

Akademia Wychowania Fizycznego

ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO IZRAELA



**Bernadetta Kowalska
GRUPA ORT 2
ROK IV/ dzienne
Nr Indeksu 34693**

Kraków 2010

Wstęp

Celem pracy jest przedstawienie charakterystyki rynku turystycznego Izraela jako kraju recepcji i emisji turystycznej, jak również określenie jego znaczenia w skali światowej oraz w kontekście jego użyteczności dla Polski.

Metodą badawczą zastosowaną w powyższej analizie rynku Izraela jest metoda *desk research*, polegająca na analizie dostępnych źródeł wtórnych. Najważniejszymi wykorzystanymi źródłami były strony internetowe ważnych instytucji o renomie krajowej bądź światowej z aktualnymi danymi statystycznymi, takimi jak: UN WTO - Światowa Organizacja Turystyczna (<http://www.unwto.org/index.php>) z danymi turystycznymi i trendami dot. całego świata, w tym także Izraela oraz Centralne Biuro Statystyczne państwa Izrael (http://www1.cbs.gov.il/reader/?MIval=cw_usr_view_Folder&ID=141). To strona, która zawiera w sobie ogrom danych statystycznych dotyczących każdej sfery życia: ekonomicznych, gospodarczych, kulturalnych, demograficznych i co istotne, także turystycznych. Ponadto kolejnymi źródłami są polskie strony www zawierające dane stricte turystyczne, badające trendy i znaczenie rynku polskiego w Europie i na świecie: Instytut Turystyki (<http://www.intur.com.pl/statystyka.htm>) oraz Polska Organizacja Turystyczna (<http://www.pot.gov.pl/>).

Każdy rozdział jest poświęcony osobnemu zagadnieniu, który ma na celu przybliżyć aktualną sytuację turystyczną i ekonomiczną na rynku izraelskim. Pierwszy rozdział przedstawia warunki naturalne oraz antropogeniczne służące, jako „motor napędowy” dla rozwoju turystyki przyjazdowej, wyjazdowej oraz krajowej. Drugi i trzeci rozdział poruszają kolejno tematykę recepcji i emisji turystycznej Izraela, koncentrując się na ich wielkości, krajach emitujących i przyjmujących, dochodach i wydatkach, jak również koncentracji ruchu turystycznego Izraela. Czwarty rozdział traktuje o sile i znaczeniu rynku Izraela dla Polski, zarówno pod względem emisji, recepcji turystycznej, jak i promocji Polski na rynku izraelskim.

Spis treści

Wstęp.....	2
I Uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej Izraela.	5
1.1. Atrakcje turystyczne Izraela	5
1.2. Determinanty aktywności turystycznej ludności	9
1.3. Infrastruktura turystyczna Izraela.....	12
1.3.1. Rynek hotelowy.....	12
1.3.2. Rynek transportowy	13
1.3.3. Rynek biur podróży	15
1.4. Rynki docelowe Izraela i narzędzia promocyjne.....	17
II Rynek recepcji turystycznej	20
2.1. Liczba przyjazdów zagranicznych oraz kraje emitujące turystów do Izraela	20
2.1.1. Liczba przyjazdów odwiedzających Izrael	20
2.1.2. Przyjazdy ze względu na sposób podróżowania	22
2.1.3. Zestawienie przyjazdów odwiedzających i wyjazdów Izraelczyków.	23
2.1.4. Przyjazdy wg krajów emitujących turystów do Izraela	25
2.1.5. Długość pobytu turystów w Izraelu.....	26
2.1.6. Ilość osobo nocy w hotelach.	28
2.1.7. Przyjazdy ze względu na cel przyjazdu	30
2.1.8. Przyjazdy turystów wg wieku	31
2.2. Dochody Izraela z turystyki.....	32
2.2.1. Dochody Izraela z turystyki.	32
2.2.2. Dochody uzyskane przez hotele turystyczne	33
2.2.3. Wydatki turystów.....	35
2.3. Regiony turystyczne	37
III Rynek emisji turystycznej.....	40
3.1. Liczba podróży krajowych i zagranicznych	40
3.1.1. Liczba wyjazdów zagranicznych Izraelczyków.	40

3.1.2. Wyjazdy zagraniczne Izraelczyków ze względu na środek transportu	42
3.1.3. Wyjazdy Izraelczyków wg wieku.	43
3.1.4. Ilość wyjazdów Izraelczyków wg długości pobytu za granicą.....	44
3.1.5. Liczba podróży Izraelczyków w kraju.	45
3.1.6. Rodzaj zakwaterowania, z którego korzystali obywatele w kraju.....	47
3.2. Wydatki Izraelczyków na podróżowanie w kraju i za granicą.....	48
3.3. Kierunki wyjazdów turystycznych Izraelczyków	49
3.3.1. Rejony koncentracji ruchu turystyki krajowej.....	49
IV Znaczenie rynku Izraela dla Polski	50
4.1. Analiza przyjazdów do Polski z Izraela.....	50
4.1.1. Liczba przyjazdów Izraelczyków do Polski.....	50
4.1.2. Wydatki Izraelczyków w Polsce.....	52
4.1.3. Wykorzystanie bazy noclegowej przez Izraelczyków	54
4.1.4. Dostępność komunikacyjna Polski	56
4.1.5. Cele i motywy przyjazdów.....	57
4.1.6. Forma organizacji przyjazdów do Polski	57
4.1.7. Koncentracja ruchu turystycznego z Izraela.....	58
4.1.8. Długość pobytu Izraelczyków w Polsce	59
4.1.9. Cechy społeczno- demograficzne turystów z Izraela	59
4.2. Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej dla Izraela względem Polski.....	60
4.2.1. WUTZ 2009.....	60
4.2.2. Porównanie wartości WUTZ 2008 do 2007 dla świata.....	63
4.2.3. Zmiany wybranych wskaźników cząstkowych Izraela w latach 2005-2008.	63
Podsumowanie	65
Spis tabel.....	67
Spis wykresów.....	68
Spis zdjęć.....	69

I Uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej, krajowej i wjazdowej Izraela.

1.1. Atrakcje turystyczne Izraela

Izrael jest bardzo zróżnicowanym krajem pod względem środowiska przyrodniczego, ale przede wszystkim ze względu na swą bogatą historię pod względem zabytków kultury materialnej i niematerialnej. Izrael to miejsce, gdzie spotykają się trzy wielkie religie świata i każda ma tu swój wycinek historii zapisany w miastach, budynkach, kościołach, pałacach, czyli obiektach, będących wytworem człowieka, ale także w szeroko pojętej kulturze życia współczesnych mieszkańców tego kraju.

Całego ogromu atrakcji, jakimi dysponuje Izrael i które mogą przyciągnąć turystów na wschodnie wybrzeże Morza Śródziemnego nie sposób wymienić, dlatego spośród nich zostaną wybrane te najważniejsze:

Po pierwsze należy wymienić silny katalizator przyjazdów turystycznych pielgrzymów, jakim jest **Ziemia Święta**, która obejmuje wiele miejsc znajdujących się na terenie dzisiejszego Izraela. W tym:

1. Jerozolima

Miejsce magiczne. Można byłoby pokusić się o stwierdzenie, że na świecie nie ma drugiego tak przesyconego religijną i duchową atmosferą, a zarazem najbardziej wojowniczego miejsca na ziemi. Jest to niezwykle miejsce, gdzie splatają się trzy największe religie świata: Żydzi, muzułmanie, chrześcijanie i każda z nich chce mieć we władaniu taki mały skrawek ziemi, jakim jest Wzgórze Skały. Jerozolima jest zlepekem więc wielu grup etnicznych z różnych kontynentów, powodując ogromne zróżnicowanie kulturowe i społeczne, które przyciąga i wzbudza zainteresowanie przeciętnego turysty. Tak więc można tu znaleźć muzułmańskie suki, żydowską Ścianę Płaczu, czy przejść się na Górę Oliwną, gdzie Jezus modlił się po raz ostatni przed śmiercią krzyżową. Dla wielu turystów jest po prostu obowiązkowym punktem „do zaliczenia” na szlaku miejsc biblijnych, który zwiedzają wraz z biurem turystycznym. Jednakże Jerozolima ma drugie oblicze świeckie. Jest siedzibą władz państwowych oraz liczącym się ośrodkiem akademicko-technicznym.

Do najważniejszych zabytków Jerozolimy należą: mury z siedmioma bramami otaczające Stare Miasto, Ściana Płaczu, meczet Al Aksa - Kopuła Skały sąsiadujący ze Stajniami Salomona w podziemiach, Via Dolorosa - Droga Krzyżowa, Bazylika Grobu Pańskiego, Góra Syjon, Grób Dawida, Wieczernik w obrębie kompleksu Jesziwy Diaspory, kościół Zaśnięcia NMP, Góra Oliwna i Ogród Oliwny z kościołem Wszystkich Narodów franciszkanów.



Zdjęcie 1. Jerozolima. Kopuła Skały

Źródło: <http://www.exploracje.com/index.php/2009/06/jerozolima/>, data odczytu: 11.06.2010

2. Nazaret

To kolejne miasto na szlaku biblijnym konieczne do odwiedzenia. Tu urodziła się i żyła Maryja. Jezus Chrystus spędził tu większość swojego życia. Tu też dokonało się Zwiastowanie Maryi, czego pozostałością jest Bazylika Zwiastowania, największa świątynia chrześcijańska na Bliskim Wschodzie. W mieście znajduje się także kościół św. Józefa oraz grecka cerkiew św. Gabriela.



Zdjęcie 2. Bazylika Zwiastowania.

Źródło: http://www.mojewycieczki.org/Jerozolima4_pliki/image015.jpg, data odczytu: 11.06.2010

3. Betlejem

Miejsce urodzenia Jezusa, gdzie znajdujemy Bazylikę Bożego Narodzenia.

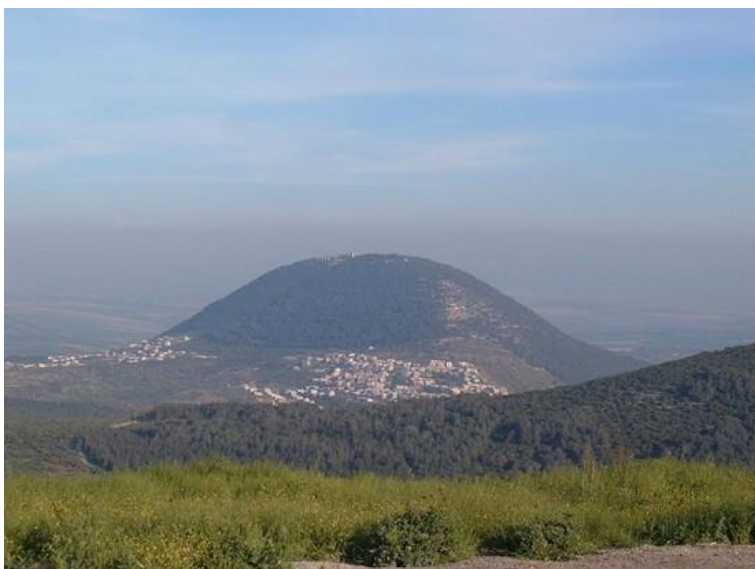


Zdjęcie 3. Bazylika Bożego Narodzenia.

Źródło: <http://images38.fotosik.pl/22/f219437adcbbadf2med.jpg>, data odczytu: 11.06.2010

3. Góra Tabor

Tu Jezus objawił się wobec swoich uczniów podczas Przemienienia Pańskiego, co jest opisane w Biblii: „Tam przemienił się wobec nich: twarz Jego zajaśniała jak słońce, odzienie zaś stało się białe jak światło”(Mt 17,2). Pozostałością tego jest franciszkańska Bazylika Przemienienia Pańskiego.



Zdjęcie 4. Góra Tabor.

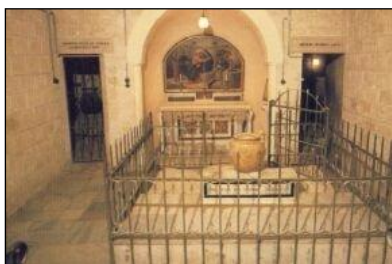
Źródło: http://www.kamilianie.eu/10/qora_tabor.jpg, data odczytu: 11.06.2010

4. Wzgórza Golan

To spore góry, o które zawsze toczono krwawe wojny w historii Izraela. Do dziś Izrael uważa je za swoje, z czym nie zgadza się większość innych miast. Ten potężny maszyn wyrastający nad doliną Jordanu ma ogromne znaczenie strategiczne. Kto ma go w posiadaniu, kontroluje wszystkie okoliczne tereny i może łatwo atakować ich mieszkańców.

5. Kana Galilejska

Jest słynna z cudu Jezusa, gdy podczas wesela przemienił wodę w wino. Kana Galilejska, podobnie jak cała okolica Nazaretu, ma mieszany, arabsko-żydowski charakter, ze znaczną przewagą Arabów, którzy wyznają zarówno chrześcijaństwo, jak i islam.



Zdjęcie 5. Kana Galilejska.

Źródło: <http://www.zapala.pl/eb/izrael/rozne/kana02-t.jpg>, data odczytu: 11.06.2010

6. Tyberiada, Jezioro Genezaret (Galilejskie) i Góra Błogosławieństw

Tyberiada jest świętym miastem judaizmu, gdzie znajdują się grobowce świątobliwych mędrców, np. Mojżesza Majmonidesa, największego średniowiecznego autorytetu naukowego i religijnego w świecie żydowskim. Przypuszcza się, że spisano tutaj jedną z podstawowych wersji Talmudu zwaną „jerozolimską”. Tyberiada to także cenione w Izraelu uzdrowisko.

Obok niej rozpościera się słodkowodne Jezioro Genezaret, gdzie Jezus nauczał, powołał apostołów oraz Góra Błogosławieństw, na której Jezus wygłosił kazanie na górze, rozpoczynające się od ośmiu błogosławieństw.

W pobliżu znajduje się kolejne święte miejsce Kafarnaum, gdzie Jezus żył, nauczał i czynił cuda. Tu uzdrowił teściową Piotra, człowieka sparaliżowanego, wskrzesił córkę Jaira i powołał na apostoła Mateusza.

7. Masada

To twierdza nad Morzem Martwym, którą zaciekle bronili Żydzi, gdy Rzymianie najechali kraj. Woleli zginąć niż poddać się. Zdanie "nigdy nie wezmą nas żywcem" oddaje całkowicie ducha tej historia oblężenia twierdzy, która zyskała w odrodzonym państwie żydowskim wymiar symbolu.

Zginęło 967 osób, w tym kobiety i dzieci.



Zdjęcie 6. Twierdza Masada.

Źródło: <http://www.boker.org.il/info/touring/30years/images/masada.jpg>, data odczytu:

11.06.2010

Co jeszcze przyciąga turystów do Izraela?

Zwoje z Qumran - niedaleko północnego krańca Morza Martwego to pozostałości starożytnej osady. Miejscowość była siedzibą sekty eseneńczyków, jednego z ważniejszych żydowskich ugrupowań społeczno-religijnych. Tu znaleziono zwoje zawierające tekst Księgi Izajasza, komentarz do Księgi Habakuka oraz nieznaną dotąd Księgę Wojny z opisem zmagania Synów Światłości z Synami Ciemności.

Elat - miejscowość na południu Izraela nad Morzem Czerwonym, resort turystyczny, masowo przyjeżdżają do niego turyści chcący zaznać kąpieli morskich, słonecznych, czy też zobaczyć uroczą rafę koralową w Morzu Czerwonym. Jest to więc ośrodek turystyki wypoczynkowej.

1.2. Determinanty aktywności turystycznej ludności

Rynek Izraela zostanie przedstawiony za pomocą Turystycznego Wskaźnika Konkurencji-Travel and Tourism Competitiveness Indicator 2009.¹

Ludność (2008r.)	7 374 tyś.
Powierzchnia.....	22 072 km ²
PKB (Produkt Krajowy Brutto).....	725 142 mln NIS
Wskaźnik Osiągów Środowiskowych (2008, spośród 149 krajów).....	49

Gospodarska Turystyczna (2008), w przybliżeniu	% z całości
PKB (mln NIS).....	4,243.....2.4
Zatrudnienie (1 000 etatów).....	92.....3.4

Turystyczny Wskaźnik Konkurencji polega na przypisaniu konkretnej ilości punktów każdemu czynnikowi (filarowi) opisującemu rynek i gospodarkę danego kraju, a następnie rangowanie kraju wobec innych krajów na świecie.

Czynniki (filary) opisujące gospodarkę (w tym także turystyczną) Izraela:

	Ranga (z 133)
I Ramy regulacyjne Turystyki	37
1. Przepisy i regulacje policyjne	39
2. Trwałość środowiska przyrodniczego	81
3. Bezpieczeństwo	73
4. Zdrowie i higiena	14
5. Ustalenie priorytetów Turystyki	41

¹ http://www.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09_FullReport.pdf, data odczytu: 11.06.2010

II Infrastruktura i otoczenie turystyczne	39
1. Infrastruktura transportu powietrznego	52
2. Infrastruktura transportu ziemnego	36
3. Infrastruktura turystyczna	32
4. Infrastruktura Technologii Informacyjnej i Komunikacyjnej	24
5. Konkurencyjność cen w gospodarce turystycznej	101
III Zasoby ludzkie, naturalne i kulturalne w turystyce	51
1. Zasoby ludzkie	29
a) Edukacja i szkolenie	27
b) Dostępność wykwalifikowanych pracowników	44
2. Sympatia do turystyki	60
3. Zasoby naturalne	49
4. Zasoby kulturalne	57

Wyszczególniając składowe każdego filaru, można pokazać, które z nich mają najwyższe noty rankingowe i największy wpływ na dobry wizerunek kraju, a co za tym idzie na dobrze prosperującą gospodarkę turystyczną Izraela.

Pozytywny wizerunek Izraela kształtowany jest przez czynniki:

<i>Wskaźnik</i>	<i>Ranga (z 133 krajów)</i>
Przepisy i regulacje policyjne:	
➤ Powszechność zagranicznej własności	23
➤ Wymóg wizowy	24
Zdrowie i higiena:	
➤ Gęstość (ilość) lekarzy	14
➤ Dostęp do polepszania usuwania nieczystości	1
➤ Dostęp do polepszania wody pitnej	1
➤ Łóżka szpitalne	25
Ustalenie priorytetów turystyki:	

- Obecność targów turystycznych 3

Infrastruktura transportu powietrznego:

- Połączenia międzynarodowego ruchu lotniczego 27

Infrastruktura transportu ziemnego:

- Jakość połączeń transportu ziemnego 27

Infrastruktura turystyczna:

- Obecność głównych firm najmu samochodów 1

Infrastruktura Technologii Informacyjnej i Komunikacyjnej:

- Ilość umów telefonii komórkowej 10
- Rozmiary korzyści korzystania z Internetu 17
- Ilość umów szerokopasmowego połączenia Internetu 19
- Linie telefoniczne 24

Zasoby ludzkie:

- Wywieranie wpływu na AIDS/HIV 3
- Średnia długość życia 5
- Lokalna osiągalność wyszukiwania i szkolenia obsługi 14
- Rozpowszechnienie HIV 22
- Rozmiary szkolenia personelu 32
- Zapisy do szkół podstawowych 33

Sympatia do turystyki:

- Postawa populacji wobec zagranicznych gości 27

Zasoby naturalne:

- Obszary chronione 14

Zasoby kulturalne:

- Liczba miejsc kulturalnych Światowego Dziedzictwa 33

Negatywny wizerunek Izraela jest kształtowany przez takie czynniki jak:

Przepisy i regulacje policyjne:

- Wymagany czas do rozpoczęcia działalności gospodarczej 91

Trwałość środowiska przyrodniczego:

- Emisja dwutlenku węgla 110
- Ratyfikacja traktatu środowiskowego 115

Bezpieczeństwo:

- Koszty terroryzmu 129

Ustalenie priorytetów turystyki:

- Wydatki państwowe na turystykę 98

Infrastruktura transportu powietrznego:

- Gęstość lotnisk 80

Konkurencyjność cen w gospodarce turystycznej:

- Poziom cen benzyny 109
- Parytet siły nabywczej 104

Zasoby ludzkie:

- Łatwość zatrudniania zagranicznych pracowników 131

Sympatia do turystyki:

- Otwartość turystyki 84

1.3. Infrastruktura turystyczna Izraela

1.3.1. Rynek hotelowy

Tabela 1. Hotele w Izraelu wg poziomu i typu w roku 2008.

	Hotele turystyczne					
	Inne		Poziom III	Poziom II	Poziom I	Suma
	Wioski wakacyjne	Suma				
Hotele	15	116	105	77	37	335
Pokoje- suma	2 084	9 253	11 210	15 708	11 330	47 501
Średnia na hotel	139	80	107	204	306	142

Łóżka	6 242	25 742	26 301	36 451	25 748	114 242
GOŚCIE (TYSIĄCE) - SUMA	360,2	1 480,50	1 894,30	2 756,30	2 041,80	8 172,90
Turyści	102,1	440,3	897,9	1 104,70	930,1	3 372,90
Izraelczycy	258,1	1 040,20	996,4	1 651,60	1 111,70	4 799,90
OSOBO NOC (TYSIĄCE) - CAŁKOWITA SUMA	994	4 119,20	4 828,50	7 112,20	5 535,60	21 595,50
<i>Turyści- suma</i>	<i>282,8</i>	<i>1 331,50</i>	<i>2 659,80</i>	<i>3 210,20</i>	<i>2 986,00</i>	<i>10 187,50</i>
Amerykańscy	84,6	351,4	815,7	1 142,40	1 178,50	3 488,00
Europejscy	166,8	744,8	1 374,50	1 489,20	1 464,80	5 073,30
Inne	31,4	235,3	469,5	578,7	342,7	1 626,20
<i>Izraelczycy</i>	<i>711,2</i>	<i>2 787,70</i>	<i>2 168,70</i>	<i>3 902,00</i>	<i>2 549,60</i>	<i>11 408,00</i>
DOCHÓD (MLN \$ US) - SUMA	77,8	277	350,5	693	874,8	2 195,20
Od turystów	20,3	89,7	155,4	264,1	433,4	942,6

Źródło: http://www1.cbs.gov.il/shnaton60/st23_10.pdf, CBS of Israel, data odczytu: 11.06.2010

Tabela 1. pokazuje strukturę ilościową i jakościową hoteli w Izraelu w roku 2008. Odczytać z niej można, że hoteli turystycznych jest 335, w tym najwięcej jest hoteli niestandardyzowanych (np. wioski wakacyjne), a spośród kategoryzowanych hoteli najwięcej jest na poziomie III (105), czyli odpowiadających w standardzie europejskim trzem gwiazdkom. Pod względem ilości pokoi i łóżek przodują hotele o poziomie II (odpowiednio 16 tyś. i 36 tyś.), jednakże hotele na poziomie I mają najwyższą średnią pokoi na hotel (306 pokoi), co jest zrozumiałe ze względu na wymogi związane z otrzymaniem wysokiej kategoryzacji hotelu.

Najwięcej gości przyjmują hotele o standardzie na poziomie II (2, 7 mln), czyli o niecały milion więcej niż hotele o poziomie III, w tym 1, 1 mln turystów i 1, 6 mln Izraelczyków. Stąd wniosek, że największą popularnością cieszą się hotele niezbyt drogie, ale o wyższym standardzie niż przeciętny. Pomimo tego faktu, największe zarobki mają hotele o klasie I, co wiąże się z wysokimi cenami za usługi noclegowe.

1.3.2. Rynek transportowy

Tabela 2. Transport i komunikacja wg rodzajów transportu w latach 2004-2009.

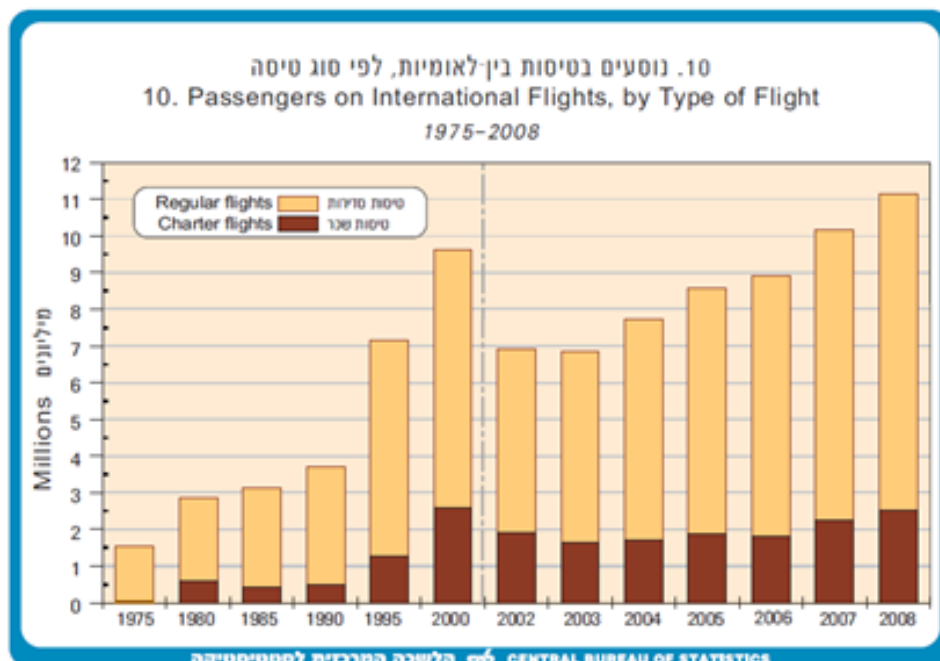
	Autobusy wg rozkładu	Kolej	Porty lotnicze	
		Pasażerowie (tysiące)	Pasażerowie (tysiące)	
	Przejechane kilometry (tysiące)		Przylatujące	Wylatujące
2004	373 190	22 907	3 962	3 774
2005	390 339	26 767	4 286	4 300

2009	I	2006	398 994	28 351	4 438	4 459
		2007	409 952	31 791	5 063	5 088
		2008	427 829	35 136	5 551	5 583
		2009	„	36 386	„	„
			36 026	2 740	260	303
			33 928	2 599	268	258
			38 451	3 123	357	373
			32 274	2 610	462	437
			36 606	3 029	398	417
			37 858	3 107	437	461
			37 296	3 133	573	593
			37 734	3 376	713	711
			34 373	2 689	503	524
			„	2 970	„	„
			„	3 261	„	„
			„	3 297	„	„

Źródło: http://www1.cbs.gov.il/www/yarhon/q2_e.htm, CBS of Israel, data odczytu: 11.06.2010

Na podstawie tabeli 2. Można wysnuć wniosek, że dość popularnym środkiem transportu używanym do przemieszczania się wewnątrz kraju jest autobus (427 mln przejechanych kilometrów w 2008 r.). Równie popularnym środkiem transportu jest kolej (36 mln pasażerów w 2009 r.), a na kolejnym miejscu pod względem liczby pasażerów jest samolot używany głównie jako środek transportowy w ruchu międzynarodowym (w sumie 11 mln obsłużonych pasażerów w 2008 r.). Dość niska liczba pasażerów w tej gałęzi transportu wiąże się ze stosunkowo wysoką ceną biletu.

Wykres 1. Pasażerowie na międzynarodowych lotach wg typu lotu w latach 1975-2008 w mln.



Źródło: http://www1.cbs.gov.il/shnaton60/diag/24_10.pdf, CBS of Israel, data odczytu: 11.06.2010

Jak widać na wykresie 1., więcej pasażerów podróżowało z i do Izraela regularnymi liniami, niż liniami czarterowymi. Duży wzrost ruchu lotniczego nastąpił w latach 90., od 1990-2000. Po czym nastąpił spadek w 2002 roku i ponownie ruch zaczął wzrastać, aż do 2008 roku. Jak wiemy z poprzednich statystyk w 2009 roku ruch lotniczy nieco spadł. Warto zauważyć, że loty czarterowe nie wzrastają proporcjonalnie do wzrostu ruchu lotniczego (regularnymi liniami), dynamika jego wzrostu jest mniejsza, niż linii regularnych. Najpopularniejsze i najbardziej rozwinięte izraelskie linie lotnicze to: El Al, Arkia Airlines, Israir Airlines.

Wg Ministerstwa Turystyki w Izraelu sieć komunikacyjna jest dobrze rozwinięta. Najbardziej popularnym i najtańszym środkiem transportu publicznego jest autobus. Bardzo rozwiniętą i wiodącą firmą działającą na polu transportu pozamiejskiego, krajowego jest firma Egged. Ma ona najwięcej połączeń. W rejonie Tel Avivu oraz w samym mieście obsługuje firma Dan. Bilety za przejazd są stosunkowo tanie, autobusy są wygodne, klimatyzowane. Na pewno dużym minusem jest fakt, że większość autobusów jest nieczynna w Szabat i Święta Żydowskie. Stosunkowo tanie są pociągi, jednakże jeśli ktoś już wybiera transport taxi, musi już wydać więcej za przejazd.² Innym sposobem podróżowania po Izraelu może być wynajem samochodu. Wiele jest firm zajmujących się tą sferą, do znanych należy firma CAP ISRAEL (<http://www.capisrael.com/>).

1.3.3. Rynek biur podróży

Tabela 4. Wiodący izraelscy touroperatorzy i agenci turystyczni w sieci.

Organizatorzy turystyczni i agenci	Strony internetowe
D.D.Travel LTD	http://www.ddtravel-acc.com/
Genesis 2000	http://www.genesis2000.co.il/index.html
Israel Deal .Com	http://www.israeldeal.com/
Tailor Made Tours	http://tailormade.co.il/
Artzeinu Tours in Israel	http://www.artzeinu.co.il/NoAccess.asp
ITAS Tours	http://www.itastours.com/
Ashdot	http://www.ashdot.info/1_en.html
ITC - Israel Tour Connection	www.israeltour.com
Inisrael.com	www.inisrael.com
CTO consolidated tour operator	http://www.inisrael.com/cto/index.html
Eshet Incoming	http://www.eshetincoming.com/template/default.aspx?catId=1

Źródło: wyszukiwarka Google

² Ministry of Tourism in Israel,
http://www.goisrael.com/Tourism_Eng/Tourist+Information/Planning+your+trip/Transportation.htm, data odczytu:
11.06.2010

Rynek biur podróży jest zróżnicowany ze względu na typy ofert turystycznych, a więc także na specjalizację biur. Spróbujmy się przyjrzeć typowym produktom turystycznym biur podróży w Izraelu.

Biuro **D.D.Travel LTD** oferuje:

1. wyjazdy do Ziemi Świętej;
2. klasyczne wycieczki objazdowe po Izraelu (8-12 dniowe);
3. wycieczki do Egiptu;
4. wycieczki do Jordanii;
5. możliwość rezerwacji nocy w hotelach w regionach turystycznych: Jerusalem, Tel Aviv, Eilat, Morze Martwe, Haifa, Galilee, Tyberiada, Netanya;
6. możliwość wynajmu samochodu.

Biuro **Ashdot** specjalizuje się w organizacji pakietów zawierających elementy sportów:

1. wspinaczka;
2. zjazdy na linie wspinaczkowej;
3. wycieczki w górach.

Biuro **ITC – Israel Tour Connection** oferuje wachlarz wycieczek dla turystów krajowych jak również dla turystów przyjezdnych, takich jak np.: organizacja Bar Micwa, pakiety podróży po Izraelu zawierające zwiedzanie świątyń żydowskich, świętych miejsc dla Żydów, ponadto zwiedzanie Ziemi Świętej, (co jest ofertą głównie dla turystów przyjezdnych), dzienne rejsy statkiem oraz długoterminowe, zwiedzanie całego Izraela i jego dziedzictwa kulturowego, jak również rozbudowana oferta dla grup - szkół żydowskich oraz wycieczki biblijne „Drogami Pana” oraz wycieczki specjalnie dla rodzin.

Biuro **ITAS Tour** oferuje:

1. tzw. Bar/Bat Mizvah dla rodzin;
2. wycieczki pod indywidualne życzenie klienta;
3. organizacja ślubów;
4. oferta dla dorosłych;
5. oferta dla revisitor, czyli powtórnie odwiedzających;
6. indywidualne wycieczki: 1-dniowe, 3-dniowe oraz pakiet 9 nocy i 6 dni zwiedzania.

Inisrael.com jest agentem, który posiada bardzo rozbudowaną stronę internetową oraz ofertę turystyczną. Turysta wchodzący na tę stronę może uzyskać wiele informacji, szczególnie turysta samodzielnie organizujący podróż do Izraela. Serwis umożliwia zarezerwowanie wielu usług:

rezerwacja lotów, hoteli, zakup wycieczek, wynajem samochodu, ponadto wiele informacji o wydarzeniach w Izraelu oraz, gdzie można zrobić dobre zakupy.

Biuro **Eshet Incoming** oferuje:

1. chrześcijańskie pielgrzymki dla pielgrzymów z Europy;
2. żydowskie wycieczki;
3. wyjazdy motywacyjne;
4. specjalne życzenia - czyli organizacja imprez na życzenie klienta;
5. dzienne wycieczki oraz całe pakiety turystyczne;
6. podróże do Egiptu i Jordanii;
7. wynajem samochodów.

Na podstawie oferty stwierdzić można, że jest to organizator oraz agent turystyczny.

Podsumowując, biura podróży mają ofertę skierowaną głównie do przybywających do Izraela turystów z Europy w celach głównie pielgrzymkowych oraz zwiedzania. W dalszej kolejności dla tych turystów przygotowane są oferty wypoczynkowe, nad Morzem Martwym oraz w Eljat. W znacznie mniejszym stopniu jest oferta dla turystów aktywnych, uprawiających turystykę kwalifikowaną bądź sporty. Dla turystów krajowych przygotowana jest oferta wypoczynku głównie w Eljat, wycieczki po miejscach świętych dla Żydów (to też dla Żydów przyjeżdżających do Izraela), organizacja Bar Micwa, czyli uroczystości przyjęcia chłopców do wspólnoty żydowskiej. Ponadto w mniejszym stopniu oferty turystyki wiejskiej- tzw. Kibbutzim i Moshavim.

1.4. Rynki docelowe Izraela i narzędzia promocyjne

Na podstawie analizy ofert biur podróży oraz analizy strony internetowej Ministerstwa Turystyki w Izraelu możemy określić rynki docelowe Izraela. Na początek należy podzielić je na rynek krajowy i turystyki przyjazdowej.

Jak wykazano w poprzednim podrozdziale, głównymi segmentami docelowymi dla Izraela są turyści z zagranicy przybywający do Izraela w celach pielgrzymkowych (chrześcijanie oraz Żydzi), zwiedzania oraz wypoczynku oraz w dalszej kolejności turyści biznesowi. Na podstawie struktury przyjazdów, które przedstawione będą w kolejnych rozdziałach, można stwierdzić, że głównymi regionami, do których będą w stanie dotrzeć Izraelczycy w swojej ofercie turystycznej, będą turyści amerykańscy oraz europejscy, szczególnie: Amerykanie (USA, Kanada), Rosja, Wielka Brytania, Niemcy, Włochy, w mniejszym stopniu Polska, Hiszpania, Francja, azjatyccy turyści zaś z: Korei, Indii.

W drugiej kolejności rynkiem docelowym są sami Izraelczycy, czyli turyści krajowi o następującym profilu:

- Żydzi (organizacje Świąt żydowskich, wycieczki biblijne, po miejscach świętych)
- turyści biznesowi (wyjazdy incentive, motywacyjne)
- turyści zainteresowani wypoczynkiem biernym (regiony Eljat, Morze Martwe)

Ministerstwo Turystyki w Izraelu

Na podstawie strony internetowej Ministerstwa³ można ocenić, jakie regiony emisyjne są dla nich ważne w promocji i informacji.

Strona ma rozbudowaną część informacyjną dla potencjalnego turysty oraz część promocyjną, gdzie reklamuje Izrael jako atrakcyjne miejsce turystyczne, które warto zobaczyć. Ponadto reklamuje pośrednio firmy turystyczne, umieszczając linki do stron internetowych danych detalistów i hurtowników. Np. w dziale zakwaterowanie następuje krótki opis możliwości zakwaterowania w Izraelu, a poniżej umieszczone są odnośniki do poszczególnych rodzajów obiektów hotelowych w różnych regionach.

Warto zauważyć fakt, że strona jest tłumaczona na różne języki w zależności od preferencji. Z tego wynika, jakie kraje są preferowane jako rynki docelowe, do jakiego turysty Izrael chce dotrzeć. Wybór języków jest następujący: angielski (brytyjski i amerykański), hebrajski, rosyjski, francuski, duński, norweski, szwedzki, hiszpański, włoski, portugalski, niemiecki, chiński, holenderski. Zadziwia brak języka polskiego ze względu na związki i relacje polsko - izraelskie, np. fakt obecności wielu Izraelczyków polskiego pochodzenia w państwie izraelskim. Jak widać są to wybrane języki, często pokrewne, a nie ma wielu innych języków, np. z grupy słowiańskiej (m.in. polskiego). Być może Ministerstwo zakłada, że mieszkańcy tych krajów znają angielski, bądź zakłada, że te kraje są biedniejsze i nie opłaca się prowadzić zwiększonej promocji dla tych krajów.

Na stronie umieszczone jest logo Ministerstwa Turystyki oraz logo promujące Izrael. Na stronie głównej są zakładki dot. atrakcji turystycznych w Izraelu, zakwaterowania, galeria zdjęć, wirtualna podróż, która jest bardzo dobrym środkiem promocyjnym. Ponadto z lewej strony mamy szereg zakładek dot. informacji turystycznej oraz dział dla przedsiębiorstw turystycznych z możliwością dostępu dla krajów w zależności od wybranej wersji językowej strony internetowej Ministerstwa.

Istotnym działem jest dział promocji, gdzie umieszczone są filmy promocyjne Izraela. Jeden z nich przedstawia Izrael w dość ciekawy sposób, ujmując go z perspektywy różnych regionów turystycznych (Jeruzalem, Haifa, Morze Martwe, Masada, Galilea, Eilat, Beit She'an i Tel Aviv).

³ Ministerstwo Turystyki Izraela, http://www.goisrael.com/Tourism_Eng/, data odczytu: 11.06.2010

Motywy przewodnim jest słowo „Shalom”, pozdrowienie po hebrajsku, które jest wypowiedziane przez kilka osób na filmie - Izraelczyków. Ma to zapewne pokazać gościnność, uprzejmość i otwartość tego kraju na turystów z zagranicy. Ponadto slogan „You'll love Israel from the first Shalom”, co znaczy pokochasz Izrael od pierwszego Shalom.

Poniższe zdjęcie prezentuje hasło promocyjne tej kampanii.

Zdjęcie 7. Kampania promocyjna Izraela 2009.



Źródło: <http://www.goisrael.com/NR/rdonlyres/0D30F63C-1C6E-443F-9D3A-8227898B6274/4674/ShalomSpread3.pdf>, Ministerstwo Turystyki w Izraelu, data odczytu: 11.06.2010

W ramach kampanii w 2009 roku wypromowano dość wyróżniający się film promocyjny, przedstawiający Izrael od innej, bardziej liberalnej strony, ukazując Izraelczyków otwartych na każdą orientację seksualną. W ten dość kontrowersyjny sposób Izraelczycy chcieli pośrednio wypromować swój kraj, promując udział Izraela w mistrzostwach świata w piłce nożnej.

Ponadto na stronie można obejrzeć wiele innych filmów⁴ promujących kraj, stricte ukazujących dziedzictwo kulturowe Izraela, a także z innej, bardziej rozrywkowej strony, jako miejsca, gdzie turysta może dobrze się zabawić. Izrael stara się zmienić wizerunek swoje kraju z zamkniętego oraz niebezpiecznego w otwarty, nowoczesny, idący za duchem czasu i bardzo atrakcyjny dla każdego turysty.

⁴ Ministerstwo Turystyki Izraela, http://www.goisrael.com/Tourism_Eng/Tourist+Information/Tourism+Videos.htm, data odczytu: 11.06.2010

II Rynek recepcji turystycznej

2.1. Liczba przyjazdów zagranicznych oraz kraje emitujące turystów do Izraela

2.1.1. Liczba przyjazdów odwiedzających Izrael

Tabela 5. Liczba przyjazdów odwiedzających z zagranicy w latach 2000-2008

Lata	Odwiedzający z zagranicy				Izraelczycy	Procent zmiany do poprzedniego roku (Suma końcowa) (%)
	Dzienni odwiedzający		Turyści - suma	Suma końcowa		
	Pasażerowie rejsowi	Dzienni odwiedzający (w tym rejsowi)	Turyści	Suma (turyści + odwiedzający)	Izraelczycy	
2000	255 200	255 200	2 416 800	2 672 000	3 630 000	4,1
2001	23 100	23 100	1 195 700	1 218 800	3 561 000	-54,4
2002	300	300	861 900	862 200	3 255 000	-29,3
2003	-	-	1 063 400	1 063 400	3 268 800	23,3
2004	200	200	1 505 500	1 505 700	3 584 500	41,6
2005	13 300	13 300	1 902 700	1 916 000	3 660 300	27,2
2006	8 700	8 700	1 825 200	1 833 900	3 686 300	-4,3
2007	25 800	225 900	2 067 800	2 293 700	4 138 200	25,1
2008	46 200	462 100	2 572 300	3 034 400	4 197 800	32,3
2009	68 400	418 300	2 321 400	2 739 900		
2009 I-IV	5 200	75 800	661 100	736 900		
2010 I-IV	49 800	195 500	868 400	1 063 900		

Źródło: http://www1.cbs.gov.il/shnaton60/st23_01.pdf, opracowanie własne, data odczytu:

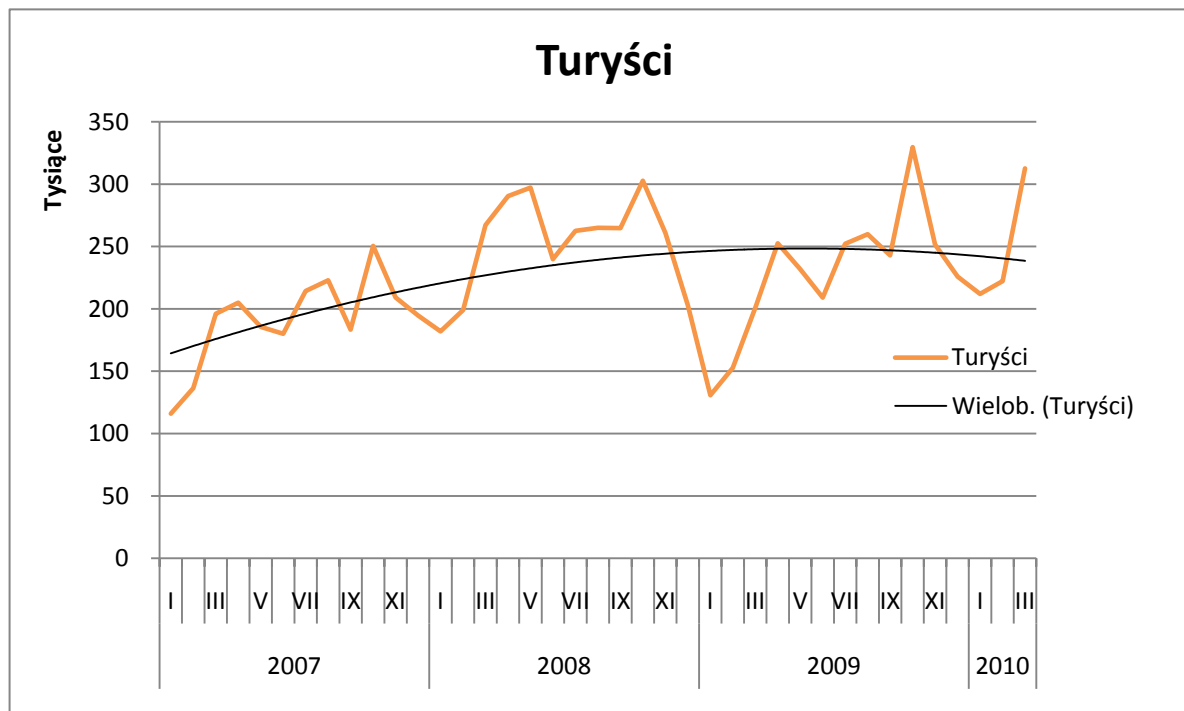
11.06.2010

W tym zestawieniu z tabeli 5. najwięcej turystów było w 2008 roku, jak widać w rubryce 'Suma końcowa' równa 3 034 400 przyjazdów. Pomimo że ogólna tendencja ruchu turystycznego jest wzrostowa, w 2009 roku był spadek liczby przyjazdów do 2 739 900 ze względu na kryzys na rynkach światowych, który również dotknął Izrael. Wiąże to się z mniejszą stabilnością zarówno kraju recepcyjnego, w tym wypadku Izraela, jak również krajów emisyjnych i co za tym idzie potencjalnych turystów. W pierwszym kwartale 2010 roku odnotowano więcej przyjazdów w stosunku do roku 2009, co zrozumiałe, jednak warto zauważyć, że 1 kwartał jest to w przybliżeniu 1/3 przyjazdów z całego roku 2008, a nie są to miesiące szczytu turystycznego. Rokuje to więc pozytywnie dla ruchu turystycznego w 2010 roku.

Popularność rejsów wycieczkowych wzrasta, jednakże ciągle daleko jej do popularności tego rodzaju turystyki w 2000 roku, kiedy było ponad ćwierć mln pasażerów rejsowych.

Najwięcej odwiedzających jednodniowych było w 2008 roku (462 100), jednakże w porównaniu do ilości turystów jest to nieduża grupa podróżujących (trochę ponad 1/6 sumy turystów i odwiedzających jednodniowych).

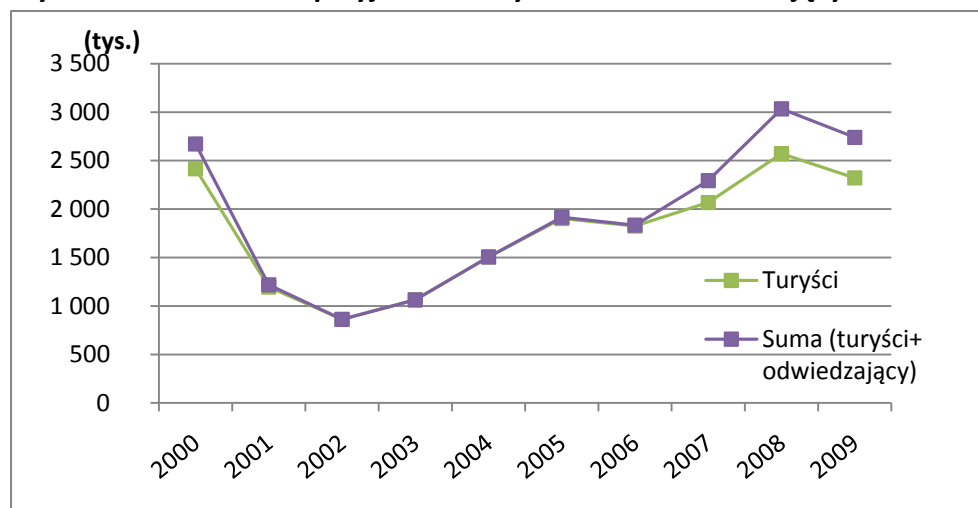
Wykres 2. Przyjazdy turystów w rozkładzie na miesiące w latach 2008-2010.



Źródło: http://www1.cbs.gov.il/www/yarhon/e1_e.htm, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Jak zostało przedstawione na wykresie 2. przyjazdy turystów kształtują się bardzo zróżnicowanie w ciągu roku. Można wyszczególnić trzy okresy nasilenia turystycznego w ciągu roku: pierwszy w okolicach marca, kwietnia, drugi koło sierpnia i trzeci koło października. Jest pewna forma sezonowości wg miesięcy w ciągu jednego roku. Sezon martwy dla rynku izraelskiego, jeśli chodzi o turystykę przyjazdową jest w miesiącach: styczeń, maj/ czerwiec, wrzesień, choć najniższy jest w styczniu na przełomie roku.

Wykres 3. Zestawienie przyjazdów turystów oraz odwiedzających w latach 2000-2009.



Źródło: http://www1.cbs.gov.il/shnaton60/st23_01.pdf, opracowanie własne na podstawie Tabeli 1., data odczytu: 11.06.2010

Wykres 3. Pokazuje jak się kształtuje i jak wpływa wzrost odwiedzających jednodniowych na sumę przyjeżdżających do Izraela w celach turystycznych. W roku 2000 liczba dziennych odwiedzających była wysoka, dlatego suma całkowita przewyższa znacznie liczbę turystów. Od roku 2007 obserwujemy znaczny, zauważalny wzrost sumy całkowitej, co jest spowodowane wzrostem liczby odwiedzających jednodniowych, a więc wzrost krótkich wyjazdów do Izraela.

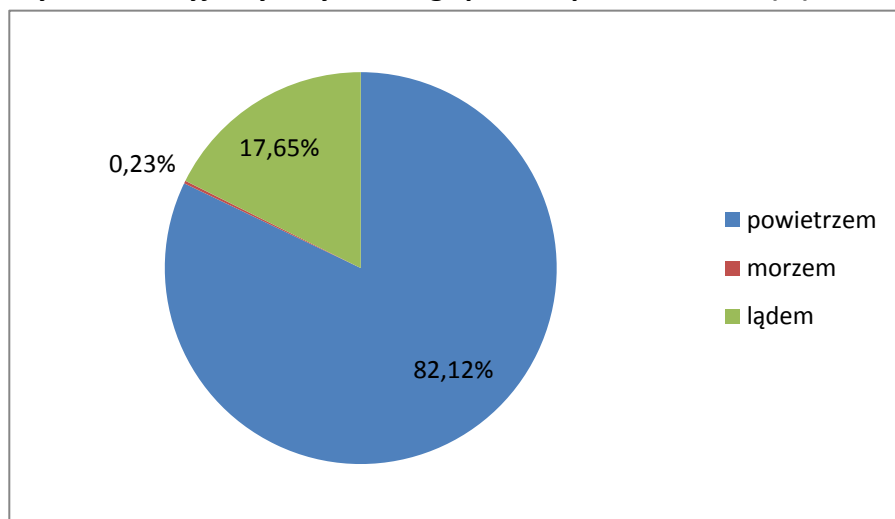
2.1.2. Przyjazdy ze względu na sposób podróżowania

Tabela 7. Przyjazdy turystów wg sposobu podróżowania (tys.)

	Suma całkowita	Turyści			Pasażerowie morscy
		Powietrzem	Morzem	Lądem	
2000	2 672,00	1 955,10	16	445,8	255,4
2001	1 218,80	1 060,20	5,9	129,5	23,1
2002	862,2	778,5	3,5	79,9	0,3
2003	1 063,40	972,2	3,6	87,6	0
2004	1 505,70	1 339,00	4,6	161,9	0,2
2005	1 916,00	1 653,00	5,2	244,5	13,3
2006	1 834,00	1 568,00	2,3	254,8	8,7
2007	2 293,70	1 790,30	1,1	476,5	25,8
2008	3 034,30	2 190,60	„	797,4	46,2
2009	2 739,80	2 048,70	„	622,6	68,4
Procent zmian do roku poprzedniego					
2000	4,1	7	-9,6	-4,7	0,6
2001	-54,4	-45,8	-63,1	-71	-91
2002	-29,3	-26,6	-40,7	-38,3	„

Źródło: http://www1.cbs.gov.il/www/yarhon/e6_e.htm, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Wykres 5. Przyjazdy turystów wg sposobu podróżowania (%)



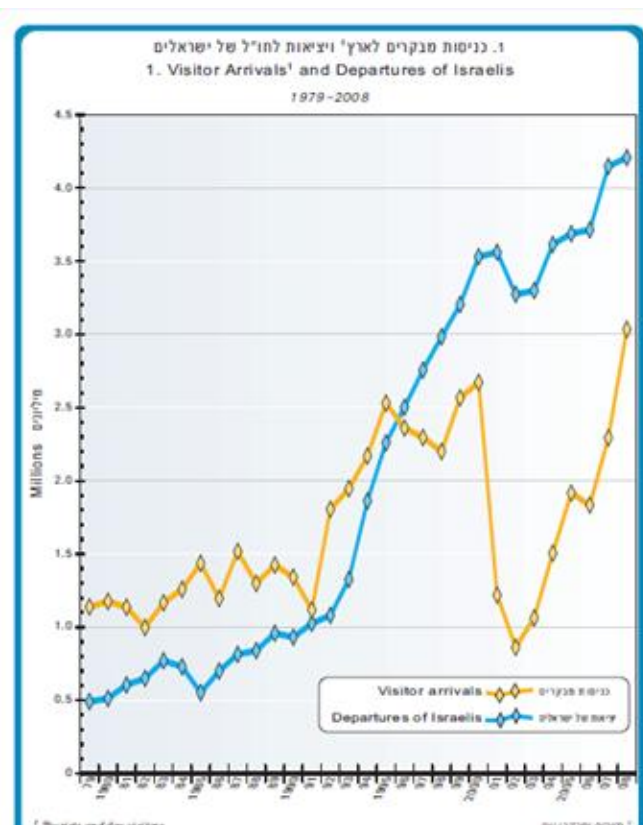
Źródło: http://www1.cbs.gov.il/www/yarhon/e6_e.htm, opracowanie własne na podstawie Tabeli 3., data odczytu: 11.06.2010

Najczęstszą formą podróżowania wybieraną przez turystów podróżujących do Izraela jest droga powietrzna- samolotem, bo aż 2 048 tys. turystów w roku 2009. Na drugim miejscu jest droga lądowa(622, 6 tys.) i ostatnia z kolej morską (1,1 tys. w 2007 r.). W kategorii pasażerów morskich było 68,4 tys. podróżujących. I ta liczba wzrasta od 2001 r.

Liczba podróżujących drogą powietrzną ciągle wzrasta, ze względu na coraz większą popularność samolotu jako środka transportu. Najwięcej podróży powietrznych do Izraela, jak również lądem oraz drogą morską odbyło się w roku 2008. Wynika to z ogólnej tendencji wzrostowej ruchu turystycznego, w tym przyjazdów. Jednakże rok 2009 był czasem kryzysu światowego, który odcisnął się również na rynku izraelskim, skutkując mniejszą ilością przyjazdów turystów. Ponadto rok 2001 odznaczył się ogromnym spadkiem przyjazdów turystów do Izraela. Wynika to z faktu, że pod koniec roku 2000 wybuchła druga Intifada pomiędzy Izraelczykami a Palestyńczykami. Odbiło się to na mobilności turystycznej w regionie Izraela, co można zauważyć w zmianach procentowych w 2001 i 2002 roku - ogromny spadek przyjazdów do roku poprzedniego w sumie całkowitej jest to kolejno -54, 4% i -29,3%.

2.1.3. Zestawienie przyjazdów odwiedzających i wyjazdów Izraelczyków.

Wykres 6. Przyjazdy gości oraz wyjazdy Izraelczyków w latach 1979-2008.



Źródło: http://www1.cbs.gov.il/shnaton60/diag/23_01.pdf, Centralne Biuro Statystyczne Izraela, data odczytu: 11.06.2010

Turystyka przyjazdowa w Izraelu w różnych latach jest determinowana przez wiele czynników. Od roku 1979 do 2000 miała swoje wzniości i upadki, jednakże miała tendencję wzrostową. W latach 1992-1995 Izrael podpisał traktat pokojowy z Jordanią i rozpoczął się proces pokojowy z Palestyńczykami, jednak silna opozycja do porozumień zawartych w Oslo doprowadziła do zabójstwa Itzhaka Rabina - przywódcę partii rządzącej przez prawicowego ekstremistę. Dlatego ze względu na niepokoje w państwie w roku 1995 nastąpiło lekkie załamanie wzrostu turystyki przyjazdowej. Swoją kulminację jednak osiągnęła w 2000 roku, kiedy to wysokość przyjazdów sięgnęła ponad 2,5 mln turystów. Jednakże w pod koniec 2000 roku nastąpił krach spowodowany rozpoczęciem działań wojennych przez Palestyńczyków, czyli początkiem Drugiej Intifady. Miało to duże znaczenie dla motywacji turystów przybywających do Ziemi Świętej. Tak więc spadek przyjazdów utrzymywał się do 2002 roku, kiedy to Palestyna wyszła z inicjatywą pokojową i został zawarty rozejm. Uspokojenie na arenie politycznej wpłynęło również na ruch turystyczny, który zaczął wzrastać dynamicznie, aż do roku 2009, kiedy nastąpił kryzys na rynkach światowych, co oczywiście odcisnęło się także na gospodarce Izraela (w tym turystycznej). Równocześnie mobilność Izraelczyków proporcjonalnie wzrosła, poczynając od roku 1992 nastąpił dynamiczny wzrost wyjazdów Izraelczyków do 2001 roku, kiedy nastąpił spadek wyjazdów, aby wzrosnąć ponownie po 2003 aż do 2008 roku.

2.1.4. Przyjazdy wg krajów emitujących turystów do Izraela

Tabela 8. Przyjazdy gości wg kraju pochodzenia. Zestawienie w latach: 2000 i 2006-2008.

kraj pochodzenia	2008	2008		2007		2006	2000
	Turyści	Dzienni odwiedzający	Turyści	Dzienni odwiedzający	Turyści		
	procent	tysiące					
suma całkowita	100,0	415,9	2 572,3	200,1	2 067,9	1 825,2	2 416,8
<i>Azja - suma</i>	7,7	20,8	199,3	11,0	163,4	146,5	249,5
Korea	1,2	6,8	30,7	4,2	29,6	28,0	16,8
Indie	1,1	0,2	29,4	0,1	24,1	20,2	15,9
Turcja	0,6	1,0	16,3	0,5	13,7	15,7	23,5
Jordania	0,6	1,2	15,7	1,0	10,6	15,1	77,9
Japonia	0,6	0,2	14,5	0,2	10,7	9,4	18,1
Indonezja	0,6	0,0	14,3	0,0	11,4	7,3	9,8
Cypr	0,5	1,1	11,9	0,8	9,3	7,7	10,3
Liban	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2	0,3	15,6
<i>Afryka - suma</i>	2,9	3,3	75,6	4,0	68,5	60,6	58,3
Nigeria	1,3	0,4	34,3	1,3	31,2	24,6	9,3
Płd. Afryka	0,9	0,4	22,6	0,4	19,0	16,6	20,6
Etiopia	0,1	2,1	3,1	2,0	4,4	1,2	3,6
Maroko	0,1	0,0	2,6	0,0	2,6	2,5	3,0
Egipt	0,1	0,2	1,7	0,2	2,5	4,8	12,8
inne kraje Afryki	0,4	0,2	11,3	0,1	8,8	10,9	9,0
<i>Europa - suma</i>	57,2	374,2	1 471,5	173,9	1 127,6	981,8	1 389,6
Rosja	8,0	150,5	205,6	60,2	132,9	73,6	74,6
Wielka Brytania	6,8	11,7	175,4	11,1	160,9	161,2	201,2
Niemcy	5,4	4,0	137,7	2,2	99,0	89,6	176,0
Włochy	4,7	4,7	120,9	2,2	79,9	58,1	171,4
Polska	3,4	68,6	86,9	34,1	51,9	42,1	41,9
Hiszpania	2,4	4,1	61,2	1,6	45,5	30,7	65,6
Holandia	1,9	4,4	48,4	1,3	40,4	43,0	91,3
Ukraina	1,3	60,6	34,3	25,2	49,9	30,6	38,0
Grecja	1,1	1,0	28,8	0,4	20,8	16,7	24,4
Austria	0,9	0,7	23,8	1,5	17,0	15,3	22,0
Belgia	0,9	1,1	23,4	1,0	20,9	24,5	39,9
Czechy	0,6	21,5	16,4	14,0	9,6	14,4	11,4
<i>Ameryka - suma</i>	30,5	16,2	783,2	10,3	673,1	606,8	684,1
<i>Płn. Ameryka</i>	27,1	14,2	696,3	9,4	610,0	558,7	581,4
USA	23,5	11,4	605,2	8,0	533,8	494,0	488,5

Kanada	2.7	2.1	68.9	1.2	58.1	51.4	55.0
Centr. Ameryka	0.3	0.3	8.4	0.1	7.2	5.4	13.2
Płd. Ameryka	3.1	1.7	78.5	0.8	55.9	42.7	89.6
Brazylia	1.2	0.4	31.2	0.3	20.1	15.5	25.3
Argentyna	0.8	0.4	19.7	0.2	15.1	11.8	22.7
Oceania- suma	1.2	1.0	29.9	0.8	24.0	20.9	28.2
Australia	1.0	0.8	26.4	0.6	21.0	18.2	23.4

Źródło: http://www1.cbs.gov.il/shnaton60/st23_05.pdf, opracowanie własne

Najwięcej turystów przyjeżdża do Izraela ze Stanów Zjednoczonych, bo 0, 6 mln turystów w 2008 roku. Może być to spowodowane tym, że w tym kraju mieszka najwięcej Żydów, czy też ludzi z pochodzenia żydowskiego, którzy osiedlili się tam masowo w różnych okresach historii ludu żydowskiego. Dość istotnym czynnikiem była Diaspora- rozproszenie, jak również ciągłe represje i prześladowania, szczególnie w ciągu ostatnich stuleci. Spowodowało to, że w USA jest obecnie ok. 6, 155 mln ludzi pochodzenia żydowskiego, czyli prawie tyle samo, co cała ludność Izraela - 7, 5 mln.

Na drugim miejscu jest Rosja z liczbą 0, 2 mln turystów w 2008 roku. Jest to związane z dużą ilością rodzin żydowskiego pochodzenia mieszkających w Rosji. Od XVIII wieku do I poł. XX wieku w wyniku rozbiorów Polski w Rosji żyło bardzo dużo Żydów. Komunistyczna polityka państwa i wrogie działania wobec Żydów na początku XX w. spowodowały silną falę emigracji tej ludności na tereny powstającego państwa Izrael. Można więc przypuszczać, że duże znaczenie ma turystyka sentymalna oraz pielgrzymkowa rodzin żydowskich, które pozostały w kraju i tam żyją. Jest także duża liczba odwiedzających jednodniowych z Rosji w zestawieniu z innymi krajami emisyjnymi, bo aż 0, 15 mln. Przypuszczalnie przybywają z sąsiednich krajów takich jak np. Egipt.

Dużą liczbą turystów do Izraela może się poszczycić także Wielka Brytania, następnie Niemcy i Włochy (kolejno 175; 138 i 121 w 2008 roku). Na szóstym miejscu znajduje się Polska z liczbą 87 tyś. turystów w 2008 r. Oczywiście jest to również związane z dużą ilością Żydów zamieszkujących w swojej historii Polskę oraz rodzin pochodzenia żydowskiego obecnie tu mieszkających. Ponadto dość istotnym celem podróży katolickich Polaków jest niewątpliwie Ziemia Święta, a więc cele religijne.

Ujmując ilość turystów ze względu na regiony emisyjne można zauważyć, że najwięcej turystów przybywa do Izraela z Europy, bo aż 1, 5 mln turystów, co stanowi 57 % udziału. Na drugim miejscu jest region Ameryk (0, 8 mln, czyli 30 % udziału), szczególnie jednak Ameryka Płn. (27 %). Ta różnica jest związana ze stosunkowo dużą bliskością krajów europejskich wobec Izraela w przeciwieństwie do Ameryk oraz ważnym czynnikiem kulturowym i ekonomicznym – popularnością podróżowania, uprawiania turystyki oraz stosunkowo wysokim statusem życia krajów europejskich.

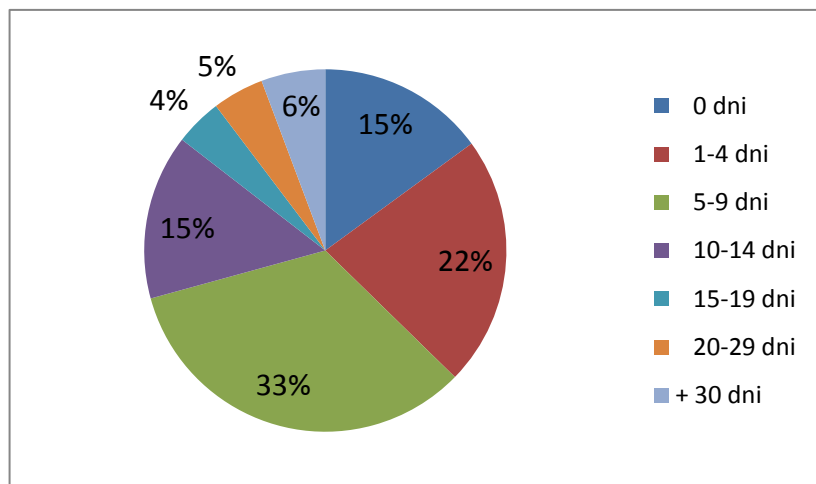
2.1.5. Długość pobytu turystów w Izraelu.

Tabela 9. Wyjazdy turystów wg długości pobytu w Izraelu w latach 2005-2008.

czas pobytu	rok wyjazdu turystów							
	2008	2007	2006	2005	2008	2007	2006	2005
	procent				tysiące			
SUMA	100,0	100,0	100,0	100,0	2 789,3	2 096,3	1 744,2	1 780,0
0 dni	15,0	9,6	4,0	5,0	415,3	201,1	69,8	88,9
1-4 dni	22,3	23,0	21,0	19,4	625,3	482,3	366,3	344,7
5-9 dni	33,4	32,4	34,3	32,3	932,3	680,2	598,3	575,1
10-14 dni	14,7	16,3	18,0	18,1	411,3	341,8	314,0	322,2
15-19 dni	4,2	5,2	5,6	6,3	117,5	108,5	97,7	112,2
20-29 dni	4,6	5,8	6,7	7,3	128,0	122,1	116,9	129,9
30-90 dni	4,1	5,4	6,8	7,4	115,6	112,2	117,9	132,4
91-364 dni	1,3	1,9	3,1	3,4	37,1	40,5	54,1	60,7
365+ dni	0,2	0,4	0,5	0,8	6,9	7,5	9,4	13,9
					średni pobyt-			
					dni			
Mediana z dł. pobytu					8	8	8	8
Średnia dł. pobytu:								
Mniej niż 3 miesiące					10	11	11	12
Mniej niż rok					13	14	17	18

Źródło: http://www1.cbs.gov.il/shnaton60/st23_07.pdf, CBS of Israel, data odczytu: 11.06.2010

Wykres 7. Rozkład procentowy długości pobytu turystów w Izraelu w 2008 roku.



Źródło: http://www1.cbs.gov.il/shnaton60/st23_07.pdf, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Z tabeli nr 9. możemy odczytać, że turyści przybywający do Izraela najczęściej zostają na 5-9 dni. Taką długość pobytu wybrało 0,9 mln turystów w 2008 r., co stanowi 33% takich decyzji podejmowanych przez turystów. Wynika to zapewne z faktu, że przeważająca liczba odwiedzających jest z Europy i Ameryk. Odległość ich kraju ojczystego do Izraela wpływa na decydowanie się przez nich na dłuższe pobyty, około tygodniowe. Na drugim miejscu popularności jest długość pobytu od 1-4 dni, czyli stosunkowo krótka. Wynika to z tendencji ogólnoświatowych

dążących do skrócenia czasu pobytu w kraju odwiedzanym oraz ze sposobu komponowania podróży objazdowych, w których Izrael jest tylko jednym z wielu krajów odwiedzanych z tego regionu (takich jak Turcja, Jordania czy Egipt). Turyści więc nie potrzebują wiele dni, żeby zwiedzić i „zaliczyć” kraj. Ponadto może wynikać to z dużej liczby krótkich pobytów biznesmenów na delegacjach i wyjazdach służbowych. Mogłoby to pokazywać wzrastające znaczenie Izraela jako partnera biznesowego.

Mediana długości pobytu jest stała w latach 2005-2008 i wynosi 8 dni. Średnia długość pobytu w 2008 roku była równa 10 dni przy pobytach poniżej 3 miesięcy i 13 dni przy pobycie mniej niż rok. Zauważyć należy, że średnia długość pobytu stopniowo maleje, co również jest wynikiem tendencji do skracania wyjazdów zagranicznych (krótsze a częstsze).

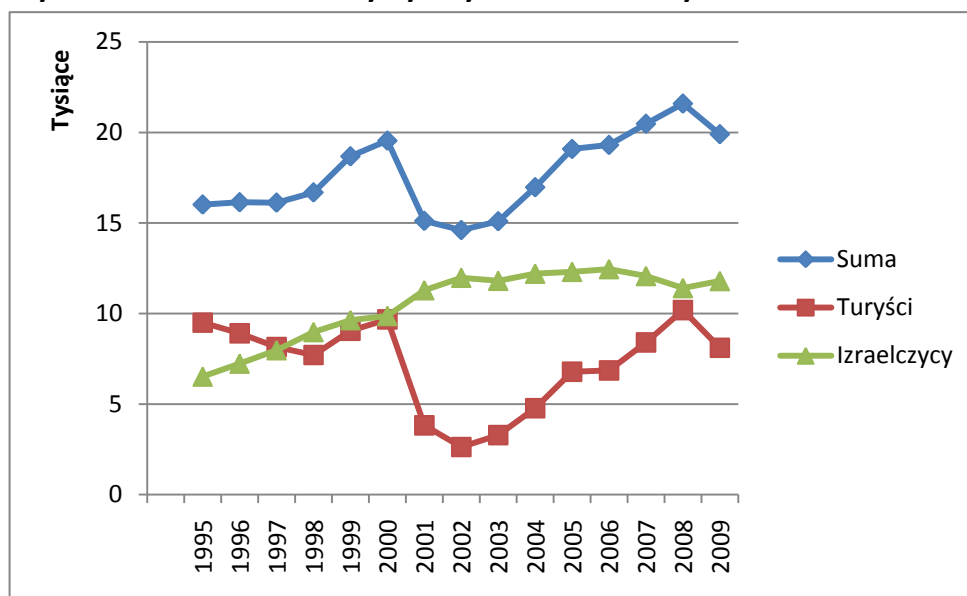
2.1.6. Ilość osobo nocy w hotelach.

Tabela 10. Ilość osobo nocy w hotelach turystycznych w tys. w latach 1995- 2009.

Lata	Suma	Turyści	Izraelczycy
1995	16 018,4	9 496,1	6 522,3
1996	16 145,7	8 907,6	7 238,1
1997	16 123,0	8 145,1	7 977,9
1998	16 687,6	7 709,2	8 978,4
1999	18 681,6	9 046,8	9 634,9
2000	19 546,5	9 676,4	9 870,2
2001	15 113,3	3 825,8	11 287,5
2002	14 606,6	2 628,2	11 978,4
2003	15 095,2	3 285,0	11 810,2
2004	16 973,5	4 771,3	12 202,2
2005	19 087,0	6 783,1	12 303,9
2006	19 307,7	6 854,1	12 453,6
2007	20 478,6	8 405,9	12 072,7
2008	21 595,5	10 187,5	11 408,0
2009	19 904,7	8 108,9	11 795,9
2009 I-III	3 623,0	1 692,3	1 930,7
2010 I-III	4 267,4	2 123,4	2 144,0
% zmiany	17,8	25,5	11,0

Źródło: http://www1.cbs.gov.il/www/yarhon/p5_e.htm, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Wykres 8. Osobo noc w turystycznych hotelach w tys. w latach 1995-2009.



Źródło: http://www1.cbs.gov.il/www/yarhon/p5_e.htm, opracowanie własne na podstawie tabeli: TABLE P/5.- PERSON-NIGHTS IN TOURIST HOTELS, CBS of Israel, data odczytu: 11.06.2010

W Tabeli nr 10. przedstawiona jest ilość osobo nocy zarejestrowanych przez hotele turystyczne. Najwięcej nocy zakupionych przez turystów zostało zarejestrowanych w 2008 roku, aż 10, 2 mln osobo nocy. Największa suma osobo nocy turystów i Izraelczyków miała miejsce także w roku 2008, co zrozumiałe ze względu na wzrastającą liczbę przyjeżdżających oraz kryzys w 2009r. Oczywiście załamanie wzrostu nastąpiło w 2001 roku w wyniku II Intifady, co wyraźnie jest widoczne na wykresie. Co ciekawe liczba osobo nocy zakupionych przez Izraelczyków zachowywała się odwrotnie do turystów. Nieustannie rosła do roku 2006 z lekkim załamaniem w 2003 i opadła w 2008, by znów wzrosnąć w 2009 (mimo kryzysu) do liczby 11, 8 mln osobo nocy. Procent zmian za pierwszy kwartał w 2010 roku wobec 2009 jest rokujący pozytywnie, bo jest to o ¼ więcej osobo nocy turystów i o 1/5 dla sumy (turystów i Izraelczyków).

2.1.7. Przyjazdy ze względu na cel przyjazdu

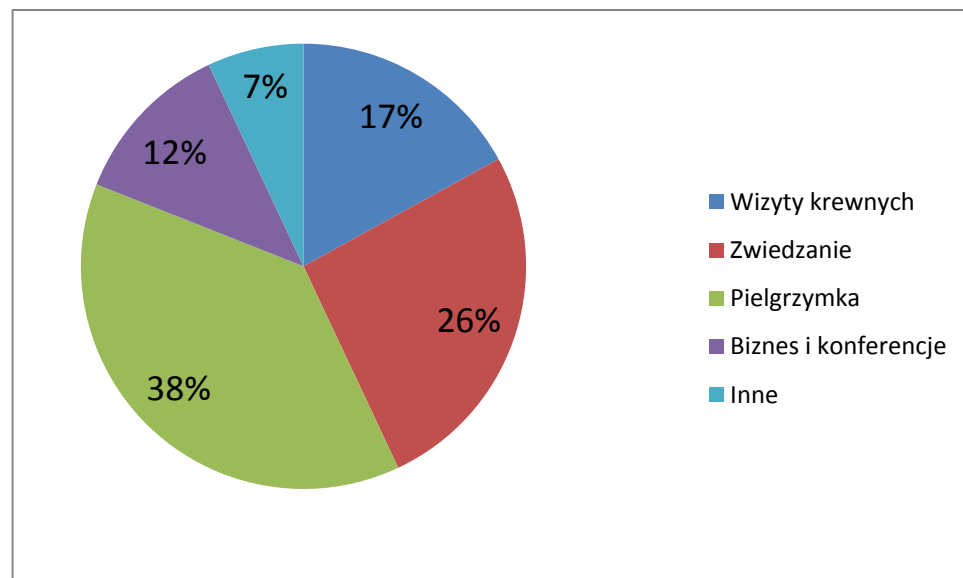
Tabela 11. Ilość przyjazdów ze względu na cel przyjazdu w tys. w latach 2000-2005.

	Przyjazdy ze względu na cel przyjazdu					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Biznes	169.1	128.0	112.2	158.0	241.0	337.7
Wypoczynek	942.2	553.2	189.6	344.0	376.5	618.4
Wizyta u znajomych/ rodziny	410.8	286.2	379.3	409.6	587.3	682.6
Inne	893.9	228.0	181.0	151.8	301.2	394.4
Przyjazdy wg celu wizyty	2,416.0	1,195.4	862.1	1,063.4	1,506.0	2,033.1

Źródło: http://www.pot.gov.pl/index.php?option=com_rubberdoc&view=doc&id=1514&format=raw

, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Wykres 9. Ilość turystów wg głównego celu przyjazdu do Izraela w % w 2008 roku



Źródło: <http://www1.cbs.gov.il/www/statistical/touris2008e.pdf>, CBS of Israel, opracowanie

własne, data odczytu: 11.06.2010

Najczęstszymi przyczynami przyjazdu do Izraela w 2005 roku były wizyta u znajomych/krewnych, (0,7 mln osób), co jest całkowicie zrozumiałe ze względu na ilość Żydów mieszkających w poza granicami kraju w innych krajach (najwięcej w USA). Cele przyjazdów zmieniły się w przeciągu tych 5-ciu lat (2000- 2005). W 2000 roku najważniejszym celem przyjazdu do Izraela był wypoczynek. W 2005 wypoczynek jest dopiero na 2. miejscu. Warto zauważyć też rubrykę 'inne', w której zawierają się niewymienione cele, także cele religijne, pielgrzymkowe. Są na trzecim miejscu w 2005 r., co wskazuje na dość pokaźną liczbę osób odwiedzających Izrael w celach pielgrzymkowych.

W 2008 roku najwięcej przyjazdów było w celu pielgrzymowania- 38%, następnie Zwiedzanie 26%, Wizyty u krewnych stanowiły tylko 17%, co jest relatywnie bardzo mało, a biznes i konferencje aż 12%. Widać przez to główne siły przyciągające turystów do Izraela. Przede wszystkim jest to Ziemia Święta w Jerozolimie i inne zabytki tego kraju poza Jerozolimą, następnie dużą wagę mają pokrewieństwa przyjeżdżających z obywatelami, czyli Żydzi z innych państw najczęściej znacionalizowani (USA, Rosja, Ukraina). A na czwartym miejscu ma znaczenie rozwój technologiczny i biznesowo- handlowy (ośrodki takie jak Tel Aviv).

2.1.8. Przyjazdy turystów wg wieku

Tabela 12. Ilość przyjazdów turystów do Izraela w tys. w latach 2000-2009

	Tysiące										Całkowita suma
	Wiek										
	0-4	5-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-44	45-54	55-64	+65	
2000	44,8	110,7	113,8	158,0	193,0	203,6	410,0	466,3	397,4	317,4	2 416,8
2001	31,3	59,5	58,3	94,7	114,7	123,2	233,5	224,6	148,1	106,4	1 195,7
2002	26,6	42,2	47,0	66,4	73,4	74,4	156,3	169,0	119,9	84,4	861,9
2003	39,6	66,8	69,5	81,6	82,6	85,2	177,9	196,5	149,0	111,8	1 063,4
2004	53,1	96,2	95,9	108,6	112,3	119,7	255,1	274,8	220,8	166,5	1 505,5
2005	57,0	117,2	110,8	124,4	130,8	142,9	309,7	350,9	307,2	240,7	1 902,7
2006	49,4	111,8	106,6	124,5	127,5	130,8	293,9	338,6	303,7	227,9	1 825,2
2007	58,7	130,1	124,7	155,7	166,4	170,0	375,3	431,9	378,6	274,1	2 267,9
2008	65,4	152,5	141,7	199,5	228,1	224,6	483,4	577,2	529,0	384,8	2 988,1
2009	52,4	112,4	103,2	139,0	155,0	147,4	306,6	349,5	310,5	222,5	2 671,4

Źródło: http://www.cbs.gov.il/www/tourism_q/t08.pdf, CBS of Israel, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Najwięcej przyjeżdża turystów w przedziale wiekowym: 45-54 w latach 2000-2009, w 2008 577, 2 tyś. turystów, z wyjątkiem 2001 roku, kiedy najwięcej było w wieku 35-44 lat. Duże ilości przybywają także w wieku 35-44, 55-64 lat, a także powyżej 65 lat. Warto zauważyć, że przybywa turystów w wieku 25-29 oraz 30-34 lat, co może wynikać z większym zainteresowaniem tym rejonem świata przez młodych turystów. Najbardziej podatni na zmiany związane z polityką i bezpieczeństwem oraz gospodarczych są przedziały wiekowe poniżej 19 lat i powyżej 65, czyli młodzież i starsi turyści. Wynika to z dużych zmian ilościowych w tych przedziałach w latach 2001, 2002 oraz 2009. Natomiast turyści w wieku 35-64, czyli dorośli mający już najczęściej wychowane dzieci oraz ustawkowaną sytuację finansową, są na te czynniki dość odporne. Wynikać to może stąd, że głównym powodem podróży do Ziemi Świętej są pielgrzymki, które bez względu na czas i warunki nieustannie się odbywają. Są jakby ponadczasowe. Świadczy to o wielkiej determinacji tych pielgrzymów.

2.2. Dochody Izraela z turystyki

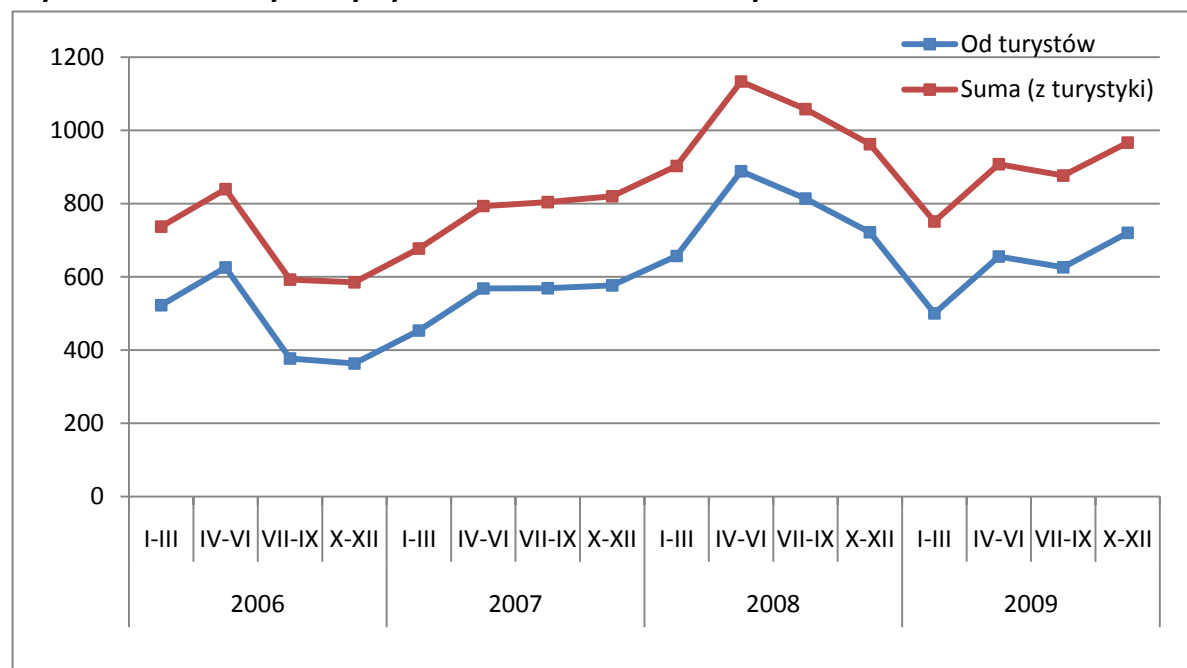
2.2.1. Dochody Izraela z turystyki.

Tabela 13. Dochód z turystyki w mln US \$ w latach 2000-2009.

Lata	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Od turystów	3 132,8	1 378,4	918,5	1 063,5	1 475,4	1 905,5	1 889,0	2 167,5	3 081,0	2 502,0
Suma (z turystyki)	4 113,8	2 560,5	2 145,0	2 132,0	2 415,1	2 782,5	2 754,5	3 094,6	4 056,5	3 502,1

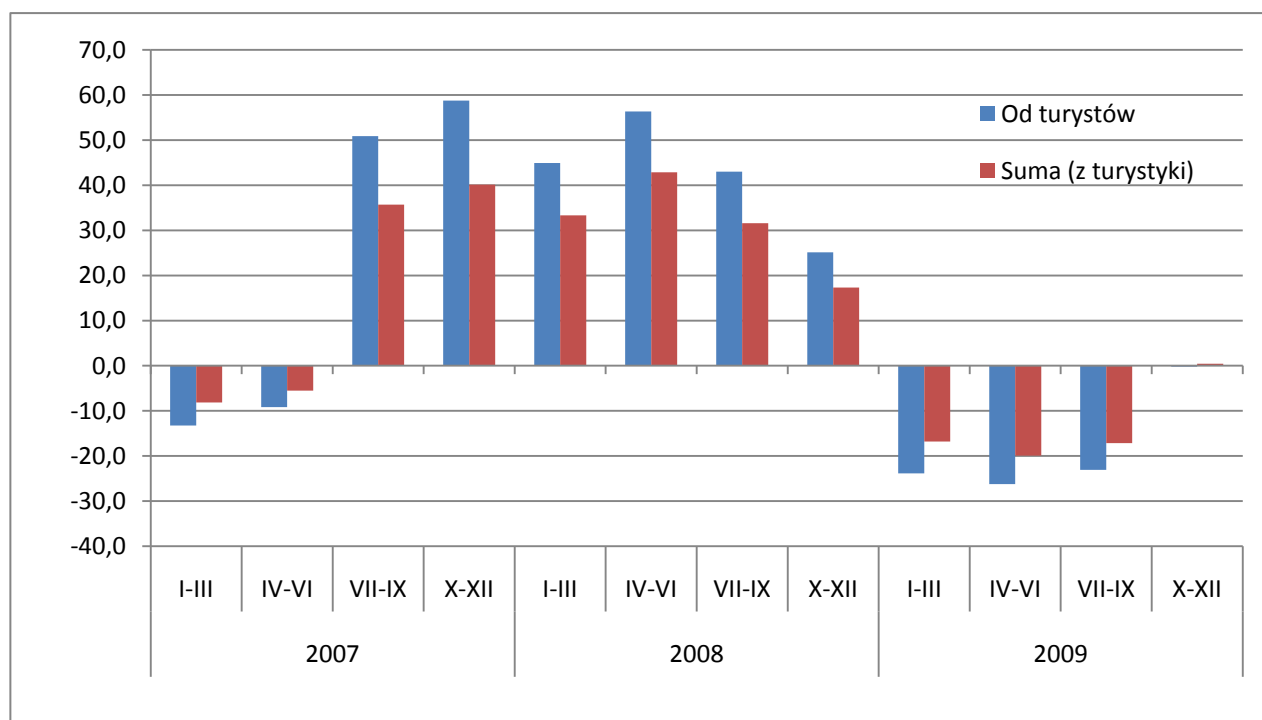
Źródło: http://www1.cbs.gov.il/www/tourism_q/t18.pdf, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Wykres 10. Dochody z turystyki w zestawieniu kwartalnym w latach 2006-2009.



Źródło: http://www1.cbs.gov.il/www/tourism_q/t18.pdf, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Wykres 11. Procent zmian do poprzedniego roku ze względu na dochody z turystyki w zestawieniu kwartalnym w latach 2007-2009



Źródło: http://www1.cbs.gov.il/www/tourism_q/t18.pdf, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Największy dochód w latach 2000-2009 z turystyki dla gospodarki Izraela miał miejsce w 2000 roku, bo aż 4 113, 8 mln \$. Na podobnym poziomie plasował się w 2008 roku- 4 056, 5 mln \$, w tym 3 061 mln, czyli 75,9% od samych turystów.

2.2.2. Dochody uzyskane przez hotele turystyczne

Tabela 14. Dochody w hotelach turystycznych w latach 2000- 2009 w mln NIS, w latach 2008-2009 w rozkładzie kwartalnym oraz procent zmian do roku poprzedniego.

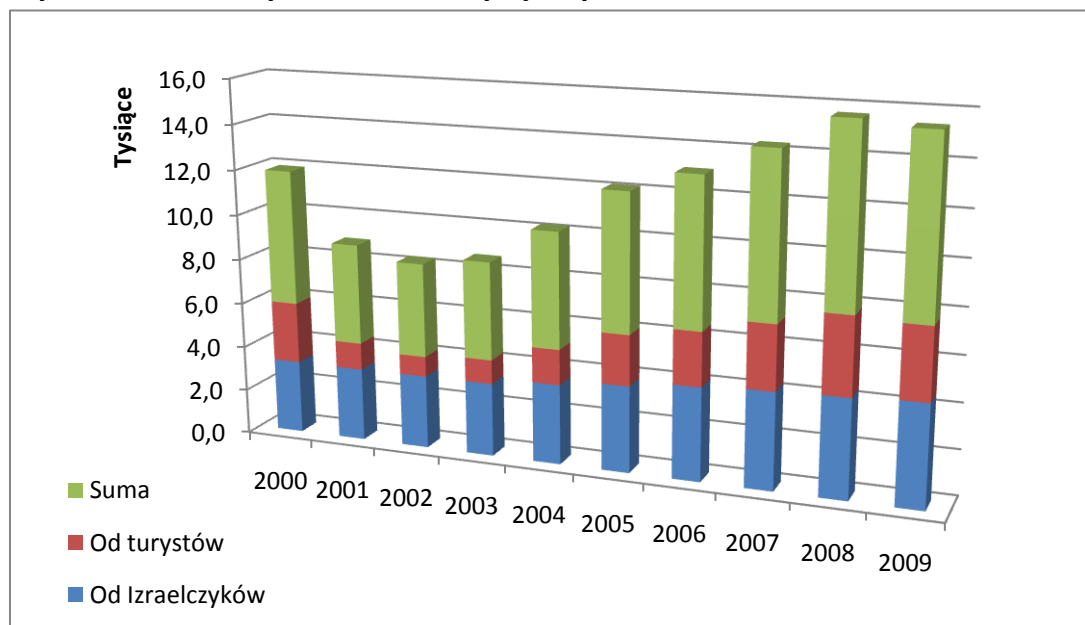
Lata		Od Izraelczyków	Od turystów	Suma
		mln NIS		
	2000	3 251,60	2 706,40	5 958,10
	2001	3 237,20	1 196,60	4 433,80
	2002	3 251,10	896,1	4 147,20
	2003	3 258,80	1 062,30	4 321,10
	2004	3 546,20	1 563,60	5 109,80
	2005	3 833,90	2 239,90	6 073,80
	2006	4 139,60	2 386,40	6 526,00

2009	2007	4 300,30	2 853,60	7 153,80
	2008	4 396,30	3 430,40	7 826,70
	2009	4 537,00	3 163,40	7 700,40
	I-III	752,6	579,1	1 331,80
	IV-VI	1 194,90	880,2	2 075,10
	VII-IX	1 457,60	820,4	2 278,00
	X-XII	1 131,80	883,7	2 015,60
% zmian to tego samego czasu w roku poprzednim				
	2005	8,1	43,3	18,9
	2006	8	6,5	7,4
	2007	3,9	19,6	9,6
	2008	2,2	20,2	9,4
	2009	3,2	-7,8	-1,6
2009	I-III	-10,4	-15,4	-12,7
	IV-VI	8,3	-10,3	-0,5
	VII-IX	3,2	-6,2	-0,4
	X-XII	8,9	-0,7	4,5

Źródło: http://www1.cbs.gov.il/reader/newhodaot/tables_template_eng.html?hoda=201028053,

CBS of Israel, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Wykres 12. Dochody w hotelach turystycznych w latach 2000- 2009 w mln NIS



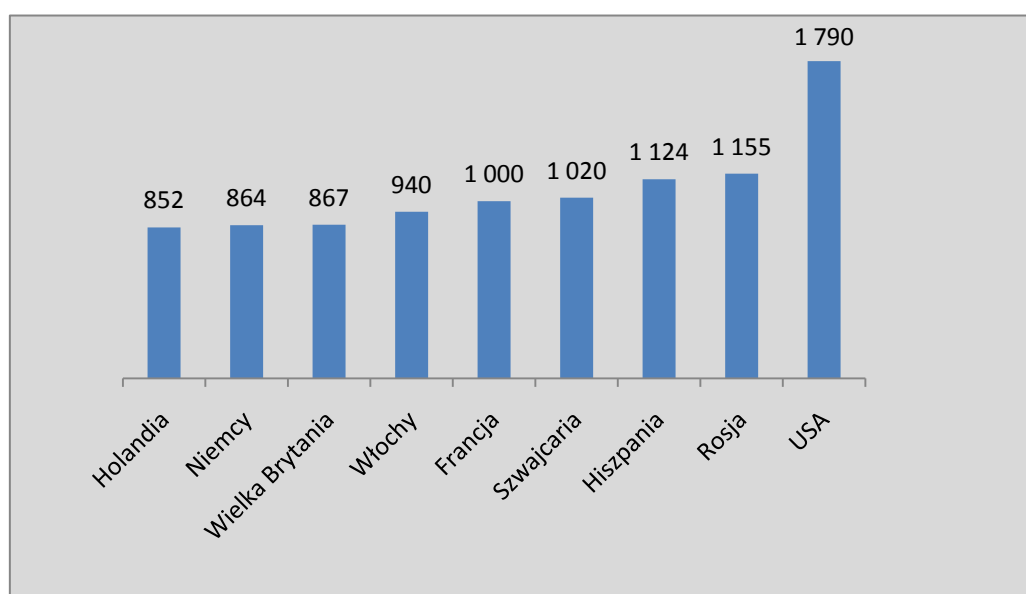
Źródło: opracowanie własne na podstawie Tabeli nr 8.

Największy dochód hotele turystyczne miały w roku 2008, bo 7 826, 7 mln NIS (z turystów i z Izraelczyków), w tym 3 430, 4 mln NIS od turystów, co daje 43,8 %, a 4 396, 3 mln od Izraelczyków, czyli 56,2% dochodu hoteli w tym roku. Udział turystów i Izraelczyków w dochodach jest podobny, jednak Izraelczycy więcej wydają na zakwaterowanie w hotelach niż turyści i tę tendencję można

zaobserwować w latach 2000-2009, jak powyżej widzimy. Warty uwagi jest fakt, że, mimo kryzysu w 2009 roku, tak jak w przyjazdach możemy zauważyć, że dochód od Izraelczyków wzrasta stale do 2009 roku, choć niedużo, bo o 3,2 % wobec 2008r., w przeciwieństwie do dochodów z turystów, które **spadły** w stosunku do 2008 roku o 7,8 %. Wnioskujemy, że ruch turystyczny i sektor turystyczny jest bardzo podatny i silnie na niego oddziałują zmiany zachodzące w gospodarce, czyli ma wysoką elastyczność ze względu na wypadki losowe, jakim może być nagłe załamanie gospodarki.

2.2.3. Wydatki turystów

Wykres 13. Wydatki turystów w Izraelu wg kraju pochodzenia w \$ w 2008.



Źródło: <http://www1.cbs.gov.il/www/statistical/touris2008e.pdf>, CBS of Israel, data odczytu: 11.06.2010

Najwięcej wydatków w Izraelu podczas pobytu ponieśli Amerykanie z USA - 1 790\$. Jest to zrozumiałe ze względu na największą ilość turystów przyjeżdżających z tego kraju do Izraela. Ponadto Amerykanie znani są z rozrzutności. Na drugim miejscu Rosja w wysokości 1 155\$ w 2008 roku, następnie Hiszpania, co może dziwić, gdyż nie przybywają w aż tak ogromnej liczbie do Izraela. Zaskoczeniem jest Wielka Brytania, która jest dopiero na 7. miejscu pod względem wydatków, a przyjeżdża ich sporo. Po raz kolejny może mieć tu znaczenie czynnik kulturowy- skłonność do oszczędzania.

Ponadto w 2008 roku 37% wydatków poczynionych przez turystów była przeznaczona na hotele i inne formy zakwaterowania, 18% na transport, 17% na jedzenie i picie, 14% na zakup

pamiątek i 14% innych wydatków⁵ Świadczy to o tym, że w dalszym ciągu najważniejszą usługą kupowaną w Izraelu jest usługa noclegowa i kolejno dwie pozostałe ważne usługi: transportowa i gastronomiczna. Może to odzwierciedlać, jaki procent turystów sam organizuje sobie wyjazdy. Tę zależność pokaże wykres nr 14.

Tabela 15. Ilość turystów wg charakteru wizyty w procentach w 2007 i 2008 roku.

Lata	charakter wizyt		
	% przybywających na zorganizowaną wycieczkę lub pakiet usług	% przybywających w celu pielgrzymki i zwiedzania	% wizyt powrotnych
2007	37	50	59
2008	64	64	42

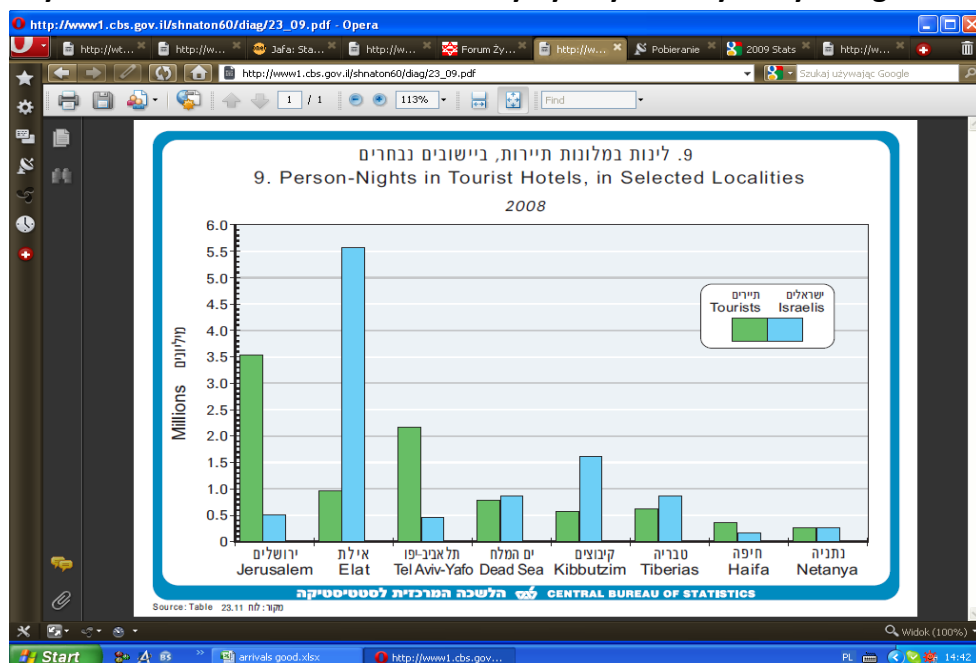
Źródło: <http://www1.cbs.gov.il/www/statistical/touris2008e.pdf>, CBS of Israel, str. opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Na podstawie wykresu można zauważyć, że zorganizowane wycieczki w Izraelu stanowiły 64% w 2008 roku wybieranych form wizyty, czyli ponad połowę. Tyleż samo turystów wybrało się w celu pielgrzymowania i zwiedzania Izraela.

⁵ za: „Tourism in Israel 2008”, Central Bureau of Statistics in Israel, <http://www1.cbs.gov.il/www/statistical/touris2008e.pdf>, data odczytu: 11.06.2010

2.3. Regiony turystyczne

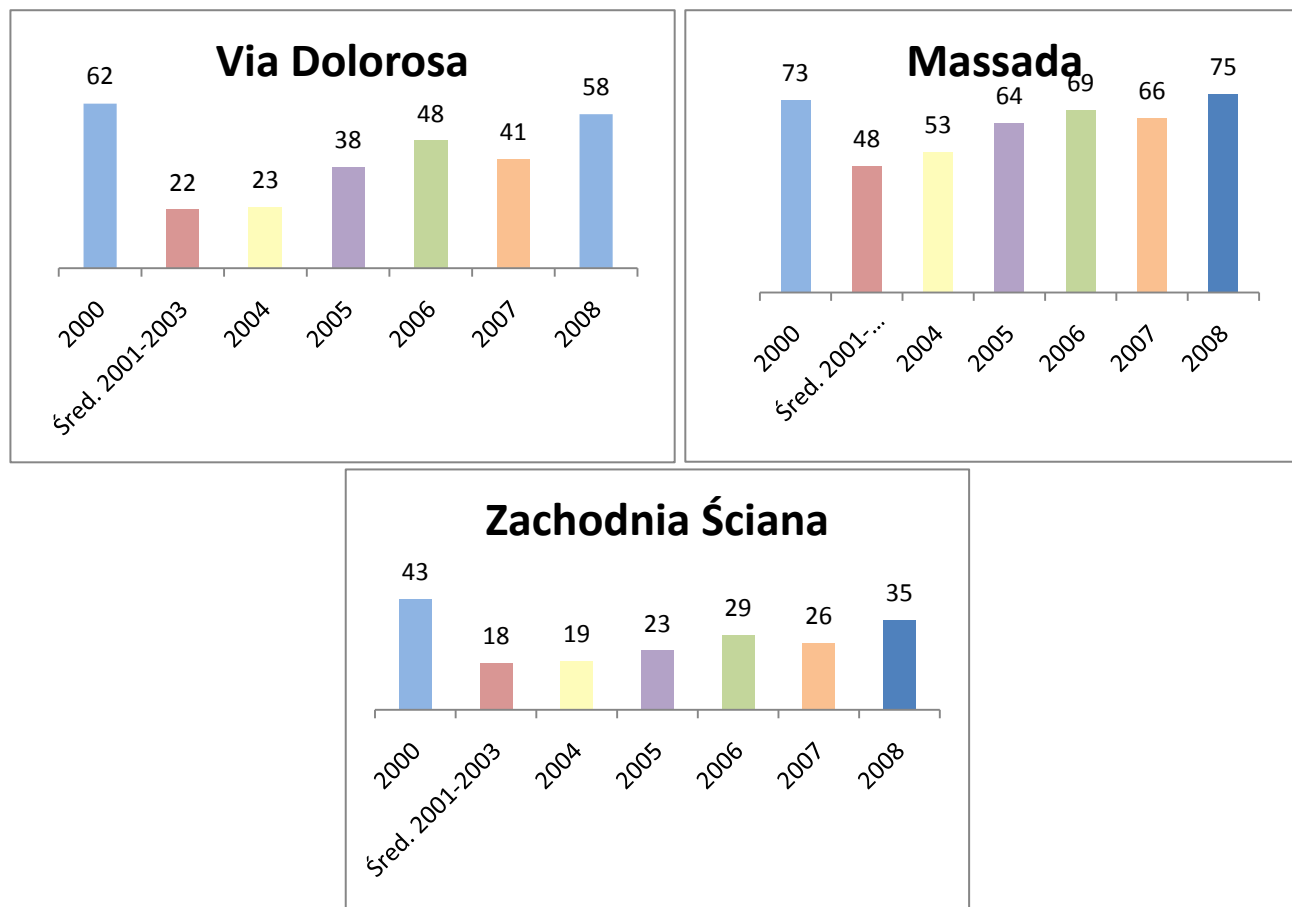
Wykres 14. Osoba noc w hotelach turystycznych w wybranych regionach Izraela w roku 2008



Źródło: http://www1.cbs.gov.il/shnaton60/diaq/23_09.pdf, CBS of Israel, data odczytu: 11.06.2010

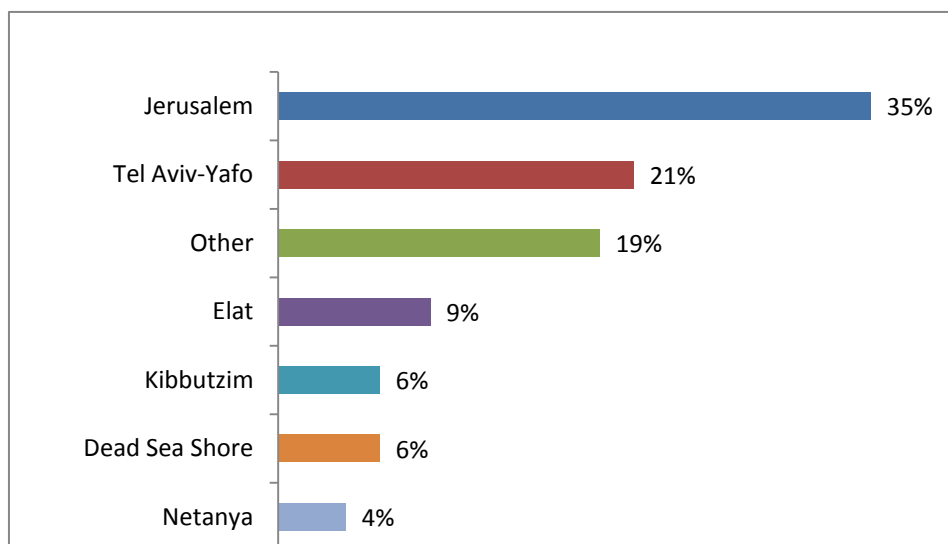
Na podstawie wykresu możemy zauważyć, że największa kumulacja ruchu turystycznego w 2008 roku miała miejsce w Jeruzalem. Święte miasto dalej pozostaje w centrum dla turystów przybywających do Izraela, wynika to z faktu wagi tego miejsca, zabytków kultury materialnej, a także niematerialnej, znaczenia historycznego, kulturalnego, duchowego, a także politycznego. Na drugim miejscu plasuje się Tel Aviv - Yafo, co wydaje się oczywiste ze względu na fakt, że Tel Aviv jest stolicą oraz prężnie rozwijającym się nowoczesnym miastem. Dopiero na trzecim i czwartym miejscu znajdują się kolejno Eilat i Wybrzeże Morza Martwego, czyli ośrodki turystyki wypoczynkowej, tak popularne dla Izraelczyków. Wniosek jest jeden: Izrael nie jest wystarczająco kuszący dla amatorów wypoczynku biernego i jest głównie kojarzony w Europie z Jeruzalem, ze Świętym Miejsmem, nie zaś z plażami, mimo, że Izrael ma do tego możliwości geograficzne. Jednakże Izraelczycy doceniają ów region i największą popularnością wśród nich cieszy się właśnie Eilat - ośrodek na południu kraju z największą kumulacją turystyki wypoczynkowej. Na drugim miejscu jest Kibbutzim, czyli spokojne, agroturystyczne miejsca, gdzie turysta może odpocząć od zgiełku i miast, inaczej ujmując jest to popularna w Izraelu turystyka wiejska.

Wykres 15. Ilość turystów wg przyjazdów do wybranych miejsc w % w latach 2000- 2008.



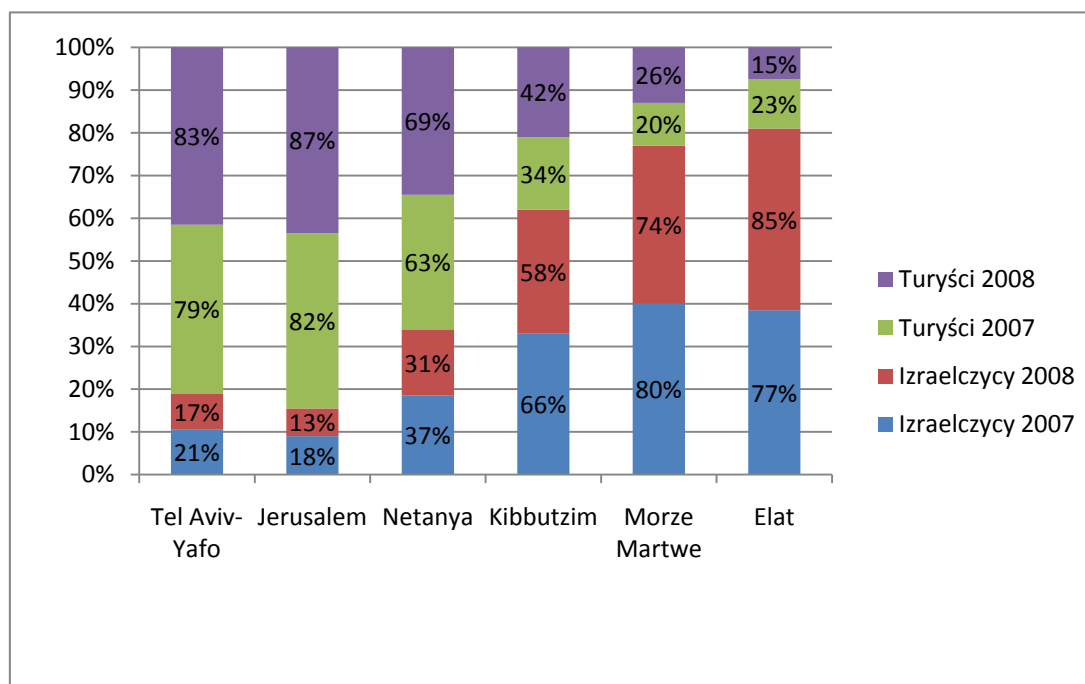
Źródło: <http://www1.cbs.gov.il/www/statistical/touris2008e.pdf>, CBS of Israel, data odczytu: 11.06.2010

Wykres 16. Osoba noce turystów wg regionu w procentach w 2008.



Źródło: <http://www1.cbs.gov.il/www/statistical/touris2008e.pdf>, CBS of Israel, data odczytu: 11.06.2010

Wykres 17. Osoba noce Izraelczyków i Turystów w głównych rejonach w procentach w 2007 i 2008



Źródło: <http://www1.cbs.gov.il/www/statistical/touris2008e.pdf>, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Jak widzimy na powyższych wykresach zróżnicowanie regionalne rozmieszczenia ruchu turystycznego jest duże. Na wykresie 15. widzimy wybrane regiony i zmiany w ilości turystów w przedziale lat 2000-2008. W tym zestawieniu procentowym najbardziej popularna jest Masada, twierdza żydowska, dopiero potem Via Dolorosa w Jerusalemie, czyli Droga Krzyżowa. Widzimy też bardzo duże zróżnicowanie w ilości turystów między Masadą, a Ścianą Zachodnią. Wynika to z mniejszej atrakcyjności tego regionu dla turystów, czy też niewłaściwej promocji tego miejsca, jak również z poziomu ryzyka związanego z bezpieczeństwem tego regionu.

Na wykresie 16. Przedstawiony jest procentowy udział głównych regionów turystycznych ze względu na ilość osób nocujących przez turystów w 2008 roku. Jerusalemy przoduje w statystyce (35%), pozostawiając za sobą stolicę - Tel Aviv z 21% oraz Eilat, Kibbutzim, wybrzeże Morza Martwego oraz inne regiony, które nie zostały wyszczególnione, a stanowią razem aż 19%.

Na wykresie 17. jest przedstawione procentowe udziały sześciu najważniejszych regionów turystycznych w zestawieniu Izraelczyków (turystyka krajowa) i turystów (turystyka przyjazdowa) w 2007 i 2008 roku.

Tel Aviv jest dość popularny wśród turystów, choć nie bardziej niż Jerusalemy, które przoduje. Warto zauważyć, że wzrasta zainteresowanie tymi regionami do 83% i 87% w 2008 roku, co ciekawe równocześnie spada zainteresowanie Izraelczyków tymi regionami z 21 na 17% w Tel Avivie i z 18 na 13% w Jerusalemie.

Dla Izraelczyków najpopularniejszy jednak region to w 2007 Morze Martwe i w 2008 Elat. Dla turystów odwrotnie: są najrzadziej wybierane regiony, co z roku na rok zmniejsza się. Spadło zainteresowanie Elatem, w przeciwieństwie do Izraelczyków, natomiast wzrósł wybór Morza Martwego o 6%, gdzie i Izraelczyków spadł. Czym ta zależność może być spowodowana? Po pierwsze Izraelczycy mogą mieć tendencje do nie wybierania destynacji silnie przesilonych ruchem turystycznym, ucieczki od zgiełku i komercji. Inną przyczyną może być fakt, że ich zachowanie wynika z ich żydowskiej kultury, bądź z zamykania się na inne narody, na „obcych”. Jednakowoż takie zjawisko ma swoje plusy. Przede wszystkim nie dochodzi do przesycenia rejonu zbyt dużą ilością ludzi (przekroczenia chłonności turystycznej), zachowana jest zjawisko równowaga i możliwość kontroli ruchu turystycznego w kraju.

III Rynek emisji turystycznej

3.1. Liczba podróży krajowych i zagranicznych

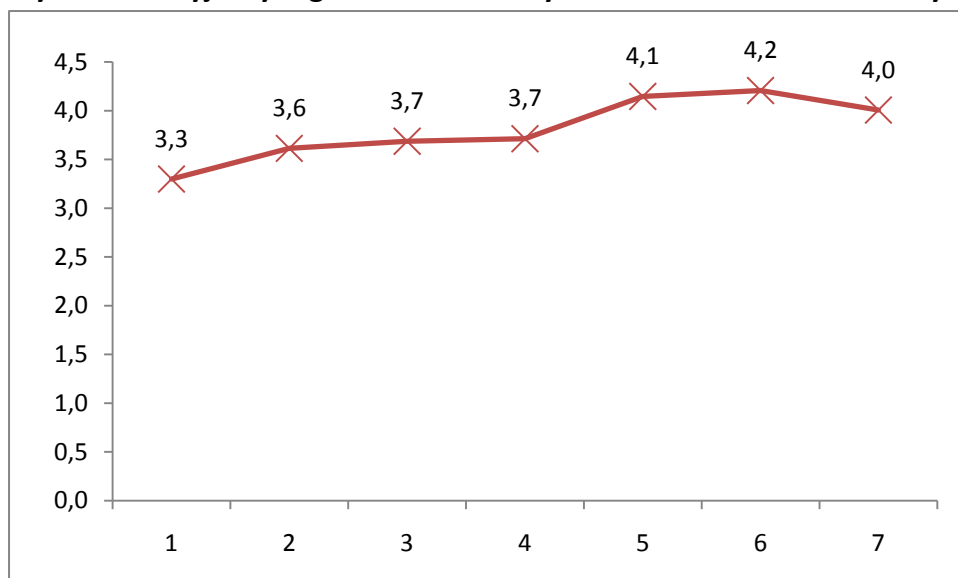
3.1.1. Liczba wyjazdów zagranicznych Izraelczyków.

Tabela 16. Liczba wyjazdów Izraelczyków za granicę w latach 2003-2009 i I-IV 2010 w mln.

LATA	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2009 I-IV	2010 I-IV
Izraelczycy	3,3	3,6	3,7	3,7	4,1	4,2	4,0	0,9	1,0

Źródło: http://www.cbs.gov.il/hodaot2010n/28_10_094t1.pdf, CBS of Israel, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

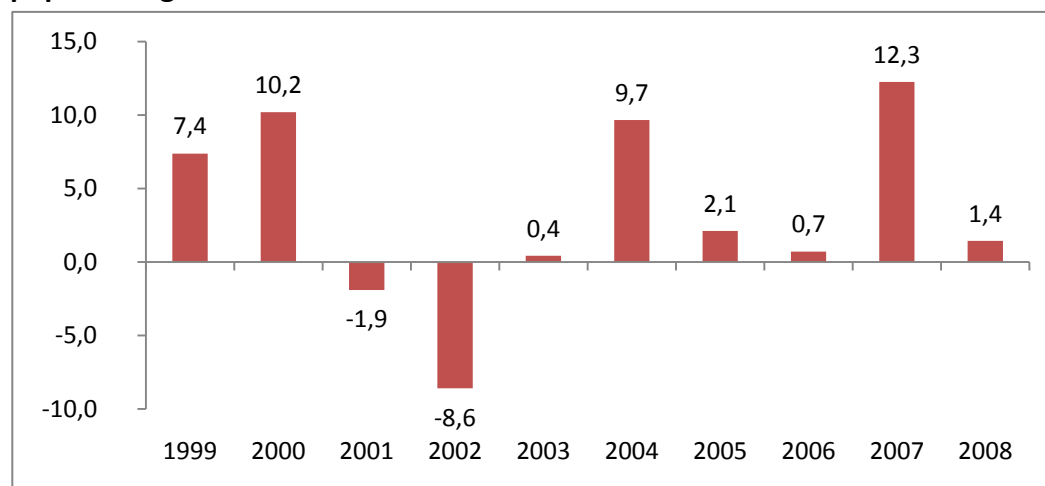
Wykres 18. Wyjazdy zagraniczne Izraelczyków w latach 2003-2009 w tys.



Źródło: http://www.cbs.gov.il/www/yarhon/e1_e.htm, opracowanie własne na podstawie Tabeli 10., data odczytu: 11.06.2010

W tabeli 16. oraz na wykresie 18. została przedstawiona ilość jednostkowych wyjazdów za granicę Izraelczyków. Jest ona rosnąca wraz z postępem czasu. Najwięcej wyjazdów było w 2008 roku- 4 207 000, gdyż przez kryzys światowy został zatrzymany stopniowy wzrost, który miał miejsce w poprzednich latach. Jednakże trzeba zauważyć, że w stosunku do zmian w poprzednich latach był to nie duży spadek, bo o 200 tys. w stosunku do roku 2008. Warto także zauważyć niewielki wzrost wyjazdów w relacji roku 2007 do 2008, tylko o 60 tys. wyjazdów, a więc tempo zmian zmalało. Najlepiej pokaże to wykres zmian nr 19. Warte uwagi jest też spostrzeżenie dotyczące zmian w pierwszych czterech miesiącach w 2010 roku w stosunku do tego samego okresu w 2009. Zmiana nastąpiła o 97 900 tys. wyjazdów, więc jak na tak krótki okres czasu (4 miesiące) oraz biorąc pod uwagę czynnik gospodarczy (kryzys) jako niski wynik w 2009r. jest to wystarczająca liczba, która rokuje wzrost wyjazdów w 2010 roku, co jest skutkiem „wyjścia z kryzysu”.

Wykres 19. Procent zmian wyjazdów zagranicznych Izraelczyków w stosunku do roku poprzedniego w latach 1999-2008



Źródło: http://www.cbs.gov.il/shnaton60/st23_01.pdf, CBS of Israel, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Największą zmianę w ilości wyjazdów Izraelczyków miał rok 2007. Mogło to być spowodowane niepokojami panującymi w kraju wywołanymi wojną z Libanem w 2006r. i chęcią wyrwania się z kraju opanowanego zamieszkami. Największy spadek wyjazdów był w 2002 roku, jako odbicie II Intifady, która wybuchła w 2000r. i trwała do porozumienia w 2003r. Po zakończeniu wojny, w 2004 roku na nowo ruszyły wyjazdy Izraelczyków z kraju.

3.1.2. Wyjazdy zagraniczne Izraelczyków ze względu na środek transportu.

Tabela 17. Wyjazdy zagraniczne Izraelczyków wg rodzaju środka transportu w latach 2005-2008 w tysiącach.

	Tysiące				
	2005	2006	2007	2008	2009
Całkowita suma	3 687,4	3 713,1	4 147,4	4 206,8	4 007,0
DROGĄ POWIETRZNĄ - suma	3 013,1	3 145,1	3 433,2	3 552,3	3 396,8
Ben Gurion	3 005,0	3 137,2	3 418,0	3 544,6	3 391,7
Elat	1,7	1,6	1,7	1,3	
DROGĄ MORSKĄ - suma	150,6	132,8	137,1	111,3	117,1
Haifa	113,7	71,4	47,6	61,2	52,6
Ashdod	35,7	60,4	87,3	47,8	62,2
DROGĄ LĄDOWĄ - suma	523,7	435,1	577,1	543,2	493,1
Egipt - suma	264,6	190,8	260,4	207,8	209,8
Elat (Taba)	263,9	190,8	260,4	207,8	-
Jordan - suma	259,1	244,3	316,8	335,4	283,3

Allenby	70,3	77,7	88,5	92,6	87,7
Arava	21,5	18,6	47,0	62,3	41,1
Jordan River	167,3	148,0	181,2	180,5	154,4

Źródło: http://www.cbs.gov.il/www/tourism_q/t12.pdf, CBS of Israel, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Najwięcej podróży podjętych przez Izraelczyków w 2009 roku odbyło się samolotem (3, 4 mln), prawie wszystkie z lotniska Ben Gurion mieszczącego się koło stolicy. I na podobnym poziomie utrzymuje się ten sposób podróżowania od 2005 roku (3 mln w 2005 r.). Widać zatem nie dużą zmianę w przeciągu pięciu lat, poza spadkiem lotów w 2009 roku, z powodu kryzysu o 155,5 tys. wyjazdów. Drugim sposobem podróżowania wg popularności jest przemieszczanie drogą lądową (0,5 mln w 2009 roku). Co ciekawe w 2007 roku było najwięcej podróży w ten sposób przeprowadzanych, bo o 33,9 tys. więcej w stosunku do roku 2008 i o 83 tys. do roku 2009. Najbardziej uczęszczane przejście graniczne jest na granicy z Egiptem w Elat, a do Jordanii przejechać można w rejonie Rzeki Jordan (0,15 mln w 2009), a za nią kolejno w Allenby i Arava. Więcej jest wyjazdów zanotowanych do Jordani lądem niż do Egiptu i ta różnica się powiększała do 2009 roku, kiedy to spadła. Drogą morską podróżowało z Izraela 0,1 mln osób w 2008 r.

3.1.3. Wyjazdy Izraelczyków wg wieku.

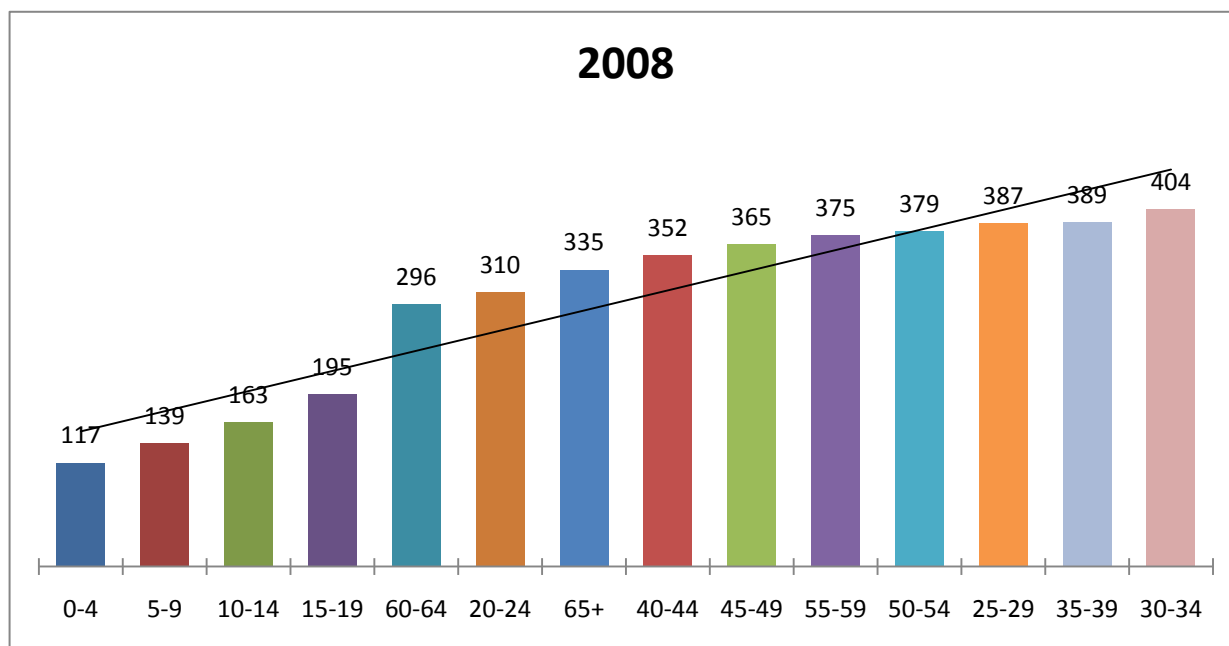
Tabela 18. Wyjazdy Izraelczyków wg wieku w % i tys. w latach 2004-2008.

Wiek	2008	2007	2006	2005	2004	2008	2007	2006	2005	2004
	PROCENTY					TYSIĄCE				
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	4 206,8	4 147,4	3 713,1	3 687,4	3 614,1
0-4	2,8	2,7	2,7	2,5	2,7	117,5	114,0	98,8	94,0	96,2
5-9	3,3	3,3	3,1	3,0	3,2	139,0	135,0	115,2	111,8	114,6
10-14	3,9	3,8	3,7	3,7	3,8	162,9	158,9	137,3	135,5	137,3
15-19	4,6	4,8	4,8	4,8	4,9	195,2	200,0	177,2	176,9	178,7
20-24	7,4	7,2	7,3	7,2	7,3	310,0	297,8	271,8	266,2	262,4
25-29	9,2	9,1	9,5	10,1	10,6	387,4	376,1	351,6	371,6	384,0
30-34	9,6	9,8	9,9	10,0	10,0	403,5	404,9	368,3	367,5	361,0
35-39	9,3	9,1	8,9	8,5	8,2	389,1	375,5	329,2	312,0	297,7
40-44	8,4	8,4	8,5	8,4	8,6	352,2	347,9	314,6	310,8	310,3
45-49	8,7	8,9	9,2	9,4	9,5	364,7	370,3	341,2	346,9	341,9
50-54	9,0	9,2	9,5	9,9	10,0	379,1	383,5	353,5	364,9	360,2
55-59	8,9	9,0	9,2	9,3	8,7	374,7	373,8	341,6	343,6	315,7
60-64	7,0	6,6	5,9	5,1	4,7	296,2	274,1	217,6	189,1	170,0
65+	8,0	8,1	8,0	8,0	7,9	335,4	335,6	295,3	296,7	284,1
Mediana wieku						40,0	40,2	40,1	40,1	39,5

Źródło: http://www.cbs.gov.il/shnaton60/st23_03.pdf, CBS of Israel, data odczytu: 11.06.2010

Z tabeli 18. możemy odczytać, że mediana wieku wyjeżdżających obywateli z Izraela w 2008 r. równa była 40 lat i ta wartość niewiele zmienia się od 2005 roku. Najwięcej Izraelczyków wyjeżdża w przedziale wiekowym 30-34 lata. Porównywalna ilość wyjazdów odbywa się w przedziale wiekowym 25-29 lat oraz 35-39 lat. Wynika to z faktu, że w tym okresie życia przeciętny Izraelczyk jest już ustatkowany finansowo, po służbie wojskowej i ma już takie zarobki, które pozwalają zaspokoić potrzeby wyższe. Warto zauważyć, że kolejne przedziały wiekowe 35-60 lat także są aktywne turystycznie, bardziej niż młodsze pokolenie. Głównym powodem tego jest konieczność służby wojskowej, która obejmuje obie płcie od 18 roku życia przez okres 2, 3 lat. Ponadto negatywny wpływ mają: obowiązek szkolny, brak popularności podróży wśród młodzieży, brak niezależności finansowej oraz przebywanie w domu rodzinnym na utrzymaniu rodziców, którzy są decydentami w wielu kwestiach, także podróży turystycznych.

Wykres 20. Ilość wyjazdów Izraelczyków w tys. w 2008 roku.



Źródło: http://www.cbs.gov.il/shnaton60/st23_03.pdf, CBS of Israel, opracowanie własne na podstawie Tabeli 12., data odczytu: 11.06.2010

3.1.4. Ilość wyjazdów Izraelczyków wg długości pobytu za granicą.

Tabela 19. Powroty Izraelczyków wg czasu trwania pobytu za granicą w tys. w latach 2004-2008.

Czas trwania pobytu	Rok powrotu				
	2008	2007	2006	2005	2004
TOTAL	4 197,8	4 138,2	3 686,3	3 660,3	3 584,5
0 dni	154,4	141,5	133,5	134,3	122,8

1-4 dni	1 284,9	1 294,9	1 122,6	1 193,3	1 146,2
5-9 dni	1 227,5	1 195,3	1 032,4	986,2	1 009,5
10-14 dni	453,2	433,7	405,2	381,0	380,8
15-19 dni	238,0	245,1	223,5	202,1	199,9
20-29 dni	233,8	234,5	213,6	217,3	209,5
30-90 dni	250,3	242,8	232,0	225,7	214,9
91-364 dni	224,4	219,1	209,0	199,9	189,0
365+ dni	93,1	92,0	85,6	87,3	81,9
nieznany	38,3	39,3	28,9	33,5	30,0
Mediana pobytu (dni)	7	7	8	8	8
pobyt za granicą mniej niż:					
3 miesiące	10	10	11	10	10
1 rok	21	21	22	21	21

Źródło: http://www.cbs.gov.il/shnaton60/st23_04.pdf, CBS od Israel, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Najczęstsza długość pobytu za granicą podejmowana przez Izraelczyków to 1-4 dni, czyli stosunkowo krótkie wyjazdy. W 2008 roku było to 1,3 mln powrotów Izraelczyków, co stanowi 31%. Najwięcej jednak powrotów po tylu dniach było w 2005 roku, co stanowiło 33% wyborów podejmowanych dot. długości pobytu za granicą. Drugi w kolejności czas pobytu to 5-9 dni, bo 1,2 mln powrotów w 2008 roku, co daje 29%. Na trzecim miejscu podejmowane są podróże na 10-14 dni (0,5 mln). Pobytów jednodniowych było 0,15 mln w 2008r., co stanowi niewielki procent podróży zagranicznych - 3,7%. Mediana pobytu za granicą dla 2008 roku wynosi 7 dni, czyli tydzień. Średnia dla pobytu poniżej 3 m-cy to 10 dni.

Można wywnioskować, że Izraelczycy mają tendencje do krótkich wyjazdów zapewne w kierunkach sąsiednich krajów, jak Jordania, Egipt ze względu na bliskość wyjazdy te nie trwają długo. Zapewne są odbywane w celach wypoczynkowych, bądź handlowych.

3.1.5. Liczba podróży Izraelczyków w kraju.

Liczbę podróży krajowych można określić na podstawie ilości noclegów Izraelczyków w hotelach w kraju.

Tabela 20. Liczba osobo nocy oraz gości w hotelach w Izraelu w latach 2000-2009 w tysiącach.

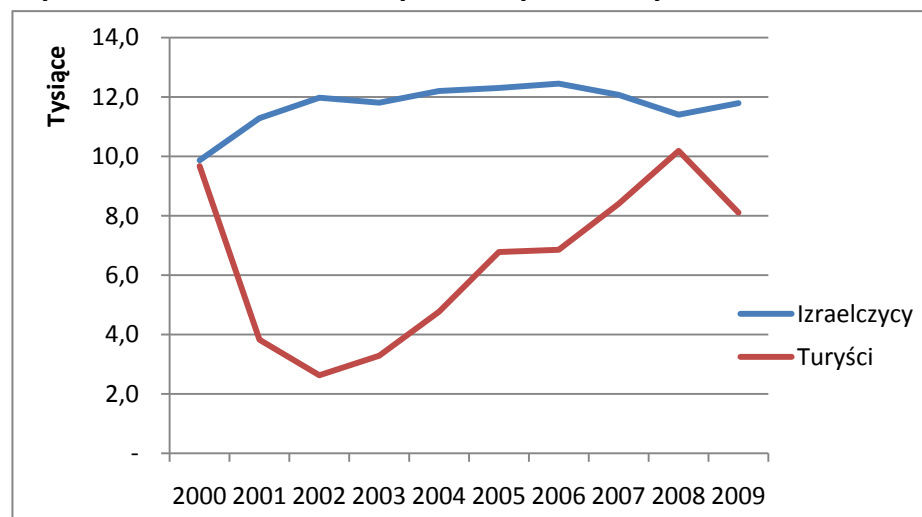
Lata	Osobo noce (tysiące)		Goście (tysiące)	
	Izraelczycy	Całkowita suma (turyści +Izr.)	Izraelczycy	Całkowita suma (turyści +Izr.)
2000	9 870,2	19 546,5	4 132,3	7 297,5

2001	11 287,5	15 113,3	4 962,5	6 039,5
2002	11 978,4	14 606,6	5 133,6	5 826,6
2003	11 810,2	15 095,2	5 060,3	5 959,9
2004	12 202,2	16 973,5	5 179,7	6 553,4
2005	12 303,9	19 087,0	5 153,8	7 158,5
2006	12 453,6	19 307,7	5 177,7	7 308,9
2007	12 072,7	20 478,6	5 100,9	7 848,4
2008	11 408,0	21 595,5	4 799,9	8 172,9
2009	11 795,9	19 904,7	4 915,3	7 536,1

Źródło: http://www.cbs.gov.il/www/tourism_q/t25.pdf, CBS of Israel, opracownie własne, data odczytu: 11.06.2010

Popyt Izraelczyków na usługi noclegowe kształtuje się na podobnym poziomie jak turystów, pozostaje jednak większy, w zależności od okresu. Popyt ten jest elastyczny na czynniki gospodarcze i polityczne (rok 2009 i 2001, 2002), jednakże ruch Izraelczyków zachowuje się odwrotnie proporcjonalnie do turystów. Kiedy w 2000 r. osobo noce turystów były większe od Izraelczyków, to dla tych drugich był to najśłabszy rok pod względem ilości zakupu noclegów w hotelach. Gdy turystów korzystających z bazy noclegowej jest mniej albo znacznie mniej od Izraelczyków, np. w roku 2006, popyt na usługi hotelowe Izraelczyków jest największy - 12 mln. Tę zależność dobrze ilustruje wykres 21., na którym widać niezbyt duże odchylenia w ilości zakupionych przez Izraelczyków noclegów w latach 2000-2009. Natomiast krzywa wyznaczająca zakupy osobo nocy przez turystów kształtuje się zgodnie z popytem turystycznym Izraela w poszczególnych latach.

Wykres 21. Liczba osobo nocy Izraelczyków i turystów w latach 2000-2009 w tys.



Źródło: http://www.cbs.gov.il/www/tourism_q/t25.pdf, opracowanie własne na podst. Tabeli 10., data odczytu: 11.06.2010

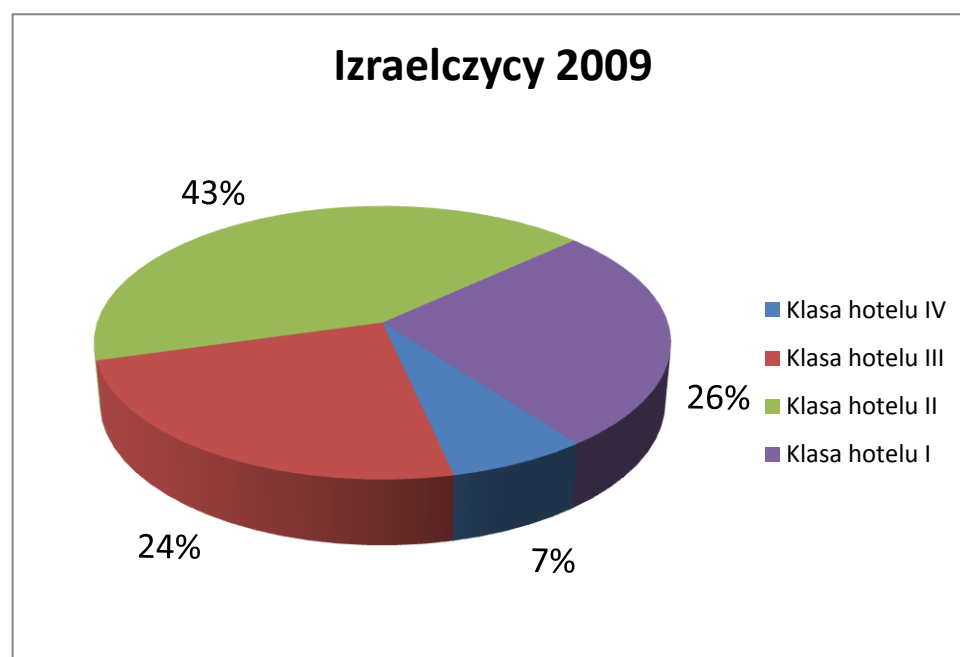
3.1.6. Rodzaj zakwaterowania, z którego korzystali obywatele w kraju.

Tabela 21. Goście w hotelach turystycznych wg standardu i typu w latach 2000-2009 w tys.

	Inne	Wakacyjne wioski	Klasa hotelu				Suma
			IV	III	II	I	
	Izraelczycy						
2000	511,8	221,7	215,0	808,2	1 539,5	836,2	4 132,3
2001	547,8	244,8	322,3	1 012,1	1 856,1	979,3	4 962,5
2002	559,0	285,1	320,9	1 021,4	1 894,1	1 053,1	5 133,6
2003	519,0	285,4	312,1	1 019,8	1 886,3	1 037,7	5 060,3
2004	518,7	258,1	304,8	1 049,3	1 946,0	1 102,8	5 179,7
2005	543,5	258,6	317,4	1 053,6	1 853,9	1 126,8	5 153,8
2006	558,7	253,0	346,2	1 046,3	1 824,6	1 148,9	5 177,7
2007	517,7	268,7	321,9	1 065,9	1 780,2	1 146,5	5 100,9
2008	482,1	258,1	300,0	996,4	1 651,6	1 111,7	4 799,9
2009	487,4	272,2	284,2	999,4	1 770,8	1 101,3	4 915,3

Źródło: http://www.cbs.gov.il/www/tourism_q/t26.pdf, CBS of Israel, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

Wykres 22. Standard zakwaterowania hotelowego wybierany przez Izraelczyków w 2009 roku.



Źródło: http://www.cbs.gov.il/www/tourism_q/t26.pdf, opracowanie własne na podst. Tabeli 15.

Jak widać w Tabeli 21. najczęstszym zakwaterowaniem hotelowym wybieranym przez Izraelczyków są hotele klasy II. (w 2009 roku 1,8 mln). Analogicznie w roku 2004 były hotele klasy II były najczęstszym wybieranym typem zakwaterowania (1,9 mln), co stanowi największą ilość w tym

dziesięcioleciu. Na drugim miejscu popularności są hotele klasy I, następnie III klasy. Dość małe znaczenie mają hotele klasy IV oraz tzw. 'wakacyjne wioski'.

Jak widzimy na Wykresie 22. prawie połowa Izraelczyków w 2009 roku wybierała II klasę hotelu, ¼ Izraelczyków I klasę (26%), następnie kolejna ćwierć klasę III (24%). Świadczy to o dużej świadomości obywateli dotyczącej standardu świadczonych usług noclegowych w poszczególnych klasach hoteli oraz z możliwościami finansowymi potencjalnych izraelskich gości hotelowych w hotelach turystycznych.

3.2. Wydatki Izraelczyków na podróżowanie w kraju i za granicą.

Tabela 22. Wydatki Izraelczyków za granicą oraz na loty dla zagranicznych przedsiębiorstw w mln US\$ w latach 2000-2009.

	Wydatki Izraelczyków podróżujących za granicą	Wydatki Izraelczyków na loty dla zagranicznych przedsiębiorstw
US \$ Milionów		
2000	2 803,9	929,2
2001	2 944,8	942,3
2002	2 542,5	779,8
2003	2 550,3	791,6
2004	2 795,8	867,2
2005	2 895,1	884,7
2006	2 983,3	886,7
2007	3 259,8	991
2008	3 439,3	1 006,5
2009	2 908,6	960,3

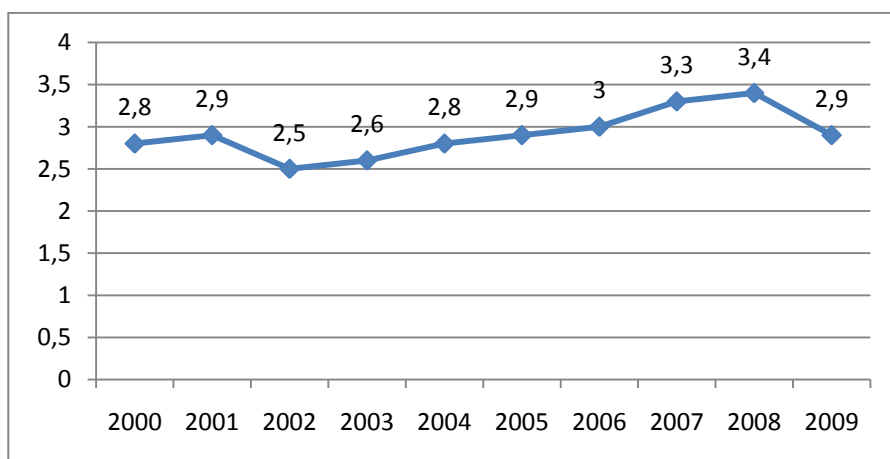
Źródło: http://www.cbs.gov.il/www/tourism_q/t18.pdf, CBS of Israel, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

W 2008 roku oszacowane wydatki Izraelczyków za granicą wynosiły 3,4 mld \$US, w zestawieniu z rokiem 2007, kiedy to wyniosły 3,3 mld dolarów (\$US). Oszacowane wydatki Izraelczyków na płaćności za bilety lotnicze dla zagranicznych przedsiębiorstw wynosiły 1 007 mln \$US, w porównaniu z rokiem 2007, w którym wyniosły 991 mln \$US.⁶

⁶ „Tourism In Israel 2008”, Central Bureau of Statistics in Israel, <http://www1.cbs.gov.il/www/statistical/touris2008e.pdf>, data odczytu: 11.06.2010

Jest to więc znaczna różnica, która świadczy o zwiększonej liczbie podróży Izraelczyków drogą powietrzną innymi liniami lotniczymi niż izraelskie. Świadczy to o zwiększeniu zaufania Izraelczyków do innych niż narodowych firm i o wzroście ruchu turystycznego, w tym wzroście podróżowania samolotem. Pokazuje to także statystyka z 2009 roku, kiedy mimo kryzysu spadek wydatków na loty z obcych firm niewiele zmalały, bo do 960 mln US \$, czyli o 66 mln US \$, w porównaniu ze spadkiem ogólnych wydatków Izraelczyków za granicą z 3 439 mln US \$ do 2 909 mln, czyli o 531 mln US \$. Kształtowanie się wydatków w przeciągu lat 2000-2009 pokazuje wykres 23.

Wykres 23. Wydatki Izraelczyków za granicą w latach 2000-2009 w mln \$US.

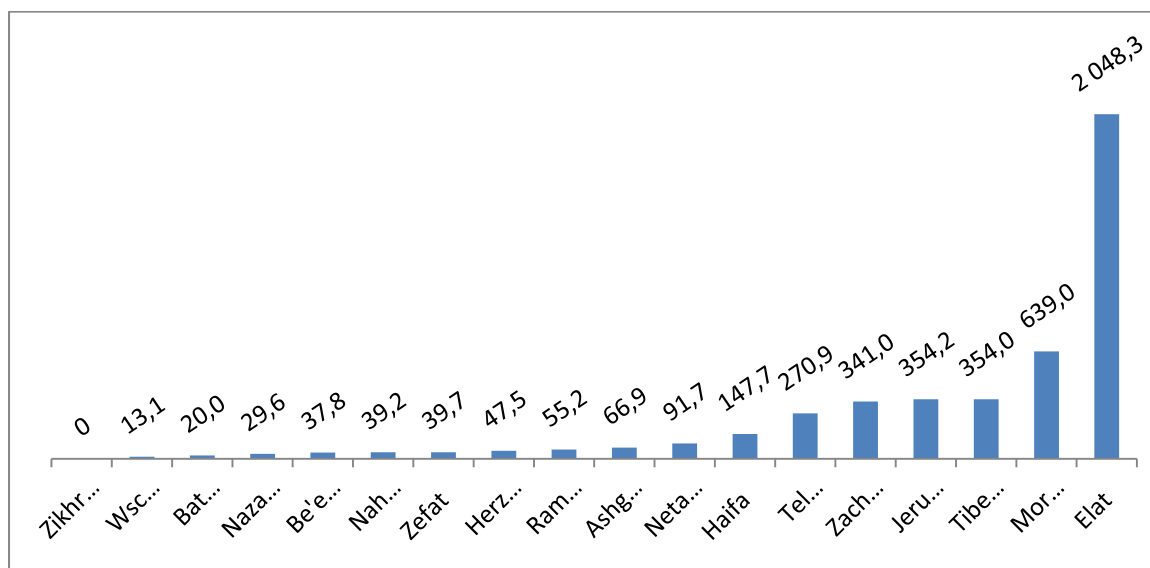


Źródło: http://www.cbs.gov.il/www/tourism_q/t18.pdf, opracowanie własne na podstawie Tabeli 14., data odczytu: 11.06.2010

3.3. Kierunki wyjazdów turystycznych Izraelczyków

3.3.1. Rejony koncentracji ruchu turystyki krajowej.

Wykres 24. Ilość gości - Izraelczyków w hotelach turystycznych w poszczególnych regionach w 2009 roku w tysiącach



Źródło: [http://www.cbs.gov.il/www/tourism_q/t33\\$.pdf](http://www.cbs.gov.il/www/tourism_q/t33$.pdf), CBS of Israel, opracowanie własne, data odczytu: 11.06.2010

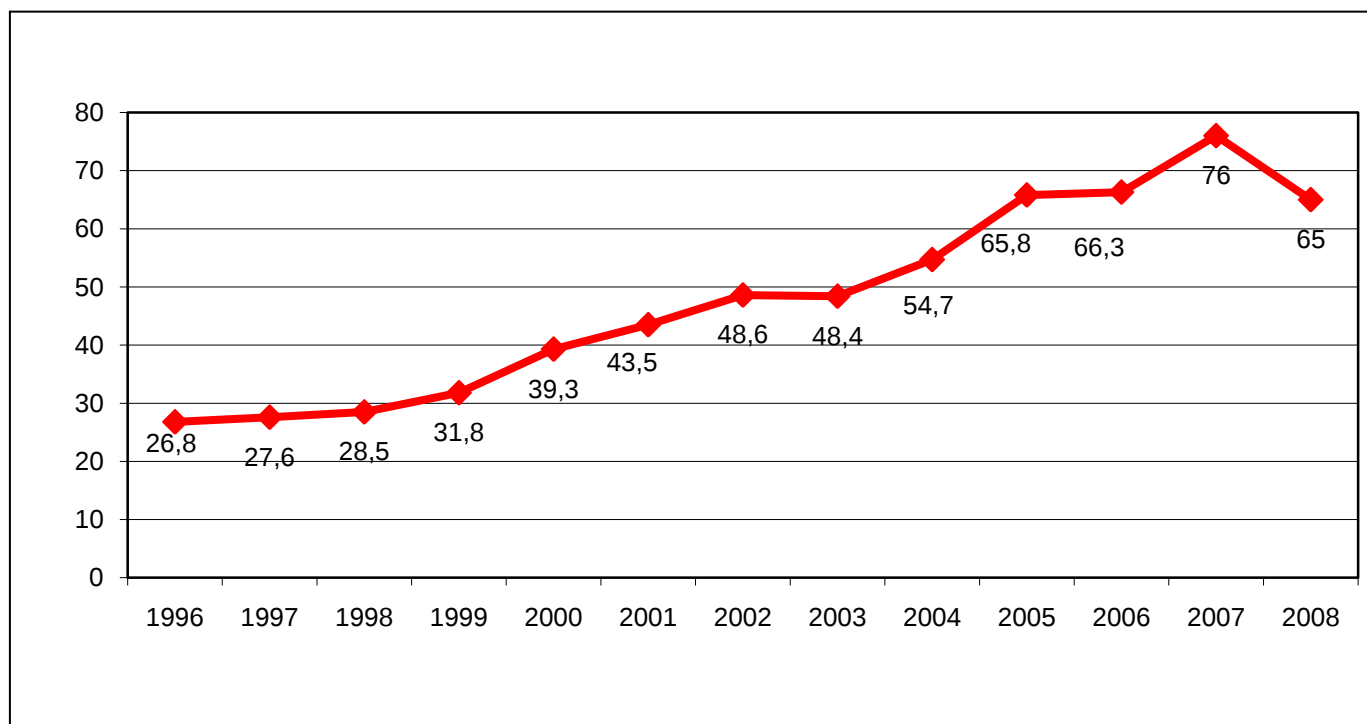
Na wykresie 24. można dostrzec rejony koncentracji turystycznej turystów krajowych. Śledząc od prawej strony od najbardziej uczęszczanych do najmniej, możemy wyszczególnić 7 rejonów, które mają spore znaczenie w turystyce krajowej. Jest to Elat na pierwszym miejscu z ilością 2 mln gości hotelowych - Izraelczyków, który daleko odstaje od całej reszty. Na drugim miejscu, także wysoko, trochę ponad ćwierć ilości gości w Elacie, znajduje się Wybrzeże Morza Martwego (0,6 mln) i na trzecim, czwartym i piątym miejscu podobne liczebnie Tyberiada i Jeruzalem oraz Zachodnia Jerozolima osobno wyszczególniona. Na szóstym Tel Aviv - stolica kraju i na siódmym Haifa na zachodniej ścianie Izraela.

IV Znaczenie rynku Izraela dla Polski

4.1. Analiza przyjazdów do Polski z Izraela.

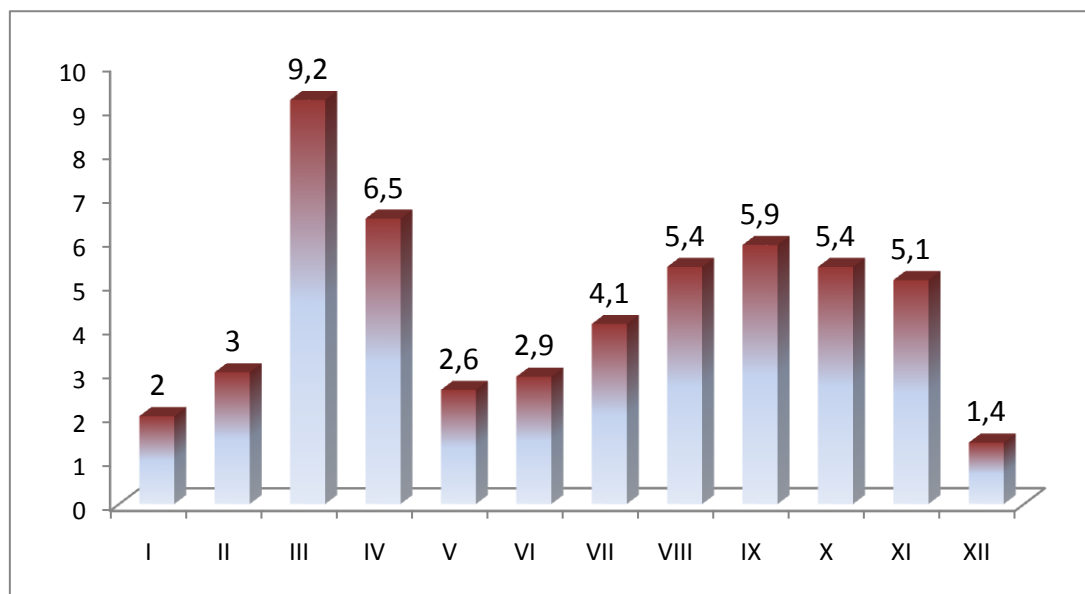
4.1.1. Liczba przyjazdów Izraelczyków do Polski.

Wykres 25. Przyjazdy do Polski z Izraela w latach 1996-2008 w tysiącach.



Źródło: Polska Organizacja Turystyczna, dane GUS, <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, data odczytu: 11.06.2010

Wykres 26. Przyjazdy Izraelczyków do Polski w rozkładzie miesięcznym w 2008 roku w tys.



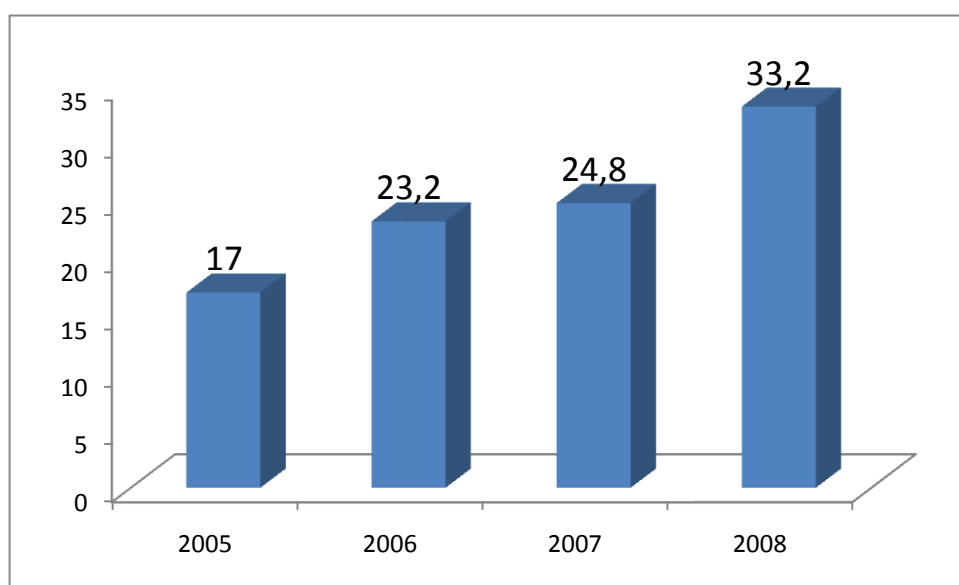
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS, http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_KTS_turystyka_w_2008.pdf, s.139, data odczytu: 11.06.2010

Ilość przyjazdów turystów z Izraela nieustannie rośnie z wyjątkiem 2008 oraz 2003 roku, kiedy zauważono spadek przyjazdów z Izraela, a miały na to wpływ czynniki gospodarczo –

polityczne, czyli kolejno kryzys gospodarczy oraz II Intifada, które ograniczyły możliwości ruchu turystycznego na bliskim wschodzie. Jak widać na wykresie nr 25., największa ilość przyjazdów do Polski z Izraela miała miejsce w 2007 roku (76 tys.), czyli w roku najwyższego ruchu turystycznego oraz dochodów z turystyki w Polsce. Na wykresie 26. przedstawiony jest rozkład miesięczny przyjazdów Izraelczyków do Polski w 2008 roku i można zauważyć, dwa okresy wzmożonego ruchu: na wiosnę, czyli miesiące marzec i kwiecień (9 i 6 tys.) oraz z początku jesieni, czyli we wrześniu (6 tys.), sierpniu oraz październiku.

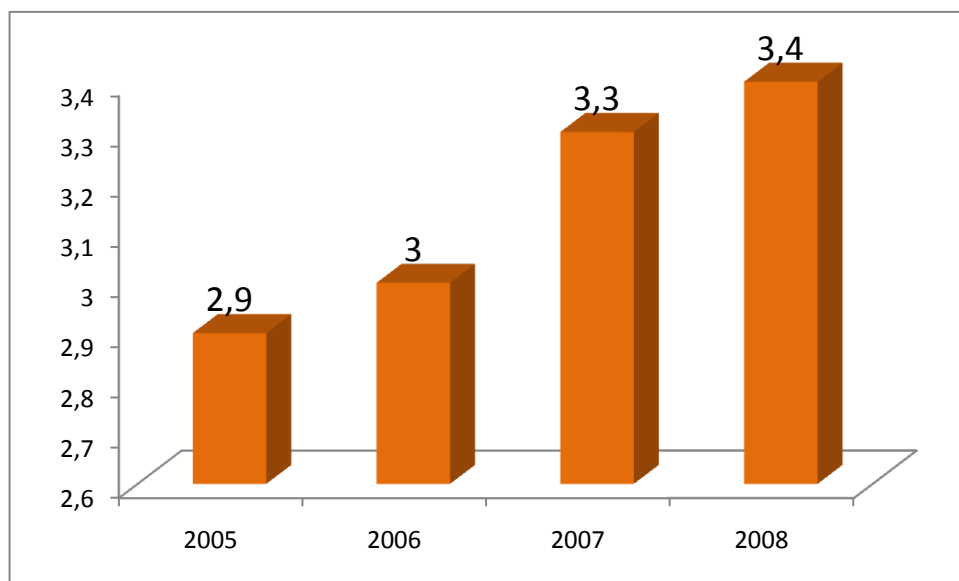
4.1.2. Wydatki Izraelczyków w Polsce.

Wykres 27. Wydatki turystów z Izraela w Polsce w latach 2005-2008 w mln USD.



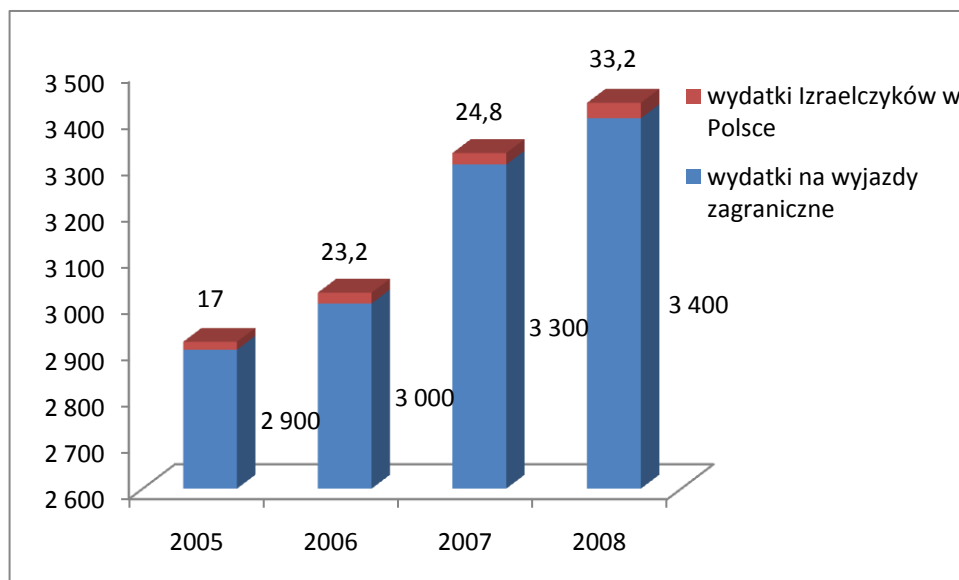
Źródło: opracowanie własne na podstawie WUTZ 2007, 2008, 2009, Polska Organizacja Turystyczna, <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, data odczytu: 11.06.2010

Wykres 28. Wydatki Izraelczyków na wyjazdy zagraniczne w latach 2005-2008 w mld USD.



Źródło: opracowanie własne na podstawie WUTZ 2007, 2008, 2009, Polska Organizacja Turystyczna, <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, data odczytu: 11.06.2010

Wykres 29. Zestawienie wydatków Izraelczyków w Polsce z wydatkami na wyjazdy zagraniczne w latach 2005-2008 w mln USD.



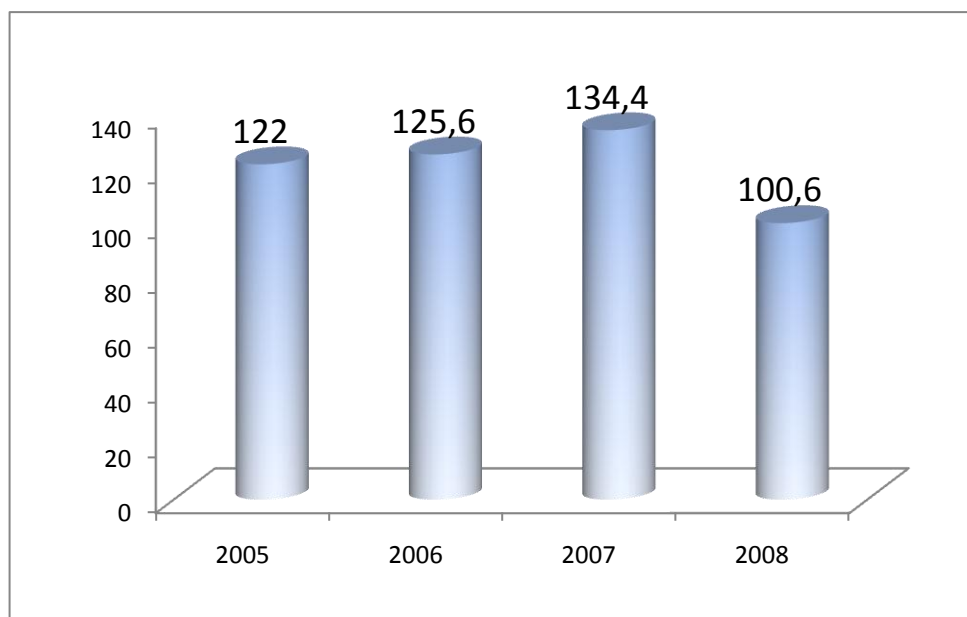
Źródło: opracowanie własne na podstawie WUTZ 2007, 2008, 2009, Polska Organizacja Turystyczna, <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, data odczytu: 11.06.2010

Wykres 29. Pokazuje zestawienie dwóch poprzednich wykresów prezentujących wydatki zagraniczne Izraelczyków ogółem oraz w Polsce w latach 2005-2008. Można zauważyć tendencję wzrostową tych dwóch zmiennych, co jest powiązane ze wzrostem liczby wyjazdów obywateli

z Izraela oraz przyjazdów do Polski. Tak więc w 2008 roku wydatki Izraelczyków za granicą wynosiły 3, 4 mld \$US, z czego 33 mln wydano w Polsce na wydatki turystyczne, czyli zaledwie 9% wszystkich wydatków zagranicznych.

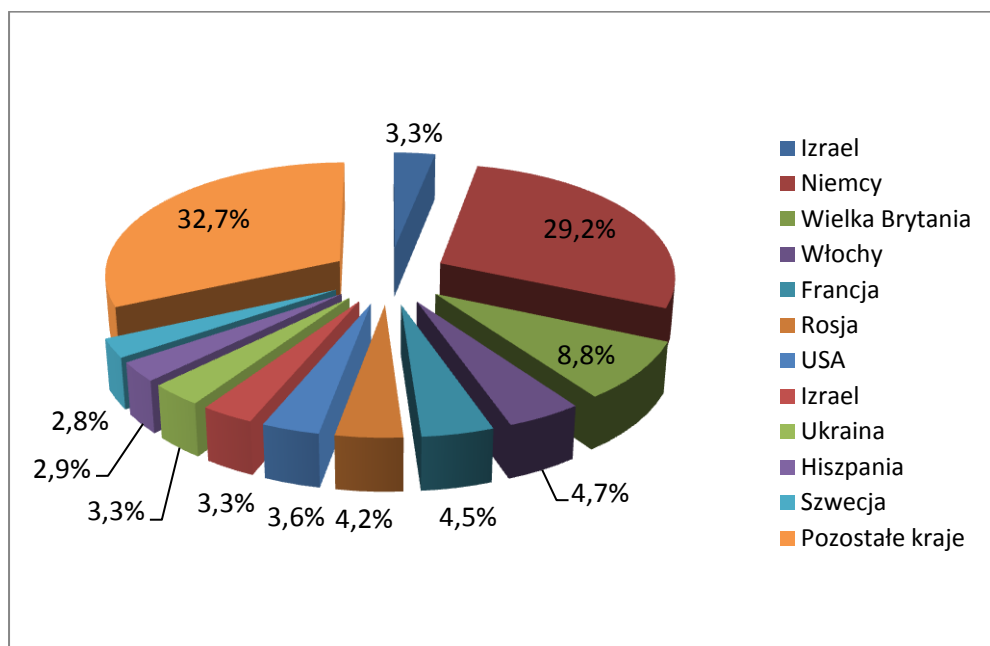
4.1.3. Wykorzystanie bazy noclegowej przez Izraelczyków

Wykres 30. Liczba Izraelczyków korzystających z polskich hoteli w latach 2005-2008 w tysiącach.



Źródło: opracowanie własne na podstawie WUTZ 2007, 2008, 2009, Polska Organizacja Turystyczna, <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, data odczytu: 11.06.2010

Wykres 31. Turyści zagraniczni korzystający z turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania w Polsce w 2009 r. według wybranych krajów.



Źródło: dane GUS

Tabela 23. Liczba osobonoclegów turystów izraelskich korzystających z turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania wg rodzajów obiektów w 2008 r. w tys.

Ogółem	104 120	Ośrodki wczasowe	64
Hotele	100 611	Ośrodki kolonijne	-
Motele	54	Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	1 323
Pensjonaty	242	Domy pracy twórczej	8
Inne obiekty hotelowe	620	Zespoły domków turystycznych	14
Domy wycieczkowe	24	Kempingi	90
Schroniska	2	Pola biwakowe	-
Schroniska młodzieżowe	42	Zakłady uzdrowiskowe	210
Szkolne schroniska młodzieżowe	20	Pozostałe niesklasyfikowane	796

Źródło: dane GUS, http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/qus/PUBL_KTS_turystyka_w_2008.pdf, s. 114, data odczytu: 11.06.2010

Ilość turystów z Izraela korzystających z polskiej bazy noclegowej jest niewielka, bo tylko 3,3%, w porównaniu np. z przodownikiem w tym zakresie Niemcami (29,2%), czy Wielką Brytanią (8,8%). Jednakże warto zauważyć, że są to państwa albo sąsiednie, jak w przypadku Niemiec albo nastąpiła swego rodzaju moda na Polskę w takich krajach jak Anglia. Ponadto Izrael jest za takimi państwami jak Włochy, Francja, czy Rosja, ale co ciekawe jest także za Stanami Zjednoczonymi, które są zdecydowanie dalej położone względem Polski. Z drugiej strony taką samą wartość korzystania z zakwaterowania odczytujemy dla Ukrainy, kraju sąsiedniego dla Polski.

Ilość Izraelczyków korzystających z bazy noclegowej - polskich hoteli znacznie spadła w 2008 roku w stosunku do roku poprzedniego, bo o 34 tys. W poprzednich latach od 2005 roku utrzymywała się tendencja wzrostowa, jednakże w 2008 roku równocześnie ze spadkiem przyjazdów turystów z Izraela, spadło też wykorzystanie bazy hotelowej Polski.

Struktura korzystania z turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania przez Izraelczyków w roku 2008 była bardzo zróżnicowana. Najczęściej korzystano z hoteli, bo aż 100 mln osobonoclegów, co daje 97% osobonoclegów ogółem. Na drugim miejscu są ośrodki szkoleniowo - wypoczynkowe z 1,3 mln osobonoclegów. Następnie pozostałe niesklasyfikowane i inne obiekty hotelowe (do których należą m.in. pokoje gościnne, hostele, gospodarstwa agroturystyczne). Warto zwrócić uwagę na wykorzystanie zakładów uzdrowiskowych (210 tys.), co może być potencjalnym rynkiem, który trzeba by było rozwinąć i wypromować dla tego sektora turystów.

4.1.4. Dostępność komunikacyjna Polski

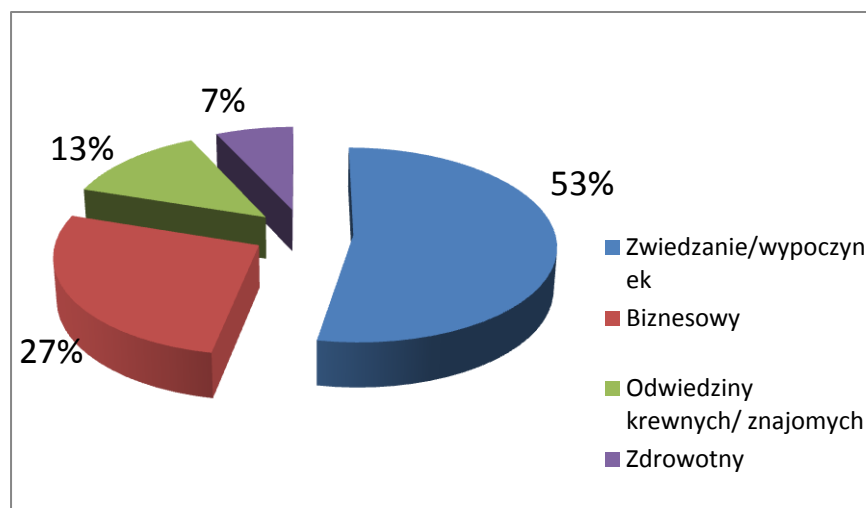
Najczęstszym połączeniem lotniczym z Izraela do Polski jest lot z Tel Avivu (lotnisko Ben Gurion) realizowany przez spółkę PLL LOT. Przyłoty na lotnisko w Okęciu k/Warszawy w zależności od okresu są od dwóch do sześciu tygodniowo, więc dość często. W Krakowie zaś jedynie raz tygodniowo przylatuje samolot z Tel Avivu. Podsumowując połączenie lotnicze jest dość dobre, szczególnie ze stolicą. Ilość połączeń wynika z dość niskiego popytu ze strony izraelskiej na te usługi i świadczy o ilości przyjazdów turystów izraelskich do Polski.⁷

⁷Lotnisko Balice,

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:kti_rmq1mC8J:lotyzpolski.pl/wyloty-przyloty,Krakow_Balice.html+przyloty+z+tel+Awiiw+krak%C3%B3w&cd=2&hl=pl&ct=clnk&gl=pl&client=opera, data odczytu: 11.06.2010

4.1.5. Cele i motywy przyjazdów

Wykres 32. Cele przyjazdów turystów z Izraela w 2006 roku w procentach.



Źródło: Analiza turystyki przyjazdowej do Polski z Izraela, POT, <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, s.26, data odczytu: 11.06.2010

Najbardziej wyróżniające się cele przyjazdów Izraelczyków to zwiedzanie i wypoczynek, bo aż ponad połowa. Nasze dziedzictwo kulturowe przyciąga nawet turystów z odległych krajów i trzeba to wykorzystać w kreowaniu wizerunku Polski, jak i w budowaniu ofert turystycznych dla klientów z Izraela. Na drugim miejscu w 2006 roku był cel biznesowy. Biorąc pod uwagę umiejętność prowadzenia interesów narodu żydowskiego, można przypuszczać, że ten sektor - kontaktów handlowych może się stale rozwijać. Zdziwić może dość mały udział celów odwiedzin krewnych/znajomych. Należy postawić sobie pytanie, czy Izraelczycy mają do kogo przyjeżdżać, czy pozostawili tu rodziny, znajomych? Przypuszcza się, że po II wojnie światowej, gdy nastąpiła emigracja pozostałych przy życiu Żydów, niewielu ich pozostało w Polsce. Ponadto istotny jest fakt, że w związku z tą zbrodnią stulecia, z oczywistych względów ukształtowała się kulturowo pewna niechęć do ziem polskich. Stąd może być taki mały procent Izraelczyków przybywających do Polski w celu odwiedzin krewnych.

4.1.6. Forma organizacji przyjazdów do Polski

Tabela 24. Forma organizacji przyjazdów do Polski przez turystów izraelskich w 2006 roku.

1. Wykupiony pakiet usług	40%
2. Samodzielnie	32%
3. Tylko rezerwacja	28%

Źródło: Analiza turystyki przyjazdowej do Polski z Izraela, POT, <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, s.28, data odczytu: 11.06.2010

Największą popularność w 2006 roku miały wykupione pakiety usług przez turystów izraelskich przed przyjazdem do Polski (40%). Następnie samodzielnie organizowane wyjazdy (32%) i odpowiednio 28% Izraelczyków dokonało tylko rezerwacji. Taka struktura niezbyt dobrze rokuje dla organizatorów turystyki dla rynku izraelskiego. Biorąc pod uwagę przedsiębiorczość Żydów jako narodu, nie powinien nas dziwić wysoki stopień samodzielnej organizacji wyjazdu turystycznego.

4.1.7. Koncentracja ruchu turystycznego z Izraela

Tabela 25. Rozmieszczenie przyjazdów turystów z Izraela w 2006 roku wg udziału w %.

Województwo	2006	
	Turyści z Izraela	Ogół turystów
Mazowieckie	75	26
Małopolskie	52	10
Świętokrzyskie	13	3
Lubelskie	8	11
Kujawsko-pomorskie	7	3
Podlaskie	3	8
Łódzkie	0	6
Śląskie	0	6
Pomorskie	0	7
Pozostałe	0	46

Źródło: Analiza turystyki przyjazdowej do Polski z Izraela, POT, <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, s.30, data odczytu: 11.06.2010

Najwięcej turystów z Izraela koncentruje się w województwach mazowieckim, małopolskim. Zapewne ze względu na fakt obecności dużych miast, ośrodków kultury: Warszawy - stolicy oraz Krakowa z żydowskim Kazimierzem. Warto też zauważyć dość niski procent w województwie lubelskim, który może nieco dziwić ze względu na obecność grobów wielkich Cadyków w tym województwie. Świadczy to o nieznaczej wagi religijnych celów przybywania do Polski przez Izraelczyków.

4.1.8. Długość pobytu Izraelczyków w Polsce

Tabela 26. Średnia długość pobytu turystów z Izraela w Polsce w latach 2004-2006.

Turyści	2004	2005	2006
Turyści z Izraela	6,1	7,2	6
Ogółem turyści zagraniczni	4,6	4,4	3,4

Źródło: Analiza turystyki przyjazdowej do Polski z Izraela, POT, <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, s.32, data odczytu: 11.06.2010

Średnia długość pobytu w Polsce utrzymywała się na podobnym poziomie w latach 2004-2006, bo około tygodnia (6 dni w 2006 r.). Jest to zrozumiałe ze względu na dużą odległość Izraela od Polski (2593 km) i konieczność planowania dłuższego pobytu wybierając tak daleką destynację.

4.1.9. Cechy społeczno- demograficzne turystów z Izraela

Tabela 27. Profil turysty przybywającego z Izraela w 2006 roku wg udziału w %.

Wiek	2006	
	Turyści z Izraela	Ogół turystów
Płeć		
Mężczyzna	63	76
Kobieta	37	23
Brak danych	0	1
Wiek		
Do 24 lat	44	5
25-34	13	22
35-44	22	38
45-54	12	22
55 i więcej	9	8
Brak danych	0	5
Wykształcenie		
Wyższe	44	34
Średnie	56	40
Podstawowe	0	8

Brak danych	0	18
Inne informacje o turystach		
Pracują	44	84
Uczą się	47	4
Polskie pochodzenie	6	13

Źródło: Analiza turystyki przyjazdowej do Polski z Izraela, POT, <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, s.33, data odczytu: 11.06.2010

Statystycznie więcej przybywa do Polski mężczyzn niż kobiet z Izraela (63%). Może być to spowodowane kulturą żydowską oraz większą ilością biznesmenów płci męskiej. Jednakże nie jest to nic dziwnego, jak widzimy w ogólnej tendencji przyjazdów turystów do Polski (76% mężczyzn).

Najwięcej jest przybywającej młodzieży izraelskiej, co pokazuje statystyka (44%) jak i niekonięcznie pozytywne doświadczenie hotelarzy, chociażby krakowskich. Obecnie ta tendencja powinna się utrzymywać, choćby ze względu na obowiązkowe wycieczki młodzieży żydowskiej do Auschwitz- Birkenau. Na drugim miejscu są dorośli w przedziale 35-44 lat. W tym wieku przeciętny Izraelczyk jest już ustatkowany finansowo i jest w stanie podróżować dzięki swoim dochodom. Warto wziąć pod uwagę główne cele przyjazdów. Jak wykazaliśmy są to cele zwiedzania i wypoczynku oraz biznesowe. W związku z tym uzasadniona jest liczba turystów w takim przedziale wiekowym. Najwięcej turystów z Izraela jest ze średnim wykształceniem (56%), co może dziwić ze względu na fakt wysokiego popytu na zwiedzanie naszego kraju. Wysoki też udział jest turystów z wyższym wykształceniem (44%). Jeśli chodzi o strukturę zatrudnienia, to większą grupą przybywającą do Polski jest ludność ucząca się, czyli studenci, uczniowie. Warto zauważyć, że polskie pochodzenie wśród turystów izraelskich ma tylko 6%. Jest to więc dość istotny czynnik weryfikujący motywację przyjazdów. W dość małym stopniu jest to więc turystyka sentymentalna, czy też do krewnych.

4.2. Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej dla Izraela względem Polski.

4.2.1. WUTZ 2009

W analizie WUTZ 2009 przedstawione są i wykorzystane do obliczeń dane z roku 2008. Izrael jest na 23. pozycji dla Polski ze względu na pozycje w grupie wskaźników częściowych, natomiast na 27. Dla krajów emisyjnych, a więc pozycja dla Polski jest o 4 pozycje wyższa.

Tabela 28 i 29. Wskaźniki częstkowe dla Polski i krajów emisyjnych z WUTZ 2009 dla Izraela i wybranych krajów.

Wskaźniki częstkowe dla Polski					
	Wielkość wydatków w Polsce (w mln USD)	Wielkość wydatków w Polsce na 1 turystę (w USD)	Liczba turystów odwiedzających Polskę (w tys.)	Korzystający z polskich hoteli (w tys.)	Turyści w Polsce jako % mieszkańców (%)
23 Izrael	33,2	512	65	100,6	0,9
1 Niemcy	6028,8	449	4780	828,85	5,8
2 W. Brytania	350,4	688	495	359,5	0,8
3 Litwa	227,8	159	695	78,9	20,4
4 Ukraina	1182,8	365	1550	76,1	3,3
6 USA	260,6	1006	255	143,8	0,1
8 Włochy	188,3	715	260	165,7	0,4
10 Francja	150,9	694	215	154,8	0,3
11 Norwegia	100,6	717	135	91,3	2,8
13 Rosja	235,2	356	410	155,05	0,3
18 Austria	142,6	508	270	48,4	3,3
26 Czechy	527,8	219	180	61,6	0,9
34 Słowacja	359,5	177	80	24,5	1,5

Wskaźniki częstkowe dla rynków emisyjnych			
	Wydatki na wyjazdy zagran. 2008 r. (w mld USD)	Zmiana wydatków w latach 2003-2008 (w mld USD)	Wydatki wyjeżdżających na 1 mieszk. W 2008 r. (w USD)
27 Izrael	3,4	0,85	466
1 Niemcy	91,6	26,4	1115
2 W. Brytania	69,8	21,95	1137
33 Litwa	1,5	1	448
32 Ukraina	4	3,2	86
3 USA	79,7	18,8	262
12 Włochy	30,8	10,2	515
5 Francja	43,1	19,7	695
4 Norwegia	15,9	9,2	3312,5
14 Rosja	24,9	12	176
19 Austria	11,4	-0,4	1365
23 Czechy	4,6	2,7	442
30 Słowacja	2,15	1,55	398
6 Chiny	36,2	21	27

Źródło: Polska Organizacja Turystyczna, WUTZ 2009, zał. 1 i 2, opracowanie własne,
http://www.pot.gov.pl/index.php?option=com_rubberdoc&view=doc&id=2003&format=raw, data
odczytu: 11.06.2010

Izrael jest na 23. miejscu wg wskaźnika użyteczności dla Polski. Wydatki turystów izraelskich w Polsce w 2008 roku wynosiły 33, 2 mln USD, co stanowi zaledwie 0, 55% wydatków poniesionych przez Niemcy. Jest to także stosunkowo mało wobec krajów, które w rankingu plasują się za Izraelem, a mimo to mają większe wydatki w Polsce, np. Słowacja, Czechy. Są to kraje sąsiednie i ruch turystyczny z tych państw, szczególnie przygraniczny, jest wzmożony. W 2008 roku Czechów było w Polsce 180 tyś. Słowaków jednakże było znacznie mniej, bo tylko 80 tys. Ciekawe, że wydatków Izraelczyków na 1 turystę jest o 60 USD więcej niż wydatków turystów niemieckich (kolejno 512 USD i 449 USD). Trzeba jednak wziąć pod uwagę fakt, że turystów z Izraela jest znacznie mniej (65 tyś.), co stanowi 1, 36% turystów przyjeżdżających z Niemiec.

Ilościowo korzystających z hoteli Izraelczyków jest niecała jedna ósma (100 tyś.) turystów niemieckich korzystających z obiektów hotelowych. Jednakże, zestawiając dwa wskaźniki: liczbę turystów odwiedzających Polskę oraz wskaźnik wykorzystania hoteli, widzimy, że więcej Izraelczyków korzysta z hoteli od takich krajów jak Słowacja, Czechy, ale co ciekawe, tak bogatych państw, jak jest Norwegia, czy Austria.

Warto też zauważyć na wskaźniki cząstkowe Stanów Zjednoczonych, które podobnie jak Izrael dzieli wiele kilometrów, aby dotrzeć do Polski. Turystów jest znacznie więcej o 190 tyś. (255 tyś.). Proporcjonalnie większe są wydatki poniesione w Polsce. Jednak dość rzucający w oczy jest wielkość wydatków w Polsce na 1 turystę, która równa jest 1006 USD. Jest to chyba największa liczba w tej kategorii. Wynika to zapewne ze skłonności Amerykanów do rozrzutności.

Wskaźniki cząstkowe **dla krajów emisyjnych** dla wybranych, uwzględnionych powyżej krajów przedstawiają się następująco:

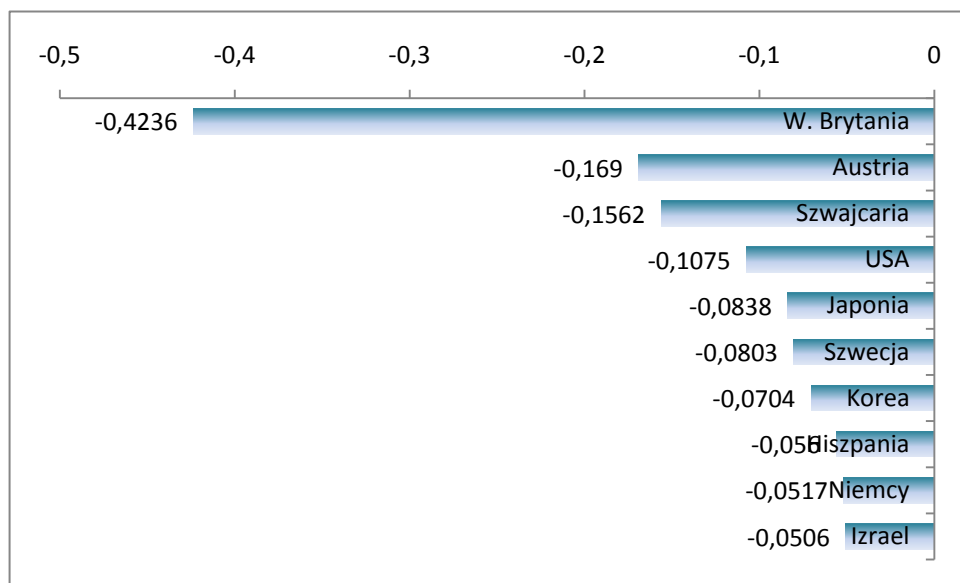
Izrael plasuje się na 27. pozycji, wydając 3, 4 mld USD w 2008 r. i zostawiając za sobą jedynie Słowację na 30. miejscu. Niemcy w dalszym ciągu przodują w rankingu, a za nimi Wielka Brytania. Na trzecim miejscu jednak występuje USA, światowe źródło wpływów z turystyki pod względem wydatków, a także dochodów.

Największe wydatki na wyjazdy turystyczne w 2008 roku poniosły Niemcy, bardzo aktywny turystycznie naród (91, 6 mld USD). Na drugim miejscu plasuje się niezawodne USA z 79, 7 mld USD. A na trzecim Wielka Brytania z 69, 8 mld USD. Warto zauważyć, że nie wszystkie kraje, które dla Polski mają znaczenie (użyteczność dla Polski), mają też wysoką użyteczność turystyki zagranicznej dla własnego kraju. Pokazuje to, w jakie kraje warto inwestować w promocje, jeśli chce się pozyskać nowy segment rynku docelowego, nowy rynek krajowy. Z wyżej wymienionych są to kraje, które nie mają wysokiej użyteczności dla Polski, tj. Chiny, oraz wzmocnienie promocji we Francji, Norwegii, Austrii.

Największą dynamikę zmian wydatków turystycznych w latach 2003-2008 mają takie kraje jak: Niemcy, Wielka Brytania, Francja i USA. Izrael ma zaledwie 0, 85 mld USD, czyli ich rynek turystyczny nie rozwija się w tak szybkim tempie.

4.2.2. Porównanie wartości WUTZ 2008 do 2007 dla świata.

Wykres 33. Kraje o największym spadku wartości wskaźnika WUTZ 2008 do 2007 – świat.



Źródło: Polska Organizacja Turystyczna, WUTZ 2009,

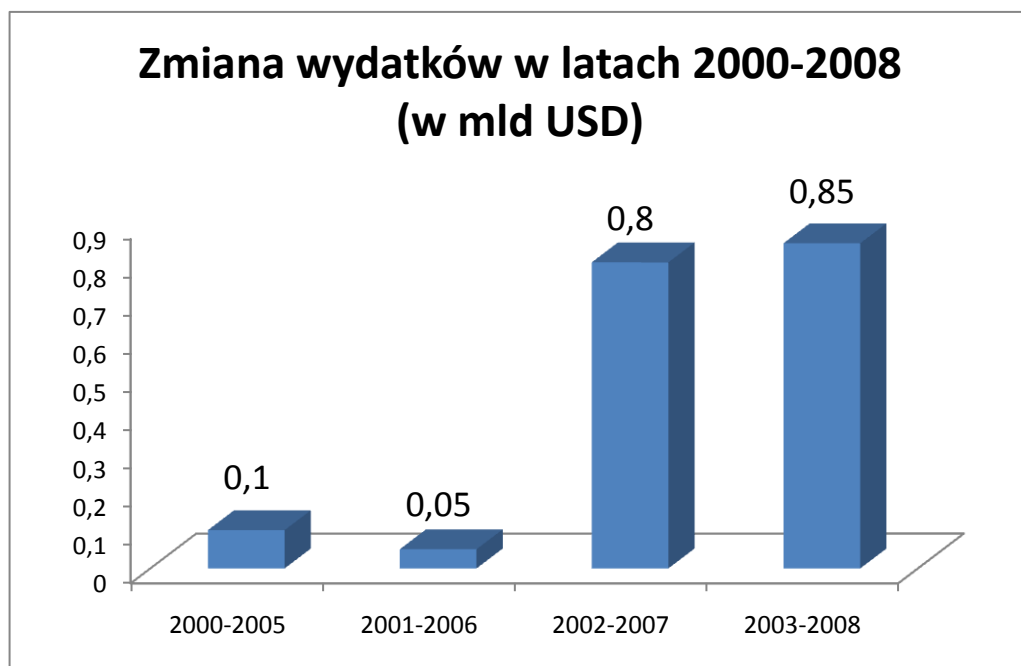
http://www.pot.gov.pl/index.php?option=com_rubberdoc&view=doc&id=2003&format=raw, s.21,

data odczytu: 11.06.2010

Izrael jest jednym z paru krajów na świecie o największym spadku WUTZ 2008 do 2007 dla świata. Ogólne tendencje mogą negatywnie wpłynąć również na użyteczność tego państwa dla Polski.

4.2.3. Zmiany wybranych wskaźników cząstkowych Izraela w latach 2005-2008.

Wykres 34. Zmiana wydatków zagranicznych turystów Izraela w latach 2000-2008 w mld USD.



Źródło: Polska Organizacja Turystyczna, na podstawie WUTZ 2007, 2008, 2009,
<http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, data odczytu: 11.06.2010

Intensywna zmiana wydatków zagranicznych turystów z Izraela nastąpiła w przedziale lat 2002-2007 oraz 2003-2008, bo aż 800 mln USD, czyli o 700 mln USD więcej niż w latach poprzednich. Może to wskazywać na wzrost zamożności Izraelczyków i jest związane ze wzrostem ruchu turystycznego Izraela i co za tym idzie wydatków na turystykę.

Podsumowanie

Rynek turystyczny Izraela jest rynkiem, który stale się rozwija. Z roku na rok stopniowo wzrasta ruch turystyczny, przyjazdowy oraz wyjazdowy, nie wliczając losowych przypadków czynników, które zaburzają tendencję wzrostową. Najczęstszymi przyczynami zaburzeń są przyczyny polityczne (ataki terrorystyczne, walki i wojny z Palestyńczykami) oraz gospodarcze (kryzys gospodarki światowej w 2009 roku). Podobnymi wyznacznikami wzrostu znaczenia turystycznego tego regionu, poza ilością przyjazdów, są wzrastające wydatki turystów zagranicznych oraz krajowych na turystykę, co prowadzi do zwiększenia PKB kraju oraz dochodu państwa, co za tym idzie przyczynienia się do usprawnienia gospodarki jako całości.

Rozmieszczenie ruchu turystycznego pokazuje, w przypadku których regionów turystycznych powinna być wzmocniona promocja dla poszczególnych segmentów potencjalnych turystów. Dlatego tak istotnym aspektem warunkującym rozwój rynku turystycznego Izraela jest działalność marketingowa kraju, zarówno ogólna promocja kraju, jak i promocja turystyczna. Także regiony jak Eilat, Morze Martwe, czy tzw. Kibbutzim i Moshavim powinny być bardziej promowane dla turystów z zagranicy. Odciażyłoby to przesycenie Jerozolimy ruchem turystycznym i pozwoliło na rozwój innych regionów i miejscowości z wysokim potencjałem turystycznym. Ponadto Ministerstwo Turystyki nie powinno się ograniczać do kontaktów branżowych jedynie z wybranymi krajami, co widać na stronie internetowej ministerstwa, ale także poprzez ten środek promocji, jakim jest Internet, umożliwić innym krajom współpracę.

Na podstawie analizy WUTZ 2009 można stwierdzić, że rynek Izraela dla Polski nie ma szczególnie dużego znaczenia w zestawieniu z innymi krajami takimi, jak Niemcy, Rosja czy Wielka Brytania. Nie jest to jednak marginalne znaczenie. Jednakże warto zauważyć, że spadło ono w ostatnich latach dość sporo do poprzednich (np. 2007 roku). W tym rola Polski, aby trafić do potencjalnych klientów z tego regionu poprzez promocję. Powinien być wykorzystany potencjał Polski, jaki kryje w sobie ten kraj, pod ten segment rynku. Przykładem mogą być tu miejsca, które są miejscami świętymi dla Żydów (groby Cadyków, zapomniane kirkuty), czy też miejscami związanymi z historią polsko-żydowską (Auschwitz, krakowski Kazimierz). Jak wiemy, wspólne losy Polaków i Żydów nie zawsze były przyjemne i pozytywne w historii. Rolą Polski jest zmiana tego wizerunku, wizerunku Polaka, który jest nastawiony antysemitcko, wrogo do Żyda, czy nieżyczliwie. Równocześnie należałoby promować miejsca, które kojarzą się Żydom pozytywnie. Dużym potencjałem jest turystyka sentymentalna, gdyż bardzo wielu Żydów polskiego pochodzenia mieszka w Izraelu, jednak warunkiem jej rozwoju jest zmiana wizerunku nastawienia polsko-żydowskiego. Turystyka młodzieżowa jest teraz priorytetem. Dlatego warto wykorzystać fakt cyklicznych przyjazdów młodych Izraelczyków do wypromowania Polski jako atrakcyjnego turystycznie kraju (dziedzictwo kulturowe, naturalne kraju, wydarzenia kulturalne, a także turystyka rozrywkowa).

Izrael jako kraj ma wiele przed sobą do rozwinięcia i ulepszenia i aby zmienić wizerunek kraju niebezpiecznego musi promować się jako kraj otwarty, atrakcyjny i różnorodny. Wydaje się, że polityka turystyczna kraju zmierza w dobrym kierunku. Oby tak dalej.

Spis tabel

- Tabela 1. Hotele w Izraelu wg poziomu i typu.
- Tabela 2. Transport i komunikacja wg rodzajów transportu w latach 2004-2009.
- Tabela 3. Dochód poszczególnych gałęzi transportu w latach 2005-2009 w mln NIS.
- Tabela 4. Wiodący touroperatorzy i agenci w sieci.
- Tabela 5. Liczba przyjazdów odwiedzających z zagranicy w latach 2000-2008
- Tabela 6. Migracja i turystyka. Przyjazdy do Izraela ze względu na typ wizy w latach 2003-2009.
- Tabela 7. Przyjazdy turystów wg sposobu podróżowania (tys.)
- Tabela 8. Przyjazdy gości wg kraju pochodzenia. Zestawienie w latach: 2000 i 2006-2008.
- Tabela 9. Wyjazdy turystów wg długości pobytu w Izraelu w latach 2005-2008.
- Tabela 10. Ilość osobo nocy w hotelach turystycznych w tys. w latach 1995- 2009.
- Tabela 11. Ilość przyjazdów ze względu na cel przyjazdu w tys. w latach 2000-2005.
- Tabela 12. Ilość przyjazdów turystów do Izraela w tys. w latach 2000-2009
- Tabela 13. Dochód z turystyki w mln US \$ w latach 2000-2009.
- Tabela 14. Dochody w hotelach turystycznych w latach 2000- 2009 w mln NIS, w latach 2008-2009 w rozkładzie kwartalnym oraz procent zmian do roku poprzedniego.
- Tabela 15. Ilość turystów wg charakteru wizyty w procentach w 2008 roku.
- Tabela 16. Liczba wyjazdów Izraelczyków za granicę w latach 2003-2009 i I-IV 2010.
- Tabela 17. Wyjazdy zagraniczne Izraelczyków wg rodzaju środka transportu w latach 2005-2008 w tysiącach.
- Tabela 18. Wyjazdy Izraelczyków wg wieku w % i tys. w latach 2004-2008.
- Tabela 19. Powroty Izraelczyków wg czasu trwania pobytu za granicą w tys. w latach 2004-2008.
- Tabela 20. Liczba osobo nocy oraz gości w hotelach w Izraelu w latach 2000-2009 w tysiącach.
- Tabela 21. Goście w hotelach turystycznych wg standardu i typu w latach 2000-2009 w tys.
- Tabela 22. Wydatki Izraelczyków za granicą oraz na loty dla zagranicznych przedsiębiorstw w mln US\$ w latach 2000-2009.
- Tabela 23. Turyści zagraniczni korzystający z turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania wg rodzajów obiektów i wybranych krajów w 2008 r. w tys.
- Tabela 24. Forma organizacji przyjazdów do Polski przez turystów izraelskich w 2006 roku.
- Tabela 25. Rozmieszczenie przyjazdów turystów z Izraela w 2006 roku wg udziału w %.
- Tabela 26. Średnia długość pobytu turystów z Izraela w Polsce w latach 2004-2006.
- Tabela 27. Profil turysty przybywającego z Izraela w 2006 roku wg udziału w %.
- Tabela 28 i 29. Wskaźniki cząstkowe dla Polski i krajów emisyjnych z WUTZ 2009 dla Izraela i wybranych krajów.

Spis wykresów

- Wykres 1. Pasażerowie na międzynarodowych lotach wg typu lotu w latach 1975-2008 w mln.
- Wykres 2. Przyjazdy turystów w rozkładzie na miesiące w latach 2008-2010.
- Wykres 3. Zestawienie przyjazdów turystów oraz sumy turystów i odwiedzających jednodniowych w tys. w latach 2000-2009.
- Wykres 4. Migracja i turystyka. Przyjazdy turystów oraz Izraelczyków do Izraela w latach 2003-2009.
- Wykres 5. Przyjazdy turystów wg sposobu podróżowania (%)
- Wykres 6. Przyjazdy gości oraz wyjazdy Izraelczyków w latach 1979-2008.
- Wykres 7. Rozkład procentowy długości pobytu turystów w Izraelu w 2008 roku.
- Wykres 8. Osoba noc w turystycznych hotelach w tys. w latach 1995-2009.
- Wykres 9. Ilość turystów wg głównego celu przyjazdu do Izraela w % w 2008 roku
- Wykres 10. Dochody z turystyki w zestawieniu kwartalnym w latach 2006-2009.
- Wykres 11. Procent zmian do poprzedniego roku ze względu na dochody z turystyki w zestawieniu kwartalnym w latach 2007-2009
- Wykres 12. Dochody w hotelach turystycznych w latach 2000- 2009 w mln NIS
- Wykres 13. Wydatki turystów w Izraelu wg kraju pochodzenia w \$ w 2008.
- Wykres 14. Ilość turystów wg charakteru wizyty w procentach w 2008 roku.

Spis zdjęć

- Zdjęcie 1. Jerozolima. Kopuła Skały.
- Zdjęcie 2. Bazylika Zwiastowania.
- Zdjęcie 3. Bazylika Bożego Narodzenia.
- Zdjęcie 4. Góra Tabor.
- Zdjęcie 5. Kana Galilejska.
- Zdjęcie 6. Twierdza Masada.
- Zdjęcie 7. Kampania promocyjna Izraela 2009.