

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Кафедра психології, педагогіки і туризму**

**Кваліфікаційна робота бакалавра**  
**на тему:**  
**«Проблеми та перспективи розвитку індустрії гостинності в Ізраїлі в**  
**контексті політичної ситуації в країні»**

*Допущено до захисту*

*«\_\_\_» травня 2021 року*

студентки групи Т 03-17  
факультету перекладознавства  
освітньої програми  
Туристичне обслуговування  
за спеціальністю 242 Туризм  
Саїдахмедової Аміни Мірзоївни

Завідувач кафедри  
психології, педагогіки і туризму  
доктор педагогічних наук, проф.  
Матвієнко Ольга Василівна

Науковий керівник:  
кандидат біологічних наук, доцент  
Яворська Оксана Григорівна

---

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ СФЕРИ ПОСЛУГ.....</b>	<b>6</b>
1.1. Сутність та характерні особливості індустрії гостинності.....	6
1.2. Історія становлення та етапи розвитку індустрії гостинності.....	18
<b>РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В ІЗРАЇЛІ.....</b>	<b>25</b>
2.1. Структура індустрії гостинності країни.....	25
2.2. Специфіка надання послуг в сфері гостинності Ізраїлю.....	36
<b>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІЗРАЇЛЬСЬКОЇ МОДЕЛІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ...</b>	<b>47</b>
3.1. Проблеми розвитку індустрії гостинності в умовах сучасного політичного становища країни.....	47
3.2. Напрями удосконалення системи гостинності в Ізраїлі.....	54
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>59</b>
<b>РЕЗЮМЕ/RESUME.....</b>	<b>61</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>64</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>71</b>



## ВСТУП

**Постановка проблеми.** В сучасних реаліях туризму та соціально-економічний розвитку країн близького Сходу визначається своєю особливістю і специфікою, які пов'язані в значній мірі з політичною ситуацією в регіоні. За останні десятиліття питання впливу політичних, військових, економічних криз на розвиток індустрії туризму досліджували: у 2012 р. Мальська М., у 2013 р. Романова М., у 2020 р. Романова А., Царук В. та Харарі Ю.Н. та ін. Важливі значення мають статистичні звіти та наведені аналізи Всесвітньої туристичної організації, об'єднань готельєрів та рестораторів різних країн, узагальнення світового досвіду з можливостями їх адаптації під кожен окрему країну та її індустрію загалом.

**Актуальність дослідження** є важливим зважаючи на останні події в світі, зокрема і в Ізраїлі, які пов'язані з епідеміологічною та з напруженою політичною ситуацією в країні, так і військовими діями на прикордонних територіях країни. Як результат, складна ситуація змушує спеціалістів туристичної галузі по-особливому зосередити увагу на розвиток індустрії гостинності, яка виявилась найбільш вразливою та найсуттєвіше відчула на собі наслідки світових та внутрішньо-політичних подій.

За даними ООН за час пандемії у 2020 р., лише за перше півріччя потік туристів у світі призупинився на 65%, що вплинуло на прибуток галузі. За даними експертів, втрати прибутків галузі стали в п'ять разів більшими ніж у роки кризи 2009 р.

Вплив форс-мажорних обставин на індустрію гостинності став величезною проблемою сьогодення. Своєчасне вивчення та розуміння проблеми – це вже фундамент пошуку правильних шляхів виходу із складної політико-епідеміологічної ситуації, що склалась не тільки в Ізраїлі. Підприємці індустрії гостинності, які вчасно, чітко та правильно зорієнтувались в таких обставинах, можна вважати отримали «імунітет», який допоможе в подоланні

наслідків кризи. Набутий досвід допоможе вітчизняним підприємцям віднайти якісно-ефективне місце в посткризовий період. З огляду на потенційну динаміку індустрії гостинності, посткризовий період буде насиченим і вимагатиме нових форм існування самої індустрії. Ряд інших країн можуть брати за приклад ситуацію в Ізраїлі, так як країна знаходить можливості вийти з складного становища, не дивлячись на політичні конфлікти з сусідніми країнами. Не зважаючи на це Ізраїль не зупиняється в розвитку туристичної ланки.

**Об'єктом дослідження** обрано індустрію гостинності Ізраїлю.

**Предметом дослідження** є вивчення особливостей впливу політичної ситуації в країні на розвиток індустрії гостинності.

**Метою дослідження** є аналіз проблеми розвитку індустрії гостинності в Ізраїлі в контексті політичної ситуації в країні та окреслити перспективи її подальшого розвитку.

Для досягнення поставленої мети визначено ряд завдань:

1) розглянути теоретичні основи індустрії гостинності, як складової сфери послуг, а саме:

— надати визначення сутності та характерним особливостям індустрії гостинності,

— дослідити історію становлення та етапи розвитку індустрії гостинності;

2) дослідити сучасний стан індустрії гостинності в Ізраїлі, що включає дослідження:

— структури індустрії гостинності в країні,

— специфіки надання послуг в системі гостинності в Ізраїлі;

3) окреслити перспективні тенденції та проблеми розвитку ізраїльської моделі індустрії гостинності шляхом визначення:

— проблем розвитку індустрії гостинності в умовах сучасного політичного становища країни,

— тенденцій і напрямів удосконалення системи гостинності в Ізраїлі.

**Методи дослідження.** В процесі написання кваліфікаційної роботи автором використовувались методи комплексного аналізу інформації, прогнозування та порівняння даних та інформації.

Інформаційною основою стали праці науковців Агафонова Л.Г. [1], Візерський С.Ю. [8], Данильчук В.Ф. [10], Мокій А.Л. [20], Статика Б. [61], Уокер Д.Р. [30], Федорченко В.К. [31] та ін., а також статистичні дані ВТО [45] та влади Ізраїлю [56-57, 60].

**Ступінь вирішення проблеми в дослідженні та практичне значення одержаних результатів.** Кваліфікаційна робота з питання розвитку індустрії гостинності спрямована на отримання результатів щодо перспектив розвитку туризму в умовах сучасних криз, що матиме значення в теоретичній і практичній сферах вітчизняної економіки.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, резюме, списку використаної літератури та джерел, додатків.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ, ЯК СКЛАДОВОЇ СФЕРИ ПОСЛУГ**

### **1.1. Сутність та характерні особливості індустрії гостинності**

В сучасній ринковій економіці гостинність відіграє важливу роль. Маючи характерні риси індустрії нині гостинність представляє багатопланову та багатофункціональну сферу суспільного виробництва. Багато науковців досліджуючи індустрію гостинності довели, що вона має безпосередній вплив на рівень життя населення в цілому: на зайнятість населення, рівень доходу тощо. До прикладу, науковці Агафонова Л.Г. [1], Візерський С.Ю. [8], Данильчук В.Ф. [10], Мокій А.Л. [20], Статика Б. [61], Уокер Д.Р. [30], Федорченко В.К. [31] та інші вказують, що індустрія гостинності регулює зайнятість населення.

З різних літературних джерел можна визначити, що нині діяльність індустрії гостинності проходить в умовах розвитку глобалізаційних процесів та значного переміщення людей, що перетворює її на новий вид індустрії.

Нині до індустрії гостинності залучені фахівці різних сфер суспільного виробництва: туристичного, готельно-ресторанного, розважального, виставкового, івентового: конференції, фестивалі, олімпіади тощо, котрі задовольняють споживчий попит та бажання споживачів у якісній системі послуг. Важливим є аспект вивчення комплексного функціонування індустрії гостинності як системи направленої на створення комфортних умов відповідно до запитів споживачів та ринку: бізнес, відпочинок, оздоровлення тощо. Отже сучасна індустрія гостинності – це особлива самостійна галузь економіки, що складається з групи галузей та підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту на різні види бізнесу, відпочинку та розваг.

Для комплексного дослідження необхідно проаналізувати витoki поняття та сучасне розуміння «індустрії гостинності».

Безпосередньо поняття «індустрія гостинності» походить з США. Слід зазначити, що індустрія гостинності історично сформувалася і виросла з сектора засобів розміщення, представленого різними типами готельних підприємств.

До походження терміну «гостинність» є два підходи. Згідно з першим, термін походить від латинського слова *hospitium* у такому значенні:

1) давня греко-римська морально-правова концепція гостинності як дане Богом право гостю і даний Богом обов'язок господаря;

2) гостьовий будинок, в якому приймали подорожуючих. Прихильники другого підходу вважають, що термін походить від старофранцузького слова «*hospice*» – будинок для приймання подорожуючих, тобто помешкання, місце, в якому подорожуючі могли отримати прихисток та їжу [30, с. 12].

Термін «індустрія» (з лат. *industria* – діяльність – «найбільша галузь економіки, сукупність споріднених підприємств, що характеризується єдністю економічного призначення створюваної продукції, однорідністю споживаної сировини, спільністю технологічних процесів і технічної бази, особливою професійною структурою працівників та специфічними умовами праці» [64].

Під дією еволюції соціально-економічних відносин суспільства відбувалось розширення змістовно-структурного значення поняття «індустрія», і вже у ХХ ст. термін починає закріплюватись за вагомими в економіці та структурно складними галузями, які об'єднують споріднені види діяльності.

Відкриті джерела та наукова література пропонує чимало визначень терміну «індустрія гостинності». Дослідити визначення варто за допомогою табл. 1.1 (див. додаток А, табл. А.1):

*Таблиця 1.1*

Визначення терміну «індустрія гостинності» іноземними та вітчизняними науковцями (складено за даними [6-7, 22, 24-26, 28-29, 40, 47])

**Автор визначення**

**Сутність поняття**



1

2

Браймер Р. [6, с. 27]	Гостинність – це таємниця будь-якого турботливого обслуговування. Турбота, виявлена стосовно гостя, здатність відчувати потреби клієнта, – невловимі, але настільки очевидні риси в поведінці службовця. Індустрія гостинності є збірним поняттям для численних і різноманітних форм підприємництва, які спеціалізуються на ринку послуг, пов'язаних з прийомом і обслуговуванням гостей
Уокер Дж. Р. [40, с. 12]	Гостинність – одне з фундаментальних понять людської цивілізації – уже давно перетворилося на індустрію, у якій зайнято не один мільйон професіоналів. Індустрія
	гостинності об'єднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад. Головна відмінність гостинності від інших сфер бізнесу полягає в тому, що основна мета гостинності – задоволення запитів гостей
Ваген Л. [7, с. 32]	Індустрія гостинності – це сектор індустрії туризму, зорієнтований на розміщення туристів, а також галузі, діяльність яких спрямована на продаж алкогольних напоїв, надання житла, їжі і розважальних заходів
Вебстер Н. [47]	Індустрія гостинності – це сфера підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які спираються на принципи гостинності, що характеризуються щедрістю і

	дружелюбністю по відношенню до гостей
	Гостинність – обслуговування, що спирається на принципи гостинності, які характеризуються щедрістю та доброзичливістю по відношенню до гостей. Індустрія гостинності – це сфера підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які ґрунтуються на принципах гостинності і характеризуються щедрістю та доброзичливістю у ставленні до гостей
Роглев Х.Й. [24, с. 18]	Гостинність – це турбота, виявлена по відношенню до гостя, здатність відчувати потреби клієнтів – невлітими, але настільки очевидні риси в поведінці службовців; це саме той елемент, що зробить спогади клієнтів приємнішими, а враження запам’ятовуватимуться на довше
Бойко М.Г., Гопкало Л.М. [4, с. 28]	«Гостинність ототожнюють з атмосферою доброзичливості, якою оточують споживача готельних послуг, що відповідає сутності господарської діяльності у цій сфері. Гостинність є системою зі створення комфортного перебування подорожуючого поза місцем постійного проживання. До цієї системи входять: послуги розміщення, харчування, додаткові послуги необхідні проживаючому для повноцінної життєдіяльності...»
Жайворонок В.В. [13, с. 151]	Гостинність – народна традиція з любов’ю та повагою приймати і частувати гостей. Також готовність, бажання приймати гостей і пригощати

	їх; сама церемонія гостинного приймання кого-небудь»
Папірян Г.А. [22, с. 71]	«Гостинність» означає систему заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення най-різноманітніших побутових, господарських і культурних запитів гостей туристських підприємств, їх запобігливого обслуговування, надання низки послуг
Сало Я.М. [26, с. 20]	«Гостинність – це одне з багатьох понять про цивілізацію. Завдяки сильному і постійному прогресу, це поняття, за участі великого потоку часу, перетворилося на одну із найпотужніших індустрій XXI ст., у якій працюють й розвиваються мільярди людей. Вони створюють величезне й безперервне споживання послуг»
Смолій В., Федорченко В., Цибух В. [29, с. 94]	«Гостинність – це найважливіша споживча властивість туристського продукту: вміння дати відчутти клієнтові, що йому раді, з гідністю продемонструвати йому свою повагу, надати люб'язність»
Скобкін С.С. [28, с. 2]	Індустрія гостинності виступає як самостійна, складна і відносно відособлена соціально-економічна система, яка залучає значні матеріальні, фінансові та трудові ресурси
Руденко В.П. [25, с. 69]	Індустрія гостинності – це особлива самостійна галузь економіки, що складається з групи галузей і підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту на різні види відпочинку і розваг. Індустрія гостинності складається з готелів та організацій, які випускають товари і надають послуги, що тісно пов'язані з готельним бізнесом: екскурсійні бюро;

	<p>транспортні підприємства; підприємства з виробництва сувенірів; навчальні заклади готельно-господарського профілю; інформаційні та рекламні служби; науково-дослідні та проектні організації готельно-господарського профілю; готелі; підприємства харчування, зокрема ресторанного господарства; підприємства з виробництва готельно-господарських товарів (які необхідні туристу) тощо. Індустрія гостинності також надає послуги, які мають попит у туристів. Туроператори зі всього різноманіття формують пакет готельних продуктів, який володіє ціннішими споживчими властивостями, ніж кожний з готельних продуктів, взятий окремо (с. 69)</p>
--	--

Джерело: згруповано автором

Отже, як підсумок дослідження терміні «індустрія гостинності» можна стверджувати, що наукова література надає чимало визначень проте консенсусного, єдиного визначення нині так і не сформульовано.

Серед запропонованих визначень науковців варто визначити наступні особливості розуміння терміну:

— Браймер Р. надає загальне визначення «гостинності», у визначені увага зосереджена на сервісній складовій в обслуговуванні. Щодо структури індустрії гостинності наголошено, що немає переліку основних видів діяльності, які охоплює гостинність, і виділено такі основні: громадське харчування, розміщення, перевезення і відпочинок (рекреація) [6, с. 28];

— Уокер Дж. у своєму визначенні звертає увагу на еволюційно-культурному та професійному підходах, а розглядаючи поняття у сфері туризму, автор виділяє елементи відповідно до основних видів активності в туризмі: подорожі, проживання, харчування, відпочинок, розваги, проте, не включає у структуру власне туристичні організації [40, с. 14];

— основною складовою індустрії туризму за Вагеном Л., є заклади розміщення, а також харчування, розваг, та інші підприємства [7, с. 32];

— Роглев В. поділяє гостинність як сервіс, а індустрію гостинності – як готельний бізнес [24, с. 19];

— вітчизняні науковці мають спільний погляд на термін і наголошують на важливість сервісної складової. Українські науковці асоціюють гостинність з готельним бізнесом як складову структури туристичної індустрії та послугами, які забезпечуються такими підприємствами.

Відсутність однозначного визначення спричинено відносною новизною самої сфери, яка нині є вже самостійною, складною та порівняно відособленою соціально-економічною системою з одночасним залученням матеріальних, фінансових і людських ресурсів. Важливо також відмітити, що дослідження «індустрії гостинності» проводять у різних суспільних галузях, що призводить до чіткої невизначеності та сформованості спільного підходу до питання структури, а отже і генези цієї сфери.

Дослідивши визначення терміну «індустрія гостинності» з наукових та законодавчих джерел визначимо, що індустрія гостинності – це соціально-економічна сфера, яка нині охоплює діяльність людей у різних сферах: готельний і ресторанний бізнес, відпочинок, туризм, розваги, екскурсійна діяльність, проведення різних наукових конференцій, громадське харчування, організація виставок. Схематично зобразимо «індустрію гостинності» на рис. 1.11 (див. додаток Б, рис. Б.1)::

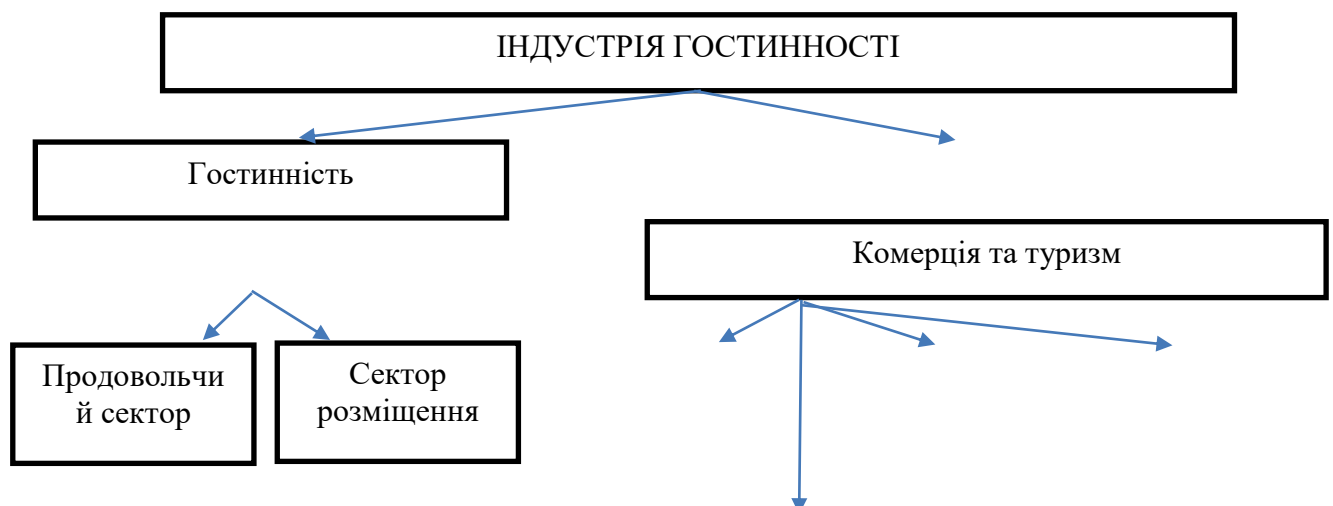




Рис. 1.1. Індустрія гостинності

(розроблено автором на основі [2, с. 12])

Досліджуючи сучасне існування індустрії гостинності варто відзначити авторів сучасної літератури, які все частіше вживають термін «індустрія туризму та гостинності».

Сьогодні визначило, що неможливо розглядати ці поняття окремо оскільки «туристи» – це безпосередні споживачі, які мають потреби, які залежать від різного роду факторів, а «індустрія гостинності» – це одна зі складних та комплексних сфер, в якій завдяки зусиллям фахівців задовольняються різні потреби різних споживачів послуг.

Важливо відмітити визначення та розуміння терміну гостинність введений експертами конфедерації HOTREC – конфедерація національних асоціацій готелів і ресторанів в Європейському економічному співтоваристві (ЄЕС), утвореної в 1982 р ХОТРЕК входить 22 національні асоціації (1200 готелів та ресторанів) [36].

За визначенням HOTREC «гостинність» – це комплексна послуга, якій притаманні певні споживчі властивості і яка створює позитивний образ закладу, означає прояв «вторинного попиту» на послуги [36].

Американські автори Дж. Дітмер і Дж. Гріффін ототожнюють індустрію туризму та індустрію гостинності й надають перевагу в назві сфери діяльності, пов'язаної з обслуговуванням туристів, індустрії гостинності. Як окрема складова економіки, індустрія гостинності складається зі сфери гостинності та сфери подорожей і туризму. Гостинність у вузькому розумінні об'єднує сферу

громадського харчування і розміщення; сфера подорожей і туризму – діяльність турагентств і туроператорів, транспорт, розваги і відпочинок [16, с. 11].

Отже, беручи за основу дослідження Котлера Ф. та науковців Дж. Дітмер і Дж. Гріффін, визначимо, що індустрія туризму та гостинності нині поєднує різні сфери людської діяльності: відпочинок, харчування (готельний та ресторанний бізнес), розваги та екскурсії, бізнес-подорожі, івент-подорожі тощо. І на сьогодні можна стверджувати, що «гостинність» є невід’ємною частиною туризму, яку вимагають всі споживачі туристичних послуг [15, с. 46].

Для проведення дослідження теоретичної основи «індустрії гостинності» важливо визначити головні тенденції сучасного розвитку індустрії:

- поглиблення спеціалізації та диверсифікації послуг закладів розміщення, ресторанів, розважальних закладів;

- утворення готельних ланцюгів, мереж ресторанів, які стають транснаціональними компаніями;

- широке використання в індустрії гостинності інформаційних систем управління, технологічного забезпечення, маркетингу;

- інтеграцію капіталу готельних, ресторанних, розважальних підприємств з капіталом фінансових, страхових, будівельних, транспортних та інших сфер економіки;

- широке використання наукового менеджменту в організації готельного та ресторанного бізнесу, а також управлінні ним;

- розвиток мережі невеликих підприємств для розваг, зорієнтованих на конкретний сегмент ринку. Індустрія гостинності має такі специфічні властивості:

- орієнтація на ресурси під час визначення місця розміщення готелів, ресторанів, розважальних закладів;

- наявність циклічності та сезонності в готельному бізнесі;

- суворі вимоги до ступеня формування інфраструктури та інформаційних мереж.

Нині «індустрія гостинності» складається з готелів та організацій, які створюють та випускають товари й надають послуги, що тісно пов'язані з готельним бізнесом:

- екскурсійні бюро;
- транспортні підприємства;
- підприємства з виробництва сувенірів;
- навчальні заклади готельно-господарського профіля;
- інформаційні та рекламні служби;
- науково-дослідні та проектні організації готельно-господарського профіля;
- готелі;
- підприємства харчування, зокрема ресторанного господарства;
- підприємства з виробництва готельно-господарських товарів, які необхідні туристу.

Отже, можна визначити, що сукупна взаємодія умов гостинності в єдиному технологічному процесі скоординована моделлю гостинності (рис. 1.2) (див. додаток Б, рис. Б.2):



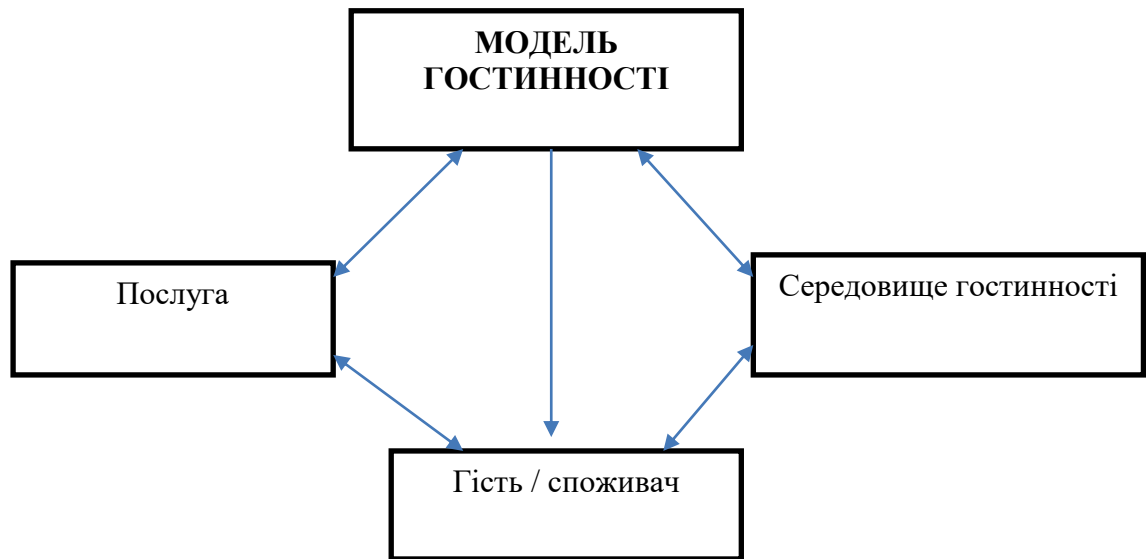


Рис. 1.2. Модель гостинності

(узагальнено автором на основі джерела [22, с. 21])

Узагальнюючи рис. 1.2, можна визначити, що модель гостинності включає в себе чотири основні концепції: гуманітарну (вироблення позитивного іміджу підприємств індустрії на морально-етичному рівні, створення емоційного задоволення гостя від спілкування з персоналом), технологічну (процес реалізації гуманітарних принципів обслуговування в поєднанні з комплексом особистих і професійно-кваліфікаційних характеристик обслуговуючого персоналу індустрії, матеріально-технічною базою підприємств, архітектурно-планувальними особливостями споруд, забезпечення закладів розміщення інформаційними комунікаціями та інформаційними базами даних), функціональну (ефективність організації управління процесом обслуговування) і комерційну (отриманням доходів підприємствами, визначається стратегіями підприємств, що визначають взаємини в системі гостинності між «гостем (клієнтом) – послугою – середовищем гостинності»).

В процесах моделі, що відбуваються в «індустрії гостинності та туризму» науковці та фахівці використовують ряд понять та визначень (табл. 1.2) 1 (див. додаток В, табл. В.1):

Таблиця 1.2

Основні поняття та визначення «індустрії гостинності та туризму»

Поняття/термін 1	Характеристика, визначення поняття/терміну 2
Туризм [1]	тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає
Сфера послуг [67]	сукупність галузей, підгалузей і видів діяльності, функціональне призначення яких у системі суспільного виробництва виражається у виробництві й реалізації послуг і духовних благ для населення. Це один з найдинамічніших і найбільших ринків, основним чинником успіху на якому є злагоджена та ефективна робота підприємств сфери послуг та існуючий попит серед клієнтів
Готель [1]	підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням
Сервіс (сервісна діяльність) [2]	це системний набір складно організованих і взаємопов'язаних дій, спрямованих на надання послуг в системі узгоджених умов
Готельна послуга [2]	дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з

	розміщенням та тимчасовим проживанням.
Готельна діяльність [23, с. 265]	діяльність юридичних осіб і індивідуальних підприємців, які мають або наділяються в установленому порядку майновими правами на колективний засіб розміщення
Готельна послуга [48]	дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням
Засоби розміщування [67]	будь-які об'єкти, в яких регулярно або час від часу надають послуги розміщування для ночівлі
Технологія гостинності [67]	це процес виробництва послуг, якість яких визначається створенням комфортних умов в середовищі гостинності, проявом персональної уваги до гостя, забезпеченням позитивного іміджу підприємства
Комплекс туристичних послуг (туристичний пакет) [67]	це послуга з організації подорожі, яка за змістом складається з обов'язкової сукупності окремих послуг з перевезення та розміщення, з поєднанням їх з іншими додатковими послугами
Ресторан [19, с. 12]	загальнодоступне підприємство ресторанного господарства, яке надає споживачам широкий асортимент страв складного приготування, в основному за індивідуальними замовленнями і надає широке коло послуг
Якість послуги [67]	сукупність характеристик послуги, які визначають її здатність задовольняти встановлені або передбачувані

	потреби споживача
Якість обслуговування [67]	сукупність характеристик процесу і умов обслуговування, які забезпечують задоволення встановлених або передбачуваних потреб споживачів

*Джерело: згруповано автором*

У табл. 1.2 автором наведені терміни та поняття що найчастіше використовуються в індустрії гостинності, та залежно від направленості діяльності та широти послуг кількість термінів і понять збільшується.

Як висновок, визначимо, що модель гостинності відображає призначення підприємств гостинності та туризму, їх філософські концепції, визначає пріоритети, цінності та принципи, згідно з якими ці підприємства здійснюють свою діяльність в сфері послуг та індустрії гостинності та туризму зокрема. Модель гостинності асоціюється з можливістю підприємств швидко реагувати на зміни як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, визначати суть існування і суттєві відмінності від інших підприємств.

## **1.2. Історія становлення та етапи розвитку індустрії гостинності**

Поняття гостинність з'явилося ще на зорі людської цивілізації. Століттями вдосконалюючись і знаходячи нові функції, поняття гостинність дійшло і до наших днів, перетворившись в сильну і значну галузь, яка приносить істотний дохід, як власникам, так і державі. Сьогодні готельний бізнес не тільки сприяє економічному зростанню окремих держав, а й відіграє важливу роль у поліпшенні побуту людей, що стають все більш мобільними в умовах глобалізації.

Досить важко визначити перші відомі в історії будівлі, які стали прообразами сучасних готелів. Загальновідомо, що потреба у них починає виникати за рахунок необхідності поселення людей, які походять з іншої

місцини та потребують тимчасового розташування. Проте, попри те, що люди давно почали подорожувати морем, пересуватись караваном у пустелі чи їздити верхи, подібні заклади виникли не одразу.

У праці О. Артёмової та В. Козлової згадується, що одними з кращих серед перших мореплавців були фінікійці, які будували великі міцні кораблі, що могли подорожувати в акваторії Середземного моря [3, с. 20-40]. А потім в середині країни фінікійці пересувалися караванами. Саме в межах сухопутних торгових шляхів вони забезпечували себе караван-сараями, тобто будівлями для відпочинку караванів, частина з яких була укріплена.

Історія сфери гостинності тісно пов'язана з розвитком культури, подорожей і туризму, відображаючи характерні культурні риси різних епох і народів, утілені в типах засобів розміщення, методах обслуговування і моделі гостей, які користувалися цими засобами.

Історичний принцип у вивченні сфери гостинності дає змогу виявити основні етапи, особливості та тенденції її розвитку. Необхідно встановити вплив мотивів подорожей і туризму, культурних, економічних особливостей на розвиток системи гостинності, а також зворотний зв'язок – дію системи засобів гостинності на мотиви та характер подорожей, економічний і культурний розвиток поселень [11].

Еволюція сфери гостинності відбувалася шляхом створення перших закладів розміщення у IV тис. до н.е., що було пов'язано з необхідністю забезпечення мандрівників місцем для ночівлі, харчування та відпочинку. Від стану розвитку системи засобів гостинності суттєво залежала інтенсивність подорожей, господарство окремих центрів і регіонів. Засоби гостинності відображали риси матеріальної та духовної культури, традицій прийому гостей різної національності.

Високий рівень сервісу забезпечували, окрім державних заїжджих дворів, приватні заїжджі двори, які створювали багаті землевласники на окраїнах своїх володінь, гладіатори, котрі вкладали заощадження у сферу гостинності. Заїжджі двори і таверни, зорієнтовані на обслуговування широкого кола відвідувачів –

купців, ремісників, селян та інших категорій простолюду, пропонували обмежений обсяг послуг. Здебільшого місце для ночівлі надавали на соломі поряд з худобою, елементарні послуги були відсутні. Таверни вважались місцем розпусти, аристократам заходити туди вважалось непристойно.

У регіонах Стародавньої Персії, Середнього Сходу та Закавказзя, через котрі пролягали важливі караванні шляхи з Китаю в Європу, зупинку на ночівлю забезпечували переважно в шатрі – його розбивали поряд зі шляхом. У вузлових пунктах, поблизу гірських, річкових переправ, на проміжних зупинках тривалого шляху своєрідною формою заїжджих дворів були караван-сараї. Диференціація закладів гостинності простежується стосовно категорії гостей, які обслуговувались, регіону виникнення [17].

Новий етап у розвитку сфери гостинності настав з розпадом Римської імперії у 476 р. н. с., у період Середньовіччя. Формування мережі засобів гостинності цього періоду визначались ідеологією суспільних відносин, християнськими традиціями. Найчисельнішою категорією мандрівників були паломники, священики, місіонери, котрі відвідували святі місця, тому виникла необхідність у заїжджих дворах біля храмів та монастирів.

Масштаби та суспільне значення релігії у Середньовіччі, її відображення у паломництві підтверджує те, що основним завданням окремих лицарських орденів був захист паломників і створення необхідних умов гостинності на їхньому шляху до святих місць. Наприклад, біля м. Росе, на території Фландрії, будинок для паломників забезпечував ночівлю, безкоштовний хліб, фрукти, горіхи, послуги перукаря, ремонт взуття; були створені два хоспіси для безнадійно хворих і навіть освячене місце для поховання – все це за кошти абатства.

Харчування для паломників, яке забезпечували монастирі, було скромним, проте значно кращим, аніж у придорожних заїжджих дворах. Монастирі мали земельні наділи, самостійно господарювали, що забезпечувало їх усім необхідним, та чітко контролювали власні ресурси і організацію внутрішнього життя.

Гостинністю до паломників вирізнялись і міські гільдії (купецькі союзи). За помірну платню тут можна було переночувати й отримати послуги з харчування у місцевому трактирі. Завжди такі послуги надавала Лондонська резиденція відомого Гейзенського союзу – Steelyard. Умови проживання були строгими та наближеними до монастирів. Саме з періодом Середньовіччя пов'язують виникнення поняття «гостинність» [14, с. 260].

Період Нового часу (XVI-XIX ст.) – вагомий етап у розвитку суспільних відносин в Європі. Він пов'язаний із трансформацією економічного та культурного життя. Активізація економіки внаслідок пожвавлення торгівлі, розширення сфери зайнятості відображаються в подорожах і зумовлюють еволюцію у сфері гостинності – збільшується кількість засобів розміщення та харчування, вони модернізуються, набувають чітких рис у спеціалізації, поліпшується якість обслуговування.

У Франції, наприкінці XVI ст. виникли перші засоби розміщення готельного типу у спеціально побудованих приватних палацах і розкішних державних особняках, які отримують назву «отель». Дослівно це поняття означає «міський палац магната», місце перебування дипломата іноземної держави або міської влади. Чисельні готелі – палацові комплекси, що виникають біля великих міст Західної Європи в XVI-XVII ст., виконують функції замиської резиденції тимчасового розміщення важливих гостей, окрім основного палацу, в якому мешкав власник готелю [9].

Вагоме значення у структурно-функціональній та геопросторовій організації сфери гостинності в світовій туристичній індустрії належить США. Країну переселенського капіталу активно освоювали з XVII ст. унаслідок інтенсивної еміграції вихідців із Європи. У готельній індустрії США (XVII-XVIII ст.) простежується помітний англійський вплив. У сфері ресторанного бізнесу найбільший вплив мають традиції французького й італійського кулінарного мистецтва та організації обслуговування [9].

Науково-технічний прогрес дав поштовх і розвитку туризму. А це в свою чергу призвело до покращення всіх сфер суспільного життя, в тому числі



готельної та ресторанної справи. Враховуючи те, що частіше за інших подорожували аристократи, вибагливі до обслуговування, власникам готелів потрібно було значно покращити якість обслуговування та удосконалити свої заклади [12].

Бурхливий розвиток сфери гостинності припадає на кінець XIX – початок XX ст., коли стрімко збільшується кількість готелів та ресторанів, особливо у Європі та США. Разом із цим значно вдосконалюється обслуговування, відбуваються суттєві зміни у архітектурі та інтер'єрі приміщень, підвищується рівень їх функціональності, з'являється поняття стандартизації в обслуговуванні. В цей час виникають готелі для заможних людей та бізнесменів, які покликані задовольняти найпримхливіших клієнтів [12].

Індустрія гостинності на межі XIX-XX ст. стає важливою сферою економіки багатьох країн. Проблеми будівництва готелів, підготовки персоналу, ціноутворення вирішували готельні союзи, акціонерні товариства, концерни. На початку XX ст. з-поміж інших вирізняється Лондонський синдикат власників готелів, французький Союз власників готелів. У 1906 р. виникає Міжнародний союз власників готелів, що об'єднав власників 1700 засобів розміщення у різних країнах [21].

За часи свого існування індустрія гостинності стала настільки важливою, що на сьогоднішній день займає одне з ключових місць в економіці держави та житті суспільства. Це відбувається через те, що індустрія гостинності тісно пов'язана з такою галуззю економіки, як туризм, яку неможливо уявити без готельних та ресторанних закладів. Матеріальна база, яка слугує місцем розміщення для туристів, являється ключовим пунктом при формуванні туристичної інфраструктури.

Сучасний період у розвитку готельної індустрії почався після Другої світової війни, тоді ж почалися масові подорожі громадян. А це в свою чергу зумовило зростання кількості готельних та ресторанних підприємств, закладів розваг та вдосконалення інфраструктури в цілому. У сучасному світі лідерами по кількості номерного фонду вважається Європа та США. А оскільки саме ці

регіони являються лідерами туристичної індустрії, це ще раз доводить взаємозв'язок цих галузей [5].

Туристські поїздки з діловими цілями (бізнес-подорожі) у тому або іншому виді існують вже не одне десятиліття. Але, мабуть, тільки в 90-ті рр. ХХ ст. вони отримали найбільший розмах і стали однією з самих прибуткових галузей туризму. За оцінками експертів СОТ, частка ділового туризму у світі становить близько 20%. Сьогодні діловий туризм – один з ведучих напрямів світового турбізнесу. У державних програмах розвитку економіки США, Швейцарії та Фінляндії він стоїть на пріоритетних місцях [14, с. 94].

Тенденція збільшення кількості готельних та ресторанних підприємств спостерігається в усьому світі. Насамперед, це стосується європейських країн та США. Швидкими темпами також зростає кількість готельних підприємств в Китаї, Малайзії, Аргентині та Сінгапурі.

За останнє десятиріччя можна виявити певні тенденції розвитку готельної індустрії:

- 1) поглиблення спеціалізації готельної пропозиції – готелі роблять ставку на градацію готельних послуг. Це виявляється у спрямованості обслуговування на окремих споживачів, наприклад, на ділових туристів [18];

- 2) утворення міжнародних готельних ланцюгів – групування підприємств для здійснення колективного бізнесу, які перебувають під контролем керівництва ланцюгом. Ця тенденція посилилася завдяки розвитку франчайзингу, коли менш відомі готелі користувалися іміджем більш популярних, і таким чином успішніше просували свій продукт на зовнішній та внутрішній ринки;

- 3) процес глобалізації – являє собою інтернаціоналізацію виробництва, формою якого є транснаціональні корпорації. Вони включають в себе підприємства, розміщені в різних державах, але підпорядкованими спільній стратегії діяльності;

- 4) розвиток мережі малих підприємств – це пов'язано з тим, що малі готельні підприємства краще адаптуються до вимог споживача, при цьому

створюючи приємну атмосферу для перебування гостей. Такі готелі користуються популярністю ще й тому, що є дешевшими та мають більш гнучку систему знижок;

5) впровадження комп'ютерних технологій – дає можливість покращити роботу всіх служб готельного підприємства. Нові технології використовуються на всіх етапах обслуговування гостей – починаючи з бронювання і закінчуючи просуванням продукту та налагодженням комунікації з клієнтом. На сьогоднішній день ця тенденція є актуальною і надалі буде розвиватися разом з комп'ютерними технологіями [24].

Таким чином можна зробити висновок, що індустрія гостинності є однією з найважливіших складових розвитку туризму, який в свою чергу являється однією з найприбутковіших галузей економіки. Тому буде доцільним розвивати туристичну інфраструктуру, особливо готельно-ресторанну сферу із використанням комп'ютерних технологій, які забезпечать постійне її вдосконалення. Прослідкувавши за історією розвитку індустрії гостинності можна помітити, що вона постійно вдосконалювалась та поглиблювала свій вплив на суспільне життя. Тому не дивно, що зараз вона займає таке вагоме місце у нашому суспільстві. І завдяки тому, що подорожі стають все популярніші та більш розповсюджені, ця сфера завжди матиме свого споживача.

Розвиток сфери обслуговування безпосередньо пов'язаний з конкретно-історичними умовами розвитку людства. Потреба у перших закладах, що надають послуги з поселення подорожніх, виникає після того, як мандрувати починає велика кількість людей. Можна стверджувати, що становлення подібних закладів було тісно пов'язане з рівнем та статками подорожуючих. На західноєвропейських і на вітчизняних теренах послуги з поселення та харчування людей надавалися спочатку на території монастирів. Проте поступово формуються умови для формування закладів готельного типу, які пропонували високий рівень обслуговування та були орієнтовані на більш елітний прошарок суспільства.



## РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В ІЗРАЇЛІ

### 2.1. Структура індустрії гостинності країни

Ізраїль – біблійна Земля обітована – сьогодні це сучасна, процвітаюча, сповнена життя держава. Але протягом довгих століть він був ареною найдивовижніших подій в історії людства. Цей аспект багато в чому вплинув на імідж Ізраїлю, зокрема на розвиток туризму. На сьогодні державу можна назвати центром паломництва, оскільки Земля Ізраїлю – батьківщина єврейського народу. Тут відбулися найважливіші події в його багатовіковій історії. Тут сформувалися його культурні, релігійні і національні особливості. В епоху розсіювання єврейський народ не послабив свої історичні зв'язки з Державою Ізраїль, пам'ятаючи про неї завжди. І у 1948 р. з народженням Ізраїлю була відроджена незалежність єврейського народу, втрачена 2 тисячі років тому [65].

Одним із найбільш давніх паломницьких маршрутів є шлях до Святої Землі. Поклонитися землі, де ступали ноги Христа, було найбільшим бажанням багатьох поколінь. Для будь-якого християнина відвідати місця земного життя Ісуса Христа, апостолів, багатьох святих завжди було одним із пріоритетів на шляху до їхнього духовного становлення. Вважається, що під час паломництва у людини відкривається духовне бачення, людина починає по-новому дивитися на християнський світ, його історію, сучасну дійсність. Крім того, у людини оновлюється бачення суті самого буття, його мети і призначення, з'являється більш тонке розуміння проблем світобудови. Тяжіння до святині іноді настільки сильне, що людина, ще не покинувши межі землі Ізраїлю, починає планувати свій майбутній приїзд [61].

Саме завдяки цьому аспекту формується такий імідж Ізраїлю: Ізраїль як центр туризму. Постійне зростання туризму в Ізраїль – результат ретельної

роботи міністерства туризму, яке провело і проводить широкий спектр заходів із залучення туристів у країну. Туристичний бізнес в Ізраїлі підтримується на державному рівні. Для розвитку і просування туризму щорічно виділяються істотний бюджет, розробляються робочі плани, в яких намічаються короткі і довгострокові цілі і завдання. Туризм – це динамічна галузь, яка вимагає постійних внесків і творчого підходу [52].

Отже, можна зробити висновок, що розвиток туризму посідає одне з провідних місць як у внутрішній, так і в зовнішній політиці держави Ізраїль.

Стан ринку туристичних послуг в Ізраїлі визначається соціально-економічними та політичними процесами, які відбуваються у країні. Туристична політика й напрями розвитку туристичної сфери у країні визначаються Міністерством туризму. Основною метою Міністерства є приваблення зарубіжних гостей у країну. Для цього при Міністерстві створено Державну компанію з туризму, яка забезпечує маркетинг і рекламу, професійне навчання персоналу, контроль діяльності готелів тощо. Друге за важливістю завдання Міністерства – розвиток внутрішнього туризму, тобто заохочення ізраїльтян до відпочинку в межах країни. Вважається, що розвиток туризму досягне успіху за виваженої політики на національному й регіональному рівнях [57].

Основні стратегічні цілі розвитку туристичної сфери полягають у:

- формуванні туристичного комплексу, структура якого буде визначатися з урахуванням місцевої специфіки;
- розвитку місцевої інфраструктури (готелі, ресторани тощо);
- модернізації засобів зв'язку (телефони, інформаційні системи) та розвитку інфраструктури (дороги, засоби доставки);
- розвитку туристичних кадрів (курси підготовки й перепідготовки кадрів для туризму, курси підвищення кваліфікації) [57].

Сьогодні Міністерство та підконтрольні йому органи розробляють нові й підтримують вже наявні програми щодо розвитку туризму в Ізраїлі. При цьому слід пам'ятати, що нинішнє геотуристичне положення країни є суперечливим і

складним. З одного боку, Ізраїль володіє надпотужним ресурсним потенціалом і розташований на узбережжях теплих морів, у зоні взаємодії світових релігій і культур. З іншого – країна має складні стосунки з арабським світом, які часто переходять у збройне протистояння, й належить до держав із високою ймовірністю терористичних актів. Унаслідок реалізації програми «Відкритий Ізраїль» Міністерства туризму значно зросли потоки туристів з-за кордону. Доходи від туризму у 2019 р. склали 25 млрд шекелів. У туристичній індустрії зайнято 90 тис ос. станом на вересень 2019 р. [27, с. 82].

Туристична політика Ізраїлю забезпечується реалізацією низки цільових програм міжнародного, національного та регіонального рівнів, спрямованих на зростання ролі держави на світовому туристичному ринку. Вони забезпечать популяризацію країни, а отже, й наплив додаткових асигнувань, які будуть спрямовані на вирішення екологічних, соціально-економічних та політико-релігійних проблем і завдань. Державна політика Ізраїлю потребує детального дослідження та переймання позитивного досвіду управління країною у кризових обставинах.

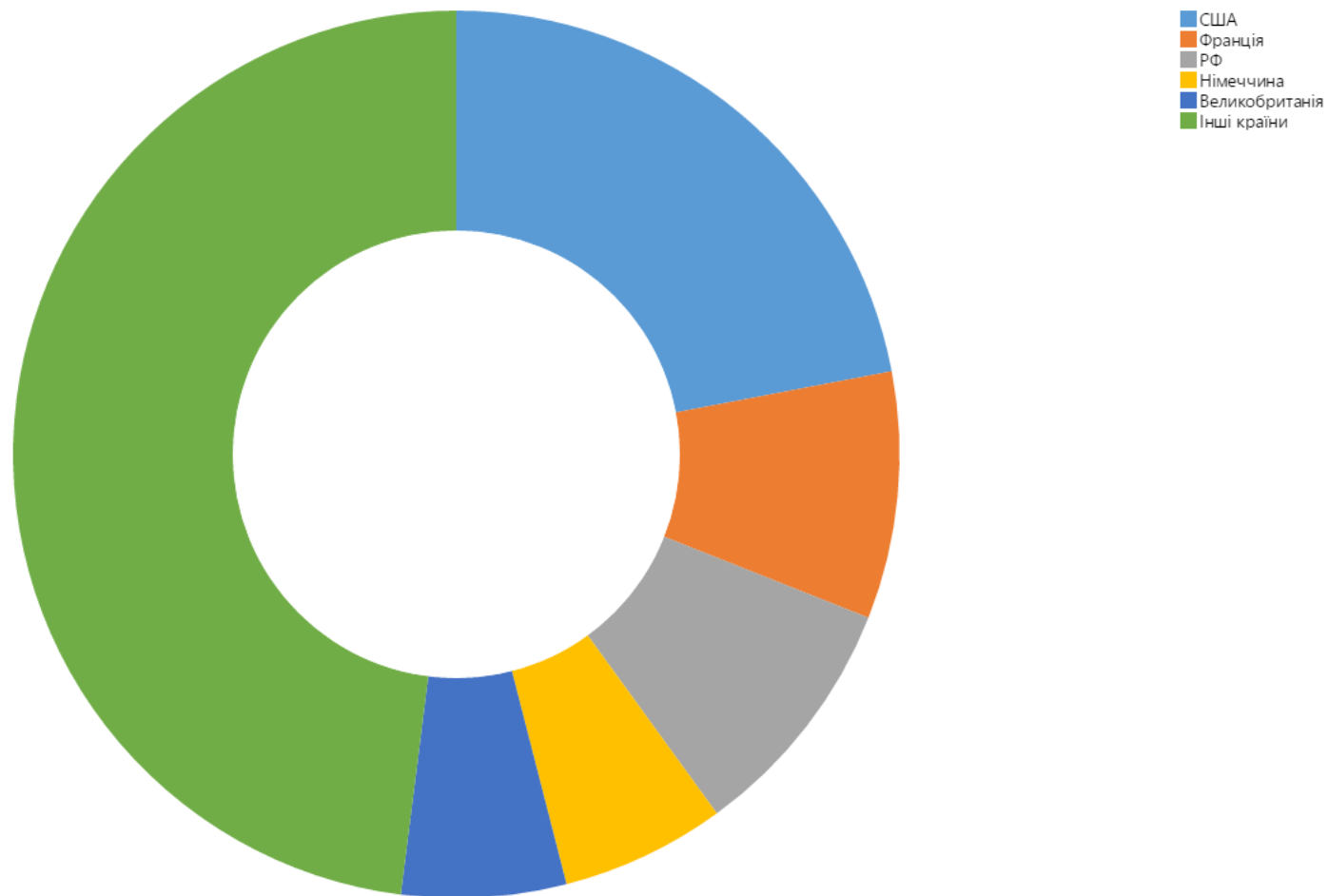
За даними ВТО (World Travel & Tourism Council) у 2020 р. внесок галузі туризму та гостинності принесла наповнення бюджету країни і склала 5,6%. Станом на січень 2021 р. WTO наводить данні, що в галузі гостинності та туризму працює понад 227 тис. співробітників [45].

За 2020 р. виїзний та внутрішній туризм склав 48% та 52% відповідно.

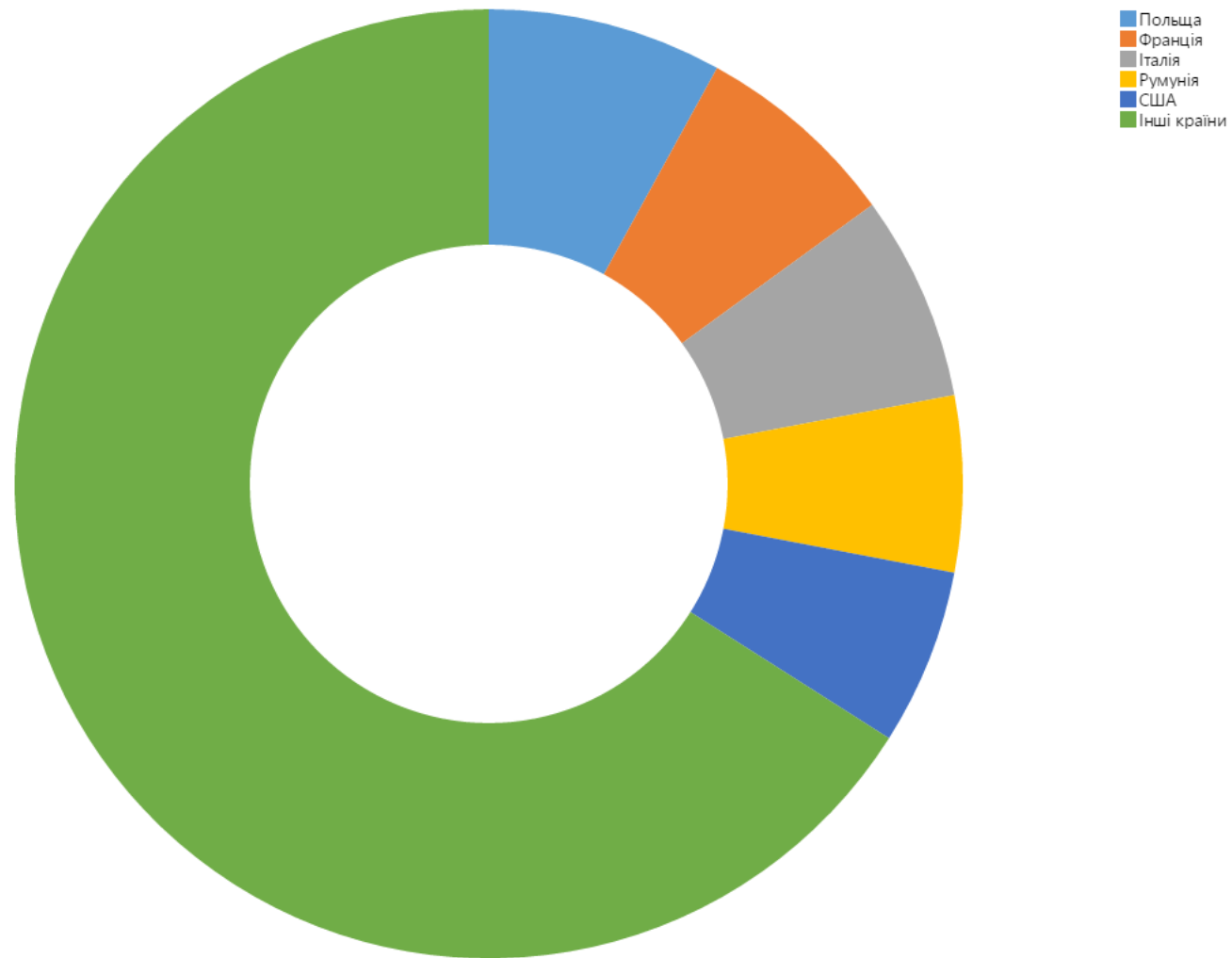
Основними країнами-постачальниками туристів стали: США, Франція, РФ, Німеччина, Великобританія. Виїзний туризм у 2020 р. відбувався за напрямками Польща, Франція, Італія, Румунія та США. Зобразимо структуру напрямків в'їзного та виїзного туризму на рис. 2.1 (див. додаток Г, рис. Г.1):







а) Структура в'їзного туризму Ізраїль: за країнами, 2020 р.



б) Структура виїзного туризму Ізраїль: за країнами, 2020 р.

Рис. 2.1. Структура напрямків в'їзного та виїзного туризму Ізраїлю: за країнами у 2020 р., %

(складено за даними [45])

За даними WTO 84% туристів у 2020 р. Здійснювали подорож з метою відпочинку і 16% відсотків з метою бізнесу [45].

У 2019 р. Міністерство туризму Ізраїлю провело дослідження згідно з яким:

— 39,8% туристів прибули самостійно, 40,6% у складі пари та 19,6% як подорожуюча група з 3 осіб і більше;

— релігійна приналежність туристів: 25,6% були євреями, 53,9% християнами, 1,4% мусульманами, 2,6% належали до інших релігійних груп, а 16,6% не мали релігійної належності;

— вік гостей: 24,8% туристів був старше 55 років, 33,3% – у віці від 35 до 54 років, 21,3% – від 25 до 34 років, і 20,6% туристів були віком 18-24 роки.

— 25,4% туристів приїхали в рамках групового/організованого туру, 74,6% приїхали як іноземні приватні туристи (FIT) (не роблячи бронювання проживання послуги заздалегідь через туристичні агенції);

— у 2019 р. 56,1% туристів вперше відвідали Ізраїль, тоді як 43,9% вже відвідували Ізраїль раніше;

— 18,8% туристів прибули з релігійними цілями (паломництво), 25,2% приїхали для екскурсій та огляду визначних пам'яток, 29,4% для відвідування друзів та родичів, 14,2% для відпочинку та розваг, 8,3% для бізнесу та 4,1% з іншими цілями мандрівки;

— 51,6% туристів зупинилися у 2019 р. в готелях або на курортах, 26,8% залишились у друзі та родичі, 5,0% зупинилися в гуртожитках, 13,6% у приватних закладах розміщення, 1,3% залишились у християнських хоспісах, а решта 1,7% використовували інші типи житла;

— середня тривалість перебування всіх туристів становила 10,2 ночі. В середньому для туристів, що проживають в Ізраїлі до 30 днів – 8,1 ночі [57].

Основними курортними регіонами Ізраїлю є: Єрусалим, Тель-Авів, Мертве море, Галілея, Тверія та озеро Галілея, Хайфа, Голанські висоти, Іудея та Самарія, Ейлат і Червоне море, Негев та ін.

У 2019 р. структура відвідування регіонів у порівнянні з 2018 р. дещо змінилась, зобразимо на рис. 2.2 (див. додаток Г, рис. Г.2):

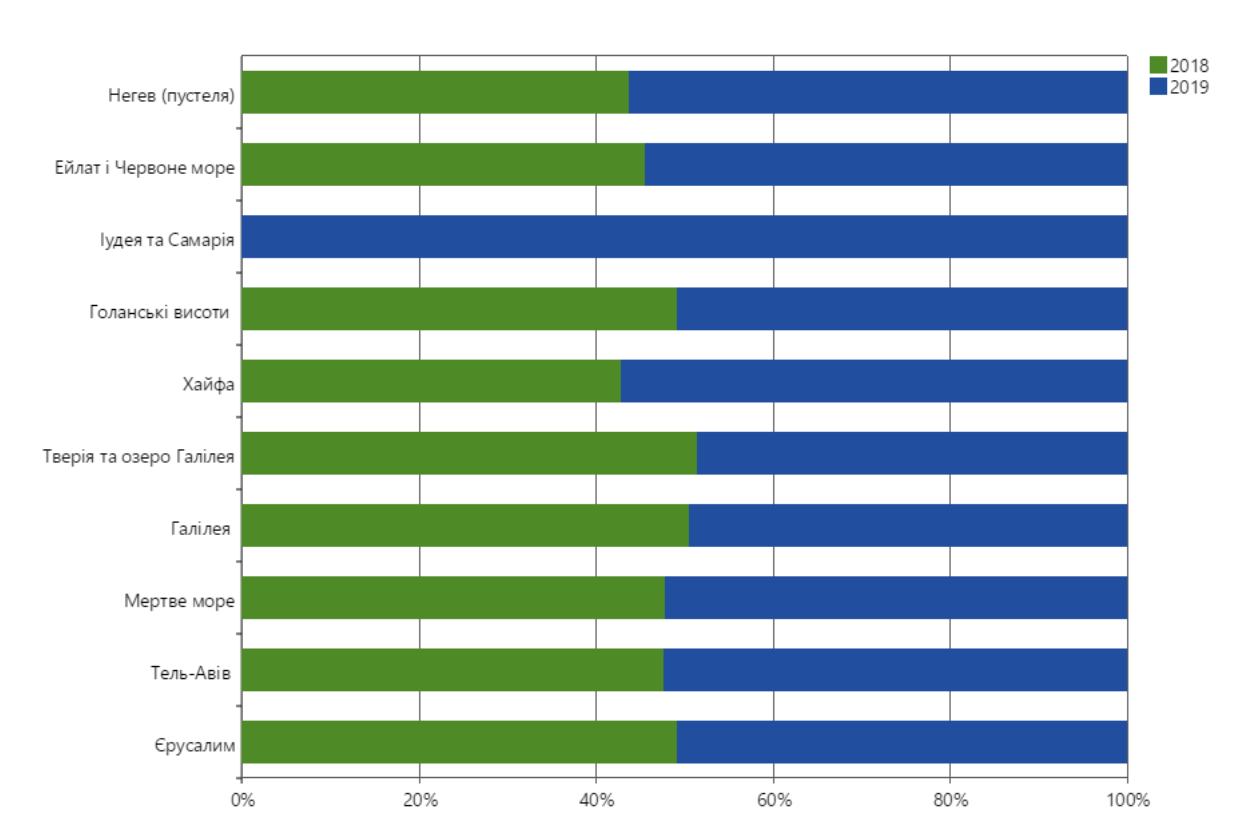


Рис. 2.2. Структура відвідування регіонів Ізраїлю 2018-2019 рр., %  
(складено за даними [57])

Відповідно до наведених даних можна визначити, що популярність регіонів Єрусалим, Тель-Авів, Мертве море, Хайфа, Голанські висоти, Іудея та Самарія, Ейлат і Червоне море, Негев зростає, натомість Галілея, Тверія та озеро Галілея, Негев зменшилась.

Спираючись на дослідження Міністерства туризму Ізраїлю зазначимо мету подорожей до Ізраїлю у динаміці 2017-2019 рр. на рис. 2.3 (див. додаток Г, рис. Г.3):

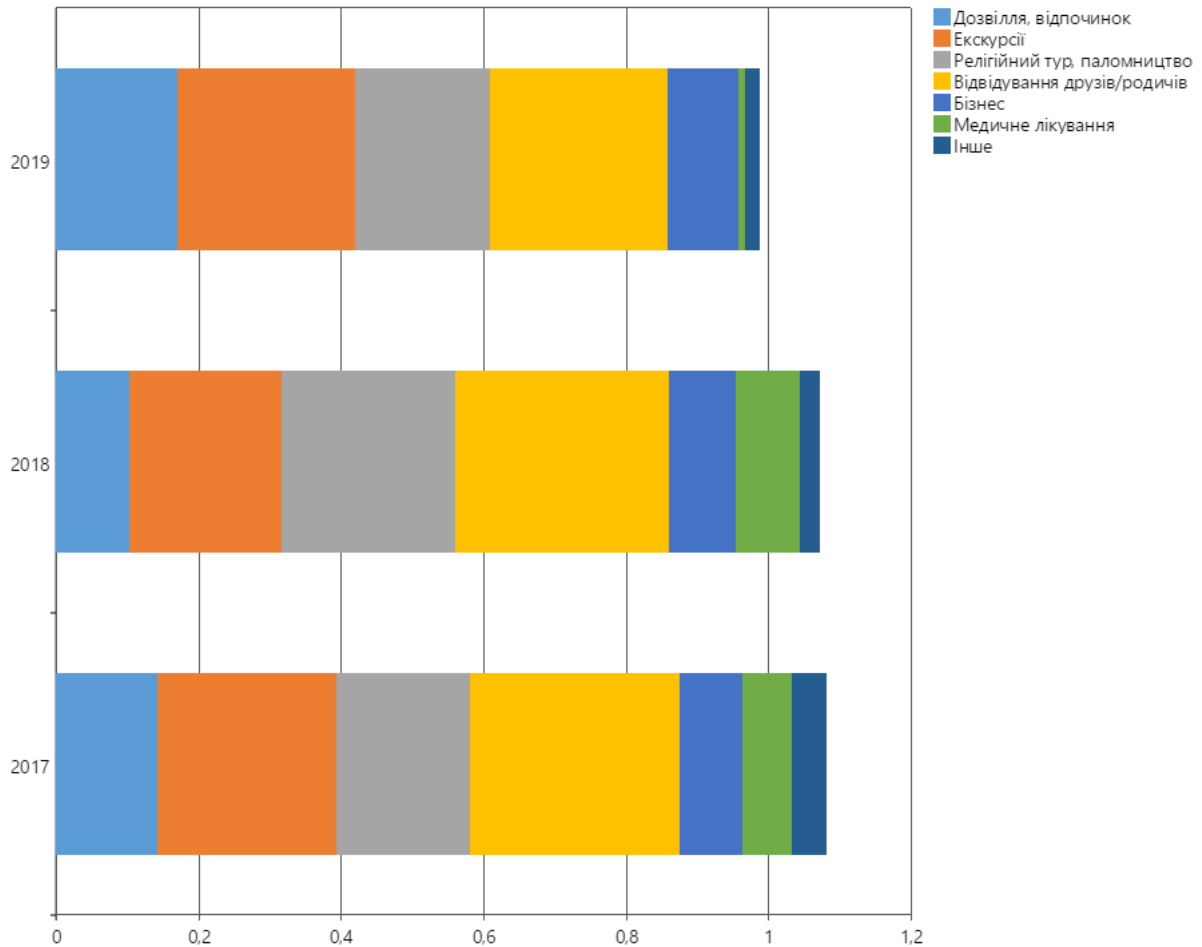


Рис. 2.3. Динаміка та структура видів туризму Ізраїль за 2017-2019 рр.,% (складено за даними [57])

Як видно найстабільнішими напрямками туризму і Ізраїлі за 2017-2019 рр. є екскурсійний та релігійний. Великі коливання у структурі та і за динамікою спостерігаються у напрямках медичний, бізнес та відпочинковий напрямки.

На рис. 2.4 проаналізуємо структуру та динаміку завантаження засобів розміщення Ізраїлю за період 2017-2019 рр (див. додаток Г, рис. Г.4).

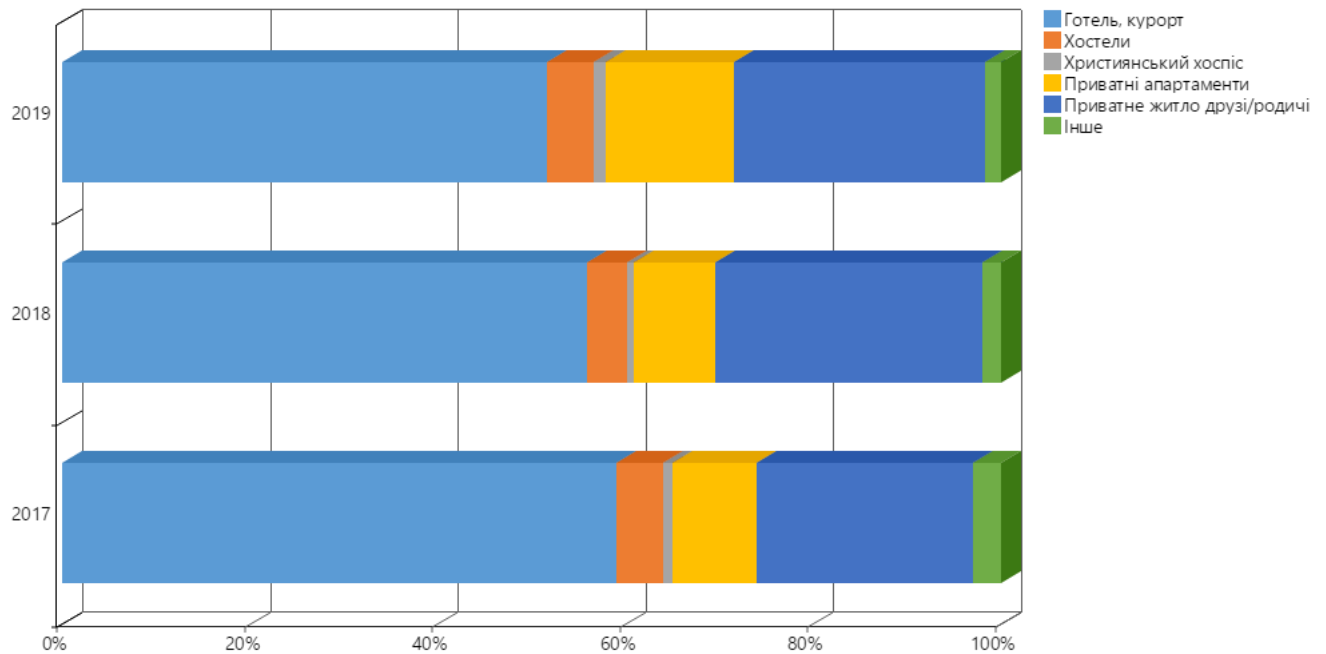


Рис. 2.4. Динаміка та структура засобів розміщення Ізраїлю за 2017-2019 рр.,%

(складено за даними [57])

Відповідно до даних на рис. 2.4 можна стверджувати, що більшість гостей/туристів Ізраїлю обирають готелі та приватні апартаменти. Найменшим попитом користуються хостели та християнські хоспіси.

Постійне зростання туризму в Ізраїлі – результат ретельної роботи Міністерства туризму, яке провело і проводить широкий спектр заходів по залученню туристів в країну. Туристичний бізнес в Ізраїлі підтримується на державному рівні, а для його розвитку і просування щорічно виділяється істотний бюджет, розробляються робочі плани, в яких намічаються короткі і довгострокові цілі та завдання. Туризм – це динамічна галузь, яка вимагає постійного вкладу та творчого підходу [54].

Міністерство туризму на постійній основі надає гранти підприємцям для заохочення будівництва і розширення ізраїльських готелів. У 2018 р. на дані цілі було виділено 145 млн шекелів та побудовано 3829 нових готельних номерів [53].

Міністерство туризму інвестувало 350 мільйонів шекелів в туристичний маркетинг Ізраїлю по всьому світу, в тому числі в США, Німеччині, Росії, Італії, Британії, Китаї, Україні, Бразилії, Філіппінах тощо. Ці інвестиції сприяли збільшенню числа туристів з цих країн в середньому на 13% [53].

Обмеження, накладені внаслідок пандемії COVID-19, серйозно вразили всі сектори, і індустрія гостинності, безперечно, є найбільш постраждалою. В Ізраїлі в середині березня 2020 р. були введені суворі заходи карантину, які змусили закрити майже всі окрім перш необхідних підприємств, включаючи більшість готелів країни.

Ніхто не знає термінів, скільки триватиме ця пандемія, та остаточний чистий вплив на економіку. Минулі «шокові» події в Ізраїлі та спади спричинили різкий спад бізнесу; однак показники галузі завжди відновлювались, і ізраїльські готелі стали особливо вправними в управлінні наслідками таких подій. Незважаючи на те, що темпи та ступінь спаду COVID-19 не мають собі рівних, керівництво країни вважає, що індустрія гостинності в Ізраїлі відновиться, і, як і в минулому, цей спад створить можливість для сильної віддачі через своєчасні інвестиційні стратегії [38].

Політична ситуація в регіоні мала вирішальний вплив на потоки в'їзного та виїзного туризму. Після років геополітичної напруженості в Ізраїлі та сусідніх державах 2017 р. став переломним і став одним із найкращих років в історії країни з точки зору міжнародних візитів. У поєднанні з цілеспрямованими маркетинговими діями, пом'якшенням візових правил та збільшенням кількості авіамаршрутів завдяки угоді про відкрите небо, яка набрала чинності в 2013 р., туристична індустрія Ізраїлю продемонструвала вражаючий приріст з 2,9 млн прибулих туристів у 2016 р. до 4,5 мільйонів у 2019 р.. Місцеві власники готелів отримали вигоду від цього підйому, що відобразилось у надійних показниках усіх ринків.

Відображаючи позитивні тенденції попиту та обмежене зростання пропозиції, готелі Ізраїлю зафіксували збільшення RevPAR зі 137 дол. США у 2016 р. до 169 дол. США у 2019 р., що складає річний темп приросту 7%.



Найбільш сильне зростання RevPAR було зафіксовано в Єрусалимі зі складеним річним темпом приросту 14% між 2016 і 2019 р. далі Тель-Авів (8%), Хайфа (6%), Мертве море (4%) та Ейлат (3%) [38].

Міністерство туризму країни в 2020 р. у співпраці з Земельним управлінням Ізраїлю виділили близько 10 ділянок для будівництва готелів. Таким чином, передбачається створення близько 2050 нових готельних номерів в найближчі роки.

Всесвітня туристична організація оприлюднила базові принципи, що дозволяють забезпечити безпеку туристів під час подорожей та глобальному туристичному сектору стійкий та успішний вихід з кризи.

Нові рекомендації UNWTO засновуються на шести базових принципах:

- безпечні поїздки для мешканців, мандрівників та працівників, які дотримуються санітарних правил;
- засновані на фактичних даних протоколи та інформація;
- узгоджений обмін даними;
- усунення дискримінації;
- акцент на цифрову трансформацію;
- гарантія заходів регулярного перегляду у випадку більш ефективної альтернативи або коли переглянути їх дозволить поточна ситуація [66].

Базуючись на цих принципах розпочалося відновлення сфери туризму в Ізраїлі після кризи. Відбулася активізація внутрішнього туризму, бо зовнішні кордони ще залишаються закритими для представників багатьох країни світу. Необхідно зазначити, що Ізраїль був однією з перших країн світу, що закрила кордони та застосувала безпрецедентні заходи запобігання поширенню Covid-19.

В країні введена кримінальна відповідальність та штрафи за порушення карантину. Тому, вже з травня 2020 р. перезапустили внутрішній туризм – дозволили здавати в оренду котеджі, відкрили готелі, де є номери з окремим входом з вулиці. Почали працювати національні парки, центри, ринки, відкрилися музеї та галереї із дотримання нових санітарних норм. В країні

розробили спеціальний стандарт безпеки. Правила передбачають обов'язкове перебування в масках та рукавичках, особливі засоби дезінфекції, дотримання дистанції 2-х метрів, виключення загальних обідів.

Традиційно користуються популярністю у туристів відвідання святих місць, лікування на Мертвому морі, оздоровлення на Середземному та Червоному морях. Крім того, користуються попитом місця, де є можливість усамітнення – пустеля Негев (катання на спеціальних дошках з дюн, спостереження за зірками). Молодь обирає екстремальні види туризму: катання на велосипеді, рафтинг, скелелазіння, внепінг (спуск на мотузці зі скель). В країні проводиться численні фестивалів. Разом з тим, молодь дуже залежить від фінансів, а фінансова криза після коронавірусу, не сприятиме активним подорожам молоді, які не мають великої кількості заощаджень.

До кризи в Ізраїлі діяли дві польотні директиви. Уряд виплачував по 25-тисяч євро авіакомпаніям, які відкривали рейси в Тель-Авів з нових міст. Також було прийнято повертати по 60 євро за кожного туриста консолідаторам чартерних рейсів та авіакомпаніям, які возили туристів до Ейлату. Збереження таких субсидій під питанням в сучасних умовах, проте збереження цих програм позитивно сприятиме швидкому відновленню сфери туризму. Ейлат – це місто, яке практично повністю залежало від туризму, зараз там фіксують 70% безробіття.

Останні події сприятимуть більш ретельному плануванню туристами своїх подорожей, а вартість буде мати вирішальне значення. Одним з важливих заходів для підтримці іміджу туристичної галузі могла стати тимчасова відміна зборів та відміну броні. Це дає впевненість туристам в що вони фінансово не постраждають [57].

Останні роки Міністерство туризму працювало над тим, щоб приділяти особливу увагу можливостям відпочинку в Ізраїлі та сприятливим кліматичним умовам, що зберігаються в країні на протязі цілого року. Здійснювався ребрендинг туристичного продукту, особлива увага приділена розвитку

туризму на півдні країни та туристичній інфраструктурі в пустелі; укріплювалося співробітництво з провідними он-лайн турагентами.

Отже, використання стандартів безпеки, що запропоновані ЮНВТО, дозволить швидко відновити сферу туризму, в першу чергу збереже робочі місця, а підтримка розвитку внутрішнього туризму, в умовах закритих зовнішніх кордонів, дає можливість переобладнати об'єкти туристичної інфраструктури до безпечного рівня.

## 2.2. Специфіка надання послуг в сфері гостинності в Ізраїлю

Вдале розташування і багата історія Ізраїлю, де можна поєднувати непоєднуване: пройти шляхом Ісуса Христа до Голгофи і насолоджуватися прекрасним сервісом на пляжах Тель-Авіва, розсікати на джипах серед Ейлатських гір і відчувати на собі цілющі властивості грязей Мертвого моря.

Як вже зазначалось вище у дослідженні велика частка туристів Ізраїлю приїжджає до країни не вперше,. Відгуки відпочиваючих майже у всіх випадках засвідчують що індустрія гостинності Ізраїлю – це розвинена інфраструктура, високий рівень обслуговування, ретельно продумані культурні-івент програми та індивідуальний підхід до кожного гостя.

Індустрія гостинності складається з основних «кітів»: транспортна інфраструктура, інфраструктура розміщення та харчування, дозвілля, візові правила. Отже для аналізу специфіки індустрії гостинності необхідно дослідити кожен складову окремо.

**Транспорт.** Інфраструктура сегменту є дуже розвинена. Для внутрішніх та іноземних туристів транспортне сполучення забезпечується такими складовими: авіасполучення (чартерні рейси, лоукости, міжнародні та внутрішні рейси); оренда та замовлення автомобільного транспорту, круїзи, залізничний транспорт.

Найбільші аеропорти знаходяться в безпосередній близькості від Середземного моря (Тель-Авів) та Червоного моря (Ейлат) (див. додаток Д, рис. Д.1). Головним аеропортами країни є:

- Міжнародний аеропорт в Тель-Авів Ben Gurion International Airport (TLV) який приймає рейси 57 авіакомпаній та сполучає 79 напрямків;
- Sde Dov Airport в Тель-Авів приймає рейси 2 авіакомпаній та сполучає 2 напрямки;
- Eilat Airport (ETH) в Ейлаті приймає рейси 2 авіакомпаній та сполучає 3 напрямки;
- Ovda International Airport (VDA) в Ейлаті приймає рейси 1 авіакомпанії та сполучає 1 напрямком;
- Haifa International Airport (HFA) в Хайфі приймає рейси 1 авіакомпанії та сполучає 2 напрямки [43].



## Рис. 2.5. Аеропорти Ізраїлю

(складено за даними [57])

У 2020 р. аеропорт Tel Aviv Ben Gurion Airport (TLV) прийняв 24 821 767 пасажирів, а аеропорт Eilat Ramon Airport (ETM) – 1 800 000 [39].

Найбільші авіакомпанії, що базуються в Ізраїлі є LY Elal (El Al Israel Airlines) – 37 напрямків сполучення; 5C Cal (CAL Cargo Air Lines) – 15 напрямків сполучення; IZ Arkia (Arkia Israel Airlines) 10 – напрямків сполучення; 6H Israir та DH Dsy (Dennis Sky) по 7 напрямків сполучення [43].

Залізничне сполучення також дуже розвинене в країні. Популярні пункти призначення є: Тель-Авів – Мерказ, Тель-Авів – ха-Шалом, Хайфа – Хоф ха – Кармель; Реховот – ім. А. Хадара; Нетанія та ін.

За підсумками 2019 р.: 60 млн пасажирів на рік, 220 тис. щоденних рейсів, 468 діючих поїздів на 12 залізничних гілках, які вирушають з 61 пасажирської станції, розташованої на всій території країни. Річний оборот склав близько 2,3 млрд шекелів від поточної діяльності станцій, а також потік інвестицій в сумі близько 1,7 млрд шекелів [40].

Ринок оренди автотранспорту Ізраїлю охоплює прокат легкових автомобілів, включаючи невеликі мікроавтобуси, як для бізнесу, так і для відпочинку. Транспортні послуги в Ізраїлі, – це замовлення будь-якого типу автомобіля для будь-яких трансферів в Ізраїлі, до Єрусалиму, Мертвого моря, Тель-Авіва чи навіть Ейлата. Транспортні послуги в Ізраїлі пропонують найкращі приватні трансфери в Ізраїлі з приватним водієм без сторонніх людей поруч із вами або спільних поїздок [44].

Круїзи. Для подорожуючих пропонується два види: морські і річкові.

Морські круїзи також поділяються на круїзи з Ізраїлю і круїзи із зарубіжних міст. Круїзи з Ізраїлю розраховані протяжністю на дві, три, чотири, п'ять, сім і чотирнадцять ночей.

За час трьох і чотириденного круїзу пропонується відвідування Кіпру. П'яти, шести і семиденні круїзи дозволять відвідати Грецією і грецькі острови.

На круїзах протяжністю в 12-14 ночей мандрівники можуть відвідати Італію, Мальту, Сицилію і Хорватію. Потенціал круїзів із зарубіжних країн, звичайно ж, вище.

З 2019 р. відкритий новий напрямок Австралія і Нова Зеландія [55].

**Розміщення.** Хоча в Ізраїлі є сотні готелів, як і скрізь, деякі виділяються. Найкращі готелі Ізраїлю не обов'язково найдорожчі, але це місця історії, дивовижного дизайну чи відомого сервісу. Однак спільне у всіх них – це чудова репутація. На відміну від стандартних європейських готелів, готелі Ізраїлю не діляться за системою «зірковості». Тут є власні класи, які визначаються самою державою. Що стосується готельних комплексів, що відносяться до світових мереж, їм оцінка надається, згідно з об'єктивних показників. Це означає, що вибір готелю або конкретного номера в Ізраїлі повинен базуватися на наданні конкретних послуг і сервісів, а не кількості зірок.

Ціни на розміщення варіюються, в залежності від міста. Найдорожчі номери логічно розташовані в Єрусалимі і колишній столиці Ізраїлю – Тель-Авіві. Обираючи готель в цій країні, слід бути готовим до деяких особливостей. Наприклад, в більшості комплексів подається виключно кошерна їжа. Тут не варто розраховувати на страви зі свинини і деяких морепродуктів. Сніданок найчастіше подається по системі «шведський стіл». Ще одна особливість – шаббат (субота), під час якого в готелі можуть не працювати ліфти або діє інший час в'їзду [59].

Курорти сонячного Ейлата знамениті своїм комфортом і гостинністю. На вибір можна зупинитися в одному з шикарних готелів B&B або All-Inclusive.

Щодо готельної інфраструктури варто звернутись до туристичних порталів, зокрема Booking. Дослідження та аналіз інформації туристичного порталу дозволяє визначити пріоритетні, чи правильніше найпопулярніші напрямки та місця розміщування туристів. На рис. 2.6 наведемо фотокопію з пошукової системи Booking щодо найрейтинговіших готелів Ізраїлю (див. додаток Е, рис. Е.1)::



### Damson Boutique Hotel

★★★★★ Центр міста, Єрусалім – Переглянути на карті

"Very nice room, clean - the manager Elli is very responsive and attentive to any requests - would stay there again!"




Побачити все

Винятковий 9.7  
5 відгуків

Середня ціна за ніч

283 \$


[Перевірити наявність](#)



### Hotel Alegra Boutique Suites

Ейн Керес, Єрусалім – Переглянути на карті

"The room was clean and beautiful, the staff was kind and the location was a short drive from the city."



Побачити все

Чудовий 8.2  
35 відгуків

[Перевірити наявність](#)



### King David Residence Luxury 4 BD/Pool/Gym/Parking

★★★★★ Мамілла / цар Давид, Єрусалім – Переглянути на карті



Побачити все

Дуже хороший 7.2  
1 відгук

[Перевірити наявність](#)

Продовження рис. 2.6




<p><b>Найпопулярніший вибір</b></p> 	<p><b>Prima Kings Hotel</b>            Микелла / цар Давид, Єрусалим - 0,5 км від центру</p> <p>Безкоштовна відміна +2</p> <p>Використовуйте ціну для цього місяця</p> <p><b>Популярно зараз</b> Востаннє заброньовано 9 годин тому</p>	<p>Чудовий 51 відгук <b>8,4</b></p> <p>1 ліцензія за цією ціною</p> <p>Номери зачіпки 00</p> <p><b>110 \$</b></p> <p>Порівняти ціни</p>
<p><b>Скрасило відпочинок</b></p> 	<p><b>Rosary Sister Guest House Ein Karem</b>            Ein Karem, Єрусалим - 4,9 км від центру</p> <p>Сниденок, Безкоштовна відміна +1</p> <p>До ціни включено +2</p>	<p>Чудовий 50 відгук <b>8,1</b></p> <p>1 ліцензія за цією ціною</p> <p>Номери зачіпки 00</p> <p><b>176 \$</b></p> <p>БЕЗКОШТОВНА відміна</p>
<p><b>Самодіяльність та розваги</b></p> 	<p><b>The Post Hostel</b>            Центр міста, Єрусалим - в самому центрі міста</p> <p>Безкоштовна відміна +2</p> <p><b>Популярно зараз</b> Востаннє заброньовано 1 годину тому</p> <p>Рекомендовано 94% гостей</p> <p><b>WEEKENDSALE</b> Код купона WEEKENDSALE заст...</p>	<p>Чудовий 453 відгук <b>8,8</b></p> <p>Розташовується 9,5</p> <p>Ціна за ліцензію 28500</p> <p>Номери зачіпки 00</p> <p><b>72 \$</b></p> <p>БЕЗКОШТОВНА відміна</p>



Рис. 2.6. ТОП готелів Ізраїлю. Розміщення готелів в Ізраїлі



(складено за даними [57])

Відповідно до наведених даних Єрусалиму можна засвідчити, що найкращі, відповідно до оцінок гостей та найрейтинговіші є готелі саме м. Єрусалим. Щодо найбільшого скупчення засобів розміщення відповідно до рис. 2.5. то найбільша щільність саме у м. Єрусалим. Певно це пов'язано з тим, що екскурсійним туризм більш розвинутий в країні і вимагає пропозицію більшої кількості місць щодо розміщення саме у місцях культурно-історико-екскурсійного потенціалу країни – у м. Єрусалим.

**Ресторанна індустрія.** Країна відома різноманітною кухнею та ресторанами, що поєднують як традиційні рецепти, так і місцеві інгредієнти на сучасний та винахідливий спосіб. Від вуличної їжі, як хрусткий фалафель, ароматна шаурма та «найкращий хумус», до вишуканих страв, в Ізраїлі є одні з найвідоміших у світі страв, кухарів та ресторанів. Населення Ізраїлю різноманітне, і багато людей принесли аромати з рідних країн, створюючи унікальний стиль харчування у всій країні, включаючи європейський, польський, марокканський, іракський та йеменський смаки та багато іншого. Тель-Авів також отримав глобальне визнання за свій вплив та прогресивність у веганському та рослинному харчуванні, залучаючи міжнародних туристів з усього світу [33].

Популярний стрітфуд – фалафель з хумусом (коржик з пастою з нуту і овочами). Крім фалафельних поширені кафе-бістро, бари. Про ціни: кава - 13 ILS, фалафель - 11 ILS, бізнес-ланч - 30 ILS, вечеря в ресторані - 50-100 ILS на чол. [58].

Ресторани в Ізраїлі діляться на два типи. У кошерних закладах продукти зберігають, готують і подають за традиціями іудаїзму. У меню не обов'язково страви ізраїльської кухні. Кошерною може бути піцерія, ресторан європейської їжі або кафе.

Некошерними ресторанами володіють вихідці з колишнього СРСР, араби, християнські конфесії, емігранти з країн Південно-Східної Азії або жителі Ізраїлю, які не дотримуються кашрут. У ресторанах чайови вказані в чеку – 10-

15% від суми замовлення. У невеликих закладах вітаються чайові в розмірі до 10%. До 17:00 у багатьох ресторанах і кафе пропонують бізнес-ланч. Сет з 2-3 страв коштує 40-60 ILS.

**Дозвілля та відпочинок.** Крім пляжного відпочинку, Ізраїль приваблює і своїми пам'ятками. Велика частина з них пов'язана з релігійною тематикою. Не дивно, що саме паломницькі тури користуються найбільшим попитом, коли мова йде про цю країну. Приїхавши сюди, туристи нерідко відвідують: Стародавній Єрусалим; храм Гробу Господнього; Стіну Плачу; Назарет; музей мистецтв в Хайфі. При виборі екскурсій варто орієнтуватися на особисті переваги. У країні є не тільки релігійні, а й історичні пам'ятки.

Щотижня в Ізраїлі відбуваються сотні подій. Від провідних міжнародних до мистецьких подій, спортивних подій та ін.

Новим екскурсійним напрямком є тури по Ізраїльській пустелі Негев, по самій мальовничій природній пам'ятці Ізраїлю. Можливі тури на джипах, піші одноденні і багатоденні походи по унікальному району Махтеш-Рамон, маршрути, що повторюють «Шлях пахощів», подорож по містах Набатеїського Царства і природним заповідникам, де можна побачити не тільки кольорові піски пустелі, а й рідкісні види тварин. Крім оглядових екскурсій і хайкінгу, туристам пропонуються індивідуальні тури під запит, а також спеціалізовані фото - і йога-тури [32].

**Візові вимоги.** Для в'їзду в Ізраїль з туристичною метою або для лікування віза не потрібна. При цьому можна перебувати на території країни 90 днів протягом 180 днів. Закордонний паспорт повинен бути дійсним мінімум 6 місяців з дня в'їзду в країну. Крім того, при в'їзді в Ізраїль необхідно підтвердити мету візиту. Рекомендується мати при собі документи: авіаквитки туди і назад; страховку; підтвердження про бронювання готелю (ваучер з турфірми або електронне підтвердження готелю); для виїзду на лікування – лист з ізраїльської клініки, довідку від українських лікарів. Також можуть виявитися корисними документи, що підтверджують платоспроможність

мандрівника (кредитна карта, виписка з банківського рахунку, довідка з місця роботи із зазначенням зарплати, дорожні чеки або готівка) [32].

Разом з тим для деяких категорій громадян діють обмеження на відвідування Ізраїлю навіть при тому, що при в'їзді в країну віза не потрібна. Так, українці, яким коли-небудь було відмовлено у в'їзді в Ізраїль, повинні будуть особисто подати прохання в посольство, щоб в'їхати в країну. Такі ж вимоги поширюються на громадян України, у минулому порушили візовий режим перебування в Ізраїлі. Крім того, українці, які були депортовані з Ізраїлю, не зможуть в'їхати в країну протягом 10 років.

Безвізовий режим не є гарантією в'їзду в Ізраїль, так як остаточне рішення про це приймають прикордонні служби країни.

В аеропорту Ben Gurion International (Тель-Авів) діє система «червоного» та «зеленого» коридорів. За «зеленим» коридором допускається провезення до 250 сигарет або 250 г тютюну, до 1 л міцних спиртних напоїв, до 2 л вина, не більше 250 мл одеколону або духів, подарунків на суму не більше 200 дол. США (включаючи продукти харчування – до 3 кг), а також предмети і речі особистого користування [37].

Без мита до Ізраїлю можна ввозити фото- і кінокамери (не включаючи відеокамери), радіоприймачі, магнітофони, біноклі, особисті коштовності, музичні інструменти, обладнання для кемпінгу або спортивне спорядження, велосипед та ін.

Через «червоний» коридор потрібно йти туристам, які провозять предмети, що підлягають декларуванню (відеоустаткування, спорядження для підводного плавання, ручні інструменти). За них на кордоні необхідно буде внести митну заставу, яка повертається, якщо ці предмети будуть пред'явлені на митниці при виїзді з країни.

Ввезення і вивіз валюти не обмежений. Митний контроль в Ізраїлі дуже ретельний. Пасажири повинні пройти реєстрацію не пізніше, ніж за 3 години до вильоту [63].

**COVID.** Після послаблення карантинних заходів в Ізраїлі, зафіксовано зростання попиту на відпочинку на природі, але з дотриманням певних вимог безпеки. Наприклад, для відвідання національних парків необхідно було зареєструватися на сайт Управління природи і парків. Лише за перший тиждень надійшли більше 50 000 замовлень. Всі національні парки та заповідники функціонують за суворим дотриманням рекомендацій Міністерства охорони здоров'я Ізраїлю. Відвідання національних парків дозволено за он-лайн бронювання та передоплати. Лише після отримання електронного квитка із зазначеними датою та годинами можливо відвідання парку. Для кожного парку та заповідника були встановлені квоти на кількість гостей – від 300 до 2000 осіб, в залежності від розміру об'єктів, середній тривалості відвідання, туристичного потоку і атракцій, які не повинні бути переповненими. Завдяки цим квотам була можливість відслідковувати кількість осіб, а також забезпечує необхідну мінімальні фізичну дистанцію 2 метри. Крім того, відвідувачі зобов'язані: носити маски та дотримуватися правил особистої гігієни. Також при вході відвідувачам видають кольорові ідентифікаційні браслети (за часом відвідання) та перевіряють температуру [57].

Відбулися зміни в організації прийому внутрішніх туристів в закладах розміщення. За Стратегією Міністерства охорони здоров'я та Ради Національної безпеки всі циммери (котеджі для відпочинку) повинні відповідати стандарту експлуатації «Фіолетовий знак». Суворі вимоги щодо безпеки перебування туристів обумовлюють суворі правила експлуатації циммерів та готелів. В готелях та циммерах пропонують різноманітні знижки та бонуси. Зміни відбулися у всіх сферах, пов'язаних з гостинністю, а саме: бронювання, розміщення гостей, проживання, прибирання приміщення, регламенту взаємодії штатних співробітників та постачальників товарів та послуг. Наприклад, згідно нових правил «Фіолетового знаку», розміщення можливо на 1 и 2 поверхах, проте кожен житловий блок повинен мати окремий вхід з вулиці і відстань між кожним входом повинно становити не менше 2 метрів. Перед заїздом гостей здійснюється ретельне прибирання з акцентом на

дезінфекцію місць, яких часто торкаються гості, наприклад електричні вмикачі або двірні ручки. Дезінфікуючий розчин повинен містити не менше 70% спирту. Після завершення прибирання всі приміщення обов'язково провітрюються. Аналогічна дезінфекція проводиться і після від'їзду гостей. Усі громадські приміщення також повинні прибиратися чотири рази на день.

Якщо відпочивали гості у яких було виявлено Covid-19, то у таких приміщеннях проводиться дезінфекція спеціалізованою компанією, а по завершенні якої приміщення повинно бути закрито на 10 діб. Крім того, згідно нових правил, на території цим мера повинні бути розміщені дезінфікуючі засоби та спеціальні вказівники [56].

Ізраїль – країна зі своїми стандартами та нюансами: у Шабат (з вечора п'ятниці по вечір суботи) і в святкові дні не працюють громадські заклади і муніципальний транспорт; у дні посту магазини закривають полиці із забороненими продуктами; по п'ятницях закриті магазини, що належать мусульманам, по неділях – християнам; у туристичних місцях приймають USD, але на здачу дають ILS. Як галузь, туристичний сектор, як ніколи раніше мають шанс, формувати майбутні тенденції. Галузь повинна об'єднуватися та сприяти інклюзивності, більш розумно регулювати попит, усвідомлювати важливість кожного туриста з основних туристичних центрів. Такий підхід зобов'язуватиме все більше і більше дотримуватися нових та вдосконалених норм туризму.

## РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІЗРАЇЛЬСЬКОЇ МОДЕЛІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

### 3.1. Проблеми розвитку індустрії гостинності в умовах сучасного політичного становища країни

22 грудня 2020 р. Ізраїль опинився у стані повного колапсу нинішнього парламенту та парламентських виборів, запланованих на 23 березня 2021 р., які будуть вже четвертими за останні два роки. Безпосередньою причиною розпуску парламенту стали невдачі при прийнятті бюджетів на 2021 р. Однак, насправді, причини нинішньої політичної кризи є набагато глибшими.

Така внутрішньополітична ситуація позначиться не лише на зовнішній та безпековій політиці самого Ізраїлю, а матиме серйозні наслідки для геополітичного балансу всього Близькосхідного регіону [62].

Разом до того Палестино-ізраїльський конфлікт, який зумовлено, насамперед, зіткненням територіальних інтересів єврейського й арабського населення Ізраїлю й підконтрольних територій (Західного берега річки Йордан і Сектору Гази). Саме цей конфлікт є джерелом політичної напруги та відкритих збройних зіткнень у Близькосхідному регіоні упродовж останніх десятиліть.

Конфліктогенними чинниками лишаються: статус м. Єрусалима, проблема повернення палестинських біженців, існування ізраїльських поселень на Західному березі річки Йордан, проблема кордонів Ізраїлю з Сирією і Ліваном. Неможливість їхнього ефективного розв'язання призводить до постійного загострення ситуації [46].

Зв'язок між політикою і туризмом полягає в тому, що держава управляє туризмом, а туристська активність вимагає втручання з боку держави. Цей фактор при різних формах державного управління проявляється по-різному. Але не тільки офіційна політика, тобто розроблені в державі заходи і рішення, але і політики прямим або непрямим чином впливають на розвиток

туризму. Вважається, що, чим сильніше держава втручається в туристську діяльність, тим сильніше тенденція до її централізації. Існує кілька складових елементів в політиці, так чи інакше впливають на туризм. Це економічна політика, політика пасажирських перевезень, соціальна політика, територіальна політика, політика культури і політика дозвілля [47].

Всі ці події негативно відобразилися на туристичному іміджі країн регіону та розвитку туризму в них. Причини падіння показників туризму в регіоні були напряду зв'язані з політичною нестабільністю та зростаючою загрозою тероризму. Туристи із іноземних країн вважали туризм у країнах регіону небезпечним, тому обирали спокійні та відносно дешеві країни Азії.

На даний час основною проблемою для туризму в Ізраїлі та на Близькому Сході загалом є політична ситуація в регіоні, яка впливає не тільки на країни у яких війна але й на сусідні країни.

Основними проблемами в Ізраїлі, що впливають на розвиток туризму також можна назвати:

- соціальні, велика кількість населення молодого віку через економічні проблеми не має можливості реалізувати себе у житті і доволі часто приєднуються до різних радикальних груп;
- міжконфесійна та міжетнічна ворожнеча у деяких країнах регіону;
- підвищення рівня тероризму у регіоні, що є однією із основних проблем для розвитку туризму у регіоні;
- архаїчне відношення до жінок, що негативно сприймається у прогресивних країнах заходу;
- неможливість конкурувати з стабільними та толерантними до іноземців та їх культури країнами Східної та Південно-Східної Азії;
- нетолерантність до ЛГБТ туристів.

Туристи бачать у інших регіонах спосіб відпочити без будь якого мінімального ризику. Розвиток туризму в регіоні залежить від політичної та економічної стабільності, а також від покращення соціальної ситуації, яка не в останню чергу залежить від миру.

Туристичний бізнес дуже чутливий і дуже схильний до паніки. Таким чином, такі події, як війни, тероризм, напруженість, етнічне та політичне насильство, можуть впливати на поведінку як інвесторів, так і туристів. Інвестори в туристичній галузі, як і більшість інших інвесторів, набагато більше спрямовують свої ресурси на галузь, коли галузеві прогнози вказують на обмежений ризик та невизначеність.

Туризм, який є ключовим економічним фактором в Ізраїлі, на сьогодні зменшився на 76% до 783 000 туристичних заявок порівняно з 3295 млн за період з січня по вересень 2019 р. Тільки у вересні було зафіксовано лише 15 100 туристів, що на 96% менше, ніж за рік раніше. Ізраїль заклав свої кордони для іноземців на початку пандемії коронавірусу, і залишається невідомим, коли його кордони знову відкриються, враховуючи рівень зараження COVID-19, що залишається дуже високим. Та вважати, що політична нестабільність не вплинула на такі показники – неправильно [41].

Нині майорять попередження про небезпеку відпочинку поблизу Сектор Газа (досить близько до Тель-Авіву), Єгипту (найближчий курорт – Ейлат), Сирії (поблизу Хайфа): рис. 3.1 (див. додаток Ж, рис. Ж.1):




- 
**Border with Gaza strip - Avoid non-essential travel**  
[Avoid non-essential travel](#) to the Israeli border with the Gaza Strip, due to the risk of rocket and mortar fire, gunfire and military activity.  
[Safety and security situation](#)
- 
**Border with Syria - Avoid all travel**  
[Avoid all travel](#) to the parts of the Golan Heights that border Syria, that is, east of Highway 98, due to increased militant and Israel Defense Forces activity. This risk level excludes of the urban communities of Buq'ata, Majdal Shams and Mas'ada, where you should exercise a high degree of caution.  
[Safety and security situation](#)
- 
**Border between Israel and Egypt - Avoid all travel**  
[Avoid all travel](#) to areas within 5 km of the border between Israel and Egypt, as the security situation could deteriorate rapidly. This includes Highway 10 and portions of Highway 12 near the border. This risk level excludes the town of Eilat, where you should exercise a high degree of caution.  
[Safety and security situation](#)

Рис. 3.1. Оголошення про небезпеку наближення до територій: Сектор Гази, Єгипту, Сирії

(складено за даними [42])



А у разі такого близького розташування головних місць-курортів відпочинку туристів і невизначеність із ситуацією COVID-19 постає велика проблема відновлення туризму в країні не говорячи вже про розвиток.

Таким чином, наявність або загроза насильницьких протестів, соціальних заворушень, громадянської війни, терористичних акцій та порушень прав людини здатні змінити поведінку туристів у подорожах. Міжнародні та/або місцеві туристи здебільшого воліють відвідувати країни чи місця, що мають дані про соціальну, економічну та політичну безпеку та безпеку. Більше того, туристичні покупці демонструють вищу готовність платити за товари та послуги в безпечніших місцях. Отже, короткострокові, середньострокові та довгострокові наслідки геополітичних ризиків для туризму можуть бути згубними для прибутків туристичної галузі та загального економічного зростання та розвитку.

Для проведення аналізу проблем розвитку індустрії гостинності в умовах сучасного політичного становища країни варто провести аналіз дії зовнішніх чинників на розвиток індустрії, оскільки політико-епідеміологічний чинник відноситься саме до зовнішніх факторів впливу (див. додаток И, табл. И.1):.

*Таблиця 3.1*

Фактори впливу зовнішнього середовища на діяльність індустрії  
гостинності Ізраїлю  
(розробка автора)

Фактор	Вплив на галузь	Вплив на компанію
1	2	3

**ПОЛІТИКО-ЗАКОНОДАВЧИЙ ФАКТОР**

Зміна законодавства в сфері оподаткування та ліцензування	Підвищення цінової конкуренції	Можливий відтік кінцевих споживачів
Державний контроль за діяльністю бізнесу	Поява законів, що створюють преференції	Додаткові витрати ресурсів.

	вітчизняним компаніям	Посилення контролю за якістю продукції, що випускається, за якістю інгредієнтів, та в загальному компанія працює за світовими стандартами, тому не значно впливає фактор
Урядова стабільність	Оздоровлення ринку	Стабільність роботи компанії, зростання прибутку
Позиція держави по відношенню до інших країн	Підвищення цінової конкуренції	Можливий відтік кінцевих споживачів
Вступ до СОТ: захоплення ринку західними компаніями	Загроза захоплення ринку іноземними компаніями	Загроза захоплення ринку іноземними компаніями.  Приплив імпортованих товарів-аналогів має незначний вплив у зв'язку з тим, що компанія займає лідируючі положення по продажах і попиту на свій асортимент товарів.  Потрібна постійна орієнтація на світовий ринок: удосконалення якості, системи і методи збуту продукції
Майбутнє і поточне законодавство, що регулює правила роботи в галузі	Утворення нових лобі в галузі як контрзахід по боротьбі з посиленням впливу на ринок	Необхідність більшої участі в різних лобі і асоціаціях

Військові дії в країні	Падіння ринку	Відтік кінцевих споживачів
Податкова політика країни	Падіння ринку	Відтік кінцевих споживачів
Антимонopolна політика	Падіння ринку	Відтік кінцевих споживачів

### ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ

Рівень інфляції	Виникнення додаткового попиту, зміна характеру закупівель. Зменшення платоспроможного попиту.	Підвищення попиту на товари тривалого користування, закупівлі товарів тривалого зберігання «про запас». Необхідність постійного контролю обсягів виробництва.
Купівельна спроможність	Підвищення вартості фінансових ресурсів, посилення позицій компаній, що володіють власними засобами	Імовірно, вимушене скорочення товарного запасу, згортання програм кредитування, відмова від постачальників, що не надають відстрочок
Коливання курсу долара і євро	Посилення нестабільності українських виробників	Зниження попиту на імпортні товари, але може підвищити попит на вітчизняні товари
Зміна витрат на енергоресурси	Додаткові витрати, ріст цін на сировину	Збільшення витрат, що вплине на собівартість товарів, та і на кінцеву ціну
Нестача	Банкротство компаній, зменшення конкуренції	Спад виробництва. Зменшення частки

оборотних коштів	на ринку	ринку.
Зменшення інвестицій	Банкротство компаній, зменшення конкуренції на ринку	Можливі складності з випуском нової продукції, зменшення асортименту.  Недостатність коштів на амортизацію, сировину та ін.

Узагальнимо дані за допомогою PEST-аналізу вплив факторів на діяльність компанії з урахуванням аналітичних даних з відкритих джерел (див. додаток К, рис. К.1).

Таблиця 3.2

№ п/п	Фактор	Вага впливу	PEST-аналіз				Середня оцінка	Зважена середня	
			Напрявленість дії фактору	Експертна оцінка (вірогідність впливу)					
				E1	E2	E3			E4
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>ПОЛІТИКО-ЗАКОНОДАВЧИЙ ФАКТОР</b>									
1)	Зміна законодавства в сфері оподаткування та ліцензування	0,07	-	3	5	2	4	3,5	0,25
2)	Державний контроль за діяльністю бізнесу	0,06	-	3	3	2	5	3,25	0,20
3)	Урядова стабільність	0,01	+	1	2	1	3	1,75	0,02
4)	Позиція держави по відношенню до інших	0,08	+	5	5	4	3	4,25	0,34

країн									
5)	Вступ до СОТ: захоплення ринку західними компаніями	0,08	+	5	4	5	2	4	0,32
6)	Майбутнє і поточне законодавство, що регулює правила роботи в галузі	0,08	-	5	5	4	4	4,5	0,36
7)	Військові дії	0,08	-	5	5	4	3	4,25	0,34
8)	Податкова політика країни	0,06	-	3	3	2	5	3,25	0,20
9)	Антимонopolна політика	0,06	+	4	3	4	2	3,25	0,20
<b>ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ</b>									
10)	Рівень інфляції	0,08	-	4	3	5	5	4,25	0,34
11)	Купівельна спроможність	0,07	-	3	5	2	4	3,5	0,25
12)	Коливання курсу долара і євро	0,05	-	4	2	3	3	3	0,15
13)	Зміна витрат на енергоресурси	0,08	-	5	4	5	3	4,25	0,34
14)	Нестача оборотних коштів	0,06	-	4	3	4	2	3,25	0,20
15)	Зменшення інвестицій	0,08	-	5	5	4	3	4,25	0,34

Результатом PEST-аналізу для учасників індустрії гостинності Ізраїлю є вибір основних факторів зовнішнього макросередовища, які будуть створювати можливості і загрози для ізраїльських компаній в прогнозованому періоді.

З наведеного дослідження можна визначити, що:

- зміна законодавства дозволяє скористатися сприятливими можливостями для завоювання ніш на ринку, розширення сфери діяльності;
- військові дії є великою загрозою для компаній індустрії гостинності Ізраїлю, так як в цьому випадку компанії несуть великі втрати і в цілому страждає економіка в країні;
- економічна нестабільність в країні є загрозою для компаній індустрії.

### **3.2. Напрями удосконалення системи гостинності в Ізраїлі**

Уряд Ізраїлю повідомив, що в березні 2021 р. країна почне відновлювати міжнародний туризм. Вже до літа кордони планують відкрити для всіх туристів. Зараз в Ізраїлі проводять вакцинацію населення. Першу дозу вакцини вже отримали близько 37% громадян, другу – 21%. Влада сподівається, що до березня зможуть прищепити більшу частину населення, а значить міжнародні поїздки можна буде відновити.

На першому етапі дозволять подорожувати в рамках «туристичних коридорів» в країни та з країн, які відкрили кордони для вакцинованих іноземців без обмежень. Зараз в цьому списку Сейшели, Румунія, Грузія і Сербія. З 1 березня додається Кіпр.

Влітку Ізраїль планується приймати всіх туристів. Чи будуть діяти якісь вимоги для в'їзду, поки невідомо [50].

Курортне місто Ейлат і район Мертвого моря отримали статус «зелених островів туризму». Попередньо в'їзд туди буде можливий для туристів-ізраїльтян, за умови наявності негативного тесту на коронавірус, зробленого за 72 години до в'їзду в регіони відпочинку Виділення «зелених островів» - це значний крок для десятків тисяч людей, які заробляють собі на життя в туристичній галузі, а також важливий етап для економіки і добробуту міста Ейлата і регіону Мертвого моря.

Близько 70% готельних номерів (близько 2800 номерів) будуть відкриті на Мертвому морі. В Ейлаті передбачається, що більшість готелів відкриється до кінця березня 2021 р.

Хостели із загальними ванними кімнатами і душовими кабінами (використовувані більш ніж для одного номера) поки залишаться закритими.

Ресторани і басейни будуть відкриті тільки для гостей готелю [49].

Згідно з планом по відновленню в'їзного туризму, готелі зможуть відновити роботу при пред'явленні туристами «зеленого паспорта» або сертифіката про одужання, або довідки з негативним результатом ПЛР-тесту на Covid, або за умови проживання без загальних їдалень.

Ресторани і кафе можуть відкритися із завантаженням не більше 50% всередині приміщення або повним завантаженням на відкритому повітрі. На вході у відвідувачів також будуть питати «зелений паспорт» або довідку з негативним результатом тесту.

На тих же умовах планується відкривати пам'ятки на відкритому повітрі. Туристи пред'являють документи, що підтверджують, що вони здорові або вакциновані, число відвідувачів заповідників і парків не обмежена [51].

2020 р. завдав серйозного удару по індустрії туризму Ізраїлю. Але незважаючи на труднощі, керівництво країни змогло реалізувати серйозні проекти, які допомогли економіці в цей період, включаючи створення «зелених островів туризму», виділення субсидій готельерам в розмірі понад 94 млн дол. США, раннє відкриття котеджів для відпочинку, створення стандарту безпеки «Фіолетовий знак» і багато іншого.

Нині керівництво працює над створенням національного проекту, який передбачає цілісний підхід до питання розвитку туристичної галузі. План виходу з кризи розробляється спільно з Міністерством охорони здоров'я Ізраїлю. Він створить визначеність і буде діяти відповідно до принципу – хто найбільше постраждав, буде одним з перших, хто почне роботу, коли країна вийде з режиму ізоляції.

Ізраїль спільно з Грецією та Кіпром та розглядають можливість створення «COVID коридору» як спільних зусиль для відродження туристичного сектору, який зазнав сильного впливу пандемії. Цей крок полягає в спробі залучити туристів, які за певних обставин не бажають їхати далеко в найближчі місяці, але можуть бути більш відкритими для відвідування сусідніх країн, за словами міністра ізраїльського туризму. Однак існує кілька перешкод щодо реалізації плану трьох країн. Головною перешкодою є обов'язковий карантин для прибулих з-за кордону, оскільки Ізраїль вимагає двотижневої ізоляції після поїздки за кордон [35].

Проте важко передбачити, подорожуватимуть люди так само, як і раніше, чи дехто зробить для себе певні висновки. Нинішня дискусія в галузі рухається радше в напрямку якісно орієнтованого туризму. Туроператори та їхні партнери в цільових регіонах використовують цей час, щоб зробити свої пропозиції більш екологічними. Серед клієнтів також є певна готовність подорожувати в майбутньому екологічніше, якщо витрати це дозволять. Якщо для галузі і є шанс переорієнтуватися та по-іншому зробити майбутні туристичні пропозиції, то цей шанс – зараз. Питання того, чи відійдемо ми після пандемії хоч трохи від масового туризму, яким ми його знаємо, залишається відкритим.

Отже, щоб Ізраїлю як туристичному регіону утримати свої позиції потрібно слідкувати та застосовувати наступні сучасні стратегії:

1). Бути доступним в мережі Інтернет – постійно удосконалювати веб-сайти (надавати актуальну інформацію, використати 3D ефекти при оновленні дизайну сайту) та застосувати SEO (комплекс заходів щодо збільшення видимості сайту в пошукових системах).

2). Активно взаємодіяти через соціальні медіа та відео – бути «24/7» присутніми на таких соціальних мережах, як Facebook, Instagram, YouTube. І як результат, залучення більшої кількості молодих клієнтів.

3). Ведення блогів – розгорнути більш повно та глибоко конкретні теми та залучати читачів-однодумців.



4). Створити мобільний додаток – розміщення новин, анонсування акцій, здійснення прямого бронювання – зручно для людей, котрі «не випускають» мобільний телефон з рук.

5). Запровадження конкурсів у соціальній мережі Інтернет – безкоштовне використання готельних послуг (SPA, тренажерний зал), безкоштовне проживання (вікенд, кілька днів) у номері для постійних клієнтів

6). Проведення онлайн-вебінарів для майбутніх працівників індустрії гостинності – показ всіх переваг готельного підприємства.

7). Персоналізовано відправляти листи на електронні пошти з наданням спеціальних пропозицій – знижки, якщо клієнт зупиняється на дві або більше ночей, знижка на цілодобовий доступ до фітнес-центру тощо.

Нині вкрай важливо відновити сектор туризму, при цьому з забезпеченням безпеки, справедливості й відсутності негативного впливу на клімат.

Можна визначити наступні пріоритетні напрямки дій:

- пом'якшення соціально-економічних наслідків кризи;
- підвищення стійкості ланцюжка створення вартості в сфері туризму;
- максимальне використання технологій;
- сприяння забезпеченню стійкості й «зеленого» зростання;
- зміцнення партнерських зв'язків для сталого розвитку.

Заради відновлення туристичної галузі уряди країни навіть готові йти на політичні поступки. Навіть з принципових питань у регіоні, де десятиліттями не вщухає арабо-ізраїльський конфлікт. У середині серпня 2020 р. в результаті тривалих перемовин між Тель-Авівом, Абу-Дабі та Вашингтоном – Ізраїль та ОАЕ уклали історичну мирну угоду. Згідно з її положеннями, Ізраїль не оголошуватиме суверенітет над усім західним берегом річки Йордан, а мусульмани зможуть вільно відвідувати храми Єрусалиму.

Таким чином визначено, що основними напрямками удосконалення політики індустрії гостинності є:

- розробка комунікаційних програм спеціально для кожного ринкового сегмента з використанням брендингу;

- створення ефективної системи діагностики можливих проблем по всім напрямам:

- реклама, стимулювання збуту, PR, прямий маркетинг, корпоративний сайт та персональний продаж;

- оцінка ефективності комунікаційної політики підприємства;

- контроль якості реалізації маркетингової комунікаційної політики;

- дотримання правил ефективної міжособистісної комунікації та дотримання певної послідовності в реалізації комунікаційної політики в цілому.

Результати дослідження маркетингової діяльності показали, що її ефективність значною мірою залежить від зовнішніх чинників функціонування галузі.

Для успішного розвитку індустрії гостинності необхідна реалізація наступних заходів:

- 1). удосконалення нормативно-правової бази у відповідності до міжнародних вимог до засобів розміщення;

- 2). формування регіональних програм розвитку готелів;

- 3). розвиток туристської інфраструктури;

- 4). формування гнучкої системи стимулювання розвитку готельного бізнесу;

- 5). посилення ролі саморегулювання в сфері готельного господарства;

- 6). створення сприятливих умов для залучення інвестицій.

Однак в ряді випадків в сучасних умовах готелям необхідні ресурси та продуманість маркетингової політики для досягнення ефективного управління готельним бізнесом.

Реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності досліджуваного готелю та припускаємо, що й індустрії гостинності Ізраїлю на міжнародному ринку готельних послуг в цілому.



## ВИСНОВКИ

Пандемія та політична криза в Ізраїлі та й в усьому світі, вочевидь, дуже сильно змінить систему побудови низки бізнес-процесів в індустрії гостинності. Логічно бути готовим до реальних змін, адаптуватися до сприйняття нових ситуацій, правильно використовувати світовий досвід у питаннях подолання кризових явищ, як на локальних, так і національних рівнях.

В процесі досягнення мети дипломного проекту, а саме: аналіз проблеми розвитку індустрії гостинності в Ізраїлі в контексті політичної ситуації в країні автором було передусім визначено теоретичні основи індустрії гостинності, як складової сфери послуг. Надано визначення сутності та характерних особливостей індустрії гостинності, а також досліджено історію становлення та етапи розвитку індустрії гостинності.

Практичний розділ дослідження присвячений аналізу сучасного стану індустрії гостинності в Ізраїлі, що включало дослідження структури індустрії гостинності в країні та специфіку надання послуг в системі гостинності в Ізраїлі.

Автором визначено, що стан ринку туристичних послуг в Ізраїлі визначається соціально-економічними та політичними процесами, які відбуваються у країні. Туристична політика Ізраїлю забезпечується реалізацією низки цільових програм міжнародного, національного та регіонального рівнів, спрямованих на зростання ролі держави на світовому туристичному ринку.

Проведений аналіз засвідчив, що популярність регіонів, а саме: Єрусалим, Тель-Авів, Мертве море, Хайфа, Голанські висоти, Іудея та Самарія, Ейлат і Червоне море, Негев зростає. Натомість Галілея, Тверія та озеро Галілея, Негев зменшилась. Дослідження статистичних даних Міністерства туризму Ізраїлю довело, що найстабільнішими напрямками туризму в Ізраїлі за 2017-2019 рр. є екскурсійний та релігійний.

Також відповідно до проведеного дослідження можна стверджувати, що більшість гостей/туристів Ізраїлю обирають готелі та приватні апартаменти. Найменшим попитом користуються хостели та християнські хоспіси.

Постійне зростання туризму в Ізраїлі до 2019 р. було результатом ретельної роботи Міністерства туризму, яке провело широкий спектр заходів по залученню туристів в країну. Туристичний бізнес в Ізраїлі підтримується на державному рівні, а для його розвитку і просування щорічно виділяється бюджет, розробляються робочі плани, в яких готуються короткі і довгострокові цілі та завдання.

Та незважаючи на сучасну політично-епідеміологічну кризу влада країни розуміючи, що індустрія гостинності наповнює бюджет країни майже на 10% робить актуальні та правильні кроки у напрямку подолання кризи.

В процесі дослідження були визначені перспективні тенденції та проблеми розвитку ізраїльської моделі індустрії гостинності шляхом визначення проблем розвитку індустрії гостинності в умовах сучасного політичного становища країни та тенденцій і напрямків удосконалення системи гостинності в Ізраїлі.

Дослідження показало, що саме бажання стабілізації ситуації, як в економічному, так і в політичному напрямі змушує Ізраїль до спільних зусиль з сусідніми партнерами (країнами) до програм відродження туристичного сектору, що сприятиме пом'якшенню соціально-економічних наслідків кризи. Заради відновлення туристичної галузі уряд країни навіть готовий йти на політичні поступки.

Індустрія гостинності Ізраїлю у перспективі працюватиме за такими пріоритетами як: підвищення стійкості у сфері туризму, максимальне використання технологій, сприяння забезпеченню стійкості й покращення індустрії гостинності, зміцнення партнерських зав'язків для подальшого розвитку, вирішення політичних питань з країнами-сусідами.

## РЕЗЮМЕ

Саїдахмедова Аміна Мірзоївна

### **Проблеми та перспективи розвитку індустрії гостинності в Ізраїлі в контексті політичної ситуації в країні**

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню розвитку індустрії гостинності в Ізраїлі. Метою дослідження є аналіз проблеми розвитку індустрії гостинності в Ізраїлі в контексті політичної ситуації в країні та окреслити перспективи її подальшого розвитку. Об'єктом дослідження обрано Ізраїль.

Предметом дослідження стало вивчення впливу політико-епідеміологічної ситуації в країні на розвиток індустрії гостинності.

Для досягнення поставленої мети автором визначено ряд завдань:

1) розглянути теоретичні основи індустрії гостинності, як складової сфери послуг, а саме:

- надати визначення сутності та характерних особливостей індустрії гостинності,

- дослідити історію становлення та етапи розвитку індустрії гостинності;

2) дослідити сучасний стан індустрії гостинності в Ізраїлі, що включає дослідження:

- структури індустрії гостинності в країні,

- специфіки надання послуг в системі гостинності в Ізраїлі;

3) визначити перспективні тенденції та проблеми розвитку ізраїльської моделі індустрії гостинності шляхом визначення:

- проблем розвитку індустрії гостинності в умовах сучасного політичного становища країни,

- тенденцій і напрямків удосконалення системи гостинності в Ізраїлі.

Методи дослідження. В процесі написання кваліфікаційної роботи автором використовувались метод аналізу інформації, емпіричні, прогнозування та метод порівняння.

Отже, автором визначено, що Стан ринку туристичних послуг в Ізраїлі визначається соціально-економічними та політичними процесами, які відбуваються у країні. В процесі дослідження були визначені перспективні тенденції та проблеми розвитку ізраїльської моделі індустрії гостинності шляхом визначення проблем розвитку індустрії гостинності в умовах сучасного політичного становища країни та тенденцій і напрямків удосконалення системи гостинності в Ізраїлі.

**Ключові слова:** індустрія гостинності, динаміка, політична ситуація, індустрія, готельні ланцюги, менеджмент, інфраструктурні мережі, модель гостинності, паломники, внутрішньополітична ситуація, політика, централізація.

## RESUME

**Saidakhmedova Amina Mirzoivna**

### **Problems and prospects for the development of the hospitality industry in Israel in the context of the political situation in the country**

The qualification work is devoted to the study of the development of the hospitality industry in Israel. The aim of the study is to analyze the problem of development of the hospitality industry in Israel in the context of the political situation in the country and to outline the prospects for its further development. The object of the study is Israel.

The subject of the study was to study the impact of the political and epidemiological situation in the country on the development of the hospitality industry.

To achieve this goal, the author has identified a number of tasks:

1) consider the theoretical foundations of the hospitality industry as part of the service sector, namely:

- provide a definition of the nature and characteristics of the hospitality industry,

- to study the history of formation and stages of development of the hospitality industry;

2) to study the current state of the hospitality industry in Israel, including research:

- the structure of the hospitality industry in the country,
- specifics of providing services in the hospitality system in Israel;

3) identify promising trends and problems in the development of the Israeli model of the hospitality industry by determining:

- problems of development of the hospitality industry in the current political situation of the country,
- trends and directions for improving the hospitality system in Israel.

Research methods. In the process of writing the qualification work the author used the method of information analysis, empirical, forecasting and comparison method.

Thus, the author determined that the state of the market of tourist services in Israel is determined by socio-economic and political processes taking place in the country. The study identified promising trends and problems in the development of the Israeli model of the hospitality industry by identifying problems in the development of the hospitality industry in the current political situation in the country and trends and areas of improvement of the hospitality system in Israel.

**Key words:** hospitality industry, dynamics, political situation, industry, hotel chains, management, infrastructure networks, hospitality model, pilgrims, domestic political situation, politics, centralization.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. К: Знання України, 2006. 352 с.
2. Александрова С.А. Технологія готельної справи: конспект лекцій для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» усіх форм навчання галузі знань 24 «Сфера обслуговування», спеціальності 241 «Готельноресторанна справа». Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2019. 86 с.
3. Артемова Е.Н., Козлова В.А. Основы гостеприимства и туризма: учеб. пособ. Орел: ОрелГТУ. 2005. 104 с.
4. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: підручник. К: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 448 с.
5. Бородин В.В. Ресторанно-гостиничный бизнес. Учет, налоги, маркетинг, менеджмент: учеб. пособ. Книжный мир, 2001. 149 с.
6. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства. М.: Аспект Пресс, 1995. 382 с.
7. Ваген Л.В. Гостиничный бизнес / пер. А. Сухорукова. Ростов н/Д.: Феникс, 2001. 412 с.
8. Візерський С.Ю. Туристичні можливості України як спосіб залучення інвестицій у готельне господарство. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2010. № 1. С. 102-109.
9. Головка О.М. Організація готельного господарства: навч. посіб. К.: Кондор, 2015. 410 с.
10. Данильчук В.Ф. Особенности формирования и развития туристических предприятий: монография; НАН Украины; Ин-т экономики пром-ти. Донецк, 2006. 240 с.
11. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учеб.пособ. М.: Издательский центр «Академия», 2003. 224 с.

12. Елканова Д.И. Основы индустрии гостеприимства: учебное пособие / Д.И. Елканова, Д.А. Осипов, В.В. Романов, Е.В. Сорокина. М.: Дашков и Ко, 2010. 248 с.
13. Жайворонок В.В. Знаки української етнокультури: словник-довідник. К: Довіра, 2006. 703 с.
14. Збірник матеріалів за результатами VII науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи». *Електронне наукове видання. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2019. 387 с.*
15. Котлер Ф. Маркетинг, гостеприимство, туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Майкенз; под ред. Р.Б. Ноздревой. М: ЮНИТИ, 1998. 764 с.
16. Котлер Ф. Маркетинг, гостеприимство, туризм: учебник. 4-е изд. М: ЮНИТИДАНА, 2007. 1071 с.
17. Круль Г.Я. Основы готельної справи: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 368 с.
18. Кусков А.С. Гостиничное дело: учеб. пособ. М.: Дашков и Ко, 2009. 328 с.
19. Методичні вказівки для самостійної роботи з курсу «Основи гостинності». / Балацька Н.Ю. Харків: ХДУХТ, 2017. 83 с.
20. Мокій А.І. Державне регулювання готельного бізнесу як фактор розвитку туризму. *Проблеми інформатизації рекреаційної та туристичної діяльності в Україні: перспективи культурного та економічного розвитку.* Трускавець, 2000. 275 с. С. 21-23.
21. Новікова Н. Історія виникнення індустрії гостинності та перспективи її подальшого розвитку. Студентська звітна конференція. 2017. С. 100-105.
22. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. М: Экономика, 2000. 207 с.

23. Похомчикова Е.О. Понятие и структура индустрии гостеприимства. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2014 № 4 (60) Т.3. С. 266-274.
24. Роглев Х.Й. Основы готельного менеджменту: навч. посіб. К.: Кондор, 2005. 408 с.
25. Руденко В.П. Основы готельної справи: навч. посіб. К: Центр учбової літератури, 2011. 368 с.
26. Сало Я.М. Організація обслуговування населення на підприємствах ресторанного сервісу. Ресторанна справа: довідник офіціанта. Львів: Афіша, 2007. 301 с.
27. Сінгуцький О.В. Державна політика розвитку туризму: зарубіжний досвід. *Механізми державного управління. Публічне управління та митне адміністрування*. 2019. № 4 (23). С. 79-89.
28. Скобкин С.С. Есть ли у нас индустрия гостеприимства? *Парад отелей*. 2000. № 4. С. 1-6.
29. Смолій В.А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух; Передмова В.М. Литвина. К: Слово, 2006. 372 с.
30. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство: учебник /пер. с англ. Н.Н. Михайлова. М: ЮНИТИ, 1999. 464 с.
31. Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму: монографія. К: Слово, 2004. 472 с.
32. Best Hotels in Israel. URL: <https://www.touristisrael.com/best-hotels-in-israel/> (дата звернення 10.02.2021)
33. Favorite Restaurants in Israel. URL: <https://www.touristisrael.com/our-favorite-restaurants-in-israel/32817/> (дата звернення 10.02.2021)
34. General information on tourist entry to Israel URL: [https://www.gov.il/en/service/group\\_entry\\_to\\_israel](https://www.gov.il/en/service/group_entry_to_israel) (дата звернення 10.02.2021)

35. Greece, Cyprus, Israel to Create a Joint Safe Tourism Zone <https://www.schengenvisainfo.com/news/greece-cyprus-israel-to-create-a-joint-safe-tourism-zone/> (дата звернення 10.02.2021)
36. Homepage – HOTREC is the umbrella Association of Hotels, Restaurants, Pubs and Cafes and similar establishments in Europe. URL: <https://www.hotrec.eu> (дата звернення 10.02.2021)
37. Israel Customs, Currency & Airport Tax regulations details URL: <https://www.iatatravelcentre.com/il-Israel-customs-currency-airport-tax-regulations-details.htm> (дата звернення 10.02.2021)
38. Israel Hotel Market Overview 2020 – The Path To Recovery URL: <https://www.hvs.com/article/8833-Israel-Hotel-Market-Overview-2020-The-Path-To-Recovery> (дата звернення 10.02.2021)
39. Israel. AirMundo. URL: <https://airmundo.com/en/countries/israel/> (дата звернення 10.02.2021)
40. Israeli Railways URL: <https://www.rail.co.il/en> (дата звернення 10.02.2021)
41. Israel's tourism sector lost \$3.6 billion so far in 2020, minister says URL: <https://www.reuters.com/article/health-coronavirus-israel-tourism-int-idUSKBN26Z315> (дата звернення 10.02.2021)
42. Official Global Travel Advisories URL: <https://travel.gc.ca/destinations/israel-the-west-bank-and-the-gaza-strip> (дата звернення 10.02.2021)
43. The 5 largest airports and airlines in Israel URL: <https://www.worlddata.info/asia/israel/airports.php> (дата звернення 10.02.2021)
44. Transfers in Israel URL: <https://ottoisrael.com/our-services/transfers-service-in-israel> (дата звернення 10.02.2021)
45. World Travel & Tourism Council URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> (дата звернення 10.02.2021)
46. Арабо-ізраїльський конфлікт URL: [https://vue.gov.ua/Арабо-ізраїльський\\_конфлікт](https://vue.gov.ua/Арабо-ізраїльський_конфлікт) (дата звернення 10.02.2021)

Влияние политики на развитие туризма URL: [vfmgui-tourism.ru/sistema\\_upravleniya\\_turizmom\\_33/vliyanie\\_politiki\\_na\\_razvitiye\\_turizma\\_37/index.html](http://vfmgui-tourism.ru/sistema_upravleniya_turizmom_33/vliyanie_politiki_na_razvitiye_turizma_37/index.html) (дата звернення 10.02.2021)

47. Вебстер Н. Толковый словарь / Словари онлайн. URL: <http://slovar-vocab.com/english/merriam-webster-dictionary.html>. (дата звернення 10.02.2021)

48. Грабовенська С.П. Стратегія розвитку готельного господарства / С.П. Грабовенська. URL: <http://joomla.spkneu.org> (дата звернення 10.02.2021)

49. Израиль выделил «зелёные острова туризма» URL: [https://bigasia.ru/content/news/culture\\_and\\_resting/izrail-vydelil-zelyenye-ostrova-turizma/](https://bigasia.ru/content/news/culture_and_resting/izrail-vydelil-zelyenye-ostrova-turizma/) (дата звернення 10.02.2021)

50. Израиль планирует открыться для туристов летом URL: <https://34travel.me/post/izrail-planiruet-otkrytsya> (дата звернення 10.02.2021)

51. Израиль рассчитывает на возобновление международного туризма летом 2021 года URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/76400/> (дата звернення 10.02.2021)

52. Израїльський туризм 2017 – висновки року. Міністерство закордонних справ Ізраїлю. URL: <https://mfa.gov.il/MFARUS/IsraelExperience/Tourism/Pages/Israel-Tourism-Summary2017.aspx> (дата звернення 10.02.2021)

53. Інформація для громадян Ізраїлю. Посольство Ізраїлю в Україні. URL: <https://embassies.gov.il/kyiv/ConsularServices/Pages/InfoForIsraelisUkr.aspx>. (дата звернення 10.02.2021)

54. Коваленко Т. Д. Туристический имидж как фактор социально-экономического развития региона. 2014. № 3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/turisticheskiy-imidzh-kak-faktor-sotsialnoekonomicheskogorazvitiya-regiona> (дата звернення 10.02.2021)

55. Круизы из Израиля. URL: <https://avivatours.com/service/cruises-il/> (дата звернення 10.02.2021)

56. Министерство здравоохранения Израиля. URL:<https://govextra.gov.il/ministry-of-health/corona-virus-ru/corona-virus-ru/> (дата звернення 10.02.2021)
57. Министерство туризма Израиль. Официальный сайт. URL:<https://www.gov.il/ru> (дата звернення 10.02.2021)
58. Отдых в Израиле URL: <https://asia.msk.ru/otdyx-v-izraile/> (дата звернення 10.02.2021)
59. Отели Израиля. URL:<https://101hotels.com/israel> (дата звернення 10.02.2021)
60. Официальный сайт Туризм Израїлю URL: <https://info.goisrael.com/> (дата звернення 10.02.2021)
61. Паламаренко Е.В. Паломничество в Святую землю на современном этапе. Религия. Церковь. Общество. 2016. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/palomnichestvo-vsvyatuyu-zemlyu-na-sovremenном-etape> (дата звернення 10.02.2021)
62. Подія грудня 2020: Політична криза в Ізраїлі та її наслідки для Близькосхідного регіону URL: <https://ivinas.gov.ua/en/publications-l/review-of-the-most-important-events-in-the-world/podiia-hrudnia-2020-politychna-kryza-v-izraili-ta-ii-naslidky-dlia-blyzskoskhidnoho-rehionu-en.html> (дата звернення 10.02.2021)
63. Посольство Израїлю в Україні. URL: <https://embassies.gov.il/kyev/ConsularServices/Pages/InfoUkrCitizens.aspx> (дата звернення 10.02.2021)
64. Статика Б. Индустрия гостеприимства: какой ей быть. URL: [www.zn.kiev.ua/3000/](http://www.zn.kiev.ua/3000/). (дата звернення 10.02.2021)
65. Факти про Ізраїль: Ізраїль. Міністерство закордонних справ Ізраїлю. URL: <https://mfa.gov.il/MFARUS/AboutIsrael/History/Pages/HistoryMain.aspx> (дата звернення 10.02.2021)
66. ЮНВТО. URL:<https://www.unwto.org/news/unwto-launches-global-guidelines-to-reopentourism>. (дата звернення 10.02.2021)

67. Яковенко Р.В. Сфера послуг: класифікація та економічна роль в умовах сьогодення / Кіровоградський національний технічний університет.  
URL: [dspace.kntu.kr.ua/](https://dspace.kntu.kr.ua/) (дата звернення 10.02.2021)

## Додаток А

*Таблиця А.1*

Визначення терміну «індустрія гостинності» іноземними та вітчизняними науковцями (складено за даними [6-7, 22, 24-26, 28-29, 40, 47])

Автор визначення	Сутність поняття
1	2
Браймер Р. [6, с. 27]	Гостинність – це таємниця будь-якого турботливого обслуговування. Турбота, виявлена стосовно гостя, здатність відчувати потреби клієнта, – невлітими, але настільки очевидні риси в поведінці службовця. Індустрія гостинності є збірним поняттям для численних і різноманітних форм підприємництва, які спеціалізуються на ринку послуг, пов’язаних з прийомом і обслуговуванням гостей
Уокер Дж. Р. [40, с. 12]	Гостинність – одне з фундаментальних понять людської цивілізації – уже давно перетворилося на індустрію, у якій зайнято не один мільйон професіоналів. Індустрія
	гостинності об’єднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад. Головна відмінність гостинності від інших сфер бізнесу полягає в тому, що основна мета гостинності – задоволення запитів гостей
Ваген Л. [7, с. 32]	Індустрія гостинності – це сектор індустрії туризму, зорієнтований на розміщення туристів, а також галузі, діяльність яких спрямована на продаж алкогольних напоїв, надання житла, їжі і розважальних заходів
Вебстер Н. [47]	Індустрія гостинності – це сфера підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які спираються на принципи гостинності, що характеризуються щедрістю і дружелюбністю по



	відношенню до гостей
	Гостинність – обслуговування, що спирається на принципи гостинності, які характеризуються щедрістю та доброзичливістю по відношенню до гостей. Індустрія гостинності – це сфера підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які ґрунтуються на принципах гостинності і характеризуються щедрістю та доброзичливістю у ставленні до гостей

*Продовження табл. А.1*

Роглев Х.Й. [24, с. 18]	Гостинність – це турбота, виявлена по відношенню до гостя, здатність відчувати потреби клієнтів – невловимі, але настільки очевидні риси в поведінці службовців; це саме той елемент, що зробить спогади клієнтів приємнішими, а враження запам'ятовуватимуться на довше
Бойко М.Г., Гопкало Л.М. [4, с. 28]	«Гостинність ототожнюють з атмосферою доброзичливості, якою оточують споживача готельних послуг, що відповідає сутності господарської діяльності у цій сфері. Гостинність є системою зі створення комфортного перебування подорожуючого поза місцем постійного проживання. До цієї системи входять: послуги розміщення, харчування, додаткові послуги необхідні проживаючому для повноцінної життєдіяльності...»
Жайворонок В.В. [13, с. 151]	Гостинність – народна традиція з любов'ю та повагою приймати і частувати гостей. Також готовність, бажання приймати гостей і пригощати їх; сама церемонія гостинного приймання когонебудь»
Папірян Г.А. [22, с. 71]	«Гостинність» означає систему заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і

	культурних запитів гостей туристських підприємств, їх запобігливого обслуговування, надання низки послуг
Сало Я.М. [26, с. 20]	«Гостинність – це одне з багатьох понять про цивілізацію. Завдяки сильному і постійному прогресу, це поняття, за участі великого потоку часу, перетворилося на одну із найпотужніших індустрій ХХІ ст., у якій працюють й розвиваються мільярди людей. Вони створюють величезне й безперервне споживання послуг»
Смолій В., Федорченко В., Цибух В. [29, с. 94]	«Гостинність – це найважливіша споживча властивість туристського продукту: вміння дати відчутти клієнтові, що йому раді, з гідністю продемонструвати йому свою повагу, надати люб'язність»

*Продовження табл. А.1*

Скобкін С.С. [28, с. 2]	Індустрія гостинності виступає як самостійна, складна і відносно відособлена соціально-економічна система, яка залучає значні матеріальні, фінансові та трудові ресурси
Руденко В.П. [25, с. 69]	Індустрія гостинності – це особлива самостійна галузь економіки, що складається з групи галузей і підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту на різні види відпочинку і розваг. Індустрія гостинності складається з готелів та організацій, які випускають товари і надають послуги, що тісно пов'язані з готельним бізнесом: екскурсійні бюро; транспортні підприємства; підприємства з виробництва сувенірів; навчальні заклади готельно-господарського профілю;

	<p>інформаційні та рекламні служби; науково-дослідні та проектні організації готельно-господарського профілю; готелі; підприємства харчування, зокрема ресторанного господарства; підприємства з виробництва готельно-господарських товарів (які необхідні туристу) тощо. Індустрія гостинності також надає послуги, які мають попит у туристів. Туроператори зі всього різноманіття формують пакет готельних продуктів, який володіє ціннішими споживчими властивостями, ніж кожний з готельних продуктів, взятий окремо (с. 69)</p>
--	---

Джерело: згруповано автором

## Додаток Б

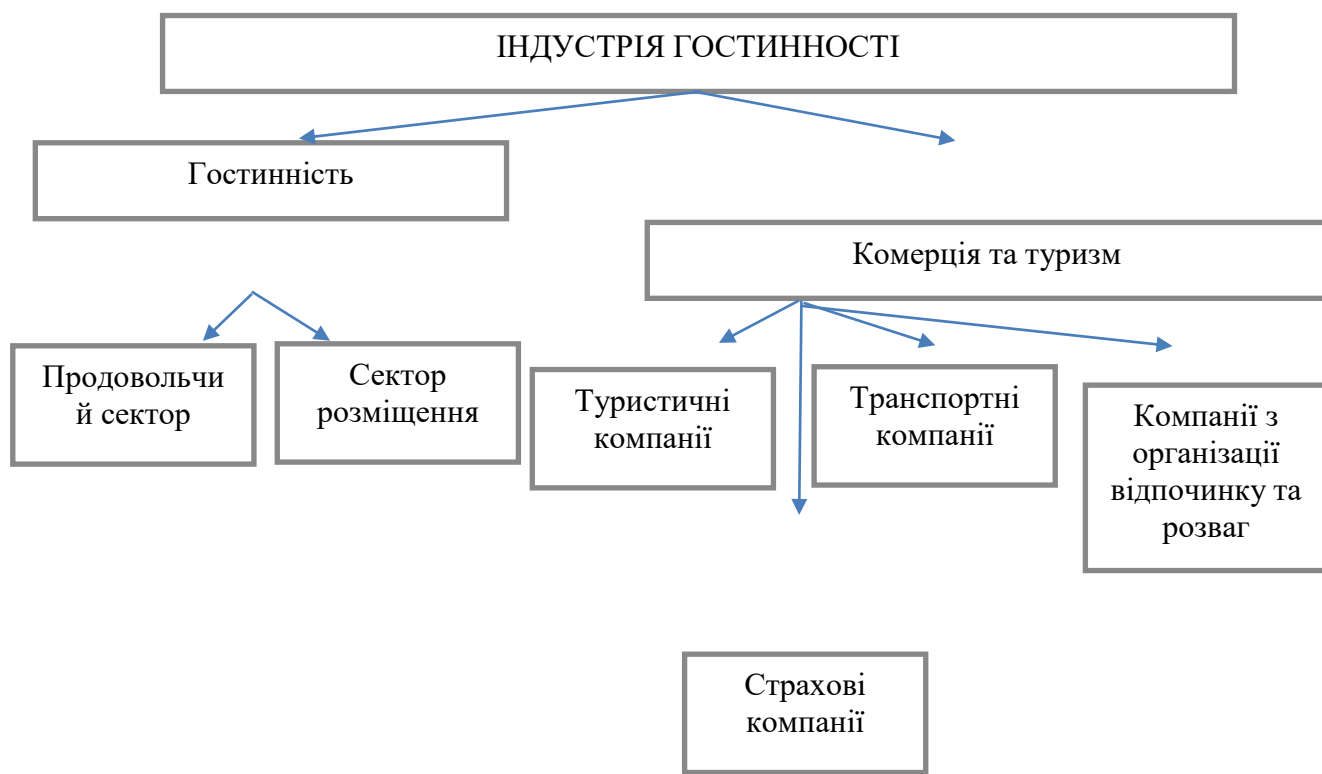


Рис. Б.1. Індустрія гостинності

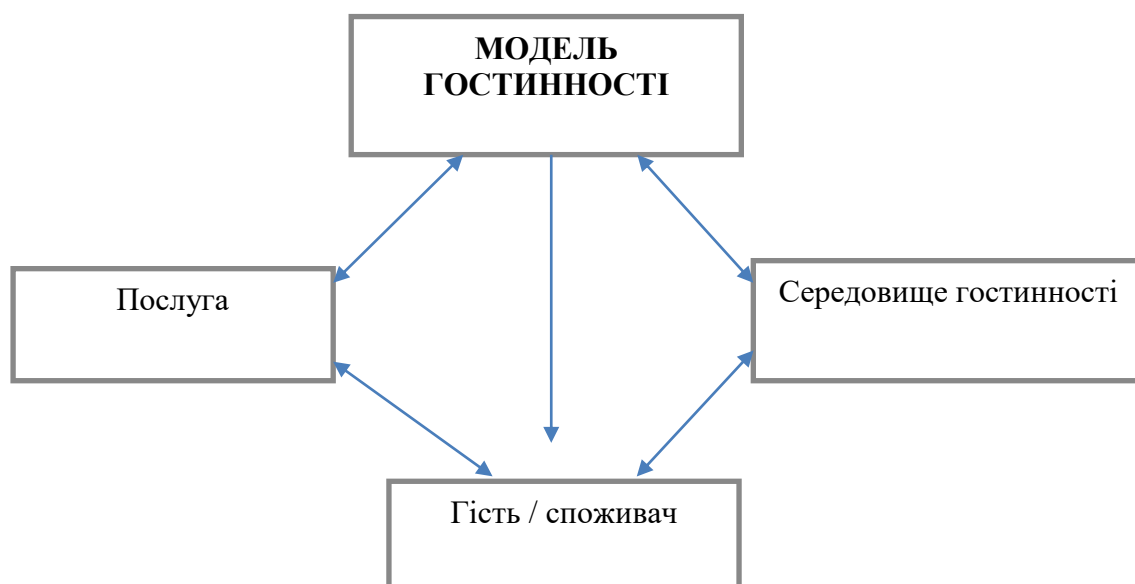


Рис. Б.2. Модель гостинності

## Додаток В

*Таблиця В.1*

Основні поняття та визначення «індустрії гостинності та туризму»

Поняття/термін	Характеристика, визначення поняття/терміну
<b>1</b>	<b>2</b>
Туризм [1]	тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає
Сфера послуг [67]	сукупність галузей, підгалузей і видів діяльності, функціональне призначення яких у системі суспільного виробництва виражається у виробництві й реалізації послуг і духовних благ для населення. Це один з найдинамічніших і найбільших ринків, основним чинником успіху на якому є злагоджена та ефективна робота підприємств сфери послуг та існуючий попит серед клієнтів
Готель [1]	підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням
Сервіс (сервісна це системний набір складно організованих і діяльність) [2]	взаємопов'язаних дій, спрямованих на надання послуг в системі узгоджених умов
Готельна послуга [2]	дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням.

*Продовження табл. В.1*

Готельна послуга [48]	дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням
Засоби розміщування [67]	будь-які об'єкти, в яких регулярно або час від часу надають послуги розміщування для ночівлі
Технологія гостинності [67]	це процес виробництва послуг, якість яких визначається створенням комфортних умов в середовищі гостинності, проявом персональної уваги до гостя, забезпеченням позитивного іміджу підприємства
Комплекс туристичних послуг [67]	це послуга з організації подорожі, яка за змістом складається з обов'язкової сукупності окремих послуг з перевезення та розміщення, з поєднанням їх з іншими додатковими послугами
Ресторан [19, с. 12]	загальнодоступне підприємство ресторанного господарства, яке надає споживачам широкий асортимент страв складного приготування, в основному за індивідуальними замовленнями і надає широке коло послуг
Якість послуги [67]	сукупність характеристик послуги, які визначають її здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби споживача
Якість обслуговування [67]	сукупність характеристик процесу і умов обслуговування, які забезпечують задоволення встановлених або передбачуваних потреб споживачів

*Джерело: згруповано автором*

### Додаток Г

а) Структура в'їзного туризму Ізраїль: за країнами, 2020 р.

б) Структура виїзного туризму Ізраїль: за країнами, 2020 р.

Рис. Г.1. Структура напрямків в'їзного та виїзного туризму Ізраїлю: за країнами у 2020 р., %

(складено за даними [45])

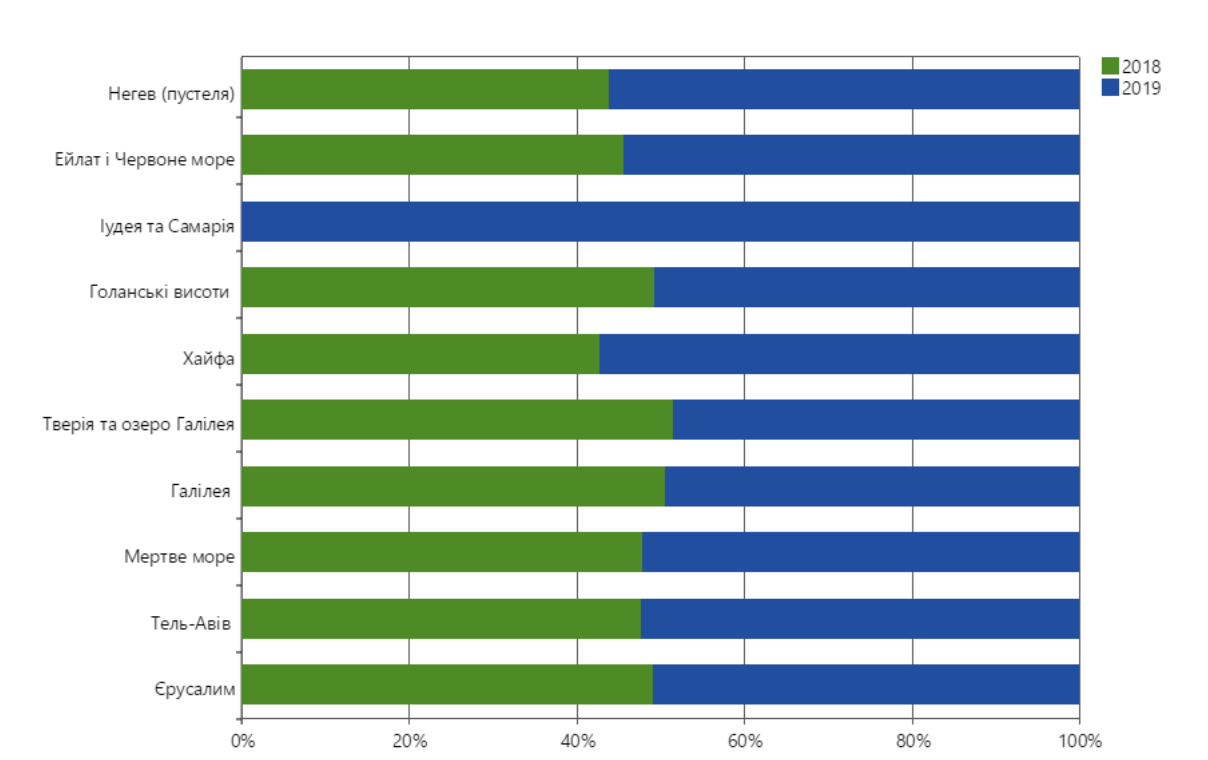


Рис. Г.2. Структура відвідування регіонів Ізраїлю 2018-2019 рр., %

(складено за даними [57])

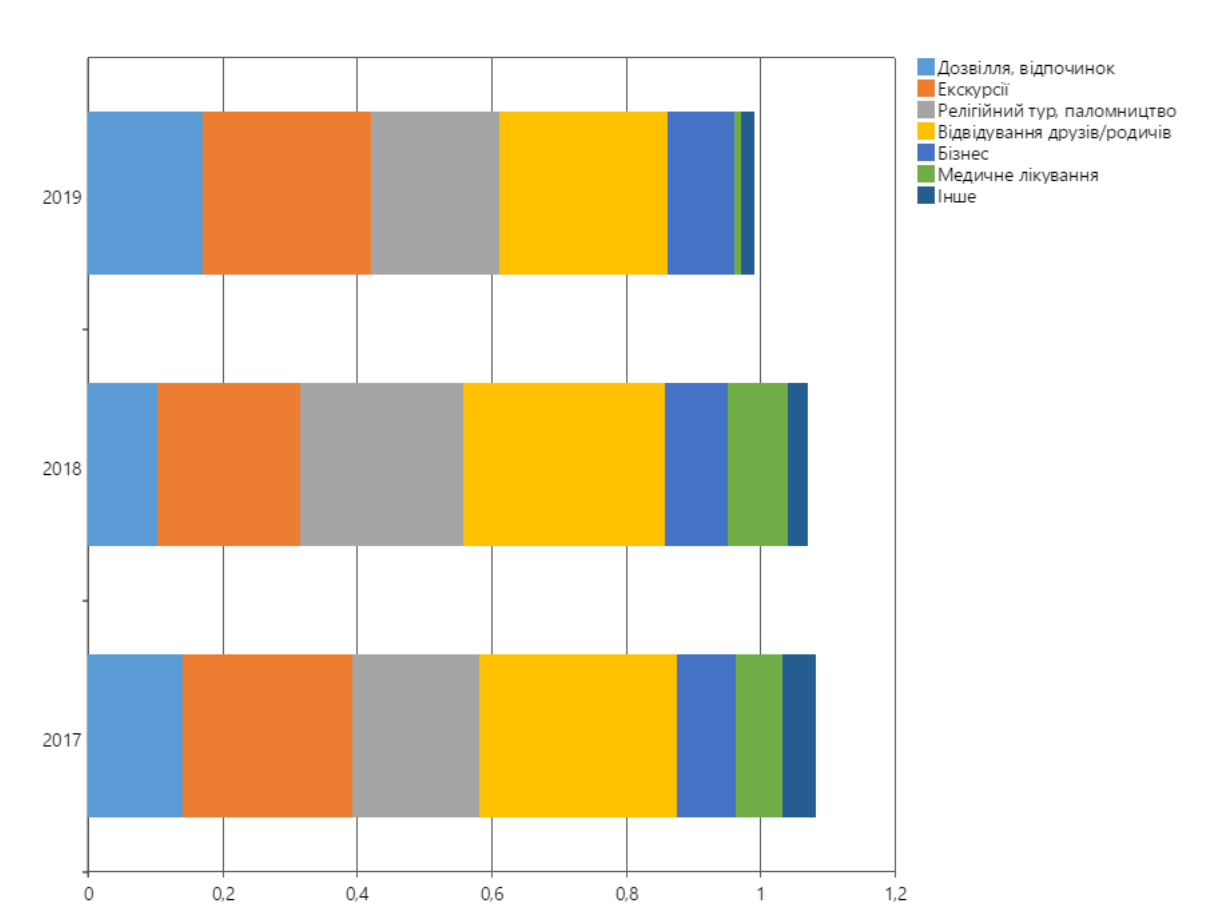


Рис. Г.3. Динаміка та структура видів туризму Ізраїль за 2017-2019 рр.,%

(складено за даними [57])

Рис. Г.4. Динаміка та структура засобів розміщення Ізраїлю за 2017-2019 рр.,%

(складено за даними [57])











## Додаток Д



Рис. Д.1. Аеропорти Ізраїлю

(складено за даними [57])

## Додаток Е

  <p>Побачити все</p>	<p><b>Damson Boutique Hotel</b></p> <p>★★★★★ Центр міста, Єрусалім – Переглянути на карті</p> <p>"Very nice room, clean - the manager Elli is very responsive and attentive to any requests - would stay there again!"</p>	<p>Винятковий 9.7 5 відгуків</p> <p>Середня ціна за ніч 283 \$</p> <p>Перевірити наявність</p>
  <p>Побачити все</p>	<p><b>Hotel Alegra Boutique Suites</b></p> <p>Ейн Керес, Єрусалім – Переглянути на карті</p> <p>"The room was clean and beautiful, the staff was kind and the location was a short drive from the city."</p>	<p>Чудовий 8.2 35 відгуків</p> <p>Перевірити наявність</p>
  <p>Побачити все</p>	<p><b>King David Residence Luxury 4 BD/Pool/Gym/Parking</b></p> <p>★★★★★ Мамілла / цар Давид, Єрусалім – Переглянути на карті</p>	<p>Дуже хороший 7.2 1 відгук</p> <p>Перевірити наявність</p>

Продовження рис. Е.1





<p><b>Найпопулярніший вибір</b></p> 	<p><b>Prima Kings Hotel</b>            Микопта / цар Давид, Єрусалим - 0,5 км від центру</p> <p>Безкоштовна відміна +2</p> <p>Використовуйте ціну для цього місяця</p> <p><b>Популярно зараз</b> Завантажено з бронювання 9 годин тому</p>	<p>Чудовий 8,4            61 Відгуки</p> <p><b>1 ліцензія за цією ціною</b></p> <p>Номери за бронювання</p> <p><b>110 \$</b></p> <p>Порівняти ціни</p>
<p><b>Скільки вільно</b></p> 	<p><b>Rosary Sister Guest House Ein Karem</b>            Ein Karem, Єрусалим - 4,9 км від центру</p> <p>Сниджені   Безкоштовна відміна +1</p> <p>До ціни включено +2</p>	<p>Чудовий 8,1            50 Відгуки</p> <p><b>1 ліцензія за цією ціною</b></p> <p>Номери за бронювання</p> <p><b>176 \$</b></p> <p>БЕЗКОШТОВНА відміна</p>
<p><b>Самостійні обслуговування</b></p> 	<p><b>Найкраща ціна</b></p> <p><b>The Post Hostel</b>            Центр міста, Єрусалим - в самому центрі міста</p> <p>Безкоштовна відміна +2</p> <p><b>Популярно зараз</b> Завантажено з бронювання 1 годину тому</p> <p>Рекомендовано 94% гостей</p> <p><b>WEEKENDSALE</b> Код купона WEEKENDSALE за...</p>	<p>Чудовий 8,8            453 Відгуки</p> <p>Розташовується 9,5</p> <p><b>Ціна за ліцензію 285 \$</b></p> <p>Номери за бронювання</p> <p><b>72 \$</b></p> <p>БЕЗКОШТОВНА відміна</p>




Рис. Е.1. ТОП готелів Ізраїлю. Розміщення готелів в Ізраїлі

(складено за даними [57])


## Додаток Ж

-  **Border with Gaza strip - Avoid non-essential travel**  

Avoid non-essential travel to the Israeli border with the Gaza Strip, due to the risk of rocket and mortar fire, gunfire and military activity.

[Safety and security situation](#)
-  **Border with Syria - Avoid all travel**  

Avoid all travel to the parts of the Golan Heights that border Syria, that is, east of Highway 98, due to increased militant and Israel Defense Forces activity. This risk level excludes of the urban communities of Buq'ata, Majdal Shams and Mas'ada, where you should exercise a high degree of caution.

[Safety and security situation](#)
-  **Border between Israel and Egypt - Avoid all travel**  

Avoid all travel to areas within 5 km of the border between Israel and Egypt, as the security situation could deteriorate rapidly. This includes Highway 10 and portions of Highway 12 near the border. This risk level excludes the town of Eilat, where you should exercise a high degree of caution.

[Safety and security situation](#)

Рис. Ж.1. Оголошення про небезпеку наближення до територій: Сектор Гази, Єгипту, Сирії

## Додаток И

*Таблиця И.1*

Фактори впливу зовнішнього середовища на діяльність індустрії  
гостинності Ізраїлю  
(розробка автора)

Фактор	Вплив на галузь	Вплив на компанію
1	2	3

### ПОЛІТИКО-ЗАКОНОДАВЧИЙ ФАКТОР

Зміна законодавства в сфері оподаткування та ліцензування	Підвищення цінової конкуренції	Можливий відтік кінцевих споживачів
Державний контроль за діяльністю бізнесу	Поява законів, що створюють преференції вітчизняним компаніям	Додаткові витрати ресурсів.  Посилення контролю за якістю продукції, що випускається, за якістю інгредієнтів, та в загальному компанія працює за світовими стандартами, тому не значно впливає фактор
Урядова стабільність	Оздоровлення ринку	Стабільність роботи компанії, зростання прибутку
Позиція держави по відношенню до інших країн	Підвищення цінової конкуренції	Можливий відтік кінцевих споживачів
Вступ до СОТ: захоплення ринку західними компаніями	Загроза захоплення ринку іноземними компаніями	Загроза захоплення ринку іноземними компаніями.

		Приплив імпортованих товарів-аналогів має незначний вплив у зв'язку з тим, що компанія займає лідируючі положення по продажах і попиту на свій асортимент товарів.
--	--	--

*Продовження табл. И.1*

		Потрібна постійна орієнтація на світовий ринок: удосконалення якості, системи і методи збуту продукції
Майбутнє і поточне законодавство, що регулює правила роботи в галузі	Утворення нових лобі в галузі як контрзахід по боротьбі з посиленням впливу на ринок	Необхідність більшої участі в різних лобі і асоціаціях
Військові дії в країні	Падіння ринку	Відтік кінцевих споживачів
Податкова політика країни	Падіння ринку	Відтік кінцевих споживачів
Антимоніпольна політика	Падіння ринку	Відтік кінцевих споживачів

#### ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ

Рівень інфляції	Виникнення	Підвищення попиту на
-----------------	------------	----------------------

	<p>додаткового попиту, зміна характеру закупівель.</p> <p>Зменшення платоспроможного попиту.</p>	<p>товари тривалого користування, закупівлі товарів тривалого зберігання «про запас».</p> <p>Необхідність постійного контролю обсягів виробництва.</p>
Купівельна спроможність	<p>Підвищення вартості фінансових ресурсів, посилення позицій компаній, що володіють власними засобами</p>	<p>Імовірно, вимушене скорочення товарного запасу, згортання програм кредитування, відмова від постачальників, що не надають відстрочок</p>
Коливання курсу долара і євро	<p>Посилення нестабільності українських виробників</p>	<p>Зниження попиту на імпортні товари, але може підвищити попит на вітчизняні товари</p>
Зміна витрат на енергоресурси	<p>Додаткові витрати, ріст цін на сировину</p>	<p>Збільшення витрат, що вплине на собівартість товарів, та і на кінцеву ціну</p>
Нестача оборотних коштів	<p>Банкротство компаній, зменшення конкуренції на ринку</p>	<p>Спад виробництва.</p> <p>Зменшення частки ринку.</p>

*Продовження табл. И.1*

Зменшення інвестицій	<p>Банкротство компаній, зменшення конкуренції на ринку</p>	<p>Можливі складності з випуском нової продукції, зменшення асортименту.</p> <p>Недостатність коштів на</p>
----------------------	---	---



		амортизацію, сировину та ін.
--	--	------------------------------

## Додаток К

Таблиця К.1

№ п/п	Фактор	Вага впливу	PEST-аналіз				Середня оцінка	Зважена середня	
			Напра- вленість дії фак- тору	Експертна оцінка (вірогідність впливу)					
				E1	E2	E3			E4
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>ПОЛІТИКО-ЗАКОНОДАВЧИЙ ФАКТОР</b>									
1)	Зміна законодавства в сфері оподаткування та ліцензування	0,07	-	3	5	2	4	3,5	0,25
2)	Державний контроль за діяльністю бізнесу	0,06	-	3	3	2	5	3,25	0,20
3)	Урядова стабільність	0,01	+	1	2	1	3	1,75	0,02
4)	Позиція держави по відношенню до інших країн	0,08	+	5	5	4	3	4,25	0,34
5)	Вступ до СОТ: захоплення ринку західними компаніями	0,08	+	5	4	5	2	4	0,32
6)	Майбутнє і поточне законодавство, що регулює правила роботи в галузі	0,08	-	5	5	4	4	4,5	0,36
7)	Військові дії	0,08	-	5	5	4	3	4,25	0,34
8)	Податкова політика країни	0,06	-	3	3	2	5	3,25	0,20

9)	Антимонопольна політика	0,06	+	4	3	4	2	3,25	0,20
----	----------------------------	------	---	---	---	---	---	------	------

*Продовження табл. К.1*

ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ

10)	Рівень інфляції	0,08	-	4	3	5	5	4,25	0,34
11)	Купівельна спроможність	0,07	-	3	5	2	4	3,5	0,25
12)	Коливання курсу долара і євро	0,05	-	4	2	3	3	3	0,15
13)	Зміна витрат на енергоресурси	0,08	-	5	4	5	3	4,25	0,34
14)	Нестача оборотних коштів	0,06	-	4	3	4	2	3,25	0,20
15)	Зменшення інвестицій	0,08	-	5	5	4	3	4,25	0,34