

III. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ

<http://doi.org/10.17721/1728-2721.2020.76-77.9>
УДК 339.9

Н. Матвієнко, канд. геогр. наук, доц.,
В. Матвієнко, канд. геогр. наук, доц.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ЯПОНІЇ

Виділено три основні групи туристсько-рекреаційних ресурсів Японії: природно-рекреаційні, культурно-історичні та соціально-економічні, які стали основою для розвитку лікувально-оздоровчого, гірськолижного, курортно-пляжного, культурно-пізнавального, медичного та ділового видів туризму. Проаналізовано особливості туристичної інфраструктури: закладів розміщення, закладів харчування, транспортної мережі та закладів дозвілля. Ринок закладів розміщення представлений готелями найрізноманітнішого класу: від дорогих п'ятизіркових готелів класу "люкс" до бізнес-готелів, пансіонів і хостелів, де можна зняти номер за більш доступною ціною. Традиційна японська атмосфера представлена в готелях Рьокан. Заклади харчування представлені традиційними, в японському стилі, ресторанами вищого класу з європейським інтер'єром та закладами змішаного типу. На окрему увагу заслуговують автентичні японські ресторанички – рьотей. Добре розвинена сфера дозвілля. Найпопулярнішими є акеапарки, караоке-бари, ігрові автомати, аніме-студії. Чайна церемонія, фестивалі феєрверків, фестивалі снігу, свято цвітіння сакури, мистецтво ікебани та створення садів, японський театр і багато іншого – туристична специфіка Японії. Дуже високим та ефективним рівнем розвитку характеризується транспортна система країни. Проаналізовано структуру й динаміку туристичних потоків. Визначено, що кількість туристів, які відвідують країну починаючи з 2013 р., постійно зростає, і в 2019 р. становила 31,9 млн осіб. Половину туристичного потоку становлять туристи з азійських країн-сусідів – Китаю, Південної Кореї, Тайваня та Гонконгу. Визначено, що для Японії не характерний "низький" туристичний сезон. Розглянуто основні проблеми та перспективи розвитку галузі туризму в Японії. Світова пандемія коронавірусу вплинула і на економіку Японії, зокрема спричинила ліквідацію, а іноді й банкруцтво ряду підприємств. Найбільше постраждали готельний бізнес, громадське харчування, туризм і дозвілля. Визначено, що у швидкому відновленні та подальшому розвитку сфери туризму Японія має чималі перспективи.

Ключові слова: Японія, туризм, туристична інфраструктура, заклади розміщення, заклади харчування, заклади дозвілля, транспортна інфраструктура, туристичні потоки, коронавірус.

Постановка проблеми. Японія – унікальна країна, яка поєднує в собі високі технології й давню культуру. Країна, яка довгий час була закритою, сьогодні вважається головним осередком Азійсько-Тихоокеанського регіону, третім центром світової економіки. Надання пріоритету галузі туризму в національній політиці розвитку та можливість відвідання цієї країни спровокувала великий інтерес до неї з боку туристів. Так, згідно зі звітом Всесвітнього економічного форуму з розвитку туризму, у 2019 р. Японія увійшла до топ-5 найпривабливіших для туристів країн. Індустрія туризму є однією із пріоритетних галузей економіки Японії, яка здійснює вагомий економічний внесок у ВВП країни. Протягом багатьох років, за даними UNWTO, вона входить до топ-20 найпривабливіших країн для в'їзного туризму. Але уряд Японії лише в 2013 р. поставив за мету перетворення країни у найвідоміший світовий туристичний центр. Результати політики уряду вражають, адже у 2019 р. країну відвідала рекордна кількість туристів, оновивши рекордний показник вже сьомий рік поспіль, а за доходами від туризму країна знову увійшла в топ-10.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Країнознавча характеристика Японії була розглянута у працях українських науковців, а саме: О. Бейдика [1], І. Смаля [10], В. Стафійчука [11]. Найбільша в Україні кількість наукових праць, присвячених дослідженню господарства Японії, вийшла з-під пера доктора географічних наук, професора Б. Яценка [17]. Дослідженню основних тенденцій та проблем розвитку туризму в Японії присвячені праці німецького вченого Вольфганга Георга Арльта, японських учених – Кумі Като, Такумори Акіюсі [12], Томомі Нагаї [13] та інших.

Метою дослідження визначено аналіз сучасного стану, проблем і перспектив розвитку сфери міжнародного туризму в Японії.

Методика та методологія. Проведення дослідження відбувалося в три етапи: 1) підготовка дослідження (постановка проблеми); 2) збір первинної інформації (метод аналізу наукових джерел (монографічних, періодичних, картографічних, матеріалів комп'

ютерної мережі інтернет), статистичний, історико-географічний; 3) обробка інформації (порівняльний, статистичний, графічний, метод систематизації); 4) аналіз отриманої інформації (інтерпретація результатів, формулювання загальних висновків).

Виклад основного матеріалу. Японія – острівна країна Східної Азії, розташована на 6 852 островах у західній частині Тихого океану. Країна має унікальну й неповторну культурно-історичну спадщину. Японський етнос – один із найстаріших і найбільших у світі. Запозичені елементи культури дуже швидко поглинаються японським середовищем. На сьогодні Японія легко сприймає західні стандарти життя, але як культурний регіон продовжує залишатися унікальним явищем. Японія має свої, властиві тільки їй традиції, мистецтво, літературу, архітектуру, побут і спосіб життя. Великою популярністю у туристів користуються чайні церемонії, мистецтво бонсай, ікебани, оригамі та створення садів. У цій країні багато національних свят, які відображають традиції народу, її історію, культуру та природу. Станом на 2018 р. 21 культурне явище в Японії отримало статус Нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО. Величезна природна й культурна спадщина Японії зберігається в її національних парках і місцях гарячих джерел, синтоїстських та буддистських храмах, палацах і замках, садово-паркової архітектури тощо. Вона стала основою для розвитку культурно-пізнавального туризму.

Географічне положення, рельєф, клімат, водні ресурси (27 000 джерел термальних вод), лісові ресурси (частка лісів в Японії становить 68,5 %) та об'єкти природно-заповідного фонду країни є основними природно-рекреаційними ресурсами, які стали основою для розвитку лікувально-оздоровчого, гірськолижного й курортно-пляжного видів туризму.

У сфері послуг Японії створюється 68,7 % ВВП та спостерігається найвища зайнятість населення – 70,9 %. Займаючи 0,3 % території і маючи 1,6 % населення світу, Японія нині виробляє 6,1 % світового ВВП (4,9 трлн дол.) і за цим показником вона третя у світі. Показник ВВП на душу населення в доларах за паритетом купівельної спроможності становить 42 900 дол.

(42-ге місце). Середньорічний приріст ВВП за 2017 р. становить 1,7% [9]. Країна характеризується високим рівнем життя населення, зокрема займає 19-те місце у світі за Індексом людського розвитку. Сьогодні майже 92 % японців живуть у містах. З метою збереження сільських територій у країні розвивають агротуризм [18]. Для Японії характерна найвища в світі тривалість життя населення – 86 років (2020) [9]. Цьому сприяє, зокрема, і високий рівень медичних послуг, особливо це стосується ранньої діагностики хвороб. Високий рівень розвитку соціально-економічних ресурсів Японії сприяє розвитку ділового та медичного видів туризму.

Японія – країна з високим рівнем розвитку інфраструктури. Для успішного розвитку туристичної галузі важливим є рівень розвитку транспортної мережі, а також закладів розміщення, харчування й дозвілля. Транспортна система Японії дуже розвинена та ефективна. У структурі внутрішнього пасажирообороту на перше місце виїшов автомобільний, на другому залишився залізничний, а третє посів повітряний транспорт. За протяжністю автодоріг Японія займає п'яте місце у світі, поступаючись лише країнам-гігантам – США, Індії, Бразилії та Китаю. За густотою автодорожньої мережі вона поступається лише Бельгії та Сінгапуру, а за розмірами пасажирообороту автомобільний транспорт Японії вже вдвічі випереджає залізничний. Автомобільні траси зазвичай проходять паралельно залізницям, утворюючи т. зв. полімагістралі. Шосейні дороги (хайвеї) Японії забезпечують дворядний, або й багаторядний рух в обох напрямках. Через кожні 15–20 км у наймальовничіших місцях на них розташовуються майданчики відпочинку з кафе, їдальнями, телефонами міжміського та аварійного зв'язку, заправними станціями, кіосками сувенірів. Через кожні 40–60 км обладнані станції техобслуговування, що працюють цілодобово. Залізниці Японії мають дуже високий технічний рівень. Усі основні магістралі електрифіковані. Поширені монорейкові дороги – для руху поїздів на магнітній підвісці. Завдяки цьому Японія разом із Францією займає лідируюче положення у світі за розвитком високошвидкісних залізниць, що забезпечують рух пасажирських поїздів зі швидкістю 200–300 км/год. Довгий час ринок авіаперевезень в Японії був монополізований трьома компаніями. Сьогодні понад 10 % ринку займають бюджетні авіалінії.

Дуже добре розвинена система громадського транспорту Токіо. Використовуючи систему пересадочних станцій між лініями метро, а також між метро й наземними поїздами, легко дістатися до будь-якої точки міста менш ніж за годину. На деяких станціях (Отемачі, Гінза, Ідабаші) переходи дуже довгі. Із великих станцій у місто часто ведуть 15–20 виходів, кожен позначений буквою і номером. Із 1 квітня 2014 р. метро Токіо запустило додаток для мобільних телефонів для іноземців – Tokyo Subway Navigation for Tourists. Ця програма є японською, англійською, китайською та корейською мовами. Додаток призначений для пошуку оптимальних маршрутів ліній метро. Також існує безкоштовний додаток для смартфонів – Japan Connected-free Wi-Fi, що дозволяє здійснювати швидкий пошук і з'єднання з мережею в точках безкоштовного Wi-Fi-доступу на всій території Японії. Цю програму можна завантажити в Google Play (для смартфонів Android) і в App Store (для iPhone). Покриття охоплює аеропорти Наріта й Ханеда, міжнародний аеропорт Кансай та інші найбільші аеропорти, а також транзитні станції мережі залізниць Сінкансен, найважливіші туристичні точки й цілодобові магазини [7].

Тарифи на поїздки в таксі в Японії – одні з найвищих у світі. Високі ціни компенсуються високим рівнем обслуговування. Увічливий водій відвезе найкоротшим маршрутом і не буде чекати чайових. Якщо пасажир що-небудь забув у машині, йому належить компенсація майже

в 100 % вартості втраченого. Знайти таксі в місті дуже просто, це не займе й п'яти хвилин. Доволі просто підійти до краю тротуару і підняти руку. Зелений вогник за вітровим склом означає, що машина зайнята, а червоний – вільна. Відмова від пасажира заборонена законом.

Японія – багата і прогресивна країна з розвинутою інфраструктурою туристичної індустрії, яка містить безліч готелів найрізноманітнішого класу: від дорогих п'ятизіркових класу "люкс" до бізнес-готелів, пансіонів та хостелів, де можна зняти номер за більш доступною ціною. Але якщо хочеться повною мірою насолодитися традиційною японською атмосферою, варто зупинитися у традиційному готелі Рьокан. Гостя розміщують у кімнаті з татамі, пропонують спати на футоні (традиційній японській постелі), скуштувати страви японської кухні та спробувати деякі традиційні заняття. Крім того, відчути традиційну атмосферу допомагають гарячі природні джерела онсен, або традиційна японська ванна о-фуро. Багато готелів Рьокан пропонують послугу одноденного перебування (харчування включено). На 2014 р. в Японії нараховувалося 40 тис. готелів Рьокан, кожен із яких має свої особливості, залежно від регіону. Стосовно пансіонів та хостелів, в Японії є величезний вибір місць, де можна переночувати. В останні роки зросла кількість "сільських пансіонів", де можна навіть взяти участь у традиційних сільськогосподарських роботах.

Щодо японської кухні, то Майкл Бут, відомий Британський автор, журналіст, телеведучий і титулований письменник-мандрівник вважає, що японська кухня входить до п'яти великих кухонь світу разом із мексиканською, французькою, італійською та китайською. Але, на його думку, у японців є не лише дивовижна різноманітність продуктів – регіональних та сезонних, але й розуміння того, як поєднувати ці продукти [14]. Так, наприклад, японці тренують смакові рецептори і прищеплюють звичку здорового харчування своїм дітям навіть у шкільних їдальнях. Стосовно закладів харчування, то в країні Вранішнього Сонця можна скуштувати багато смачних та якісних традиційних страв із найсвіжіших продуктів мало чи не на кожному кроці, навіть у невеликих населених пунктах, не кажучи вже про великі міста. Про комфорт іноземних туристів зазвичай добре дбають і, щоб було якомога менше непорозумінь, перед багатьма закладами харчування виставлені вітрини з макетами, цінами та описом страви, зазвичай усе перекладено англійською, або транслітеровано для зручності. У традиційних закладах харчування в японському стилі всі сидять босі, на колінах, за маленькими столиками, взутими ступати на циновки татамі заборонено. Сумки беруть із собою, або залишають їх при вході (крадіжки тут бувають вкрай рідко). Зали просторі, ідеально чисті, приємно декоровані ікебанами, офіціанти в кімоно або у формі закладу. Є також ресторани вищого класу, яким присвоїли зірки Michelin. Це першокласні ресторани з європейським інтер'єром, кухарем найвищого рангу та гарним місцезнаходженням. Представлені й заклади змішаного типу, тобто є зали із кріслами та стільцями й окремі відгороджені та припідняті місця для харчування у традиційному стилі, в яких є можливість відгородитися за допомогою бамбукових жалюзей. На окрему увагу заслуговують рьотеї – автентичні японські ресторани, які є своєрідним відокремленим комплексом із японським садом, ставом і, дуже часто, готелем. Вони дуже дорогі, потрапити туди складно, приймає та обслуговує гостей переважно сама газдиня [8].

Зазначимо, що у грудні 2013 р. японська кухня була зареєстрована як Нематеріальна спадщина ЮНЕСКО. Однак корисні та низькокалорійні японські страви здобули світову популярність багато років тому. Суші мають

безліч шанувальників як у Японії, так і за її межами. Однак начинка ролів, або макідзусі, що з'явилися в епоху Едо в західній частині Японії (Кіото, Осака та інші міста сучасного району Кансай) і поступово поширилися по всій країні, украй різноманітна. Її вміст варіюється залежно від регіону та наявності продуктів у домашньому холодильнику. Цікаво, що останнім часом набирають популярності декоративні ролі (кадзарі-макідзусі) у вигляді квітів і тварин – вони добре виглядають в інстаграмі. В інтернеті можна познайомитися з основами приготування смачних та фотогенічних ролів під керівництвом Яхата Мейко – інструктора першої категорії з декоративних роллів Асоціації сусі-інструкторів (JSIA) та офіційного Посла макідзусі-2018 [6].

В Японії постійно будуються нові комплекси закладів розваг. Яких тільки хитрощів тут не зустрінеш. Наприклад, найбільший у світі океанський пляж під куполом. Також у цій країні багато аквапарків. Майже кожен турист в Японії відвідує караоке-бар, адже саме в Японії було винайдено цей спосіб розваги. І сьогодні тут існує добре розгалужена мережа таких закладів. Японське караоке – це окрема звукоізольована кімната, оснащена якісним електронним обладнанням для співу та величезним вибором пісень різними мовами. Найчастіше у караоке-кімнаті стоїть м'який диван із журнальним столиком, є кондиціонер і телефон, за яким можна зв'язатися з адміністрацією, що на респешені. При вході оплачується час, який відвідувач планує провести в кімнаті, а також окремо купується їжа та напої. В Японії, де ігри на гроші

офіційно заборонено, неймовірною популярністю користуються ігрові автомати, де гравці у разі виграшу отримують речові призи. Такі автомати мають назву "патінко". За оцінками експертів, щорічний прибуток від патінко в певні роки в чотири рази перевищував дохід усіх казино світу. Останнім часом інтерес до них дещо згасає. Аніме – візитна картка країни. В Японії розташовано понад 430 аніме-студій. Якщо аніме претендує на світову популярність, то його поява практично завжди супроводжується випуском різної супутньої продукції – іграшок, предметів одягу із зображеннями героїв тощо. Тому в країні існує дуже велика кількість комплексів, відвідуючи які можна повністю перевтілитися в улюблених героїв. Найпопулярнішими розважальними парками Японії є Діснейленд і Юніверсал студіос – аналоги американських тематичних парків, але з японською специфікою.

Кількість туристів, які відвідують країну, постійно зростає. Якщо у 2013 р. Японію відвідало 10 млн туристів, то у 2018 цей показник становив 31,2 млн туристів (що на 8,7 % більше 2017 р.), а у 2019 р. – рекордних 31,9 млн [5]. На кількість туристів у 2018 р. навіть не вплинули стихійні лиха, які тривали із серпня до жовтня. Очікувалося, що і надалі ця цифра також зростатиме, тому 7 січня 2019 р. було введено податок (1000 єн, які включаються у вартість зворотнього квитка) на виїзд туристів. За попередніми розрахунками, доходи від нього становитимуть близько 460 млн дол. щорічно [15]. Половину туристичного потоку становлять туристи з азійських країн-сусідів – Китаю, Південної Кореї, Тайваня та Гонконгу (рис. 1).

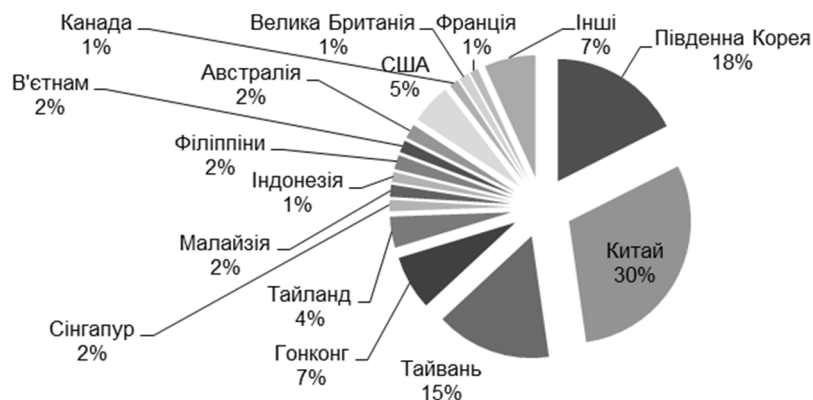


Рис. 1. Частка прибуттів іноземних туристів до Японії у 2019 р. Складено за [19]

Японія не знає поняття "низький сезон" – на тутешніх вулицях завжди багато туристів. Навесні Японію відвідують поціновувачі цвітіння дерев: цвіт сакури, гліцинії, ірису – це дуже короткий перелік тих квітів, які можна побачити в країні саме цієї пори року. Осінь зазвичай обирають прихильники контрасту. Рослинність має доволі цікаву пігментацію, тому художникам і фотографам різноманіття кольорів буде особливо цікавим. Зима в Японії приваблює екстремалів. Наприклад, на о. Хонсю взимку випадає такий шар снігу, який може дістати до даху будинку. Однак улітку час поїздки потрібно обирати обережно. У середині серпня в Японії панує сильна спека з високою вологістю повітря, тому подорожі країною можуть ускладнитися. Також саме в цей час відбуваються т. зв. державні вихідні, через що майже всюди вишиковуються кілометрові черги.

За даними Управління туризму Японії, витрати іноземних туристів у 2019 р. на розміщення, дозвілля тощо зросли порівняно з 2018 р. на 6 % і становили 43,7 млрд дол. Цікаво, що у 2018 р. найбільша кількість іноземних гостей була в Токіо (там на нічліву зупинялося 21,8 млн осіб), Осаці (13,9 млн), Хоккайдо (8,2 млн), Кіото (5,7 млн) та Окінаві (5,3 млн).

Уряд Японії поставив за мету перетворення Японії на провідний світовий туристичний центр. Незважаючи на серйозний прогрес у розбудові сектору туризму, країні ще потрібно пройти довгий шлях, щоб досягти статусу світового центру туризму. Проте перспективи в розвитку туризму в Японії безумовно великі. Реальні зусилля із просування туризму уряд почав докласти лише 10 років тому, а це говорить про те, що для зростання ще є потенціал. До того ж індустрія туризму – це один із найчутливіших до змін державної політики секторів, який одержує значну користь від таких дій уряду, як послаблення візових вимог, розвиток транспортної інфраструктури і централізовані рекламні кампанії.

У червні 2013 р. кабінет Абе опублікував початковий варіант Стратегії відродження Японії (з підзаголовком "JAPAN is BACK"), згідно з яким уряд поставив за мету збільшити щорічний потік іноземних туристів в Японії до 30 млн до 2030 р. Цікаво, що одним із завдань цієї Стратегії було будівництво 10-ти медичних закладів за кордоном з охопленням частки ринку 5 трлн єн до 2030 р.

Зауважимо, наскільки продуманою та ефективною була політика уряду, оскільки вже 2017 р. цей показник ся-

гнув 28,7 млн туристів. Свою роль відіграли різке економічне зростання сусідніх країн та девальвація єни, а також старт кампанії "Приїжджайте до Японії!" (Yokoso Japan!), зокрема розширення спектра послуг авіаліній і послаблення візових вимог для гостей із Південно-Східної Азії.

Туристична стратегія уряду оформилась у Програму дій 2014 р., яка, у свою чергу, трансформувалась в проєкт перетворення Японії на туристичний центр. План окреслив ряд програмних заходів, а саме [13]: 1) просування туризму в рамках підготовки до Олімпійських та Паралімпійських ігор у Токіо 2020; 2) вживання заходів для серйозного розширення внутрішнього туризму; 3) спрощення подорожей Японією за допомогою таких заходів, як спрощення візових вимог; 4) розвиток туристичних регіонів світового класу; 5) створення доброзичливої атмосфери до іноземних туристів; 6) залучення бізнес-туристів за допомогою рекламування Японії як ідеального місця для міжнародних зустрічей, групових поїздок, конференцій і заходів (MICE-хостинг).

Великі надії на збільшення попиту, пов'язаного із в'їзним туризмом, уряд також покладав на проведення одного із трьох найбільших світових чемпіонатів – Кубка світу з регбі. Під час підготовки до чемпіонату Японією було вкладено в інфраструктуру 380 млн дол. Передбачалося, що за 40 днів проведення чемпіонату в Японії побувають шанувальники регбі з усього світу (близько 400 тис.), головним чином, із західних країн, які матимуть можливість спостерігати за ходом матчів у 12-ти містах Японії. За підрахунками Організаційного комітету, економічний ефект від цього заходу мав сягнути 4,1 млрд дол. (це тільки за рахунок туристів до і під час турніру). Та не все, що планувалося, удалося реалізувати повною мірою. Під час проведення чемпіонату через загрозу безпеці, пов'язаній із тайфуном "Хагібіс", організатори були вимушені прийняти складне рішення та відмінити два матчі. "Хагібіс" було визнано найпотужнішим тайфуном за останні кілька десятиліть та оголошено максимальний рівень загрози у 12 префектурах країни, включаючи й Токіо. Очікувалося, що вдало проведений чемпіонат може посприяти повторному візиту цих гостей до Японії у 2020 р., під час літніх Олімпійських ігор у Токіо. Урядом була поставлена амбітна мета довести показник іноземних туристів у Японії до рекордних 40 млн осіб [12]. Для досягнення цієї мети уряд послабив візовий режим та розширив летовища для бюджетних авіакомпаній. І хоча Японія багато зробила для досягнення своєї мети, у зв'язку з пандемією коронавірусу проведення Олімпійських та Паралімпійських ігор було відкладено на 2021 р. Якщо уряд Японії розраховував, якраз, пом'якшити зумовлену коронавірусом проблему споживання завдяки туристам, які приїдуть на Олімпійські та Паралімпійські ігри, то тепер навпаки, країна може заняти непередбачуваних економічних збитків. Ситуація загострюється також у зв'язку з тим, що 58,5 % дорослого населення Японії, з метою зниження ризиків поширення COVID-19, підтримують ідею проведення ігор у Токіо з обмеженою кількістю глядачів. Оргкомітет Олімпійських та Паралімпійських ігор у Токіо вже повідомив, що загальні витрати на ігри будуть знижені приблизно на 30 млрд єн за рахунок спрощення заходів у зв'язку з їх перенесенням на 2021 р.

Аналітичні центри Японії прогнозують падіння ВВП у 2020 р. на 27 %, що стане найгіршим показником у повенний період [3]. Найбільш постраждалими на сьогодні є готельний бізнес, громадське харчування, туризм і дозвілля. Багато підприємств було ліквідовано, або збанкрутіли. Найвищий показник останніх спостерігається, зокрема, у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Наприклад, вірогідно, що у 2020 р. буде досягнуто новий антирекорд за останні 19 років за кількістю збанкрутілих ресторанів (36), що готують лапшу рамен [4]. Із лютого до 8 вересня 2020 р. саме через коронавірус збанкрутіло

69 ресторанів та 53 готелі [2]. Прогнозується також зниження експорту на 18,8 % (2020 р.), зокрема, через суттєвий спад доходу від іноземних туристів в Японії, що є однією зі статей експорту. Цікаво, що в бюджеті на 2021 р. найбільші витрати передбачено на оборону та просування цифрових технологій; останнє стало ще актуальнішим у період коронакризи.

Цікаво, якою буде політика уряду Японії щодо розвитку галузі туризму надалі й чи не відступиться уряд від амбітного плану – 60 млн іноземних туристів у 2030 р. Проведене Банком розвитку Японії та Японським бюро подорожей онлайн-опитування, показало, що 82 % опитаних після закінчення коронавірусної кризи хотіли б поїхати закордон. Японія лідирує серед країн та регіонів, які хочуть із туристичною метою відвідати респонденти з азійських країн та обіймає другу позицію після США серед респондентів із західних країн. Цікаво, що серед причин відвідати саме Японію респонденти назвали смачну кухню (43 %), попередній досвід поїздки (37 %), чистоту – 36 % та безпеку (33 %). Стосовно конкретних регіонів, які вони хотіли б відвідати, то більшість назвали Токіо (47 %) [16]. Отже, не зважаючи на пандемію коронавірусу, Японія має гарні перспективи для швидкого відновлення та подальшого розвитку сфери туризму.

Висновки. Уряд Японії поставив за мету перетворення країни в провідний світовий туристичний центр. Різноманітні туристсько-рекреаційні ресурси Японії стали основою для розвитку лікувально-оздоровчого, гірськолижного, курортно-пляжного, культурно-пізнавального, медичного та ділового видів туризму. Висока ефективність політики держави щодо просування національного продукту на міжнародний туристичний ринок сприяла входженню країни до топ-5 найпривабливіших для туристів країн (звіт Всесвітнього економічного форуму, 2019), зростанню туристичного потоку із 10 млн туристів у 2013 р. до 31,9 млн – у 2019 р. та отриманню від галузі туризму доходу в 43,7 млрд дол. Амбітні плани, зокрема, збільшення туристопотоку до 60 млн іноземних туристів у 2030 р., ставив уряд Японії, розраховуючи на певний "стрибок" у розвитку міжнародного туризму під час та після проведення Олімпійських та Паралімпійських ігор у 2020 р. Світова пандемія COVID-19 ще не закінчилася, але вже завдала суттєвих збитків сфері туризму як у світі, так і в Японії, зокрема, проведення Олімпійських ігор було перенесено на 2021 р. Після закінчення пандемії Японія має великі перспективи до швидкого відновлення галузі туризму, адже великий інтерес туристів до цієї країни, особливо в сусідніх країнах, залишається.

Список використаних джерел

- Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України: навч. посіб. / О. Бейдик. – К., 2009.
- В Японії из-за коронавируса обанкротилось 500 компаний, больше всего банкротств в сфере общественного питания [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nippon.com/ru/news/fnn2020090982836>.
- ВВП Японии за период с апреля по июнь упал на 27 % [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nippon.com/ru/news/uji2020080300965>.
- Волна банкротств ресторанов лапши рамен: естественный отбор не щадит никого [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nippon.com/ru/japan-data/h00839>.
- Всесвітня туристська організація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807>.
- Декоративні роли: смачно і красиво [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nippon.com/ru/views/vi005001/>
- Інформація для туристів: транспорт і безкоштовний Wi-Fi в Японії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nippon.com/ru/features/h10003/>
- Про ресторани і заклади харчування в Японії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://etnocook.livejournal.com/16050.html>.
- Світова книга фактів ЦРУ США [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>
- Смаль І. В. Туристичні ресурси світу / І. Смаль. – Н.: Вид-во Ніжинськ. держ. ун-ту імені М. Гоголя, 2010.

11. Стафійчук В. І. Туристичне країнознавство: навч. посіб. / В. І. Стафійчук, О. Ю. Малиновська. – Херсон, 2016.

12. Такумори Акієси. В одном шаге от самого продолжительного роста за всю послевоенную эпоху: перспективы японской экономики в 2019 году / Такумори Акієси [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <https://www.nippon.com/ru/currents/d00458/>

13. Томоми Нараї. Серйозний підхід до міжнародного туризму / Томоми Нараї [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <https://www.nippon.com/ru/in-depth/a03703/>

14. Яка Японія на смак? Кулінарний оглядач Майкл Бут розповідає про японську кухню [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <https://www.nippon.com/ru/views/b01715/>

15. Японія буде випускати туристів із країни за деньгами [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <https://world.segodaya.ua/world/wnews/yaponiya-budet-vypuskat-turistov-iz-strany-za-dengi-1203854.html>

16. Япония на первых местах в списках стран, которые хотят посетить потенциальные туристы после окончания кризиса коронавируса [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: https://www.nippon.com/ru/japan-data/h00803/?cx_recs_click=true

17. Яценко Б. П. Структура господарства Японії (економіко-географічне дослідження господарства постіндустріальної країни) / Б. Яценко; НАН України. Ін-т сходознавства ім. А. Кримського. – К., 2006.

18. Arlt W. G. Thinking through Tourism in Japan / W. G. Arlt // Tourism and Hospitality Planning & Development. – 2006. – Vol. 3. – № 3. – P. 199–207. doi.org/10.1080/14790530601132377.

19. 訪日外客数 (2019年12月および年間推計値) [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <https://www.nippon.com/ru/japan-data/h00839>, https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/200117_monthly.pdf

References

1. Beidyk O. O. Rekreasiini resursy Ukrainy: Navchalny posibnyk. – K., 2009.

2. V Yaponii iz-za koronavirusa obankrotilos 500 kompanij, bolshe vsego bankrotstv v sfere obshestvennogo pitaniya // Elektronnyi resurs. Rezhym dostupu: <https://www.nippon.com/ru/news/fnn2020090982836>.

3. V Yaponii za period s aprelya po iyun upal na 27 % // Elektronnyi resurs. Rezhym dostupu: <https://www.nippon.com/ru/news/yj2020080300965>.

4. Volna bankrotstv restoranov lapshi ramen: estestvennyy otbor ne shadit nikogo // Elektronnyi resurs. Rezhym dostupu: <https://www.nippon.com/ru/japan-data/h00839>.

5. Vsesvitnaya turystska orhanizatsiia [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807>.

6. Dekorativni roly: smachno i krasivo [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.nippon.com/ru/views/vi005001>.

7. Informatsiia dlia turystiv: transport i bezkoshtovnyi Wi-Fi v Yaponii [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.nippon.com/ru/features/h10003>.

8. Pro restorany i zaklady kharchuvannia v Yaponii [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://etnocook.livejournal.com/16050.html>.

9. Svitova knyha faktiv TsRu SShA [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook>.

10. Smal I. V. Turystychni resursy svitu. – N.: Vydavnytstvo Nizhynskoho derzhavnogo universytetu imeni Mykoly Hoholia, 2010.

11. Stafiiuchuk V. I., Malynovska O. Iu. Turystychnie krainoznavstvo: navchalny posibnyk / V. I. Stafiiuchuk, O. Iu. Malynovska. – Kherson, 2016.

12. Takumori Akijosi. V odnom shage ot samogo prodolzhitelnogo rosta za vsyu poslevoennuyu epohu: perspektivy yaponskoj ekonomiki v 2019 godu [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.nippon.com/ru/currents/d00458/>

13. Tomomi Nahai. Seriozniy pidkhd do mizhnarodnoho turizmu [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.nippon.com/ru/in-depth/a03703/>

14. Iaka Yaponiia na smak? Kulinarnyi ohliadach Maikl But rozpovidaie pro yaponsku kukhniu [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.nippon.com/ru/views/b01715/>

15. Yaponiya budet vypuskat turistov iz strany za dengi // Elektronnyi resurs. Rezhym dostupu: <https://world.segodaya.ua/world/wnews/yaponiya-budet-vypuskat-turistov-iz-strany-za-dengi-1203854.html>

16. Yaponiia na pervykh mestah v spiskah stran, kotorye hotyat posetit potentsialnye turisty posle okonchaniya krizisa koronavirusa // Elektronnyi resurs. Rezhym dostupu: https://www.nippon.com/ru/japan-data/h00803/?cx_recs_click=true

17. Iatsenko B. P. Struktura hospodarstva Yaponii (ekonomiko-heohrafichne doslidzhennia hospodarstva postindustrialnoi krajiny) / NAN Ukrainy. In-t skhodoznavstva im. A. Krymskoho. – K., 2006.

18. Arlt W. G. Thinking through Tourism in Japan // Tourism and Hospitality Planning & Development. – 2006. – Vol. 3, № 3. – P. 199–207. doi.org/10.1080/14790530601132377

19. 訪日外客数 (2019年12月および年間推計値) // Elektronnyi resurs. Rezhym dostupu: <https://www.nippon.com/ru/japan-data/h00839>, https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/200117_monthly.pdf

Надійшла до редколегії 06.09.20

H. Matvienko, kand. geogr. nauk, doc.,

V. Matvienko, kand. geogr. nauk, doc.

Kievskiy natsionalnyy universitet imeni Tarasa Shevchenko, Kiev, Ukraina

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В ЯПОНИИ

Выделены три основные группы туристско-рекреационных ресурсов Японии: природно-рекреационные, культурно-исторические и социально-экономические, которые стали основой для развития лечебно-оздоровительного, горнолыжного, курортно-пляжного, культурно-познавательного, медицинского и делового видов туризма. Проанализированы особенности туристической инфраструктуры: заведений размещения, предприятий питания, транспортной сети и учреждений досуга. Рынок заведений размещения представлен отелями разного класса – от дорогих пятизвездочных отелей класса "люкс" до бизнес-отелей, пансионатов и хостелов, где можно снять номер по более доступной цене. Традиционная японская атмосфера представлена в гостиницах Рюкан. Что касается заведений питания, то в стране восходящего солнца можно отведают вкусных качественных блюд из свежих продуктов едва ли не на каждом шагу, даже в небольших населенных пунктах, не говоря уже о крупных городах. Заведения питания представлены традиционными, в японском стиле, ресторанами высшего класса с европейским интерьером и учреждениями смешанного типа. Отдельного внимания заслуживают аутентичные японские рестораннычки – рютей. Хорошо развита сфера заведений досуга. Постоянно строятся новые комплексы заведений развлечений. Самыми популярными являются аквапарки, караоке-бары, игровые автоматы, аниме-студии. Чайная церемония, фестиваль фейерверков, фестиваль снега, праздник цветения сакуры, искусство икебаны и создание садов, японский театр и многое другое – туристическая специфика Японии. Очень высоким и эффективным уровнем развития характеризуется транспортная система страны. Проанализированы структура и динамика туристических потоков. Определено, что количество туристов, посещающих страну начиная с 2013 г., постоянно растет и в 2019 г. составила 31,9 млн чел. Половину туристического потока составляют туристы из азиатских стран-соседей – Китая, Южной Кореи, Тайваня и Гонконга. Определено, что для Японии не характерен "низкий" туристический сезон. Рассмотрены основные проблемы и перспективы развития отрасли туризма в Японии. Большие надежды на увеличение спроса, связанного с въездным туризмом, правительство возлагало на проведение одного из трех крупнейших мировых чемпионатов – Кубка мира по регби (2019), а также Олимпийских и Паралимпийских игр (2020). Если мировой чемпионат по регби был проведен, хотя и с некоторыми коррективами из-за влияния природных условий, то Олимпийские и Паралимпийские игры из-за мировой пандемии COVID-19, пришлось перенести на 2021. Пандемия в Японии вызвала ликвидации, а иногда и банкротство ряда предприятий. Больше всего пострадали гостиничный бизнес, общественное питание, туризм и досуг. Определено, что в скором восстановлении и дальнейшем развитии отрасли туризма Япония имеет большие перспективы.

Ключевые слова: Япония, туризм, туристическая инфраструктура, заведения размещения, питания, заведения досуга, транспортная инфраструктура, туристические потоки, коронавирус.

N. Matvienko, PhD Geography, Associate Professor,

V. Matvienko, PhD Geography, Associate Professor

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

STATE AND PROSPECTS OF INTERNATIONAL TOURISM DEVELOPMENT IN JAPAN

There are three main groups of tourist and recreational resources of Japan: natural and recreational, cultural, historical and socio-economic, which became the basis for the development of health, skiing, resort and beach, cultural and cognitive, medical and business tourism. The peculiarities of the tourist infrastructure are analyzed: accommodation establishments, food establishments, transport network and leisure establishments. The market of accommodation facilities is represented by hotels of various classes – from expensive five-star luxury hotels to business hotels, boarding houses and hostels, where you can rent a room at a more affordable price. The traditional Japanese atmosphere is presented in Ryokan hotels. As for restaurants, in the Land of the Rising Sun you can taste delicious high-quality traditional dishes from the freshest products at almost every turn, even in small towns, not to mention large cities. There are traditional, Japanese-style, high-end restaurants with European interiors and mixed-type establishments. Ryotey is kind of authentic Japanese restaurants which deserve special attention. There are well-developed leisure facilities in Japan. New complexes of entertainment establishments are constantly being built. The most popular are water parks, karaoke bars, slot

machines, anime studios. Tea ceremony, fireworks festival, snow festival, sakura blossom festival, Ikebana art and garden creation, Japanese theater and much more – the tourist specifics of Japan. The country's transport system is characterized by a very high and efficient level of development. The structure and dynamics of tourist flows are analyzed, it is determined that the number of tourists visits to the country has been constantly growing since 2013 and in 2019 amounted to 31.9 million people. Half of the tourist flow is made up of tourists from neighboring Asian countries – China, South Korea, Taiwan and Hong Kong. It is determined that Japan is not characterized by a "low" tourist season. The main problems and prospects of tourism development in Japan are considered. The government had high hopes for an increase in demand related to inbound tourism for one of the three largest world championships – the Rugby World Cup (2019), as well as the Olympic and Paralympic Games (2020). If the Rugby World Cup was held, albeit with some adjustments due to the influence of natural conditions, the Olympic and Paralympic Games due to the global pandemic COVID-19, had to be postponed to 2021. The pandemic in Japan caused the liquidation and sometimes bankruptcy of a number of enterprises. The most affected are the hotel business, catering, tourism and leisure. It is determined that Japan has considerable prospects in the rapid recovery and further development of the tourism industry.

Keywords: Japan, tourism, tourist infrastructure, accommodation establishments, food establishments, leisure establishments, transport infrastructure, tourist flows, coronavirus.

<http://doi.org/10.17721/1728-2721.2020.76-77.10>

УДК 796.5(477.82-37)

З. Карпюк, канд. геогр. наук, ст. викл.

ORCID iD: 0000-0002-8073-3129,

О. Антипюк, інж. II кат.

ORCID iD: 0000-0001-7154-1953,

Р. Качаровський, інж. II кат.

ORCID iD: 0000-0002-6096-4800

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк, Україна

ВОЛОДИМИР-ВОЛИНСЬКИЙ РАЙОН ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ ПРИКОРДОННЯ

Показано, що зростання ролі органів місцевого самоврядування передбачає обґрунтування ефективних регіональних програм розвитку природно-господарських територіальних систем, тому доцільною необхідністю є поглиблені історико-географічні дослідження, інвентаризація ресурсів, визначення своєї унікальності для оптимального розміщення основних видів господарської діяльності, збереження природного середовища, що транскордонне співробітництво сприяє ефективному використанню потенціалу транскордонних територій для ширшої співпраці, просування добросусідських відносин, покращення здатності залучення зовнішніх інвестицій. Проведено аналіз просторової диференціації природних, історико-культурних, соціально-економічних туристично-рекреаційних ресурсів прикордонного району Волинської області. Доведено, що збережені природні комплекси: поєднання озерних, лісових ділянок, густа гідрографічна мережа, різноманіття рослинних угруповань, фауністичне багатство, сприятлива екологічна ситуація, різноманітність архітектурних об'єктів, що включають урбаністичні комплекси старовинних міст, сакральні об'єкти багатьох релігій, збережені етнокультурні традиції, особливості місцевого колориту визначають унікальний характер волинського прикордоння, створюють сприятливі умови для розвитку міжнародного та внутрішнього туризму. У результаті систематизації та узагальнення результатів географічних досліджень розроблено картосхему наявних туристично-рекреаційних ресурсів району. З урахуванням наявних умов і ресурсів території визначено найдоцільніші для розвитку види туризму району: екскурсійний, екологічний, зелений, агротуризм, релігійний, паломницький, етнографічний, що користуються попитом у людей середнього достатку і в заможній частини населення, надаючи можливість насамперед міським мешканцям відновити сили на природі, ознайомитися з історичними пам'ятками, фольклором, традиційними промислами та ремеслами.

Ключові слова: транскордонний регіон, транскордонна співпраця, туризм, рекреація, туристично-рекреаційні ресурси, пам'ятки археології, пам'ятки архітектури, пам'ятки історії, етнографічні пам'ятки, Володимир-Волинський район, Волинська область.

Метою статті є з'ясування специфіки розвитку прикордонного району, обґрунтування тих видів і форм туризму й рекреації, що з урахуванням наявних умов і ресурсів найперспективніші для його розвитку.

Методика. У роботі застосовано методи дослідження: системного підходу, порівняльно-географічного аналізу, картографічний, польових експедиційних досліджень для збору емпіричних даних, аналізу ресурсів території, побудови картосхем їх місцезнаходження, обґрунтування перспектив розвитку туристично-рекреаційної сфери.

Результати. Проведено аналіз просторової диференціації природних, історико-культурних, соціально-економічних, туристично-рекреаційних ресурсів прикордонного району Волинської області. Доведено, що збережені природні комплекси, сприятлива екологічна ситуація, різноманітність архітектурних об'єктів, етнокультурні традиції, особливості місцевого колориту визначають унікальний характер волинського прикордоння, створюють сприятливі умови для розвитку міжнародного та внутрішнього туризму. У результаті систематизації й узагальнення результатів географічних досліджень розроблено картосхему наявних туристично-рекреаційних ресурсів району. Визначено найдоцільніші для розвитку

види туризму району: екскурсійний, екологічний, агротуризм, релігійний, паломницький, етнографічний.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що здійснено комплексну характеристику наявних туристично-рекреаційних ресурсів прикордонного району, подано розроблену авторами картосхему їхнього просторового розміщення, визначено проблеми та напрями оптимізації розвитку.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути використані для обґрунтування програм розвитку туристично-рекреаційної сфери на рівні області, району, об'єднаних територіальних громад, у навчальних установах під час викладання дисциплін, пов'язаних із екскурсійною, туристичною і рекреаційною діяльністю.

Постановка проблеми. Важливими об'єктами регіональної політики України є транскордонні регіони. Підґрунтя їхнього розвитку, спрямованого на забезпечення вищої якості життя жителів прикордонних територій, удосконалення інфраструктурного забезпечення, залучення інвестиційних ресурсів, вирішення спільних проблем суміжних територій є транскордонне співробітництво. Транскордонне співробітництво – це спільні дії, спрямовані на встановлення і поглиблення економічних, соціальних, наукових, технологічних, екологічних, культурних та інших відносин між територіальними громадами, їхніми