

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

Кафедра туристичного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ОРГАНІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНИХ ПОДОРОЖЕЙ НА ПРИКЛАДІ
ЯПОНІЇ**

здобувача вищої освіти

першого (бакалаврського) рівня

зі спеціальності 242 «Туризм»

освітньо-професійної програми «Туризмознавство»

ДАРМОСТУК ДІАНИ ОЛЕКСАНДРІВНИ

Допущено до захисту:

БОЖКО

Завідувач кафедри,

ЛЮБОВ

доктор культурології, доцент

ДМИТРІВНА

Науковий керівник:

БОЖКО

Кандидат наук з соціальних комунікацій

ЛЮБОВ ДМИТРІВНА

Харків – 2023

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Теорія та методика дослідження країни на ринку туристичних послуг.....	5
1.1. Сутність туристознавчого дослідження країни.....	5
1.2. Чинники розвитку туризму.....	8
Розділ 2. Місце Японії на туристичному ринку.....	14
2.1. Характеристика туристичних об'єктів Японії.....	14
2.2 Оцінка туристичної інфраструктури.....	21
2.3 Оцінка транспортної інфраструктури.....	30
2.4 Умови розміщення й транспортні ресурси під час відвідування Японії.....	38
Висновки.....	48
Список використаних джерел.....	50

Вступ

Актуальність теми. Інтерес до Японії високий у всьому світі. Видатні досягнення Країни висхідного сонця, особливо в економіці, широко відомі, привертають велику увагу та викликають неоднозначні емоції.

Від здивування і захоплення до заздрості і страху. І справді, чи могла жорстоко розбита у війні Японія не просто піднятися з руїн і руїн, а стати першою практично за покоління? - Лідер у багатьох галузях класової економіки, промисловості, торгівлі, науки й техніки? Від путелогів до фундаментальних досліджень на теми «японських феноменів» і «викликів Японії» не дивно, що світ переповнює все більше чудової літератури.

Вони також містять пророцтва, які передвіщають підйом Японії як глобальної економічної держави, яка приведе весь світ у 21-му столітті до похмурих прогнозів неминучої загибелі "японського дива". Сьогодні досягненнями Японії нікого не здивуєш. Набагато важливіше зрозуміти і пояснити, що призвело до «японського економічного дива», а точніше, надзвичайного підйому Японії після війни, яка катапультиувала її до статусу «економічної наддержави».

Починаючи від природних багатств традиційної кухні і закінчуючи дивними на вигляд розвагами, Японія – країна, здатна привабити українських туристів багатьма примхами.

Предмет дослідження – організація транспортних подорожей.

Об'єкт дослідження – туристична індустрія Японії.

Основною метою даного дослідження є визначення передумов розвитку та сучасних характеристик туризму та рекреації Японії.

Основними завданнями, які вирішуються у цій роботі, є:

- теоретичне дослідження Японії на ринку туристичних послуг;
- надання загальної характеристики продуктивним силам Японії;
- визначення найбільш важливих передумов розвитку туризму в Японії;
- висвітлення особливостей розвитку туристичної галузі в Японії;

В ході дослідження були використані наступні методи: опису, пошуку та обробки наукової та статистичної інформації, аналізу, синтезу, припущень.

Розділ 1. Теорія та методика дослідження країни на ринку туристичних послуг

1.1. Сутність туристознавчого дослідження країни

Японія (яп. Nihon, Nippon), офіційно «Nihon koku», «Nippon koku» — острівна країна в Східній Азії. Він зустрічається в Тихому океані, на схід від Японського моря, Китаю, Північної та Південної Кореї та Росії, і займає територію від Охотського моря на півночі до Східно-Китайського моря і Тайваню на півдні. країни.

Японія розташована на Японському архіпелазі, що складається з 6852 островів. Чотири великих острова - Хонсю, Хоккайдо, Кюсю і Сікоку - складають 97% загальної площі архіпелагу. Більшість островів гористі, багато хто має вулканічне походження. Найвища точка Японії – гора Фудзі. Японія з населенням понад 127 мільйонів займає десяте місце у світі. Великий Токіо, що складається зі столиці Японії Токіо і кількох прилеглих префектур, є найбільшим мегаполісом у світі з населенням понад 30 мільйонів людей.

Як найбільша економіка Японія посідає третє місце у світі за номінальним ВВП і третє за ВВП за паритетом купівельної спроможності. Японія є четвертим найбільшим експортером і шостим найбільшим імпортером.

Японія - розвинена країна з дуже високим рівнем життя (10 місце в Індексі людського розвитку). 82,12 року у 2009 році Японія має один із найвищих рівнів очікуваної тривалості життя та один із найнижчих показників дитячої смертності.

Японія є членом G8 і АТЕС, а також регулярно обирається непостійним членом Ради безпеки ООН. Хоча Японія офіційно відмовилася від права оголошувати війну, вона має великі та сучасні збройні сили, які беруть участь у самообороні та миротворчих операціях. Японія залишається єдиною країною у світі, де була застосована ядерна зброя.

Розташована у Східній Азії. Включає послідовність островів: острови Хоккайдо, Хонсю, Кюсю, Сікоку, Рюкю, всього близько 4000 островів. Японія омивається Охотським морем на півночі, Тихим океаном на сході, Тихим океаном і Східно-Китайським морем на півдні, Корейською протокою і Японським морем на заході. Загальна площа країни становить 377,8 тис. кв. км Рельєф країни переважно гірський (більше 80% території) з великою кількістю вулканів (близько 150, з них 40 діючих), найвідоміший з яких - гора Фудзі (найвища точка Японії ,3776 м).

Клімат країни субтропічний мусонний з деякими регіональними коливаннями через значну протяжність Японії з півночі на південь.

Зазвичай виділяють 4 кліматичні зони:

- Океанічний помірний клімат з холодним літом - на Хоккайдо.
- Океанічний помірний кліматичний пояс з жарким літом - частина Хонсю.
- область з вологим субтропічним кліматом - південна частина Хонсю, Сікоку, Кюсю, північна частина островів Рюкю.
- тропічний клімат - південна частина островів Рюкю навколо Окінави.

Зими у північній Японії холодні. Середня температура січня на Хоккайдо становить 10°C. Завірюхи та хуртовини звичайні в лютому та березні. На півдні країни зими теплі і сухі. Середня температура січня +17°C. Літо в Японії похмуре, спекотне і дощове. Середня температура липня +27°C.

В Японії випадає більше опадів, ніж у сусідніх районах континенту. Середньорічна кількість опадів становить 1700-2000 мм на більшій частині країни і до 4000 мм на півдні. У липні та серпні архіпелаг часто затоплює шторми, що супроводжуються щільною хмарністю, періодичними зливами та сильними вітрами.

Найбільша річка країни, Ісікарі, знаходиться на Хоккайдо і має довжину понад 400 миль. Найбільше в країні мілководне тектонічне озеро Біва на острові Хонсю.

Населення країни становить 125,6 млн осіб. Етнічні японці складають 99,4% населення, решта — корейці, китайці, американці та айни (нащадки стародавніх народів країни). В Японії найвища тривалість життя становить близько 80 років. Щільність населення понад 300 осіб на 1 км. У містах проживає понад 76% населення. Столиця Японії — Токіо (8,1 млн жителів).

Японія є конституційною монархією. Імператор є символом держави та єдності народу. Виконавчу владу здійснює Кабінет міністрів на чолі з прем'єр-міністром, який обирається парламентом.

Основними релігіями Японії є синтоїзм і буддизм. Офіційною мовою країни є японська. Широко використовується англійська мова.

Авіакомпанія "Japan Air Line". Довжина залізничної колії близько 30 тис. км. Протяжність магістралі 1,2 млн км. Таксі легко впізнати за кольоровими ліхтарями на даху. Авіакомпанія "Japan Air Line". Довжина залізничної колії близько 30 тис. км. Протяжність магістралі 1,2 млн км. Таксі легко впізнати за кольоровими вогнями на даху. Вартість проїзду становить 660 єн (=6,3 дол. США) за перші два кілометри, потім 80 ¥ (= 0,8 дол. США) за кожні 500 метрів плюс велика надбавка після 23:00.

Грошовою одиницею Японії є єна. 1 єна = 100 сен. 1 долар США = 125,4 ієни.

Порядок подорожей та обмеження. Особисті речі та подарунки в стандартних кількостях можна ввозити в цю країну без мита. Заборонено ввезення зброї, боєприпасів, отруйних речовин, наркотиків і непристойних матеріалів. Заборонено вивіз із країни предметів, що становлять культурно-історичні цінності.

При вході та виході просто задекларуйте суму, еквівалентну десяткам мільйонів ієн.

Час на 7 годин до київського. Коли в Києві полудень, в Японії 7 вечора. При переході на «зимовий» час, у Країні висхідного сонця на 6 годин швидше за київський. Напряга мережі 100/220 В, частота струму 50/60 Гц. Магазины

працюють з 10 до 20:00 в будні та з 10:00 до 18:00 в суботу; Універмаги працюють з 09:00 до 21:00 кожен день.

1.2. Чинники розвитку туризму

У найважливішій частині Японії - на острові Хонсю, туристи часто відвідують Токіо - столицю країни. Кілька міських центрів - Отемачі, Кадзумігасекі, Сібуя, Уено, Ікебукуро - об'єднані в один муніципалітет, і кожен має своє «передмістя» навколо нього. Їх з'єднують широкі проспекти і віадуки, по яких крізь старі квартали проходить постійний потік автомобілів. У Токіо, Сході та Заході, сучасність і старовина моторошно змішуються: місто на пагорбі з хмарочосами, що виблискують на сонці, і барвистими вивісками індустріальних парків, велика компанія та нижнє місто, де час, здавалося, зупинився сотні років тому.

У старому Токіо парки, храми та деякі офіційні будівлі, наприклад Токійський університет, дбайливо зберігаються як культурні пам'ятки.

«Токіодайгаку», колишній палац імператора. Як на околицях столиці, так і в центрі є велика кількість старовинної забудови, переважно дерев'яної.

Старі парки «Хібія», «Сіба», «Уено», «Асакуса», «Мейдзі» входять в число безперечних пам'яток столиці. У святкові дні парк Асакуса приваблює відвідувачів видовищними театральними виставами, етнічними іграми, виступами артистів естради. У Хібії проходять виставки квітів, концерти, театральні вистави та політичні мітинги. Парк «Сіба» дуже цікавий храмами і культовими спорудами. У "Мейдзі" є художня галерея та храм Мейдзі.

Важливо відзначити, що через стихійність розвитку столиці тут не розбудовано нових парків, а зелених насаджень мало. У центрі міста багато хмарочосів, включаючи готелі, корпоративні офіси, банки, офіси, різні адміністративні установи та великі магазини. Над Токіо височіє телевежа заввишки 333 метри, яка нагадує Ейфелеву вежу. Головна торгова вулиця та головна вулиця адміністративного центру Гіндза, як ультрасучасна вітрина,

прикрашена розкішною та нескінченною фантазією, приваблює багатьох жителів та гостей міста туризмом. Прогулянки по Гіндза можна вважати своєрідною японською традицією. У Токіо широко практикується підземне будівництво, тому можна сказати, що місто звернене не тільки вгору, але й вниз. Привертає увагу відвідувачів підземний багаторівневий центр «Токіо», де до пізньої ночі вирує життя.

Практично жоден гість столиці не може залишитися байдужим перед відвідуванням всесвітньо відомих розважальних центрів, таких як Діснейленд і Аквапарк.

Великою популярністю серед туристів користується Кіото - важливий промисловий, культурний, історичний і релігійний центр країни. Тут ростуть старі традиційні ремесла: вироби з лаку та бронзи, порцеляни, мережива, вишивки. Увага відвідувачів прикута до Національного музею «Кіото», Ботанічного музею, багатьох пам'яток класичної японської архітектури.

Серед визначних пам'яток міста близько 2000 храмів, сотні парків, десятки палаців. Тут розташований найбільш відвідуваний іноземцями храм Реандзі з його знаменитим садом із п'ятнадцяти каменів. Серед важкодоступних місць Кіото є імператорська вілла Кацура Рікю, яка досі використовується членами імператорської родини. Відвідати особняк було досить складно, оскільки для цього потрібен був дозвіл імператорського міністерства. Відвідування особняка включає коротку прогулянку звивистими вуличками парку. Кам'яні ліхтарі, містки, альтанки та павільйони напрочуд гармонійно вписуються в навколишній ландшафт.

Невід'ємною частиною Кіото є сучасний район з багатопверховими будинками, де привертає увагу відвідувачів Конференц-центр.

Нара - перша столиця Японії (710-784). Тут знаходиться найбільша статуя Будди на території храму Тодайдзі. Великий зал Будди монастиря є найбільшою дерев'яною будівлею у світі, але його багато разів спалювали та перебудовували, тому зараз він становить лише дві третини свого початкового розміру (58 x 51 метр у площі та 49 метрів у висоту). . Статую відлили з 444

тонн бронзи. Висота сидячої статуї становить 16 метрів. Довжина обличчя становить 4,9 метра, ширина — 3 метри, а величезні вуха — 2,4 метра. Права рука Будди витягнута вперед з відкритими долонями. Це жест благословення, і він заспокоює людину, до якої він звернений. Поза лівої руки символізує виконання бажань. Тут також дуже гарні парки та сади, в тому числі єдиний у світі «Парк 1000 оленів». Хіросіма – одне з міст Японії, яке активно відвідують туристи. Це місто назавжди залишиться в історії. Перша атомна бомба, скинута на Хіросіму о 8:15 ранку 6 серпня 1945 року, знищила територію діаметром шість миль. Одночасно загинуло щонайменше 250 тисяч осіб.

Хіросіма була відбудована з 1949 року. Сьогодні це знову процвітаюче місто з населенням понад один мільйон. В епіцентрі руйнувань залишилася неушкодженою колишня будівля Торгово-промислової палати, точніше лише її обвуглений розтрощений скелет. Сьогодні ці руїни називають «Собором атомної бомби». У центрі старого міста побудований Парк Миру під девізом «друга Хіросіма». Меморіальний музей миру має одну з найпохмуріших і найтривожніших експонатів у світі. Певним чином пам'ятник братської могили, спроектований Кензо Танге, відображає доісторичну архітектуру корінних народів Японії. В середині була коробка з іменами всіх загиблих.

Оскільки японцям з дитинства прищеплювали любов до подорожей, огляд визначних пам'яток Японії - це величезна розвага та активний вид відпочинку. Зазвичай це пов'язано з відвідуванням природних і релігійних пам'яток.

На честь незліченних великих і малих гір, річок і струмків, озер, лісів, скель і долин були побудовані численні храми, арки і кам'яні статуї. Всі заходи ввічливо відвідують японці.

Паломництво на гору Фудзі має давню традицію. Величезні розміри та правильна форма гір збуджують уяву. В Японії вважають, що сюди треба піднятися мінімум один раз у житті. Червневий парад у Токіо знаменує собою початок сезону сходження на священну гору. Протягом цього періоду, який триває лише два місяці в червні та серпні, тисячі паломників збираються на

вершині щоночі, щоб дочекатися сходу сонця. Альпіністський сезон завершується фестивалем вогню Хамамацурі. Тисячі смолоскипів освітлюють всю гору від її підніжжя до вершини, що робить її надзвичайно вражаючою.

Осорезань, відома всім японцям гора, розташована в місті Самокіта, на північно-східному краю Хонсю. За давніми переказами, тут знаходиться вхід і вихід в пекло, яким можуть скористатися душі померлих, які бажають протягом чотирьох днів липня спілкуватися зі своїми близькими. Багато людей приходить сюди в цей день, бажаючи вшанувати пам'ять своїх близьких.

Найбільший з головних островів - Сікоку - відіграє важливу роль у розвитку внутрішнього туризму Японії. Це пов'язано з паломництвом до 88 священних місць, що повторює шлях засновника буддистської секти сингон, проповідника Кобо Дайсі, який прибув сюди в IX столітті. Священні знаходяться не тільки у великих містах, але і в багатьох мальовничих місцях на острові. Пішохідний маршрут розрахований на 40-60 днів, але сучасні паломники скорочують шлях, користуючись різними видами транспорту. Синтоїстські святині часто розташовані поблизу буддистських святинь, які також є місцями, про які не забувають паломники. Сікоку є домом для Камарудза - найстарішого японського театру (кабукі). Раз на рік тут можна побачити чудову виставу у виконанні відомих акторів, які приїжджають сюди на три дні.

За рік Сікоку відвідує близько 9 мільйонів туристів. Серед головних визначних пам'яток острова - знаменитий класичний парк "Ріцурін", найбільший кам'яний ліхтар - розміром приблизно з двоповерховий будинок. На острові проходить відомий фольклорний фестиваль «Ава Одорі». У місті Піо клієнтів зацікавить: центр сонячних експериментів, завод-лабораторія з видобутку урану з морської води, парк розваг «Сонячне місто».

На острові Хоккайдо увагу туристів привертає сніговий фестиваль на зимовому фестивалі «Хамакура» в столиці Саппоро. Найоригінальніші і химерні конструкції і форми будуються з брил льоду. Ще одна визначна пам'ятка Хоккайдо - «Будинок туги за Батьківщиною», побудований на

півострові Немуро, де його крайня точка, мис Посяппу, знаходиться менш ніж за 4 кілометри від російських Курильських островів. Щороку там проводяться унікальні заходи – «День боротьби за північні території». Той, хто хоче мати можливість за допомогою оптичних приладів побачити острови Курильських гір (Сигнальний, Кунашир та ін.), належить росії.

«Oxen-rika» - готель з термальною ванною, завжди відомий в Японії. В останні роки їхня популярність зросла, стали проводитися великі офіційні заходи – різноманітні конгреси, симпозіуми, конференції. Великі та малі компанії часто застосовують таку форму відпустки, збираючи всіх співробітників до джерела, це важлива частина корпоративної культури. Подорож до Японії має надзвичайно важливе значення, можна сказати ритуальне. Це не просто поїздка з метою проведення вільного часу, а форма заохочення для державних службовців, варіант медового місяця, привід побачитися зі старими однокласниками, метод виховання та навчання. Статистика показує, що щорічні витрати на подорожі японської сім'ї становлять близько 22% бюджету, а кожен дорослий японець їздив за кордон принаймні тричі. Натомість Японія також не залишилася без уваги іноземних туристів.

Можна виділити кілька японських «пікових сезонів»:

Цвіте сакура в квітні, червні - липні (літо) і жовтні (золота осінь). Дві третини іноземних відвідувачів Японії приїжджають з країн Азії (Кореї, Тайваню, Індонезії, Малайзії, Китаю), а також туристи з США, Австралії та європейських країн. Стосовно основної мети візиту слід зазначити, що туристи з країн Азії та США приїжджають до Японії з метою відпочинку, тоді як європейці перебувають переважно у ділових поїздках. Найцікавіші та популярні маршрути пролягають уздовж чотирьох головних (великих) островів країни. Туристи можуть вільно відвідувати 1600 музеїв, 357 національних і провінційних парків, 290 зоопарків і ботанічних садів, 76 акваріумів, 227 розважальних комплексів, у тому числі токійський Діснейленд, який відкрився 1983 року. Турфірми пропонують понад 3000

автобусних, автомобільних, велосипедних, піших та інші екскурсії для ознайомлення життя країни. 10 маршрутів Японії визнані «міжнародними туристичними маршрутами» і з'єднують усі відомі туристичні центри та курорти країни.

Японія має 3,5 тисячі готелів європейського типу, а також велику кількість державних готелів "лекан" та молодіжних готелів. Безподатковий продаж традиційних японських товарів, таких як фото-, аудіо-, відео- та радіоапаратура, вироби з дерева, кераміки, перлів і ляльок, сприяє залученню іноземних туристів до Японії. В Японії створено Комітет з питань туристичної політики та Міжвідомчий координаційний комітет з питань туризму, які координують туристичну політику державних установ, а також Відділ туризму Міністерства транспорту Японії, який просуває туризм і регулює діяльність туристичних організацій. Найвпливовішими туристичними організаціями в Японії є Японська асоціація туристичних агентів та Японська національна туристична організація. Загалом у Японії налічується понад 500 туристичних агентств, які мають ліцензію Міністерства транспорту, та понад 2 000 організацій, що займаються внутрішнім туризмом.

Розділ 2. Місце Японії на туристичному ринку

2.1. Характеристика туристичних об'єктів Японії

Імператорський палац. Головною визначною пам'яткою району Маруноуті, безсумнівно, є Імператорський палац із прилеглими парками та ровом (початок 1613 року). Зараз це резиденція королівської сім'ї. Палац розташований на місці, де лорд Ота Дока побудував першу фортецю в 1457 році. Це центральна точка, з якої почав розвиватися Токіо (або Едо, як його називали в той час). Токугава Ієясу відбудував фортецю в 1590 році після свого завоювання, зробивши її найпотужнішим форпостом у країні. У 1657 році фортеця постраждала від сильної пожежі та частково зруйнована. До 1868 прекрасний палац був резиденцією сьогунату Токугава. Після відновлення імператорської влади та перенесення управління з Кіото в місто Едо, яке було перейменовано в Токіо, палацу було надано статус імператорського. Після руйнування у 1873 та 1945 роках замок був перебудований у традиційному стилі.

Міст Нідзюбасі веде до внутрішніх кімнат палацу. Назва Nijubashi означає подвійний міст, міст названий на честь свого відображення в чистій воді. Палац оточений стіною товщиною 2 метри, подекуди вкрапленою брамами. Троє воріт Очо-мон, Кіракава-мон і Кіта-Ханебасі-мон, що ведуть до Східного саду Імператорського палацу, відкриті для відвідування.

До кінця останньої війни, в якій брала участь Японія, всі пасажери автобусів, які проїжджали перед палацом, повинні були підкорятися команді кондуктора кланятися.

Палацовий комплекс включає кюдєн (головний зал), вітальню (імператорський палац Фукіаге) і три палацові будівлі:

Кашікодор, Корайден, Сінді. У палаці є своя лікарня, бомбосховище, тенісні корти, стайні, кладовище, невелика фабрика тутового дерева тощо. Імператор Сева також створив тут науково-дослідний інститут і проводив дослідження. У палаці також проживало 245 сімей, які служили і працювали

на імператора. Відвідувачі не допускаються всередину палацу, а палацові сади відкриті для публіки лише двічі на рік, 2 січня та 29 квітня (день народження імператора). Сьогодні сад переповнений людьми, які кілька разів на день спостерігають за появою Імператора і моляться про удачу. Для відвідування садів у будь-який інший день потрібен дозвіл імперського секретаря.

Однак Східні сади Імператорського палацу можна відвідувати регулярно. Тут можна побачити одні з найцікавіших старовинних будівель. Парк Кітмала колись був частиною палацово-паркового комплексу, але зовсім недавно парк від палацу відділяла дорога.

Храм Ясукуні. Цей храм розташований у районі Маруноуті. Побудований у 1869 році в синтоїстському стилі, храм вшановує японців, які загинули під час воєн, у яких брала участь Японія. До зовнішнього саду храму можна потрапити через дві великі ворота торії (церемоніальні ворота). Біля південного входу в храм розташовані ворота торії висотою 12 метрів. Щоб увійти в Окуноїн, потрібно пройти через бронзові ворота торії, побудовані в 1933 році. Бронзова статуя ліворуч від входу представляє Ядзіро Сінагава (1843-190), відомого політика епохи Мейдзі. Храм оточений квітучою вишнею та деревами гінкго. З цього сценарію серед японських солдатів, які йшли на війну, виникла традиція говорити: «Зустрінемося знову під вишнею на горі Кудана».

Весняний фестиваль проводиться тут із 21 по 23 квітня, а Осінній фестиваль – з 17 по 19 жовтня. Храм Ясукуні, скоріше святиня державної релігії синто, досі є предметом політичних суперечок. Тут у найсуворішій секретності прибудовано майданчики для урн з останками людей, засуджених міжнародним військовим трибуналом до страти як військових злочинців. Через акт поховання люди, поховані в храмі, набували статусу «рівних Богу» і заслуговували на повагу.

Гіндза – найпопулярніший торговий район Токіо. Тут зосереджені ексклюзивні та розкішні магазини, де можна купити буквально все на світі. Також у Гіндзе багато чайхан, кафе та ресторанів. У вихідні, коли тут все

відкрито, створюється рай для шопінгу. Натовп просто затягне вас і затягне до численних магазинів торгового центру.

Тут також знаходиться знаменитий театр Кабукі-Дза, театр Сімбаші Ембудзе, де можна побачити традиційні танці Адзума-Одорі або виступи у стилі Бунраку. Гіндза була торговим центром країни під час Едо. Тут жили ремісники, торговці та теніни. У 1612 році Токугава Ієясу привіз до Едо «срібну монету» (ginza означає «срібна монета» японською мовою).

Кубуки – традиційний японський театр. Вам обов'язково варто з'їздити туди і побачити ретельно відрепетовані середньовічні театральні бурлески, навіть якщо ви не розумієте жодного слова японською. Найпопулярніший театр кабука знаходиться у Гіндзе. Шоу відбувається протягом усього року.

Усередині театр виглядає як велика сімейна зустріч, куди більша частина з 2 500 000 глядачів приносять їжу. Під дахом театру також є ресторани, оскільки вистави тривають годинами. Глядачі можуть дивитися шоу стільки, скільки захочуть, чи можуть сісти. Тут не грубо приходити та йти у будь-який час.

Слово «кабуки» перекладається як «пісня та танець». Актори лише відображають емоції мімікою. Сцена часто перетворюється на котел бурхливих пристрастей. Дивлячись на перехожих, які ввічливо кланяються на вулицях Токіо, виглядаючи такими відірваними від життя, важко уявити спалахи емоцій за маскою ввічливості. Аудиторія реагує на кожен емоцію, будь то плач, сміх або аплодування героям. Часто можна почути привітання від глядачів. Театр Кабукі раніше був місцем, як газета або джерелом пліток для середнього класу. Скандали і змови відображені тут в билинах. Актори часто діють без готового сценарію, сюжет розвивається відповідно до ситуації і часто відхиляється від задуманого плану сценарію. Навіть сьогодні чоловіки виконують роль жінок. П'єси кабукі не мають нічого спільного з буржуазною культурою європейського театру.

У 1645 році жінкам було заборонено виступати в театрах, хоча саме дружина священника популяризувала кабукі своїми комічними імпровізаціями.

Кіото було засновано між 792 і 794 роками до нашої ери. До 1868 року він був офіційно столицею країни і резиденцією імператора під назвою Хейан («Місто миру і спокою»). Це дуже колоритне і романтичне місто, відоме як центр міжнародного туризму. Тут близько 2000 храмів і церков (17 з яких охороняються ЮНЕСКО), сотні парків і десятки старовинних палаців. Унікальний шарм Кіото полягає в унікальній гармонії між його численними будівлями та навколишнім ландшафтом. Храми і палаци ніби піднімаються з води озер і пагорбів, лише посилюючи красу природного ландшафту. Недарма ці місця вважаються кульмінацією розвитку знаменитої японської здатності «зливатися з природою».

Історичним центром міста є мудрий Імператорський палац (заснований у 794 році, нинішня будівля побудована в 1855 році) і включає в себе житлові квартали Шишінден, Санваден і Сейрейден.

Поряд з імператорським палацом розташований замок Нідзе (1603 р., площа – 275 тис. кв.м.) з тильним палацом Ніномари, відомим своєю унікальною системою «Наруїта» або «Гіза-Ба» («Співаючий літак» – свого роду захист) з класичними японськими садами Ніномару і Сейрюен.

Пам'ятка Кіото вважається одним з найкращих зразків японської національної архітектури. Храм Кінкаку-дзі (1397 р.) з найтоншим позолоченим дахом, унікальний «Піщаний сад» і мальовниче «Дзеркальне озеро». Не менш цікаві двоповерхові Гінкаку-дзі (1489 р.) і Тофукудзі («Храм східних скарбів», 1236 р.), побудовані на восьми високих скелях у межах храмового комплексу Кійомідзу-дера («храм»), він же «Гінкаку» реконструйований у 1633 р.) Найстаріший храм міста з церемоніальним водоспадом - Храм Хасшаку з великим парком (10-16 ст.), Імператорська вілла Кацура з унікальним ландшафтним парком (1624 р., вхід обмежений), знамените дерево лотоса (Рьозан- храм Джі) і кам'яний сад храму

Санбо-ін, прекрасний моховий сад храму Сайхо-дзі (вхід заборонено), імператорська вілла Кацура (17 століття), храм Тодзі (7-17 століття), святилище Хейан Джінгу (1895), Сайто, Нісі Хонгвандзі (1272, перенесений на сучасне місце в 1591), Сандзюсангендо (1164), Тенрю-дзі (14 століття), а також численні імператорські мавзолеї, сади та парки.

На іншому березі озера Біва стоїть величний замок Хаконе (1603-1623 рр.). У Кіото також знаходиться найстаріший у Японії театр кабуки - Мінамідза (місто вважається батьківщиною цього мистецтва). Обов'язково відвідайте Національний музей та Національний музей сучасного мистецтва. Процвітають і старовинні традиційні ремесла - виготовлення лакових та бронзових виробів, порцеляни, мережив, вишивки та предметів культу, вироби з яких можуть бути чудовими сувенірами. У місті регулярно відбуваються святкові заходи та численні релігійні церемонії, не пов'язані з жодним з місцевих божеств чи храмів.

У Нагої цікаві два найважливіші синтоїстські святилища: Ацута та Іша (орієнтовно - початок I ст. н.е.), замок Нагоя (1612 р.) з оригінальним Музеєм скарбів, а також Художній музей Токугава, Галерея префектури Аїті та Ботанічний сад , Військово-морський арсенал, храм Тофукудзі (8 століття) та ін.

У міському районі Беппу є одне з найбільших у світі підземних гарячих джерел. Зараз на базі понад 3,5 тисячі місцевих гарячих джерел відкрито безліч відмінних бальнеологічних курортів, а у вільний час ви можете відвідати унікальні «киплячі озера» Чиноїке Дзигоку та Умі Дзигоку, а також гейзер Тацумаки Дзигоку або відвідайте також місцевий зоопарк, щоб спостерігати за поведінкою. Навіть снігові мавпи люблять приймати теплі ванни.

Другий за величиною острів Японії - Північний Хоккайдо ("Шлях до північних морів") - вважається найбільш малонаселеним і "зеленим" островом архіпелагу. Близько 10% площі острова займають понад 20 національних парків, що робить його визнаним центром активного туризму у країні.

Столицею острова з 1869 року є місто Саппоро, яке часто називають «японською Швейцарією» через велику кількість снігу взимку та гористу місцевість. Перед Олімпійськими іграми 1972 року тут було збудовано сучасний центр зимових видів спорту (один із найбільших в Азії), цікаві також ботанічний сад з унікальним підбором рослин з різних широт, численні музеї та розважальний район Сусукіно. З міста починаються численні екскурсії в навколишні гори та національні парки, а також подорожі на глибоководну рибалку.

У південній частині Хоккайдо, в кратері вулкана Ноборібецу Спа (діаметром 2 км), знаходяться гарячі джерела Дікокудане, які приваблюють тисячі туристів своїм «неземним» ландшафтом та цілющими властивостями місцевої мінеральної води та грязей. Міста Акакура та Ован - найпопулярніші гірськолижні курорти країни. Туристичний центр Сунки в національному парку Дайсецудзан, Фурано, один з найпопулярніших гірськолижних курортів країни, а також гарячі джерела Токачідакі Онсен та Сіроген Онсен також пропонують чудові можливості для активного відпочинку.

Найкращі пляжні курорти зосереджені навколо Міядзакі (пляж Шигая), Окінави, Керами, Рюкю та Іводзими (де також розташовані найкращі в країні місця для дайвінгу), а також півострова Ното-Хант у префектурі Гумма та регіону Нара. Численні національні парки, у тому числі такі відомі, як Дайсецудзан, Бандай-Асахі, Нікко, Киришіма з водоспадом Сенрігатакі, Сето-Найкай, Сікоцу-Тойя, Читібу-Тама, Фудзі-Хаконе-Ідзу, підводні природні парки, заповідники, відносно невеликі за площею. розмірами вони мають непередаваний національний колорит.

Наразі складно сказати, що Нара колись була столицею Японії у 8 столітті, до Кіото. Але час та негаразди пощадили це стародавнє місто, і тепер у ньому ми можемо помилуватися багатьма пам'ятками історії, архітектури та культури.

У Нарі багато туристичних визначних пам'яток, але найцікавішими є храм Тодайдзі та Великий Будда міста Нара.

Величну бронзову статую Будди було зведено 1200 років тому. Один з найбільших та найстаріших у Японії.

В історії Японії було три великі статуї Будди: у Нарі, Кіото та Камакурі. Статуя Великого Будди заввишки 160 метрів у Кіото не збереглася до наших днів і зараз замінюється на дерев'яну статую меншого розміру.

Головний зал храму – Дайбуцуден – є найбільшою дерев'яною спорудою на землі. Передній корпус збудований у 1709 році і на третину менше протилежного. Її нинішні розміри становлять 57 м x 50,5 м, а висота – 48,7 м. Цікаво, що спочатку була відлита сама статуя Великого Будди, а потім довкола неї було збудовано будівлю.

Справжньою перлиною міста Нара, прихованої від очей туристів поряд із храмом Тодайдзі, є сад Ісуен.

Буде цікаво і тим, хто цікавиться мистецтвом японського садівництва, і тим, хто просто хоче розслабитися, прогулюючись по звивистих садових доріжках навколо дзеркального ставка, в якому мирно плавають коропи чи.

Місто Удзі знаходиться недалеко від Нарі на дорозі Кіото-Нара. Він відомий по всій Японії як "Чайне місто". Тут можна купити чай будь-якого кольору, відтінку та смаку, і при цьому продегустувати його в багатьох невеликих чайханах по всьому місту.

У містечку Удзі пройде демонстрація стародавнього японського способу лову риби «Укай» — за допомогою бакланів.

Найважливішою візитною карткою міста Удзі є добре відомий усім японцям храм бедуїнів із павільйоном Фенікса. Побудований у 998 році як дворянський особняк, він є чудовим взірцем стародавньої японської архітектури. Пізніше він був перетворений на храм, що втілює рай на землі. У 1180 полководець Мінамото-но-Ерімаса, який зазнав поразки на річці Удзі, зробив сеппуку в павільйоні Фенікса - це був перший випадок сеппуку, зафіксований в літературі середньовічної Японії.

Будівля міського муніципалітету знаходиться всього в декількох хвилинах ходьби від головної ж / д станції. Будівля була побудована

японським архітектором Кендзо Танге. Тут засідає міський уряд. Перед будівлею стоїть бронзова статуя феодала лорда Дока Ота (1432-86). Побудував замок Тіеда, зараз отримав статус імператорського палацу.

2.2 Оцінка туристичної інфраструктури

В даний час індустрія туризму є однією з ключових галузей економіки Японії. На початку 2000-х років його економічний внесок оцінювався в 21,3 трильйона доларів США. єн або 2,1% ВВП. Це перевищує відповідний внесок сільського, лісового та водного господарства (1,4%) і загального машинобудування (1,9%) і приблизно такий самий, як і транспортного машинобудування (2,3%) та харчової промисловості (2,5%). У туристичній індустрії зайнято 1,87 мільйона людей, що еквівалентно 2,8% від загальної робочої сили країни. Для порівняння:

Транспорт і загальне машинобудування - 1,6% і 2,1% відповідно, харчова промисловість - 2,4%. Індустрія туризму мала прямий (20,7 трлн ієн) і опосередкований вплив із зростанням виробництва на 5,4%, збільшенням доданої вартості на 5,2% і зростанням зайнятості на 6%[1].

Важливою характеристикою японських туристів, які подорожують всередині країни та за кордоном, є короткий термін перебування в пункті призначення та досить висока вартість. Це одна з визначних пам'яток японських туристів у країні перебування.

Протягом багатьох років внутрішні подорожі були другою за популярністю розвагою в Японії після ресторанів. У 2010 році жителі цієї країни подорожували країною в готелях в середньому 1,16 рази на рік. Всього було зафіксовано 269 мільйонів поїздок, 55% з яких були туристичними.

Японці подорожують по країні з багатьох причин. За наявними даними, близько половини хочуть оцінити красу, 45% – поніжитися в термальних джерелах, стільки ж – відпочити і більше 40% – скуштувати місцеві продукти. І кухня як засіб приготування їжі.

Японія входить до десятки найбільш густонаселених країн світу. Це дуже розвинена країна, де понад 90% населення належить до середнього класу. У той же час іноземний туризм почав розвиватися тут відносно пізно, і, незважаючи на збільшення кількості японських туристів, які виїжджають за кордон, рівень виїзду людей з Японії все ще значно нижчий, ніж у розвинених країнах.

Проте безсумнівно, що рівень життя середнього класу (в якому подорожі відіграють важливу роль) в Японії продовжить зростати, а його роль на світовому туристичному ринку зростатиме. Згідно з Білою книгою про туризм Японії за 2010 рік, у 2009 році Японія посідала 11 місце у світі за кількістю подорожей за кордон, 2 місце в Азії (після Малайзії) і 4 місце за витратами на туризм. Японські туристи за кордоном.

Географія туристичних потоків із Японії стає дедалі різноманітнішою, але переважно включає країни Тихоокеанського басейну. Хоча після 11 вересня 2001 року кількість японських поїздок до Сполучених Штатів різко впала (майже один мільйон), кількість поїздок до Китаю в 2003 році становила 3,17 мільйона, а в 2010 році – 5,6 мільйона (3).26 мільйонів прямих поїздок.). у Гонконзі та на Тайвані) та Південній Кореї (2,8 млн).

У Японії вважається, що завдяки туризму, крім економічного впливу, має місце і великий соціальний вплив: туристи, які відвідали країну, сприяють поширенню знань та поглибленню японської культури у світі. Соціальний тягар туризму також включає створення приємних і продуктивних рекреаційних умов і можливостей, необхідних для повноцінного, гармонійного життя і відчуття благополуччя. Оздоровчо-естетична спрямованість туризму сприяє всебічному розвитку і вихованню людей, їх ставлення до здоров'я, природи, своїх культурних цінностей.

А міжнародний туризм сприяє як вихованню, так і вибудовуванню порозуміння між народами, вчить толерантності та повазі до звичаїв та традицій різних країн. Враження, отримані в туристичних поїздках за кордон,

не тільки розширюють кругозір людей, але й роблять їхнє життя різноманітнішим, живішим та емоційно насиченішим.

У цьому контексті розвитку туризму в Японії приділяється велика увага на найвищому рівні. Уряд зробив перетворення країни на «велику туристичну державу» національним завданням. Наразі країна запустила кампанію «Туризм Японії», яка є частиною стратегії розвитку внутрішнього туризму, щоб зменшити розрив між притоком і відтоком. Очікується, що кількість міжнародних туристів до В'єтнаму досягне 15 мільйонів [2].

У 2003 році Рада з туристичної політики опублікувала доповідь, в якій закликала «країну, яка забезпечує хороші умови життя для свого народу та приваблює туристів». Для вирішення цієї проблеми було створено Раду з розвитку туризму на правах міністерства та прийнято План дій з туризму Японії. Уряд послідовно проводить намічену політику і вже витратив близько 30 мільйонів доларів США на покращення туристичної інфраструктури. Зокрема, у 2004 році всім лініям та станціям токійського метро було присвоєно індекси та номери — іноземцям більше не потрібно запам'ятовувати незвичайні назви, достатньо просто знати номер станції. Для залучення туристів до Японії деякі музеї все частіше використовують систему Welcomecard, що дає іноземцям знижки на проїзд. Зі спеціальним квитком на поїзд у вас є необмежену кількість поїздок країною протягом певного періоду часу. З'являються нові туристичні продукти, удосконалюється "технічний" чи "промисловий" туризм. Йдеться про відвідини компаній. У Японії будь-який бажаючий може замовити екскурсії автомобілями, пивоварнями та іншими фабриками по телефону. О. У Міяко, префектура Окінава, можна відвідати унікальне підприємство з видобутку солі з морської води з використанням оригінальної технології, занесеної до Книги рекордів Гіннеса [3].

У Японії набирає обертів рух «Один регіон — один туристичний продукт» за активної підтримки Міністерства внутрішніх справ, інфраструктури та транспорту. Розробити типові проекти "зон туристичного обміну". У цих розкиданих по Країні сонця районах повинні бути створені

дуже комфортні умови для іноземних туристів. Натомість кожен регіон повинен мати можливість визначити та довести свою привабливість у конкурентній боротьбі з іншими регіонами. У Кіото, наприклад, передбачено 20 контурів, інтегрованих в електронну навігаційну систему, пов'язану з супутниковою навігаційною системою. За допомогою цього пристрою під назвою «Charisma Navigation» можна одночасно отримувати інформацію з різних туристичних об'єктів. Крім того, він діє як електронний перекладач, може підключатися до японсько-англійської служби Інтернету, а також є мобільним телефоном [4].

Префектура Окаяма, розташована на внутрішньому узбережжі Японії, створила шість невеликих пристаней для іноземних туристів. У різних місцях – у високих горах і на маленькому острові тощо. - шість відреставрованих старовинних традиційних японських будинків, повністю мебльованих, але досить старомодних. Десь була стара лазня, десь традиційна коца, якою зігрівали за столом. Загалом у цих готелях не більше 5-6 номерів (іноді між ними тільки розсувні стіни, а дверей та замків немає) та, як правило, приймають не більше 10-20 осіб. Також тут мають право зупинятися лише іноземці та японці, які їх супроводжують. Житло дуже дешево, менше 30 доларів, в будинку є весь необхідний посуд для приготування їжі і навіть сіль, цукор, кава, чай і т.д. Крім того, враження від життя в такому будинку є унікальними і, можливо, ще більш яскравими та приємними, ніж життя в сучасному японському будинку. Тому провінція намагається привернути увагу іноземних туристів і сприяти налагодженню міжнародних зв'язків. У невеликих містечках, які часто відвідують туристи, прокат велосипедів організований прямо на вокзалі — це поняття «велотуризм». Карта з найважливішими пам'ятками видається відразу. Слід зазначити, що збільшується обсяг туристичної інформації англійською мовою, яка, як і японська, транслюється повсюдно безкоштовно [5].

Велику увагу приділено рекламі.

Майже кожна станція розповсюджує безкоштовні листівки з інформацією про цвітіння різних рослин, виставки, врожай, місцеві свята тощо, і їх можна замовити по телефону для відвідування певних заходів. Оплата здійснюється наперед через банк і в обумовлений час забирають учасників із залізничного вокзалу, де починається автобусний або пішохідний маршрут. На перехрестях головних станцій часто проводяться рекламні акції з розповсюдження невеликих сувенірів, які можна використовувати для планування екскурсійних поїздок та путівників для кожної префектури та села. Усі японці вивчали англійську мову протягом багатьох років у школі, але дуже небагато з них здатні відразу висловити свої думки. Щоб допомогти японським мандрівникам, компанія NEC, один із японських «технічних гігантів», розробила високошвидкісний комп'ютерний перекладач, оснащений мікрофоном і динаміком. Подібно до сучасних популярних електронних словників, цей крихітний пристрій розпізнає речення японською мовою та відтворює їх переклад англійською. Наш словниковий запас із тисяч слів містить найуживанішу туристичну лексику. Також можна надати практичну допомогу іноземним туристам.

Передбачається, що в країні буде реалізовано низку заходів, спрямованих на розвиток туризму, однак повною мірою вони не враховуються. Нарешті, важливо ще раз наголосити на особливому значенні реклами: у рамках акції «Відвідайте Японію» країною курсують потяги з написом «Японія Амбіційна». Водночас, згідно з урядовим опитуванням 2009 року, кожен третій японець виступає проти іноземних туристів. Практично всі, хто виступав «проти» як основна причина, називали зростання числа злочинів, що скоюються іноземцями (понад 16 тисяч у 2009 році). Згідно з тим самим опитуванням, 53% респондентів виступають проти спрощення віз та інших імміграційних процедур, що перешкоджають притоку туристів до країни. 38,6% відкидають нелегальне працевлаштування іноземців та погіршення громадської безпеки в країні.

Нагадаємо, у березні 2011 року в Японії сталася велика радіаційна катастрофа на АЕС "Фукусіма-1". Неприємності почалися після руйнівного землетрусу магнітудою 9,0, який стався у Японії 11 березня. Потім було цунамі заввишки до 10 метрів. Число жертв катастрофи перевищило 11,2 тисяч осіб, понад 16 тисяч людей зникли безвісти [5].

Внаслідок поштовхів було сильно пошкоджено чотири з шести реакторів АЕС, порушено їхнє охолодження, що призвело до серії вибухів та пожеж. Через зірвану пломбу почалися джерела радіації. Рівень радіоактивного йоду в морській воді поблизу АЕС досяг концентрації в 3,355 млн разів вище за норму.

Раніше повідомлялося, що плутоній було виявлено на території станції та у п'яти місцях. Радіоактивні частки почали поширюватися світом. В даний час сліди зараження виявлені в Китаї, Південній Кореї, США, Канаді, Білорусії, Швеції, Ісландії та інших країнах Європи.

За останніми даними з Фукусіми, на цій АЕС розплавилися паливні стрижні. Гарячий рідкий уран пропалив корпус реактора у кількох місцях.

Наразі навколо аварійної електростанції діє 20-кілометрова зона відчуження, до якої громадяни не допускаються.

Через три місяці після стресу японці намагаються менше говорити про землетрус та цунамі. Приймати наслідки трагедії мовчки – риса нації. Це одна з причин, через яку більшість населення не залишила країну після стихійного лиха. Зрілість, мабуть, найважливіша психологічна характеристика японської нації: справжні японці рідко переїжджають, змінюють роботу, друзів, чоловіків чи хобі [4].

Це заразна риса. Українські студенти, які проживають в Японії, заявили, що не залишали країну в дні серії землетрусів і наслідували приклад місцевих жителів. Близько 70% респондентів підтримують підвищення податків, щоб допомогти країні оговтатися від стихійного лиха.

Після трагедії на економіку країни чекає новий імпульс для розвитку. Для залучення іноземних інвестицій та, насамперед, бюджетних коштів

необхідно надавати екстрені кредити, продавати держоблігації та накачувати економіку грошима. Це означає, деякі галузі японської економіки найближчим часом переживуть справжній бум. По-перше, цунамі піде на користь будівельному сектору та всім пов'язаним з ним виробникам [2].

Незважаючи на погодні умови, влада Японії, поряд з відновленням галузі, всіляко намагається відродити туризм, оскільки кількість туристів упала майже на 60%. Китайських гостей, які прибули до Токіо за тиждень після авіакатастрофи, особисто зустрічали представники міністерства туризму. Як виявилось, китайці погодилися на поїздку лише тому, що турфірма пообіцяла відшкодувати їм усю поїздку, якщо в країні станеться землетрус силою понад шість балів.

Доходи туристичної галузі країни впадуть на 23% порівняно з 2010 роком у гіршому випадку через зниження кількості іноземних туристів, які відвідують Японію. Якщо події розвиватимуться за найкращим сценарієм, то через проблеми на японській АЕС, які були вирішені до кінця квітня 2011 р., відновлення в'їзного туризму в країну розпочалося у травні та відновилося на початку 2012 р. За такого варіанта очікується, що скорочення в'їзного турпоточку може становити 9 %, а доходи від в'їзного туризму знизяться на 12 % [6].

Безпосередні наслідки землетрусу можуть скоротити іноземний туризм на 50% і більше. Цю тенденцію можна виправити, доки в країні триває атомна криза.

За даними Euromonitor International, кількість ділових поїздок до Японії також скорочується. Представники дочірніх компаній Nissan у США скасували всі поїздки до Японії, а співробітникам ІТТ Corp та Ford Motor дозволено лише найнеобхідніше.

Туроператори також повідомляють про випадки скасування бронювання та перенесення дат поїздки. Авіакомпанії, що обслуговують Японію, коригують свої розклади рейсів у відповідь на зниження попиту на подорожі до Японії, хоча попит на квитки з Японії залишається високим.

Delta Air Lines призупинила польоти в токійський аеропорт Ханеда в березні-квітні 2011 року і скоротила рейси в Японію на 15-20% з травня. З 15 березня Lufthansa почала виконувати рейси до Осаки та Нагої замість Токіо [6].

Сильний економічний бум в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні в 2010 році сприяв розвитку іноземних туристів до Японії. Кількість туристів, які відвідують країну, становить близько 9 мільйонів, що на 27% більше, ніж у попередньому році. При цьому витрати гостей з-за кордону в Японії зросли на 31%, поповнивши скарбницю країни 15 мільярдами доларів, що більш ніж покрило скорочення витрат роком раніше, викликане глобальною економічною кризою.

Основними країнами-постачальниками туристів на японський ринок стали Південна Корея (більше 2,2 мільйона людей), Тайвань (майже 1,4 мільйона) і Китай (1,36 мільйона). Причому ріст турпотoku із цих країн у діапазоні від 34 до 40% набагато перевищив показники росту зі США й країн Європи. Більш половини всього турпотoku в Японію припадає на жителів Азії [7].

Що стосується закордонних поїздок самих японців, то в найкращому разі розвитку подій у країні за підсумками 2011 року їх число скоротиться на 11% у порівнянні з 2010 роком, а витрати впадуть на 8%. Поганий сценарій передбачає зниження міжнародних туристичних потоків на 21% і зменшення витрат на 17%.

У 2010 році 17 мільйонів японців виїхали за кордон. Японія посідає 11 місце у світі за кількістю міжнародних мандрівників, минулого року японці витратили на міжнародні поїздки 29 мільярдів доларів. Зменшення кількості закордонних туристів з Японії завдасть значної шкоди міжнародному туризму. Важливий і той факт, що в середньому один японець витрачає на закордонний відпочинок 1,7 тисячі доларів, що вдвічі перевищує світовий показник (табл.1). Передбачається, що найбільше від скорочення числа японських

туристів, що виїжджають за рубіж, постраждає Азіатський регіон, оскільки минулого року 28% туристів з Японії відвідали країни Азії [7].

У 2004 році руйнівної сили цунамі обрушилося на Таїланд, що завдало величезних збитків ключовим туристичним регіонам. Незважаючи на це, повідомляє Euromonitor International, закордонний турпотік до країни у 2005 році знизився всього на 1%, а доходи цього сегмента скоротилися на 5%. Прискорене будівництво й кампанія з просування країни привели до різкого збільшення потоку іноземних туристів у Таїланд наприкінці 2005 року. Такий розвиток подій є найкращим сценарієм для Японії. Однак через зрілість японського ринку мало ймовірно, що потік туристів скоро відновиться [5].

Враховуючи обсяги руйнування й невизначеність відносно витоку радіації з японської АЕС, Euromonitor International також порівнює ситуацію, що склалася з епідемією грипу А/Н1N1, навесні 2009 року в Мексиці і яка може стати моделлю для розуміння наслідку катастрофи в Японії для її туристичної індустрії.

У травні 2009 року мексиканські влади на кілька днів закрили столицю від відвідування туристів. Зараз аналогічна ситуація складається й у Токіо, який залишають іноземці, а місцеві жителі роздумують, залишатися в місті або їхати. У травні 2009 року, у момент розпалу кризи в Мексиці, викликаній епідемією грипу А/Н1N1, турпотік у внутрішні регіони країни впав на 52%, а доходи галузі скоротилися на 56% у порівнянні з аналогічним періодом роком раніше. Згідно з думкою аналітиків Euromonitor, у цей час Японія випробовує 50-процентний, якщо не більший, спад в'їзного туризму, який буде тривати до завершення кризи на АЕС. Відновлення туризму почнеться лише після врегулювання ситуації на АЕС «Фукусіма-1», а коли це станеться, залишається незрозумілим, вважає аналітик Euromonitor Мішель Грант. Крім того, за її словами, «важко оцінити точні наслідки того, що сталося з індустрією туризму, але аналіз інших кризових ситуацій може допомогти визначити ключові моменти». До кінця цього року кількість туристів до Японії може скоротитися більш ніж на 20% [2].

Але японський уряд всіма силами стимулює збільшення кількості туристів до Японії. Так, у жовтні 2011 року Національна туристична адміністрація Японії запустила Інтернет-конкурс, у якому взяли участь 10 тис. Японія пропонує своїм учасникам безкоштовний переліт до рідної країни.

У 2010 році ділові поїздки до Японії становили 15% від загального обсягу внутрішнього туризму. Відновлення ділового туризму повинно відбуватися швидше, ніж туризму відпочинку, оскільки Японія є важливою ланкою в глобальному ланцюжку цього туристичного сегмента.

«Японія має потенціал стати туристичною наддержавою», — сказав Хіроші Мізохата, який зайняв посаду спеціального комісара Японського агентства з туризму в січні 2011 року.

Пан Мізохата, колишній президент відомого місцевого футбольного клубу, поставив за мету збільшити кількість іноземних туристів до Японії до понад 10 мільйонів осіб за два роки і зростає до 20 млн осіб у 2016 році [2].

2.3 Оцінка транспортної інфраструктури

Швидке зростання промисловості, поглиблення міжрегіонального та міжнародного поділу праці, посилення залежності від експорту та імпорту, збільшення рухливості населення — все це пред'являло і продовжує висувати все більш високі вимоги до транспортної системи Японії. Вона схожа на західноєвропейські країни за характером транспортної системи, але значно перевершує будь-яку з цих країн за розмірами вантажних та пасажирських перевезень. У Японії добре розвинені всі види транспорту, крім внутрішніх водних шляхів та трубопроводів.

Прибережний флот відіграє у внутрішніх вантажних перевезеннях, і значення автомобільного транспорту також значно зростає. Але майже жодні товари не перевозяться залізницею. Змінилася і структура внутрішніх пасажирських перевезень: перше місце піднявся автомобільний транспорт, друге місце залишився залізничний, третьому — повітряний. Транспортування

вантажів на свіжому повітрі здійснюється майже виключно морським транспортом.

Характеристика японської транспортної системи логічніше розпочати із залізничного транспорту. По-перше, тому що залізниця, як і раніше, є кістяком. Важливі магістралі проходять вздовж північного узбережжя і особливо у півдні. Хонсю Незначні розв'язки перетинають гористу центральну частину острова та з'єднують прибережні дороги. Ця система доповнена маршрутами по островах Хоккайдо, Кюсю і Сікоку. Тоді майже всі вони дзеркально відбиті магістралями.

Загальна протяжність японських залізниць значно скоротилася останні десятиліття, досягнувши 2005 р. 20 000 км (18-те у світі). Щодо обробки залізничних вантажів, то вона також знаходиться лише на 10-му місці. Але за пасажиропотоком (380 млрд пасажиро-км) Японія довгий час змагалася з гігантським Радянським Союзом за перше місце, лише нещодавно поступившись першістю Китаю та Індії – країнам з мільярдним населенням. Не менш показові такі цифри: японець проїжджає поїздом в середньому 1900 км на рік, француз - 1235 км, німець - 1170, росіянин - 1060 і англієць - 670 км.

Залізниці Японії знаходяться на найвищому технічному рівні. Усі основні магістралі електрифіковані. Широко поширені монорейки та дороги для руху поїздів з магнітним підвісом. Це ставить Японію разом із Францією на передові позиції у світі щодо розвитку високошвидкісних залізниць, що дозволяють пасажирським поїздам рухатися зі швидкістю 200-300 км/год. Вже в 1979 році експериментальний автомобіль з динамічною електромагнітною підвіскою перевищив «межу мрії» - швидкість 500 км/год. А в 1999 році п'ятивагонний поїзд, що перевозив пасажирів, теж на магнітній підвісці, розігнався до 552 км/год, у 2008 році - навіть 581 км/год.

Успіхи Японії у будівництві швидкісних поїздів найбільш яскраво проявилися в Сінкансен (новій залізничній лінії), яка була відкрита в 1964 році напередодні Олімпіади в Токіо. Ця лінія з'єднує «три великі міста» Японії Токіо, Голу та Осаку, разом утворюючи муніципалітет Токайдо.

Довжина швидкісної автомагістралі Сінкансен спочатку становила 515 км. Тепер ним курсував біло-блакитний Nikari Express (легкий поїзд), що вміщає від 1200 до 2000 пасажирів. Маршрут між Токіо та Осакою вона долає за 2,5 години, незважаючи на більш складний маршрут із 300 мостами та 66 тунелями. У 1996 році по цій дорозі почав курсувати суперекспрес Nozomi (Nadia) зі швидкістю 300 км/год. Сінкансен також характеризується винятковою щільністю руху, яка досягає 285 поїздів на день. За оцінками, за 35 років існування цією дорогою перевезли 3,5 мільярда пасажирів і за цей час жоден із них не постраждав у залізничних аваріях. А середня річна затримка становить лише 0,4 хвилини, включаючи затримки, викликані ураганами, землетрусами, снігопадом, лавинами та іншими природними катаклізмами.

Однак пізніше концепція «сінкансен» поширилася за межі столичного району Токайдо. Це шосе спочатку було продовжено на північ від міста Фукуок. На Кюсю його довжина зросла до 1100 км. Тоді була побудована ціла мережа високошвидкісних залізниць (до 270 км/год), що з'єднала різні частини регіону. Хонсю (мал. 119). До 2025 року їх загальна протяжність збільшиться до 14 тис. км.

Залізниці в Японії належать Japan Railways (JR), групі з шести компаній, що працюють по всій країні, а також багатьом іншим, які працюють у більшості великих міст. Потяги JR відомі своїм високим рівнем пунктуальності. У Токіо, місті з інтенсивним залізничним рухом, приміські потяги зупиняються кожні півтори хвилини в годину пік.

Поїзд далекого прямування JR: швидкісний поїзд, суперекспрес, спальний експрес і спальний поїзд. Ціни залежать від відстані та типу послуги. У містах квитки на місцеві лінії можна придбати в спеціальних автоматах на кожній станції.

Для придбання квитків на різні класи автомобілів, а також міжміські маршрути рекомендується скористатися послугами квиткової каси (Мідорі-но-Мадогуті). Japan Rail Pass – це залізничний проїзний для Японії.

Japan Rail Pass пропонує мандрівникам велику цінність та зручність. Japan Rail Pass можна придбати лише за межами Японії та лише для мандрівників. Він дає вам право на необмежену кількість поїздок JR, автобусами та поромами. (Пропуск не дійсний на новому Nozomi Super Express.)

Таблиця 2.1

Термін дії	Економ-клас	Зелений (перший клас)
7 днів	28300 ієн	37800 ієн
14 днів	45100 ієн	61200 ієн
21 день	57700 ієн	79600 ієн

Діти віком від 6 до 11 років отримують знижку 50%. Додаткові переваги для власників Japan Rail Pass

JR пропонує власникам Japan Rail Pass спеціальні знижки на проживання в готелях JR Group. Просто пред'явіть проїзний Japan Rail Pass при заселенні, щоб отримати знижку 10%.

Автомобільний транспорт вже давно конкурує із залізничним: Японія посідає п'яте місце у світі за довжиною дорожньої мережі, поступаючись таким великим країнам, як США, Індія, Бразилія та Китай. Однак за щільністю дорожньої мережі (3 130 км на 1 000 км² площі) вона посідає друге місце у світі, поступаючись Бельгії та Сінгапуру, а за обсягом перевезень і кількістю паркувальних місць (75 млн) - лише США. Ефективні важкі вантажівки взяли на себе основні вантажні перевезення і стали головним конкурентом залізниць. Що стосується пасажирських перевезень, то Японія вже досягла вдвічі більшої швидкості, ніж залізниця.

Автомагістралі зазвичай проходять паралельно залізничним лініям, утворюючи так звані автобани. Японські автомагістралі допускають дві або більше смуг руху в обох напрямках. Кожні 15-20 кілометрів є зона відпочинку з кафе, їдальнями, міжміськими та екстреними телефонами, заправками та сувенірними крамницями в мальовничих місцях. А кожні 40-60 кілометрів - цілодобова заправка.

Японці постійно прагнуть досягти повної автоматизації у всіх сферах життя. Про це свідчить нещодавній запуск ITS-Safety 2010 (Інтелектуальна транспортна система), яка дасть водіям більше безпеки, ніж будь-коли раніше, коли вони дістануться до місця призначення.

Зрозуміло, що вбудовані комп'ютери відповідають за безпеку. Прототип системи наразі встановлено на 30 автомобілях японських та інших автовиробників. Для зв'язку використовуються радіопротоколи в діапазонах 5,8 ГГц та 720 МГц.

Крім іншого, система зможе запобігати зіткненню транспортних засобів з усіх чотирьох сторін, не допускати ігнорування водієм стоп-сигналів транспорту, що йде попереду, а також інформувати водія про перешкоди на шляху і загальні умови руху за вибраним маршрутом. маршрут.

Міський транспорт

Метро є в усіх центральних містах і є зручним і ефективним видом транспорту. Лінія JR Yamanote у Токіо та лінія Loop в Осаці охоплюють ці центри міст. Вартість проїзду на лініях JR у Токіо починається від ¥130. Вартість проїзду в токійському метро і Тоєі Subway становить 160 ієн. Тарифи будуть додані відповідно до пройденої відстані.

Майже на всіх станціях метро є автомати з продажу квитків і електронне керування на входах і виходах. Автобуси є в усіх містах, але пасажиром, які не розмовляють японською, може бути важко орієнтуватися.

Також широко доступні таксі, які можуть доставити пасажирів за адресами, написаними японською або англійською мовами. Коли горить червоне світло біля верхнього лівого лобового скла, в таксі немає людей, і ви можете підняти руку, щоб сигналізувати водієві зупинитися. Будьте обережні, наближаючись до лівих задніх дверей таксі. Відкривається і закривається автоматично.

Оренда автомобілів доступна в більшості великих і середніх міст, а також в аеропортах і на головних залізничних вокзалах за наявності міжнародних водійських прав.

В Японії надзвичайно важлива роль морського транспорту, на який покладено практично всі зовнішньоторговельні перевезення, в тому числі каботажні. ВМС Японії займають друге місце за чисельністю кораблів (понад 2500) після Панами. Зараз країна поступається за тоннажем 12 іншим країнам, але якщо врахувати японські кораблі, що працюють під «зручним прапором», то її тоннаж становитиме майже 90 млн BR замість 11 тонн. Т. Дуже важливою частиною транспортної системи Японії є порт, який забезпечує як каботаж, так і міжнародне судноплавство. Всього в країні понад 1000 портів, 19 з яких мають міжнародне значення, 9 з яких належать до категорії світових портів. Н. Обробляє понад 50 мільйонів тонн товарів на рік (див. табл. 150). Книга I). Вони утворюють три портові комплекси.

Головний порт — Кейхін, розташований на березі Токійської затоки і містить чотири найбільші порти. Центральним місцем розташування комплексу стане Токіо, де буде побудований великий контейнерний термінал і передбачені причали для генеральних вантажів. Понад дві третини вантажних перевезень у порту Токіо обробляється каботажем, але він також бере участь у міжнародних судноплавствах. Судна з осадкою до 12 м можуть використовувати порт Токіо. Форпостом Токіо є Йокогама, розташована за 30 км від столиці і з'єднана каналом. Серед вантажних перевезень переважають масові вантажі, такі як нафта, залізниця, хімічні продукти та продукти харчування, але готові товари також займають важливе місце. Колись

Йокогама була найважливішим пасажирським портом Японії, але зараз її функції майже повністю зникли. Між Токіо і Йокогамою знаходиться порт Кавасаки, де стоять підприємства важкої промисловості, а на іншому березі Токійської затоки знаходиться порт Чіба, який в основному спеціалізується на нафтових вантажах.

Друге місце займає порт Ханшін, розташований на березі протоки Акаса, що з'єднує Внутрішнє море Сето і Осацьку затоку. Комплекс включає порти Осака і Кобе. Перший виконує майже ту саму функцію, що й порт Токіо, тоді як другий схожий на порт Йокогама в комплексі Кейхін. Велика частина території гавані Кобе створена рукотворними земляними насипами, а глибина тут становить 12-15 метрів. Раніше Кобе був одним із головних центрів пасажирських лайнерів в Азії, як-от Йокогама, але сьогодні Кобе є одним із головних центрів пасажирських лайнерів в Азії. Основою діяльності якого є каботаж і міжнародне експедирування вантажів.

Третя портова споруда «Токай» побудована на узбережжі затоки Ісе. Серед них виділяється Нагоя, глибина причалу якого становить 5-15 метрів, придатна для прийому сипучих, масових і генеральних вантажів. З цього порту експортуються автомобілі, мінеральні добрива, метали та різне обладнання.

Японія також займає перше місце в світі за розвитком повітряного сполучення. За пасажиропотоком вона відстає лише від США, хоч і значно. Авіап перевезення забезпечують як внутрішні, так і міжнародні перевезення. А найбільші аеропорти країни знаходяться в Токіо (Ханеда, Наріта) і Осаці.

Проблема подолання різноманітних природних перешкод особливо актуальна в Японії, гірській країні. Досить сказати, що залізниця має 3500 тунелів і загальну протяжність 1500 км.

Половина з 10 найдовших залізничних тунелів у світі знаходиться в Японії. Можливо, найбільшою проблемою, яка стоїть перед цим архіпелагом, є забезпечення надійного морського та сухопутного сполучення між його чотирма основними островами.

Для цієї мети часто використовується Внутрішнє море Сето, яке простягається на 450 кілометрів у довжину і є одним із найбільш завантажених районів Світового океану. Крім того, острови з'єднані між собою транспортними мостами і тунелями. У 1942 році під вузькою протокою Сімоносекі, що розділяє Хонсю і Кюсю, відкрився підводний тунель Канмон. Тунель має три поверхи і придатний для залізничного, автомобільного та пішохідного руху. Після війни його водонепроникність була недостатньою, тому був побудований другий тунель «Шін-Канмон» довжиною близько 19 км. Наприкінці 1980-х років було завершено будівництво мосту Сето Охаса, який з'єднує Хонсю і Сікоку. Ці рухи відбуваються на двох рівнях.

Внизу (залізниця) і вгорі (автомобільний). Це найбільші двоповерхові мости у світі. Але, звісно, ще складніше було з'єднати Хонсю та Хоккайдо, розділених протокою Цугару, довжина якої приблизно 100 км, а ширина у найвужчому місці – близько 20 км. Залізничні та автомобільні перевезення через протоку Цугару здавна здійснюються спеціальною парою суден. Однак у 1954 році він перекинувся, убивши понад 1000 пасажирів. Так народилася ідея будівництва тунелю Сейкан. Будівництво тривало понад 20 років. Після початку глобальної енергетичної кризи навіть його прибутковість була поставлена під сумнів і були запропоновані інші способи використання.

Прокладання ліній електропередач, будівництво туристичних об'єктів, величезні підземні сховища нафти і навіть грибні ферми. . Але у 80-х рр. ще будувався. Найдовший у світі тунель Сейкан має довжину 54 кілометри, 23 кілометри з яких занурені на глибину 100 метрів. Завдяки цьому тунелю обмежені експреси можуть доїхати з Токіо до Саппоро за 6 годин замість 16 годин.

Японський повітряний транспорт розвивався у сприятливих умовах попиту та пропозиції. У Японії цей вид транспорту використовується як для поїздок зарубіжних країн, але й зв'язку у країні. Попит на авіаційні послуги збільшився, особливо в корпоративному секторі: скорочення часу в дорозі може збільшити комерційний прибуток або навіть призвести до більш вигідної

угоди. Ще одним фактором, що сприяв розвитку повітряного транспорту в країні, стало зниження цін на послуги повітряного транспорту. Вартість польоту з Осаки в Токіо сьогодні всього на 10% вище, ніж поїздка швидкісним поїздом.

Зусилля японської авіаційної промисловості сьогодні зосереджені на вдосконаленні та розвитку аеропортів та створенні навколо них складної інфраструктури. Актуальним завданням було збільшення пропускної спроможності міжнародного аеропорту Наріта (префектура Тіба), головного міжнародного аеропорту Японії. Модернізація аеропорту Ханеда продовжується. Програму будівництва міжнародного аеропорту Кансай завершено, і він бере на себе управління міжнародним аеропортом Осаки.

2.4 Умови розміщення й транспортні ресурси під час відвідування Японії

Відомо, що активний попит на туризм властивий насамперед городянам. Життя міських жителів проходить у несприятливих умовах і характеризується психічними захворюваннями. Сучасні міста, особливо великі, в різних країнах стають все більш схожими, зберігаючи традиційні елементи в плануванні та архітектурі. Навіть люди, які там проживають, набувають спільності незалежно від рівня соціально-економічного розвитку території. Зростання міського населення необхідно розглядати як фактор трансформації традиційного способу життя і появи нових рис, у тому числі прагнення до відпочинку за містом. Міське населення Японії становить понад 80%. Сьогодні туризм як невід'ємна частина економіки зазнає багато значних змін.

З огляду на те, що все більше і більше японців подорожують національними та міжнародними країнами, усі мають високі очікування щодо якості наданих послуг.

Добре розвинена транспортна мережа сприяє розвитку туризму. Залізниця є основним засобом пасажирського транспорту в Японії. Це

громадський транспорт і швидкий. Більшу частину Японії обслуговують сім японських залізничних компаній. Є також залізничне сполучення, яке забезпечують приватні компанії та муніципалітети. П'ять залізничних станцій (Сіндзюку, Ікебукуро, Сібуя, Умеда та Йокогама) обслуговують два мільйони пасажирів на день, що робить Японію країною з найбільшою кількістю поїздів на душу населення. Відмінною рисою транспортної мережі Японії є швидкісний поїзд, призначений для перевезення людей між великими містами. Максимальна швидкість поїзда – 300 км/год. У зв'язку з покращенням комунікацій та широким використанням у населення особистого автотранспорту збільшилася тривалість екскурсій – з'явилася можливість дістатися найвіддаленіших та затишних куточків. Туристична поїздка до Японії має дуже важливе, можна сказати, ритуальне значення. Це не просто розважальна подорож, це форма заохочення адміністративного персоналу, можливість медового місяця, можливість зустрітися з колишніми однокласниками, освітній інструмент.

Я проаналізувала структуру витрат японської сім'ї із двох осіб і з'ясувала, скільки вони витрачають на туризм. У японській статистиці замість категорії «туризм» стоїть категорія «відпочинок та культура», на яку припадає 10% від загальної вартості, або близько 300 доларів на місяць. На транспорт і зв'язок виділяється 13% бюджету[3].

Для розвитку індустрії туризму Японії важливо створювати привабливі туристичні напрямки, підвищувати інтерес іноземних відвідувачів Японії до відвідування Японії та заохочувати повторних відвідувачів. Також ми працюємо над покращенням варіантів розміщення та створенням англійських нотацій та вивісок. Читачі популярного британського туристичного журналу One Death Last вибрали Японію найкращим напрямком для подорожей, а Кіото – одним із найпривабливіших міст світу. Японія вперше отримала нагороду One Death Last Travel Award, увійшовши до 10 найпрестижніших туристичних напрямків [2]. Висока урбанізація впливає на спосіб життя людей. Все більше японців шукають відпочинку за містом. Досліджуючи природні об'єкти, з цією

метою можна активно подорожувати, оскільки таких об'єктів в країні дуже багато. В останні роки японські парки і сади стали популярними серед іноземних туристів. Основна мета архітектури японських садів і парків - дати людям відчуття краси звичайного, простого і повсякденного. А це особливо важливо в міських умовах. Цей унікальний підхід до садової архітектури виник не на порожньому місці чи випадково. Історія японського садівництва налічує 1300 років. Його основу заклали садівничі трактати (творці), написані наприкінці XI ст. Ця стаття базується на великому практичному досвіді садово-паркового мистецтва, особливо в технічних рішеннях конструктивних моментів. Стиль японських садів не змінився з часом. Він був сповнений нових ідей. Так, можливо з XIV.-XV. століття. Народився знаменитий стиль «каресансуй». Оскільки це робилося в храмах, це відображало аскетизм і аскетизм філософії дзен. Головною особливістю цих садів був камінь. Стиль Гассана спрямований на відображення природи в мініатюрі. До 15 століття церемонії чайної церемонії становили елемент дизайну японських садів.

Кам'яні містки через струмки та кам'яні ліхтарі, що використовуються в чайних церемоніях. Сьогодні такі ліхтарі є популярними садовими об'єктами і неодмінним елементом традиційних японських садів. З давніх часів до композиції садів застосовувався так званий принцип «запозиченого ландшафту» (для досягнення максимального ефекту все «інше» слід використовувати як частину цілого) [1].

Майже всі храми та замки мають сади та музеї [7;8]. Тут знаходяться чотири видатних національних саду, які займають загальну площу близько 240 гектарів.

Зовнішній сад Імператорського палацу (115 га). Національний сад: Кіото Гьоен (63 га). Shingetsu Gyoen (58 га). Меморіальний сад Чідорігафуші (16 га). У Кіото був організований автобусний тур, щоб дізнатися більше про 30 найкрасивіших садів.

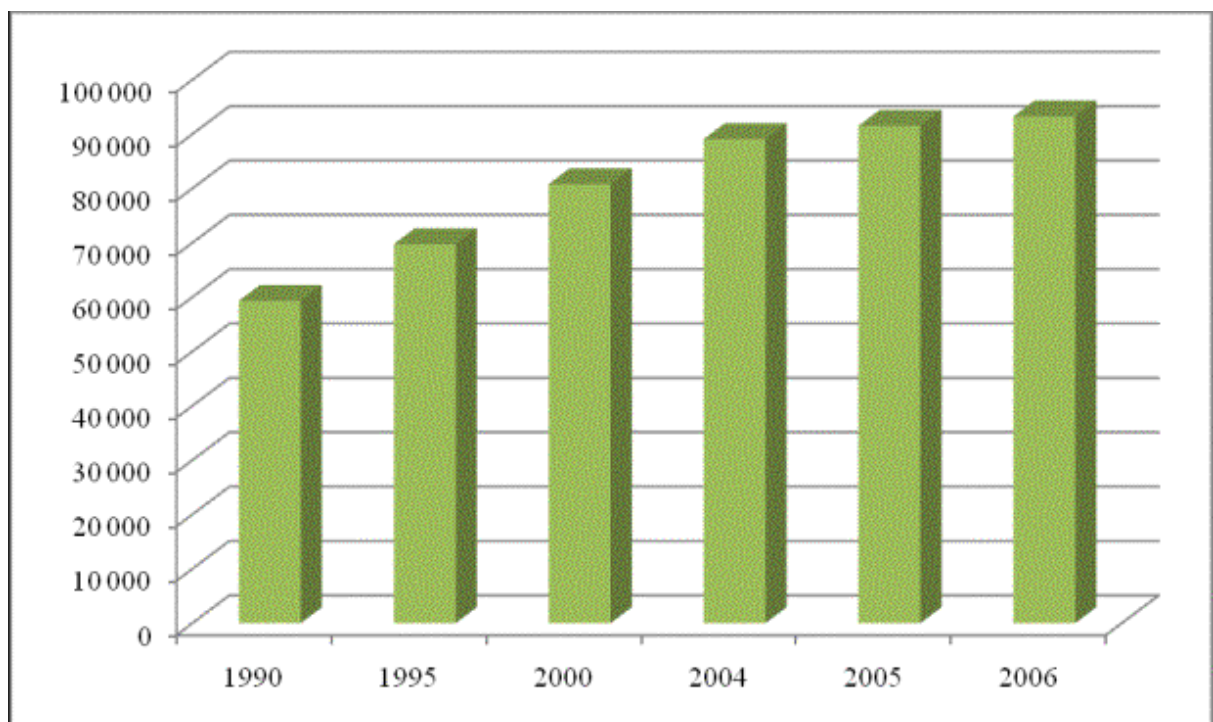
31% території Японії займають природні парки. Це значно більше, ніж будь-яка європейська країна з такою ж чи більшою загальною площею. В

Японії 454 природних парку. З них 28 державних і приваблюють 35 тис. туристів на рік. 55 парків вважаються майже національними і приваблюють 30 000 відвідувачів на рік. Більшість природних парків розташовані в наступних префектурах: Місто Коті, префектура Гіфу, Хоккайдо [3; 6].

З кожним роком кількість міських парків збільшується. У 1990 році їх було 59 324 000, а в 2006 році – 93 227 (див. рис. 2.1). Більшість міських парків у префектурах: Хоккайдо, Токіо, Канагава [3].

Рис. 2.1.

Динаміка росту міських парків Японії (складено автором за даними [3])



Японія пропонує широкий вибір житла в західному (європейському) і японському стилях з різними класами та цінами для мандрівників. Готелі західного стилю можна знайти по всій Японії, а у великих містах країни є багато міжнародних готельних мереж. 260 із цих готелів є членами Японської готельної асоціації та незмінно відомі своїм високим рівнем обслуговування та якістю розміщення. Більшість готелів західного стилю пропонують такі ж послуги, як і будь-який інший готель у будь-якій країні світу. В Японії близько 6 тис. готелів європейського типу. Однак класифікація готелів за категорією

комфортності дещо відрізняється від стандартів, що склалися в багатьох країнах світу. Готелі класифікуються не за «зірковістю», а за певними класами:

Deluxe (DX) – ексклюзивні та дорогі готелі, що пропонують високий рівень обслуговування та широкий спектр додаткових послуг. У готелі є магазини відомих компаній, салони краси, ресторани азіатської та європейської кухні, торгові центри. Готелі цієї категорії входять до кращих готелів світу і відповідають п'ятизірковому рівню. Покращений (SP) - ця категорія має багато рис готелю DX, але є більш доступною. Підходить для найвибагливіших клієнтів. За рейтингом вони відповідають готелям категорії п'ять зірок. Перший (F) – ці готелі доступні за ціною, а рівень обслуговування набагато вищий за середній. Еквівалент чотиризіркових готелів.

Стандарт (S): Готелі цієї категорії пропонують стандартні пакети послуг. Розмір номера менший, ніж у готелях вищої категорії. За класифікацією вони трохи вищі за тризіркові готелі.

Економ-клас (E) – бюджетний варіант розміщення. Готель пропонує базові послуги, яких достатньо для проживання клієнтів протягом короткої подорожі. Відповідає готелям категорії «три зірки». Бізнес-готелі можна зарахувати до економ-класу. Це відносно новий тип готелів, особливо популярний серед бюджетних туристів. Їх можна знайти у великих та багатьох середніх містах країни та в основному використовують японські бізнесмени. Загалом, це менші готелі, які чисті та комфортні, але пропонують менше послуг, ніж розкішні готелі. Бізнес-готелі зазвичай зручно розташовані поблизу залізничних вокзалів. Кімната в основному призначена для одномісного розміщення. Для бюджетних мандрівників є понад 80 готелів Japan Group, які спеціалізуються на прийомі іноземних гостей. Ця мережа бюджетних готелів дуже популярна серед бюджетних мандрівників. Центр бронювання Welcome Inn допоможе вам знайти та забронювати номери в бюджетних готелях, які є частиною мережі Welcome Inn, яка охоплює більшу частину Японії. Мережа пропонує широкий вибір місць розміщення для

невеликих груп туристів. Центром бронювання Welcome Inn керує Японський міжнародний центр туризму, тому він звільнений від податків.

Всього в Японії близько 320 хостелів. Ці типи житла практично не відрізняються від європейських та американських. Тут потрібне членство у Японській корпорації молодіжних хостелів чи Федерації молодіжних хостелів. У гуртожитках немає вікових обмежень. Тим не менш, існують інші правила та положення в порівнянні з іншими типами розміщення. Найдешевші хостели можуть бути просто кемпінгами. Вони можуть пропонувати різні види послуг, в деяких є тільки річкова вода. Однак ці об'єкти здебільшого розташовані у дуже привабливому районі, а саме в районі природних парків, яких у Японії чимало.

Гостьові будинки — це невеликі заклади, переважно сімейні, які пропонують проживання та сніданок, іноді дворазове харчування. Здебільшого вони зустрічаються у сільській місцевості.

Квартири – бюджетний варіант розміщення для тривалого проживання у сільській місцевості. Також називається гостьовим будинком. Багато квартир здаються як у Токіо, так і у великих містах Японії. Окрема кімната набагато дорожча за спільну ванну та кухню. Проживання в пансіонатах дозволяє познайомитись з побутом місцевих жителів [4; 9].

Традиційні заклади в японському стилі включають реконі, міншуку, секубо та капсульні готелі. Кімнати в Rocones зазвичай є однією великою кімнатою без перегородок. Підлоги в кімнатах покриті традиційними солом'яними циновками татами. З меблів поставив лише низький столик. Розсувні двері. Ви спите на матраці футон, який увечері розстеляється персоналом. У більшості готелів Рокона є спільна ванна кімната, призначена для окремого користування чоловіками та жінками. У вартість входить дворазове харчування: розкішне частування з місцевих делікатесів та простий сніданок. Покоївки займаються кейтерингом, після вечері прибирають зі столу та розстеляють футон. Роль генерального директора в Rokan виконує власник. Відвідувачі повинні зняти взуття під час входу в Рокон та надіти спеціально

приготовлені капці. У кімнаті сорочки знімаються і батьки ходять босоніж або в шкарпетках. Прийняття душу обов'язково перед відвідуванням громадських туалетів. У Японії налічується близько 55 000 готелів-реканів, з яких 1300 є членами Японської асоціації роканів за якістю обслуговування [5]. Ціни у цих готелях сильно різняться.

Ще один спосіб скоротити витрати під час подорожі Японією — зупинитися у міншуку. Це еквівалент ануїтету або ануїтету, зазвичай це сімейний бізнес, що базується на оренді частини житлового приміщення. Оскільки це домашні пансіонати, вони пропонують менший набір послуг, ніж спеціалізовані готелі. Включає дворазове харчування, зазвичай домашнє. Єдина різниця між міншуком і реконом полягає в тому, що в міншуку їжу подають у їдальнях або сімейних кухнях, а не в кімнатах.

Більш екзотичний варіант проживання - зупинитися в буддійському храмі. Ідеально підходить для тих, хто шукає спокою. Деякі храми дозволяють брати участь у медитації, а інші просто орендують приміщення. Тут туристи можуть поласувати справжньою буддійською кухнею, приготованою ченцями. Найпопулярнішим місцем для такого житла є Коясан на південь від Осаки. Із сотень храмів 50 функціонують як своєрідні готелі. Туристам не обов'язково сповідувати буддизм, щоб залишитися.

Певною мірою капсульні готелі можна віднести до сучасної традиції. Цей тип розміщення є унікальним для Японії. Капсульні готелі вперше з'явилися у 1980-х роках. як економічна альтернатива витратам на запізнення на останній поїзд. У цих готелях клієнтам пропонуються не одномісні номери, а капсули, призначені для лежання або сидіння, з ліжком, телевізором та кондиціонером. Виступи в таких готелях відбуваються в камерах схову, туалет переважно на поверсі. Капсульні готелі часто сегментуються виключно для чоловіків. В іншому випадку чоловіки та жінки розміщуються на різних поверхах. Ціни на проживання у більшості готелів Японії вказані за особу, а не за номер.

Багато західних готельних мереж активно працюють на японському ринку готельних послуг. Номери Делюкс і Покращені номери доступні в таких мережах готелів, як The Ritz-Carlton, Four Seasons, Hilton, Hyatt Regency, Marriott, Sheraton, Conrad Renaissance, Swissotel, Pan Pacific, Westin Hotels and Resorts і Royal Park Hotels. Чисте оточення та близькість до Holiday Inn, Sofitel, InterContinental, Radisson Best Western, Crowne Plaza, Ana, Ramada та Comfort надають цьому готелю особливого шарму.

Мережі готелів Prince Hotels, Tokyu Hotels Fujiya Hotel, Keio Plaza Hotel, Associa Hotels & Resorts, Sunroute Hotel Co., Ltd. працюють лише на внутрішньому ринку. Sunroute Hotel Center налічує понад 75 готелів, зручних для подорожей по всій Японії. Найбільша готельна мережа має дочірнє підприємство японської авіакомпанії IAL Hotels. Ми єдина японська готельна мережа, яка вийшла на міжнародний готельний ринок. Ми надаємо послуги розміщення під брендами «Nikko Hotels International» і «Hotel JAL City», з 58 готелями в Китаї, Тайвані, Індонезії, Сполучених Штатах, Мексиці, Німеччині, Великобританії, Об'єднаних Арабських Еміратах тощо. У готелі 18682 номери. Готелі під брендом JAL City працюють тільки в Японії і в основному розташовані поблизу аеропортів і торгових центрів, що робить їх дуже привабливими для туристів. Готелі міжнародного бренду Nikko Hotels знаходяться за межами Японії і орієнтовані на відпочинок. Співпраця з авіакомпаніями дозволяє нам створювати практичні пакети послуг для наших клієнтів.

Дослідницька фірма J.D/Power Asia Pacific дослідила рівень задоволеності клієнтів готельними послугами в Японії. Згідно з опитуванням 2017 року, Associa Hotels Resorts, Dormy Inn, Richmond Hotels, Royal Park Hotel і The Ritz-Carlton отримали найвищі оцінки в кожній категорії.

Вартість поїздки в Японію традиційно складається з вартості перельоту, харчування та проживання. Ціни тут недешеві, і це головний мінус подорожі в Країну висхідного сонця.

Вартість відпустки в Японії зазвичай досить висока і буде обтяжувати ваш гаманець. Крім того, через відсутність цього сезону практично неможливо заощадити, вирішивши подорожувати в міжсезоння. Дешевші гарячі путівки в Японію часом неймовірна рідкість.

1. Авіаперельоти. Середня вартість перельоту до Токіо становить 58 420 ієн (480 доларів) або 17 712 гривень.

2. Розміщення. Середня ціна за добу в готелі в Японії починається від 7800 ієн (64 USD або 2363 UAH). У цьому випадку, правда, можна заощадити: хостели в Японії значно дешевші за готелі.

3. Харчування. Щоб пообідати в ресторанах Токіо, потрібно заплатити від 857 до 36 750 ієн (7-300 доларів США, майже 11 000 грн) залежно від класу ресторану.

Найкращим часом для поїздки в Японію вважається весна або осінь. У другому випадку можна милуватися химерною красою дерев, вкритих листям сотень і тисяч відтінків червоного, зеленого, жовтого та помаранчевого. З настанням весни на схилах пагорбів, у парках і садах по всій країні починають розквітати сакури в безпрецедентному масштабі.

При всій своїй красі вишні цвітуть дуже недовго. Навіть легкий вітерець може зірвати ніжні квіти з гілок. Тому вишневий цвіт є символом швидкоплинності та швидкоплинності буття. Щоб продовжити насолоду, багато японців подорожують з півдня на північ, де цвіте сакура. Вважається, що в стародавніх столицях Японії - Кіото, Нарі і Камакурі - цвітуть красиві дерева.

Жодна подорож до Японії не обходиться без чайної церемонії. В Японії це одна з традицій, яку люблять всі японці, а дівчаток з дитинства привчають приймати гостей і заварювати ароматний чай. Японська чайна церемонія - це не просто чаювання. Цей ритуал покликаний допомогти учасникам ритуалу знайти внутрішній мир і спокій. Чайна церемонія є одним із звичайних і шанованих звичаїв не тільки в японських сім'ях, але і в буддистських і дзен-

буддійських храмах. На чайній церемонії подають переважно зелений чай, вирощений на японській землі.

ВИСНОВКИ

Для країни туризм - це насамперед додаткове джерело доходу для населення, муніципалітетів та регіонів. Це ефективний та швидкий інструмент соціально-економічного розвитку, що не потребує надмірних витрат.

У зв'язку з тим, що діловий туризм набирає обертів на сучасному туристичному ринку, велике значення має висока якість таких послуг, наприклад організація ділових зустрічей.

Японія має приголомшливі пейзажі та красиву природу. Японія складається з близько 6800 островів у Тихому океані біля узбережжя Східної Азії, загальною площею 378 000 квадратних кілометрів. км При цьому 99% території країни розташовані на чотирьох великих островах Хоккайдо, Хонсю, Сікоку і Кюсю. З півночі на південь Японський архіпелаг простягнувся на понад 3000 км. Японія омивається водами Тихого океану, а також Японським, Східно-Китайським і Охотським морями. Архетипом японського туризму є паломництво (цзюньрей), популярне в країні з періоду Хейан (794 - 1185), коли в основному представники аристократії почали ретельно відвідувати духовні місця, священні місця, такі як святині Ісе і Кумано Сандзан, Хаседера і Сітеннодзі. У період Едо (1600-1868 рр.), який характеризувався тривалими періодами миру та загального благоденства, майже все населення Японії вирушало до паломництва. Масовий візит дав стійкий бум готельної та сувенірної індустрії. Вже тоді було прокладено численні маршрути паломництва, зокрема, це веде до 88 храмів на острові Сікоку та 33 святих місць у західних провінціях.

Були зроблені дуже важкі подорожі до священних гір, таких як Яку і Фудзі. Цього вимагав сьогунат Токугава щоб його васали залишалися в Едо (нині Токіо) кожні два роки (система санкін-котай), мала наслідки, серед іншого, для розвитку дорожніх комунікацій (кайдо) та установ різних служб для мандрівників. Хоча поїздки простолюдинів суворо регламентувалися центральною та місцевою владою, обмежень на паломництва до святих і

храмів не було, і для простолюдинів ці паломництва часто ставали приємною прогулянкою. В епоху Мейдзі (1868 - 1912) в країні була побудована розгалужена мережа залізниць, що полегшило подорожі. І все-таки, хоча кожен міг подорожувати з повною свободою, мало хто, крім багатих, відмовлявся від цього задоволення заради задоволення. Тільки наприкінці 1950-х років, коли компанія спонсорувала групові поїздки на гарячі джерела (такі як Атамі в префектурі Сідзуока) для своїх співробітників, Японія почала розвиватися по-справжньому масова індустрія туризму. У 1980-х роках підвищення рівня життя і повсюдне введення п'ятиденного тижня стали найважливішими чинниками подальшого розвитку галузі.

Туризм в Японії став особливо активним під час так званого Золотого тижня (29 квітня - 5 травня), що охоплює чотири національні свята і тиждень у серпні в середині місяця, коли японці поминають своїх померлих предків (уробонія). Групові поїздки, як і раніше, популярні, але сьогодні японці частіше подорожують із сім'єю і друзями, часто зупиняючись на курортах зі спортивними та розважальними об'єктами. Туризм як складова частина економіки, що організовує дозвілля людей, охоплює транспортні та готельні послуги, посередницькі послуги для туристів, виробництво і продаж сувенірів.

Оскільки даний вид використання дозвілля стає однією з найпоширеніших форм і одночасно значно зростають вимоги споживачів до якісного рівня компаній, що працюють тут, індустрія туризму піддається істотним змінам. Враховуючи сучасні масштаби туризму (кількість японських внутрішніх мандрівників наближається до одного мільярда чоловік на рік, понад десять мільйонів виїзних поїздок на рік, і близько двох з половиною мільйонів іноземців щорічно відвідують Японію), існування багаторівневого механізму, необхідного для його обслуговування цілком закономірне.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Neuhofer, B.; Buhalis, D.; Ladkin, A. Conceptualising technology enhanced destination experiences. *J. Destin. Mark. Manag.* 2012, 1, 36–46. [CrossRef]
2. Gretzel, U. Intelligent systems in tourism: A social science perspective. *Ann. Tour. Res.* 2011, 38, 757–779. [CrossRef]
3. Chan, C.S.; Peters, M.; Pikkemaat, B. Investigating visitors' perception of smart city dimensions for citybranding in Hong Kong. *Int. J. Tour. Cities* 2019, 5, 620–638. [CrossRef]
4. Jeong, M.; Shin, H.H. Tourists' experiences with smart tourism technology at smart destinations and their behavior intentions. *J. Travel Res.* 2019. [CrossRef]
5. Wang, W. The influence of perceived technological congruence of smartphone application and air travel experience on consumers' attitudes toward price change and adoption. *J. Hosp. Tour. Technol.* 2018, 10, 122–135. [CrossRef]
6. Sharpley, R. Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tour. Manag.* 2014, 42, 37–49. [CrossRef]
7. Woo, E.; Kim, H.; Uysal, M. Life satisfaction and support for tourism development. *Ann. Tour. Res.* 2015, 50, 84–97. [CrossRef]
8. Fu, X.; Ridderstaat, J.; Jia, H. Are all tourism markets equal? Linkages between market-based tourism demand, quality of life, and economic development in Hong Kong. *Tour. Manag.* 2020, 77, 104015. [CrossRef]
9. Fredrickson, L.M.; Anderson, D.H. A qualitative exploration of the wilderness experience as a source of spiritual inspiration. *J. Environ. Psychol.* 1999, 19, 21–39. [CrossRef]
10. Li, Y. Geographical consciousness and tourism experience. *Ann. Tour. Res.* 2000, 27, 863–883. [CrossRef]
11. McCabe, S.; Johnson, S. The happiness factor in tourism: Subjective well-being and social tourism. *Ann. Tour. Res.* 2013, 41, 42–65. [CrossRef]

12. Ma, P.; Zhang, W. The Relationship among tourists' interaction, experiential value and subjective well-being: An empirical study of B&B travelers. *Consum. Econ.* 2017, 33, 83–90.
13. Chen, Y.; Li, X. Does a happy destination bring you happiness? Evidence from swiss inbound tourism. *Tour. Manag.* 2018, 65, 256–266. [CrossRef]
14. Lee, H.; Lee, J.; Chung, N.; Koo, C. Tourists' happiness: Are there smart tourism technology effects? *Asia Pac. J. Tour. Res.* 2018, 23, 486–501. [CrossRef]
15. Kim, M.J.; Hall, C.M. A hedonic motivation model in virtual reality tourism: Comparing visitors and non-visitors. *Int. J. Inf. Manag.* 2019, 46, 236–249. [CrossRef]
16. Um, T.; Chung, N. Does smart tourism technology matter? Lessons from three smart tourism cities in South Korea. *Asia Pac. J. Tour. Res.* 2019. [CrossRef]
17. Zhang, L.Y.; Li, N.; Liu, M. On the basic concept of smarter tourism and its theoretical system. *Tour. Trib.* 2012, 27, 66–73.
18. Gretzel, U.; Sigala, M.; Xiang, Z.; Koo, C. Smart tourism: Foundations and developments. *Electron. Mark.* 2015, 25, 179–188. [CrossRef]
19. Li, Y.; Hu, C.; Huang, C.; Duan, L. The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tour. Manag.* 2017, 58, 293–300. [CrossRef]
20. Yoo, C.; Kwon, S.; Na, H.; Chang, B. Factors affecting the adoption of gamified Smart tourism applications: An Integrative Approach. *Sustainability* 2017, 9, 2162. [CrossRef]
21. Weaver, D.B.; Moyle, B.D. 'Tourist stupidity' as a basic characteristic of "smart tourism": Challenges for destination planning and management. *Tour. Recreat. Res.* 2019, 44, 387–391. [CrossRef]
22. Kirova, V.; Thanh, T.V. Smartphone use during the leisure theme park visit experience: The role of contextual factors. *Inf. Manag.* 2019, 56, 742–753. [CrossRef] *Sustainability* 2020, 12, 6592 13 of 14
23. Hew, J.J.; Leong, L.Y.; Tan, W.H.; Lee, V.H.; Ooi, K.B. Mobile social tourism shopping: A dual-stage analysis of a multi-mediation model. *Tour. Manag.* 2018, 66, 121–139. [CrossRef]

24. Chung, N.; Koo, C. The use of social media in travel information search. *Telemat. Inform.* 2015, 32, 215–229.[CrossRef]
25. Park, B.; Stangl, B. Augmented reality experiences and sensation seeking. *Tour. Manag.* 2020, 77, 104023.[CrossRef]
26. No, E.; Kim, J.K. Comparing the attributes of online tourism information sources. *Comput. Hum. Behav.* 2015,50, 564–575. [CrossRef]
27. Huang, C.D.; Goo, J.; Nam, K.; Yoo, C.W. Smart tourism technologies in travel planning: The role of exploration and exploitation. *Inf. Manag.* 2017, 54, 757– 770. [CrossRef]
28. Tan, G.; Lee, V.H.; Hew, J.J.; Ooi, K.B.; Wong, K.B. The interactive mobile social media advertising: An imminent approach to advertise tourism products and services? *Telemat. Inform.* 2018, 35, 2270–2288. [CrossRef]
29. Filep, S. Moving beyond subjective well-being. *J. Hosp. Tour. Res.* 2014, 38, 266–274. [CrossRef]
30. Bimonte, S.; Faralla, V. Happiness and nature-based vacations. *Ann. Tour. Res.* 2014, 46, 176–178. [CrossRef]
31. Kwon, J.; Lee, H. Why travel prolongs happiness: Longitudinal analysis using a latent growth model. *Tour.Manag.* 2020, 76, 103944. [CrossRef]
32. Chen, S.; Fan, Y.; Cao, Y.; Khattak, A. Assessing the relative importance of factors influencing travel happiness. *Travel Behav. Soc.* 2019, 16, 185–191. [CrossRef]
33. Sharma, P.; Nayak, J.K. Testing the role of tourists' emotional experiences in predicting destination image, satisfaction, and behavioral intentions: A case of wellness tourism. *Tour. Manag. Perspect.* 2018, 28, 41–58.
34. Meng, B.; Han, H. Working-holiday tourism attributes and satisfaction in forming word-of-mouth and revisit intentions: Impact of quantity and quality of intergroup contact. *J. Destin. Mark. Manag.* 2018, 9, 347–357.[CrossRef]

35. Cong, L.C. A formative model of the relationship between destination quality, tourist satisfaction and intentional loyalty: An empirical test in Vietnam. *J. Hosp. Tour. Manag.* 2016, 26, 50–62. [CrossRef]
36. Тихомирова, Н. В. Глобальная стратегия развития smart-общества. МЭСИ на пути к Smart-университету [Электронный ресурс] / Н. В. Тихомирова // Smart Education. — Режим доступа: <http://smartmesi.blogspot.com/2012/03/smartsmart.html>. — 22.11.2017.
37. Кормягина Н.Н. Анализ и моделирование потребительского и коммуникативного поведения молодежи в сфере туризма // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №1 (2015).
38. Smart City: применение ГИС- и FM- технологий в реализации градостроительной политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.esri-cis.ru/news/arcreview/detail.php?ID=7436&SECTION_ID=251
39. The 10 Smartest Cities In Europe [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.fastcompany.com/3024721/the-10-smartest-cities-in-europe?partner=rss&utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+fastcoexist%2Ffeed+%28Co.Exist%29
40. Smart tourism: foundations and developments [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/280719315_Smart_tourism_foundations_and_developments
41. М. П. Мальська, В. В. Худо Туристичний бізнес. Теорія та практика. 2017. – 368 с.
42. М. П. Мальська, Н. М. Паньків, А. Б. Ховалко Світовий досвід розвитку туризму. 2017. – 244 с.