традиційних, національних форм анімації в культурних центрах міст, та їх просування на міжнародному ринку з допомогою активної рекламної кампанії.

З метою усунення перешкод та проблем неефективного використання туристичного потенціалу Еквадору необхідно (див. табл. 3.2.2):

**Таблиця 3.2.2.**

**Основні заходи для ефективного використання туристичного потенціалу Еквадору на 2018 - 2023**

№	Зміст заходів	Виконавець
Розробка державної стратегії та довгострокової програми розвитку туризму		
1.	Розробка комплексної системи статистичних обстежень туристичної діяльності,	До її розробки доцільно залучити Міністерство туризму Еквадору

	туристичних потоків та туристичних ринків	та відповідні структурні підрозділи Державної служби статистики Еквадору.
--	---	---

Продовження табл. 3.2.2.

2.	Проведення систематичного моніторингу та діагностики туристичних потоків в прикордонних регіонах, моніторингу обсягів та структури витрат туристів, тривалості подорожей, місцю зупинки туристів, інтенсивності відвідувань регіону.	Міністерство туризму Еквадору і представники обласних і місцевих відділів та департаментів з розвитку туризму, рекреації та культури.
3.	Розробка довгострокових регіональних стратегій та програм розвитку туризму з деталізацією пріоритетів конкретних видів, напрямів розвитку туризму залежно від місцевої спеціалізації та географічних, природо-ресурсних, інфраструктурних передумов.	Міністерство туризму Еквадору і представники обласних і місцевих відділів та департаментів з розвитку туризму, рекреації та культури.
Активізування діяльності щодо популяризації і використання можливостей туристично-рекреаційного потенціалу регіонів Еквадору		
4.	Участь у міжнародних виставках, салонах, ярмарках, форумах представників туристичного бізнесу, готельно-ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів, закладів культури та мистецтва, що сприятиме збільшенню обсягів потоків іноземних туристів, залученню інвестиційних ресурсів для реалізації нових проектів у сфері туризму і рекреації.	Міністерство туризму Еквадору, представники обласних і місцевих відділів та департаментів з розвитку туризму, рекреації та культури та прередставники туристичного бізнесу.
5.	Розробка програми та забезпечення фінансування створення уніфікованої мережі туристично-інформаційних центрів вздовж трас, на автостанціях, центральних площах	Міністерство туризму Еквадору, представники обласних і місцевих відділів та департаментів з розвитку

	населених пунктів і на територіях туристичних об'єктів.	туризму, рекреації та культури та претепредставники туристичного бізнесу.
--	---	---

Продовження табл. 3.2.2.

6.	Відкриття туристичних представництв Еквадору за кордоном.	Міністерство туризму Еквадору.
Розробка та реалізація регіональних і місцевих програм розвитку інвестиційної діяльності у туристично-рекреаційному комплексі		
7.	Створенням інвестиційних фондів, кластерів, інших об'єктів інвестиційної інфраструктури, залучення коштів іноземних інвесторів, трудових мігрантів.	Міністерство туризму Еквадору, Міністерство економіки та фінансів Еквадору, Торгово-промислова палата.
8-	Реалізація проектів модернізації туристичної та транспортної інфраструктури, підвищення завантаженості закладів розміщення, будівництва розважальних, імітаційних пізнавальних і інших об'єктів, освоєння природних ресурсів, реконструкції, збереження та реставрації культурних пам'яток.	Міністерство туризму Еквадору, Міністерство навколишнього середовища Еквадору, Міністерство громадських робіт Еквадору.
9.	Розробка механізму надання туристичних об'єктів та природних ресурсів у довгострокову оренду за умов капітальної реставрації, належного утримання пам'яток архітектури, відкритого доступу до них відвідувачів, забезпечення умов збереження цілісності туристичних майнових комплексів, а також дотримання екологічних стандартів.	Міністерство туризму Еквадору і Міністерство навколишнього середовища Еквадору.
10.	Запровадження інформаційно-комунікаційних заходів, спрямованих на поширення можливостей вкладання коштів на туристичні	Міністерство туризму Еквадору

проекти в Еквадорі серед потенційних інвесторів.	
--	--

Безумовно, підвищення ефективності використання туристичного потенціалу Еквадору можна досягати наступними напрямками:

1. Шляхом створення сприятливих умов до повноцінного функціонування суб'єктів туристичної діяльності, тобто: розробка державної стратегії та довгострокової програми розвитку туризму Еквадору з проведенням моніторингу та діагностики туристичних потоків; реалізація проектів відновлення і покращення туристичної та транспортної інфраструктури, здатні максимально задовольнити потреби туристів.

2. Шляхом розробки та реалізації регіональних і місцевих програм розвитку інвестиційної діяльності у туристично-рекреаційному комплексі для сприяння збільшенню кількості туристичних атракціонів, закладів харчування та проживання.

3. Шляхом підвищення рівня якості туристичних послуг через розвиток кадрового потенціалу, реформування системи туристичної освіти, і залучення до навчального процесу представників успішних країн у туристичній індустрії; зниження рівня злочинності і забезпечення більш високого рівня безпеки для туристів.

4. Шляхом формування маркетингової стратегії, що в основному впливатиме на потенційних клієнтів за допомогою технології, просування у соціальних мережах та веб-сайтів, що полегшують бронювання номерів у готелях, і які надають багато корисної інформації та рекомендацій людям, які планують подорожувати; визначення і залучення популярних персонажів на facebook, youtube та instagram на просуванні еквадорських туристичних продуктів та послуг; використання платних комерційних функцій, які має Facebook та інші соціальні мережі, щоб охоплення змістом, який ми

поділяємо, досягало мільйонів потенційних клієнтів, які шукають саме цей контент.

5. Шляхом популяризацію туристичних продуктів через участь у міжнародних виставках, салонах, ярмарках, форумах представників туристичного бізнесу тощо, і відкриття туристичних представництв Еквадору за кордоном.

6. Шляхом популяризацію і проведення: поїздок - ретритів (духовних виїзних семінарів), що дозволяють приділити час для роздумів, молитви або медитації у природі або в віддалених спеціальних місцях, з високим рівнем сервісу та комфорту; розширення всіх форм активної участі туристів в пізнавальних і розважальних заходах туризму в середовищі корінного населення і впровадження традиційних, форм анімації в культурних центрах міст.

7. На решті, так як туристи, особливо розвинутих країн, надають пріоритет туризму, який сприяє захисту природи і є відповідальним перед нею, і, Еквадор – країна з ідеальними умовами для розвитку екологічного туризму, шляхом популяризацію Еквадору перед світом як ідеальне місце призначення для такого туризму, але завжди дбаючи про раціональне використання ресурсів, щоб екосистема не перебувала під загрозою.

### **3.3 Інноваційні форми організації туристичної діяльності еквадорських фірм**

На сьогодні туристична галузь для Еквадору є важливим фактором соціально-економічного розвитку, що безпосередньо виробляє 2,1% валового внутрішнього продукту та опосередковано 5,1% [66] у 2017 році. Однак, якщо порівняти ці показники з показниками провідних країн у сфері міжнародного туризму, як Франція, де частка туризму у ВВП країни



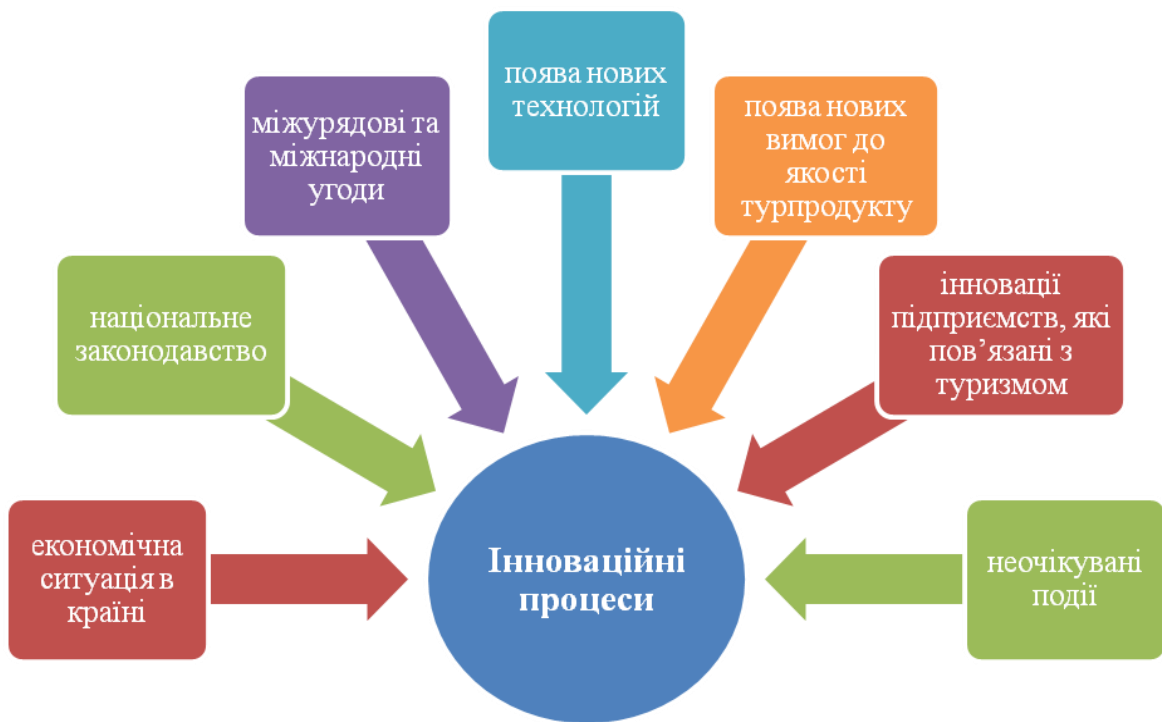
становить 7% [67], Іспанія – 11,2% ВВП [68], або США – 8,4%, можна зробити висновок що ситуація, що склалась в туристичному господарстві Еквадору практично неконкурентоспроможна на світовому ринку, насамперед те, що відповідає рівню послуг.

З цієї причини найголовніше питання, яке повинні вирішувати туристичні компанії – це як покращити якість туристичних продуктів та обслуговування, щоб повніше задовольняти потреби туристів.

Реактивація розвитку туризму Еквадору та подолання потенціальних негативних тенденції можливе шляхом впровадження інноваційного фактору. Використання нововведень призведе до створення конкурентоспроможної туристичної сфери країни на світовому ринку.

У туристичній індустрії, інноваційний процес передбачає створення і впровадження різного роду нововведень: технологій, туристичних продуктів і послуг, організаційних, фінансових рішень. Важливим аспектом щодо інноваційного процесу є те, що впровадження інновацій включає в себе реалізацію інвестицій, у ході яких поєднуються наука, техніка, економіка, підприємництво та управління.

На інноваційні процеси в туристичній індустрії впливають різноманітні фактори, такі як (див. рис. 3.3.1):



**Рис. 3.3.1. Фактори, які впливають на інноваційні процеси в туристичній індустрії**

За останні роки в сучасному світі інформаційні технології в туризмі використовуються надзвичайно широко, і саме тому слід бути в курсі всіх найбільш важливих подій, які відбуваються в цій сфері. Серед основних факторів, що виявляють вплив на туристичну сферу Еквадору, хочемо звернути увагу на появу нових технологій.

До нових технологій відносяться Інтернет-технологій, які можуть використовуватися туристичними фірмами для:

1. Формування туристичного продукту

Даний напрямок використання інноваційних інформаційних технологій це, за допомогою сучасних автоматизованих комп'ютерних систем, об'єднання зусиль одночасно туристичної фірми, транспортної компанії, готелів, закладів харчування, екскурсійного бюро, туристичних об'єктів, страхових компаній та інших для створення прибутливих туристичних продуктів та їх розміщення в мережі Інтернет як інформаційні туристичні продукти, які в режимі он-лайн дозволять споживачеві вибирати

туристичного продукту, а для учасників формувати конкурентоспроможну товарну, цінову, інвестиційну та збутову політику.

## 2. Проведення рекламних заходів

Інтернет-технології - як глобальний засіб комунікацій без територіальних кордонів по всьому світу, є ефективним інструментом просування туристичних продуктів та послуг, досліджень для визначення і задоволення потреб і запитів споживачів, впливу на аудиторію. Завдяки застосуванню мережевих інформаційних технологій як соціальні мережі (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat), Youtube, tripadvisor тощо багато туристичних фірм спроможні не лише скорочувати витрати на просування і збут продуктів, але й розширити існуючі і освоїти нові ринки збуту, підвищити ефективність і адресність взаємодії зі споживачами та іншими економічними контрагентами. Практика свідчить, що інтернет-технології урівнюють шанси на успіх малих і великих підприємств, тих, хто міцно закріпився на ринку, і новачків. Це стало можливим тому, що витрати на їх застосування є невеликими, використовуються доступні й фактично стандартизовані інструменти, можливо забезпечити недосяжну за інших умов широту охоплення і при цьому адресність впливу на цільову аудиторію,

## 3. Інформування споживачів про новинки та акції

Туристичний ринок вимагає великої кількості інформації, щоб почувати себе в безпеці, люди, котрі цікавляться подорожами, потребують попередньої інформації про туристичні послуги, і для будь-якої туристичної фірми фактором, що визначає успіх її діяльності на туристичному ринку, є час обслуговування клієнтів. В останні роки поява нових медіа та соціальних мереж (Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, Youtube) полегшила та сприяла виробленню вмісту та обміну інформацією серед людей. Нові медіа та соціальні мережі є незамінними платформами та стратегічними точками зв'язку з можливими клієнтами, за їх допомогою туристичні фірми мають можливість надати клієнтові весь комплекс послуг у режимі он-лайн. Можливість ведення бізнесу в подібному режимі прямо пов'язана з тим, яким

чином організований обмін інформацією між турагентом і туроператорами, турагентом і туристом.

#### 4. Формування позитивного іміджу у туристів про фірму

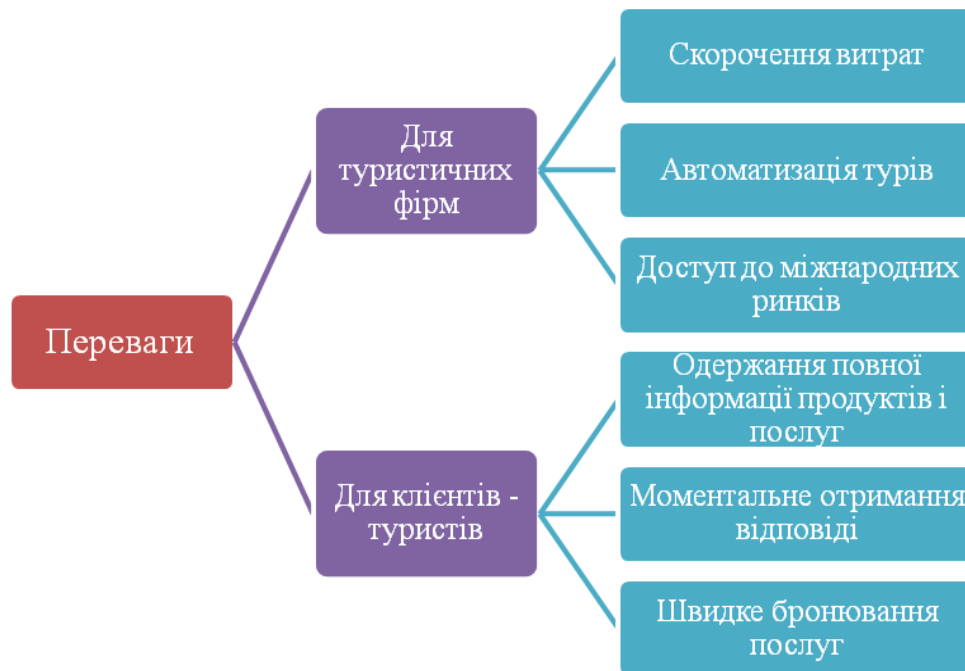
Управління онлайн-репутацією фірми – це не вибір, а необхідність успішно стикатися з присутністю всіх туристичних компаній у цифровій сфері. Особливо в секторі, де думки мають особливий вплив на прийняття рішень, і де, на жаль, також бачимо, як деякі користувачі скористаються новими каналами комунікації, щоб надати негативні коментарі про роботу фірми. У цьому сенсі дуже важлива швидка та відповідна реакція ком'юніті-менеджера, що повністю відповідає за взаємодію з цільовою аудиторією компанії через інтернет комунікації, зокрема, через ведення і просування інтернет-спільнот.

#### 5. Просування нових видів туристичних послуг

Прикладом є: віртуальні подорожі, де відвідування музеїв, найбільш цікавих визначних пам'яток культури і природу можна через мережу Інтернет; підбір та замовлення готелю за індивідуальними параметрами, що є прекрасною альтернативою пошуку готелів онлайн, яка дозволяє шукати готелі по місцю розташування, ціною, кількістю зірок, відгуками і наявності знижок на розміщення, розглянути фотографії обраних готелів, дізнатися їх адреси та телефони, а також забронювати номер.

Використання нових технологій як програми електронного бронювання та складання турів, приносить великий ефект для діяльності підприємств туристичної індустрії. Використання програм даного виду дозволить не тільки здешевити засоби зв'язку, але й дасть можливість працювати всім учасникам туристичного ринку як єдиного офісу. Робота з такими програмами дозволяє агентству отримувати оперативну та достовірну інформацію про ціни і кількість вільних місць у будь-який момент часу, а також мати можливість стежити за проходженням замовлення на всіх етапах його здійснення.

Таким чином, переваги впровадження інноваційних Інтернет-технологій у туристичну галузь для кожного учасника процесу є (див. рис. 3.3.2.):



**Рис. 3.3.2. Переваги впровадження інноваційних Інтернет-технологій у туристичну галузь**

Поява нових вимог до якості туристичного продукту і обслуговування зі сторони споживача, також виявляє вплив на туристичну сферу Еквадору, тому згідно цих вимог необхідно впроваджувати інновації, які супроводжуються:

- підвищенням ефективності бізнес-процесів туристичних фірм на основі нової техніки та передових технологій;
- задоволенням потреб у турпродуктах, відповідальні по відношенню до навколишнього середовища.

Незважаючи на технологічні досягнення, в Еквадорі існує безліч компаній, і не тільки в галузі туризму, які все ще використовують фізичну роботу для виконання різних завдань, що обмежує використання кількох ресурсів і призводить до втрати багато часу.

Як ми вже зазначали раніше, мобільні програми та інші онлайн-послуги є ключовим інструментом інновацій у сфері туризму і за їх

допомогою туристичні фірми мають можливість надати клієнтові весь комплекс послуг у режимі он-лайн.

На даному етапі ми хочемо звернути увагу на найефективнішу для бізнесу соціальну мережу – Facebook, яка за загальним охопленням аудиторії, за функціоналом, за можливостями просування платними і безкоштовними методами займає перше місце у світі. Але створення сторінки туристичної фірми на Facebook і відповіді на повідомлення через Messenger недостатньо.

Ми рекомендуємо для початку зрозуміти цілі, яких кожна туристична фірма хоче досягти і на їх основі сформулювати стратегію маркетингу у соціальній мережі Facebook.

1. В першу чергу слід продумати, де саме необхідно бути присутньою туристичній фірмі;
2. Розробити контентного плану, стратегію залучення аудиторії і просування сторінки туристичної фірми;
3. Підтримувати всю кампанію просування двосторонньою комунікацією між туристичною фірмою і користувачами.

Отже, туристична фірма визначає свою цільову аудиторію в Facebook. Визначаючи свою аудиторію в Facebook, в першу чергу слід орієнтуватися на: вік, інтереси і коло спілкування. Ці показники повинні збігатися з даними споживачів туристичних продуктів та послуг, які пропонує туристична фірма, і їх найближчим оточенням. Оцінивши інтереси свого оточення, туристична фірма зможе зрозуміти яким повинен бути контент, на яку тему і в якому вигляді його краще публікувати.

Контент-план дозволяє туристичній фірмі вовремя видавати хороші публікації, систематизувати роботу та підвищити ефективність. Частотність виходу публікацій залежить від цілей і від бюджету фірми, але може бути в рамках 4-7 публікацій в тиждень, завжди приділяючи першочергову увагу якості, а не кількості. Коли фірма планує вкладати кошти в рекламу туристичного продукту, перш ніж платити за рекламу великі кошти, важливо тестувати публікації на мінімальний бюджет (2-5\$), відстежувати їх

ефективність і далі призначити більший бюджет для найефективніших публікацій.

Ефективність публікації визначається:

- Кількістю переходів на сайт, і
- Кількістю взаємодій (коментарі, лайки, повідомлення)

Щоб вибрати час виходу постів необхідно:

- Уявити як живе група людей, на яких розраховано певний туристичний продукт;
- Слідкувати за аналітикою (за допомогою он-лайн послуг);
- Тестувати

Тип опублікованого контенту дуже важливий. Відповідно до тенденцій у соціальних мережах, найбільш привабливим для відвідувачів є контент у формі відео, особливо прямі трансляції. Згідно зі статистикою SocialBakers [69], відео-пости отримують більше органічного охоплення, ніж інші види публікацій. Варто зазначити, що статистика стосується відео, завантажених безпосередньо в Facebook, а не посилань на інші відео-хостинги. Це пов'язано з алгоритмом ранжирування Facebook (Edge Rank), який віддає перевагу контенту, опублікованому всередині мережі. Іншими типами контенту, упорядковані відповідно до органічного охоплення є:

- Gif-картинки / slideshow / 360 / Холст,
- Підбірки фото,
- Публікації з фото,
- Текст,
- Repost / посилання

Двостороння комунікація між туристичною фірмою і користувачами грає одну з найважливіших ролей при підведенні клієнта до здійснення покупки чи укладення угоди. На рівні платформи Facebook комунікація між туристичною фірмою і користувачами відбувається через «Messenger», але ми повинні враховувати, що кількість повідомлень, на які спеціаліст фірми

може відповісти, дуже обмежена і не завжди може дати негайну відповідь, і саме тут необхідне впровадження цього інноваційного інструменту, який має назву «**Чат бот**».

Останнім часом чат-боти стають все більш корисними. Вони «вчаться» вирішувати різні завдання для керівників бізнесу та їх клієнтів. Боти допомагають планувати час, зустрічі, враховувати витрати. Створюють додаткові і зручні канали продажів, а також підтримки клієнтів.

Застосування розумних помічників є актуальним і для туристичної сфери, де присутня необхідність в автоматизації робочих процесів. Чат-боти можуть розвантажити службу підтримки, розпізнаючи типові проблеми або часті запитання і пропонуючи підказки в режимі реального часу [70].

Чат-бот цілком може взяти на себе функцію спеціаліста для прийому потенційних клієнтів, надавати актуальну інформацію про статус турів, консультувати по туристичним продуктам, бронювати квитки і здійснювати пошук інформації і картинок в інтернет, і підтверджувати замовлення туру.

Боти здатні не просто вирішувати завдання а агрегувати інформацію про взаємодії з клієнтами, тим самим «навчаючись».

Для створення чат-боту існують в Інтернеті багато сервісів, як наприклад Manychat. Сервіс дозволяє створювати чат-ботів на платформі Facebook, при цьому підключаючи їх до корпоративних сторінок. Тепер клієнти можуть отримати відповіді на запитання, спілкуючись з електронним помічником в чаті публіку. Варто так само відзначити, платформа не вимагає від користувачів знань коду, і абсолютно безкоштовна.

В останні роки, стає все популярнішим серед мандрівників з високорозвинених країн перебування у природі, при якому екосистема не відчуває шкідливих впливів з боку туристів і зберегається навколишнє середовище для майбутніх поколінь. Для туристичних фірм в Еквадорі така тенденція - це можливість інновацій у туристичних продуктах, особливо користуючись великим потенціалом, який країна має для організації екологічного туризму.



В Еквадорі найважливішими для екотуризму є наступні туристичні об'єкти:

- Галапагоські острови
- Амазонська сельва  
(джунглі)
- Еквадорські Анди
- Узбережжя Тихого океану

Головною визначною пам'яткою Еквадору для екотуризму завжди були Галапагоські острови, але збільшення туристів у цьому регіоні неможливе, оскільки це негативно вплине на екосистему островів, що перебуває під загрозою з 2007 року. З цієї причини необхідно розвивати екотуризм в інших трьох регіонах Еквадору, створюючи більше екологічних маршрутів через ізольовані поселення.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери країни на світовому ринку, супроводжується покращенням якості туристичних продуктів та обслуговування клієнтів шляхом впровадження інновації. У туристичній індустрії, інноваційний процес – це не тільки складний, але і взаємопов'язаний процес створення інновацій з використанням сукупності системи знань, наукової і маркетингової діяльності; сукупності засобів праці, що полегшують людську працю і роблять її продуктивнішою (техніка, технологій, прилади, устаткування, організація фірми).

Впровадження нововведень в діяльність туристичних фірм полягає в першу чергу в застосуванні Інтернет-технологій, що дозволяє фірмам:

1. Швидше і легше формувати туристичний продукт;
2. Проводити рекламні заходи;
3. Інформувати споживачів про новинки та акції
4. Формувати імідж про фірму
5. Просувати нові види туристичних послуг

б. Отримувати оперативну та достовірну інформацію про ціни наявність елементів туристичного продукту.

Щодо інновації у обслуговування клієнтів, мобільні програми та інші онлайн-послуги є ключовим інструментом успіху у сфері туризму і за їх допомогою туристичні фірми мають можливість надати клієнтові весь комплекс послуг у режимі он-лайн.

Найефективніша соціальна мережа – Facebook можна і слід використовувати для просування туристичної фірми на повну потужність.

Чітко з'ясовуючи цілі компанії, необхідно почати з визначенням цільової аудиторії в Facebook. Далі створюється контент-план, особливо за допомогою відео-контенту, який дуже затребуваний аудиторією, оскільки відеоролики отримують більше взаємодій в порівнянні з текстовими та графічними постами. Найголовніше у створюванні контенту – це успішна взаємодія з аудиторією, демонстрація туристичного продукту і сервісу у веселих і нестандартних ракурсах, створення візуального контенту, що відповідає стилю життя кінцевого споживача туристичної фірми.

При ефективном використанні Facebook невід'ємним інструментом є чат-боти, які цілком можуть взяти на себе функцію консультантів, адміністраторів, менеджерів по продажам, розвантажити службу підтримки, розпізнаючи типові проблеми або часті запитання і пропонуючи підказки користувачам в режимі реального часу. У найближчому майбутньому це дозволить скоротити витрати на персонал.

Отже, в результаті використання сучасних технологій відбувається зростання обсягу наданих послуг на туристському ринку за рахунок прискорення обробки інформації.

До інноваційних туристичних продуктів належать ті, які відповідають вимогам любителів природи. Унікальне географічне положення Еквадору обумовлено поєднанням на відносно невеликій території різних кліматичних зон, і саме тому Еквадор – це країна з неймовірною біологічною різноманітністю, де існує величезний туристичний потенціал розвитку

екологічного туризму, тому що існують необхідні природні умови, матеріальні та трудові ресурси. Це дозволить не тільки збільшити внутрішній туризм, а й міжнародний туризм. Отже екологічний туризм є ефективним засобом економічного і соціального розвитку Еквадору.

Для розвитку екологічного туризму, зі збереженням "дикої природи", і з метою надання якісних і різноманітних послуг туристам, необхідно привернути компетентних фахівців у туристичних фірмах, які докладуть всі зусилля для створення могутнього туристичного комплексу в кожному регіоні і у кожній провінції Еквадору. Великий туристичний потенціал чотирьох регіонів надає певні переваги Еквадору перед іншими країнами, що надають туристичні послуги. Даний потенціал необхідно розумно і раціонально використовувати.

Найважливішим завданням туристичних фірм є створення і розширення асортименту екологічних маршрутів через ізольовані поселення в Амазонській сільві, еквадорських Андах і на узбережжі Тихого океану.

### **Висновки до розділу 3**

Результати дослідження напрямків вдосконалення міжнародного туризму в Еквадорі дали змогу зробити наступні висновки:

Проаналізувавши та узагальнивши інформацію з питань щодо тенденції розвитку міжнародного туризму можна підтвердити, що туристи віддадуть перевагу культурним та художнім візитам і спробують місцеву гастрономію туди, куди вони подорожують, і безумовно технологія відіграватиме дуже важливу роль, оскільки туристи будуть інтенсивно користуватися мобільним телефоном під час поїздок, і не тільки для спілкування і фотографування, а також для бронювання номерів у готелях.

Соціальні мережі продовжуватимуть свою експансію і, як передбачається, вдасться об'єднатись з певними операторами чи гравцями

туристичної системи, так що крім служіння основним джерелом натхнення для нового соціального мандрівника з'являться кнопки, які дозволять туристам безпосередньо забронювати відпустки через соціальні мережі. Тому має велике значення для туристичних компаній, піднімати стратегію соціальних мереж на основі поведінки користувачів і клієнтів.

З метою підвищення ефективності використання туристичного потенціалу Еквадору показано, що виникає необхідність у :

1. Створенні сприятливих умов до повноцінного функціонування суб'єктів туристичної діяльності, через розробку державної стратегії та довгострокової програми розвитку туризму Еквадору.

2. Розробці та реалізації регіональних і місцевих програм розвитку інвестиційної діяльності у туристичну сферу для сприяння збільшенню кількості туристичних закладів.

3. Підвищенні рівня якості туристичних послуг через розвиток кадрового потенціалу і реформування системи туристичної освіти.

4. Формуванні маркетингової стратегії, що в основному впливатиме на потенційних клієнтів за допомогою технології, соціальних мережах та веб-сайтів, що полегшують клієнтам планувати їх подорожі.

5. Популяризації туристичних продуктів через участь у міжнародних заходах, і відкритті туристичних представництв Еквадору за кордоном.

6. Популяризації і проведенні поїздок – ретритів з високим рівнем сервісу та комфорту, та розширенні всіх форм активної участі туристів в пізнавальних і розважальних заходах в середовищі корінного населення.

На основі проведених досліджень встановлено, що інноваційні форми організації туристичної діяльності еквадорських фірм полягають у:

1. Застосуванні Інтернет-технологій, що дозволяє фірмам швидше і легше формувати туристичний продукт, ефективно просувати його, та своєчасно отримувати достовірну інформацію про туристичний ринок.

2. Використанні мобільних програм та інші онлайн-послуг для підвищення якості обслуговування клієнтів. Особлива увага приділяється

соціальної мережі – Facebook, яка вважається найефективнішою для просування туристичних фірм, через різні потужні інструменти як відео-контент для демонстрації туристичного продукту і чат-боти для автоматизації процесів і заміни консультантів, адміністраторів і менеджерів по продажам при спілкуванні з клієнтами в режимі реального часу.

3. Впровадженні екотуризму в Еквадорі як головний вид даної сфери, шляхом створення і просування екологічних маршрутів через ізольовані поселення в Амазонській сельві, еквадорських Андах і на узбережжі Тихого океану, завжди намагаючись раціонально використовувати туристичні ресурси цих регіонів.

## ВИСНОВКИ

У магістерській роботі проаналізовано теоретичні аспекти дослідження міжнародного туризму, сучасний стан туристичного бізнесу в Еквадорі та розроблення теоретичних положень та прикладних рекомендацій щодо розвитку міжнародного туризму в Еквадорі, зокрема:

1. Розкриття теоретичних підходів до визначення сутності міжнародного туризму, з'ясування ролі міжнародних туристичних організацій як ВОТ у регулюванні, упорядкуванні і поліпшенні роботи туристичної індустрії та питання динаміки розвитку міжнародного туризму і його видів.

2. Ґрунтовний аналіз туристичного ринку, туристичних попиту і пропозиції та їх взаємозв'язок, що дозволяє виявляти важливість врахування певних факторів, які впливають на розвиток туризму, прикладом може слугувати цінові і не цінові чинники; небажані фактори, які знижують туристичний потік (стихійні лиха, війна, політична та соціальна нестабільність, злочинна діяльність, екологічні проблеми, епідемії тощо); і ті фактори, що зумовлюють розвиток туризму за кордоном, насамперед підтримка з боку держави, зростання доходів населення, скорочення робочого часу, розвиток загальної і туристичної інфраструктури, розвиток засобів комунікації, урбанізація тощо.

3. Встановлення туризму як важлива галузь економіки Еквадору, яка повинна будуватися на всеохоплюючому і раціональному використанні історико-культурних і природних туристичних ресурсів як в цілому по країні, так і по регіонах і їх провінціях. У кожному регіоні Еквадору природні туристичні ресурси характеризуються різноманітністю і неповторністю, що зробили їх привабливими для різних видів туризму. Щодо історико-культурного потенціалу, прийнято вважати, що країна має чудову пропозицію для задоволення туристичних потреб, оскільки Еквадор – це

країна іспано-індіанської культури, де іноземних туристам цікаво дізнатися про своєрідні традиції і побачити прояв іспанських і доколумбових стилів, як у місті Кіто, що було оголошено ЮНЕСКО культурним надбанням людства.

4. Обґрунтовано, що Еквадор має придатну інфраструктуру для розвитку туризму, проте необхідно впроваджувати заходи для поліпшення її стану відповідно до міжнародних стандартів і на основі врахування регіональних особливостей країни. На сучасному етапі в Еквадорі, кількість готелів різних категорій, ресторанів та кафетерій, компанії транспорту для перевезення туристів та інших елементів туристичної інфраструктури має тенденцію до зростання, оскільки уряд намагається позиціонувати туристичний сектор як одним з основних для соціально-економічного розвитку, і основним джерелом доходів, не пов'язаних з нафтою.

5. Описано чинники, що стримують розвиток туристичної індустрії в Еквадорі: низька відповідальність за дотримання правил ремонту і утримання автомобільних доріг і вулиць; відсутність безпечних і комфортних умов дорожнього руху; низький рівень державного сприяння інвестицій в туристичну інфраструктуру; погане державне управління туризмом; невисокий контроль якості туристичних продуктів; обмежена доступність до інформації в сфері туризму; недостатній рівень маркетингової і рекламної діяльності для просування турпродуктів; недостатній рівень використання нових технологій для зв'язку з клієнтами; низька підтримка підприємцям, які хочуть впроваджувати інновації в сфері туристичних послуг; невелика кількість тематичних парків і туристичних атракціонів в містах, в яких мало природних туристичних ресурсів; існування небезпек для туристів як прояв стихійних лих, злочинної діяльності, екологічних проблем тощо.

6. Проаналізовано та узагальнено питання щодо тенденції розвитку міжнародного туризму. Таким чином, проведені дослідження підтверджують, що туристи виявляють великий інтерес до культурних заходів та гастрономії країни, яку вони відвідують, і безумовно технологія відіграватиме дуже важливу роль, оскільки туристи будуть інтенсивно користуватися мобільним

телефоном під час поїздок, і не тільки для спілкування і фотографування, а також для консультації і бронювання номерів у готелях. Проведене дослідження дає можливість стверджувати також, що соціальні мережі продовжуватимуть свою експансію як ефективний спосіб натхнення для нового мандрівника та інструмент для просування туристичних продуктів та послуг.

7. У ході дослідження були проаналізовані та запропоновані шляхи підвищення ефективності використання туристичного потенціалу Еквадору: створення сприятливих умов до повноцінного функціонування суб'єктів туристичної діяльності, через розробку державної стратегії та довгострокової програми розвитку туризму Еквадору; розробка та реалізація регіональних і місцевих програм розвитку інвестиційної діяльності у туристичну сферу для сприяння збільшенню кількості туристичних закладів; підвищення рівня якості туристичних послуг через розвиток кадрового потенціалу і реформування системи туристичної освіти; формування маркетингової стратегії, що в основному впливатиме на потенційних клієнтів за допомогою технології, соціальних мережах та веб-сайтів, що полегшують клієнтам планувати їх подорожі; популяризація туристичних продуктів через участь у міжнародних заходах, і відкриття туристичних представництв Еквадору за кордоном; популяризація і проведення поїздок – ретритів з високим рівнем сервісу та комфорту, та розширення всіх форм активної участі туристів в пізнавальних і розважальних заходах в середовищі корінного населення.

8. На основі проведених досліджень встановлено, що інноваційні форми організації туристичної діяльності еквадорських фірм полягають у: застосуванні Інтернет-технологій, що дозволяє фірмам швидше і легше формувати туристичний продукт, ефективно просувати його, та своєчасно отримувати достовірну інформацію про туристичний ринок; використанні мобільних програм та інші онлайн-послуг для підвищення якості обслуговування клієнтів. Особлива увага приділяється соціальній мережі – Facebook, яка вважається найефективнішою для просування туристичних



фірм, через різні потужні інструменти як відео-контент для демонстрації туристичного продукту і чат-боти для автоматизації процесів і заміни консультантів, адміністраторів і менеджерів по продажам при спілкуванні з клієнтами в режимі реального часу. Розвиток інноваційних технологій в туристичній галузі дозволяє відкривати нові можливості для туристичних фірм і робить туризм доступним для різних категорій населення на світовому рівні.

9. Проаналізовано впровадження екотуризму в Еквадорі як головний вид даної сфери, шляхом створення і просування екологічних маршрутів через ізольовані поселення в Амазонській сельві, еквадорських Андах і на узбережжі Тихого океану, намагаючись завжди раціонально використовувати туристичні ресурси цих регіонів. Екологічний туризм би став головною привабливістю в туристичній пропозиції Еквадору для світу.

Дані здійсненого аналізу дозволяють зробити висновок про те, що Еквадор має величезний туристичний потенціал, який не використовується, проте має всі необхідні елементи, щоб скористатись цим потенціалом і стати одним з основних туристичних напрямків по всьому світу. Слід зазначити, що дуже важливу роль грає взаємодія між туристичними компаніями, державою і міжнародними організаціями, об'єднання всіх зацікавлених сторін та створення великої можливості вибору щодо туристичних продуктів, особливо для екотуризму, і з доступними цінами.

Виходячи з вищесказаного, з метою поліпшення сучасного стану туристичного бізнесу в Еквадорі і забезпечення його ефективного розвитку на всіх рівнях, доцільно розумно і раціонально використати туристичні ресурси, за допомогою інноваційних технологій підвищити якість туристичних послуг, вдосконалювати і модернізувати інфраструктуру, готувати якісну рекламу та глибинну інформацію про туристичні продукти та послуги, які надаються кожним регіоном, знизити причини та умови злочинності у сфері туризму і забезпечити більш високий рівень безпеки для

туристів, і таким чином можна досягти належного рівня розвитку туризму, здатного конкурувати на міжнародному ринку.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Conozca los ponentes del ELTC 2017 [Електронний ресурс] / ELTC // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.eltc.co/noticias/conozca-los-ponentes-del-eltc2017/> .– 03.03.2017. – Назва з екрана.
2. Ramírez Blanco M. Teoría General del Turismo: навчальний посібник / M. Ramírez Blanco, México, 1992.- 254 с.
3. Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes, Ottawa, Canadá, 1991 [Електронний ресурс] / Organización Mundial de Turismo // Офіційний сайт. – Режим доступу : <https://www.monografias.com/docs/Aspecto-conceptual-del-turismo-P3RJAZTFC8G2Y>
4. Las 10 asociaciones relacionadas al turismo más importantes del mundo [Електронний ресурс] / Reporte lobby // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.reportelobby.com/2013/09/las-10-asociaciones-relacionadas-al.html> .– 23.09.2013. – Назва з екрана.
5. UNWTO Annual Report 2015 [Електронний ресурс] / UNWTO // Офіційний сайт. – Режим доступу:[http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual\\_report\\_2015\\_lr.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2015_lr.pdf) . – 2015.– Назва з екрана.
6. World Tourism Organization UNWTO [Електронний ресурс] / UNWTO // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899> .– 09.12.2017. – Назва з екрана.
7. Revista de analisis turistico [Електронний ресурс] / Revista AECIT // Офіційний сайт .– Режим доступу: <http://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/issue/view/29/showToc> 2016. – № 21. – Назва з екрана.
8. Папирян Г.А. Международные экономические отношения. Экономика туризма: учебное пособие / Г.А. Папирян ; Финансы и статистика, 2000. – 208 с
9. América Latina atrae al turismo [Електронний ресурс] / El Pais // Офіційний сайт. – Режим доступу:

- [http://economia.elpais.com/economia/2016/02/26/actualidad/1456483723\\_318267.html](http://economia.elpais.com/economia/2016/02/26/actualidad/1456483723_318267.html). – 28.02.2016. – Назва з екрана.
10. Huilca Jaime J. A. Formas de turismo : монографія / J.A. Huilca Jaime [Електронний ресурс] / Monografias // Офіційний сайт. – Режим доступу:<http://www.monografias.com/trabajos95/formas-turismo/formas-turismo.shtml>. – 24.05.2016. – Назва з екрана.
  11. Clasificacion del turismo [Електронний ресурс] / Thopsy // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://thopsy1.blogspot.com/2011/02/clasificacion-del-turismo.html>. – 07.02.2011. – Назва з екрана.
  12. Пізнавальний туризм [Електронний ресурс] / The city // Офіційний сайт. – Режим доступу: <https://thecity.com.ua/piznavalnij-turizm.html>. – 08.12.2015. – Назва з екрана.
  13. 5 ideas de turismo especializado [Електронний ресурс] / Maestro Financiero // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://maestrofinanciero.com/5-ideas-de-turismo-especializado/>. – 11.09.2014. – Назва з екрана.
  14. Gonzalez P. Clasificacion del turismo segun el motivo : монографія / P. Gonzalez, N. Toller [Електронний ресурс] / Monografias // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.monografias.com/trabajos34/clasificacion-turismo/clasificacion-turismo.shtml>. – 27.02.2016. – Назва з екрана.
  15. Tipos de turismo [Електронний ресурс] / Viaje al atardecer // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.viajealatardecer.com/2009/06/tipos-de-turismo.html>. – 02.06.2009. – Назва з екрана.
  16. Organización Mundial de Turismo – ОМТ Tipos de turismo [Електронний ресурс] / Administracion de empresas turisticas online // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://administracion.realmexico.info/2013/06/organizacion-mundial-de-turismo-omt.html>. – 06.06.2013. – Назва з екрана.
  17. El boom del turismo deportivo [Електронний ресурс] / Traveler // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.traveler.es/viajes/mundo-traveler/articulos/el-boom-del-turismo-deportivo/6268>. – 08.01.2015. – Назва з екрана.
  18. Туристичні курси [Електронний ресурс] / Поїхали з нами // Офіційний сайт. – Режим доступу: <https://www.kursy-tourism.com/>. – 30.10.2017. – Назва з екрана.
  19. Пішохідний туризм [Електронний ресурс] / Wikipedia // Офіційний сайт. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/Пішохідний\\_туризм](https://uk.wikipedia.org/Пішохідний_туризм). – 05.02.2017. – Назва з екрана.

20. Автомобільний туризм [Електронний ресурс] / Wikipedia // Офіційний сайт. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/автомобільний\\_туризм](https://uk.wikipedia.org/автомобільний_туризм). – 14.11.2016. – Назва з екрана.
21. Дитячий туризм [Електронний ресурс] / Wikipedia // Офіційний сайт. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Дитячий\\_туризм](https://uk.wikipedia.org/wiki/Дитячий_туризм). – 07.09.2016. – Назва з екрана.
22. Growing older: tourism and leisure behaviour of older adults [Електронний ресурс] / CAB International // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.cabi.org/cabebooks/ebook/20063203027> . – Назва з екрана.
23. H. Guttion, Cournot, Antoine Augustin, International Encyclopedia of the Social Sciences, vol. 3, ed. D.L. Sills (Macmillan Free Press, 1968); R.D. Theocharis, Early Developments in Mathematical Economics (Macmillan, 2nd ed., (983), Chapter 9.
24. Хейне П. Экономический образ мышления: пер. с англ. 5-го изд. — М.: Новости, 1991. — 704 с.
25. Экономическая энциклопедия / Науч.-ред.совет. изд-ва «Экономика» ; Ин-т Экон. РАН ; гл. ред. Л. И. Абалкин. – М. : Экономика, 1999. – 1055 с.
26. Landi C. R. Demanda turistica [Електронний ресурс] / Problemática turistica // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://problematicaturistica.blogspot.com/2013/04/oferta-y-demanda-turistica.html>. – 03.10.2013. – Назва з екрана.
27. Demanda, oferta y mercado turistico [Електронний ресурс] / Universidad tecnologica nacional // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.utntyh.com/alumnos/wp-content/uploads/2015/03/Demanda-oferta-y-mercado-tur%3%ADstico-Unidad-2.pdf>. – 08.04.2015. – Назва з екрана.
28. Los 10 mejores lugares turisticos [Електронний ресурс] / Enviajes.Cl // Офіційний сайт. – Режим доступу: <https://regnum.ru/news/1864765.html>. – 17.09.2016. – Назва з екрана.
29. Poblacion total [Електронний ресурс] / Banco mundial // Офіційний сайт. – Режим доступу: [poblacion total http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?year\\_high\\_desc=true](http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?year_high_desc=true). – 2016. – Назва з екрана.
30. Pobreza [Електронний ресурс] / Banco mundial // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://datos.bancomundial.org/tema/pobreza>. – 2016. – Назва з екрана.
31. Millennials, una generación ansiosa por viajar y conocer nuevos destinos [Електронний ресурс] / Hosteltur // Офіційний сайт. – Режим доступу:

- [http://www.hosteltur.com/116636\\_millennials-generacion-ansiosa-viajar-conocer-nuevos-destinos.html](http://www.hosteltur.com/116636_millennials-generacion-ansiosa-viajar-conocer-nuevos-destinos.html). – Назва з екрана.
32. Lopez R. Relación del transporte con el sector turismo motivo : монографія / R. Lopez [Електронний ресурс] / Monografias // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.monografias.com/trabajos95/transporte-turistico/transporte-turistico.shtml>. – 05.11.2016. – Назва з екрана.
33. Медвідь Л.І. Транспортна інфраструктура як важливий чинник розвитку туристичної галузі регіону / Л.І. Медвідь // [Електронний ресурс] Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://geopolitika.crimea.edu/arhiv/2014/tom10-v-2/029medv.pdf>. – 10.02.2014. – Назва з екрана.
34. Definicion y clasificacion de los recursos turisticos [Електронний ресурс] / Entorno turistico // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>. – 09.10.2016. – Назва з екрана.
35. Los recursos turisticos [Електронний ресурс] / Viaja Ecuador // Офіційний сайт. – Режим доступу: [www.ecuador.travel](http://www.ecuador.travel). – 23.04.2016. – Назва з екрана.
36. Geografia del Ecuador [Електронний ресурс] / Oratlas // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.oratlas.com/libro-mundial/ecuador/geografia>. – 2016. – Назва з екрана.
37. Clima del Ecuador [Електронний ресурс] / En Ecuador // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.en-ecuador.com/clima.php>. – Назва з екрана.
38. Ruta del sol [Електронний ресурс] / Ecuador te espera // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://ecuadorteespera.blogspot.com/p/ruta-del-sol.html>. – Назва з екрана.
39. Mapas turisticos y viales del Ecuador [Електроннийресурс] / Turismo Ecuador // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://ecuadorteespera.blogspot.com/p/ruta-del-sol.html/>. – Назва з екрана.
40. Turismo comunitario [Електроннийресурс] / Tsaitami travel vive viajando // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.tsaitami.com/tours.aspx?id=36>. – Назва з екрана.
41. La avenida de los volcanes [Електроннийресурс] / EcuadorExplorer.com // Офіційний сайт.- Режим доступу:

- [http://www.ecuadorexplorer.com/html/avenue\\_volcanos\\_tours.htm](http://www.ecuadorexplorer.com/html/avenue_volcanos_tours.htm). – Назва з екрана.
42. La selva amazonia [Електроннийресурс] / EcuadorExplorer.com//  
Офіційний сайт.- Режим доступу:  
<http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/la-selva-amazonica.html>. – Назва з екрана.
43. Areas protegidas [Електроннийресурс] / Ministerio del Ambiente //  
Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.ambiente.gob.ec/areas-protegidas-3/>. – Назва з екрана.
44. UNESCO inscribe a las islas Galápagos en la lista de patrimonios en peligro [Електроннийресурс] / Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana //  
Офіційний сайт.- Режим доступу:  
<http://www.cancilleria.gob.ec/unesco-inscribe-a-las-islas-galapagos-en-la-lista-de-patrimonios-en-peligro/>. – Назва з екрана.
45. Crecen inversiones turisticas en Ecuador [Електроннийресурс] / Ministerio del Turismo //  
Офіційний сайт Ministerio del Turismo.- Режим доступу:  
<http://www.turismo.gob.ec/crecen-inversiones-turisticas-en-ecuador/>. –05.06.2015. – Назва з екрана.
46. Analisis del sector Turismo [Електроннийресурс] / Instituto de promocion de exportaciones e inversiones //  
Офіційний сайт ProEcuador.- С. 4 - 12  
Режим доступу: [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2012/12/PROEC\\_AS2012\\_TURISMO.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf). – 11.2015. – Назва з екрана
47. Turismo en cifras [Електроннийресурс] / Portal servicios MINTUR //  
Офіційний сайт.- Режим доступу:  
<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras?layout=blog>. – 2017. – Назва з екрана
- 48.El transporte terrestre de pasajeros en Ecuador [Електроннийресурс] / INEC //  
Офіційний сайт.- Режим доступу:  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

- inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios\_Economicos/Transporte\_Quito.pdf. – 2017. – Назва з екрана
49. La experiencia del destino turistico [Електронний ресурс] / Quito en cifras // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.quito-turismo.gob.ec/phocadownload/EstadisticasUIO/Quitoencifras/quito%20en%20cifras%202.pdf>. – 2016. – Назва з екрана
50. El gobierno se plantea metas ambiciosas para el turismo 2015 [Електронний ресурс] / El ciudadano // Офіційний сайт El ciudadano.- Режим доступу: <http://www.elciudadano.gob.ec/gobierno-se-plantea-metas-ambiciosas-para-el-sector-turistico-en-2015/>. – 2015. – Назва з екрана
51. Crecen inversiones turisticas en Ecuador [Електронний ресурс] / Ministerio del Turismo // Офіційний сайт Ministerio del Turismo.- Режим доступу: <http://www.turismo.gob.ec/crecen-inversiones-turisticas-en-ecuador/>. – 06.06.2015. – Назва з екрана
52. La inseguridad en el Ecuador [Електронний ресурс] / Cedatos // Офіційний сайт.- Режим доступу: [http://www.cedatos.com.ec/detalles\\_noticia.php?Id=86](http://www.cedatos.com.ec/detalles_noticia.php?Id=86). – 04.2015. – Назва з екрана
53. Evaluacion del potencial en municipios turisticos a traves de metodologias participativas [Електронний ресурс] / Estructura turistica // Офіційний сайт Eumed.net.- Режим доступу: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/infraestructura-turistica.htm> . – 2012. – Назва з екрана
54. Terremoto de magnitud 7,8 en la zona costera de Ecuador deja más de 600 muertos [Електронний ресурс] / BBC mundo // Офіційний сайт.- Режим доступу: [http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/04/160416\\_ecuador\\_terremoto\\_magnitud\\_colombia\\_peru\\_bm](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/04/160416_ecuador_terremoto_magnitud_colombia_peru_bm) . – 04.2016. – Назва з екрана
55. Cinturon de fuego del Pacifico [Електронний ресурс] / Geoenciclopedia // Офіційний сайт ProEcuador.- С. 4 - 12 Режим доступу:

- <http://www.geoenciclopedia.com/cinturon-de-fuego-del-pacifico/>. – Назва з екрана
56. Ecuador tiene un gran potencial turistico con sus cuatro regiones naturales [Електронний ресурс] / Ecuador en vivo // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.ecuadorenvivo.com/sociedad/189-videos/13150-ecuador-tiene-un-gran-potencial-turistico-con-sus-cuatro-regiones-naturales-afirma-enrique-altamirano.html#.WgxtaWiCzIU>. – 02.04.2014. – Назва з екрана
57. ¿Quiénes son los ‘millennials’ y por qué son una generación única? [Електронний ресурс] / BBVA // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://www.bbva.com/es/quienes-millennials-generacion-unica/>. – 05.01.2015. – Назва з екрана
58. Turismo de negocios [Електронний ресурс] / Wikipedia // Офіційний сайт.- Режим доступу: [https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo\\_de\\_negocios](https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_de_negocios). – Назва з екрана
59. Deloitte, Tendencias Globales en Capital Humano 2016 [Електронний ресурс] / Deloitte University Press // Офіційний сайт.- Режим доступу: [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pa/Documents/human-capital/2016\\_PA\\_CapitalHumanoTrends\\_Esp.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pa/Documents/human-capital/2016_PA_CapitalHumanoTrends_Esp.pdf)05.01.2015. – Назва з екрана
60. El verdadero sentido de las redes sociales [Електронний ресурс] / hosteltur // Офіційний сайт.- Режим доступу: [https://www.hosteltur.com/comunidad/005575\\_el-verdadero-sentido-de-las-redes-sociales-en-turismo.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/005575_el-verdadero-sentido-de-las-redes-sociales-en-turismo.html). – 2017. – Назва з екрана
61. Tendencias del turismo [Електронний ресурс] / The Ostelea // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://www.ostelea.com/es/actualidad/blog-turismo/5-tendencias-del-turismo-negocio>. – 2017. – Назва з екрана
62. Ecuador promociona su potencial turístico en la feria [Електронний ресурс] / Diario EL COMERCIO // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.elcomercio.com/viajar/ecuador-promociona-potencial-turistico-anato.html> . – 02.03.2017. – Назва з екрана
63. Que redes sociales son mejores para el turismo, ocio y restauracion [Електронний ресурс] / Mabel Cajal // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://www.mabelcajal.com/2017/07/que-redes-sociales-para-turismo-ocio-restauracion.html/>. – 06.07.2017. – Назва з екрана



64. Calendario de eventos de Jurgen Klaric [Електроннийресурс] / Jurgen Klaric // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://jurgenkclaric.com/> . – 2017. – Назва з екрана
65. Crecen inversiones turisticas en Ecuador [Електроннийресурс] / Ministerio del Turismo // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.turismo.gob.ec/crecen-inversiones-turisticas-en-ecuador/>.- 2017. – Назва з екрана
66. El Turismo dinamizó en 285.5 millones de dólares la economía el 2016 [Електроннийресурс] / Ministerio de turismo // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.turismo.gob.ec/el-turismo-dinamizo-en-285-5-millones-de-dolares-la-economia-el-2016/>.- 05.01.2017. – Назва з екрана
67. Tendencias de viaje en 2017 [Електроннийресурс] / Trekksoft // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://www.trekksoft.com/es/blog/7-tendencias-viaje-2017-industria-turistica-global>.- 08.12.2016. – Назва з екрана
68. La industria turística ya supone el 11,2% del PIB español [Електроннийресурс] / Cronica Global // Офіційний сайт.- Режим доступу: [https://cronicaglobal.lespanol.com/business/industria-turistica-ya-supone-11-2-pib-espanol\\_66545\\_102.html](https://cronicaglobal.lespanol.com/business/industria-turistica-ya-supone-11-2-pib-espanol_66545_102.html).- 16.01.2017. – Назва з екрана
69. AI-Powered Social Media Marketing Suite [Електроннийресурс] / socialbakers // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://www.socialbakers.com>. – Назва з екрана
70. Де створити чат-бота без навичок програмування: огляд п'яти платформ [Електроннийресурс] / Mobilemarketing // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.mobilemarketing.com.ua/2017/01/31/de-stvoriti-chat-bota-bez-navichok-programuvannya-oglyad-pyati-platform/> . – Назва з екрана
71. La investigacion del turismo en el Ecuador [Електроннийресурс] / Transport // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://transport.ec/congreso-espol-2014/la-investigacion-del-turismo-en-el-ecuador/>. – 21.02.2014. – Назва з екрана
72. The future of travel and tourism [Електроннийресурс] / Responsible travel // Офіційний сайт.- Режим доступу:

- <https://www.responsibletravel.com/holidays/responsible-tourism/travel-guide/the-future-of-travel-and-tourism>. – Назва з екрана
73. Claves para el desarrollo del turismo [Електронний ресурс] / Diario EL COMERCIO // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-claves-desarrollo-turismo-economia.html> . – 06.11.2017. – Назва з екрана
74. Analisis del sector turistico [Електронний ресурс] / Proecuador // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/analisis-sector-turismo-2012/>. – 03.12.2012. – Назва з екрана
75. Resultados del 2015, año de la Calidad Turística en Ecuador [Електронний ресурс] / Ministerio de turismo // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.turismo.gob.ec/resultados-del-2015-ano-de-la-calidad-turistica-en-ecuador/>. – 31.12.2015. – Назва з екрана
76. Infraestructura y conectividad, claves para despegue turístico en Ecuador [Електронний ресурс] / El universo // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/11/30/nota/1853071/infraestructuras-conectividad-claves-despegue-turistico-ecuador>. – 30.11.2013. – Назва з екрана
77. Ecuador posicionara el turismo sostenible en la cumbre mundial [Електронний ресурс] / Transport // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://transport.ec/nacional/ecuador-posicionara-el-turismo-sostenible-en-la-cumbre-mundial/>. – 16.10.2016. – Назва з екрана
78. ¿Por qué el Turismo? [Електронний ресурс] / Organización Mundial del Turismo OMT // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo> . – 2015. – Назва з екрана
79. Organización Mundial del Turismo OMT [Електронний ресурс] / Organización Mundial del Turismo OMT // Офіційний сайт.- Режим доступу: [www.unwto.org](http://www.unwto.org) . – 2017. – Назва з екрана

80. Quiénes son y qué quieren los líderes del turismo mundial [Електроннийресурс] / Cinco días // Офіційний сайт.- Режим доступу: [http://cincodias.com/cincodias/2015/06/12/mercados/1434131473\\_916693.html](http://cincodias.com/cincodias/2015/06/12/mercados/1434131473_916693.html) . – 12.06.2015. – Назва з екрана
81. Holiday of the future [Електроннийресурс] / Expedia // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://blog.expedia.co.uk/holiday-of-the-future/>. – Назва з екрана
82. Que redes sociales son mejores para el turismo [Електроннийресурс] / Mabel Cajal // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://www.mabelcajal.com/2017/07/que-redes-sociales-para-turismo-ocio-restauracion.html/> . – 06.07.2017. – Назва з екрана
83. Rebolledo R. A. Los 10 países más competentes para el turismo [Електроннийресурс] / El Economista // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Los-10-paises-mas-competentes-para-el-turismo--20170410-0061.html> . – 10.04.2017. – Назва з екрана
84. Sanchez I. V. Mis 6 verdades sobre los "Destinos Turísticos Inteligentes" [Електроннийресурс] / Marketing turistico // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.isaacvidal.com/2013/12/mis-6-verdades-sobre-los-destinos.html> . – 12.2013. – Назва з екрана
85. 65 travel & tourism statistics to know about in 2017 and 2018 [Електроннийресурс] / Trekksoft // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://www.trekksoft.com/en/blog/65-travel-tourism-statistics-trends-for-2018> . – 08.09.2017. – Назва з екрана
86. Tourism Trends 2017: Prepare your Business [Електроннийресурс] / rezdy // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://www.rezdy.com/blog/tourism-trends-2017-prepare/> . – 26.03.2017. – Назва з екрана
87. Quintanilla C. Top Tourism Trends 2017 [Електроннийресурс] / Regiondo // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://pro.regiondo.com/top-tourism-trends-2017/> . – 19.07.2017. – Назва з екрана
88. 5 Unavoidable trends in digital tourism marketing in 2017 [Електроннийресурс] / Media Marketing // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.media-marketing.com/en/news/5-unavoidable-trends-in-digital-tourism-marketing-in-2017/> . – 2017. – Назва з екрана

89. Logan G. What is Sustainable Travel? [Електроннийресурс] / Eco traveler // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.ecotravellerguide.com/2012/09/what-is-sustainable-travel/> . – 19.09.2017. – Назва з екрана
90. Costas C. 6 Ways to Be a More Sustainable Traveler [Електроннийресурс] / National geographic // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://www.nationalgeographic.com/travel/lists/sustainable-travel-tips/> . – 11.07.2017. – Назва з екрана
91. Where Sustainable Travel Is Headed in 2017 [Електроннийресурс] / The New York Times // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://www.nytimes.com/2017/01/06/travel/where-sustainable-travel-is-headed-in-2017.html> . – 06.01.2017. – Назва з екрана
92. Green travel tips [Електроннийресурс] / Green global travel // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://greenglobaltravel.com/green-travel-tips-ultimate-guide-sustainable-travel/> . – 06.01.2017. – Назва з екрана
93. Starmer Smith C. Eco-friendly tourism on the rise [Електроннийресурс] / Telegraph // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.telegraph.co.uk/travel/731611/Eco-friendly-tourism-on-the-rise.html> . – 06.11.2014. – Назва з екрана
94. Siegle L. Is it possible to be an eco-friendly tourist? [Електроннийресурс] / The guardian // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://www.theguardian.com/environment/2009/nov/22/lucy-siegle-eco-friendly-tourism> . – 22.11.2009. – Назва з екрана
95. Environmentally friendly tourism [Електроннийресурс] / Discovering Antarctica // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://discoveringantarctica.org.uk/tourism/destination-antarctica/environmentally-friendly-tourism/> . – Назва з екрана
96. What is ecotourism? [Електроннийресурс] / Green global travel // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://greenglobaltravel.com/what-is-ecotourism-10-simple-steps-to-more-sustainable-travel/> . – Назва з екрана
97. Sustainable Tourism [Електроннийресурс] / Haggis adventures // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://www.haggisadventures.com/about-us/sustainable-tourism> . – Назва з екрана
98. Eco friendly Tourism [Електроннийресурс] / Ashmita trek // Офіційний сайт.- Режим доступу: <http://www.ashmitatrek.com/eco-friendly-tourism.html> . – Назва з екрана
99. 22 beneficios del turismo sostenible [Електроннийресурс] / Biosphere tourism // Офіційний сайт.- Режим доступу:

<https://www.biospheretourism.com/es/blog/22-beneficios-del-turismo-sostenible/94> . – 27.02.2017. – Назва з екрана

100. El ecoturismo en el Ecuador [Електронний ресурс] / Ecuador turistico // Офіційний сайт.- Режим доступу: <https://www.ecuador-turistico.com/2012/05/el-ecoturismo-en-el-ecuador-ecoturismo.html> . – Назва з екрана

## ДОДАТКИ

## Додаток А

### Найбільш відвідувані напрямки по міжнародних туристських прибуттів [79]

**Таблиця А.1**

Ранг	Країна	Міжнародних туристичних відвідувань, млн.		Відхилення, %
		За 2017 року	За 2016 року	
<b>У світі</b>				
1	Франція	82.6	84.5	-2.2
2	США	75.6	77.5	-2.4
3	Іспанія	75.6	68.5	10.3
4	КНР	59.3	56.9	4.2
5	Італія	52.4	50.7	3.2
6	Велика Британія	35.8	34.4	4.0
7	Німеччина	35.6	35.0	1.7
8	Мексика	35.0	32.1	8.9
9	Таїланд	32.6	29.9	8.9
10	Туреччина	31.3	39.5	-24.6
<b>В Америці</b>				
1	США	77.5	75.0	3.3
2	Мексика	32.1	29.3	9.4
3	Канада	18.0	16.5	8.7
4	Бразилія	6.3	6.4	-1.9
5	Аргентина	5.7	5.9	-3.3
6	Домініканська республіка	5.6	5.1	8.9
7	Чилі	4.5	3.7	21.9
8	Пуерто Ріко	3.5	3.2	9.1
9	Куба	3.5	3.0	17.5
10	Перу	3.5	3.2	7.5

<b>У Європі</b>				
1	Франція	82.6	84.5	-2.2
2	Іспанія	75.6	68.5	0.3
3	Італія	52.4	50.7	3.2
4	Об'єднане Королівство	35.8	34.4	4.0
5	Німеччина	35.6	35.0	1.7
6	Туреччина	31.3	39.5	24.6
7	Греція	28.8	26.6	5.1
8	Австрія	28.1	26.7	5.2
9	Росія	24.6	26.9	-8.6
10	Польща	17.5	16.7	4.4
<b>На Близькому Сході</b>				
1	Туреччина	39.5	39.8	-0.8
2	Саудівська Аравія	18.0	18.3	-1.5
3	Об'єднані Арабські Емірати	14.2	13.2	7.6
4	Єгипет	9.1	9.6	-5.1
5	Іран	5.2	5.0	5.4
6	Йорданія	3.8	4.0	-5.7
7	Катар	2.9	2.8	3.7
8	Ізраїль	2.8	2.9	-4.4
9	Оман	1.9	1.6	17.8
10	Ліван	1.5	1.4	12.1
<b>В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні</b>				
1	Китай	59.3	56.9	4.2
2	Тайланд	32.6	29.9	8.9
3	Малайзія	26.8	25.7	4.0
4	Гонконг	26.6	26.7	-0.5
5	Японія	24.0	19.7	21.8
6	Південна Корея	17.2	13.2	30.3
7	Макао	15.7	14.3	9.8

## Продовження табл. А.1

8	Індія	14.6	13.3	9.7
9	Сінгапур	12.9	12.1	7.1
10	Індонезія	12.0	10.0	15.5