

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

АРГЕЛЬО РЕЙЕС ДЖОН ПОУЛЬ

**Просування міжнародного туризму в Еквадорі через
цифровий додаток**

Спеціальність: 242 Туризм
магістерська програма – Міжнародний туризм
Магістерська робота

Виконала студентка групи Тм-21
Х. Дж. АргельоРейес

Науковий керівник:
В. Я. Брич

Дипломну роботу допущено до захисту:

" ___ " _____ 20__ р.

Завідувач кафедри

_____ Ю.П. Гуменюк

ТЕРНОПІЛЬ – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ	9
1.1. Еволюція міжнародного туризму	9
1.2. Класифікація міжнародного туризму.....	17
1.3. Цифрова трансформація та туризм	26
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	35
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ ЕКВАДОРУ ТА ЙОГО ПРОМУШЕННЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ	36
2.1. Аналіз сучасного стану міжнародного туризму Еквадору.....	36
2.2. Вивчення технологічної інфраструктури туристичного сектору в Еквадорі	43
2.3. Вплив пандемії на туризм в Еквадорі	50
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	56
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЯ ДЛЯ СПРИЯННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ЧЕРЕЗ РОЗВИТОК МОБІЛЬНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ.....	58
3.1. Технологічні тенденції просування туристичних послуг	58
3.2. Технологічний розвиток мобільної програми та використання доповненої реальності для залучення міжнародного попиту на туризм в Еквадорі	66
3.3. Організація найкращих туристичних визначних пам'яток Еквадору за видами діяльності	71
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	81
ВИСНОВКИ.....	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	85
ДОДАТКИ.....	92

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
Retainable Evaluator Execution Framework	REEF
Software-defined everything	SDE
Software-defined networking	SDN
Internet of Things	IoT
World Wide Web	www
Business Intelligence	BI
Enterprise Resource Planning	ERP
Facebook, Amazon, Netflix, Google	FANG
Bai, Alibaba, Tencent	BAT

ВСТУП

Туризм у 21 столітті позиціонував себе як одну з найважливіших видів економічного та культурного розвитку країн світу. Туризм - це соціокультурне явище, пов'язане з пересуванням людей, та діяльність, пов'язана з подорожами, пізнанням, насолодою нових місць, транспортом, проживанням, навчанням, розвагами та місцями, де людина не живе постійно.

Актуальність теми магістерської роботи, полягає в тому, що Еквадор - це країна з багатьма туристичними багатствами, серед яких унікальні місця в природі, культурна спадщина людства, різноманітна гастрономія, ідеальний клімат для різних видів туризму протягом усього року. Все це означає великий потенціал, який ще не використаний і який може приносити високі доходи для країни та прямо та опосередковано сприяти розвитку різних галузей промисловості.

Туризм можна класифікувати за видами діяльності, які можуть бути: туризм культури, пригоди, сонячний та пляжний туризм, релаксаційний туризм, гастрономічний туризм, оздоровчий та естетичний туризм тощо. Безперечно, існує багато категорій та підкатегорій, які походять від кожної з них, і це дає чудовий варіант для кожного типу людей: дітей, дорослих та людей похилого віку, а також відкриває нові можливості для розвитку туристичного бізнесу. Сучасний туризм вважається одним із найбільших і

Важливість цієї тези полягає в позитивному впливі, який туризм представляє для країн, і в зростанні, яке він мав за останні десятиліття (за винятком пандемії 2020 року). Важливо підкреслити значення, яке уряди надають туризму, оскільки він, безперечно, є джерелом доходу для економіки та джерелом зайнятості для людей.

Туризм демонструє постійний ріст в Еквадорі, щороку приваблюючи більше туристів, і це відображається на зростанні міст з новими готелями, новими туристичними визначними пам'ятками та новими підприємствами. В Еквадорі туризм є третім за значимістю джерелом не нафтового доходу в країні.

З 2013 року Еквадор вдосконалив елементи, що складають туристичний пакет, і з цієї причини він виграв премію World Travel Awards у своїй південноамериканській версії, що є еквівалентом Оскарів у кіно, на сьогодні Еквадор виграв 131 нагороди як найкращий туристичний напрямок, ставши країною з найбільшою кількістю переможців та побивши рекорди в отриманні цих нагород. За даними Міністерства туризму, з 2012 року Еквадор демонструє щорічне зростання між 10% і 14% [1].

Туристична пропозиція, яка робить Еквадор дуже привабливим туристичним напрямком, - це його привілейоване географічне розташування, історія, природа та велике гастрономічне різноманіття. Проблема, з якою стикаються Латинська Америка та Еквадор, полягає у погано використаному та погано реалізованому технологічному стрибку.

У Латинській Америці та особливо в Еквадорі є чудові місця, але реальність така, що недостатньо інфраструктури, стратегій розвитку та планування, щоб надати унікальний досвід користувачам, це також пов'язано з відсутністю реклами та впровадженням технологій для сприяння та вдосконалення досвід туристів.

Кількість туристичної інформації, яка присутня в Інтернеті, дуже велика, і оскільки пропозиція така велика для міжнародних туристів, це стає проблемою, оскільки це не полегшує вибір місця призначення та конкретних видів діяльності.

Важливість цієї дипломної роботи полягає у впровадженні технологій у туризмі як інструменту реклами та вдосконаленні туристичного досвіду для додавання вартості та оптимізації ресурсів, що просувають Еквадор у всьому світі.

Розробка мобільного додатка з маркерами доповненої реальності, спрямованого на просування Еквадору як туристичної країни, складається із збору всієї туристичної пропозиції країни та класифікації її за категоріями туризму для полегшення вибору видів діяльності та місць відповідно до інтересу туриста.

Ця програма є моделлю використання технології як інструменту в туризмі, завдяки маркерам доповненої реальності Додаток може використовуватися як бренд країни, що представляє Еквадор на міжнародному рівні. Застосування програми може бути різноманітним, оскільки завдяки маркерам доповненої реальності та маркерам Qr їх можна використовувати в сувенірних виробках, рекламних матеріалах, цифрових носіях, продуктах харчування, журналах тощо, тобто використання дуже різноманітні.

Метою магістерської роботи є проведення дослідження поточної ситуації з розвитком туризму в Еквадорі, використання технологій як засобу підтримки просування на міжнародному ринку, розробити мобільний додаток для інтеграції туристичних пропозицій Еквадору та вдосконалення міжнародного туризму в Еквадорі, а також скористатися туристичними ресурсами та допомогти захистити культуру предків народів Еквадору.

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

- Вивчити еволюцію міжнародного туризму з часом.
- Описати класифікацію міжнародного туризму відповідно до регіональних, соціальних та демографічних пропозицій та умов.
- Дослідити типи технологій, які існують сьогодні та можуть бути використані у міжнародному туризмі.
- Проаналізувати потік міжнародного туризму в Еквадорі за останні роки.

- Вивчати, які типи технологічних конструкцій використовуються в туризмі в Еквадорі.
- Оцінити вплив Covid-19 на туризм в Еквадорі.
- Поміркувати, які технологічні тенденції можна використовувати для просування туристичних послуг в Еквадорі.
- Розробити програмне забезпечення для туристичного використання з базою даних туристичних послуг Еквадору на користь міжнародних туристів та туристичного бізнесу.

Об'єктом дослідження даної магістерської роботи є міжнародний туристичний сектор та застосування технологій у туризмі.

Предметом дослідження даної магістерської роботи є сукупність теоретичних та практичних матеріалів щодо зростання туризму в Еквадорі із застосуванням технологій як фактора соціально-економічного розвитку та його релевантності на міжнародному рівні.

Методи дослідження. У процесі наукового дослідження використано сукупність загальнонаукових методів дослідження та пізнання, серед яких варто виділити: кількісні дослідження (це допомагає нам зібрати номери даних про в'їзд та виїзд міжнародних та національних туристів в Еквадор та потужність кількісно визначити, виміряти, записати та пов'язати їх із дедуктивними методами); описове дослідження (метою описового дослідження є перевірка гіпотез проведених досліджень, оскільки ми зосереджуємось на описі фактів або подій на основі теоретичного критерію); документальне дослідження (воно є одним із наймасштабніших, оскільки базується на отриманні даних з різних надійних джерел, для уточнення тем дослідження, правдивої та точної інформації); польові дослідження (цей метод дослідження стосується отримання даних безпосередньо в реальності, в умовах поточної ситуації, тому ці дані дуже важливі і класифікуються як первинні).

Інформаційна база дослідження. Інформаційною основою проведеного дослідження цієї теми є офіційні джерела національних та міжнародних організацій, таких як Світова туристична організація, Міністерство туризму Еквадору, дослідження та наукові публікації суб'єктів технологічного розвитку, такі як Mobile Worlds Congress, наукові праці в галузі туризму Еквадор, що показує послуги та соціально-економічні функції туризму.

Наукова новизна одержаних результатів визначається оцінками досліджень та польових випробувань, взаємодією з міжнародними користувачами, випробуванням технологічного розвитку просування туризму в Еквадорі.

Практичне значення отриманих результатів дослідження полягає у тому, що вони перевіряють розвиток стратегії та дозволяють отримати реальну відповідь, яка може бути модифікована для вдосконалення досягнення ефективної та точної системи ефективного просування туризму в Еквадорі на міжнародному рівні.

Апробація результатів дослідження. Головні положення і результати дослідження були опубліковані в збірнику тез доповідей XVI Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених «Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна візія та виклики глобалізації» (м. Тернопіль 2019 р.). Тема виступу: «How to build a digital brand for optimal growth».

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ

1.1. Еволюція міжнародного туризму

Однією з найбільших економічних галузей у світі є туризм, він становить 10,4% ВВП у всьому світі і створює велику кількість робочих місць, прямих чи непрямих [2].

Розуміння широкого значення туризму вимагає аналізу та врахування різних точок зору, туризм не має однозначного визначення і по-різному трактується.

За словами Мануеля Гуррії Ді Белли, під туризмом розуміється вся діяльність, яку люди здійснюють під час поїздок (дозвілля, бізнес чи з особистих причин); туристична галузь охоплює важливе значення у світовій економіці та сприяє кращому розподілу грошей, оскільки люди, які мають економічну спроможність подорожувати, роблять витрати в інших місцях, і це призводить до того, що грошовий потік стає більш динамічним [3].

Еміліо Гарсія у своїй книзі "Психосоціологія дозвілля та туризму" говорить, що головними дійовими особами в туризмі є мандрівники, і виходячи з їх потреб, туризм формується [2]. Таким чином, з плином часу туризм розвивався і набував різних проявів.

Говорити про еволюцію туризму було б неповно без історичної перспективи, туризм має історію успіхів і невдач у багатьох частинах світу, спочатку люди не їздили на туристичну діяльність, вони їхали через необхідність та виживання через зміни клімату і в пошуках тварин, які прибули з цими кліматичними змінами. Люди починають переїжджати з місця на місце, поки не виявляють родючі землі, там вони також виявляють

скотарство, торгівлю та сільське господарство, в цих місцях люди зустрічаються, починають прибувати великі сім'ї, і таким чином починають формуватися перші народів, серед найважливіших є: Месопотамія, Китай, Індія та Єгипет. Людина стала більш осілою [4].

З'являється грецька цивілізація, яка зосереджувалась на розвитку релігії, спорту та спробах створити та розвинути власну культуру. Римляни прийняли звичаї у греків і народилася греко-римська культура.

Римляни розвинули термалізм, поїздки, що здійснювались переважно Аппієвим шляхом (перші маршрути, які були зроблені), перша подорож до моря була здійснена як туристичний відпочинок, те, що на сьогоднішній день є найбільш привабливим в туризмі - поїздки для відпочинку переважно на пляж [4].

У середні віки туризм зазнає стагнації або невдачі, але виникає новий спосіб подорожі, який є верхи на конях, там люди подорожують з метою шукати своїх священних місць, тому виникають хрестові походи, хрестові походи битви, які християни вели з арабами, за перемогу на тих священних територіях, які є в Біблії: Свята Земля, Венеція та Сантьяго де Компостела, головні міста, куди подорожували люди. Також виникає EL HAJJ, ісламісти повинні хоча б раз у житті подорожувати до Мекки [6].

Ці рухи людей спричинили створення карт, покращили торгівлю та покращили зв'язок, збільшили туризм завдяки створенню корчм та готелів, інші послуги пропонувались паломникам, ці послуги надавала здебільшого Церква, яка втручалася у всі сфери життя.

Середньовіччя розпочалося в 476 році з падінням Західної Римської імперії і закінчилося в 1492 році. У сучасну епоху виникли корабель і залізниця, і термін "готель" - це місце, де зупинялися ремісники та придворні. Також з'явилися морські експедиції, якими керували Португалія, Іспанія, Англія та Франція [7].

Наприкінці 16 століття з'явився "EL GRAN TOUR", який був нагороджений студентами за закінчення навчання, які подорожували, щоб

отримати новий досвід та поглибити свої знання. У цей час "термізм" зазнає буму, як і долотерапія. Починаються поїздки на повітряних кулях, автомобілях, літаках. У середині 16 століття англієць Томас Кук, відомий як батько туризму, організував першу поїздку, і з'явився термін "Туристичний пакет", він створив перше туристичне агентство, відоме як "Thomas Cook & Son", а також створив баучер [8].

Наприкінці XIX століття туризм розгорнувся як економічна діяльність, промислова революція дозволила буржуазії мати більше економічних ресурсів, тому явище туризму постало як галузь. Такі підприємці, як Генрі Уеллс та Вільям Фарго, створили туристичну агенцію "Américan Express", спочатку орієнтовану на перевезення товарів, створили систему фінансування, а також видали електронні чеки. Дорожні чеки - це персоналізовані гроші, які потім можна обміняти на паперові гроші.

Що стосується готельного господарства, то з'являється великий "Сезар Рітц", батько сучасних готелів, він вдосконалив готельні послуги, створив ванну кімнату в кожній кімнаті, створив більш персоналізований сервіс, створив, організував і керував "Режимом Ансієна Турістіко". Його також вважають "артистом елегантного життя", який вважається майстром церемоній, оскільки туди, куди він ходив, йшли королі, магнати та світові громадські діячі. За його ініціативою були створені готелі "Carlton in London", "Ritz in Paris" та у всьому світі [9].

Перша та Друга світові війни закінчуються, європейці вирушають у подорож по всьому світу, щоб забути катастрофи, спричинені конфліктами, туристична індустрія злітає, а машини, автобуси вторгуються на пляжі, річки та озера. Згодом поява судноплавних компаній та авіакомпаній дозволила зменшити відстані та збільшити туризм.

У 50-х і 70-х роках з'являється те, що відоме як БУМ світового туризму, у всьому світі пропагується культура "дозвілля", у 80-ті роки рівень життя знову підвищується, і туризм стає економічний девіз країн, які його розробляють.

У 90-ті європейські комуністичні режими, міжнародні конфлікти та возз'єднання Німеччини впали, сектор консолідувався, а попит на нові товари та туристичні напрямки зріс. Національна та міжнародна політики підтримують туризм, впроваджують політику просування, планування та маркетингу, працюючи в рамках концепції сталого розвитку туризму.

У 21 столітті тенденції вказують на те, що подорожі зі Східної Азії та Тихого океану до Америки та Європи зростають. Сонячно-пляжний туризм все більше орієнтується на екзотичні місця, пригодницький туризм зростає перед вимогами нового досвіду та ризиків, природний туризм набуває нового імпульсу в умовах оновленої екологічної та культурної свідомості, на майбутнє очікується, що туризм зазнає високого зростання. Країни, що розвиваються, повинні прагнути миру та інвестувати в розвиток інфраструктури та туризму, щоб брати участь у цьому глобальному зростанні. Цю тенденцію можна побачити на графіку 1.1.1.

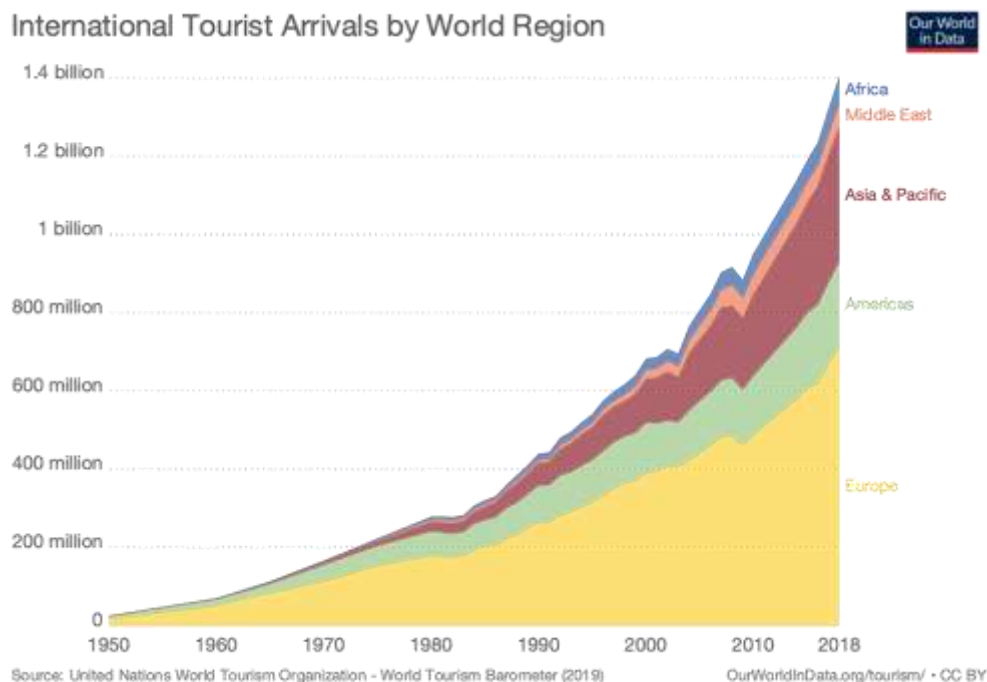


Рис. 1.1.1. Міжнародні туристичні прибуття за регіонами світу [10].

(<https://ourworldindata.org/tourism>) Gráfico (1.1)

культурної свідомості, на майбутнє очікується, що туризм зазнає високого зростання. Країни, що розвиваються, повинні прагнути миру та інвестувати в розвиток інфраструктури та туризму, щоб брати участь у цьому глобальному зростанні. Цю тенденцію можна побачити на графіку 1.1.1.

Еволюція сталого туризму. Історія світового туризму у ХХ столітті демонструє негативне бачення туристичної діяльності, між 1950 та 1970 роками збільшення туризму серед жінок та літнього населення дозволило міжнародним туристам подвоюватись кожні 7 років [11].

Технологічний прогрес у транспорті, культурна еволюція, збільшення на душу населення та нові туристичні напрямки є одними з факторів, що спричинили великий обсяг туристів, який часто перевищував можливості культурних та природних туристичних напрямків.

Така ситуація породила масовий туризм, що спричинив за собою низку негативних наслідків, таких як урбанізація та вирубка лісів природних просторів, видобуток ендегенних ресурсів з туристичних районів, зростаючий попит на воду та зловживання іншими ресурсами.

На початку цього нового бачення зростання туристичного сектору на конференції з питань навколишнього середовища, що відбулася у Стокгольмі, Швеція в 1980 р., виявилася ідея сталого розвитку туризму, яка вперше була піднята Міжнародним союзом на збереження природи, коли була оприлюднена світова стратегія охорони, в якій стійкість була задумана в екологічному плані, а економічні аспекти розвитку недостатньо враховані.

Кілька років потому Організація Об'єднаних Націй у 1983 році створила Світову комісію з навколишнього середовища та розвитку. Ця комісія протягом трьох років проводила різноманітні роботи на 5 континентах. У 1987 р. Комісія опублікувала документ під назвою наше спільне майбутнє, в якому було визначено поняття сталого розвитку як розвиток, який відповідає потребам сьогодення, без шкоди для здатності майбутніх поколінь задовольняти власні потреби.

У 1991 році термін Сталий туризм було вперше застосовано на святкуванні конгресу міжнародної асоціації наукових експертів з туризму.

У 1992 році, після кількох років підготовки, у місті Ріо-де-Жанейро в Бразилії відбулася всесвітня конференція з питань довкілля та розвитку під назвою "Саміт Землі", яка вважається найважливішою зустріччю світових лідерів у світі. З чого випливає "Декларація Ріо" про довкілля та розвиток, яка визначає права та обов'язки держав у пошуках прогресу та добробуту людства, а також велика програма дій щодо сталого світового розвитку у так званій «Порядку денному 21», яка встановлює рекомендації, спрямовані на досягнення сталого розвитку з економічної, соціальної та екологічної точок зору. Це видно на графіку (1.1.2).



Рис. 1.1.2. Програма дій щодо сталого світового розвитку [12].

Саме принципи, проголошені в декларації Ріо-де-Жанейро про навколишнє середовище та розвиток, та рекомендації, випущені в «Порядку денному 21», є початком світового руху на користь сталого туризму.

Роками пізніше, у квітні 1995 р., В Лазароте, Іспанія, відбулася всесвітня конференція з питань сталого туризму, скликана організаційною комісією різними установами та програмами ООН, де брали участь неурядові організації, мережа університетів, іспанські адміністрації та інші. установ, що мають міжнародне значення, конференція проголосила "Хартію сталого туризму", яка в першому пункті встановлює, що розвиток туризму повинен базуватися на критеріях сталості, тобто він повинен бути довготерпимим, економічно вигідним та справедливим з точки зору етики та соціальної перспективи для місцевих громад.

Еволюція міжнародного туризму та нові способи туризму спричинили вплив на туризм у міжнародному масштабі, можна стверджувати, що найбільш характерною рисою було надзвичайне зростання туристичної діяльності в останні десятиліття.

На графіку 1.1.3 ми бачимо, як туризм на сьогодні є характеристикою розвинених суспільств, країн із економікою, що розвиваються, і має високу цінність.

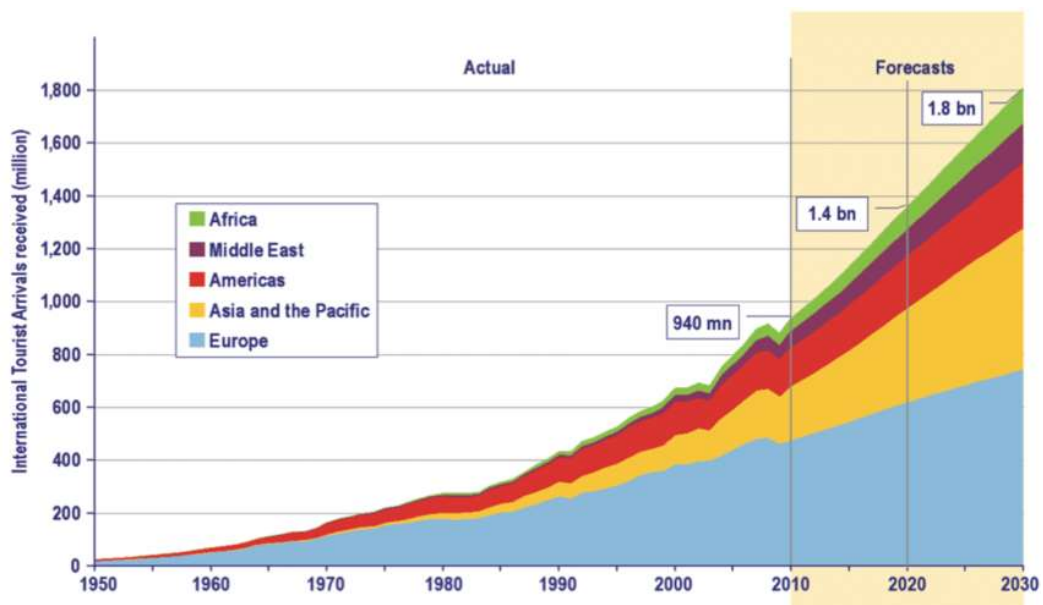


Рис. 1.1.3. Міжнародні прибуття по всьому світу та перспективи зростання в найближчі 10 років [13].

Жоден простір, яким би віддаленим чи відразливим він не здався, не уникне географічного розширення туризму, хоча це також правда, і потрібно враховувати, що не всі простори стають туристичними напрямками.

Сьогодні ми живемо занурені в те, що називають "масовим туризмом". Останнє дослідження Всесвітньої туристичної організації, опубліковане в 2015 році, свідчить про те, як 25 мільйонів туристів у 1950 році зросли до понад 1100 мільйонів сьогодні. У зв'язку з туристичною діяльністю також зростає дохід з 2 млрд. Доларів у 1950 р. До понад 1,5 млн. Сьогодні.

На графіку також показано, як майбутні прогнози виявляють зростання кількості туристів до приблизно 1,8 мільярда в 2030 році, хоча з певним уповільненням зростання туризму в найближчі десятиліття постійно зростатиме близько до 3 % рік [14].

Це зростання в туризмі породжує нові питання, причини, які спонукали ріст туризму, збільшення доходів та витратних можливостей, головним чином у розвинутих суспільствах, пов'язаних із скороченням робочого часу, оплачуваних відпусток, демократизація повітряного транспорту, також із вдосконаленням технологій, до цього також додається збільшення вільного часу людей, що сприяє технологічному розвитку та автоматизації процесів у споживчих товариствах.

З цією історією розвитку туризму з'являються нові способи туризму, серед яких ми можемо включати: гастрономічний туризм, винний туризм, промисловий туризм, релігійний туризм, оздоровчий туризм або купальний туризм, природний туризм та ін.

Ці нові рухи, до яких еволюціонував туризм, зумовлені ЕКОЛОГІЧНОЮ тенденцією з більшим усвідомленням довкілля та зрілістю різних ресурсів звичайного туризму.

Як ми можемо бачити, туризм є галуззю економіки, яка активно розвивається і еволюціонує з плином часу. Це також одна із сфер, яка ефективно використовує інші ресурси, такі як технологічні досягнення та все, що може бути привабливим для мандрівника.

1.2. Класифікація міжнародного туризму

Характер туризму має багато різновидів і привертає увагу різних дисциплін, вимагаючи, щоб кожна з них виражала свою концепцію та формувала більше одного визначення. Туризм починається з причин або мотивів подорожуючих (релігійних, економічних, психологічних, культурних, екологічних, медичних, досвідчених тощо), тому визначення туризму дещо складне, і кожна людина може мати своє власне тлумачення відповідно до своїх досвід, інтересів та культури.

Існує кілька точок зору для визначення та класифікації туризму на основі досвіду мандрівника та приймаючої спільноти або туристичної пропозиції:

- З точки зору туриста, туризм - це природний феномен людської істоти, щоб переїхати в інше місце, ніж те, де він зазвичай живе, щоб скористатися перевагами інших місць, відпочити, відтворити, пізнати, навчитися та уникнути монотонності свого життя.
- З боку одержувачів або випромінювачів туризму, він є економічним явищем, яке впливає на багатство народів, завдяки обміну послугами на паперові гроші, обміну культурою, мовами, віруваннями тощо.

Концепція, видана Всесвітньою туристичною організацією, дозволяє визначити різні види туризму:

- міжнародний туризм між країнами,
- туризм в межах країни проживання,
- туризм відповідно до тривалості перебування.

«Туризм» визначається діяльністю відвідувачів, включаючи туристів та одноденних екскурсантів або відвідувачів, під час перебування менше одного року. Надалі ми будемо більш детально проаналізувати цю класифікацію, яка є однією з найбільших [15].

За даними Всесвітньої туристичної організації, відвідувачі поділяються на дві категорії: туристи та екскурсанти.



Рис. 1.2.1. Класифікація відвідувачів за ООН [16].

Важливо пояснити, що в обох категоріях відвідувачі вільно подорожують з мирних та неміграційних причин. Визначення, видане ВТО в 1991 р., включає як туристів тих, хто подорожує для бізнесу та хто залишає прибуток країні перебування, це включає бізнесменів, художників або спортсменів [17].

З 1963 р. На конференції ООН з питань туризму та міжнародних подорожей, що відбулася в Римі, Італія, туристом визначали будь-яку особу, яка подорожує з метою бізнесу, оскільки ця група людей або мандрівників користується тими ж туристичними послугами: транспорт, ресторани, проживання, відвідування туристичних місць, покупка сувенірів тощо.

Протилежне явище, що трапляється з міграційними переміщеннями, коли їх поїздки здійснюються з робочих причин, за контрактами на послуги та оплачуються замовниками.

Туризм - це право людини, встановлене ООН у 1948 р., В статуті якого визнається право кожного змінювати місце проживання, вільний вибір роботи, право на переміщення та право на подорожування [18].

Також Міжнародна організація праці в 1936 р. Визнала право на відпочинок, вільний час та оплачувані відпустки за непрацюючий час.

ВТО описує форми туризму однорідно для порівняння даних на міжнародному рівні. Форми туризму залежать від місця проживання туриста та причини їх переміщення. З цих причин ми можемо отримати такі форми:



Рис. 1.2.1. Форми туризму за ООН

- Домашній туризм. Включає відвідувачів, які проживають на економічній території відповідної країни.

- В'їзний туризм. Його формують відвідувачі-нерезиденти на економічній території країни перебування.
- Виїзний туризм. Включає відвідувачів, які проживають за межами економічної території країни референції.
- Внутрішній туризм. Як резиденти, так і нерезиденти на економічній території референтної країни, тобто він включає внутрішній туризм та реципієнта.
- Національний туризм. Його формують відвідувачі-резиденти всередині та за межами економічної території референтної країни, тобто він включає внутрішній туризм та виїзний.
- Міжнародний туризм. Складається із в'їзного та виїзного туризму.

Таким чином, ринок можна поділити на однорідні групи, щоб постачальники послуг могли задовольнити потреби кожної групи туристів і керувати плануванням проектів з інфраструктури та послуг, а також розробляти маркетингові стратегії, орієнтовані на спеціалізований туризм.

Туризм можна класифікувати як спортивний, відпустковий, діловий, конвенційний, гастрономічний, оздоровчий, науковий, навчальний, культурний, релігійний, студентський, пригодницький та дружній або сімейний. Ці класифікації туризму можна згрупувати за трьома категоріями: дозвіллевий туризм, спеціалізований туризм та споріднений туризм, як показано у таблиці 1.2.1.

Дозвіллевий туризм або туризм відпочинку або дозвіллевий туризм, вважається одним із найпоширеніших проявів серед користувачів чи туристів, цей вид туризму відповідає основній концепції традиційного визначення туризму щодо зміни навколишнього середовища під час відпочинку [19].

Можна сказати, що залежно від відвідуваного місця, тут можна виділити пляжний, джунглі, гірський та сільський туризм. Так само їх можна поєднувати з демографічними змінними відвідувача, такими як вік, професія,

сімейний стан або місце походження. Насправді багато видів туризму, такі як культурний, студентський та природничий, поєднуються з дозвіллевим туризмом.

Таблиця 1.2.1.

Класифікація туризму відповідно до причини подорожі

Дозвіллевий туризм	<ul style="list-style-type: none"> • Пляжний туризм • Гірський туризм
Спеціалізований туризм	<ul style="list-style-type: none"> • Пригодницький туризм • Навчальний туризм • Науковий туризм • Оздоровчий туризм
Споріднений туризм	<ul style="list-style-type: none"> • Спортивний туризм • Діловий туризм • Релігійний туризм • Студентський туризм • Конгресний туризм • Гастрономічний туризм • Сімейний туризм • Танато Туризм • Родовий туризм

Спеціалізований туризм - один із найцікавіших, оскільки охоплює певні сфери. Ми надамо деталі кількох із них, що характеризують туризм Еквадору.

1) Пригодницький туризм - це форма подорожі, яку можна розглядати як альтернативу традиційним варіантам. Як випливає з назви "Пригоди", у подорожах зазвичай є компонент ризику, або, принаймні, прилив адреналіну, що робить їх нетрадиційним вибором і не рекомендується для туристів, які не мають фізичної та психологічної підготовки.

Цей вид туризму дозволяє займатися екстремальними видами спорту або викликами природі (альпінізм, дайвінг та інші), отже, це також тип природого та спортивного туризму. Включає поїздки, основним інтересом яких є спостереження за фауною та флорою, переважно до національних парків, що зазвичай доповнює інші форми туризму (відпустковий, студентський, науковий та інші).

Однак у цьому випадку природа, на відміну від екотуризму, не є самоціллю, а лише засобом досягнення кінцевої мети, тобто вона не прагне відкрити природний ресурс, а лише жити в навколишньому середовищі, щоб насолоджуватися певного досвіду. І як і екотуризм, він повинен бути належним чином регламентований, щоб ця діяльність не завдавала шкоди екосистемі, гарантуючи її сумісність та стійкість.

Ще однією характеристикою цього виду туризму є його спеціалізація, що ускладнює або не рекомендується займатися самотійно. Зазвичай його розробляють приватні компанії чи установи, які забезпечують моніторинг кожного виду діяльності, а також необхідний матеріал для його практики.

2) Екотуризм - це туристична діяльність, метою якої є захист навколишнього середовища, мінімізація кількості збитків, які туристи можуть заподіяти природному середовищу. Це вид туризму, пов'язаний з етикою та повагою до природи. Основна відмінність масового туризму від екотуризму полягає в тому, що екотуризм відповідає потребам екологічних зон. У той час як масовий туризм надає мало значення його впливу на навколишнє середовище або культуру призначення. Виникнення екотуризму чи екологічного туризму сягає 80-х років, коли світове суспільство почало ставати екологом, і таким чином воно виглядає як життєздатна альтернатива сталому розвитку, особливо як спосіб боротьби зі зміною клімату.

Агротуризм - це переміщення людей у різні місця, щоб знати процеси та виробничі системи поля (обробка, збирання врожаю та інші) або досвід сільського життя. Агротуризм зазвичай плутають з екотуризмом, однак, агротуризм слід розглядати як форму екотуризму та включати його практики.

Туризм у сільськогосподарських одиницях залишає великі переваги, оскільки товари, які споживає відвідувач, в основному виробляються на одних і тих же фермах.

Науковий туризм - це нова концепція, яка стосується поїздок та пересувань, здійснених з науково-дослідницькими цілями в певних університетах, бібліотеках, дослідницьких центрах, і всіх переміщених осіб, мотив яких є інтелектуальним та науковим. Науковий туризм створює добродічне коло, де генеровані ресурси використовуються для інвестування в дослідження, і одночасно результати досліджень передаються неспеціалізованій громадськості, і це представляє багатство для громади. Крім того, це пов'язано зі стійким туризмом, оскільки дослідження, яке він пропагує, служить для пошуку нових застосувань, що захищають та пропагують художню, природну та культурну спадщину місця.

Оздоровчий туризм - явище, зумовлене необхідністю вдосконалення, підтримки, зміцнення або відновлення здоров'я. Його походження пов'язано з різноманітністю медичних спеціальностей у всьому світі, що є дуже вигідним, оскільки туриста супроводжують сім'я та друзі, чиє перебування, як правило, тривалий. Потрібна увага спеціалізованого персоналу при передачі та в приймальних пунктах, клініках, лікарнях, готелях тощо.

Серед видів **спорідненого туризму** ми виділимо наступне:

Спортивний туризм - одна з найвизначніших класифікацій спорідненого туризму. Він включає всі поїздки, здійснені на спортивні заходи, що підтримуються рекреаційними установами та асоціаціями, або просто заняттям спортивною дисципліною.

Спортивний туризм може бути різних видів, зимовий туризм (альпінізм і лижі), водний туризм (вітрильний спорт, риболовля та плавання), а також мисливський, верховий та велосипедний туризм, серед інших. Спортивний туризм, як правило, дуже вигідний, але вимагає великих інвестицій у спортивну інфраструктуру. Так само це створює робочі місця, великі та передбачувані поїздки з точки зору кількості відвідувачів та тривалості

заходу. Здебільшого спортивним туризмом займаються молоді, проте в даний час це практикується все більшою кількістю людей похилого віку та пенсіонерів, що входять до спортивних асоціацій.

Діловий туризм можна визначити як туризм, який здійснюється для розробки ділових або комерційних угод, де беруть участь різні компанії. Тобто, коли з робочих причин люди мусять поїхати до іншого міста чи країни з певних інтересів своєї компанії. Цей вид туризму важливий у країнах та населених пунктах із стратегічним географічним положенням чи економічним розвитком, де комерційні товари представляють новинки та переваги, що стимулюють покупки відвідувачів. Це не підлягає сезонам туристичного відпочинку, і туроператори зазвичай мають постійну клієнтуру, за умови, що вони пропонують адекватну інфраструктуру та послуги.

Релігійний туризм мотивований цікавістю та інтересом до знання пам'яток, храмів, священних місць або подій, що символізують вірування, акт віри. Релігійний туризм представлений паломництвом, яке віруючі здійснюють у священні місця для виконання релігійних зобов'язань. Туристи прагнуть знати релігійну культурну спадщину, передану завдяки архітектурі та мистецтву, беруть участь у народних гуляннях та дотримуються традицій, котрі походять з тієї релігії, яку вони сповідують.

Культурний та студентський туризм є класифікацією спорідненого туризму. Культурний туризм мотивований бажанням мандрівника поширити свої знання та насолодитися художніми роботами в пам'ятниках, музеях, археологічних розкопках та ін. Студентський туризм зацікавлений у розширенні інтелектуального навчання за допомогою культурного обміну, який присутній під час подорожей. Цей вид туризму включає всі поїздки, здійснені групами студентів, в більшості випадків у компанії викладачів чи професіоналів у цій галузі, і які збираються відвідати визначні місця з метою розширення своїх знань. Ще однією перевагою цього туризму є те, що студент передає свої враження та сприйняття відвіданого пункту

призначення своїм сім'ям та друзям із важливим мультиплікативним ефектом.

Конгресний туризм привертає увагу туристів, зацікавлених у технологічних, наукових, освітніх та розважальних досягненнях. В даний час існують міста, що спеціалізуються на організації конгресів та інших заходів. Конгресний туризм активізує пропозицію проживання, ресторанів та екскурсій містом, де відбуваються ці заходи.

Сімейний туризм зосереджується на пропонуванні послуг сім'ям шляхом пошуку та визначення найкращих місць для відпочинку та вільного часу з дітьми. Це один із сегментів, який демонструє більшу вірність пункту призначення і є самим досвідом найбільш використовуваним каналом для отримання інформації та рекомендацій послуг.

Туризм танато або відомий як темний туризм - явище, пов'язане з бажанням подорожувати та досліджувати нові місця, де трапились трагедії, серед місць є кладовища, місця, пов'язані зі смертю та чаклунством, прокляті місця, небезпечні та заборонені місця, такі як Чорновіл, Хіросіма та місця, де проводяться ексцентричні ритуали тощо. Це явище, яке приваблює більше туристів, які бажають відчувати смерть [20].

Родовий туризм - це рух людей у пошуках знань предків, цей вид туризму здійснюється в корінних громадах, в яких пропонуються ритуальні предки, пропонуються напої з священних препаратів, які зазвичай виконують шамани цієї місцевості. Серед цих напоїв найпопулярнішими є: Айяуаска, Сан-Педро та Уаюса. Цей вид туризму виділяється в країнах Латинської Америки.

Залежно від форми подорожі та розміру групи його можна класифікувати на індивідуальний та груповий туризм. Залежно від способу придбання туристичного продукту, ми говоримо про незалежний та організований туризм або все включено. За постійністю в пункті призначення можна розрізнити мандрівний туризм (короткочасного перебування); та, житловий (довгостроковий).

1.3. Цифрова трансформація та туризм

Щоб поговорити про типи технологій у туризмі, спочатку слід поговорити про явище цифрової трансформації, яке сьогодні відбувається дуже швидко.

Цифрову трансформацію можна визначити як інтеграція нових технологій у всі сфери діяльності компанії для зміни способу її роботи. Мета полягає в оптимізації процесів, поліпшенні їх конкурентоспроможності та пропонуванні нової доданої вартості для своїх клієнтів.

У сучасному світі технології розвиваються дуже швидко, і вони стали незамінною частиною нашого життя, а також стали дуже важливим інструментом для бізнесу у світі.

Сьогодні, технології та туризм - ідеальне поєднання. Ця комбінація також має величезний вплив на спосіб подорожі: від того, який напрямок ми обираємо для відпочинку, до того, що ми робимо, коли перебуваємо там, і навіть на етапі після пригод.

Можливості, які технологія пропонує туристичним компаніям, та соціальні очікування, які вона породжує, змушують туристичні компанії шукати перетворення класичної системи організації та просування в цифрову систему.

Коли ми говоримо про цифрову трансформацію або промисловість 4.0, прийнято вважати, що це щось нове, і що це займає близько 10, 15 або 20 років, але насправді це технологія, яка займає майже 100 років від перших патентів, які починаються з 1906 року [21].

Індустрія 4.0 включає багато технологій, таких як робототехніка, великі дані, хмарні обчислення, автономні системи, Інтернет речей, штучний інтелект.

Якщо ми пам'ятаємо еволюцію галузі, у нас спочатку був період індустрії 1.0, також відомий як перша промислова революція, цей етап

розпочався в 1784 році і характеризувався виробництвом на машинах та появою масових вантажних перевезень, таких як паровий поїзд. Все це стало можливим завдяки винаходу парової потужності та гідравлічної потужності.

Ці винаходи дозволили збільшити кількість виробництва і значно впасти вартість продукції, наприклад, виробництво заліза у Великобританії зросло з 30 тис. тонн до 1 млн. за 1810 рік [22].

Потім у 1870 р. Розпочалася друга промислова революція, ця стадія характеризувалася винаходом електричної енергії та конвеєрної лінії. Ці вдосконалення уможливили масове виробництво та призвели до того, що ціни на продукцію надзвичайно впали, наприклад, на конвеєрі, запущеному Генрі Фордом, це призвело до того, що виробництво автомобілів зросло на 800%, а їх ціна впала майже до третина початкової ціни.

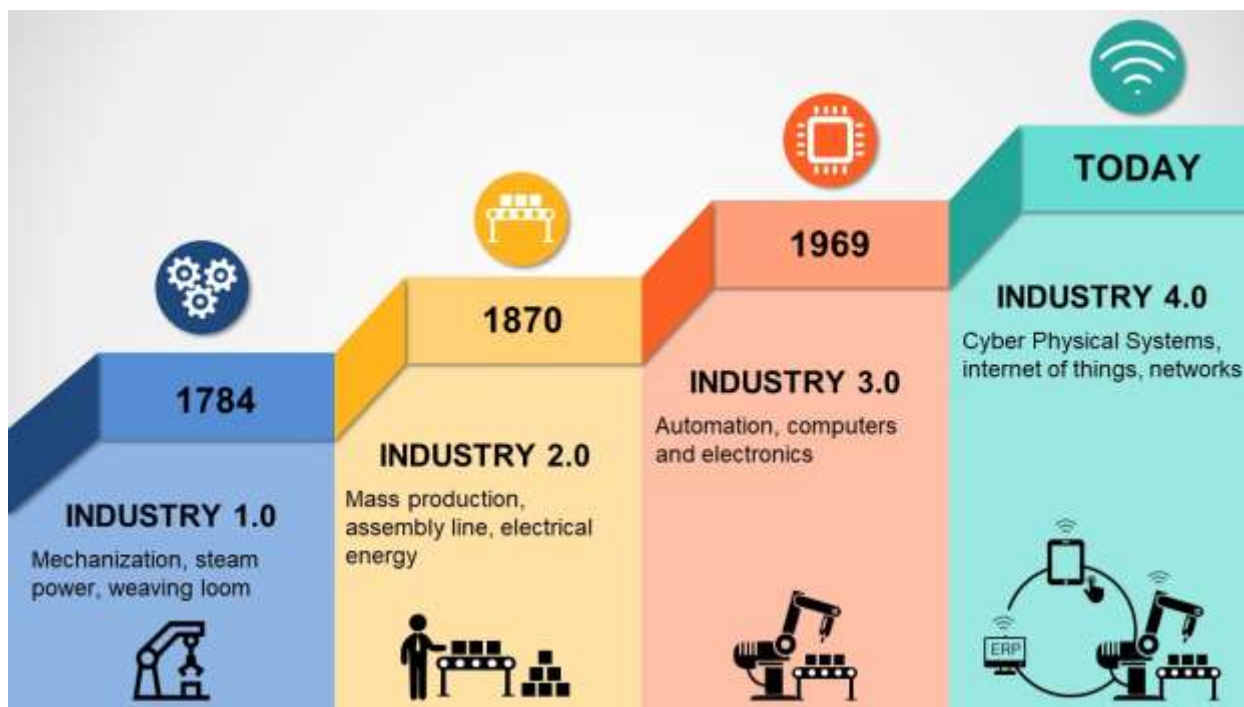


Рис. 1.3.1. Розвиток технологій з часом [23].

<https://www.conceptncontent.com/industrial-revolution-4-0/>

З 1969 р. Починається промисловість 3.0, яка характеризується автоматизованим виробництвом продукції, що стало можливим завдяки

застосуванню електроніки та інформаційних технологій, саме на цьому етапі люди починають працювати з комп'ютерами та роботами.



Рис. 1.3.2. Графічне зображення галузі 4.0 [24].

Зараз ми живемо в епоху промисловості 4.0, яка характеризується інтелектуальною виробничою системою з автономним рішенням, тобто ідея полягає в тому, що комп'ютери та машини приймають власні рішення в процесі виробництва, і все менше і менше втручання людини, і це можливо завдяки розробці нових технологій, таких як Інтернет речей, штучний інтелект, великі дані, хмарні обчислення, робототехніка та ін.

Хоча Індустрія 4.0 починалася як термін для опису нових тенденцій у виробничих галузях, вона в даний час використовується як синоніми «цифрової трансформації», тобто як процес, за допомогою якого компанії та суспільство організують свої методи роботи та стратегії, щоб отримати більше переваг завдяки впровадженню нових технологій.

Першою великою зміною, яку породжує промисловість 4.0, є інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій у виробничу та сферу послуг,

прикладом цього можуть бути автомобільні заводи, які автоматизували свої процеси та замінили люди з роботами (рис. 1.3.3). Це означає, що участь людей у процесі стає все менше.

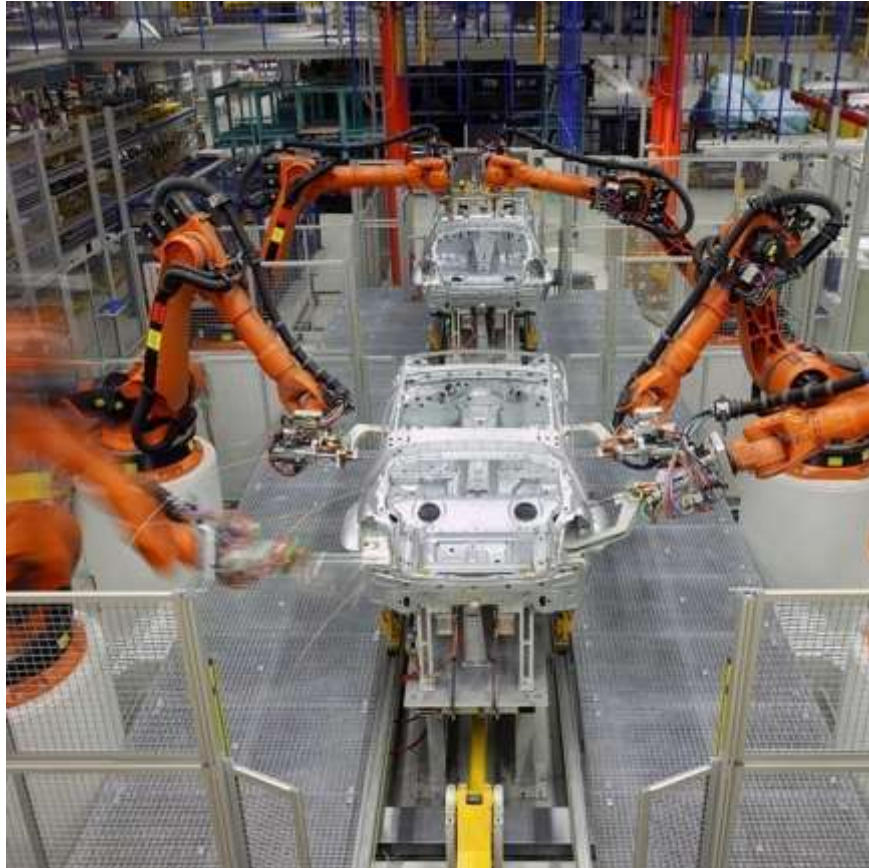


Рис. 1.3.3. Використання роботів у автомобільній промисловості [25].

Індустрія 4.0 або Цифрова трансформація, виходить за рамки виробничого процесу, досягає розвитку роботів та інтелектуальних автономних автомобілів, дозволяє автоматизувати впровадження в процесі ланцюга поставок, включаючи управління запасами, доставку продуктів, збір даних, автоматичне реагування на запити клієнтів тощо.

Однією з найважливіших змін, що відбуваються в Індустрії 4.0, є те, що з'явилися нові парадигми у технології ведення бізнесу, які ми визначимо нижче у таблиці 1.3.1.

Таблиця 1.3.1.

Нові парадигми у технології ведення бізнесу

Парадигма	Характеристика парадигм
1) Швидкість	Якщо компанії не пристосовуються до швидких технологічних змін, їм судилося зникнути, і це вже багато разів траплялося з деякими брендами.
2) Бізнес на платформі	1) В даний час у світі бізнесу панують FANG та BAT, це ініціали Facebook, Amazon, Netflix, Google (FANG), це компанії, засновані на інформаційному активі та супроводжувані новими технологіями. Такі типи компаній приносять великий економічний дохід. З іншого боку, у нас є ініціали Bai, Alibaba, Tencent (BAT), ці компанії базують свій бізнес на потужності інформації та нових технологій, і вони витісняють великі традиційні компанії.
3) Інтернет речей	Якщо традиційний Інтернет та бізнес, що базується на платформі, пов'язують людей з іншими людьми, Інтернет речей пов'язує людей з пристроєм, а пристрої з іншими пристроями, наприклад, «розумні колонки» або «google home» у наших будинках, ці пристрої дозволяють нам керувати різними пристроями, такими як розумні ліхтарі.
4) Великі дані та штучний інтелект	Згідно зі статтею в журналі "The Economist", на цей час найціннішим ресурсом у світі є не нафта, а дані, щоб зробити посилання на те, що компанії, які накопичують та обробляють найбільший обсяг даних, будуть домінувати у світі бізнесу і це вже відбувається

Перша парадигма, яка змінює бізнес, - це швидкість. Nokia була найбільшою у світі компанією з виробництва та продажу мобільних телефонів, але на даний момент цим майже ніхто не користується. Це сталося

тому, що Nokia не взяла необхідного значення для розвитку смартфонів, і коли вона зрозуміла, що існує тенденція впливу, було занадто пізно, і ринок захопили інші компанії, такі як Apple, Samsung та Xiaomi [26].

Бізнес на платформі. Компанії, які змінюють спосіб ведення ділових традицій, базують свою владу на зв'язку людей. Прикладом цього є Uber, який змінив традиційний спосіб замовлення таксі, AirBnB, який змінив спосіб проживання туристів, отримуючи простір від великих мереж готелів, не маючи власної нерухомості.

Інтернет речей. Передбачається, що до 2021 року ми матимемо близько 5 мільярдів людей, підключених до Інтернету, і приблизно від 50 тисяч до 70 мільярдів пристроїв, підключених до Інтернету, вся ця інфраструктура буде генерувати приблизно 5,46 цетабітів даних, і це великий обсяг даних [27].

Великі дані та штучний інтелект. 90% даних, що існують у світі, були створені за останні 4 роки, і ця велика кількість даних була б марною, якби не оброблялася, а оскільки це багато даних, неможливо обробити їх людьми, і ось це де з'являється "штучний інтелект".

Доктор Ендрю Оун, вчений зі штучного інтелекту, вказує, що ця технологія буде схожа на нову електрику, вказує, як електрика перетворила світ у другій промисловій революції, а штучний інтелект перетворить світ у цей вік. Такі технології штучного інтелекту, як Machine-Learnign - це двигун, який може жити ракету, але також двигун вимагає даних, що є паливом, що дозволяє йому генерувати свою енергію [28].

"Машинне навчання" в галузі штучного інтелекту досягло дуже важливого прогресу за останні роки, завдяки отриманим даним. Як приклад можна назвати область аналізу зображень у 2012 році, у проекті «Квітучий», за спільної участі доктора Ендрю та команди Google, де було використано 16000 процесорів. Щоб спробувати створити модель, яка дозволяє розпізнавати котів, 10 мільйонів відео цих тварин використовувались для навчання, і за три дні вона почала впізнавати котів. На цьому проект не

закінчився, алгоритми вдосконалювались, і в 2014 році можна було розпізнати інші зображення [28].

Використання штучного інтелекту швидко поширюється, наприклад, система під назвою "IBM Watson" застосовується до медицини, зокрема в онкологічній галузі, в даний час "Watson" здатний ефективно виявляти різні типи пухлин. Це також застосовується у фінансовій частині, наприклад, система компанії під назвою "KENSHO" закінчила за лічені хвилини роботу аналітика "Goldman Sachs", який заробляє 35000 доларів на місяць [28].

Штучний інтелект істотно змінює діловий світ, і це не єдині технології, які нам приносить Індустрія 4.0, а також інші технології, такі як автономні машини, віртуальна реальність, доповнена реальність, обмін блоками, Зв'язок 5G та генетика глибоко змінять наш спосіб життя та спосіб ведення бізнесу та надання послуг.

Туризм та цифрова трансформація. Ауліана Пун у своїй роботі "Туризм, технології та конкурентні стратегії" 1993 року звертається до впливу різних факторів на туризм, і серед них вона з особливою увагою представляє вплив інформаційних технологій на комунікації [29].

Ці фактори породжують те, що вона називає "Новим туризмом". Турист справді змінився, а разом із цим зростають і їх потреби в надійній інформації про поїздку. Основними характеристиками, які описують та зумовлюють цей новий туризм, є нові туристи, стійкий розвиток, діагональна сегментація, економія від масштабу та, перш за все, використання технологій.

Туризм та інформаційно-комунікаційні технології - це дві найважливіші та динамічні галузі, які окремо або спільно змінили спосіб суспільства. Інформаційно-комунікаційні технології відіграють фундаментальну роль у розвитку туристичного сектору, викликаючи внутрішню перебудову, є основною складовою як між ланцюжком створення вартості, так і товаром, як показано на графіку 1.3.2.

Впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у туризмі призводить до збільшення диференціації продуктів, нових сегментацій та

ринків, і перш за все здатності розглядати глобальне як локальне, а місцеве як глобальне.



Рис. 1.3.4. Поєднання туристичних ресурсів з технологічними та бізнес-компонентами.

Сукупність технологічних інновацій, що впливають на туризм, можна розділити на 4 елементи, необхідні для сучасного туриста:

- послуги туристичного спілкування,
- туристичні інформаційні послуги,
- товари туристичного спілкування, і
- туристичні інформаційні продукти.

Серед усіх інноваційних технологій в управлінні туризмом є компоненти, які пов'язані з соціальними мережами, виділяються вкрай особливим чином, оскільки вони полегшують взаємозв'язок між однолітками та досягають того, що визнаний маркетинг “від уста до уста” набуває нового виміру завдяки тому, що технології в туризмі впливають на 4 ролі (як показано у рис. 1.3.5.), такі як :

- творець туристичної діяльності, здатний проводити тематичні та віртуальні розваги, які незабаром можуть привести нас до нового справді віртуального туризму;
- покращувач туристичного досвіду, який за допомогою інструментів сприяє задоволенню користувачів, таких як місцеві електронні путівники в музеї;
- захисник туристичної діяльності, який працює переважно в екологічних проектах;
- інструменти туристичного району, але особливо інформаційні та комунікаційні технології, які можна згрупувати у 4 великі пакети (як показано у рис. 1.3.5.).



Рис. 1.3.5. Сукупність технологічних інновацій, що впливають на туризм.

Висновки до розділу 1

Туризм - далеко не статична діяльність, а байдужий до економічних, соціальних, демократичних чи екологічних подій, що відбуваються у світі, що постійно змінюється. Показавши, що зміни у сферах споживання туристичної діяльності призвели до значних трансформацій, пов'язаних із виробництвом нових туристичних профілів та нових туристичних модальностей, необхідно враховувати цю сферу економіки для створення нові пропозиції, які можуть підняти Еквадор на більш високий рівень туристичних послуг.

Ми проаналізували еволюцію туризму та технологій з плином часу, і ми можемо зробити висновок, що це дуже приваблива сфера для розвитку нових ідей і що варто зосередити зусилля на їх вдосконаленні.

Попри весь прогрес у технологіях, що відбувся за ці десятиліття, та цифрову трансформацію, яку вони зазнали, особливо туристичну індустрію, ми можемо стверджувати, що інформаційно-комунікаційні технології спричинили реінжиніринг із їх застосуванням у туристичному секторі, що дозволяє реструктуризувати бізнес-процеси.

З реструктуризацією туристичних процесів досягаються 2 паралельні цілі: підвищення задоволеності туристів та підвищення продуктивності компаній та туристичних напрямків.

Слід також зазначити, що туризм - це сектор, де взаємодія з користувачем набуває все більшої важливості, а технологічний прогрес дозволяє компаніям зблизитися і краще пізнати своїх клієнтів.

Завершуємо цей розділ фразою Стіва Джобса: «Технологія - це ніщо. Важливо те, що ви вірите в людей, які в основному добрі та розумні, і якщо ви дасте їм інструменти, вони з ними будуть робити чудові речі».

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ ЕКВАДОРУ ТА ЙОГО ПРОМУШЕННЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ

2.1. Аналіз сучасного стану міжнародного туризму Еквадору

Еквадор - чудова країна, розташована в центрі світу, в північно-західній частині південноамериканського континенту. Столиця - Кіто, офіційною мовою якої є іспанська, з ще тринадцятьма визнаними мовами корінних народів, включаючи кічу та шаур.

Еквадор - країна з великим культурним та природним багатством. Різноманітність чотирьох регіонів (Сьєрра, узбережжя, Амазонія та островна область) дало простір для розвитку сотень тисяч видів флори та фауни. Еквадор вважається однією з 17 країн з найбільшою концентрацією біорізноманіття на планеті. В Еквадорі є кілька туристичних визначних пам'яток та велика різноманітність культур і традицій.

Туризм є галуззю, що має велике значення для економіки країн-реципієнтів. Ця галузь складається з різних галузей економіки, таких як: готелі, охорона здоров'я, ресторани, транспорт, туристичні агенції, місця для відпочинку, місця для занять різними видами спорту, серед іншого. З цієї причини туризм вважався однією з найбільших галузей у світі, як видно на рис (2.1.1).

Туристична галузь до 2019 року становила 10,4% світового ВВП. Джерела зайнятості, створені навколо туризму, сягають 319 мільйонів людей.

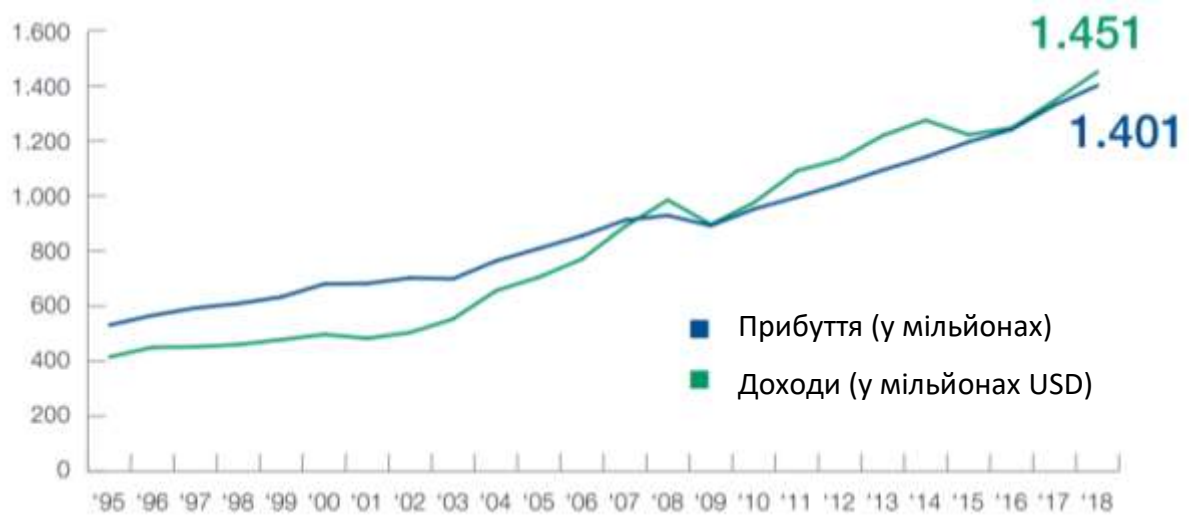


Рис. 2.1.1. Прибуття міжнародних туристів та доходи від міжнародного туризму

У наступній таблиці (2.1.1) ми проводимо порівняння в країнах Латинської Америки, і видно, як у таких країнах, як Домініканська Республіка та Коста-Ріка, відсоток доходів від туризму щодо валового внутрішнього продукту високий, досягаючи в рік 2019 5,3% та 7,8% відповідно. В інших країнах, навпаки, його внесок був дуже низьким, як у випадку Венесуели з 0,20% у 2018 році або Колумбії та Чилі зі значеннями нижче 1%. Що стосується Еквадору, його відносини не сильно змінилися за останні роки, оскільки внесок у ВВП склав трохи більше 1%.

Ці результати аналізу свідчать про низький ріст туризму щодо внутрішнього ВВП кожної країни Латинської Америки. Безперечно, існує кілька прямих та непрямих факторів, які заважають країнам мати вищий економічний ріст. У випадку з Еквадором ці цифри показують нам можливість вдосконалити туристичний сектор та краще використовувати ресурси, якими володіє країна.

Туризм створює кілька непрямих джерел доходу в інших галузях економіки, таких як кустарні, текстильні та обробні галузі, а також у сферах послуг, таких як комерція або реклама. Індустрія туризму пов'язана з іншими

виробничими секторами до, під час та після надання туристичних послуг. Дія туризму впливає як на міські, так і на сільські райони, економіку, культуру та навколишнє середовище, будучи фактором, який сприяє розвитку та покращенню якості життя одержувачів туризму.

Таблиця 2.1.1.

Результати туристичної діяльності в Латинській Америці

РІК	2017			2018			2019		
	ВВП	Доходи	ВВП у %	ВВП	Доходи	ВВП у %	ВВП	Доходи	ВВП у %
Болівія	17.340	279	1.61%	19.650	310	1.58%	24.427	-	-
Венесуела	329.419	990	0.30	393.808	739	0.19	316.482	S/D	-
Колумбія	236.164	1.999	0.85	288.765	2.082	0.72	331.655	2.201	0.66
Чилі	172.591	1.604	0.93	216.309	1.620	0.75	248.585	1.831	0.74
Парагвай	14.295	205	1.43	18.331	217	1.18	23.877	241	1.01
Аргентина	307.082	3.960	1.29	368.711	4.942	1.34	445.989	5.353	1.20
Еквадор	52.002	670	1.29	57.978	781	1.35	67.003	837	1.25
Перу	126.923	2.014	1.59	153.883	2.008	1.30	176.662	2.360	1.34
Уругай	30.497	1.312	4.30	39.412	1.496	3.80	46.710	2.187	4.68
Коста-Ріка	29.397	1.815	6.17	36.218	2.009	5.55	41.007	2.156	5.26
Домініканська республіка	46.788	4.049	8.65	51.576	4.209	8.16	55.611	4.353	7.83

Міжнародний туризм приносить значний дохід для приймаючої країни, саме тому уряди створили організації, відповідальні за просування туристичних місць кожного регіону, а також інвестують у розвиток нових туристичних визначних пам'яток, що призводить до більшої кількості послуг та розвитку економіки.

Туристичний дохід створює більше можливостей для бізнесу в інших секторах економіки країн, крім нових робочих місць. Управління туризмом

відповідально та стійко дозволяє мінімізувати його негативний вплив на навколишнє середовище та культурну спадщину.

Еквадор - це країна, яка має чудову туристичну пропозицію і має туристичні визначні пам'ятки в кожному з регіонів. У наступній таблиці (2.1.2) ми можемо спостерігати потік відвідувачів та економічний дохід, який він приносить країні. У таблиці взяті цифри, які відповідають як національним відвідувачам, так і міжнародним відвідувачам.

Таблиця. 2.1.2.

Дані туристичної діяльності кожного регіону Еквадору за 2019 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
Всього	1591	100	2174	100

Що стосується в'їзду іноземних туристів в Еквадор у 2019 році, відбулося збільшення кількості туристів повітряним транспортом порівняно з 2018 роком, це збільшення відбулося завдяки прибуттю в країну нових авіакомпаній, поверненню старих авіакомпаній та збільшення рейсів на інших частотах. Важливо підкреслити, що статистичні дані, представлені в таблиці (2.1.3), відповідають прибуттям в міжнародні аеропорти Еквадору.

Прибуття міжнародних туристів в аеропорти Еквадору 47]

Країна	2018	2019	Відхилення, %
Німеччина	29200	30423	4
Аргентина	31490	28401	-10
Австралія	10207	9855	-3
Бельгія	6870	7612	11
Болівія	4547	4848	7
Бразилія	20056	24454	22
Канада	35742	37719	6
Чилі	41306	41407	0
Китай	16854	14610	-13
Колумбія	88176	83735	-5
Республіка Корея	3023	3144	4
Коста-Ріка	8351	8125	-3
Куба	4102	3261	-21
Данія	3089	3216	4
Спаситель	4491	4538	1
Іспанія	139795	141410	1
Сполучені Штати	454480	480811	6
Франція	19505	23103	18
Гватемала	3608	3943	9
Індія	4639	3630	-22
Ізраїль	3051	3461	13
Італія	29301	30673	5
Японія	3942	3629	-8
Мексика	28692	31905	11
Нідерланди	15845	16240	2
Панама	25704	26332	2
Перу	31776	33723	6
Об'єднане Королівство	26735	26864	0
Швеція	3336	3024	-9
Швейцарія	11765	11832	1
Уругвай	4327	4185	-3

У таблиці 2.1.3 також видно, що Сполучені Штати продовжують зростати на 6% на рік і продовжують залишатися основним ринком для Еквадору. Такі країни, як Бразилія, Мексика та Франція, що мають прямі рейси до Еквадору, демонструють значне збільшення.

Ми також можемо спостерігати, що потік туристів з певних країн також зменшився порівняно з попереднім роком. Це пов'язано з соціально-політичними, економічними та іншими факторами країни походження туристів.

Створення нових маршрутів польотів і частот є однією з причин збільшення кількості туристів з цих країн, навпаки, трапляється з країнами, які більше не мають прямих рейсів, такими як Колумбія чи Аргентина, що зменшило кількість туристів, які в'їжджають повітряним транспортом.

Важливо також зазначити, що маршрут повітряного транспорту становить 73% прибулих туристів до Еквадору.

З метою перетворення туризму на перше джерело валютного доходу для країни, в довгостроковій перспективі чинний міністр туризму Розі Прадо де Ольгін визначив п'ять етапів, які визначають управління туризмом в Еквадорі:

1. Першим етапом є пропозиція щодо органічного закону про туризм. Державний секретар пояснює, що чинний Закон був виданий у 2002 році, отже, він вимагає оновлення на основі чинної конституційної бази як нового органічного закону, який інструменталізує конституційне право на "відпочинок та дозвілля", відповідно до Стаття 66, підпункт 2 Конституції Республіки Еквадор.
2. Стратегічний туристичний план для Еквадору на 2030 рік. Посилаючись на цей етап, підкреслюється, що нинішній "ПЛАНДЕТУР" закінчується в 2020 році, і після оцінки результатів Міністерство туризму буде працювати на всій території, пропонуючи інструмент "План Розвитку туризму", який

визначатиме курс розвитку туризму в країні до 2030 року. Це буде інструментом стратегічного планування, який змусить еквадорський менеджмент туризму залишатися на передньому краї розвитку.

3. Стратегія просування Еквадору. Він підкреслив, що ця віха покликана сприяти стратегічному просуванню Еквадору за допомогою міжнародних та національних заходів, таких як кампанії, ярмарки, використання технологічних інструментів, залучення інвестицій, серед іншого. Міністерство туризму зробить особливий акцент на комунікаційних та рекламних акціях, які дозволять країні остаточно позиціонуватись у світі як пункт призначення, який сприяє сталому розвитку туризму.
4. Бренд країни: Еквадор любить життя. Цей бренд народився в 2010 році, і Комісія зі стратегічних торгових марок очолювала його у Міністерстві зовнішньої торгівлі до 21 серпня 2018 року, коли відповідно до виконавчого указу 488 Міністерство туризму стало головою Комісії зі стратегічних торговельних марок на основі якої запропонувала попрацювати над еволюцією та позиціонуванням брендів країни, логотипом яких буде слово "Еквадор", з кольором, що вказує на різноманітність Пачамами (Землі).
5. DATA LAB Turístico (Система аналізу ринку та статистики). Щодо цього етапу, мова йде про створення лабораторії даних шляхом включення декількох статистичних інструментів, які дозволять отримувати чітку статистику, застосовуючи інструменти попиту та пропозиції, такі як GEOVIT та стандартизуючи методології отримання даних. Дані, отримані за допомогою цих інструментів, дозволять запропонувати комплексні стратегії розвитку туризму в Еквадорі.

Туризм приносить користь громадам, де відбувається ця діяльність, і може сприяти викоріненню бідності, сприянню участі місцевого населення у туризмі навколо природних та культурних спадщин, створенню ділових зв'язків між малими компаніями та туристичні компанії. Туризм, безсумнівно, є визначальним фактором для зростання та економічного та соціального розвитку країн. Ось чому для Еквадору настільки важливо, щоб більше громадян та компаній сприяло розвитку цього сектору.

2.2. Вивчення технологічної інфраструктури туристичного сектору в Еквадорі

Технологія є фактором, здатним підвищувати результати будь-якої діяльності. У випадку з туризмом це чудовий інструмент, який може сприяти його сталому розвитку. Технологія, додана до чудової туристичної пропозиції, яку має Еквадор, відкриває для Еквадору величезні перспективи позиціонувати себе як одне з головних туристичних напрямків у всьому світі.

Туризм зазнав численних змін протягом багатьох років до сьогодні, де звички та звичаї мандрівників зазнали революції. Перш за все, нові технології також змінили спосіб організації, планування, бронювання та досвіду своїх поїздок.

У цьому сегменті ми проведемо аналіз поточного стану технологічної інфраструктури Еквадору. Технологія повинна застосовуватися в кожному з елементів, що беруть участь у туризмі, наприклад у туристичних ресурсах, оскільки потенціал для подальшого розвитку туризму в Еквадорі залежить від них, і саме 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, американський дослідник сказав «якщо немає цікавих і забавних місць, які варто відвідати, немає ніякої потреби в житло і продукти харчування» [34].

Саме навколо туристичного атракціону, 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.



Рис. 2.2.1. Класифікація туристичних ресурсів Еквадору

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. 2.2.1.).

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:

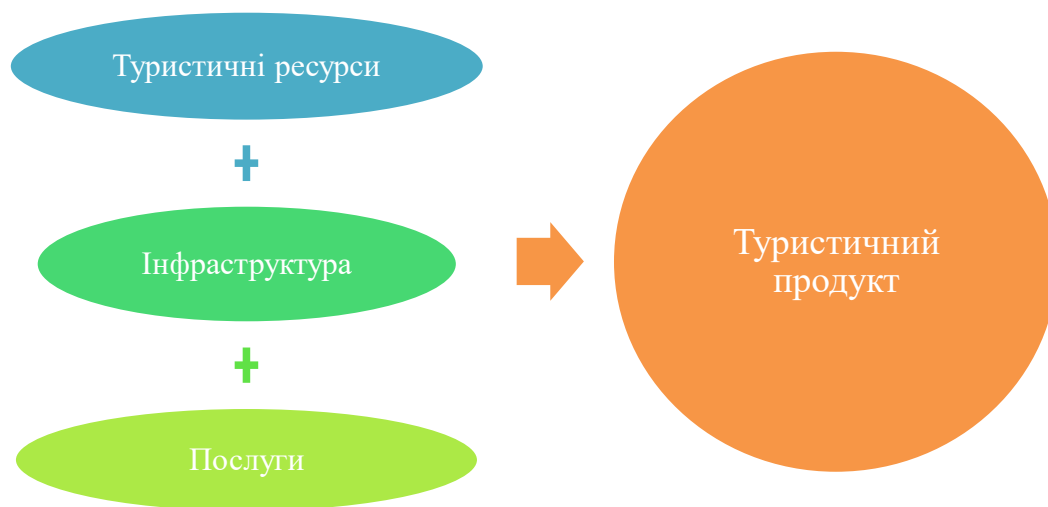


Рис. 2.2.2. Елементи туристичного продукту

У випадку з Еквадором використання технологій у туристичному секторі все ще перебуває на стадії розробки. Далі ми побачимо, як складається технологічна інфраструктура туризму в Еквадорі.

Проникнення Інтернету та розумних пристроїв означало суттєві зміни в способі споживання туристичних продуктів.

Кілька років тому друк туристичних путівників був одним із найефективніших та найвигідніших способів розрекламувати куточки Еквадору. Однак підйом нових технологій означав зміну способу наближення відвідувача. Це вже не було б через кілька аркушів паперу; Нова мета -

використання мобільних програм, що дозволяють розширити спектр туристичних послуг.

Ми часто думаємо про туризм як про індустрію з високим дотиком, сповнену взаємодій між людьми. Але туризм - це також високотехнологічна галузь.

Якщо на хвилинку задумаємося про своє останнє свято, тоді ми можемо задати собі такі запитання:

- Які технології ми використовували для планування подорожі?
- Як ми потрапили до пункту призначення?
- Чи поділилися ми своїми фотографіями зі святом з друзями в соціальних мережах?

Кожна окрема поїздка генерує таку інформацію, як маршрути, інформацію про оплату, інформацію про мандрівників та інформацію про товар.

І щодня мільйони гігабайт даних передаються в електронному вигляді, щоб забезпечити бронювання, оплату, маркетинг та комунікації, які роблять можливим подорож. Без інформаційних технологій туризму, якого ми знаємо сьогодні, не було б. Інформаційні технології мають вирішальне значення для кожного сектора туристичної галузі.

Туристичні посередники, такі як туристичні агенти та туроператори, зазнали значного впливу Інтернету та онлайн-турагентів, які порушили всю систему розподілу подорожей.

В інших секторах, таких як атракціони, розваги, казино та конвенції, є спеціалізовані ІТ-системи для управління квитками та безпеки.

Цілі пункти призначення розробили системи управління призначеннями, щоб зв'язати між собою різні сектори в пункті призначення для підтримки своїх маркетингових та управлінських стратегій.

Самі мандрівники також отримують користь від ІТ-розробок. Зокрема, Інтернет, соціальні медіа та мобільні пристрої забезпечують доступ до інформації про напрямки, туристичні організації та досвід.

Щорічно понад 1,1 мільярда туристів подорожують по планеті в пошуках нових вражень. Для них використання друкованих карт, путівників та інших є недостатнім при прийнятті рішення про певний пункт призначення. Тут з'являються такі технології, як мобільні додатки чи програми, віртуальна реальність або панорама на 360 °, формати, що пропонують більш детальну інформацію.



Рис. 2.2.3. Модель інформаційної програми під назвою Гораймі, яка використовується в Еквадорі

Важливо підкреслити, що стосовно інформаційних технологій лише в магазині Android туристичні додатки з еквадорським вмістом перевищують 100 найменувань, з чіткою метою: щоб їх користувачі наближались до культурної спадщини країни.

Цей тип мобільних додатків пропонує послуги, які варіюються від святкових календарів, історій тих, хто зберігає традиції свого міста, місць для відвідування, інформативних карт тощо.

Іншим способом присутності технологій у туристичному секторі Еквадору є це **автоматизація бронювання житла**.

У сфері гостинності більшість готелів зараз використовують системи управління нерухомістю, які обробляють записи гостей та бронювання, номери, бухгалтерію, ведення домашнього господарства та замовлення.

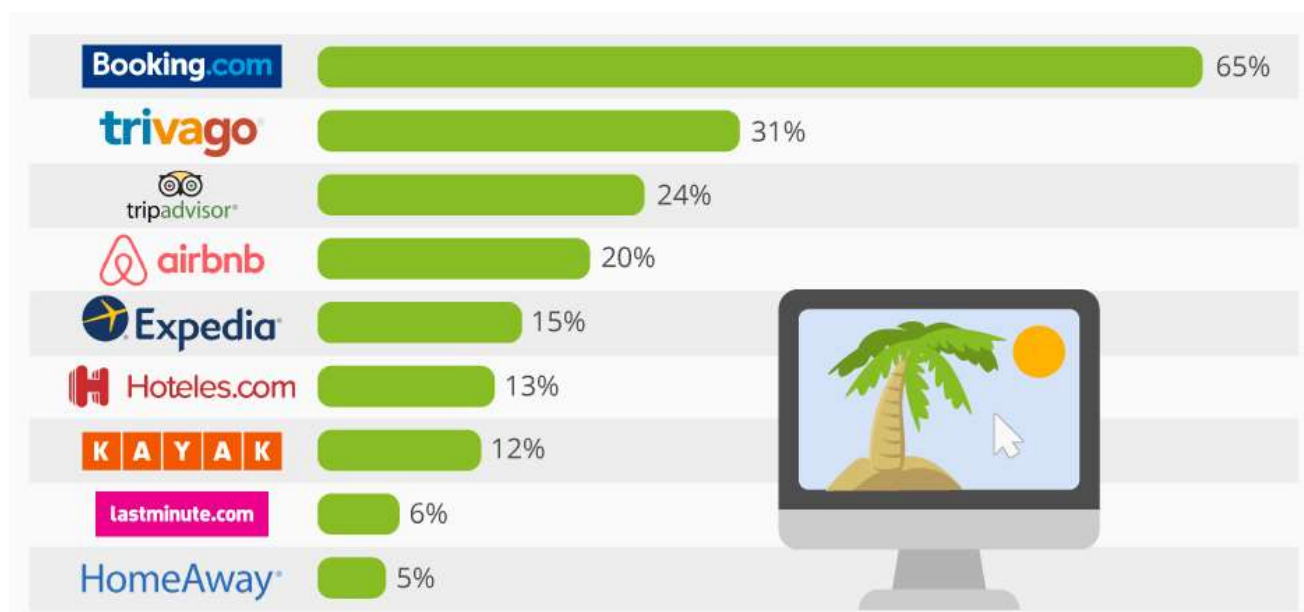


Рис. 2.2.4. Сторінки розміщення та програми, які ведуть у галузі туризму в Еквадорі за 2019 р.

Те, що стосується розміщення туристів та інших відвідувачів, значний прогрес означав використання таких технологічних платформ, як Booking.com, Trivago, Airbnb, та інші, які дозволили краще зблизити кінцевого споживача з тим, хто пропонує послугу.

Такі платформи засновані на економіці співпраці, що для Еквадору означало більшу відкритість для міжнародних туристів, які перед поїздкою вже можуть вирішити, де зупинитися, відповідно до своїх потреб з точки зору комфорту, а також відповідно до своїх купівельних спроможностей.

Іншим важливим фактором, пов'язаним із використанням цих платформ, є якість вражень, які турист має під час своєї подорожі. Зупинитися в готелі не однаково, ніж зупинитися в будинку, де іноземний турист ділиться безпосередньо з місцевими жителями, роблячи їх здатними ближче сприймати звичаї та культуру навколишнього середовища. Концепція полягає в тому, що справжні та незабутні враження від подорожей можна створити просто на основі зв'язку між людьми та місцями.

Сучасний мандрівник бажає справжніх справжніх вражень, зроблених на місцевому рівні. Вони хочуть відчувати справжній зв'язок з місцевою громадою та повною мірою відчувати культуру. Близько 50% мандрівників у всьому світі обрали пункт призначення, виходячи з культури та людей країни, а 54% хочуть відчувати пригоди на наступних канікулах. Попит на цей зростаючий сегмент подорожей мав далекосяжні наслідки, впливаючи майже на всі сегменти в галузі туризму та гостинності.

Те, що стосується доступу до Інтернету та охоплення телефонних компаній, рівень розвитку середній, оскільки безкоштовного доступу до Інтернету в туристичних місцях немає, а ціни на плани мобільного Інтернету відносно високі.

В рамках розслідування використання технологій у туристичному секторі ми також виявили наступне:

- 53% туристів вирішили відвідати нові місця, які вони бачили в соціальних мережах.
- 70% туристів високо цінують ціну.
- 88% мандрівників перемикаються між програмами, якщо той, яким вони користуються, не задовольняє їхніх потреб.

- 94% туристів приймають рішення за допомогою мобільних пристроїв.
- 77% туристів вважають, що інформація, що надається на мобільних сайтах, не збігається з інформацією, наданою на веб-сайтах для настільних комп'ютерів.

Іншим важливим фактором, пов'язаним із використанням цих платформ, є якість вражень

2.3. Вплив пандемії на туризм в Еквадорі

Covid-19 мав катастрофічний ефект у всьому світі. Відповідно до ВТО, наявні дані вказують на двозначне зменшення на 22% у I кварталі 2020 року, а прибуття в березні зменшились на 57%. Це призводить до втрати 300 мільйонів міжнародних прибутків та отримання близько 320 мільярдів доларів США.

Перспективи цього року кілька разів знижувались із початку спалаху через високий рівень невизначеності.

Поточні сценарії вказують на зниження міжнародних прибуттів туристів на 58% до 78% за рік, залежно від швидкості стримування та тривалості обмежень на поїздки та закриття кордонів, хоча прогноз залишається вкрай невизначеним.

Варто сказати, що ці сценарії можуть поставити під загрозу від 100 до 120 мільйонів прямих туристичних робочих місць.

Відповідно до звіту ВТО про обмеження подорожей COVID - 19, станом на 20 квітня, 100% усіх пунктів призначення у всьому світі запровадили обмеження на поїздки у відповідь на пандемію як видно на рис 2.3.1.



Рис. 2.3.1. Обмеження на поїздки у відповідь на пандемію 2020 р.

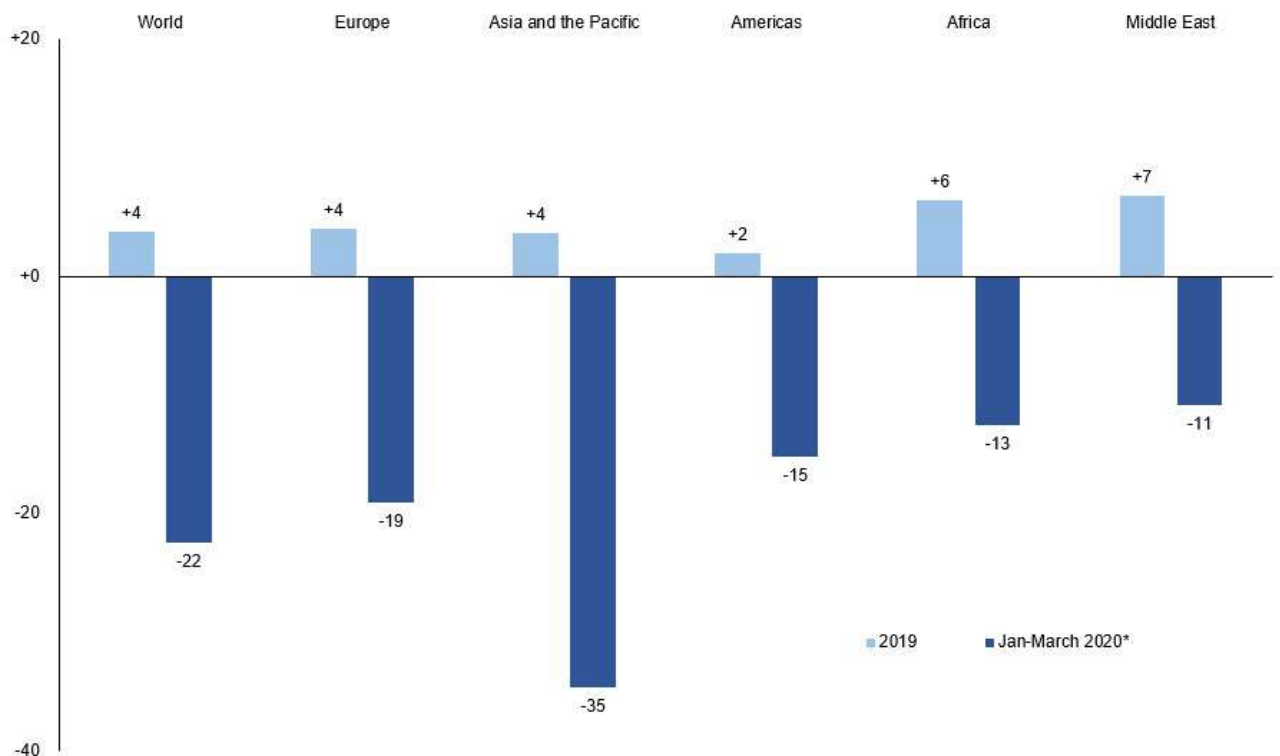


Рис. 2.3.1. Міжнародні туристичні прибуття за регіонами у I кварталі 2020 року [50]

Рисунок 2.3.2 показує глобальну масштабність пандемії в туризмі. За регіонами, Азія та Тихий океан, першим регіоном, який зазнав впливу COVID-19, у I кварталі 2020 року кількість прибулих зменшилася на 35%.

Другим найбільш постраждалим стала Європа зі зниженням на 19%, за нею йдуть Америки, де кількість прибулих зменшилася на 15%, далі Африка, кількість прибулих зменшилася на 12% та Близький Схід, де кількість прибулих зменшилася на 11%.

У рис. 2.3.3 можемо побачити вплив covid-19 протягом перших 3 місяців з моменту його появи, і ми можемо спостерігати різке падіння туризму, яке відбулося в березні, коли вірус вже потрапив у всі країни світу.

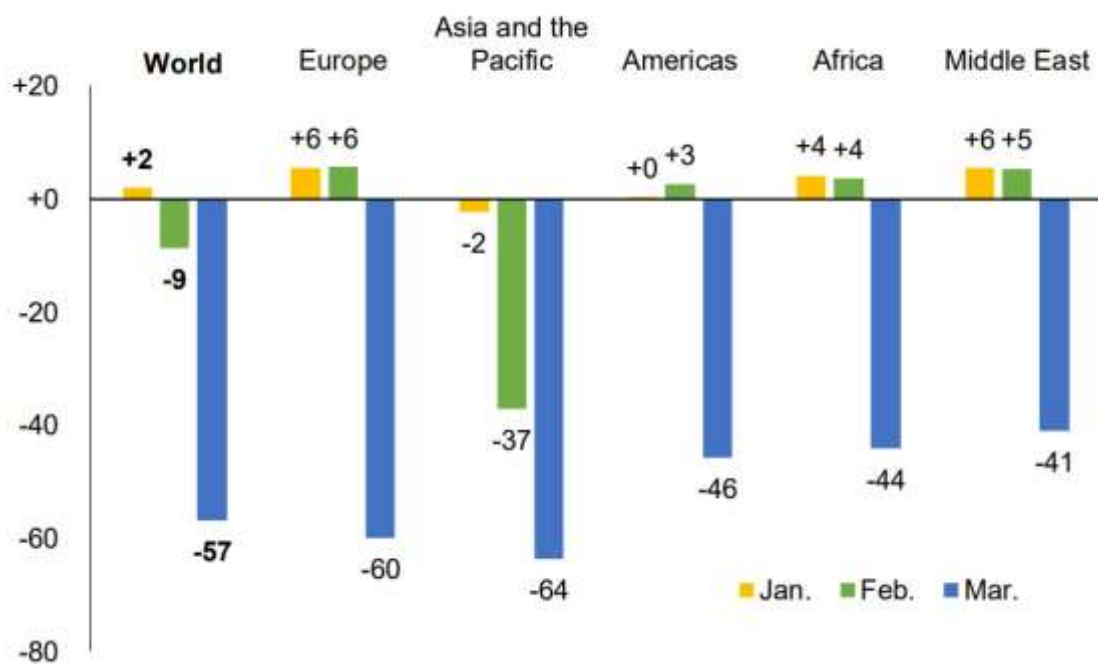


Рис. 2.3.3. Міжнародні туристичні прибуття вражено в березні 2020 р. [50]

Це, безумовно, найгірший результат в історичній серії міжнародного туризму. Настрої, висловлені Групою експертів ЮНВТО, вказують на початок відновлення міжнародного попиту переважно в 2021 році. За

словами експертів з усього світу, внутрішній попит відновиться швидше, ніж міжнародний.

За даними Міжнародного валютного фонду, пандемія covid-19 мала руйнівний вплив на Еквадор, поряд із зниженням цін на нафту та різким падінням попиту країни на експорт. Сфера туризму зазнала найбільших економічних втрат.

Таблиця. 2.3.1.

**Вплив covid-19 на міжнародні прибуття в Еквадор [45]
Виклики туризму в Еквадорі після пандемії**

Період	Червень 2018	Червень 2019	Червень 2020
Кількість міжнародних відвідувачів, осіб	448995	477117	8100
Відхилення з попереднього періоду, єд	-	28122	-469017
Відхилення, %	-	6,3	-98,3
Частка, %		106,3	1,7

Для чіткого аналізу того, що означав вплив пандемії на міжнародний туризм в Еквадорі, и взяли перше півріччя для порівняння, тобто до червня 2018, 2019 та 2020 років.

У 2019 році в Еквадор прибули 28122 особи більше, ніж у 2018 році, тобто відбулося зростання на 6,3%.

У 2020 році в Еквадор прибули лише 8100 осіб, що ледве досягає 1,7% від прибуття попереднього року. Ткож порівняно з 2019 роком було втрачено 98,3% міжнародних прибуття.

За даними Міністерства туризму, станом на січень 2020 року цей сектор займав 6,1% від загальної кількості зайнятих в економіці, оскільки туризм є трудомісткою діяльністю. Цей внесок ставить туристичну діяльність (готелі, сфера харчування) до 6 економічних галузей, що мають найбільший внесок у національну зайнятість.

В даний час ситуація з працею в країні погіршилася через низьку активність та параліч більшості галузей економіки, в розпал надзвичайних ситуацій через пандемію covid-19.

Через місяць після оголошення в Еквадорі надзвичайного стану було паралізовано близько 70% виробничого та комерційного апарату, внаслідок чого пандемія залишає безробітними 83% робітників в Еквадорі або з нестабільними умовами. Через це в туристичній галузі понад 80% працівників втратили роботу.



Рис. 2.3.4. Порівняння міжнародних прибуттів до Еквадору перед та після пандемії 2020 року [50]

За офіційною статистикою, лише 17% економічно активного населення має роботу, яка відповідає мінімальним законодавчим вимогам.

Природні явища, зміни рівня доходів країн, що відправляють туристів, або збройні конфлікти можуть визначити несподівані горизонти в динаміці туризму як соціально-економічної діяльності.

Однак Світовий економічний форум заявляє, що ефективне управління туризмом може стати каталізатором загального економічного та соціального відновлення території, оскільки туризм має тісні зв'язки з іншими секторами.

Рекомендації ЮНВТО щодо відновлення туристичної діяльності зосереджені на таблиці 2.3.2:

Таблиця. 2.3.2.

Виклики туризму в Еквадорі після пандемії

1. Пом'якшення економічного впливу	2. Протоколи безпеки та скоординовані реакції між акторами
Відповідально зменшувати обмеження на поїздки, співпрацювати із зацікавленими сторонами та громадянами території, сприяти внутрішньому туризму.	Відновити довіру серед мандрівників, гнучкі протоколи скасування та комунікаційні кампанії.
3. Сприяння інноваціям	4. Протоколи перевірки
Впровадити цифрову трансформацію місць призначення, програми для поліпшення логістики та проживання в аеропортах. Цифрове просування фізичного дистанціювання.	Вимірювати температуру, проводити тести на виявлення, фізичне дистанціювання, частіші чищення та надання гігієнічних наборів.

Однією з проблем уряду була макроекономічна ситуація в Еквадорі, яка обмежувала можливості маневрувати та стимулювати виробничий сектор.

Як заходи для того, щоб туристичний сектор міг оговтатися від пандемії, установи, що пропонують туристичні послуги, матимуть гарантійні

печатки, які підтверджуватимуть 15 протоколів біобезпеки, встановлені у пілотному плані економічного відновлення цього сектору. Завдяки цьому вони зможуть представити себе світу як безпечні місця та забезпечити тепле та якісне обслуговування.

Ще одним заходом буде представлення на Асамблеї проекту щодо впровадження ПДВ 0% або відшкодування ПДВ при збиранні туристичного житла для іноземців. Цей захід призначений для підвищення конкурентоспроможності Еквадору порівняно з сусідніми країнами.

Висновки до розділу 2

З'ясувавши сучасний стан використання технологій в туристичному бізнесі Еквадору та його промушення на міжнародному рівні 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. Туристичний сектор Еквадору щороку збільшує свої доходи на 3-4% і вважається одним з найважливіших для економіки Еквадору, тому будь-яка діяльність, спрямована на його розвиток, буде цінною і матиме підтримку Міністерства туризму Еквадору. Однак, аналізуючи сучасний стан міжнародного туризму в Еквадорі, існує ще багато потенціалу, який не використовується, і це представляє можливість для інновацій у сфері послуг та створення нових компаній, які співпрацюють з туризмом.
3. 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.

4. Туризм зазнав численних змін протягом багатьох років до сьогодні, де звички та звичаї мандрівників зазнали революції. Перш за все, нові технології також змінили спосіб організації, планування, бронювання та досвіду своїх поїздок. Цей сектор завжди був ідеальним для електронної комерції завдяки тому, що він базується на інформації та можливості її отримання в режимі реального часу, збільшуючи свій потенціал. У цьому контексті компанії, які беруть участь у туристичному секторі Еквадору, занурюються в процес постійних інновацій, щоб реагувати на мінливі потреби людей.
5. Важливо також, щоб елементи, що складають туристичний продукт, такі як житло, були присутні на платформах для їх бронювання. Весь цей технологічний прогрес, що призвів до дедалі уважнішого та експертнішого споживача, повинен йти рука об руку з високоякісним сервісом, який успішно задовольняє потреби іноземних туристів.
6. Еквадор стикався з безпрецедентною глобальною надзвичайною ситуацією у галузі охорони здоров'я, соціальної та економічної ситуації із пандемією COVID-19. Подорожі та туризм є одним із найбільш постраждалих секторів, коли літаки на місцях, готелі закриті, а обмеження на поїздки введені практично у всіх країнах світу.
7. Безпрецедентним ударом для туристичного сектору пандемія COVID-19 скоротила кількість міжнародних прибуттів туристів у першому кварталі 2020 року до частки, яка була роком тому. Попереду залишаються значні виклики, починаючи з невідомої тривалості пандемії та обмежень на подорожі в умовах глобальної економічної рецесії. Країни світу вживають широкий спектр заходів для пом'якшення наслідків спалаху COVID-19 та стимулювання відновлення туристичного сектору.

РОЗДІЛ 3

ПРОПОЗИЦІЯ ДЛЯ СПРИЯННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ЧЕРЕЗ РОЗВИТОК МОБІЛЬНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ

3.1. Технологічні тенденції просування туристичних послуг

Інформаційно-комунікаційні технології з'явилися з часу появи Інтернету в 1969 році. Інформаційні технології спричинили величезні зміни в галузі туризму та її способі просування по всьому світу. Інтернет-революція породила багато технологічних нововведень, серед перших створених систем були “ Amadeus і Sabre”.

Amadeus - компанія, що займається технологічними рішеннями для туристичної галузі; і Sabre - це операційна система обробки даних в режимі реального часу для авіакомпаній та туристичних агентств.

З моменту появи веб 2.0, який дозволив спільну участь користувачів у різних веб-сайтах та цифрових додатках, туристичний сектор справив більший вплив на інтерактивні простори та цифрові платформи.

В даний час люди, які шукають туристичні напрямки, дізнаються через Інтернет, використовуючи комп'ютер чи мобільний телефон, щоб знайти альтернативи, експериментуючи через зображення в соціальній мережі або на веб-сторінці місце, яке вони хочуть відвідувати.

Технологічні зміни виходять за межі вдосконалення процесів або туристичного досвіду, йдеться про трансформацію самої туристичної системи. Еволюція та цифрова трансформація вдосконалюють процеси, обслуговування, відносини з клієнтами та створення нових бізнес-моделей. Логічно, це також впливає на мандрівника, дозволяючи спростити та збагатити досвід планування подорожі.

Серед основних технологічних тенденцій, що позначають важливу зміну в туризмі, є такі:

Мобільні технології. Сьогодні неминучим супутником усіх людей є мобільний телефон. Мобіль став туристичним путівником, туристичною агенцією, локатором найкращих ресторанів, картою тощо. Використання мобільного телефону є інструментом на всіх етапах процесу придбання. Згідно з дослідженням цифрової платформи TripAdvisor, 45% користувачів використовують свій смартфон для планування всього, що пов'язано з їх відпусткою.

Яскравим прикладом є туристична компанія KLM, яка створила інформаційну службу для мандрівників через Messenger (додаток для обміну миттєвими повідомленнями Facebook, як показано на малюнку 3.1.1).

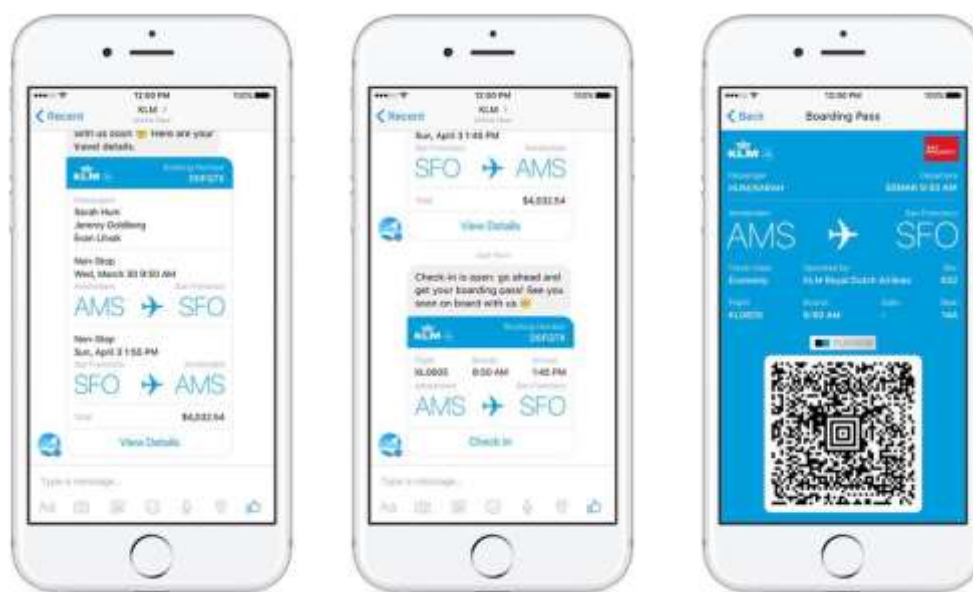


Рис. 3.1.1. Програма KLM для мобільних телефонів

Після того, як користувач придбав квитки, система KML надсилає через цей канал інформацію про бронювання, а також посадковий квиток або оновлення про стан рейсу. Таким чином, користувач має всю інформацію на долоні та за допомогою програми, яку він часто використовує, не завантажуючи іншу.

Доповнена реальність. Доповнена реальність - це візуалізація реального фізичного середовища за допомогою технологічного пристрою, що поєднує віртуальні елементи з реальністю. Розробка цього розпочалася на початку 1957 року Муртоном Хайлігом, режисером, який створив машину, подібну до відеоігор у 90-х, яку він назвав "сенсорною". Ця машина проектувала 3D-зображення, і користувач сидів на стільці, якому вони давали вібрації, поєднуючи вітер та особливі звуки, змішуючи віртуальний світ із реальним.

Додаток доповненої реальності нескінченний, він може допомогти створити віртуальні світи, подорожувати за різними сценаріями, не залишаючи одне і те ж місце, комерційне, некомерційне, для розважальних цілей та освітніх програм для полегшення навчання.

У наш час можна "пізнати" найвіддаленіші місця планети, не виходячи з дому. Чудовим прикладом є додаток Everest VR, який дозволяє відвідати дах світу без зусиль піднятися на вершину. Або, якщо хочеться, також можна перетнути Гранд-Каньйон на байдарках, насолоджуючись видами та звуками цього місця.



Рис. 3.1.2. Зображення хамелеона з доповненою реальністю [50]

У наш час можна "пізнати" найвіддаленіші місця планети, не виходячи з дому. Чудовим прикладом є додаток Everest VR, який дозволяє відвідати

дах світу без зусиль піднятися на вершину. Або, якщо хочеться, також можна перетнути Гранд-Каньйон на байдарках, насолоджуючись видами та звуками цього місця.

Автоматизована взаємодія з клієнтом (чат-боти). Додатки для обміну повідомленнями, такі як Messenger, WhatsApp тощо, починалися як форма взаємодії між людьми. Але зараз ці програми розвинулись, пропонуючи компаніям більше послуг, таких як безпосередня взаємодія з клієнтами.

Тенденція полягає в тому, щоб компанії автоматизували свої системи реагування за допомогою "чат-бота". Ландшафт чат-ботів змінюється, оскільки тепер завдяки штучному інтелекту вони здатні "вчитися" набагато більше. Чат-боти з часом вдосконалюються і, таким чином, дізнаються більше про те, як найкращим чином реагувати на отримані запити. Чат-боти дозволяють автоматично налаштовувати відповіді та адаптуються до послуг кожного бізнесу. Таким чином, багато турфірм використовують ботів для стимулювання продажу та перехресного продажу.

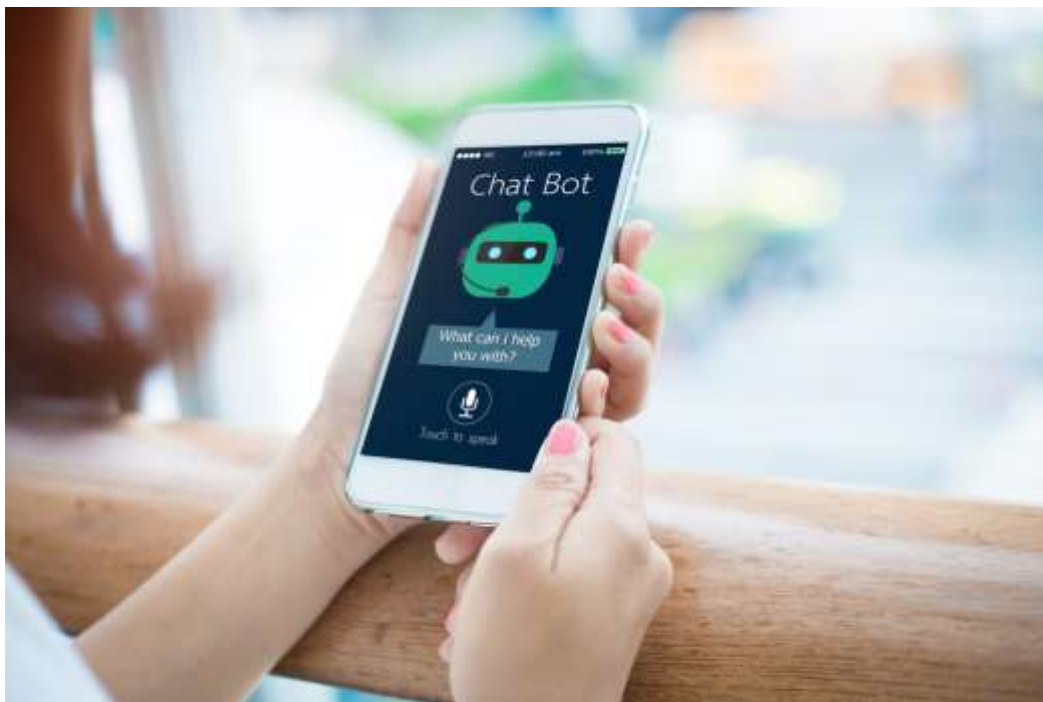


Рис. 3.1.2. Використання чат-ботів у бізнесі [50]

Таким чином, багато турфірм використовують ботів для стимулювання продажу та перехресного продажу.

Інтернет речей. Сьогодні туристи проводять більшу частину дня підключеними до Інтернету, що створює потребу в забезпеченні ефективних та бездротових зв'язків у основних туристичних місцях. Підключення до Інтернету є ключовим для туристів при прийнятті рішення, куди їхати, робити покупки в Інтернеті, оплачувати послуги, і в той же час це дуже ефективний маркетинговий інструмент для постачальника послуг, оскільки турист постійно використовує соціальні мережі та ділиться своїм пережитим досвідом.



Рис. 3.1.3. Інтернет речей [50]

Соціальні мережі. В даний час використання мобільних телефонів широко поширене, соціальні мережі стали дуже потужним інструментом цифрового маркетингу для туризму, це дозволяє охопити клієнта через цей

пристрій за допомогою реклами на веб-сайтах, реклами на WhatsApp, в електронних листах тощо.

Соціальні мережі є не тільки дуже ефективним засобом реклами та збору даних, але вони також є важливим простором для туризму, оскільки завдяки їм можна оприлюднювати місця та безпосередньо ділитися досвідом користувачів, а також туристичними блогами, ресторанами тощо.



Рис. 3.1.4. Соціальні мережі сприяють туризму [50]

Соціальні мережі є не тільки дуже ефективним засобом реклами та збору даних, але вони також є важливим простором для туризму, оскільки завдяки їм можна оприлюднювати місця та безпосередньо ділитися досвідом користувачів, а також туристичними блогами, ресторанами тощо.

Великі дані. Сьогодні масовий збір та зберігання даних є важливим для компаній, оскільки збір інформації про клієнтів дозволяє аналізувати та отримувати конкретні статистичні дані про них, такі як посилання або схеми повторення, наприклад, як часто турист приїжджає в готель або подорожує до такого пункту призначення, які звички споживання у є у нього, яка найчастіша форма оплати, який вид транспорту чи лінії використовує для поїздок. Подібним чином із збережених даних клієнтів можуть бути створені

інструменти прогнозування, які дозволяють знати тенденції чи уподобання клієнтів та тимчасовість, у якій вони подорожують.

Ця тенденція може функціонувати як інструмент, який за допомогою статистичних даних допомагає будь-якому постачальнику послуг більше знати про своїх клієнтів, проводити конкретні маркетингові кампанії для охоплення потенційних клієнтів.

Блокчейн. Блокчейн - це єдиний реєстр, узгоджений та розподілений у декількох вузлах мережі, що дозволяє здійснювати транзакції безпечно та незалежно від банків, зберігати інформацію про дані користувачів тощо. Це технологія, яка допоможе зробити світ безпечнішим, а люди мають персоналізовані продукти.

Блокчейн - це технологія, яка більше пов'язана зі світом фінансів, але вона також впливає на туристичний сектор, оскільки може використовуватися для ідентифікації мандрівників в аеропорту, щоб гарантувати прозорість на думку туристів або легкі та безпечні платежі.

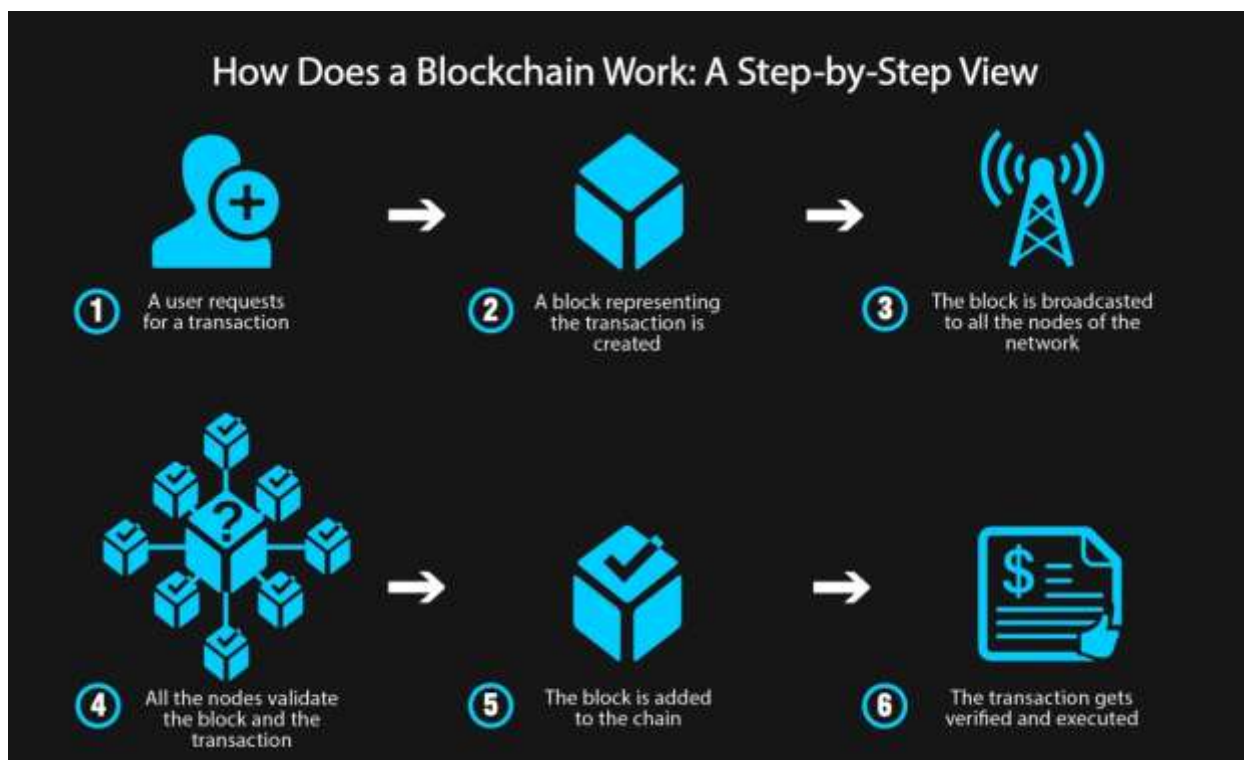


Рис. 3.1.5. Крок за кроком того, як працює блокчейн [45]

Технологія 5G. У світі технологій буква "G" використовується для позначення різних поколінь комунікаційних технологій для мобільних пристроїв. Технологія 5G здатна працювати на швидкості до 70 Гбіт / с, це еквівалентно поїзду в машині та на літаку, тому кількість спектру, доступна для технології 5G, означає, що дані можуть передаватися набагато швидше, ніж те, що в даний час можливо.

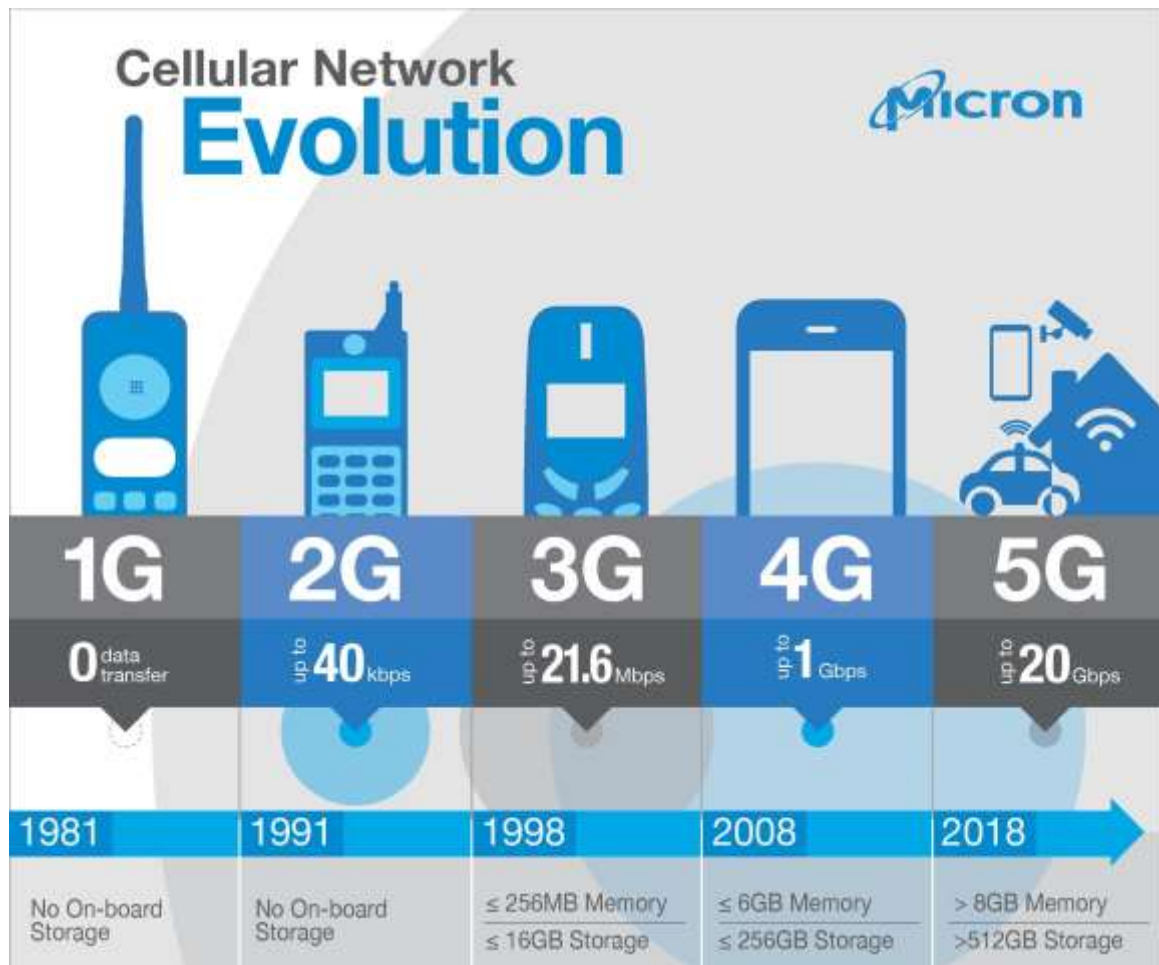


Рис. 3.1.6. Еволюція технологій від 1G до 5G [45]

Роботизація: Четверта промислова революція описується як автоматизація промисловості та торгівлі. Впровадження та заміна людської праці на розумних роботів, які одночасно розроблять кілька завдань і які навчаються, коли вони взаємодіють з людьми, "машинне навчання".

Ця зміна вже спостерігається в готелях Китаю, де клієнтів обслуговують роботи на стійці реєстрації та обслуговування номерів.

Застосування роботів на фабриках та виробничих компаніях матиме великий вплив на структуру роботи в майбутньому, оскільки кількість робочих місць буде скорочуватися, але разом із цією зміною з'являється і нова робота, що спеціалізується на технологіях.

3.2. Технологічний розвиток мобільної програми та використання доповненої реальності для залучення міжнародного попиту на туризм в Еквадорі

Виходячи з тенденцій на туристичному ринку, дуже важливим є технологічний розвиток туризму в Еквадорі та його просування на міжнародному рівні.

У епоху, в якій ми живемо, ми все більше пов'язані з технологіями, особливо інформативними аудіо-візуальними продуктами, які представлені в сферах розваг, охорони здоров'я, культури тощо, для яких ця технологія є інновацією. Тому його застосування в туризмі відкриває нові можливості для його розвитку та просування на міжнародному рівні.

Пропозиція дипломної роботи полягає у створенні мобільного додатку для просування туризму Еквадору для залучення відвідувань національних та іноземних туристів в унікальні місця країни. Мобільний додаток працює з маркерами доповненої реальності і дозволяє користувачеві взаємодіяти з різними об'єктами, на яких нанесені маркери AR, переглядаючи ілюстрацію в 3D, з темою, яка представляє кожен з регіонів Еквадору, таким чином, маючи новий і відмінний досвід від решти на ринку.

Розробка цього додатка заохочує туризм, сприяє та відновлює цінність культури предків, яку пропонує кожен регіон Еквадору, та надає детальну

інформацію про туристичні визначні пам'ятки по всьому Еквадору, їх геолокацію, щоб знати, як туди дістатися, полегшуючи користувачеві спілкування, організація та оптимізація вашого часу, щоб відвідати більше місць та насолодитися культурою, яку пропонує Еквадор.

Серед факторів, що негативно впливають на використання технологій у туризмі в Еквадорі, є:

- відсутність інтеграції технологій у туристичній пропозиції,
- неконкретна інформація про туристичні події та місця,
- неефективне просування технологічними засобами,
- інформація, знайдена в Інтернеті, показує дуже загальні результати і бентежить користувача, не даючи йому досягти бажаних точок.

Оскільки немає чіткої, детальної та легкодоступної інформації, завдання пошуку місць, які ми можемо відвідати, та подій, в яких ми можемо взяти участь, стає докучливим, виснажливим та нудним заняттям, що є марною тратою часу для туристів та економічними збитками для постачальників туристичних послуг.

Створення туристичного додатка з маркерами доповненої реальності представляє можливість для розвитку туризму, оскільки маркери мають дуже особливу характеристику, і це полягає у використанні їх на будь-якому продукті (сувенірі), орієнтованому на туризм, будь то друковані чи цифрові носії.

Мобільний додаток пропонує зручність розташування та класифікацію видів діяльності та місць, що дозволяє користувачеві організувати туристичний путівник відповідно до свого бюджету, оптимізуючи свій час та відвідуючи більше місць, таким чином маючи кращий туристичний досвід.

Користувацький інтерфейс. Інтерфейс починається з головного екрану з опціями двох мов іспанської та англійської, де відкривається вікно з опціями, які турист може вибрати для своєї поїздки (3D, культурний туризм, екотуризм та пригоди, сонячний та пляжний туризм, родовий туризм та

гастрономічний туризм), ці варіанти надають туристу детальну інформацію про: години роботи, короткий огляд місця та місцезнаходження.

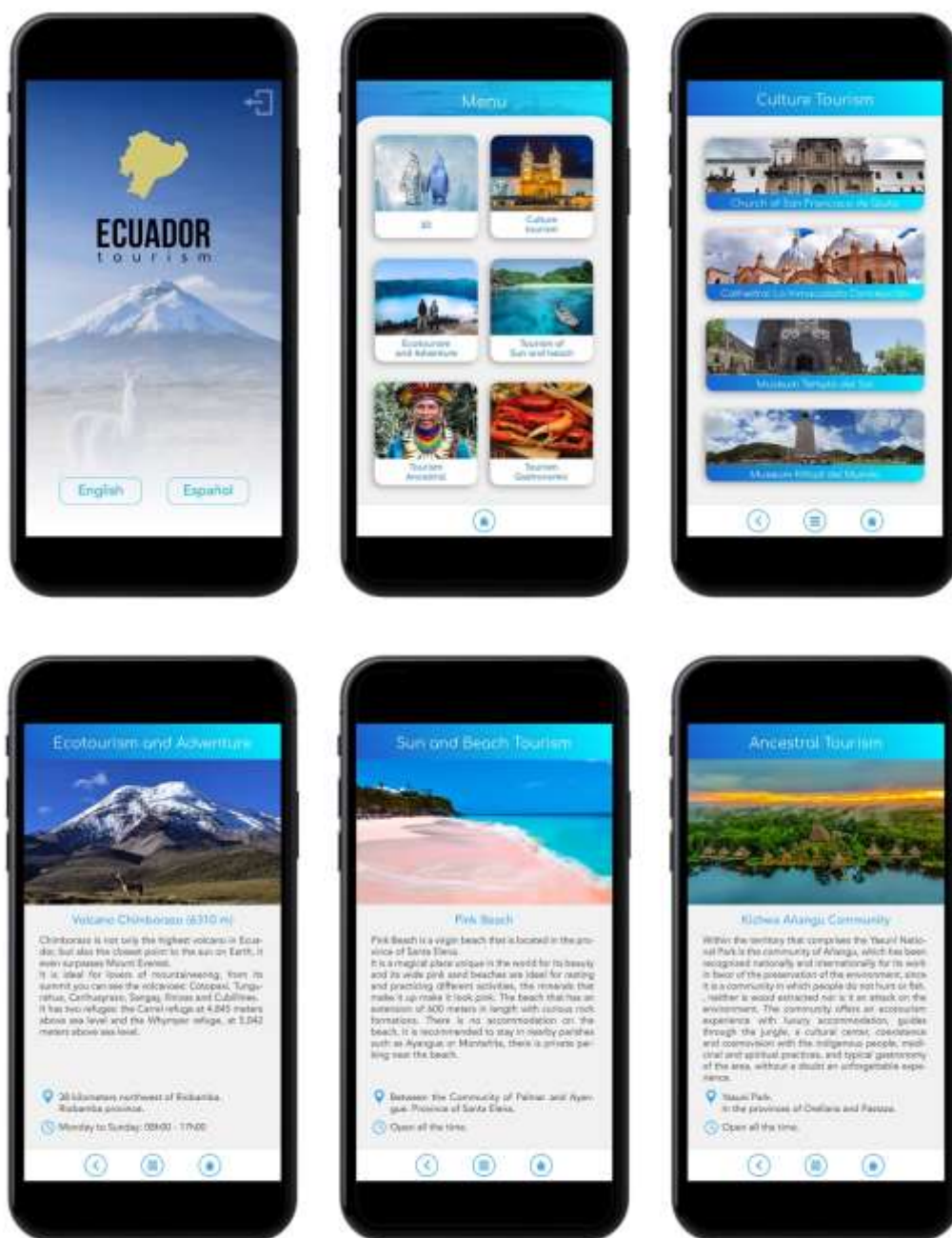


Рис. 3.2.1. Інтерфейс мобільного додатку для просування туризму в Еквадорі

Система доповненої реальності працює з маркером, який вбудований в ілюстрації, що дозволяє користувачам знати деталі туристичних місць, які вони можуть відвідати. Маркери для читання

доповненої реальності були розроблені з урахуванням культури Еквадору, його фауни та флори. Ці маркери є точками зчитування, які розроблені на ілюстраціях та QR-кодах зчитування. Щоб переглянути доповнену реальність, слід зосередитися за допомогою камери мобільного телефону на маркерах або QR-кодах.



Рис. 3.2.2. Ілюстрації та QR-коди, що використовуються в мобільному додатку

Ці маркери для читання можуть бути застосовані в різних об'єктах туристичної промоції; у цій дипломній роботі вони були застосовані як приклад у футболках, кружках та шоколадних цукерках, як можна дивитися на графіку 3.2.3.

Безперечно, інновація цього типу має переваги з точки зору комунікації та досвідченого маркетингу. Доповнена реальність, яку пропонує мобільний додаток, дозволяє туристу або користувачеві отримати досвід, ближчий до того, яким буде їх відвідування туристичних місць Еквадору.



Рис. 3.2.3. Дизайн футболки з ілюстраціями та QR-кодами для просування туризму в Еквадорі.



Рис. 3.2.4. Сувенірний дизайн з ілюстраціями та QR-кодами, що відображають доповнену реальність.



Рис. 3.2.4. Сувенірний дизайн футболки з ілюстраціями та QR-кодами, що відображають доповнену реальність.

Наявність технологій цього типу пропонує більш інтенсивний та збагачуючий досвід у висококонкурентному секторі, такому як міжнародний туризм.

3.3. Організація найкращих туристичних визначних пам'яток Еквадору за видами діяльності

Еквадор - це країна з великим туристичним потенціалом, і є багато місць та подій, які не пропагувались, такі як місця предків, корінні громади, типові святкування Еквадору. За результатами аналізу попереднього розділу, даних про в'їзд туристів та ринкові тенденції, складено перелік основних туристичних визначних пам'яток, щоб включити їх до мобільного додатку,

який збирає найкращі туристичні місця, які ми рекомендуємо відвідати, окрім відновлення значення корінних народів та культури Еквадору.

У мобільному додатку була використана така класифікація туризму:

1. Культурний туризм.
2. Екотуризм та пригодницький туризм.
3. Пляжний туризм.
4. Родовий туризм.
5. Гастрономічний туризм.

Мобільний додаток прагне бути найповнішим з точки зору туристичних визначних пам'яток та свят. Мобільний додаток прагне бути найповнішим з точки зору туристичних визначних пам'яток та свят. Зміст, який буде мати додаток, буде показано нижче, беручи як приклади найбільш характерні для кожного виду туризму.

У культурному туризмі ми маємо такі визначні пам'ятки:

Церква Сан-Франциско де Кіто - католицька базиліка, яка стоїть посеред історичного центру Кіто, перед однойменною площею. Споруда є найбільшим архітектурним ансамблем 16 століття в історичних центрах всієї Америки, вона вважається коштовністю континентальної архітектури завдяки поєднанню різних стилів, поєднаних протягом більш ніж 150 років будівництва. Церква та її орнамент повністю покриті золотом.



Рис. 3.3.1. Церква Сан-Франциско де Кіто

Музей Храму Сонця. Музей, розташований в середині світу, всередині якого зберігаються предколумбові предмети та картини майстра Кіто Крістобаля Ортеги. В храмі ви можете почути історію про мистецтво, андську та доіспанську культуру. Музей Храму Сонця поєднує, ідеально гармонійно, дві концепції в одне. Це храм, який шанує Сонце та культуру предків.



Рис. 3.3.2. Музей Храму Сонця

Пам'ятник Середнього Світу. Головною визначною пам'яткою цього місця є пам'ятник Середнього Світу, який підкреслює точне місце розташування Екватора чи Екватору, від якого країна бере свою назву, а також висвітлює франко-іспанську геодезичну місію 18 століття, яка розташована.



Рис. 3.3.3. Пам'ятник Середнього Світу

У екотуризмі та пригодницькому туризмі ми маємо такі визначні пам'ятки:

Вулкан Чимборасо. Чимборасо - це не тільки найвищий вулкан Еквадору, але і найближча точка до сонця на Землі, він навіть перевершує Еверест.



Рис. 3.3.4. Вулкан Чимборасо

Лагуна Кілотоа - це одне з найкращих занять, яке можна зробити під час візиту до Еквадору. Вся подорож становить 3 кілометри в діаметрі та займає близько 4 годин. Максимальна висота - 3814 метрів над рівнем моря, необхідні трекінгові черевики та теплий одяг.



Рис. 3.3.4. Лагуна Кілотоа

Національний парк Ясуні вважається екосистемою з найбільшим біорізноманіттям на планеті, яка охороняє сотні видів фауни і флори, до того, що лише на одному гектарі він містить більше живих організмів, ніж весь

європейський континент, він також має мережу річок та лагун, таких як Санкудокоча, які становлять важливі туристичні визначні пам'ятки в Еквадорі.



Рис. 3.3.5. Національний парк Ясуні

У сонячному та пляжному туризмі ми маємо такі визначні пам'ятки:

Пляж острова Санта-Крус. Це найбільш відвідуваний на Галапагоських островах, оскільки тут приземляється більшість комерційних рейсів, це також найбільш населений острів. У Пуерто-Айорі, столиці Санта-Крус, є велика комерційна діяльність, готелі, бари, ресторани, магазини та банкомати. Санта-Крус пропонує безліч туристичних визначних пам'яток і прекрасних пляжів.



Рис. 3.3.6. Пляж острова Санта-Крус.

Чорний пляж. Це прекрасний пляж із абсолютно чорним піском, без сумніву, унікальний ландшафт, який обов'язково повинні відвідати, він розташований в Момпіче, за 15 хвилин ходьби від центру міста.



Рис. 3.3.7. Чорний пляж.

Рожевий пляж. Рожевий пляж - це незайманий пляж, який знаходиться в провінції Санта-Елена. Це чарівне місце, унікальне у світі своєю красою, а його широкі рожеві піщані пляжі ідеально підходять для відпочинку та занять різними видами діяльності.



Рис. 3.3.8. Рожевий пляж.

Пляж Монтаньїта. Його місто, відоме як "Місто прибою", є синонімом веселих та екстремальних видів спорту, таких як серфінг та парашланеризм, хвилі якого сягають до 6 метрів у висоту. Багато туристів, які відвідують пляж Монтаньїта, вважають, що це найкраще туристичне місце, яке вони відвідали у всьому світі, оскільки на його затишному пляжі туристи насолоджуються кемпінгом, вечірками до світанку. Тут є безліч барів, клубів та ресторанів.



Рис. 3.3.9. Пляж Монтаньїта.

У родовому туризмі ми маємо такі визначні пам'ятки:

У гастрономічному туризмі ми маємо такі визначні пам'ятки:

Печера Тайос. Печера фіксує давню історію, яка відбулася на Землі, датується 250 000 років тому, де вона зберігає справжню історію людства. Печера складається з величезних кам'яних брил, відшліфованих та вирізаних з лазерною точністю, що, на думку багатьох авторів, є слідами, які залишила передова антична цивілізація. Сам Ніл Армстронг був частиною великої експедиції, яка в 1976 році досліджувала еквадорську Амазонку. Щоб отримати доступ до таємничих камер печери, потрібно спуститися 87 метрів через перший рівень і ще 25 до входу в тунелі.



Рис. 3.3.10. Печера Тайос

Mushily Abraham Calazacón Center. Це місце, сповнене традицій, звичаїв та повсякденних звичаїв етнічної групи ЦАЧИЛА, групи перших етнічних груп, яка існує протягом сотень років на екваторській території.



Рис. 3.3.11. Шаман Цачіла проводить церемонію

Спільнота Кічва Аньянгу. На території, що охоплює національний парк Ясуні, знаходиться громада Анангу, яка була визнана на національному та міжнародному рівні своєю діяльністю на користь збереження навколишнього середовища, оскільки це громада, в якій люди не полюють і не ловлять рибу. Спільнота пропонує досвід екотуризму з розкішними номерами.



Рис. 3.3.12. Спільнота Кічва Аньянгю.

Inti Raymi зберігається як обряд для багатьох корінних спільнот інківської та андської спадщини в різних провінціях Еквадору. Це свято на честь достатку їжі. Цей фестиваль відзначається кожної зими в різних провінціях Еквадору, з 17 по 24 червня, причому 24 є найважливішим, оскільки це день, коли сонце найближче до землі. Його відзначають танцями предків, парадами, ритуалами подяки, типовою їжею та музикою.



Рис. 3.3.13. Фестиваль Inti Raymi

У гастрономічному туризмі ми маємо типові страви Сьєрри, Кости, Амазонії та Галапагоських островів.:



Рис. 3.3.14. Смажена морська свинка, типова страва Сьєрри



Рис. 3.3.15. Змішані цевіче з креветок, риби та оболонки



Рис. 3.3.16. Шампури Хонтакурос



Рис. 3.3.17. Омари, типова страва узбережжя та Галапагоських островів

Висновки до розділу 3

Інформаційні технології представляють як можливість, так і виклик для туристичного сектору. Сьогодні турист є активним користувачем технологій, туристичні компанії мають завдання знати, як скористатися цим високим ступенем використання нових технологій та Інтернету. Бізнес-моделі та дизайн стратегій проходять через те, що турист стає ядром і важливою частиною всіх процесів, слухаючи, взаємодіючи, пропонуючи рішення та інноваційні ініціативи, інтегруючи їх вимоги до систем управління та прийняття рішень, з єдиною метою гарантувати задоволення їх туристичного досвіду.

Впровадження комплексних стратегій цифрового маркетингу в Інтернеті та інструментів інформаційних технологій має відповідати різним етапам подорожі, саме на стадії досвіду місця призначення, де технологічні

інновації наближаються до нового виміру, використовуючи інструменти що приймають відповідні стратегії, фокусуючи свої послуги чи товари більш конкретно, та збираючи всю туристичну інформацію в пункті призначення.

На початку цього проекту було проаналізовано кілька технологічних варіантів, орієнтованих на міжнародний туризм. За результатами досліджень основних потреб туристів був підготовлений список із детальною інформацією про місця та заходи, щоб допомогти туристам у їх досвіді в Еквадорі.

Вже під час розробки проекту було запропоновано здійснити програму, що містить усі туристичні місця Еквадору. Це було зроблено в інтерфейсі простого користування для туристів та графічному рядку для мобільного додатку.

Для розробки були обрані ілюстрації типових тварин регіону Сьєрра, узбережжя та Амазонки. Була зроблена ілюстрація кожної тварини, а також вони були розроблені в 3D для програмування доповненої реальності. Зібравши всю інформацію про туристичні місця в Еквадорі, які не просуваються, був отриманий дуже великий інформаційний результат, для якого був розроблений прототип мобільного додатку.

Ми також працювали над дизайном спеціальної футболки зі знімними рукавами, метою рукавів є полегшення читання коду доповненої реальності за допомогою мобільного пристрою. Інша футболка з іншим дизайном з V-подібним вирізом також була розроблена так, що можна давати варіант для користувачів. Були розроблені зразки використання QR-кодів та маркерів доповненої реальності на шоколадних цукерках та глечиках.

Таким чином можна сказати, що в Еквадорі є великі можливості для просування туризму. Еквадор вимагає впровадження технологій на всіх рівнях, що складають туристичну пропозицію, щоб туристичний досвід був задовільним.

ВИСНОВКИ

Магістерська робота аналізує теоретичні аспекти еволюції туризму з часом, сучасний стан туризму в Еквадорі, вплив covid-19 на світовий туризм та технологічний розвиток як інструмент посилення міжнародного туризму в Еквадор.

З розвитком туризму та технологічного розвитку, який прогресує дуже швидко, ми можемо сказати, що сьогодні ми переживаємо нову промислову революцію, в якій найважливішим є інформація, аналіз даних, штучний інтелект та здатність зв'язку між різними учасниками ринку.

У нас була перша хвиля технологічного туризму, Інтернету, смартфонів, соціальних мереж, які визначають туризм як щось більш цифрове, адже зараз усі люди подорожують зі своїми мобільними пристроями. Майбутнє туристичного бізнесу буде за послугами, продуктами та розумними технологіями, і це вже відбувається, у нас є смартфони, розумні машини, розумні годинники тощо, тому всі працюють над створенням розумнішого світу, тому ми можемо також сказати, що майбутнє туризму розумніше.

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.

Туристичний сектор Еквадору щороку збільшує свої доходи на 3-4% і вважається одним з найважливіших для економіки Еквадору, тому будь-яка діяльність, спрямована на його розвиток, буде цінною і матиме підтримку Міністерства туризму Еквадору. Однак, аналізуючи сучасний стан міжнародного туризму в Еквадорі, існує ще багато потенціалу, який не використовується, і це представляє можливість для інновацій у сфері послуг та створення нових компаній, які співпрацюють з туризмом.

Нові пристрої змінюють режими взаємодії, вже недостатньо з'являтися на першій сторінці пошукових систем або мати підключену до центру бронювання сторінку, щоб дозволити продаж.

У наш час програми, розроблені для мобільних телефонів, відіграють і відіграватимуть фундаментальну роль у різні моменти життєвого циклу туриста, але справжня революція відбудеться з боку мобільних платіжних рішень і коли пристрої затоплять туристичні напрямки, і з ними можна здійснювати платежі. Потрібно буде розробити нові моделі взаємодії "PUSH", які дозволять привернути увагу туристів, поважаючи їх простір, контекстні цифрові системи вивісок, що забезпечують туристичний простір інтелектом.

Еквадор стикався з безпрецедентною глобальною надзвичайною ситуацією у галузі охорони здоров'я, соціальної та економічної ситуації із пандемією COVID-19. Подорожі та туризм є одним із найбільш постраждалих секторів, коли літаки на місцях, готелі закриті, а обмеження на поїздки введені практично у всіх країнах світу.

Безпрецедентним ударом для туристичного сектору пандемія COVID-19 скоротила кількість міжнародних прибуттів туристів у першому кварталі 2020 року до частки, яка була роком тому. Попереду залишаються значні виклики, починаючи з невідомої тривалості пандемії та обмежень на подорожі в умовах глобальної економічної рецесії. Країни світу вживають широкий спектр заходів для пом'якшення наслідків спалаху COVID-19 та стимулювання відновлення туристичного сектору.

Вплив Covid-19 на світовий туризм створив нову реальність з новими правилами, і це будуть заходи безпеки та гігієни, що країна мала медичну інфраструктуру, що постачальники житла, аеропорти, залізничні вокзали, музеї, рекреаційні центри, тематичні парки, конгрес-центри відповідали заходам біозахисту, встановлено органами охорони здоров'я. Зараз, як ніколи, доводиться слухати та спостерігати за поведінкою споживачів для розробки бізнес-стратегій.

З урахуванням змін, що відбулися в поточній ситуації пандемії Covid-19 на світовому рівні, а особливо в Еквадорі, очікується, що прогноз туризму після пандемії буде позначений технологіями, такими як мобільний додаток, який представлений у цій роботі, яка наближає Еквадор до світу та дозволяє дізнатися країну та її туристичну пропозицію за допомогою мобільного телефону.

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 .– 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/showТoc> 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. – 28.02.2016. – Назва з екрана.
 10. Huillca Jaime J. A. Formas de turismo : монографія / J.A. Huillca 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. Clasificación 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. Clasificación del turismo según 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 turísticas 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.– 05.02.2017. – Назва з екрана.
20. Автомобільний туризм [Електронний ресурс] / Wikipedia // Офіційний сайт. – Режим доступу: 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.– 07.09.2016. – Назва з екрана.
22. Growing older: tourism and leisure behaviour of older adults [Електронний ресурс] / CABI // 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%C3%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. – 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. – 16.06 2016. – 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. – 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. – 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. – 11.2015. –
Назва з екрана
47. Turismo en cifras [Електронний ресурс] / 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 [Електронний ресурс] /
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. – 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_terramoto_magnitud_colombia_peru_bm . – 04.2016. – Назва з екрана
55. Cinturon de fuego del Pacífico [Електронний ресурс] / Geoenciclopedia // Офіційний сайт ProEcuador.- С. 4 - 12 Режим доступу: <http://www.geoenciclopedia.com/cinturon-de-fuego-del-pacifico/>. – Назва з екрана

ДОДАТКИ

Додаток А

Найбільш відвідувані напрямки по міжнародних туристських прибуттв

[79]

Таблиця А.1

Ранг	Країна	Міжнародних туристичних відвідувань, млн.		Відхилення, %
		За 2017 року	За 2016 року	
У світі				
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
В Америці				
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

У Європі				
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
На Близькому Сході				
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
В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні				
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

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

<https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

<https://grupofaro.org/sector-turismo-en-ecuador-retos-despues-del-covid-19/>

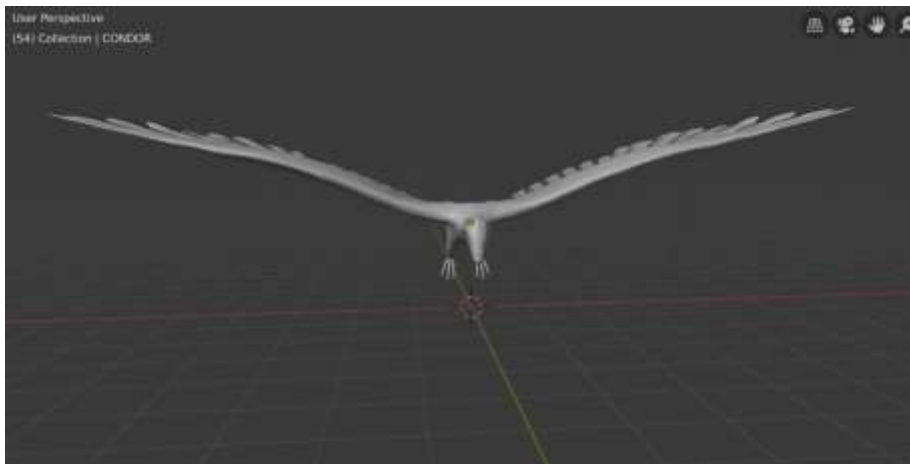
Долаток Б

Иллюстрации



3D дизайн





Фотографии

