

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет міжнародного туризму та економіки

Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної дипломної роботи
другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО
ГОСПОДАРСТВА В ІЗРАЇЛІ

(назва теми)

Виконала: студентка VI курсу, групи МТЕ412м
Спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа

(код та назва)

Освітня програма (спеціалізація) Готельно-
ресторанна справа

КАУЛЬКО М.С.

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

Керівник МАМОТЕНКО Д.Ю.

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

Рецензент ЗАХАРОВА С.Г.

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет Міжнародного туризму та економіки
Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу
Ступінь вищої освіти Другий (магістерський) рівень
Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр
Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
(шифр і назва)
Освітня програма (спеціалізація) Готельно-ресторанна справа
(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри ТГРБ
В.М. Зайцева
«01» вересня 2023 року

ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

КАУЛЬКО Марії Сергіївні
(прізвище, ім'я по батькові)

- Тема роботи Стан і перспективи розвитку готельного господарства в Ізраїлі
керівник роботи (проекту) МАМОТЕНКО Д.Ю., к.е.н., доц.
затвердженні наказом вищого навчального закладу від «18» жовтня 2023 року № 397
- Строк подання студентом роботи (проекту) 15.12.2023 р.
- Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні результати наукових праць вітчизняних та зарубіжних дослідників, вітчизняні нормативно-правові та нормативні документи, статистичні дані, матеріали неурядових вітчизняних та зарубіжних організацій, дані спеціалізованих періодичних видань з питань стану та перспектив розвитку готельного господарства в Ізраїлі, результати проведеного автором дослідження.
- Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____
Розділ 1. Теоретико-методичні аспекти розвитку готельного господарства.
Розділ 2. Діагностика розвитку сучасного стану готельного господарства Ізраїлю.
Розділ 3. Перспективи розвитку готельного господарства Ізраїлю.
- Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
6 таблиць, 13 рисунків

6. Консультанти розділів дипломної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	МАМОТЕНКО Д.Ю., к.е.н., доц	1.09.2023	02.09.2023
2	МАМОТЕНКО Д.Ю., к.е.н., доц	23.09.2023	25.09.2023
3	МАМОТЕНКО Д.Ю., к.е.н., доц	16.10.2023	18.10.2023
Нормо-контроль	КУКЛІНА Т.С., к.е.н., доц.	28.11-10.12.2023	

7. Дата видачі завдання 01.09.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	20.08-01.09.2023	виконано
2	Вивчення літературних джерел	01.09-10.09.2023	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну дипломну роботу	11.09-30.09.2023	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.10-20.10.2023	виконано
5	Виконання першого розділу	11.10. -09.11.2023	виконано
6	Виконання другого розділу	10.11-15.11.2023	виконано
7	Виконання третього розділу	16.11-30.11.2023	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	01-05.12.2023	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної дипломної роботи	06-11.12.2023	виконано
10	Перевірка роботи керівником	08-13.12.2023	виконано
11	Одержання відгуку та рецензії	01-20.12.2023	виконано
12	Попередній захист кваліфікаційної дипломної роботи	16-30.11.2023	виконано
13	Подання роботи на кафедру	15.12.2023	виконано
14	Захист кваліфікаційної дипломної роботи		виконано

Студентка

_____ (підпис)

КАУЛЬКО М.С.

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

МАМОТЕНКО Д.Ю.

_____ (прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Актуальність теми. В умовах поступового відновлення туризму, дедалі більшого значення набуває необхідність дослідження сучасних тенденцій та розробки стратегій відновлення готельної індустрії після Covid-19 та карантинних обмежень з урахуванням актуальних загроз та викликів. Ізраїльський готельний ринок продемонстрував надзвичайну стійкість перед обличчям викликів і успішно відновився до рівня 2019 року. Готельна галузь продемонструвала здатність до адаптації та інноваційність у впровадженні протоколів безпеки, що забезпечує довіру гостей і безпечне середовище. З поступовим поверненням внутрішніх і міжнародних подорожей, спочатку орієнтованих на відпочинок, але пізніше доповнених діловими мандрівниками, у поєднанні з унікальними визначними пам'ятками та культурним значенням країни, готельний ринок Ізраїлю має хороші позиції для подальшого зростання та успіху.

Метою кваліфікаційної дипломної роботи є дослідження сучасного стану та перспектив розвитку готельного господарства Ізраїлю.

Об'єктом дослідження є готельне господарство Ізраїлю.

Предмет дослідження – особливості розвитку готельного господарства Ізраїлю.

Методи дослідження. Для визначення показників, результатів та оцінки успішності діяльності підприємств готельного бізнесу – статистичний та порівняльний аналіз. Для змістовного розкриття та засвоєння теоретичної частини – аналізування, порівняння, систематизація, а також узагальнення. Для вивчення попиту на готельні послуги – економіко-статистичні методи збору та обробки інформації: вибірковий метод, економіко-математичні методи. Для визначення тенденцій та потенційних рішень розвитку індустрії гостинності – метод узагальнення.

Інформаційну базу дослідження становлять монографічні дослідження і наукові праці вітчизняних та іноземних дослідників вчених,

статистичні дані, нормативно-правові акти, інтернет-ресурси з матеріалами про організаційні форми надання послуг ресторанного бізнесу в готелях та інших закладах розміщення.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в удосконаленні систематизації сучасних проблем готельного господарства Ізраїлю та комплексу теоретичних і методичних положень щодо розвитку готельного господарства Ізраїлю.

Практичне значення роботи полягає в розробці та подальшому використанні розроблених рекомендацій та відповідності їх сучасним вимогам організації готельного бізнесу. Для розробки заходів із підтримання туристичного та готельного бізнесу, у тому числі й збереження робочих місць і утримання працівників сфери запропоновано створювати спеціальні комітети, комісії, робочі групи на державному рівні.

Апробація результатів кваліфікаційної дипломної роботи. Головні положення та результати кваліфікаційної роботи представлені у виступах на II Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства», 2023 в Національному університеті «Запорізька політехніка» на тему «Стан і перспективи розвитку готельного господарства Ізраїлю».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (55 найменування). Загальний обсяг роботи становить 88 сторінок, основний зміст роботи викладено на 75 сторінках. Робота містить 6 таблиць та 13 рисунків.

АНОТАЦІЯ

Каулько М.С. Стан і перспективи розвитку готельного господарства в Ізраїлі.

Робота присвячена стану і перспективі розвитку готельного господарства в Ізраїлі. У роботі проведено дослідження сучасного стану та тенденцій розвитку економіки Ізраїлю за останні десять років. Проведено аналітичну оцінку в актуальних проблемах готельного господарства. Наведено рекомендації з удосконалення та розвитку готельного господарства Ізраїлю. Отримані в процесі дослідження результати можуть бути використані при розробці стратегії розвитку готельної індустрії.

Ключові слова: готель, гостинність, готельні бренди, обслуговування, аналіз, якість послуг, туризм, клієнт, розвиток.

ANNOTATION

Kaulko M.S. State and prospects of hotel industry development in Israel.

The work is devoted to the state and perspective of the development of the hotel industry in Israel. The paper examines the current state and development trends of Israel's economy over the past ten years. Analytical assessment of the current problems of the hotel industry was carried out. Recommendations for improvement and development of the hotel industry in Israel are given. The results obtained in the research process can be used in the development of a strategy for the development of the hotel industry.

Keywords: hotel, hospitality, hotel brands, service, analysis, service quality, tourism, client, development.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

грн. – гривня

ВТО – Всесвітня Туристична Організація

див. – дивись

дол. – долар

ЄК – Європейська комісія

ін. – інше

км² – кілометр квадратний

м. – місто

млн – мільйон

млрд – мільярд

табл. – таблиця

тис. – тисяча

од. – одиниця

ВВП – Валовий внутрішній продукт

р., рр. – рік, роки

рис. – рисунок

США – Сполучені Штати Америки

с. – сторінка, сторінок

% – відсоток

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	12
1.1. Поняття та характеристика готельного господарства	12
1.2. Структурна організація готельного господарства	19
1.3. Методологічні підходи оцінки та аналізу готельного господарства країни	29
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ІЗРАЇЛЮ	36
2.1. Сучасний стан міжнародного туризму світу та туристичної сфери Ізраїлю	36
2.2. Аналіз розвитку готельного господарства Ізраїлю	46
2.3. Готельні бренди: тенденції позиціонування на ринку гостинності Ізраїлю	53
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ІЗРАЇЛЮ	60
3.1. Актуальні проблеми готельного господарства Ізраїлю	60
3.2. Рекомендації з удосконалення та розвитку готельного господарства Ізраїлю	65
ВИСНОВКИ	74
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	77
ДОДАТКИ	82

ВСТУП

Актуальність дослідження. Галузь готельного господарства – одна з вагомих складових туристичної сфери. Матеріально-технічна база, що дозволяє розміщувати туристів, посідає важливе місце у формуванні туристичної інфраструктури. А туристичний сервіс обраного напрямку залежить від якості умов проживання та обслуговування.

В умовах поступового відновлення туризму, дедалі більшого значення набуває необхідність дослідження сучасних тенденції та розробки стратегій відновлення готельної індустрії після Covid-19 та карантинних обмежень з урахуванням актуальних загроз та викликів. Ізраїльський готельний ринок продемонстрував надзвичайну стійкість перед обличчям викликів і успішно відновився до рівня 2019 року. Готельна галузь продемонструвала здатність до адаптації та інноваційність у впровадженні протоколів безпеки, що забезпечує довіру гостей і безпечне середовище. З поступовим поверненням внутрішніх і міжнародних подорожей, спочатку орієнтованих на відпочинок, але пізніше доповнених діловими мандрівниками, у поєднанні з унікальними визначними пам'ятками та культурним значенням країни, готельний ринок Ізраїлю має хороші позиції для подальшого зростання та успіху.

Основними факторами, що сприяють розвитку туризму в Ізраїлі, є наявність великого історико-культурного та природно-рекреаційного потенціалу та значні обсяги капіталовкладень у розвиток туристичної інфраструктури.

Значний внесок у дослідження проблем розвитку, управління та функціонування готельного господарства зробили О.А. Агєєва, Д.Н. Акуленок, Н.М. Васильєв, Ю.Л. Васянін, М.А. Жукова, М.Г. Бойко, Л.М. Гопкало, С.І. Дорогунцов, Г.Б. Мунін, А.О. Змійов, Г.О. Зінов'єв, Х. Роглев, Т.І. Ткаченко, С. Гаврилук та ін. Однак попри постійне і всебічне вивчення проблем розвитку підприємств готельного господарства чимало питань залишаються невирішеними, зокрема недостатньо розглянуто можливості

використання зарубіжного досвіду розвитку підприємств гостинності для України.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження сучасного стану та перспектив розвитку готельного господарства Ізраїлю.

Відповідно до мети були поставлені та вирішені наступні завдання:

- дослідити теоретичні засади розвитку готельного господарства;
- дослідити стан розвитку готельного господарства Ізраїлю;
- охарактеризувати проблеми та перспективи розвитку готельного господарства Ізраїлю.

Об'єктом дослідження є готельне господарство Ізраїлю.

Предметом дослідження виступають особливості розвитку готельного господарства Ізраїлю.

Методи дослідження. Під час написання кваліфікаційної дипломної роботи було використано загальнонаукові та спеціальні методи наукового дослідження: метод статистичного аналізу; теоретичний аналіз джерел інформації з проблеми дослідження; метод порівняння; графічний метод, картографічний метод.

Інформаційну базу дослідження становлять статистичні дані Всесвітньої туристичної організації, служби статистики країни Ізраїль, міжнародних економічних організацій, монографії, наукові публікації, Інтернет-ресурси, власні дослідження автора.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в удосконаленні систематизації сучасних проблем готельного господарства Ізраїлю та комплексу теоретичних і методичних положень щодо розвитку готельного господарства Ізраїлю.

Практичне значення роботи полягає в розробці та подальшому використанні розроблених рекомендацій та відповідності їх сучасним вимогам організації готельного бізнесу. Для розробки заходів із підтримання туристичного та готельного бізнесу, у тому числі й збереження робочих місць і утримання працівників сфери запропоновано створювати спеціальні

комітети, комісії, робочі групи на державному рівні. Матеріали кваліфікаційної роботи можуть бути використані вищими навчальними закладами, для курсів із підготовки та перепідготовки майбутніх фахівців, при викладанні курсів «Організація готельного господарства».

Апробація результатів кваліфікаційної дипломної роботи. Головні положення та результати кваліфікаційної роботи представлені у виступах на II Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства», 2023 в Національному університеті «Запорізька політехніка» на тему «Стан і перспективи розвитку готельного господарства Ізраїлю».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (55 найменування). Загальний обсяг роботи становить 88 сторінок, основний зміст роботи викладено на 75 сторінках. Робота містить 6 таблиць та 13 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Поняття та характеристика готельного господарства

Важливою складовою туристичної діяльності є готельне господарство. Розвиток вітчизняного та міжнародного туризму значною мірою пов'язується з рівнем матеріально-технічної бази, розгалуженістю та різноманітністю мережі, якістю обслуговування в готельному господарстві. Саме готельні підприємства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів: забезпечують їх сучасним житлом та побутовими послугами.

Найчастіше поняття готельного господарства, готельної індустрії, готельної справи та готельного бізнесу дослідники галузі вважають тотожними. Це пов'язане з тим фактом, що всі суб'єкти готельного господарювання здійснюють свою діяльність з метою отримання прибутку за надані ними послуги розміщення осіб, що перебувають поза домом, та надання їм додаткових послуг. Саме через це більшість дослідників вважають, що готельне господарство важлива складова сфери гостинності.

Багато авторів досліджували поняття «готель». Так, Марсель Готьє [32] визначив «готельну справу» як сукупність діяльності, що пропонує власні послуги та блага, які забезпечують людині необхідні матеріальні умови – розміщення та харчування. Це стосується, пояснює автор, послуг, яких потребує турист під час подорожі за межами постійного місця проживання з діловими цілями чи сімейними інтересами й дедалі більше під час відпочинку. Важливо розуміти, що сфера гостинності включає різноманітні сектори та галузі, а окрім цього, необхідно враховувати взаємозв'язки між готельними комплексами та іншими компаніями. Як вважає О. Л. Ремеслова [28], визначальною характеристикою готельної сфери є ріст попиту і послуги готельного господарства шляхом створення взаємозв'язку між закладом гостинності та його гостем.

На думку М.П. Мальської, готельним господарством є сукупність готельних підприємств різного типу, що займаються наданням послуг гостинності, таких, як розміщення, харчування та пакету додаткових послуг для підвищення комфорту перебування гостя в закладі [16].

У «Правилах користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» наводиться низка термінів і понять, які широко використовуються в готельному господарстві. Зокрема, готелями та аналогічними засобами розміщення вважають майнові комплекси, що складаються із 7 і більше номерів, підлягають єдиному керівництву та згруповані за категоріями відповідно до переліку надаваних послуг та наявного обладнання.

Готельна послуга передбачає дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також іншу діяльність, пов'язану з розміщенням і тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу при розміщенні та проживанні в готелі.

Основні послуги – це обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що включається до ціни номера (місця) і надається клієнтові згідно з укладеним договором, а додаткові послуги – обсяг послуг, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором. Якщо розглядати поняття готельного господарства більш широко, то в даному разі, цей термін означає індустрію гостинності загалом, тобто підприємства, які надають не тільки послуги проживання, а й повний спектр суміжних послуг – від харчування до трансферу з аеропорту. У вузькому розумінні готельне господарство – це тільки проживання [28].

Під готельним бізнесом розуміють здійснення діяльності фізичними та юридичними особами-підприємцями, які володіють майном, яке може бути використане для розміщення громадян та надання їм іншого супутнього обслуговування.

Загалом, сферою гостинності називають цілий комплекс послуг з різних сфер обслуговування, головна мета яких – надати обслуговування туристам.

Гостинність – одне з основних понять суспільного розвитку, закладене у моральних принципах культури будь-якого народу, водночас фундаментальний принцип організації обслуговування у туристичній сфері, категорія наукового та професійного використання [4].

Фахівці відносять до сфери гостинності такі елементи: готельну та ресторанну індустрію, підприємства, що надають послуги з розваг та організації транспортного обслуговування. Готельна галузь у цій структурі займає провідну позицію, оскільки на неї покладені ключові функції надання цілого комплексу послуг, що поєднують у собі всі елементи сфери гостинності. Отже, готельне господарство – це найбільш комплексний елемент індустрії гостинності.

Модель гостинності включає в себе чотири основні концепції:

- гуманітарну;
- технологічну;
- функціональну;
- комерційну.

З моменту появи теоретичного підґрунтя для туристичної індустрії, поняття «готельне господарство» відносили лише до власне готелів. Проте, з плином часу та появою інших форм розміщення, таких, як мотелі, туристичні бази, кемпінги та інші підприємства, це поняття розширювалось до сучасного розуміння.

В умовах конкурентного ринку послуг гостинності, прагнення підприємств до отримання найбільшого прибутку та зростаюча платоспроможність споживачів послуг, спонукає підприємства готельного бізнесу забезпечити не лише проживання та харчування, зумовлює необхідність розширення обсягу додаткових і супутніх послуг. Це не тільки збагачує саме поняття готельного господарства, а й суттєво розширює

потенційні межі діяльності закладів розміщення та дозволяє реалізовувати не тільки свій продукт, а й послуги та товари суміжних сфер.

Діяльність закладів готельного господарства визначається їх функціями, які, в свою чергу, виражені в соціально-економічних складниках, таких, як:

- тимчасове житло пропонується на платній основі;
- повне задоволення потреб та запитів відвідувача;
- оптимізація витрат та доходів шляхом максимально ефективного фінансово-господарського управління діяльністю;
- врахування та задоволення інтересів суб'єктів, що є учасниками розподілу доданої вартості (держава, працівники, власники бізнесу);
- створення місця зайнятості населення;
- джерело наповнення бюджету різного рівня;
- «обличчя країни» для в'їжджаючих туристів.

Результатом нематеріальної діяльності готельної сфери та її суттю є комплексний продукт готельних послуг закладу гостинності, який виробляється та реалізується в межах одного підприємства. Основою одночасно вироблення та реалізації готельного продукту є матеріальна база підприємства, тобто його будівлі, інвентар, комунікаційні лінії та інше оснащення персоналу. Враховуючи специфічність сфери обслуговування в готелях, даний процес одночасного виробництва та споживання і називають поняттям «надання послуг». [15].

Готельною послугою називають дії підприємства з розміщення клієнта наданням пропозиції номера або місця для тимчасового проживання у закладі розміщення, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням [4].

Готельна послуга поділяється на основні та додаткові послуги, що надає відвідувачу заклад розміщення з моменту заселення і до виїзду. Зокрема [27]:

- основними послугами є розміщення відвідувача в закладі

гостинності, його харчування, а також інший обсяг послуг, вартість яких входить до ціни розміщення;

- додатковими є послуги, які замовляються та оплачуються окремо, якщо відвідувач відчуває індивідуальну потребу в їх наданні (плавання в басейні, автостоянка, хімчистка та ін.).

Характерною особливістю сучасного готельного обслуговування є децентралізація реалізації послуг. Частину операцій здійснюють окремі ланки підприємства (наприклад, попередній продаж, бронювання чи резерв номерів), які можуть бути як частиною як самого підприємства, так і виконувати їх на аутсорсі (бюро подорожей та ін.). Таким чином, на якість обслуговування у готелях впливає діяльність посередницьких ланок, що реалізують їхні основні послуги. Тому, в останньому випадку, в разі вибору недобросовісного посередника, якість надаваних послуг суттєво знизиться. Тому ідеальним варіантом є виконання всіх або хоча б переважної більшості основних функцій працівниками самого підприємства.

Асортимент та якість надаваних послуг готельної підприємства знаходяться в залежності від матеріально-технічної бази та рівня кваліфікованості персоналу. На сьогоднішній день всі підприємства прагнуть розширювати та вдосконалювати ці структури. Тому зараз багато закладів гостинності розвивають інфраструктуру поряд з основною будівлею, будуючи споруди, що здійснюють медичну, спортивну чи розважальну функцію.

Готелем називають таке підприємство розміщення, яке надає споживачам комплексні послуги, основною з яких є розміщення та харчування.

Співвідношення цих двох складових може виражатись у таких формах [4, 61]:

- розміщення + сніданок (континентальний або англійський) у номерах або спеціалізованих закладах;
- розміщення + харчування у ресторані;

- розміщення + харчування у ресторані, барі, кафе;
- розміщення + харчування у ресторанах європейської і національної кухні, барах, цілодобовий сервіс на поверхах.

Зміст послуги розміщення стосується:

- надання у тимчасове користування житла – готельного номера;
- послуги професійного персоналу – портьє, з послугою поселення клієнта, покоївок з послугами прибирання та ін.

Готельні номери – це багатофункціональні приміщення, призначені для сну, відпочинку або роботи у процесі проживання гостей, які є основним елементом послуги розміщення. Зазвичай, користування номером відбувається ввечері та нічний час, а отже основною функцією номеру має бути забезпечення якісного сну та відпочинку. Інші функції номерів залежать від функціонального призначення самого закладу та індивідуальних потреб споживачів. Наприклад, у бізнес-готелях, основною задачею є забезпечити гостям можливість працювати. А для цього в номерах необхідний стіл, телефон, факс, якісний зв'язок, Інтернет та інше оснащення.

У готелях виділяють різні категорії номерів, що мають відмінності у оснащенні, площі, меблях, але не зважаючи на категорію, будь який номер має забезпечити: ліжко, крісло, нічний столик або тумбу поряд з ліжком, шафу, якісне освітлення, кошик для сміття, а також має бути інформація про готель та план евакуації.

Послуги харчування поєднують виробництво (приготування їжі на кухні), торгове обслуговування (реалізація) та сервіс (обслуговування у ресторанах, кафе, барі чи в готельних номерах).

До додаткових послуг відносяться басейн, спортивну залу, конференц-зал, прокат авто та паркування, послуги пральні та хімчистки, послуги салонів краси та масажу та ін. Нині такий спектр додаткових послуг має все більше значення та іноді є визначальним фактором при виборі закладу розміщення.

Готельний продукт відображає результат господарської діяльності,

представлений у матеріальній формі, духовній, інформаційній, або у формі виконання роботи і послуг (див. рис 1.1).



Рис. 1.1 – Головні риси готельного продукту

Готельні послуги відрізняються від товарів такою специфікою:

- нематеріальність;
- обмеженість чи неможливість зберігання;
- терміновість послуг;
- сезонність попиту;
- неоднорідність якості сервісу.

Особливість надання готельних послуг, у порівнянні з реалізацією товару, зумовлена неможливістю споживача одразу та в повному обсязі досягнути всі особливості. Клієнтам складно оцінити послугу до моменту купівлі, а іноді навіть після неї.

Готельна послуга може входити в склад туристичного пакету та пропонуватись окремо – прямо чи через посередників. За оцінками спеціалістів, дохід підприємства від індивідуальної реалізації більший, ніж від групових заїздів [5, с. 103]. Отже, для раціоналізації та оптимізації доходів, заклади розміщення мають приділяти особливу увагу виробництву та реалізації послуг, враховуючи та мінімізуючи мінливість її характеру. Заклади розміщення мають задовольнити потреби та вимоги клієнтів, що позитивно відобразиться на розв’язанні проблем з фінансовою оптимізацією, та як наслідок – зростання прибутку. Фактичне виконання поставленої мети можна досягти завдяки сталому управлінні витратно-дохідною частиною діяльності.

Готельне господарство в сучасних умовах дуже швидко розвивається та є високоприбутковою галуззю, залишаючись при цьому найважливішим сегментом ринку послуг. Головна риса готельного господарства – підвищення попиту на послуги шляхом налагодження взаємовигідних відносин між споживачем та підприємством, де визначальним фактором стала функціональність гостинності.

1.2. Структурна організація готельного господарства

Заклади розміщення в сучасному світі пропонують великий спектр готельного обслуговування. Щороку з’являються нові та нові форми діяльності в цій сфері.

Типізація – це один з наукових методів, що базується на групуванні об’єктів за узагальненою моделлю чи типом. У цьому процесі, об’єкти відбираються за характерними властивостями та особливостями.

Тип готельного підприємства зумовлюється рівнем рекреаційної інфраструктури, забезпечення її нормативними актами, особливими характерними рисами закладу розміщення.

Готелі відрізняються своїм призначенням, місткістю, кількістю

поверхів та особливостями конструкцій, рівнем комфорту, сезонністю, місцезнаходженням, функціональним призначенням, наданням харчування, тривалістю можливості розміщення та рівнем цін. Всі ці фактори мають вплив на склад приміщень, архітектурне планування та ін. Ключові ознаки – це місткість, комфортність, призначення та поверховість.

У типології сучасних готельних підприємств найчастіше використовують такі ознаки: [1, 88]:

- розташування;
- термін перебування гостя;
- місткість номерного фонду;
- особливості харчування;
- рівень цін;
- режим роботи;
- мета перебування клієнтів;
- архітектурно-планувальні особливості .

Типи підприємств готельного господарства залежно від місцезнаходження відображено на рисунку 1.2.

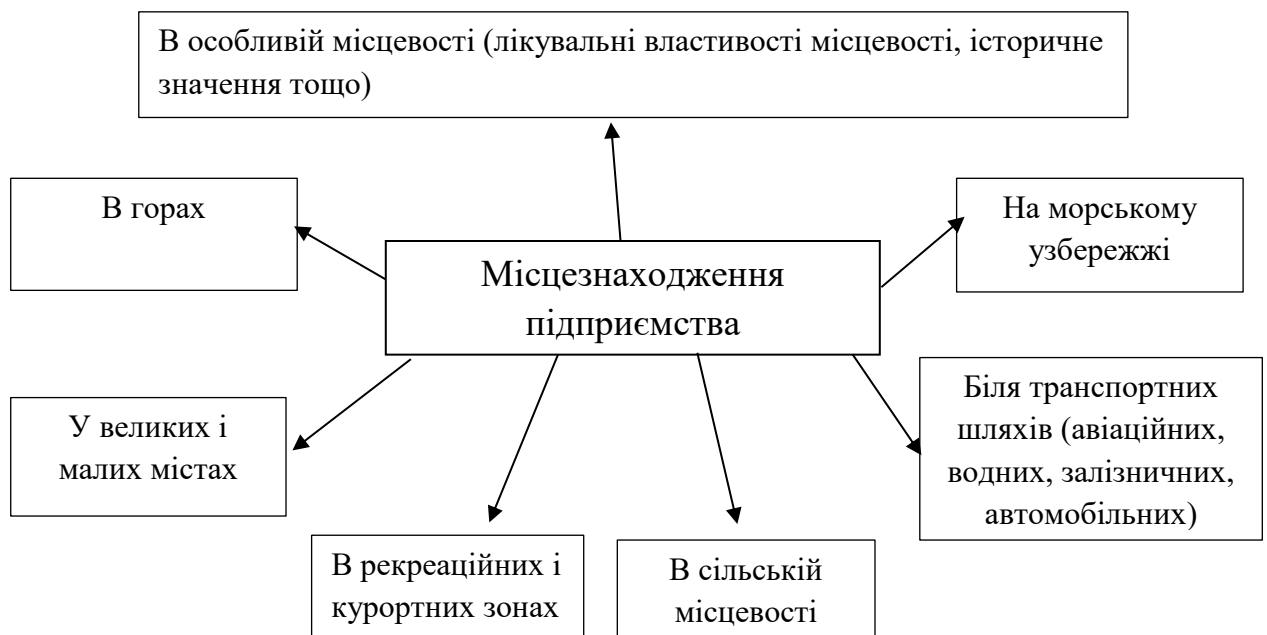


Рис. 1.2 – Види підприємств готельного господарства за місцем розташування [1]

Місцезнаходження підприємства готельного господарства визначається відстанню від аеропорту чи залізничної станції, залежить від відстані до центра міста, узбережної зони моря, інших об'єктів і туристичних ресурсів.

Аналізуючи місцезнаходження готелю, необхідно зазначити деякі особливості. Так, в основному всі підприємства, що розташовані в межах міста (у центрі, на околиці), є готельними підприємствами, призначеними для сегмента туристичного ринку – «ділові туристи».

Для підприємств готельного господарства, що розташовані на морському узбережжі, на цінову політику впливає відстань до моря. Підприємства, розташовані у горах на туристичному маршруті, повинні мати необхідний інвентар, спорядження для літнього та зимового відпочинку .

Вплив чинника «термін перебування», наведено на рисунку 1.3.

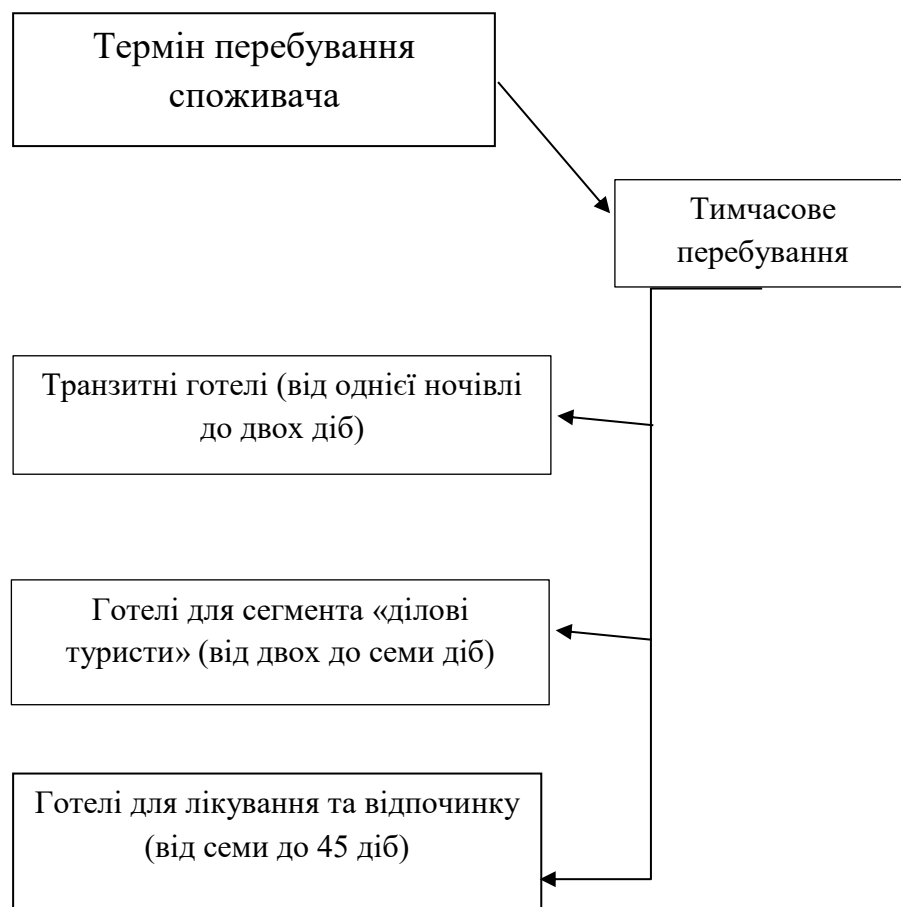


Рис.1.3 – Заклади розміщення за терміном перебування

Термін перебування на підприємствах готельного господарства є різним, що з обумовлюється їх функціональним призначенням.

Як свідчать тенденції розвитку готельного господарства, терміни перебування відрізняються і від мети подорожуючих.

Наприклад, організований тур з метою відпочинку зазвичай триває 6-7 ночей. До столиць та історичних місцевостей, як правило, прибувають на вікенд 2 – 3 ночі. В організованих туристів підвищеним попитом користуються готелі категорій 1 – 2 зірки. Туристи можуть не користуватися послугами підприємств ресторанного господарства обраного готелю.

Діловий туризм (участь у конгресах, виставках, переговорах тощо) значно відрізняється від організованих культурно-пізнавальних поїздок. Різняться і терміни перебування (від однієї ночівлі до півроку), і категорії підприємств готельного господарства (переважно це чотири- та п'яти-зіркові готелі). Цей контингент потребує високого рівня сервісу та комфорту, а також послуговується широким спектром додаткових послуг.

Зазвичай, також ділові туристи харчуються в готелі, а пік прибуття випадає на вівторок-середу. А це значить, що ділові туристи майже не перетинаються з організованими туристами, а це добре впливає на завантаження готелів. Також особливістю є те, що терміни перебування у сегменті ділових туристів немає різких перепадів.

В залежності від експлуатації закладу, режим його функціонування буває цілорічним, сезонним або змішаним.

Вплив фактора «режим функціонування» показано на рисунку 1.4.

Для прикладу, ділові готелі працюють цілорічно, кемпінги функціонують влітку, а готелі туристичного спрямування можуть збільшувати завантаженість влітку до 50%.

В своєму режимі діяльності, готелі, що розташовані на курортах відрізняються чіткою сезонністю. Високий рівень завантаження влітку на морських курортах, взимку – у гірських готелях, на курортах, що спеціалізуються на зимовому відпочинку. А от готелі на бальнеологічних

курортах функціонують цілий рік.



Рис. 1.4 – Заклади розміщення за режимом функціонування

Розміри готелю залежать від попиту курорту, де знаходиться готель, а також мають номерні фонди з розрахунку 300-1000 місць, в основному з одно- та двомісними номерами. Ціна коливається в залежності від сезону.

В залежності від місткості готелю, заклади поділяються на такі (див. рис. 1.5)

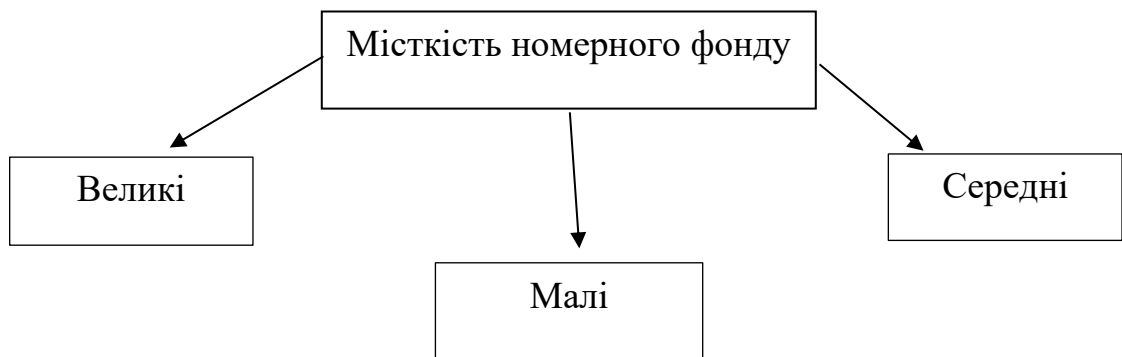


Рис. 1.5 – Заклади розміщення за місткістю номерного фонду

- великі (понад 300 номерів, більше 400 місць);
- середні (до 300 номерів від 150 до 400 місць);
- малі (до 100 номерів, 150 місць).

Найпоширенішими є заклади розміщення загального типу, переважно розраховані на ділових туристів на короткий термін розміщення, а також для контингенту, що подорожує з різною метою. Зазвичай, такі готелі

знаходяться у центральній частині міста, недалеко від громадських та адміністративних центрів, а також важливим є транспортна доступність до різних районів.

Номерний фонд таких готелів зазвичай, має одно-, дво-, та тримісні номери, де облаштовані місця для роботи. Одномісні номери складають близько 40 – 50% номерного фонду. Передбачено відділення зв'язку, а іноді відділення банку, а також є можливість для проведення нарад, ділових зустрічей та переговорів. [14, 92].

Також поширеними є спеціалізовані конгрес-готелі та бізнес-готелі. Це заклади розміщення з високим рівнем комфорту, та мають оснащені приміщення для роботи: зали для конференцій, симпозіумів, приміщення для нарад, ресторани різного типу, відділення банків, сауни, боулінг та ін.

Вік обслуговуваного контингенту споживачів готельних послуг впливає на ідентифікацію типу підприємства готельного господарства. Залежно від цього показника розрізняють готелі для: віком до 30 років; туристів середнього віку від 31 до 50 років; туристів віком від 51 року; батьків з дітьми; змішаного контингенту туристів.

Прийом, розміщення та обслуговування кожного контингенту є специфічні особливості. Молодь, наприклад, надає перевагу подорожам з мінімальним вибором додаткових послуг і водночас вибирає різноманітні та екскурсійні програми, що передбачають активне дозвілля. Туристи цієї вікової категорії активно користуються послугами підприємств готельного господарства, які мають назву хостели.

Контингент споживачів зображено на рисунку 1.6.

Варто зазначити, що всі готелі за функціональним призначенням поділяють на дві великі групи: транзитні готелі та цільові готелі (див. рис. 1.7).

Транзитні готелі призначені для обслуговування туристів в умовах короткочасної зупинки. Звичайно вони розміщені уздовж магістралей з великим рухом (залізничних, авіа-, авто-, водних).

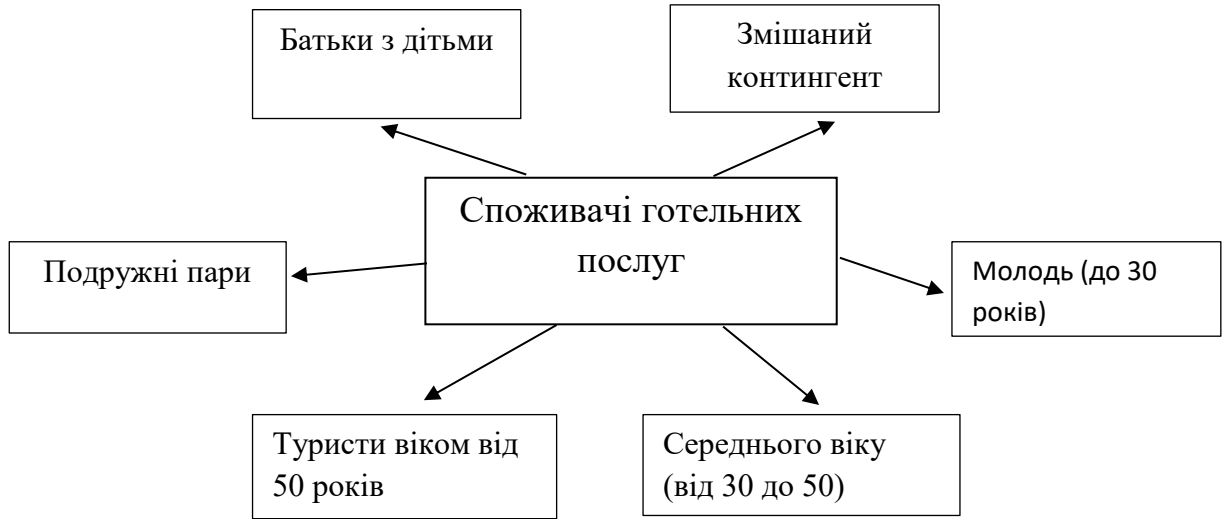


Рис.1.6 – Заклади розміщення за контингентом споживачів

До цільових готелів відносяться готелі ділового призначення і готелі для відпочинку (курортні, туристичні).

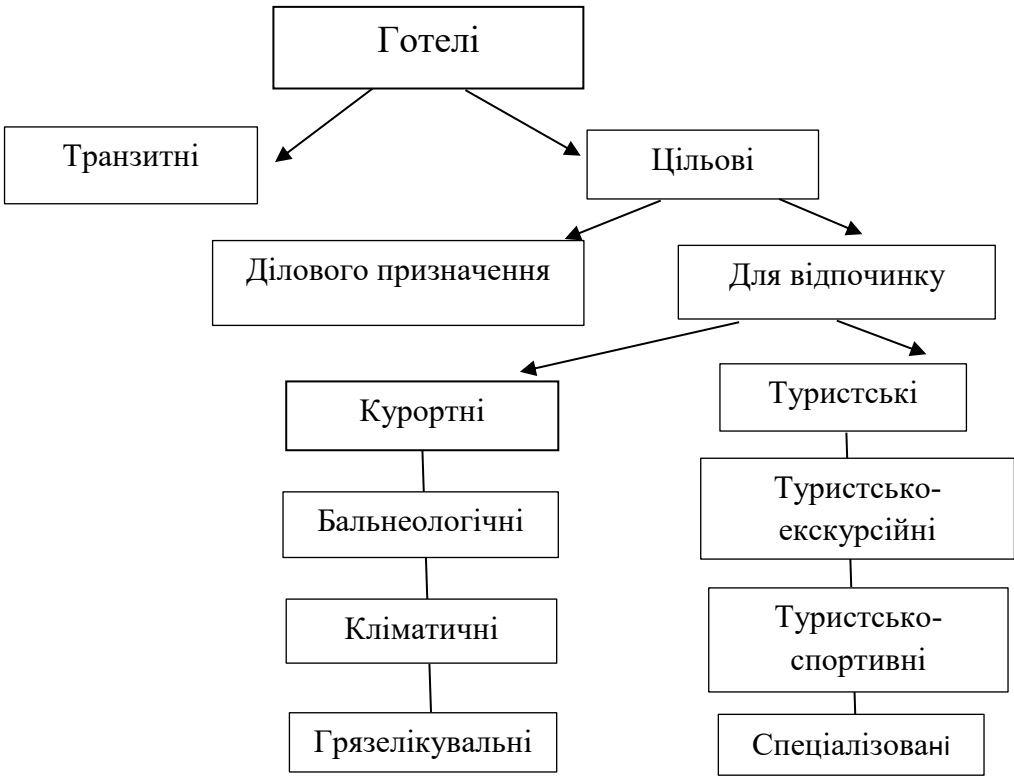


Рис. 1.7 – Функціональне призначення засобів розміщення

У таблиці 1.1 наведені інші фактори, які також мають вплив на

типізацію засобів розміщення.

Таблиця 1.1 – Додаткові фактори, що впливають на тип засобів розміщення [3]

	Фактори	Типи засобів розміщення
1.	Кількість обслуговуваних клієнтів	Для груп туристів
		Для індивідуальних туристів
2.	Спосіб пересування на маршруті (залежно від виду транспорту)	Родтелі, купе в поїздах (залізничний транспорт)
		Родтелі (автобусний транспорт)
		Мотелі, кемпінги (автомобільний транспорт)
		Флайтелі (повітряний транспорт)
		Каюти на теплоходах, флотелі, ботелі (водний транспорт)
3.	Категорія (залежно від рівня комфорту)	Відповідно до вимог національних стандартів, що зіставляються з матеріально-технічною базою, перелік надаваних послуг, кваліфікації персоналу
4.	Рівень цін	Бюджетні, економічні, комфортні (середнього рівня), першокласні, класу «Люкс»
5.	Архітектурні особливості будівлі	Сучасні, вишукані, історичні (тип «палас»)

Засоби розміщення туристів, згідно типології Всесвітньої туристичної організації (ВТО) поділяються на дві категорії – колективні та приватні (див. рис. 1.8).

Колективні включають готелі та аналогічні засоби розміщення, комерційні і соціальні, а також спеціалізовані засоби розміщення.

Типологію засобів розміщення (за ВТО) показано на риунку 1.8.

Готель – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми власності, що складається з номерів, та пропонує комплекс готельних послуг.

Засоби розміщення туристів – об’єкти, що надають туристам епізодично, місця для ночівлі (можуть бути колективними чи індивідуальними).

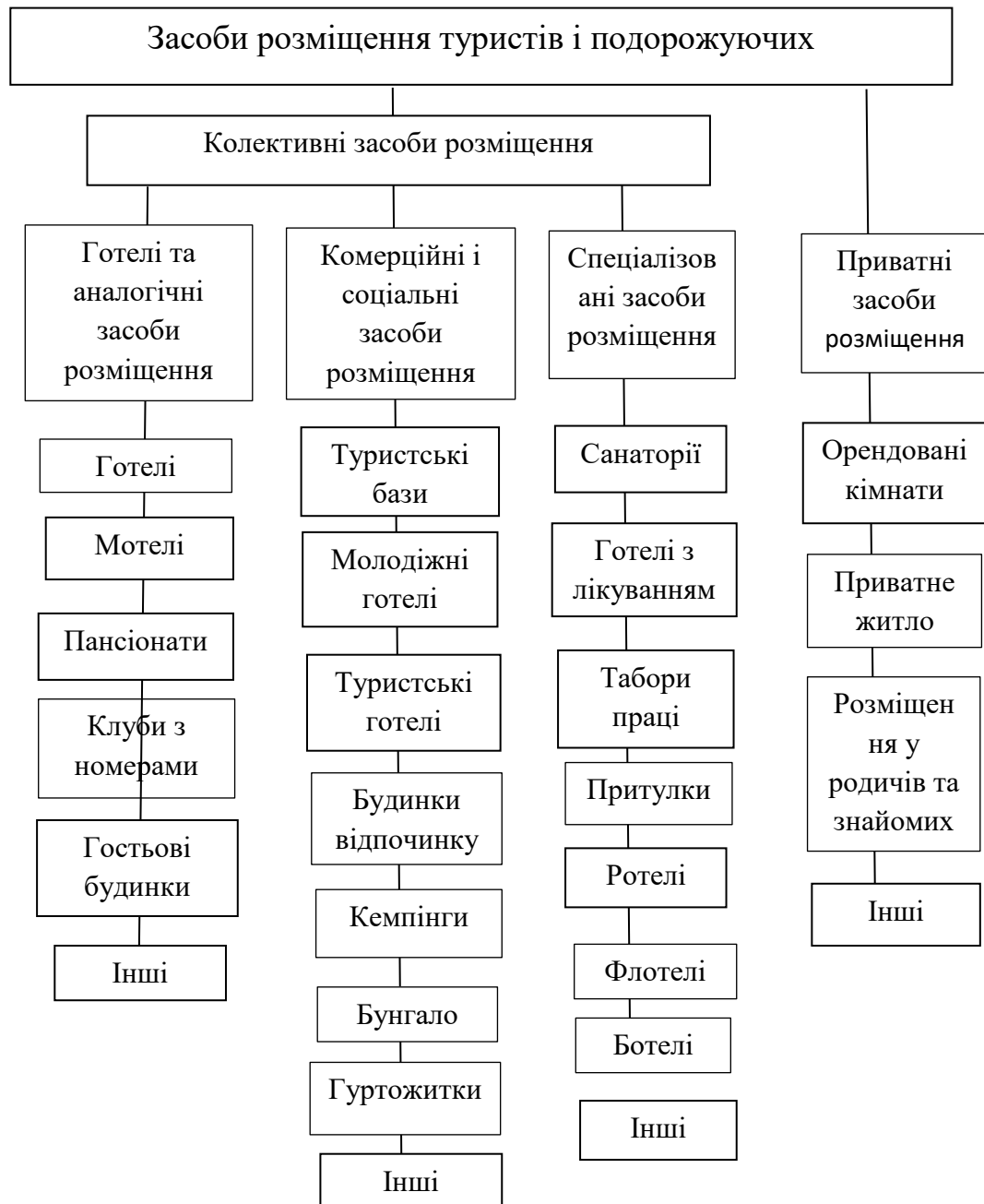


Рис. 1.8 – Типологія засобів розміщення (згідно рекомендацій ВТО) [1]

Зазвичай оцінювання якості рівня послуг, що надаються готелем, здійснюється за допомогою різних систем оцінювання, серед яких найбільш розповсюдженою є зіркова система, що базується на французькій національній системі класифікації. На сьогоднішній день вона застосовується в багатьох країнах, зокрема, і в Україні, і в Ізраїлі. Вимоги та характеристики закладів готельного господарства, що претендують на отримання «зірок», викладені в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Розподіл готелів за зірками [9]

Європейська класифікація	Характеристика критеріїв зірковості
*	Мають мінімальні зручності, встановлені на законодавчому рівні
**	Мають бар та ресторан
***	Мають досить високий рівень обслуговування та широкий асортимент додаткових послуг
****	Пропонують дуже високий рівень обслуговування та відмінну якість проживання
*****	Обслуговування екстра-класу, широкий асортимент побічних послуг

Аналогічні засоби розміщення – підприємства будь-якої організаційно-правової форми власності, що складаються з номерів і пропонують обмежені готельні послуги включно з застеленням ліжок, прибиранням кімнат і санвузлів (пансіонати, клуби з номерами, гостьові будинки та ін.).

До спеціалізованих засобів розміщення належать підприємства, що можуть бути безприбутковими та надають мінімальну кількість послуг, можуть не мати номерів, натомість житлом буде кімната або колективне спальне приміщення.

Окрім надання послуг з розміщення, вони надають інші основні послуги – лікування, профілактику та оздоровлення, а також надають

соціальну допомогу чи житло на час трудової діяльності. Такі заклади також організовують харчування, дозвілля та спортивні послуги.

До оздоровчих спеціалізованих закладів належать санаторії, профілакторії, будинки реабілітації, оздоровниці. Заклади, до обслуговування яких входить заправлення ліжок та прибирання класифікуються як готелі.

До засобів розміщення, що забезпечують проживання під час певної трудової діяльності, або поєднання її з відпочинком входять сільськогосподарські, екологічні, археологічні та інші табори праці, скаутські та дитячі табори, гірські притулки, хижі та ін.

Також до цієї категорії входять транспортні засоби зі спальними місцями, що не відокремлені в платі та є колективними транспортними засобами. Це в основному, пасажирські потяги, судна, яхти.

До приватних засобів розміщення належить приватне житло в якому за плату або безоплатно надається місце, яке туристи та безпосередньо власники житла використовують упродовж певного терміну як додаткове житло або з метою відпочинку (наприклад, дачі). Серед приватних засобів розміщення також виділяють орендовані кімнати, будинки, квартири, а також особняки чи котеджі.

Отже, на сьогоднішній день існує багато підходів до типізації засобів розміщення, але в будь-якому випадку, на них впливають фактори, що визначають тип закладу – комфортність, місткість номерного фонду, розташування, режим роботи та тривалість перебування, особливості харчування, функціональне призначення, форма власності та цінова політика.

1.3. Методологічні підходи оцінки та аналізу готельного господарства країни.

Готельне господарство як вид економічної діяльності має свої специфічні ознаки, які дозволяють виділити його в окрему галузь сфери послуг. Як галузь сфери послуг і складова індустрії туризму готельне

господарство у своєму функціонуванні підпорядковане дії загальних та спеціальних суспільних законів і закономірностей. Саме на виявлення тенденцій і закономірностей територіальної організації готельного господарства спрямовані існуючі методики досліджень.

Методикою дослідження готельного господарства називають сукупність спеціально обраних для досягнення цілі методів з метою практичного чи теоретичного пізнання дійсності. Базується на системному та процесуальному підходах. Існуючі методи прийнято розділяти на загальнонаукові, конкретно-наукові та спеціальні.

Конкретно-наукові та загально-наукові методи становлять переважну більшість методів дослідження сфери послуг та готельного господарства зокрема. Під час процесу дослідження для збору та обробки інформації застосовуються переважно описовий, літературний, статистичний нормативний, візуальний (спостереження), картографічний, математичний, економічний методи, на яких і базується методика суспільно-географічного дослідження.

Процесуальний та системний підхід становлять базу для методики суспільно-географічних досліджень готельної інфраструктури. Основним методом системного підходу є системно-структурний аналіз, який передбачає детальне структурування об'єкта дослідження, з усіма його зв'язками та атрибутами. Процесуальний підхід та його важливий елемент – метод часових зрізів, дозволяє створити систему часових зрізів, за допомогою якої легше виявити механізми та причини змін в розвитку готельного господарства.

Використання обох підходів дає змогу розглянути об'єкт як стійку систему пов'язаних між собою та взаємодіючих компонентів, в процесі розвитку яких відбуваються зміни в територіальній організації готельного господарства певної країни.

Найменшою одиницею готельного господарства є певне підприємство, яке займається наданням послуг з розміщення клієнтів згідно вибраної

цінової політики. Послуги з розміщення та будь-які інші додаткові послуги надають змогу клієнтам почуватись комфортно за межами їх постійного місця проживання. Подібні підприємства взаємопов'язані в інформаційному, матеріальному та організаційно-управлінському плані [9]. Система готельного господарства може бути охарактеризована наступними атрибутами: структурованість, територіальність, змістовність, функціональність, динамічність, взаємний зв'язок [22].

Функціональність системи підприємств сфери гостинності, що відносяться до готельного господарства можна визначити відповідно до його призначення, тобто надання спеціалізованого типу послуг відвідувачам згідно умовам та рівню розвитку ринку готельних послуг. Змістовність системи готельного господарства виражається такими ознаками, як якість, кількість та міра. Структурованість визначається характером та стійкістю відносин між елементами. Однією з ознак структурованості може розглядатись територіальність з такими її характеристиками, як розподіл (концентрація, диференціація), малюнок (композиція, диспозиція), інтенсивність. Динамічність системи – розвиток та зміни системи в часовому й просторовому плані. Саме вона покладена в основу визначення та обґрунтування процесу змін у розвитку готельного господарства. Базуючись на аналізі динаміки процесів розвитку готельного господарства створюється його хронологічна структуризація: характерні для розвитку етапи визначаються як часові зрізи. Тривалість кожного етапу корелює з аналітичним періодом. Аналітичним періодом розвитку готельного господарства є історичний період, відображений в історії розвитку даного виду діяльності на території Ізраїлю.

Серед етапів методики системно-структурного аналізу суспільно-географічного дослідження готельного господарства можна виділити наступні:

- 1) визначити чинники, що мають прямий або опосередкований вплив на розвиток та функціонування готельного господарства країни;

- 2) визначити рівень розвитку готельного господарства та специфіку функціонування в даній країні;
- 3) визначити динаміку розвитку готельного господарства країни;
- 4) виявити та типізувати елементи територіальної структури готельного господарства;
- 5) визначити механізми територіальної організації готельного господарства;
- 6) розробити пропозиції щодо вдосконалення процесів територіальної організації готельного господарства країни.

Кожний з етапів розвитку готельного господарства має свої особливості, які виявляються в процесі дослідження. Порівняння даних специфік дає змогу визначити характер процесу територіальної організації готельного господарства та напрямки його розвитку.

Методика визначення рівня розвитку готельного господарства здійснюється за такими ознаками:

- 1) рівень споживання послуг готельного господарства;
- 2) рівень зайнятості в готельному господарстві;
- 3) рівень розвитку потужності готельної мережі.

Кожен з даних рівнів характеризується кількісними показниками, які в подібних дослідженнях необхідні в процесі аналізу динаміки процесів, таких, як процес розвитку потужності готельної мережі, процесу споживання готельних послуг, процесу забезпечення галузі кадрами.

Питання забезпечення якості послуг туристичної індустрії має двоїсту природу інтересів, а саме, для підприємств галузі цей аспект є запорукою конкурентних переваг, створення туристичного потоку, для споживачів (туристів) – гарантією задовольнити власні побажання, вимоги. Вказане свідчить, що інформація про рівень якості цих послуг повинна бути широкодоступною для користувачів, оскільки недостатньо інформативне або недостовірне позиціонування, реклама послуг даної сфери призводить до збитків суб'єктів підприємництва галузі, скорочення туристичних потоків та

зменшення обсягів діяльності цих підприємств. Отже, можна відмітити, що сучасне методологічне забезпечення оцінки якості послуг туристичної індустрії повинно будуватись на потребах різних категорій користувачів, зокрема, як аналітиків галузі, так і споживачів, які вільно орієнтуються в інформаційних статистичних, аналітичних потоках. Тобто, актуальним видається пошук підходу, який би забезпечував можливість експресоцінки рівня якості досліджуваних послуг.

По-перше, в науковій спільноті є підходи, які за допомогою використання методу порівняльного аналізу, методу бальних оцінок, методу інтегрального аналізу передбачають: оцінку відповідності рівня послуг національних суб'єктів досліджуваної індустрії (або окремо туристичної, готельно-ресторанної сфери) вимогам національних, міждержавних, міжнародних стандартів; дослідження рівня відповідності рівня послуг цих підприємств очікуванням та потребам клієнтів.

Зокрема П. Столярчук, Б. Юзевич, Н. Сусол [31] розглядають порядок оцінки якості готельно-ресторанних послуг через призму етапів:

- 1) аналізу комплексності послуги (оцінки відповідності якості послуг готельно-ресторанних послуг очікуванням та потребам клієнтів). Вказаний етап є визначальним в розрізі методологічного підходу авторів. Цей етап автори пропонують аналізувати через співставлення з іншими підприємствами-аналогами галузі. Також, як зауважують Н. Данько, Г. Довгаль [9], цей етап оцінки може бути проведений через безпосереднє ознайомлення з рівнем задоволення клієнтів. А саме у разі використання другого підходу також за допомогою порівняльного аналізу здійснюється: співставлення кількості готельних (ресторанних) послуг очікуванням клієнтів (визначається в ході анкетування клієнтів, обробки та аналізу результатів); оцінка кількості скарг на готельно-ресторанний комплекс та його послуги в динаміці (визначається в ході анкетування, опитування клієнтів, обробки інформаційних потоків у ЗМІ, мережі Інтернет, обробки та аналізу результатів); оцінка позитивних відгуків на готельно-ресторанний комплекс

та його послуги в динаміці (визначається в ході анкетування, опитування клієнтів, обробки інформаційних потоків в ЗМІ, мережі Інтернет, обробки та аналізу результатів); оцінка кількості нових клієнтів (аналізується за внутрішніми даними); оцінка повторних візитів клієнтів (аналізується за внутрішніми даними, матеріалами анкетування, опитування); кількісна оцінку нових послуг та трансформацію існуючих. Цей етап аналізу передбачає використання як кількісних, так і якісних методів оцінки. В контексті підходів до оцінки відповідності якості готельно-ресторанних послуг очікуванням та потребам клієнтів можна відзначити систематизацію зарубіжних методик, представлену І.М. Мельник, Т.В. Химич. Зокрема автори зазначають, що для вказаних цілей в зарубіжній практиці практикується використання:

- методу SERVQUAL (скорочено від servicequality – «якість послуги»), який передбачає застосування комплексної шкали для вимірювання споживацького сприйняття рівня якості сервісу суб'єкта туристичної індустрії;
- методу SERVPERF, який дає змогу оцінити ступінь сприйняття клієнтами якості послуг;
- методу «критичних випадків», що оснований на емпіричних дослідженнях випадків взаємодії клієнтів та представників суб'єкта туристичної індустрії. Вказаний метод передбачає якісну оцінку, без певної формалізації;
- методу Кано, який здійснюється у вигляді опитування, хоча перелік оціночних параметрів якості сервісу не визначений, а формується під час здійснення оцінки.

2) аналізу якості роботи персоналу з обслуговування, аналізу якості самої послуги, аналізу якості приміщень та місць для створення та надання готельно-ресторанних послуг;

3) оцінки загального інтегрального показника якості готельно-ресторанних послуг за всіма оцінюваними показниками.

Було представлено систематизацію та критичний аналіз існуючих наукових підходів щодо дослідження рівня якості послуг туристичної індустрії. Дослідження дозволило констатувати, що існуючі наукові підходи до оцінки вказаного питання є достатньо різноманітними та передбачають вивчення якості як окремих видів туристичних та готельно-ресторанних послуг, так і їх інтегральне значення на рівні підприємства галузі. Всі розглянуті методології є інформативними з точки зору виявлення рівня якості досліджуваних послуг, хоча, на нашу думку, важливим залишається орієнтир на факти та кількісні параметри і звужування масштабів суб'єктивного якісного аналізу. Більшість досліджених методологічних підходів мають універсальний характер і можуть бути використані, можливо, з певною адаптацією, для всіх суб'єктів туристичної індустрії (туризму, готельно-ресторанної сфери). Необхідно відмітити, що розширення оціночних параметрів якості туристичних послуг є запорукою її оптимізації. Відповідно, перспективним напрямом подальших наукових пошуків у цьому контексті може стати розробка нових оціночних показників якості туристичних послуг.

Таким чином, даний розділ заклав основні теоретичне підґрунтя процесу дослідження розвитку готельного господарства. Окреслені методи аналізу допоможуть проаналізувати існуючу систему готельного господарства Ізраїлю та визначити її проблеми та перспективи.

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ІЗРАЇЛЮ

2.1. Сучасний стан міжнародного туризму світу та туристичної сфери Ізраїлю

2023 рік в міжнародному туризмі розпочався дуже вдало – з відновлення Близького Сходу.

У першому кварталі 2023 року кількість міжнародних туристів досягла 80% від допандемічного рівня (-20% порівняно з тим самим кварталом 2019 року) збільшився на сильні результати в Європі та на Близькому Сході, порівняно з 66% рівнем відновлення у 2022 році в цілому.

Міжнародний туризм зріс на 86% у першому кварталі 2023 року порівняно з відповідним періодом минулого року, показуючи продовження сили на початку року.

Приблизно 235 мільйонів туристів подорожували на міжнародному рівні за перші три місяці понад вдвічі більше, ніж за аналогічний період 2022 року.

Близький Схід показав найсильніші результати (+15%) і є першим у світі регіоном, який відновив передпандемічні цифри за повний квартал. Підтримується 90% рівнів до пандемії в 1 кварталі 2023 року потужним внутрішньорегіональним попитом.

Африка та Америка досягли приблизно 85% у 2019 році рівні в перші три місяці 2023 року, поки прибули в Азії та Тихоокеанському регіоні піднявся до 54% від допандемічного рівня.

За субрегіоном Південне Середземномор'я Європи (+1%) і Північна Африка (+4%) відновилися у 2019 році чисел.

Надходження від міжнародного туризму відновили 1 трильйонів дол у 2022 році, збільшившись на 50% у реальному вираженні порівняно з 2021 роком і досягнувши 64% допандемічного рівня.

Сильні результати очікуються на наступній Півночі Літній сезон у

півкулі, що підтримується високим відкладеним попитом, постійним відновленням повітря підключення та нещодавнє відкриття Китаю та інші основні азіатські ринки та напрямки.

Про це свідчить опитування Групи експертів ЮНВТО майже 70% експертів очікують кращої продуктивності в Травень-серпень 2023. Проте більшість продовжує вірити Міжнародний туризм не повернеться до рівня 2019 року до 2024 або пізніше.

У відповідь на складну економічну ситуацію навколишнього середовища очікується все більше туристів шукайте співвідношення ціни та якості та подорожують ближче до дому рік.

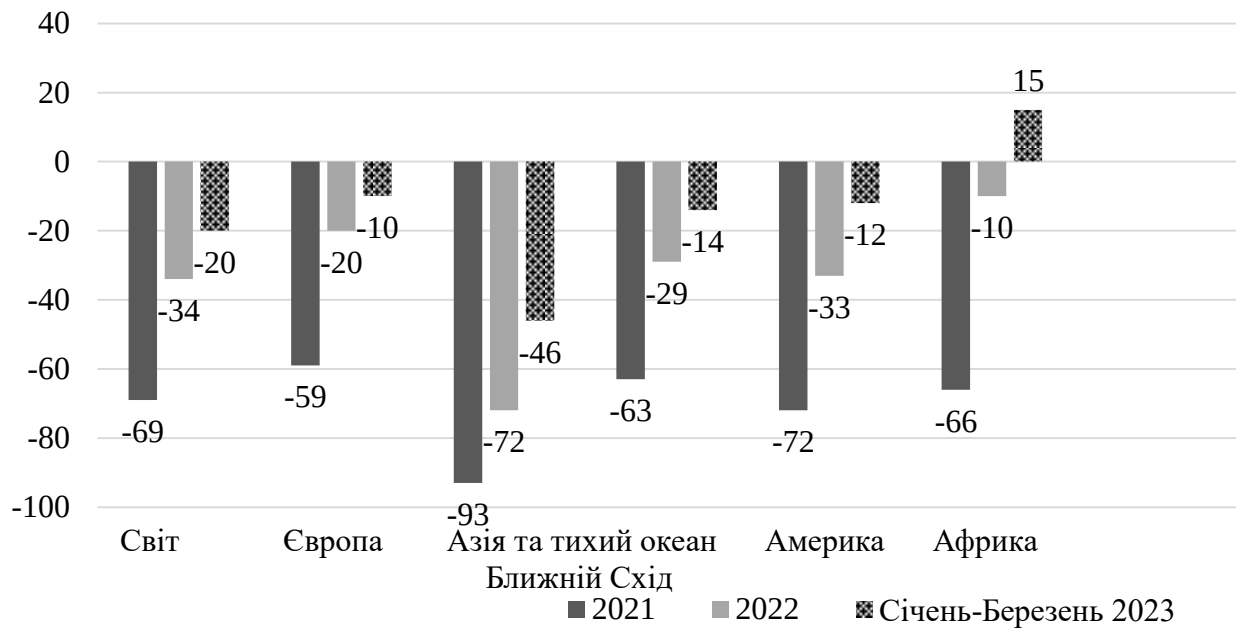


Рис. 2.1 – Прибуття міжнародних туристів в світі 2021-2023 роках [54]

Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) – Спеціалізована установа націй, уповноважена просувати відповідальний, стійкий та загальнодоступний туризм. До складу ЮНВТО входять 159 країн, 6 асоційованих Члени, два постійних спостерігача та понад 500 членів, які представляють приватний сектор, освіту установи, туристичні асоціації та місцевий туризм влади.

Всесвітній туристичний барометр ЮНВТО, який регулярно стежить за короткостроковими тенденціями туризму, щоб забезпечити глобальні зацікавленості сторін у сфері туризму з сучасним аналізом міжнародного туризму. Інформація оновлюється кілька разів на рік і включає аналіз останніх даних про туристичні напрямки (в'їзний туризм) і вихідні ринки (виїзний туризм). Барометр також містить Confidence Індекс, який дає оцінку останніх результатів і короткострокові перспективи міжнародного туризму [34].

Ізраїль – західноазійська країна, що лежить на східному узбережжі Середземного моря. Країна увійшла в історію близько 35 століть тому, коли єврейський народ покинув свій кочовий спосіб життя, оселився тут і став нацією. Незважаючи на невеликі розміри, Ізраїль охоплює різноманітні топографічні особливості цілого континенту, починаючи від лісистого високогір'я та родючих зелених долин до гірських пустель, від прибережної рівнини до напівтропічної долини Йорданії та Мертвого моря, найнижчої точки на землі.

Ізраїль – це країна іммігрантів. З моменту свого заснування в 1948 році населення Ізраїлю зросло майже в десять разів. Його 7,8 мільйона жителів являють собою мозаїку людей з різним етнічним походженням, релігіями, культурами і традиціями. Сьогодні євреї складають близько 75,4% населення країни, в той час як неєврейські громадяни країни, в основному араби, складають близько 24,6%.

Близько 90% жителів Ізраїлю живуть приблизно в 200 міських центрах, деякі з яких розташовані на стародавніх історичних об'єктах. Близько 5% складають члени унікальних сільських кооперативних поселень – кібуца і мошава.

Ізраїль – це цілорічний туристичний напрямок. В Ізраїль люди їдуть з метою відвідати святі місця, отримати якісне лікування і, звичайно, насолодитися відпочинком на морських курортах. Поєднуючи пляжний відпочинок з долученням до історичної спадщини.

Завдяки кліматичним умовам, історичним пам'яткам, екзотичній флорі та фауні, гарному сервісу відпочинок в Ізраїлі досить привабливий для туристів. Відносно барвистих пейзажів і різноманітних ландшафтів Ізраїль не відстає від найкрасивіших країн світу.

Мільйони туристів приїжджають в Єрусалим як паломники, а безліч людей, які не є віруючими, роблять це через величезний історичний інтерес, який представляє це незрівнянне місто.

Ізраїль – сучасна країна, де багата історія поєднується з розвиненою інфраструктурою туризму, яка пропонує варіанти відпочинку на будь-який смак. Розкішні пляжі Середземного і Червоного морів, подорож в батискафі, сафарі, міська метушня Тель-Авіва, природні заповідники, лікувальні курорти Мертвого моря, релігійні святині Єрусалима, річки Йордан і Галілейського моря, жваві базари і торгові центри - це все вабить туристів з всього світу.

Ізраїль відіграє важливу роль у світовій економіці та культурі, тому й викликає особливий інтерес у туристів з різних країн. Туризм є важливою статтею доходів Ізраїлю, адже значна кількість культурних та архітектурних пам'яток трьох авраамічних релігій стають щорічно місцем паломництва для сотень тисяч туристів, а велика кількість історичних місць, пляжні зони чотирьох морів, теплий клімат та водночас засніжені гірські вершини гори Хермон приваблюють туристів зі всього світу. Країна загальною площею 20 770 км², що розташована в семи кліматичних зонах, не поступається жодній країні за кількістю визначних пам'яток на одиницю виміру площі [13].

Сотні тисяч паломників з усього світу щорічно відвідують Ізраїль. Основними цілями паломництва є такі місця Назарет, Вифлеєм, Стіна плачу, Храм Гробу Господнього, золотий Купол Сकेї. Приваблюють паломників трьох авраамічних релігій пам'ятки історії у Єрусалимі. Крім цього, ізраїльське місто Хайфа є духовним центром релігії Бахаї, там розташована усипальниця засновника релігії Сеїда Мухаммада Алі Ширазі.

Із загальної кількості туристів, які відвідали країну, 59% іноземців

назвали метою свого візиту до Ізраїлю туризм; 24% – зустріч з родичами; 10% – ділові переговори або участь в конференціях.

Найпопулярнішими місцями для туристів є Єрусалим, який прийняв 78% туристів; Тель-Авів-Яффо – 67%, Мертве море – 49% та Галілея, включно із Тверією та Кінеретом – 35%. Багато іноземців приїжджають для відвідування Стіни плачу, Храму Гроба Господнього та Єлеонської гори. 54% туристів, які подорожували до Ізраїлю складали християни (з них: 39% – католики, 33% – протестанти і 22% – православні). 25% гостей країни визначили свій візит до Ізраїлю як паломництво до святих місць [24].

Додатковим позитивним чинником для туризму зі Східної Європи є наявність в Ізраїлі великої європейської громади, у зв'язку з тим українському туристу, який не володіє місцевими мовами, досить легко зорієнтуватися в країні. В інтернеті існують сайти слов'янськими мовами, тематикою яких є туризм в Ізраїлі, які включають в себе корисні поради та цікаві туристичні маршрути.

Туристичні потоки за роками показані на рисунку 2.2.

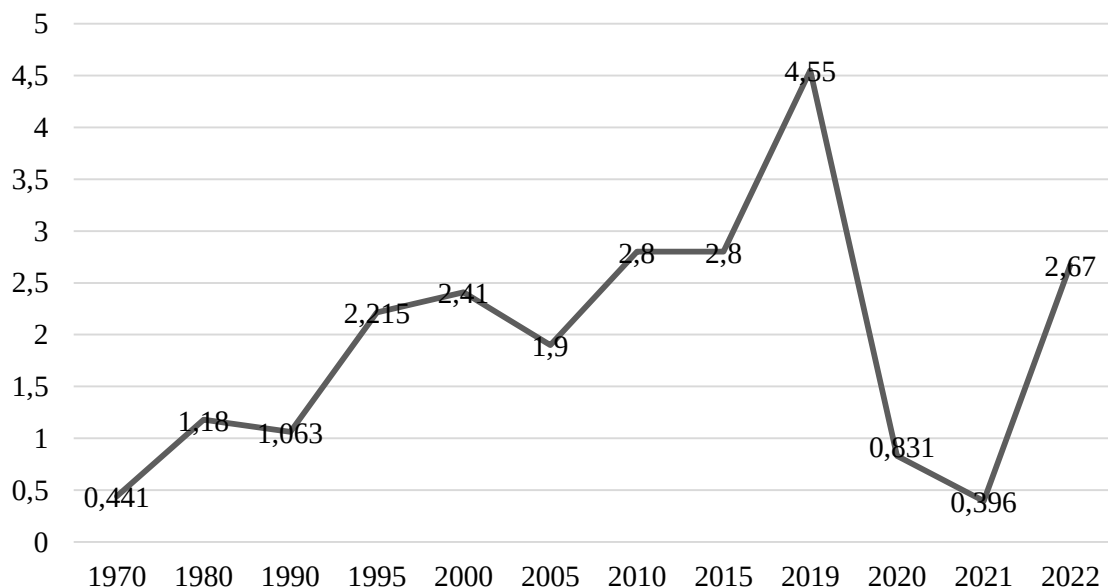


Рис. 2.2 – Динаміка чисельності іноземних відвідувачів за 1970–2022 рр. (в млн. осіб) [42; 43; 44]

На 2019 р. чисельність відвідувачів Ізраїлю досягала рекордного показника 4,55 млн. Але через COVID 19 ці показники значно знизились аж до 0,396 млн. в 2021 році. За даними міністерства туризму Ізраїлю, у 2022 році країну відвідали 2,67 мільйона туристів з інших країн, порівняно з 396 тисячами у 2021 році та 831 тисячею у 2020 році.

Тут важливо відзначити, що у зв'язку з епідемією коронавірусу потік туристів вичерпався в березні 2020 року, і офіційно країна відкрилася для туризму лише у 2022 році, і лише у травні 2022 року було знято всі обмеження.

Якщо 2019 став рекордним в історії країни за кількістю туристів, то в 2022 кількість туристів, що прибувають, було на 41 відсоток нижче. Доходи від в'їзного туризму склали у 2022 році близько 13,5 мільярда шекелів (не включаючи вартість польотів) порівняно з приблизно 23 мільярдами шекелів у 2019 році.

У міністерстві туризму зазначають, що туристів могло приїхати більше. Це з тим, що туристи планують свої поїздки заздалегідь, а Ізраїль відкрився для в'їзного туризму пізніше, ніж аналогічні напрями у регіоні та Європі. Таким чином, темпи виходу туристичної сфери Ізраїлю з кризи трохи нижчі, ніж у середньому у світі – на 36 відсотків нижчі, ніж у 2019 році.

Втім, ця галузь поступово приходить до тями. У грудні 2022 року було зафіксовано прибуття 266,200 туристів, порівняно з 20,500 у грудні 2021 року та 358,300 у грудні 2019 року. У 2022 році було зареєстровано понад 20 мільйонів ночівель у різних варіантах розміщення в Ізраїлі. Це більше, ніж у 2019 році до спалаху пандемії (18,4 мільйона ночівель). У зв'язку зі значним збільшенням кількості ночівель в Ізраїлі, значно збільшилися й доходи від внутрішнього туризму – вони становили понад 17 мільярдів шекелів порівняно з 12,7 мільярдами шекелів у 2019 році.

Найбільшим постачальником туристів для Ізраїлю вже багато років залишається США. Так у 2019 р. з США прибуло 960 000 відвідувачів. Данні про основні країни-постачальники іноземних відвідувачів у 2019 р. наведено

на рисунку 2.3.

Основними відвідувачами залишаються європейські туристи, з країн де поширено християнство, проте зросла частка відвідувачів з Китаю. Також зазначимо, що в 2019 р. додатково 360 000 відвідувачів прибули до Ізраїлю на період менш ніж на один день. В основному це були відвідувачі круїзних лайнерів і особи, що перетинають сухопутні кордони. До країни в 2019 р. близько 25% прибували в складі туристичної групи, а 75% – самостійно.

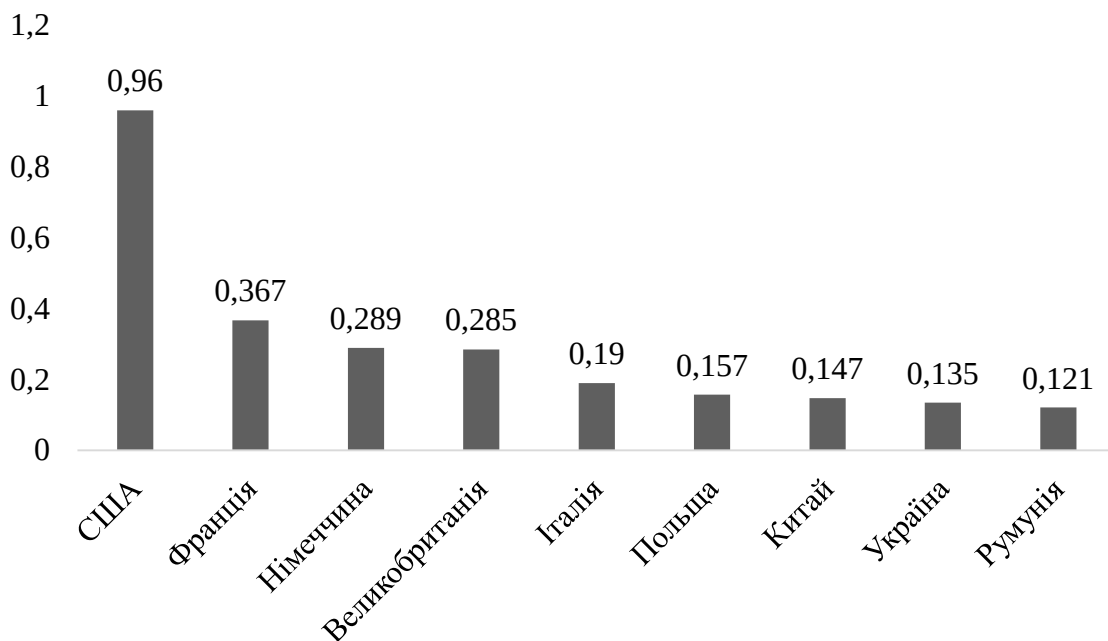


Рис. 2.3 – Структура іноземного туристичного потоку в 2019 р. відповідно до країн-постачальників (тис. осіб) [42; 43; 44]

У цей період до Ізраїлю прибували: відвідання родичів та друзів – 29%, для огляду визначних пам'яток – 25%, з метою паломництва – 19%, з метою відпочинку – 14%, з діловою метою – 8%, з іншою метою – 4%. Розподіл відвідувачів за метод подорожей наведено на рисунку 2.4.

Як свідчать данні Міністерства туризму Ізраїлю 39% туристів залишалися на 5 – 9 днів, 29% – на 2 – 4 дні, 18% – на 10 – 29 днів, а решта відвідували один день або більше 30 днів. Середня вартість одноденного туру до Ізраїлю становить 100 дол. Загальний середній термін перебування в

країні – 10 ночівель. Також необхідно зазначити, що кожен другий відвідувач (44%) повертається до країни [26].

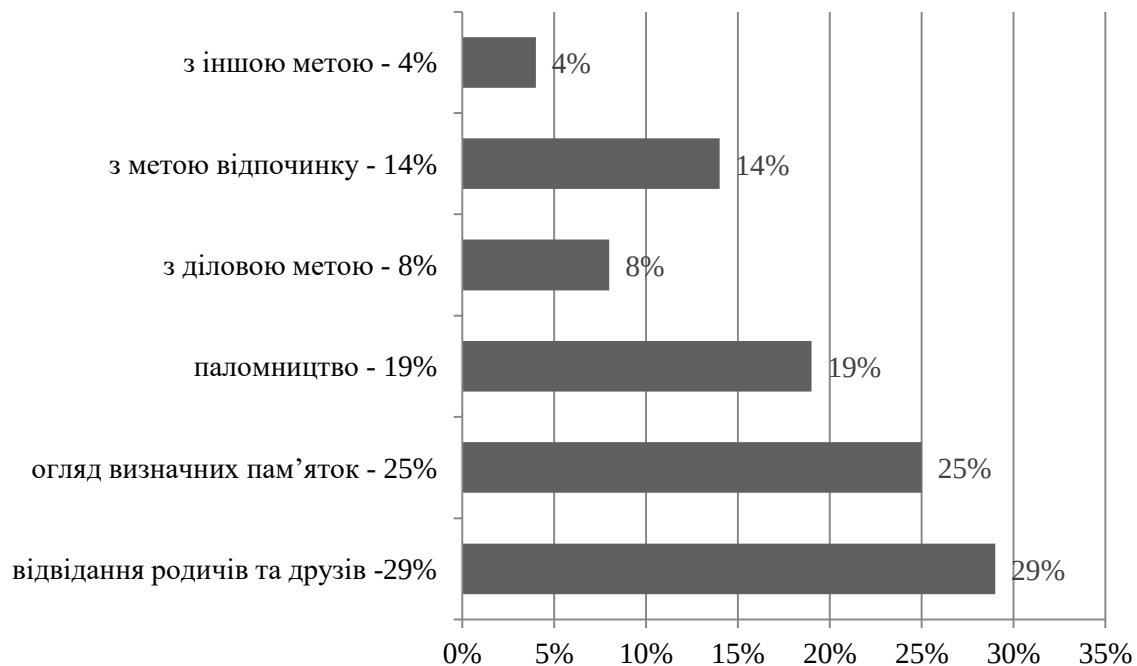


Рис. 2.4 – Частка відвідувачів за метою подорожі в 2019 р.

Джерело: розроблено згідно [20]

На думку директора українсько-ізраїльського Інституту стратегічних досліджень імені Голди Меїр Альберта Фельдмана [12], Ізраїль намагається приваблювати туристів за п'ятьма ключовими напрямками:

- кліматичний курорт, який успішно розвивається завдяки географічному розташуванню Ізраїлю на берегах чотирьох морів: Мертвого, Червоного, Середземного та Галілейського. Привабливими туристичними об'єктами для туристів є і Іудейська пустеля та пустеля Негев, яка займає всю південну частину країни і вкриває площу 12 тис. км² [15]; (див. дод. А).

- медичний туризм, який був виокремлений як окрема галузь туризму ще з 70 – 80-х років минулого століття, і продовжує глобалізуватися та стрімко набирати обертів. Як відомо, у провідних країнах світу з високим рівнем медицини прибуток від в'їзного оздоровчого та лікувального туризму

вимірюється сотнями мільйонів доларів щорічно і вносить вагомий вклад у наповнення бюджету країни. В останні роки надходження від медичного туризму, який здійснюється як для лікування, так і діагностики та реабілітації, становлять близько 2% світового ВВП. Більше 50 країн в рамках розвитку своїх економік прийняли національні програми з медичного туризму, в тому числі й Ізраїль. Для приваблення туристів залучаються значні інвестиції у розвиток медичної інфраструктури, будівництво комфортабельних клінік з кращим устаткуванням та інноваційними технологіями для надання високоякісного лікування;

- освітній туризм як чинник, що сприяє зростанню соціальної мобільності населення, вихованню толерантності та взаємоповаги до традицій і культури різних народів все більше набуває підтримки держави. Сфера освіти в Ізраїлі платна, але надаються певні пільги для іноземних студентів. Навчання відбувається на англійській мові, що приваблює студентів зі всього світу, тому на сьогодні кількість студентів, які народилися в Ізраїлі, дорівнює кількості студентів, які приїхали туди навчатися;

- релігійний туризм займає особливе місце в країні. Щороку Ізраїль відвідують близько 14 мільйонів паломників, що вдвічі більше, ніж кількість населення країни [12];

- історичний, або сімейний туризм теж набуває розвитку. Цей вид туризму не пов'язаний безпосередньо з релігією, а здійснюється для того щоб дізнатися про свій родовід та життя своїх дідів і прадідів.

У 2020 р. у сфері туризму були здійснені проекти, які спрямовані на підтримку та модернізацію внутрішнього ринку (створення «зелених островів туризму»), виділення субсидій готельєрам, розробку та впровадження стандартів безпеки «Фіолетовий знак» тощо. Ейлат та район Мертвого моря було проголошено «особливою туристичною зоною» – «зеленими островами туризму», де могли відпочивати ізраїльтяни в період пандемії за умови надання негативного тесту на коронавірус. 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, бо чисельність відвідувачів суворо контролювалася.

Ресурсами для сфери туризму Ізраїлю є як історичні, так і природні атракції. У 2021 р. Управління природи та парків Ізраїлю зафіксувало понад 2,54 мільйона відвідувань історичних місць в Ізраїлі. Порівняно з попереднім роком, це більше ніж на 33%. В цілому за цей період спостерігалось зростання кількості відвідувань і лише у 2020 р. кількість відвідувань суттєво знизилася. Це зниження обумовлено запровадженням обмежень на туризм і відпочинок після спалаху коронавірусу (COVID-19) у березні того ж року. Розподіл чисельності відвідувачів історичних міст за період 2017 – 2021 рр. наведено на рисунку 2.5.

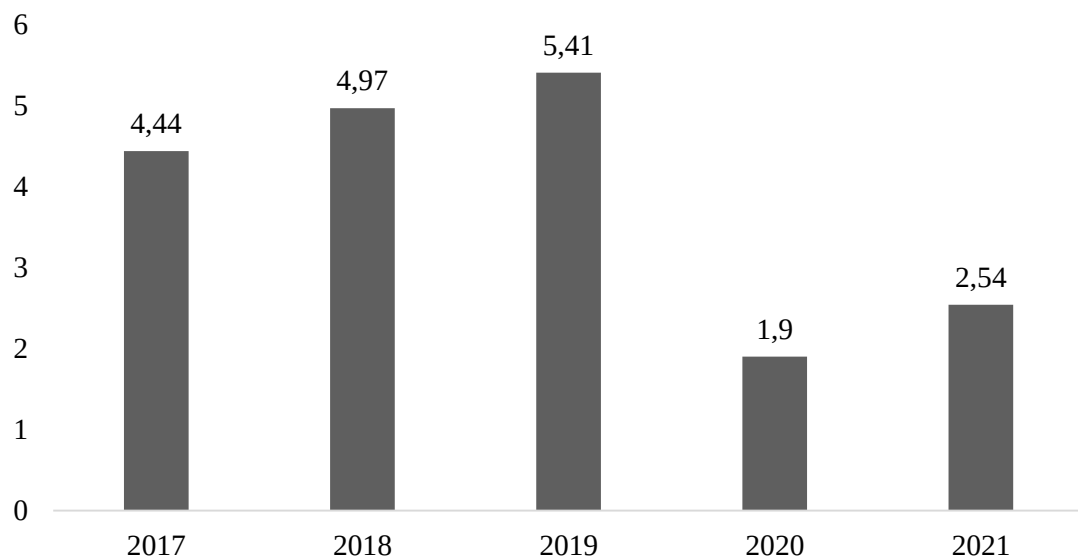


Рис. 2.5 – Розподіл чисельності відвідувачів історичних міст в Ізраїлі за період 2017 – 2021 рр. [20]

Розвивається туризм з активними засобами пересування. Найвідомішим пішохідним маршрутом в Ізраїлі є національна стежка «Тропа Ізраїлю». Стежка має протяжність близько 680 міль (1100 км) та тягнеться від заповідника «Тель Дан» на півночі крани до Червоного моря на півдні. Ізраїльською національною стежкою опікується Комітет ізраїльських стежок, який також підтримує 15000 кілометрів пішохідних маршрутів всією

країною. Маршрут проходить через Верхню та Нижню Галілею, піднімається на гору Кармель, перетинає узбережні рівнини Шарон і Шфелу, пересікає Іудейську пустелю, а також Негев і Араву та завершуються в Ейлатських горах. Загальна тривалість перебування на маршруті становить 2 місяці. Маршрут поділено на 44 етапи, що дозволяє туристам дослідити протягом одного дня певний район. Враховуючи популярність даного різновиду туризму, Міністерство туризму ініціювало створення нового маршруту «Трансїзраїльська стежка», що буде перетинати всю країну. Цей проект фінансує єврейський національний фонд і Управління природи та парків [23].

Іноземні туристи дістаються до країни переважно авіаційним, а також морським транспортом. Авіалінії зв'язують Ізраїль із багатьма країнами світу. В Ізраїлі знаходяться три аеропорти міжнародного значення, а також декілька внутрішніх, що забезпечують потреби у перельотах всередині країни. Більшість авіаперевезень здійснюється через аеропорт ім. Бен-Гуріона в Лоді (Тель-Авів). Аеропорт м. Ейлат посідає друге місце за пасажирообігом, оскільки це місто – курортний центр країни, розміщений на узбережжі Червоного моря. Невелика кількість міжнародних рейсів здійснюється із аеропорту м. Хайфа. Головні морські порти – Хайфа, Ашдод й Ейлат (на Червоному морі). Туристи можуть також переміщатися на автомобілях та автобусах з території сусідніх держав – Єгипту, Йорданії тощо [25]. Проте основними видами туристичного транспорту всередині держави є комфортабельні автобуси, а також маршрутні таксі, які працюють у суботу.

2.2. Аналіз розвитку готельного господарства Ізраїлю

Станом на початок 2020 р. Ізраїль мав близько 56 тис. номерів у туристичних готелях. Основна кількість готелів зосереджені в: Тель-Авіві (83 готелі з приблизно 8,8 тис. номерів), Єрусалимі (88 готелів з 11 тис. номерів), Ейлаті (50 готелів з 11 тис. номерів), Тверії (37 з 4 тис. номерів), регіоні

Мертвого моря (15 готелів з 4 тис. номерів). Окрім готелів, в країні ще понад 15 тис. номерів у хостелах, гостьових будинках, апарт-готелях та квартирах для короткострокової оренди. У 2019 р. туристичні готелі Ізраїлю мали середню заповненість на 70%, із середньою тривалістю перебування 2,8 ночі. В Ізраїлі будується понад 50 готелів провідними мережами Isrotel, Brown Hotels, Hilton, Accor і Selina [20].

З іншого боку, дані за 2020 і 2021 роки свідчать про послідовне зниження кількості іноземних туристів до Ізраїлю. Через пандемію Ізраїль закрив свої кордони для іноземних відвідувачів і дозволив в'їзд лише повністю вакцинованим туристам у листопаді 2021 року, рішення було скасовано через чотири тижні у відповідь на поширення варіанту Omicron. З березня 2022 року всім туристам, вакцинованим чи ні, було дозволено в'їзд, надавши ПЛР-тести до та після польоту, спрямовані на підтримку індустрії туризму, що бореться. Пізніше в жовтні всі обмеження на в'їзд, пов'язані з пандемією, були скасовані. Тож готельні ринки Ізраїлю, які більшою мірою залежать від міжнародного попиту та авіап перевезень, швидше за все, зазнають довшої кривої відновлення туризму [3].

У той час як внутрішній туризм домінував у частці номерів, проведених в Ізраїлі у 2022 році (69%), очікується, що іноземні мандрівники незабаром відновлять свою частку 2019 року приблизно в 47% і навіть перевищать кількість внутрішніх мандрівників. Цей прогноз враховує значні зусилля Ізраїлю щодо просування туризму, поточне підвищення привабливості певних міст і регіонів, а також успішний розвиток регіонального, культурного та релігійного туризму. (див. дод. Б).

Сектор внутрішнього туризму в Ізраїлі досяг історичного максимуму в 2022 році, коли було зареєстровано близько 16 мільйонів внутрішніх мандрівників, що відображає зміну туристичного ландшафту в умовах пандемії. Оскільки на початку року все ще діяли обмеження на міжнародні подорожі та кілька геополітичних невизначеностей, ізраїльтяни продовжували досліджувати власну країну, що призвело до сплеску

внутрішнього туризму, який також називають «перебуванням». [29].

Як показано на рисунку 1 в додатку Б, у 2022 році кількість ночей усередині країни становила 116% від рівня 2019 року та зросла на 18% у порівнянні з 2021 роком. Як детально описано далі в цьому звіті, у 2022 році всі напрямки Ізраїлю виграли від цієї тенденції, одні більше, ніж інші, допомагаючи підвищити рівень заповнюваності готелів і середні ціни під час відновлення.

На рисунку 2 в додатку Б, наведено огляд змін у кількості ночей у номерах, які відбуваються у місцевих гостей в 2022 році порівняно з 2021 роком (червоним) і 2019 роком (синім). Дані показують, що всі основні ринки Ізраїлю сформували показники внутрішнього попиту за підсумками 2019 року (див. дод. Б).

Внутрішній туризм не тільки дає можливість ізраїльтянам відкрити та оцінити власну спадщину та культуру, але він також робить значний внесок у місцеву економіку, підтримуючи бізнес та працевлаштування в туристичному секторі. Зростання внутрішнього туризму є свідченням стійкості та адаптивності галузі, а також демонструє незмінну привабливість Ізраїлю як захоплюючого місця як для внутрішніх, так і для міжнародних мандрівників.

Зростання доходів підприємств готельного господарства у 2019 році було обумовлено не лише збільшенням кількості клієнтів, але й розширенням мережі структурних підрозділів сервісного обслуговування, а разом з тим збільшенням вартості послуг. На вартість готельних послуг у 2019 році вплинуло суттєве збільшення цін на комунальні послуги, та також підвищення цін на продукти харчування.

Кількість готелів в Ізраїлі стабільно зростала протягом останніх кількох років, з поточною пропозицією близько 58 000 номерів (448 готелів), з яких 27% мають рівень I (визначені як п'ятизіркові Центральним бюро статистики).

Таблиця 2.1 – Доходи від послуг, наданих готелями та аналогічними засобами розміщення Ізраїлю у 2017 – 2019 роках (млн. доларів) [24]

		2017 рік	2018 рік	2019 рік
Тип розміщення	Готель, дачне селище	59%	55,9%	51,6%
	Турбаза	5%	4,2%	5%
	Християнський хоспіс	1%	0,7%	1,3%
	Орендова квартира	9%	8,7%	13,6%
	Друзі, родичі	23%	28,4%	26,8%
	Інший	3%	2%	1,7%
Відвідування Ізраїлю	Перший візит	56%	54,2%	56,1%
	Відповідний візит	44%	45,8%	43,9%
Тривалість перебування	Кількість ночей	10,2	10	10,2
Витрати	Витрати без перельоту	1,421\$	1,402\$	1,431\$
	Витрати за день	153\$	156\$	149\$

35% мають II рівень (чотири зірки), 28% – III рівень (тризірки); решта 10% розподіляються між двозірковими апартаментами з обслуговуванням і хостелами. Цікаво підкреслити, що з початку 2020 року, під час пандемії COVID-19, відкрили свої двері 18 нових готелів, демонструючи стійкість і рішучість ізраїльської туристичної індустрії перед лицем складних обставин. І ці готелі не відкривалися в суттєво інших масштабах, оскільки середня кількість номерів на готель залишалася на рівні 129 у країні з 2019 року [17].

Як показано в таблиці 2.3, в Ізраїлі спостерігалось особливе зростання кількості чотирьох- та п'ятизіркових готелів із CAGR за період 2014–2022 рр. відповідно на 5,3% та 5,0%. Зростання попиту на високоякісні враження та наплив міжнародних туристів, які шукають більш розкішні зручності, спричинили цю тенденцію. Індустрія гостинності в Ізраїлі визнала важливість обслуговування висококласних мандрівників, що призвело до

розвитку розкішних готелів по всій країні. [11]

Таблиця 2.2 – Структура готелів за кількістю отриманих зірок [23]

	2022 рік		2014-2022	
	Готелі	Кімнати	Готелі	Кімнати
I. П'ятизіркові	71	15,840	5%	2,6%
II. Чотиризіркові	133	20,431	5,3%	2,7%
III. Тризіркові	144	13,301	2,1%	1,1%
IV. Двозіркові	60	3,145	-1,7%	-1,2%
Інші	40	5,165	0,3%	0%
Всього	448	57,882	2,6%	1,8%

Зростання кількості розкішних готелів свідчить про здатність країни позиціонувати себе як місце для туризму преміум-класу. Прагнення Ізраїлю надавати розкішне житло узгоджується з його зусиллями покращити свій глобальний імідж і залучити ширше коло відвідувачів, включаючи заможних мандрівників і бізнес-професіоналів.

Загалом, збільшення кількості розкішних готелів в Ізраїлі відображає прагнення країни задовольняти потреби та вподобання туристів, що постійно розвиваються, одночасно підвищуючи свій статус популярного місця для розкішних подорожей.

Як і в решті світу, готельна індустрія Ізраїлю серйозно постраждала у 2020 та 2021 роках із різким падінням рівня RevPAR, як показано в даних, наведених на рисунку 3 в додатку Б. Більшість готелів по всій країні залишалися закритими протягом більшої частини 2020 року та , для тих, хто залишився в експлуатації, рівень заповнюваності суттєво знизився. Середні ставки також значно постраждали, що призвело до зниження RevPAR на 70% для всього ринку Ізраїлю в 2020 році. (див. додаток Б).

Дані за 2021 рік відображають деякі позитивні переваги, отримані від

підвищення тенденції перебування на місці, як обговорювалося раніше. Готелі, особливо на таких курортах, як Мертве море та Ейлат, які протягом багатьох років, коли пандемія COVID-19 не заважала, вже більше покладалися на місцевих відвідувачів, скористалися ситуацією та підвищили як середні ставки, так і рівень заповнюваності, що призвело до вражаючого відновлення RevPAR і зуміли продовжити у 2022 році, щоб досягти рекордно високих рівнів RevPAR у 180 і 189 доларів США відповідно.

У 2021 році Єрусалим і Тель-Авів продовжували боротися з дуже низьким рівнем заповнюваності, що показало сильну залежність міст від міжнародних відвідувань.

Завдяки пом'якшенню та згодом зняттю заборони на міжнародні поїздки у 2022 році обидва міста почали стрімке відновлення та скористалися перевагами високого рівня глобального середовища, щоб отримати кращі результати. У 2022 році Єрусалим і Тель-Авів залишалися регіонами з RevPAR нижче рівня 2019 року (–6% і –7% відповідно) у номінальному вираженні, тоді як усі інші ринки досягли від 7% (Хайфа) до 21% (Ейлат) вище своїх минулих показників 2019 року. [18]

Незважаючи на значні труднощі за останні кілька років, готельна індустрія Ізраїлю продемонструвала надзвичайну силу завдяки постійній потужній підприємницькій діяльності та підвищенню рівня готельних інвестицій.

До пандемії COVID-19 готельний портфель Ізраїлю був на рекордному рівні, і, незважаючи на останні труднощі, більшість запланованих проектів тривали й рухалися вперед, хоча й із деякими неминучими затримками. Завдяки державним дотаціям кількість готелів, які зараз плануються або будуються, досягає кількох тисяч нових номерів.

Кілька відомих і міжнародних операторів/брендів із великою часткою розробок, які мають вийти на ринок Тель-Авіва, підтримуючи переконання власників готелів у тому, що туризм продовжить розвиватися там у найближчі роки.

Таблиця 2.3 – Нещодавно відкриті об’єкти та пропозиція відкриття нових[49]

Пропонована власність	Місцезнаходження	Кількість кімнат	Дата відкриття
Kempinski The David	Тель-Авів	250	Відчинено
Isrotel Port Tower Tel Aviv	Тель-Авів	154	Відчинено
Isrotel Alberto Hotel	Тель-Авів	91	Відчинено
WOM Neve Tzedek	Тель-Авів	140	Відчинено
Haneviim Boutique Hotel	Єрусалим	49	Відчинено
Selina Frishman Hotel	Тель-Авів	45	Відчинено
Hotel Botanica	Хайфа	163	Відчинено
Elkonin Tel Aviv Hotel MGallery	Тель-Авів	44	Відчинено
Theatron Jerusalem Hotel & Spa MGallery	Єрусалим	73	Відчинено
Isrotel Dizengoff Street Hotel	Тель-Авів	130	2023
Lilinblum 15 Hotel	Тель-Авів	60	2023
R48 Hotel and Garden	Тель-Авів	11	2023
Setai Akko	Акр	100	2023
The Kabbalah House	Тель-Авів	78	2023
Brown Hotel Salame Street	Тель-Авів	190	2023
Nitsba Airport City Hotel	Лод	250	2023
Setai Glilot Interchange	Тель-Авів	100	2023
Swissotel	Бат-Ям	265	2023
The George Tel Aviv	Тель-Авів	167	2023
Alliance House Hotel	Єрусалим	90	2023
Ben Sira Hotel	Єрусалим	88	2023
Almond Hotel by C Hotels	Неве Ілан	60	2023
Hubert Samuel	Єрусалим	73	2023
Isrotel Ein Bokek	Мертве море	47	2023
Isrotel North Beach Eilat	Елат	180	2023
Platin Hotel	Тель-Авів	61	2023
Beit Shmuel HaNagid Hotel	Єрусалим	72	2023
Tzuba Spa Hotel	Тзова	152	2023
Bialik Hotel	Тель-Авів	50	2024
Double U Eilat	Елат	208	2024
Isrotel (Full Name TBC)	Тель-Авів	235	2024
Isrotel Jerusalem Boulevard	Тель-Авів	130	2024
Isrotel Zion Square	Єрусалим	250	2024
InterContinental Jerusalem	Єрусалим	229	2024
Jerusalem Boulevard Hotel	Тель-Авів	103	2024
Nitsba HaLeom Hotel	Єрусалим	360	2024

В таблиці 2.3 наведено огляд нещодавно відкритих об’єктів і пропонованих нових поставок в Ізраїлі. Дати відкриття виключають можливі

подальші затримки, спричинені поточною ситуацією, і ми очікуємо, що протягом наступних 12 місяців буде більше визначеності щодо цих проєктів.

2.3. Готельні бренди: тенденції позиціонування на ринку гостинності Ізраїлю

В умовах глобалізації, інтеграції, цифровізації, урбанізації та інших сучасних викликів у світовій індустрії гостинності відбуваються процеси, результатом яких є створення та розвиток готельних мереж – найбільш ефективних форм організації готельного бізнесу. У структурі світового готельного бізнесу вони відіграють вагоме значення, представляючи групу готелів, маючих спільне керівництво, єдину концепцію просування продукту та готельні бренди. Готельні мережі дозволяють просувати на світовий туристичний ринок високі стандарти обслуговування, а також сприяють підтримці готельного обслуговування туристів [19].

Створення якісної системи ефективного управління брендом стає необхідним для кожного готельного підприємства, з метою формування конкурентних переваг, посилення конкурентоспроможності та досягнення стабільності на ринку, незважаючи на постійні зміни зовнішнього та внутрішнього середовища. Саме брендинг сприяє формуванню лояльності споживачів та викликає інтерес інвесторів, які готові вкладати кошти в розвиток брендів із досвідом, сформованою позитивною репутацією.

Готель можемо визначити як «мережевий готель», якщо професійна організація володіє, орендує, управляє або франчайзує ним та декількома іншими готелями за допомогою централізованих функцій.

Готельний бренд – це більше, ніж просто вибір назви, логотипу та ціннісної пропозиції. Бренд – це ціла філософія об'єкта, де відображаються закладені в нього цінності. Якщо брендинг готелю буде послідовним та унікальним, то більше гостей дізнаються про нього. Численні чинники сприяють створенню брендингу готелів і збільшенню доходів від продажів.

Одним з них є забезпечення WOW-сервісу. Часто брендові готелі дарують гостям фірмове печиво, свічки, пляшки вина або солодощі. Таким чином, брендові готелі виявляють уважність до клієнтів, формують лояльність потенційної аудиторії [39].

У структурі світового готельного бізнесу можна виділити два сегменти – незалежні підприємства й операційні ланцюги (мережі). Незалежне підприємство перебуває в незалежному володінні, розпорядженні й користуванні власника, що отримує прибуток від цієї власності. Операційна мережа - це група підприємств (два й більше), які здійснюють колективний бізнес і перебувають під безпосереднім контролем керівництва мережі [8].

Ключові характеристики готельних мереж:

- процес бронювання та реєстрації відбувається в централізованій базі даних;
- система тарифів варіюється для охоплення максимально широкої цільової аудиторії;
- вироблення власного, притаманного даній мережі архітектурного стилю;
- спеціальні номери для постійних клієнтів;
- наявність «шведського столу» (як правило, на сніданок);
- конференц-зал.

Ізраїль має високоякісний курортно-готельний комплекс на берегах Середземного і Червоного морів [30].

В тризіркових готелях Ізраїлю, незважаючи на їх відому скромність, клієнти мають можливість отримати мінімально необхідний для повноцінного відпочинку набір послуг. Чотиризіркові готелі відрізняються від тризіркових не тільки більшим комфортом, але й кращим розташуванням і більш високим рівнем обслуговування. Готелі вищої категорії відрізняються особливим шармом та аристократизмом і відповідають усім необхідним вимогам [21].

Основною особливістю готелів Ізраїлю є те, що практично всі готелі

надають тільки кошерне харчування, яке має на увазі:

- відсутність в меню таких продуктів, як свинина, морепродукти, деякі види риби, чорна ікра і деякі інші;
- на вибір поєднання молочних і м'ясних продуктів.

Як наслідок цього: всі сніданки в готелях завжди молочні (з використанням також рибних продуктів), а обіди і вечері – м'ясні (без додавання молочних продуктів). Це стосується і готелів, що працюють за системою «все включено». Сніданки, обіди і вечері в готелях Ізраїлю як правило «шведський» стіл.

Інша особливість – це зустріч шабата (суботи) в готелях: у багатьох готелях частина ліфтів в суботу працює за спеціальним «шабатним» розкладом (автоматична зупинка на кожному поверсі). У багатьох готелях через закінчення шабата в суботу діє пізній check inn і пізній check out.

Ще одна особливість – це пляжі 3-х морів, що знаходяться на території Ізраїлю: в Ізраїлі немає закритих приватних пляжів, на будь-який пляж може пройти гість будь-якого готелю, з оплатою за лежак, парасолька і т.п. Крім того, в Нетанії і Тель-Авіві всі пляжі муніципальні і навіть якщо готель знаходиться на першій лінії, з прямим проходом до пляжу, гості цього готелю все одно оплачують користування лежаком і парасолькою [6].

Ціни на готелі Ізраїлю різняться в залежності від рівня обслуговування. Але система класифікації в цій країні відрізняється від європейської. Комфорт та наявність додаткових послуг тут позначають не «зірочками», а літерами. Наприклад, економічний клас EC відповідає 2 зірки, туристичний TC – 3 зірки, перший клас FC – 4 зірки, супер перший SFC – 4 + зірок, де люкс DLX – 5 зірок.

Вибирати готель необхідно з урахуванням його місцезнаходження і рівня комфорту. Мандрівникам, які бажають об'їхати кілька міст, може бути досить послуг, пропонованих готелем туристичного класу. Відпочиваючим на узбережжі Середземного або Червоного морів, можливо, буде зручніше і комфортніше в готелях FC, SFC або DLX.

Бронювання готелів Ізраїлю варто здійснювати заздалегідь, щоб з майже трьохсот вибрати саме той, який влаштує і за ціною, і за розташуванням, і за якістю надаваних послуг [36].

Таблиця 2.4– Представленість брендів міжнародних готельних мереж в Ізраїлі (відкриті, або незабаром відкриття) [49]

Готельна мережа	Бренд	Назва готелю	Номерний фонд	Рейтинг	Дата відкриття
Accor Group	MGallery	Elkonin Tel Aviv Hotel MGallery	44	9,8	Відчинено
	MGallery	Theatron Jerusalem Hotel & Spa MGallery	73	9,5	Відчинено
Hilton	Swell Hilton	Swell Beach Hotel Ashdod Curio Collection by Hilton	84	–	2027
	Garden Hilton	Hilton Garden Inn Ashdod	160	–	2027
	Hotel LXP & Resorts	Hotel Tel Aviv LXP Hotels & Resorts	176	–	2028

Французька готельна мережа Accor Group яка представлена в Ізраїлі, позиціонує Premium – MGallery. Загалом, у портфоліо Accor Group – 54 бренди, 44 із них належить до готельної індустрії, зокрема, Luxury (8 брендів), Premium (11 брендів), Midscale (4 бренди), Economy (7 брендів), Ennismore (14 брендів) [37].

Американська корпорація гостинності Hilton володіє 18 брендами у різних сегментах ринку: Waldorf Astoria Hotels & Resorts, LXR Hotels & Resorts, Conrad Hotels & Resorts, Canopy by Hilton, Signia by Hilton, 68 Hilton Hotels & Resorts, Curio Collection by Hilton, DoubleTree by Hilton, Tapestry by Hilton, Embassy Suites by Hilton, Tempo by Hilton, Motto by Hilton, Hilton

Garden Inn, Hampton by Hilton, Tru by Hilton, Homewood Suites by Hilton, Home2 Suites by Hilton, Hilton Grand Vacations [40]. Готельну мережу заснував Конрад Хілтон, коли у 1919 році купив першу нерухомість у США у штаті Техас.

Мережа Hilton буде представлена в Ізраїлі трьома п'ятизірковими готелями, які належать до бренду Garden Hilton, Hotel LXP & Resorts, Swell Hilton. Готельний бренд орієнтується переважно на ділових та рекреаційних туристів, тому розташовує свої готелі в центрі великих міст, поруч з аеропортами, виставковими центрами, а також на відомих курортах по всьому світу.

Готель Theatron Jerusalem Hotel & Spa MGallery Collection розташований у місті Єрусалим. До послуг гостей фітнес-центр, тераса, ресторан, бар, критий басейн та сауна. Готель знаходиться приблизно в 3 км від таких пам'яток, як Модель Єрусалиму на Святій Землі. Стіна плачу – за 3,7 км. До послуг гостей доставка їжі та напоїв, послуги консьєржа та послуга обміну валют.

Theatron Jerusalem Hotel & Spa MGallery Collection має вітальню і власну ванну кімнату з душем, безкоштовними туалетно-косметичними засобами та феном. Серед зручностей є кондиціонер, телевізор з плоским екраном з кабельними каналами і сейф. Гостям Theatron Jerusalem Hotel & Spa MGallery Collection надаються постільна білизна та рушники. Theatron Jerusalem Hotel & Spa MGallery Collection пропонує сніданок «шведський стіл» або сніданок для кошеру. Співробітники цілодобової стійки реєстрації, які говорять арабською, англійською, іспанською та французькою, допоможуть гостям спланувати поїздку. Аеропорт імені Бен-Гуріона знаходиться за 49 км. (див. дод. В) [53].

Багато готелів Ізраїлю являють собою унікальні архітектурні споруди, стилізовані під стародавні споруди або, навпаки, що вражають кількістю скла і металу. Однією з кращих готелів Ейлата вважається «Hilton Eilat Queen Of Sheba Hotel». Його зовнішній вигляд нагадує палац цариці Савської. (див.

додаток В) [51].

У готелі створені всі зручності для чудового відпочинку. На території працюють 4 прекрасні ресторани. Підтримати спортивну форму можна у добре обладнаному тренажерному залі. Бажаючі зможуть відвідати спа-центр Sheba із сауною, паровою лазнею, гідромасажною ванною та масажними кабінетами.

Готель знаходиться біля набережної в центрі курортної зони Норт-Шор, всього за 2 хвилини від пляжу. Поїздка від готелю до аеропорту Рамон займе 20 хвилин. У самому готелі та неподалік від нього гостей чекає безліч розваг для всієї родини, включаючи захоплюючі водні види спорту.

У числі кращих готелів Єрусалиму варто назвати сучасний і розкішний «King David» і оформлений в стилі мінімалізм «Mamilla».(див. додаток В).

Відчуйте себе зіркою завдяки чудовому сервісу в King David Hotel Jerusalem, має сезонний відкритий басейн з підігрівом. З готелю відкривається панорамний краєвид. З просторого саду можна помилуватися краєвидом на Старе місто та гору Сіон. До послуг гостей безкоштовний Wi-Fi.

У номерах готелю King David Jerusalem є кондиціонер, ЖК-телевізор та мармурова ванна кімната. У готелі King David працює 4 ресторани. У популярному ресторані King's Garden на відкритому повітрі подають традиційні страви ізраїльської кухні.

У готелі King David є тенісний корт і сучасний фітнес-центр. У літній період працюють відкритий басейн та дитячий басейн. Готель King David, рекомендований багатьма туристичними виданнями, розташований у центрі міста. Прогулянка до району Ямін Моше та торгового центру Mamila займає кілька хвилин [50].

У Тель-Авіві звертає на себе увагу butik-готель «Diaghilev – Live Art», в якому можна відвідати галерею сучасного мистецтва та інші культурні заходи. Чудова панорама ізраїльської столиці і Середземного моря відкривається з вікон готелю «Sheraton Tel-Aviv».(див. дод. В).

Diaghilev LOFT live art розташований в історичній будівлі поряд з популярним бульваром Ротшильда в Тель-Авіві. До послуг гостей просторі лофти з безкоштовним Wi-Fi. На території працює галерея сучасного мистецтва, а у кафе часто проводяться культурні заходи.

Світлі лофти готелю Diaghilev LOFT live art, оформлені в унікальному стилі, оснащені кондиціонером і телевізором з плоским екраном, у тому числі окрема вітальня. За запитом можна скористатися робочим місцем із принтером, сканером та факсом. З просторих і світлих номерів відкривається чудовий краєвид на Біле місто. Сніданок подають не в готелі, а в кафе. (див. дод. В) [38].

Готель Sheraton Tel-Aviv розташований на пляжі в Тель-Авіві. У розпорядженні гостей 3 ресторани та номери з панорамним видом на Середземне море. Просторі номери з видом на море оснащені кондиціонером, кавоваркою та телевізором із супутниковими каналами. На всій території працює безкоштовний Wi-Fi. Серед зручностей – цілодобовий тренажерний зал.

В усіх номерах є фірмові ліжка Sheraton. До послуг гостей вода у пляшках. Відвідувачі можуть відвідувати ексклюзивний клубний лаундж на верхньому поверсі, з видом на море і центр міста. У клубному лаунджі подають сніданок та легкі закуски. До послуг гостей відкритий бар та бізнес-центр.

У готелі Sheraton Tel-Aviv працюють ресторан міжнародної кухні Surf Side та ресторан Manara, де подають страви левантійської кухні. У меню також представлені страви для веганів [52].

Порт Тель-Авіва знаходиться за 750 метрів від готелю. Прогулянка до площі Дізенгофа займає 10 хвилин. Можна з домашніми улюбленцями.

Отже, власна корпоративна культура, як стратегічний інструмент розвитку готельної корпорації, дозволить підвищити ініціативність працівників готелю, мотивацію та стимулювання персоналу, покращить комунікацію зі споживачами, якість обслуговування. (див. дод. Г).

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ІЗРАЇЛЮ

3.1. Актуальні проблеми готельного господарства Ізраїлю

Під час дослідження було виявлено проблеми готельного господарства Ізраїлю, які викликані як опосередкованими факторами – так і, як пандемія Covid-19, постійні військові конфлікти, загострення конфліктів в Газі теракти, вбивства туристів, зміни у сфері безпеки, протистояння арабського та ізраїльського населення, економічна ситуація у світі, Друга Ліванська війна, війна з Газою - яка триває, так конкретними проблемами індустрії гостинності.

До них можна віднести:

- територіальна непропорційність;
- дефіцит якості обслуговування і сервісу в найбільш популярних дво- та тризіркових готелях через брак кваліфікованих кадрів, які переходять до конкурентів;
- недосконалість статистики з питань туризму та готельної індустрії;
- низький рівень та темп формування та розвитку готелів;
- відсутність якісної реклами, глибинної інформації про туристичні послуги;
- недостатня мотивація до збільшення ефективності роботи готелів;

Пандемія COVID-19 спричинила безпрецедентний руйнівний вплив на індустрію гостинності зі значним падінням міжнародного попиту на туристичні поїздки на тлі широкомасштабного карантину та обмежень на подорожі, запроваджених країнами для стримування поширення вірусу. Це призвело до негативних економічних і соціальних наслідків по всьому світу.

За даними UNWTO міжнародні подорожі скоротились на 72% у 2020 році, найгіршому році в історії туризму, що призвело до зменшення кількості іноземних туристів на 1,1 млрд. та повернуло кількість мандрівників до рівня тридцятирічної давності [7].

Міжнародний туризм помірно відновився протягом другої половини 2021 року. Зростання попиту було зумовлене підвищенням довіри мандрівників на тлі швидкого прогресу щодо вакцинації та пом'якшення обмежень на в'їзд у багатьох напрямках. У 2022 році міжнародний туризм продемонстрував стале зростання завдяки значному відкладеному попиту та зняттю або послабленню обмежень на подорожі у великій кількості країн.

У 2022 році понад 900 млн. туристів здійснили міжнародні подорожі, що вдвічі більше, ніж у 2021 році, але все ще на 37% менше, ніж у 2019 році. В умовах поступового відновлення туризму, дедалі більшого значення набуває необхідність дослідження сучасних тенденції та розробки стратегій відновлення індустрії гостинності після COVID-19 та карантинних обмежень з урахуванням актуальних загроз та викликів.

Змінилися також пріоритети споживачів туристичних послуг в постковідний період, зокрема спостерігається відмова від групових турів на користь індивідуальних подорожей, підвищення попиту на туристичні об'єкти комфорт-класу; вимоги гнучкості бронювання тощо.

Науковці прогнозують, що відновлення туристичної сфери розпочнеться з відновлення внутрішнього туризму, і це загальносвітова тенденція. Зауважимо, що сучасна індустрія гостинності набуває якостей практики творення культури. Мова йде про розвиненість класичних форм туристичної діяльності, які стають більш культурно орієнтованими. Саме тому, у післяковідний період набувають актуальності культурні туристичні практики.

Війна, що почалась в Ізраїлі, безсумнівно, матиме великий вплив на готельний бізнес країни та регіону.

На діяльність готельного сектору негативно вплинула спочатку пандемія коронавірусу, а тепер воєнні дії, через які відбулося призупинення роботи готелів, зменшення кількості туристів, порушення ланцюгів постачання. Іншими проблемами загального характеру є: недостатня кількість мереж та готелів через значні бар'єри входження на готельний ринок Ізраїлю; низький рівень розвитку супутньої інфраструктури; невідповідність між рівнем цін та якістю готельних послуг; відсутність державного та місцевих органів управління розвитком сфери гостинності; низький рівень диференціації готельних послуг (недостатньо розвинена мережа хостелів, кемпінгів, мотелів, пансіонатів та ін.); низька зацікавленість інвесторів та відсутність гарантій захисту інвестицій у розвиток інфраструктури підприємств сфери гостинності; недостатня кількість та неналежний рівень підготовки кадрів для готельного господарства; низьке використання автоматизованих систем управління готельними підприємствами; використання інформаційних технологій; відсутність дієвої стратегії управління розвитком готельної сфери на регіональному рівні, а також на рівні окремих підприємств; низький рівень завантаження номерного фонду; застаріла матеріально-технічна база, яка потребує ремонту та модернізації.

Більшість великих перевізників припинили польоти до Тель-Авіва, незважаючи на те, що зараз там багато груп паломників, щоб відсвяткувати свято Суккот.

Джозеф Фішер (власник Vision Hospitality&Travel, Тель-Авів) [41] визначив основні проблеми, з якими стикаються готелі в Ізраїлі сьогодні:

- знайти достатню кількість персоналу (300000 ізраїльтян були завербовані для служби в активному резерві в ЦАХАЛ);
- підготувати готелі для прийому десятків тисяч евакуйованих із міст-кібуців, що оточують Газу;
- наалогодити ланцюг постачання продуктів харчування під час війни.

Також Джозеф Фішер додав, що виїзні поїздки з Ізраїлю в регіональні напрямки будуть повністю припинені, зазначивши, як на ізраїльських туристів напали в м. Олександрії, Єгипет. Було видано попередження, закликаючи всіх ізраїльтян, які відвідують арабські та мусульманські країни, негайно залишити їх.

Ронен Ніссенбаум (лондонський генеральний директор ізраїльської компанії Fattal Hotels в Європі) зауважив – що перші 48 годин, які Ізраїль провів в стані війни будуть руйнівними для бізнесу та готельної індустрії.

Сектор туризму в Ізраїлі неодноразово зазнавав руйнівних чинників – війн, насильства, політичних заворушень і найбільшого руйнівного фактора за останні роки – пандемії. Стикався з політичними та інфраструктурними проблемами, а також інфляцією, різким зростанням цін на паливо в авіакомпаніях і банкрутством. Галузь відновлюється на тлі негараздів, пов'язаних із судовими реформами уряду, ситуацією з безпекою та проблемами з інфраструктурою. Туризм, можна зрівняти з крихкою галуззю, на яку впливають багато тенденцій і обставин.

Яель Даніелі, (генеральний менеджер Ізраїльської готельної асоціації ІНА), визначила, чинники впливу на туристичний потік в країну:

- економіка;
- сприйняття безпеки;
- загальна нестабільність.

Це змушує багатьох туристів, навіть тих, хто вже зробив бронювання, перераховувати свій курс і чекати більш стабільного періоду.

Існують серйозні недоліки інфраструктури, які неможливо усунути так швидко. Від відсутності бюджетних готелів, місць для паркування автобусів і безперервних заторів на дорогах залишається багато роботи.

Криза, яка охопила Ізраїль до воєнних дій, не секрет. Масові протести проти планів уряду переглянути судову систему в поєднанні з безліччю загроз безпеці домінували в заголовках газет країни. Вони також потрапили в заголовки за кордоном.

З приводу безпеки знаходження туристів в країні, то за останній рік були дві неприємні ситуації, які були висвітлені в новинах:

1. На початку року 17 мирних жителів загинули в результаті терактів після місяців ескалації напруженості.
2. В квітні італійський турист, який відвідував Тель-Авів, загинув під час наїзду на автомобіль.

Щодо судової реформи в Ізраїлі з приводу якої була гостра дискусія, то вона призвела до різкого скорочення бізнес-клієнтів. В цей період у фінансовій столиці Ізраїлю Тель-Авіві, готелі були заповнені на невтішні 70%.

Однією з проблем є те, що Ізраїль являється достатньо дорогим туристичним напрямком, і, можливо, економні мандрівники віддають перевагу більш доступним середземноморським варіантам, таким як Греція чи Туреччина .

Ще однією проблемою являється те, що країна не вважає туризм пріоритетом і не інвестує достатньо в нього. Наприклад, на будівництво готелю в Ізраїлі потрібно близько восьми років, що вдвічі більше, ніж в інших країнах.

Більшість експертів сходяться на думці, що в Ізраїлі не вистачає доступних готелів. З великою кількістю дорогих п'ятизіркових готелів високого класу вибір для туристів, які подорожують з меншим бюджетом, дуже малий.

Нескінченна бюрократія стримує багатьох людей від будівництва готелів. Вона також вказує на нестачу працівників у галузі, яка відчуває серйозну нестачу. Нестача робочої сили в індустрії туризму є глобальним явищем; в Ізраїлі це ще один пункт у дуже довгому списку справ.

3.2. Рекомендації з удосконалення та розвитку готельного господарства Ізраїлю

Галузь готельного господарства Ізраїлю продовжує відновлюватися після пандемії COVID-19, очікується, що зростання досягне нових рекордів, обсягів і доходів до 2025 року. Хоча індустрія подорожей і туризму зазнала збитків під час пандемії, ізраїльська економіка відновилася досить швидко порівняно з іншими країнами. Це дозволило багатьом галузям відпочинку, зокрема міжнародним подорожам, окупити свою діяльність.

Зростання та відновлення ізраїльської індустрії подорожей і туризму стало можливим завдяки потужній національній економіці та зростанню кількості міжнародних і внутрішніх туристів. Крім того, в останні роки ізраїльський уряд інвестував у розвиток туристичного сектору країни, виділяючи більші бюджети та інноваційні програми для заохочення покращення цього сектора.

Відповідно до зростання індустрії туризму до пандемії готельне підприємництво та інвестиції в Ізраїлі також досягли виняткових вершин. Ця тенденція тривала майже безперервно під час пандемії; Хоча з деякими затримками, готельні проекти рухалися вперед, як і було заплановано, за підтримки уряду. У результаті готелі зафіксували досить швидке відновлення доходів після пандемії, а дохід продовжує зростати до рівня який був до COVID-19 та, як очікується, перевищить його.

Щоб задовольнити зростаючий попит, як міжнародний, так і внутрішній, тисячі номерів повинні бути додані до наявного інвентарю. Це створює багато можливостей для готельних брендів США на ізраїльському ринку, щороку публікуються тендери на нові проекти в провідних туристичних напрямках, таких як Тель-Авів, Єрусалим, Ейлат і Мертве море.

Комплексно проблему розвитку готелів під впливом економічних, санітарних і політичних кризових явищ вирішує «Механізм оцінки, відновлення й підвищення темпів розвитку готельного бізнесу».

Методологічною основою механізму є показник, який оцінює сталість і стан розвитку готельного бізнесу.

Даний управлінський механізм дозволяє встановити й оперативно (протягом місяця) нейтралізувати дію неефективного методу управління («фактор мінімум»), який унеможлиблює розвиток готельного підприємства.

Напрямом подальших досліджень може бути розробка банку способів і прийомів коригування методів управління підприємством готельного бізнесу.

Пандемія коронавірусу COVID-19 – це найбільше випробування, з яким зіткнувся світ із часів Другої світової війни. Уряди країн моментально відреагували на необхідність мінімізувати економічні наслідки пандемії COVID-19, узявши за основу два загальних підходи з опанування ситуації: перший підхід направлений на забезпечення доступних кредитних ліній для бізнесу, а другий – на відтермінування сплати боргових і податкових зобов'язань. Заходи, запроваджені урядами країн, можна розділити на три основні категорії:

1. Забезпечення справедливого балансу між захистом туристів та інтересами працівників туристичної галузі.
2. Забезпечення умов для виживання бізнесу по всьому ланцюжку постачання.
3. Зосередження уваги на механізмах координації для більш адресного реагування та підтримки відновлення туристичного сектора.

Ключові представники галузі, зокрема міжнародні готельні мережі Ізраїлю, вводять ряд зовнішніх і внутрішніх заходів для мінімізації наслідків пандемії COVID-19, серед яких гарантії забезпечення ринку (перенесення заброньованих номерів на пізніший термін або відшкодування їх вартості, оптимізовані програми лояльності, підтримка спільнот), впровадження обов'язкових заходів із захисту здоров'я та безпеки та внутрішня реорганізація (скорочення, відпустки без збереження заробітної плати, скорочення/відмова від капітальних вкладень) [35]

Так, в результаті тривалих перемовин між Тель-Авівом, Абу-Дабі та

Вашингтоном Ізраїль та ОАЕ уклали історичну мирну угоду, згідно з якою Ізраїль не оголошуватиме суверенітет над усім західним берегом річки Йордан, а мусульмани зможуть вільно відвідувати храми Єрусалиму. У 2021 р. з'явилося більше інструментів, включаючи щеплення, для розв'язання всіх проблем мандрівників та людей, зайнятих у туристичному секторі. Європейська комісія (ЄК) сформулювала свою пропозицію про створення Green Pass (цифрового зеленого сертифіката) для забезпечення вільного пересування громадян всередині ЄС під час пандемії COVID-19. Цей сертифікат міститиме інформацію про те, чи була людина вакцинована, чи пройшла вона нещодавно тест з негативним результатом або вилікувалась від COVID-19 і має антитіла [35].

З цією метою необхідна підтримка держави та запровадження таких заходів, як:

- безперервна оптимізація та оновлення робочих інструкцій для туристичного сектора на період пандемії;
- створення офіційного та надійного інформаційного порталу для працівників галузі;
- оптимізація туристичної статистики;
- подальше відтермінування податкових зобов'язань для закладів розміщення, харчування та кейтерингу з оплати ПДВ та податку на прибуток;
- підтримка внутрішнього туризму шляхом впровадження туристичних ваучерів і кредитних ліній;
- налагодження внутрішнього авіасполучення та введення лоукосттарифів;
- співпраця з іншими державами щодо взаємного відвідування;
- якісна промокампанія у сусідніх державах тощо.

Для розробки заходів із підтримання туристичного бізнесу, у тому числі й збереження робочих місць і утримання працівників сфери туризму, уряди країн створюють спеціальні комітети, комісії, робочі групи. Для цього у країнах з високими туристичними потоками створені спеціальні органи,

щоб забезпечити ефективне керівництво та координацію заходів з пом'якшення наслідків коронавірусної кризи в усіх сферах діяльності. Водночас такі органи покликані послужити платформою залучення промисловості та розробки ефективних планів відновлення й інших секторів економіки й сфер діяльності.

Так економічні заходи, введені для реагування на кризу COVID-19, включають призупинення виплат відсотків та основну суму позик, раніше наданих Державним секретаріатом з питань туризму, та відстрочення виплат відсотків та/або основної суми позик регіональними туристичними компаніями та самозайнятими працівниками, які постраждали від кризи.

Нині багато країн світу впроваджують заходи щодо мінімізації наслідків пандемії COVID-19 і стимулювання відновлення туристичного сектору, які спрямовані на дотримання балансу між захистом туристів та інтересами працівників туристичної галузі, забезпечення умов щодо виживання бізнесу по всьому ланцюжку постачання туристичних послуг, координацію адресного реагування на сучасні виклики туристичного ринку. Сьогодні у світі застосовуються два найбільш поширених підходи до подолання кризи: перший підхід спрямований на забезпечення доступних кредитних ліній для представників туристичного бізнесу, а другий передбачає відстрочку сплати ними боргових і податкових зобов'язань. Всупереч тому, що всі країни використовують обидва підходи, держави з більш розвиненою економікою і високим кредитним рейтингом переважно орієнтуються на кредитну підтримку суб'єктів господарювання, розраховуючи на відновлення конкурентоспроможності національної економіки в максимально стислі терміни, інші країни – на відстрочку погашення податкових і боргових зобов'язань, що в перспективі може привести до негативних макроекономічних наслідків.

Поряд з інструментами державної допомоги туристичній галузі, що сьогодні поширені у світі, розвитку також набувають корпоративні інструменти мінімізації наслідків пандемії COVID-19. Так, деякі міжнародні

готельні мережі вводять гарантії захисту ринку (перенесення бронювання номерів на пізніший термін або відшкодування їх вартості, оптимізовані програми лояльності, підтримка спільнот, яка передбачає надання готельних номерів для проживання працівникам медичної галузі, доступність готелів для карантинних заходів, приготування їжі для людей, які цього потребують, і представників служб оперативного реагування), упроваджують обов'язкові заходи щодо захисту здоров'я та забезпечення безпеки персоналу, здійснюють внутрішню реорганізацію (скорочення довільних витрат, зарплат та преміальних виплат, надання відпустки без збереження заробітної плати на два місяці, відмова від капітальних вкладень).

Загострення епідеміологічної ситуації у світі під час пандемії COVID-19 призвело до різкого скорочення попиту на туристичні послуги, введення жорстких санітарних обмежень на відвідування туристичних дестинацій, а також до обмеження функціонування підприємств сфери розваг і відпочинку, громадського транспорту, сфери гостинно-ресторанного бізнесу. Дотримання медичних та санітарно-епідеміологічних рекомендацій, самодисципліна і самоорганізація, адміністрування та управління знаннями сприятимуть прискореному виходу туристичної галузі з кризи, відновлення функціонування туристичних підприємств в умовах пандемії COVID-19, запобігання поширенню епідемічної ситуації та інфекційних захворювань серед туристів і широких верств населення, відновленню функціонування міжнародного туризму на якісно нових сервісних та інформаційних принципах.

Щоб пережити кризу, готельєрам доводиться адаптувати продукт до нових реалій. Наприклад, світові готельні мережі, такі як Radisson і Accor, практикують поєднання готелів з офісними центрами, коворкінг. У низький сезон частину номерів без переобладнання можна надати в оренду під мікроофіси. Інші експерти зазначають, що незабаром з'являться нові формати: закриті апарт-готелі й готельні комплекси з повним інфраструктурним циклом, комфортні для проживання, де, крім SPA,

паркінгу та конференц-зали, будуть все затребувані побутові послуги та обов'язково всі умови для віддаленої роботи.

Індустрія туризму, готельний бізнес і заклади харчової промисловості в умовах сьогодення стикаються з величезними проблемами. Значно знизився рівень вкладу туризму у ВВП і в країнах, що входять у 20 найбільших економік світу. Це такі держави, як Таїланд, Філіппіни, Мексика тощо, які покладаються на туризм більше ніж на одну п'яту свого ВВП.

Світові масштаби пандемії змушують країни кооперувати зусилля, проте, у першу чергу зосереджуватися на досягненні внутрішньої стабільності. Одним зі шляхів розв'язання цієї проблеми є вакцинація, що виступає своєрідним міжнародним стандартом. Однак вакцинація потребує часу, тож міжнародна спільнота не поспішає відкривати кордони для іноземних туристів. Окрім цього, велика кількість людей взагалі не планує вакцинуватися. Особливо це простежується у країнах, де довіра до влади складає маленький відсоток. Натомість у цій ситуації набуває популярності концепція внутрішнього туризму.

Важливе значення має відновлення інфраструктури територій, адже саме інфраструктура суттєво покращує туристичну привабливість громад. Зрештою інфраструктурного відновлення зазнала і суто туристична інфраструктура: реставрація історичних пам'яток та об'єктів культури, створення туристичних маршрутів і туристичних інформаційних сервісів тощо. Інфраструктура грає одну з найважливіших ролей у туристичній привабливості будь-якого регіону чи міста. Європейські міста відомі своєю привабливістю і доступністю, що значно збільшує потік туристів і стимулює їх повертатися в такі місця знову і знову і, тим самим, приносити громаді прибутки. Саме завдяки якісній інфраструктурі запускається механізм, який виробляє «туристичний продукт».

Для туризму інфраструктура має критичне значення, адже туризм це в пергу чергу подорож. Ключовими аспектами публічного управління галуззю туризму у повоєнний період має стати застосування механізмів

багаторівневого управління, що передбачають організаційно-функціональну узгодженість органів влади на рівні держави, регіонів, територіальних громад та опираються на застосування інструментів, принципів, технологій, які дозволяють реалізувати програми відновлення і розвитку.

Джозеф Фішер (власник Vision Hospitality & Travel, Тель-Авів) був свідком відновлення туризму та готельного бізнесу після війни в Лівані 1982 року, першої та другої воєн в Іраку, після років терору Інтифади та після другої війни в Лівані. Ізраїль завжди буде привертати увагу туристів, бо у світі лише одна Свята Земля, лише одне Мертве море, лише одне Галілейське море, тому туризм повернеться, як закінчиться війна.

Програма державних грантів для заохочення іноземних інвесторів. У рамках інвестицій уряду Ізраїлю в туристичний сектор Міністерство туризму Ізраїлю запустило програми підтримки та допомоги іноземним готельним підприємцям, які інвестують кошти в проекти в Ізраїлі. Відповідно до Закону про заохочення капітальних інвестицій 5719-1959, уряд Ізраїлю пропонує іноземним інвесторам гранти в розмірі 20% інвестицій на:

- будівництво нових готелів або розширення існуючих;
- реставрація та переобладнання будівель під готельні послуги [45].

Крім того, додаткові кошти надаються для проектів у регіонах особливого інтересу. Наприклад, проекти в місті Тиверіада мають право на спеціальну адміністративну надбавку в розмірі 8% (загалом 28% гранту) або спеціальну адміністративну надбавку в 13% (загалом 33% гранту) для проектів популярних закладів розміщення.

За даними Центрального статистичного бюро Ізраїлю, кількість туристів, які прибули з початку 2023 року, майже досягла допандемічного рівня 2019 року, який став рекордним для ізраїльського туризму. Того року в країну в'їхало 4,5 мільйона туристів.

З січня по березень 2023 року в країну в'їхало трохи менше 1 млн туристів. У 2019 році ця цифра трохи перевищила позначку в 1 мільйон за

той же період.

Відділом маркетингу Міністерства туризму було проведено аналіз 2023 року з 2019. Аналізуючи дані, можна зазначити, що відновлення, краще, ніж очікувалось в розпал пандемії. Також, якщо геополітична ситуація буде стабільною, будуть досягнуті поставлені цілі.

У 2020 році, після підписання Авраамових угод, які нормалізували відносини Ізраїлю з ОАЕ, Бахрейном і Марокко, очікувався масовий приплив туристів до Ізраїлю. Але з часом прийшла пандемія і розвіяла ці надії. Зараз, коли обмеження зняті протягом багатьох місяців, кількість туристів із цих країн настільки мала, що їх практично навіть не реєструють. Єдина цифра, зафіксована Міністерством туризму, свідчить про 200 марокканських туристів, які в'їхали в країну з початку 2023 року. У довгостроковій перспективі Ізраїлю потрібно інвестувати в покращення свого іміджу як бажаного туристичного напрямку.

Таким чином, поки що ніхто не відчуває дефіциту, тривалий процес будівництва готелів потрібно розглянути вже зараз, щоб запобігти дефіциту в майбутньому. Поки немає балансу в розподілі номерів за типами, потрібно збільшити пропозицію, як за кількістю номерного фонду так і за їх типом. З приводу нового персоналу, то для нього потрібно провести тури з покращення праці після відновлення та скасування обмежень, пов'язаних із COVID-19 [47]. Ізраїль уважно придивляється до китайського ринку, який відкривається дуже повільно. Це може кардинально змінити ситуацію для місцевої індустрії туризму. Подібно до арабського ринку, обслуговування китайської клієнтури також потребує коригування в Ізраїлі.

Також необхідною умовою для розвитку туризму регіону є поліпшення транспортної інфраструктури, в зонах автомобільних шляхів, а також їх облаштування усіма необхідними об'єктами [33].

Отже, в даному розділі були проаналізовані існуючі проблеми функціонування готельного господарства Ізраїлю та запропоновані шляхи їх вирішення. Головною проблемою для закладів гостинності країни було

визнано: високу цінову політику, деє недостатньо влучно підібраний персонал, курортну орієнтованість та ігнорування інших видів туризму. Дана проблема пов'язана зі сформованим брендом Ізраїлю як місця паломницького туризму та пляжного відпочинку . Для забезпечення розвитку сильних сторін та нівелювання впливу слабких запропоновано ряд пропозицій, які дозволять ефективно функціонувати та розвиватись готельному господарству Ізраїлю.

ВИСНОВКИ

Аналіз теоретичних засад розвитку готельного господарства дозволив сформулювати такі висновки. Різноманіття готельних послуг, а також поява нових видів сервісу, робить будь-яку класифікацію та систематизацію закладів розміщення досить умовною. Готелі відрізняються своїм призначенням, місткістю, кількістю поверхів та особливостями конструкцій, рівнем комфорту, сезонністю, місцезнаходженням, функціональним призначенням, наданням харчування, тривалістю можливості розміщення та рівнем цін. Всі ці фактори мають вплив на склад приміщень, архітектурне планування та ін. Ключові ознаки – це місткість, комфортність, призначення та поверховість.

У другому розділі було досліджено стан розвитку готельного господарства Ізраїлю. Можна відмітити, що на протязі років країна зростає та поліпшує свої показники. Також можна стверджувати, що Ізраїль є інкубатором стартапів, який має близькі стосунки з США, Францією та велику кількість торгових партнерів з різних куточків світу. Але є група країн, які не визнають Ізраїль та не підтримують з ним торгівельні відносини.

Ізраїль володіє різноманітними природно-рекреаційними та культурно-історичними ресурсами, що дає змогу розвивати такі види туризму, як паломницький, курортно-пляжний, лікувально-оздоровчий, спортивний, сільський, діловий та інші. Найбільша кількість туристів приїжджає в країну з США та Франції. Найбільш відвідуваним містом Ізраїлю є Єрусалим.

Ізраїльський готельний ринок продемонстрував надзвичайну стійкість перед обличчям викликів і успішно відновився до рівня до пандемії, який спостерігався в 2019 році. Незважаючи на значні збої, спричинені пандемією COVID-19, галузь продемонструвала здатність до адаптації та інноваційності у впровадженні медичних та протоколи безпеки, що забезпечує довіру гостей і безпечне середовище.

У третьому розділі, були охарактеризовані проблеми та перспективи

розвитку готельного господарства Ізраїлю. Головною проблемою, як і в усьому світі залишається пандемія COVID-19, також одна з головних проблем країни – це її країни сусіди. Через яких в країні можуть бути спричинені військові конфлікти, терористичні акти та ін. Слід зазначити, що геотуристичне положення країни є складним, бо країна має нестабільні стосунки з арабськими країнами, які її оточують (збройне протистояння та висока ймовірність терактів).

Відбувається постійне коливання туристичних потоків в'їзного туризму, через проблеми у сфері безпеки, протистояння арабського та ізраїльського населення та економічну ситуацію у світі. Встановлення режиму безвізового відвідання між Ізраїлем та Україною призвело до розширення пропозиції турів та зниження цін на туристичному ринку України.

Для держави Ізраїль туризм перетворився на важливу сферу економічної діяльності. Незважаючи на те, що геотуристичне положення країни є складним через нестабільні стосунки з арабськими країнами. Наразі до туристичної сфери залучено 200 тисяч працівників. На успішний розвиток туризму в країні впливає наявність підтримки держави, впровадження цілеспрямованої туристичної політики, здійснення інноваційних проектів для залучення туристів на регіональному, національному та міжнародному рівнях. Туристична політика Ізраїлю забезпечує реалізацію низки цільових програм міжнародного, національного та регіонального рівнів, спрямованих на популяризацію країни, отримання додаткових пропозицій на вирішення екологічних, соціально-економічних та політико-релігійних проблем.

Вартість на транспортні послуги до Ізраїлю зменшилася. Сфера туризму Ізраїлю характеризується наступними сегментами: рекреаційний з метою відпочинку, лікувальний, культурно-пізнавальний (екскурсійний), релігійний туризм. Відбувається розвиток нових туристичних DESTINACIЙ та різновидів туризму саме на внутрішньому ринку. Активно розвивається туризм з активними засобами пересування. Були здійснені проекти

підтримки та модернізації ринку (створення «зелених островів туризму». Серед інноваційних видів туризму – екологічні тури, що проводяться в горах та пустелях, розвиток оздоровлення на гарячих джерелах та лікувальних грязях Мертвого моря, відпочинок та водні види спорту (дайвінг) на узбережжі Червоного та Середземного морів. Після скасування заборони на подорожі через пандемію в Ізраїлі відбулася активізації внутрішнього туризму 2021 р. Із дотриманням нових санітарних норм. Поєднання внутрішнього туризму та зростання в'їзного туризму сприятиме зростанню прибутків. У подальшому прогнозується, що загальний фінансовий внесок туризму до 2025 р., зросте майже до 30 мільйонів доларів США. Досвід держави Ізраїль, що до підтримки сфери туризму в умовах військових конфліктів та пандемії, доцільно впроваджувати в Україні.

З поступовим поверненням внутрішніх і міжнародних подорожей, спочатку спрямованих на відпочинок, але пізніше доповнених бізнес-мандрівниками, у поєднанні з унікальними визначними пам'ятками та культурним значенням країни, готельний ринок Ізраїлю має хороші позиції для подальшого зростання та успіху. Дивлячись у майбутнє, готельний ринок Ізраїлю має великі перспективи, оскільки зобов'язання уряду щодо залучення міжнародного та регіонального туризму, а також утримання внутрішніх відвідувачів залишаються непохитними завдяки щедрій участі в розробці нових готелів через гранти в розмірі до 20% витрат на розвиток. Мандрівники можуть передбачити захоплюючий і яскравий ландшафт гостинності, що зробить Ізраїль привабливим напрямком на довгі роки.

Готельєри повинні зосередитися на впровадженні правильних стратегій, щоб утримувати витрати під контролем для повного відновлення на всіх ринках.

Можливості, які з'явилися після підписання угоди Авраама, створюють подальше потенційне зростання відвідувачів Ізраїлю, що сприяє зростанню попиту на готелі, прибутковості та, зрештою, вартості готелів.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Наказ Державної туристичної адміністрації України «Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» – 16.03.2004. №. 19 – Київ, 2004.
2. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання, Київ : «Знання України» 2002. 340 с.
3. Аналітичне обґрунтування ефективності функціонування готельних підприємств. URL: http://www.Аналітичне_обґрунтування.pdf (дата звернення: 13.11.2023 р.).
4. Бойко М. Г., Гопкало Л. М. Організація готельного господарства : Підручник. Київ : Київ, НТЕУ, 2006. 448 с.
5. Брич. В. Я. Туроперейтинг: підручник / проф. В. Я. Брича. – Тернопіль : Економічна думка ТНЕУ, 2017. – 440 с.
6. Відгуки експертів про готелі Ізраїлю. Катерина Кукліна зам. начальника закордонного департаменту «Троянди вітрів Світ». URL: http://www.izral/goteli_izralyu.html (дата звернення: 13.11.2023 р.).
7. Вплив пандемії COVID-19 на міжнародні готельні мережі. URL: <http://www.C://user/Downloads/.pdf> (дата звернення: 13.11.2023 р.).
8. Готельні мережі і франчайзинг у світовому готельному бізнесі. URL: http://www.com/gotelni_merezhi_svitovomu_gotelnomu_biznesi (дата звернення: 12.11.2023 р.).
9. Готельно-ресторанний та туристичний бізнес: реалії і перспективи. Київ : Київ. НТЕУ, 2020. – 318 с. – Укр. та англ. Мовами.
10. Данько Н., Довгаль Г. Концепції менеджменту якості готельної послуги в індустрії гостинності. *Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід* : колективна монографія / А. Ю. Парфіненка. – Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна. 2017. С. 234–250.

11. Економіка і організація туристично–готельного підприємства. URL: <http://www.wunu.edu.ua/bitstream.PDF>. (дата звернення: 12.11.2023 р.).
12. Засідання прес–клубу: Ізраїль як приклад розвитку туризму для України. URL: <http://www.ckp.in.ua/events/.org> (дата звернення: 11.11.2023 р.).
13. Ізраїль. URL: <https://uk.wikipedia.org> (дата звернення: 10.11.2023 р.).
14. Корж Н. В. Готельна справа: навчальний посібник./ І. В. Левицька, Н. В. Онищук. Київ : Київ. НТУЕ, Вінниця, ПП «ТД»Едельвейс і К» 2015. 580 с.
15. Лойко О. Т. Туризм і готельне господарство. URL: <http://www.infotour.in.ua/.org> (дата звернення: 11.11.2023 р.).
16. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : навчальний посібник. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. Київ : Центр навчальної літератури, 2012. 472 с.
17. Методичні підходи до формування системи статистичних показників діяльності готельних підприємств. URL: http://www.Semykolienova_Metodychni_pidkhody.pdf. (дата звернення: 13.11.2023 р.).
18. Методичні підходи до оцінки якості туристичних та готельно–ресторанних послуг. URL: <http://www.investplan.com.ua.pdf>. (дата звернення: 13.11.2023 р.).
19. Механізм оцінки, відновлення й підвищення темпів розвитку готельного бізнесу. URL: <http://www.user/Downloads/.org> (дата звернення: 13.11.2023 р.).
20. Навколо світу. Туристичний сайт. Готелі Ізраїлю. URL: <https://navkolosvitu.net.ua/israel-hotels/.org> (дата звернення: 13.11.2023 р.).
21. Організація готельного господарства – Головка О. М. – Класифікація готельних споруд в Ізраїлі. URL: http://www.organizaciya_gotelnogo_gospodarstva/.org (дата звернення: 12.11.2023 р.).

22. Організація готельного господарства: підручник / Байлік І. М. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 329 с.
23. Організація культурно-масового обслуговування у закладах готельного господарства. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/management.org> (дата звернення: 12.11.2023 р.).
24. Офіційна сторінка Посольства Ізраїлю в Україні. URL: <http://embassies.gov.il/kyiv.org> (дата звернення: 10.11.2023 р.).
25. Патійчук В. О. Особливості функціонування сучасної транспортної системи Ізраїлю / В. О. Патійчук, М. В. Макарова. *Науковий вісник Волинь*. – 2002. № 1. С. 223–227.
26. Посольство України в Державі Ізраїль. URL: <https://israel.mfa.gov.ua/news.org> (дата звернення: 12.11.2023 р.).
27. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : Навчальний посібник. Київ .: ЦУЛ, 2007. с. 19.
28. Ремеслова О. Л. Готельне господарство як об'єкт дослідження в умовах ринкової економіки. URL: <http://www.nbu.gov.ua/portal/pdf.org> (дата звернення: 12.11.2023 р.).
29. Розвиток сфери туризму Ізраїлю: досвід для України. URL: <http://www.Downloads/1536.pdf>. (дата звернення: 12.11.2023 р.).
30. Стан та основні тенденції розвитку туризму в Ізраїлі. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream.pdf>. (дата звернення: 12.11.2023 р.).
31. Столярчук П., Юзевич В., Сусол Н. Моделювання системи обслуговування у повносервісних закладах ресторанного господарства. *Вимірювальна техніка та метрологія*. 2008. № 69. С. 143–151.
32. Сутність та особливості готельних послуг: навчально-методичний посібник для студентів. URL: <https://studfile.net/preview/.org> (дата звернення: 28.10.2023 р.).
33. Сучасні особливості розвитку іноземного туризму в Ізраїлі. URL: <https://international/conference/wordpress.org> (дата звернення: 12.11.2023 р.).
34. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності у конкурентному

середовищі. URL: <https://konferentsii/2020compressed.pdf>. (дата звернення: 12.11.2023 р.).

35. Сучасні тенденції та стратегії відновлення індустрії гостинності після covid-19 та карантинних обмежень. URL: <http://www.donnuet.edu.tendentsii/strategii.pdf>. (дата звернення: 12.11.2023 р.).

36. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект. URL: <http://content//subsection/nayka.pdf>. (дата звернення: 12.11.2023 р.).

37. Accor Group. URL: <https://group.accor.com/en.org> (дата звернення: 13.11.2023 р.).

38. Diaghilev LOFT live art hotel. URL: <https://www.booking.com/hotel/il/diaghilev.html.org> (дата звернення: 13.11.2023 р.).

39. Gorina_1_Suchasni tendentsii ta strategii.pdf. URL: <http://elibrary.donnuet.edu.ua/tendentsii/strategii.pdf> (дата звернення: 12.11.2023 р.).

40. Hilton Worldwide. URL: <https://www.hilton.com/en/corporate/.org> (дата звернення: 13.11.2023 р.).

41. Hotel Investment Today. URL: https://www.hotelinvestmenttoday.com/Regions/of_war_in_Israel.org (дата звернення: 13.11.2023 р.).

42. International Tourism Highlights, Edition. P. 7. URL: <https://tourlib.net/wto.htm> (дата звернення: 10.11.2023 р.).

43. International Tourism Highlights, 2019 Edition. P. 6 URL: <https://tourlib.net/wto.htm> (дата звернення: 10.11.2023 р.).

44. International Tourism Highlights, 2020 Edition. P. 18. URL: <https://tourlib.net/wto.htm> (дата звернення: 10.11.2023 р.).

45. ISRAEL HOTEL MARKET – OVERVIEW & GROWTH, GRANT PROGRAMS. URL: https://www/market/overview_growth_grant_programs.org (дата звернення: 13.11.2023 р.).

46. Israel Hotel Market Overview 2023 – Recovery in Progress! URL:

www.hvs.com/israel_hotel_market_overview_2023_recovery_in_progress.org

(дата звернення: 12.11.2023 р.).

47. Israeli Tourism Is on an Upswing While Facing Political, Infrastructure Challenges. URL: https://themedialine.org/byregion/israeli_tourism/upswing-while_facing_political_infrastructure_challenges.org (дата звернення: 13.11.2023 р.).

48. 40 Israel Travel & Tourism Statistics for 2022. URL: https://www.touristisrael.com/israel_travel_tourismstatistics.pdf (дата звернення: 11.11.2023 р.).

49. Israel White Paper.pdf. URL: https://www.gov.il///israeli_hotel_investment/Israel/Paper.pdf (дата звернення: 12.11.2023 р.).

50. King David Hotel Jerusalem. URL: https://www.booking.com/hotel/il/king_david_jerusalem.org (дата звернення: 13.11.2023 р.).

51. Queen of Sheba Eilat. URL: https://www.booking.com/hotel/eilat-queen/of/sheba_hilton_eilat_queen_of_sheba.org (дата звернення: 13.11.2023 р.).

52. Sheraton Grand Tel Aviv. URL: https://www.booking.com//sheraton_tel_aviv.org (дата звернення: 13.11.2023 р.).

53. Theatron Jerusalem Hotel & Spa MGallery Collection. URL: https://www.booking.com/hotel/theatron/jerusalem_spa/mgallery/collection.org (дата звернення: 13.11.2023 р.).

54. UNWTO World Tourism Barometer – May 2023 ***EXCERPT***. URL: <http://www.UNWTO//May/EXCERPT.org> (дата звернення: 10.11.2023 р.).

55. Каулько М. С., Мамотенко Д. Ю. Стан і перспективи розвитку готельного господарства Ізраїлю. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства* : матеріали міжнар. наук. конф., 10 лист. 2023 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 971–975.

ДОДАТКИ

Додаток А

Туристична карта Ізраїлю



Додаток Б

Внутрішній туризм Ізраїлю

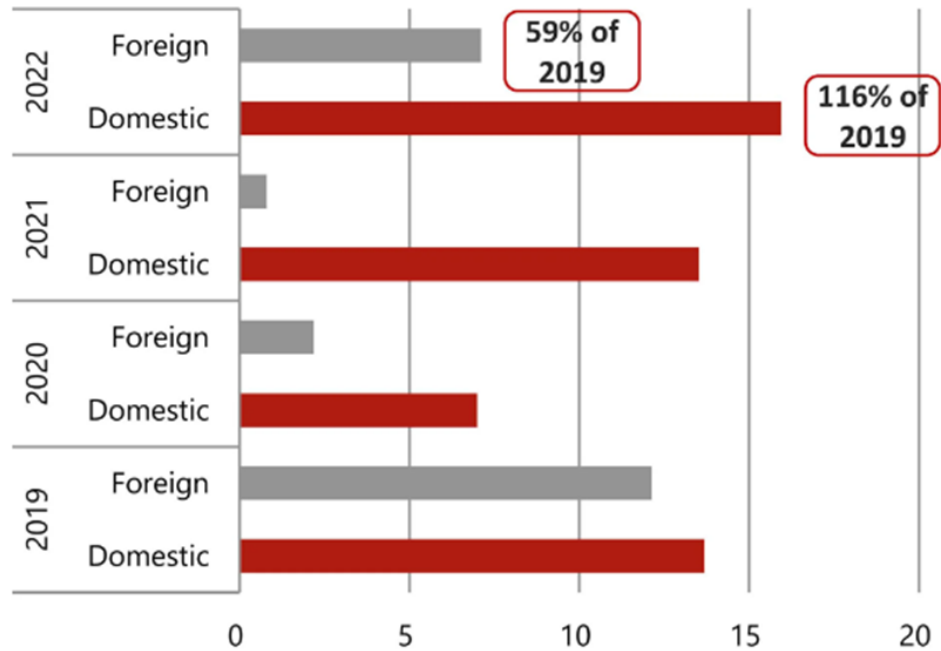


Рис. Д.1 – Кількість ночей внутрішніх туристів (червона позначка)
перевищує іноземних (сіра позначка) (мільйони)

Джерело: розроблено згідно [46]

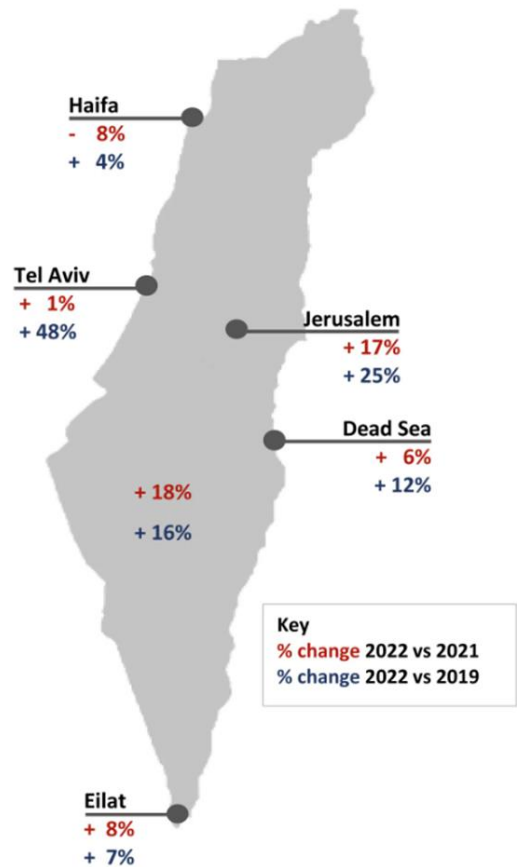


Рис. Д. 2 – 2022 ночівля внутрішніх туристів була в середньому на 16% вища, ніж у 2019 році.

Джерело: розроблено згідно [46]

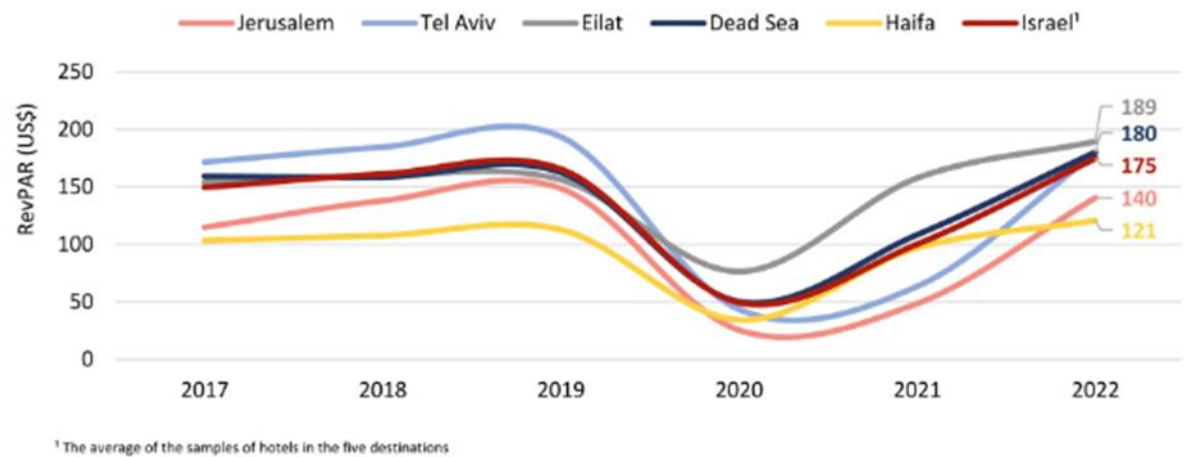


Рис. Д.3 – Курортні напрямки в Ізраїлі демонструють найшвидше зростання RevPAR з часів пандемії COVID-19

Джерело: складено на основі [48]

Додаток В

Фотокартки готелів Ізраїлю



Рис. Д.4 – Theatron Jerusalem Hotel & Spa MGallery Collection
Джерело: [20]



Рис. Д.5 – Hilton Eilat Queen Of Sheba Hotel
Джерело: [20]



Рис. Д.6 – King David

Джерело: [20]



Рис. Д.7 – Diaghilev – Live Art

Джерело: [20]



Рис. Д.8 – Sheraton Tel-Aviv

Джерело: [20]

Додаток Г

Рейтинг кращих готелів Ізраїлю за версією Booking.com

Назва готелю	Місто розташування
Numa Hotel Jaffa	Тель-Авів
Carmella Boutique Hotel	Хайфа
Fabric Hotel - an Atlas Boutique Hotel	Тель-Авів
Backstage Hotel - an Atlas Boutique Hotel	Тель-Авів
65 Hotel, Rothschild Tel Aviv - an Atlas Boutique Hotel	Тель-Авів
The Vera	Тель-Авів
Lady Stern Jerusalem Hotel	Єрусалим
Hilton Eilat Queen Of Sheba Hotel	Елат
Hotel Saul	Тель-Авів
Bachar House By 7Minds	Тель-Авів
King David	Єрусалим
The Setai Tel Aviv, a Member of the leading hotels of the world	Тель-Авів
Diaghilev – Live Art	Тель-Авів
Sheraton Tel-Aviv	Тель-Авів
Prima Park Hotel Jerusalem	Єрусалим
180 Boutique Hostel	Тель-Авів
Stay Inn Hotel Jerusalem	Єрусалим
HYVE Jerusalem hosted by STAY	Єрусалим
Beach Boutique Hotel And Spa By TLV hotels	Тель-Авів