

Географічні чинники формування туристичного іміджу Японії

Юрченко В. А.* , Дмитрук О. Ю.

Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, Київ, Україна, kale_ria@ukr.net

Надішла до редакційної колегії: 26.04.2021.

Прийнята: 01.06.2021.

Анотація: за допомогою туристичного маркетингу, дана стаття дає основні напрямлення розвитку концепцій, за якими можливо сформувані основні іміджеві туристичні атракції і ресурси, які виділяють

Японію серед інших країн. Дана стаття розглядає систему туристичних атракцій і ресурсів Японії, а також виокремлює найголовніші фактори, які впливають на загальну туристичну привабливість країни. Зазначаються перспективи розвитку туризму на території країни. Для визначення даного потенціалу у статті розглянуто два види географічних атракцій: природні та антропогенні. Японія, як країна з високорозвиненої туристичною інфраструктурою, виділяється серед інших країн не тільки красою та самобутністю, але й високими технологіями. Саме завдяки поєднанню автентичності географічного місцеположення та футуристичності, досягнутою завдяки створеним технологіям. Японія і має свій особливий туристичний імідж. Основний матеріал та висновки даного дослідження можуть бути використані для аналізу туристичного потенціалу Японії та виокремлення його характерних рис.

Ключові слова: географічні чинники формування іміджу території, туристична атракція, туристичний імідж країни, Японія.

Geographical factors for the formation of the tourist image of Japan

Yurchenko V.* , Dmytruk O.

Taras Shevchenko National University, Kyiv, Ukraine, kale_ria@ukr.net

Annotation. with the help of tourism marketing tools, this article gives the main directions of the concepts development, according to which it is possible to form the main image of tourist attractions and resources that distinguish Japan from other countries. This article examines the system of tourist attractions and resources of Japan, as well as identifies the main factors that affect the overall tourist attractiveness of the country. The article indicates main prospects for the development of tourism in this country. In order to find these prospects, the article determines two types of geographical attractions: natural and anthropogenic. Japan, as a country with a highly developed tourist infrastructure, stands out among other countries not only for its beauty and originality, but also for high technology. Thanks to the combination of authentic geographical location and futuristic view, achieved thanks to the created technologies, Japan has its own special tourist image. This image makes Japan one of the most attractive countries for tourists. And the same combination of futuristic technologies and natural beauty is exactly what other countries should strive to achieve in order to attract tourists. The main material and conclusions of this study can be used to analyze the tourism potential of Japan and highlight its characteristics.

Key words: geographic indicators, tourist attraction, touristic image, Japan.

Вступ. Проблеми формування унікального туристичного іміджу наразі стосуються кожної країни і Японія не є виключенням. Японія є одним з флагманів не тільки технологічного, а й туристичного розвитку, але вона все ще розвиває свій унікальний туристичний імідж. Саме

проблематика унікального туристичного іміджу Японію і буде висвітлена в даній статті. Для того щоб оцінити основну привабливість даної країни, нами запропонований маршрут, що включає відвідування головних атракцій країни, зокрема, пам'ятку природи і культурний символ Японії – гору Фудзі.

Географічні індикатори для формування туристичного іміджу території активно досліджувались О. Дмитруком (Дмитрук, 2016) та Комар Н. (Комар Н., 2015).

Об'єктом дослідження даної роботи є туристичний імідж Японії та географічні чинники, які допомогли Японії створити свій імідж туристично країни.

Метою роботи є розробити маршрут головними атракціями Японії: гора Фудзі, Імператорський палац в Кіото, Замок Нідзьо, Велика святиня Касуга. Та на прикладі цього маршруту проаналізувати туристичний імідж Японії.

Основні завдання дослідження: розробити туристичний маршрут, проаналізувати туристичний імідж Японії та проаналізувати туристичний імідж Японії.

Матеріали та методи дослідження. Основним методом дослідження даної роботи — є аналіз, також використовуються методи порівняння, узагальнення та експерименту, а саме прокладення маршруту, як експерименту.

До матеріалів дослідження слід додати те, що наразі немає чіткої системи географічних індикаторів, для позначення головних видів атракцій країни для створення туристичного іміджу. В даній роботі пропонуються географічні індикатори, які поділяються на дві групи: антропогенні та природні.

Складність визначення основних атракцій за географічними індикаторами викликана тим, що уподобання сучасних туристів швидко змінюються. Тому іміджеві позиції країн також постійно міняють свої вектори поступаючись то антропогенним географічним індикаторам, то природним. Саме тому, при аналізі туристичного іміджу Японії та укладенні туристичного маршруту, було визначено найбільш привабливі туристичні атракції, які б забезпечували сталий інтерес туристів.

Результати дослідження. Результатом даної роботи є створений маршруту головними атракціями Японії: гора Фудзі, Імператорський палац в Кіото, Замок Нідзьо, Велика святиня Касуга. А також аналіз туристичного іміджу Японії, якій може бути використаний в подальшому вивченні туризму в цій країні.

Японія – це острівна країна, що лежить біля східного узбережжя Азії. Вона складається з великої низки островів у північно-східно-південно-західній дузі, яка простягається приблизно на 2400 км через західну північ Тихого океану. Майже вся суша займає чотири основних острови країни: Хоккайдо, Хонсю, Сікоку та Кюсю. Хонсю — це найбільший із чотирьох островів, далі за розмірами йдуть Хоккайдо, Кюсю та Сікоку. Крім того, є численні менші острови, основними групами яких є острови Рюкю (Нансей) (включаючи острів Окінава) на південь та захід від Кюсю та острови Ідзу, Бонін (Огасавара) та Кадзан на південь та схід від центральної частини Хонсю. Національна столиця Токіо знаходиться у східно-центральної частині Хонсю є одним із найбільш густонаселених міст світу (Коваленко, 2013, Britannica, 2021).

Для характеристики туристичного потенціалу країни було виокремлено 2 види географічних атракцій: природні та антропогенні. Під природними географічними атракціями розуміється: рельєф, гідрологія, клімат, флора, фауна та природний ландшафт. Антропогенні атракції можливо виділити в дві групи: матеріальні та нематеріальні. Матеріальна група: історико-культурні об'єкти, скульптура, традиційна кухня, економічна інфраструктури. Нематеріальна група: література та видатні особи (Дмитрук, 2016, Комар, 2015).

Якщо брати до уваги природні фактори, то слід зазначити, що Японія не тільки морська, але й гориста держава. Два третини усієї Японії займають гори, а це близько 270 тисяч квадратних

кілометрів. Основні гірські системи Японії включають: Кітамі, Ісікарі, Юбарі, Хідака, Сіракамі, Оу, Кітакамі, Етіго, Канто, Акаїсі, Кісо, Хіда, Кії, Тюгоку, Санукі, Сікоку, Цукусі та Кюсю. Найвища гора та символ Японії — Гора Фудзі. Річки Японії належать до басейну Тихого океану. Найбільші річки: Тоне, Ісікарі, Сінано, Кітакамі, Кісо, Токаті, Йодо та Могамі. Більшість рослинного світу Японії зайняті лісами та чагарниками. Рослинність споріднена зі Східним Китаєм та має велику кількість ендеміків. В зоогеографічному відношенні територія країни відноситься до Китайсько-Гімалайської підобласті Голарктичної області. У ландшафті країни переважають загострені форми рельєфу (Britannica, 2021).

Острівна Японія сформувала здебільшого моноетничну культуру, мову та народ. Основи даної гомогенності були сформовані в період Едо (1603-1867), коли країна повністю закрила себе від Заходу аж до реставрації Мейдзі 1868 року. Незважаючи на формальну гомогенність, Японія за останні сторіччя перейняла на себе умови розвитку гетерогенного розвитку. Це особливо позначилося з технологічним бумом країни у 70-х та 80-х роках минулого століття. Навіть сьогодні Японія випереджає більшість країн за технічними інноваціями і активно імплементує їх у розвиток туристичної галузі (Britannica, 2021).

Географічна особливість гірської Японії створила її унікальний туристичний імідж острівної країни. Це неодмінно є природним фактором заради якого туристи прямують до цієї країни. Унікальні високогірські острівні ландшафти створили самобутню красу до якої линуть туристи. Але слід також зазначити і антропогенний фактор цієї краси. В Японії дика природа і людина співіснують у прекрасному тандемі де людина піклується про природу, а природа про людину. Японська культура унікальна саме завдяки презервації життя на всіх рівнях. Саме це збереження життя допомогло високотехнологічній країні створити туристичний імідж майбутнього, де надсучасна техніка співіснує з природою, а люди досі є її частиною. Головний туристичний імідж Японії — це баланс природи і сучасних технологій. Це приваблює туристів і виокремлює цю країну у туристичній сфері.

Головною туристичною атракцією Японії є гора Фудзі. Її можна позначити як природну географічну атракцію, але слід також зазначити антропогенний фактор цієї гори. Гора Фудзі священна для Японії, і вона фігурує в культурі, літературі, мистецтві, а також є своєрідним «обличчям» держави. Саме тому ми вибрали об'єктом туристичного маршруту — гору Фудзі, а також включили і інші атракції головні атракції Японії, як Імператорський палац в Кіото, Замок Нідзьо та Велику святиню Касуга (Britannica, 2021).

Ревью подорожі:

Туристичний маршрут, що пропонується в даному дослідженні, розрахований на 3-дні. Туристична пропозиція включає відвідування гори Фудзі, японських міст Кіото та Нару. Транспортне забезпечення маршруту розраховане на залізничний потяг з Токіо.

Цей 3-денний тур приведе до гори Фудзі та дозволить насолодитись поїздкою поїзді-кулі, а також відвідайте місця, які включені до переліку ЮНЕСКО та відвідати парк оленів в Кіото. Триденна екскурсія на гору Фудзі, в Кіото та Нару з гідом з Токіо. Відвідування визначних місць, які включені до переліку Світової спадщини ЮНЕСКО, такі як храм Кінкакудзі, храм Тодай-дзи та святиня Касуга Тайша.

Включені до подорожі додаткові послуги:

- 2 ночі проживання
- Трансфер з готелю
- Доставка багажу
- Професійний гід

- Поїздка потягом «куля»

Умови необхідні у зв'язку з COVID-19 для індивідуального захисту під час подорожі:

- Маски для обличчя, необхідні для мандрівників у громадських місцях
- Маски для обличчя, необхідні для екскурсиводів у громадських місцях
- Дезінфікуючий засіб для рук, доступний мандрівникам та персоналу
- Засоби / обладнання, дезінфіковані між використаннями
- Транспортні засоби - регулярно дезінфікуються
- Регулярні перевірки температури для персоналу
- Перевірка температури для мандрівників після прибуття

Локації початку подорожі (пункти відправлення):

1. Автовокзал Хамамацучо, 2 Хоме-4 Хамамацучо, Мінато, Токіо 105-0013, Японія
2. Grand Prince Hotel New Takanawa, 3 Хоме-13-1 Таканава, Мінато, Токіо 108-8612, Японія
3. Hotel Metropolitan Tokyo Ikebukuro, 1 Хоме-6-1 Нішіікебукуро, Тосіма, Токіо 171-8505, Японія

Час відправлення:

- 7:35

Фінальні локації подорожі (пункти прибуття):

1. Станція Токіо, 1 Чоме-9 Марунучі, місто Тійода, Токіо 100-0005, Японія
2. Станція Кіото, Хігашісіюкодзі Камадоночо, прихід Шимодьо, Кіото, 600-8216, Японія

Розклад подорожі:

День перший:

Місто Токіо – гора Фудзі – місто Кіото

Атракції відвідування першого дня:

1. Подорож на гору Фудзі.
2. Подорож до озера Аші (Ашіноко).
3. Верхня станція канатної дороги Комагатаке.

Переїзд в м. Кіото для розміщення в готелях.

День другий:

Місто Кіото

Атракції відвідування другого дня:

1. Парк Нара (парк оленів)
2. Замок Нідзьо
3. Храм Кінкакудзі
4. Кіото Імператорський палац
5. Храм Тодай-дзи
6. Велика святиня Касуга

Повернення в готелі міста Кіото на відпочинок.

День третій:

Місто Кіото – місто Токіо (кінцевий пункт подорожі)

1. Автобус Кіото – Токіо

Висновки. Японія — це країна контрастів, де старовинні пам'ятки минулого живуть в синтезі з набутками цивілізації майбутнього. Проаналізувавши географічні атракції Японії, можна стверджувати, що найбільшими сталими туристичними ресурсами Японії є: гідрологічні, національна кухня, рельєф, ландшафти японських садів, скульптури Будди, історичні та культурні об'єкти.

В розробленому маршруті саме було і включено відвідування основних туристичних атракцій Японії, а головне – це відвідування священної гори Фудзі. Також в тур було включено багато храмів, як Касуга, Тодай-дзи та Кінкакудзі. Слід також відмітити відвідування унікального парку оленів – Нара, який є символ воз'єднання людини та природи. Все це характеризує унікальний туристичний імідж Японії і змушує повертатися до цієї країни.

Список використаних джерел

- Dmytruk O. Ju., 2016. Ekologichnyi turysm: suchasni koncepcii menegmenty ta marketyngu [Ecological tourism: modern management and marketing concepts]. K., 2016 (in Ukrainian);
- Komar N.V., Uniat A.V., 2015. Pryvablyvist asiatsko-tyhookenskogo regionu na svitovomu rynku turystychnyh poslug tyury [Asia-Pacific region attractiveness at the global tourism services market]. Elektronnyi zhurnal "Efektyvna ekonomika. Vypusk 7. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4201>;
- Kovalenko O., 2013 Himeji Castle – Samurai Chronicles. Oda Nobunaga. K., 2013. Pages 832-833;
- Notehelfer Fred G., 2021. Japan. Encyclopedia Britannica. Retrieved from: <https://www.britannica.com/place/Japan>;
- Sim Walter., 2018. Bamboo trees in Kyoto's iconic Arashiyama forest defaced by tourists. The Straits Times., Published May 17, 2018. Retrieved from: <https://www.straitstimes.com/asia/east-asia/bamboo-trees-in-kyotos-ionic-arashiyama-forest-defaced-by-tourists>;
- The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2021, Mount Fuji. Encyclopedia Britannica. Retrieved from: <https://www.britannica.com/place/Mount-Fuji>.