

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра психології і туризму

Кваліфікаційна робота
на тему: «СФЕРА ГОСТИННОСТІ ЯПОНІЇ: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ»

Допущено до захисту
«___» _____ року

здобувача групи Т01-18
факультету туризму, бізнесу і психології
освітньої програми Туристичне обслуговування
за спеціальністю 242 Туризм

Михайленка Олександра Андрійовича

Завідувач кафедри психології і
туризму

Науковий керівник:
кандидат історичних наук, доцент
Зінченко В. А.

_____ проф. Бондаренко О. Ф.
(підпис)

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

КИЇВ – 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	6
1.1 Понятійний апарат дослідження	6
1.2 Історичні аспекти розвитку туризму в країні.....	8
РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В ЯПОНІЇ.....	20
2.1 Поява перших японські готелів та їх різновиди.....	20
2.2 Сучасні японські готелі.....	30
2.3 Стан туристичної інфраструктури держави.....	35
РОЗДІЛ 3. УНІКАЛЬНИЙ УКЛАД ЯПОНСЬКОЇ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	39
3.1 Японія як туристична дестинація	39
3.2 Індустрія гостинності Японії в контексті сучасної війни між Україною та Росією.....	46
3.3 Сучасні напрями покращення туризму в Японії	47
ВИСНОВКИ.....	50
РЕЗЮМЕ/RESUME.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ.....	57

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогоднішній день, галузь туризму має дуже динамічний розвиток. Виникають нові види туризму, люди частіше подорожують по всьому світу, тому не дивно, що виникає можливість відвідувати країни, які раніше були закриті від усіх. Увесь світ не перестає дивуватися та проявляти великий інтерес до такої країни як Японія. Ця країна є дуже потужним гравцем на ринку туризму, промисловості, тощо, і представляє собою дуже потенційного співробітника майже для кожної з країн в майбутньому.

Японія країна справді унікальна, вона становить інтерес не тільки для жителів європейського і американського регіонів, але і може здивувати самих жителів Азії. Японія або як її ще називають країна сонячного сходу, має свою довгу і неоднозначну історію, багатовікові традиції, що збереглися до нашого часу.

У Японії особливо популярними є релігійний тури, культурно-пізнавальний тури, екскурсії, оздоровчі тури (подорожі до гарячих джерел), шопінг-тури і пляжний відпочинок на березі Окінави. Найбільш популярними туристичними містами є Токіо, Кіото, Осака, Нара, Нагоя.

Японія – поєднує в собі спадщину минулого і досягнення майбутнього. Ці два аспекти можна вбачати і в готельному господарству Японії, високорозвинуті, навіть футуристичні міста з сучасними готелями, які мають усі блага сучасного технологічного світу та заміські традиційні японські готелі, що зберегли свою спадщину, та оточені неймовірної краси природою. Японія вабить туристів своєю культурою, сучасністю, безпекою, чистотою, традиційною кухнею та гік культурою.

Актуальність теми посилюється також тим, що навіть зараз не відомо всі факти про те, яких висот може досягти Японія в галузі туризму. Популярність Японії серед туристів посилюється кожного року, країна стала більш відкритою

та доступною і у багатьох подорожуючих виникає питання вибору місця на нічліг. В теоретичному значенні, є можливість проаналізувати старі, вже відомі деталі, та проаналізувати нові, про які можна дізнатися лише зараз. На практиці ж це дозволить знайти нові підходи для вивчення туристичного потенціалу Японії, які згодом можна буде використовувати для подальшого вивчення як раніше закритих територій, так і для вивчення можливостей вже відомих туристичних гігантів з нової сторони.

Вибір саме Японії як об'єкта нашого дослідження пояснюється високим ступенем популярності цієї країни в останні роки. Країна приваблює туристів величезною культурною спадщиною, різноманітністю атракцій і великим вибором туристичних маршрутів.

Дослідженням розвитку сфери гостинності Японії присвячені праці таких вчених: Кін Д. Л. [20], Бондар О. І. [1], Нельсон Х. Г. [14], Вінстон Д. К. [13], МакКаннелл Д. [21], Накане Чіе [24], Шузо Ішиморі [16].

Метою кваліфікаційна роботи є характеристика та аналіз сфери гостинності в Японії.

Для досягнення мети кваліфікаційної роботи були поставлені завдання:

- розкрити сутність сфери гостинності та його основні поняття;
- провести аналіз індустрії гостинності Японії;
- провести аналіз туристичної інфраструктури Японії;
- прослідкувати історію розвитку туризму в Японії;
- розкрити привабливість та унікальність традиційних готелів Японії;
- проаналізувати сучасні готелі в Японії.

Об'єкт дослідження – сфера гостинності Японії.

Предмет дослідження – особливості формування та специфіка сфери гостинності Японії. Її унікальний уклад з елементами традицій минулого та інноваціями майбутнього.

Для вирішення поставлених завдань були використані наступні методи:

- теоретичні: аналіз, синтез, систематизація, зіставлення, класифікація наукових джерел інформації;
- порівняльний метод, що дозволяє з'ясувати відмінності та спільні риси у розвитку готелів Японії;
- історичний метод, що дав можливість визначити історичні особливості формування сфери гостинності Японії.

Ступінь вирішення проблеми в дослідженні та практичне значення одержаних результатів. У якості інформаційної бази використовувалися: статистичні збірники з питань розвитку туризму в Японії, звіти Всесвітньої туристичної організації. Кваліфікаційна робота виконана на основі аналізу літературних джерел з туризму та туристичної проблематики, а також інших джерел (статті в періодичних виданнях, інформаційний матеріал), що доступні у всесвітній мережі Інтернет.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 57 сторінок та 1 додатку.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

1.1 Понятійний апарат дослідження

Індустрія гостинності — це широка категорія галузей в індустрії послуг, яка включає житло, планування подій, тематичні парки, транспорт, круїзні лінії та додаткові галузі в індустрії туризму.

Підрозділ гостинності, такий як ресторан, готель або парк розваг, складається з таких підрозділів, як технічне обслуговування та безпосереднє обслуговування (різноманітні сервіси, домробітниці, швейцари, працівники кухні, бармени, відділи менеджменту, маркетингу, кадрів тощо).

Індустрія гостинності — це багатомільярдна галузь, яка залежить від наявності вільного часу, наявного доходу та повного задоволення клієнтів. Існує чотири сегменти індустрії гостинності: продукти харчування та напої, подорожі та туризм, проживання та відпочинок (рекреація).

Сектор продуктів харчування та напоїв, професійно відомий під ініціалами F&B (з англ. Food and Beverages), є найбільшим сегментом індустрії гостинності. За оцінками, промисловість F&B забезпечує 50% усіх страв, які споживають у США сьогодні. Він складається з установ, які в основному займаються приготуванням страв, закусок та напоїв для негайного споживання на її території та поза нею. Коли ресторан є частиною готелю, послуги, які він надає, можуть покращити задоволення від перебування у гостей, забезпечуючи відмінну їжу та першокласне обслуговування клієнтів. Він може симбіотично функціонувати як частина інших підприємств, наприклад, у боулінгах чи кінотеатрах.

Сектор подорожей та туризму займається послугами, пов'язаними з переміщенням людей з місця на місце. Автобуси, таксі, літаки, кораблі, потяги тощо є частиною туристичної галузі.

Подорож з метою відпочинку – це коли людина витрачає гроші на житло, їжу та рекреацію під час відпустки, а ділові подорожі – це коли людина подорожує на роботу та витрачає гроші на житло та їжу. Деякі люди також витрачають час та гроші на рекреацію під час ділової подорожі. Основна функція туризму – заохочувати людей до подорожей. Коли люди подорожують у справах чи на відпочинок, вони витрачають гроші на аспекти індустрії гостинність.

Розміщення означає надання послуг з проживання на певний період або місце для ночівлі на одну або кілька ночей. Розкішні готелі, молодіжні курорти, санаторії для літніх людей, кемпінги, мотелі та інші підприємства, які забезпечують місцем для ночівлі подорожуючих, — усі є частиною індустрії розміщення.

Відпочинок (рекреація) – це будь-яка діяльність, яку люди роблять для відпочинку, розслаблення та насолоди. Мета відпочинку – освіжити тіло та дух людини. Будь-яка справа, що забезпечує відпочинок, розслаблення та насолоду, для оновлення тіла та духу людини – стосуються рекреаційного (відпочинкового) бізнесу.

Підприємства, що надають розважальні послуги, такі як кіно чи театр, різноманітні атракціони, чи особливі та цікаві для відвідування місця, як зоопарки та музеї, участь чи споглядання спортивних змагань, також є частиною рекреаційного бізнесу.

1.2 Історичні аспекти розвитку туризму в країні

Подорожі до ери Токугава

З перших днів свого існування до початку двадцятого століття подорожі Японією оберталися навколо релігії та релігійних справ. Вчений Шудзо Ісіморі (1995) стверджує, що подорожі до Японії виникли наприкінці сьомого століття, коли імператриця Джіто здійснила понад 30 поїздок на курортну віллу імператорської родини в Йошіно, а також поїздки до гарячих джерел, таких як Аріма, у внутрішній частині країни. за Кобе. Коли буддизм утвердився в Японії в сьомому та восьмому століттях, релігія була як метою, так і засобом подорожі. У десятому столітті і храми, і синтоїстські святині влаштовували подорожі для членів своїх сект, щоб вони відвідували їх святилища (Graburn, 1983). У період Хейан (794-1185) відбулися подорожі до гори Коя та храму Кумано. Подорож туди й назад між столицею Кіото та храмом Кумано зайняла близько місяця, пододала 600 кілометрів і задіяла групу з 1000 осіб, включаючи охоронців та вантажників. Але до періоду Адзуті-Мотояма (1568-1602) було надзвичайно важко долати великі відстані через погану якість доріг і систему секішо. Це була серія контрольних-пропускних пунктів (на суші та на морі), які вимагали від мандрівників сплачувати митні збори. У той час торговець на своєму човні з Кіото в Осаку вздовж річки Йодогава повинен був очистити 660 контрольних-пропускних пунктів, або один приблизно на кожні 100 метрів (Ishimori, 1989).

Подорожі в епоху Токугава

Світанок періоду Токугава (1603-1867) приніс революційні зміни в японське суспільство. Характер і засоби подорожі зміниться назавжди. Перемога Токугави Ієясу в битві при Секігахарі в 1600 році поклала кінець багаторічній війні і започаткувала період безперервного миру, який підтримувався авторитарним військовим режимом, що базується в Едо (Токіо). Влада Токугави

запровадила ряд основних політик, які мали б глибокий вплив на суспільство і, відповідно, на подорожі.

Першою з них була система під назвою санкін котай, згідно з якою феодали повинні були проживати в Едо раз на два роки і залишати свої сім'ї в Едо в рік, коли поверталися до рідної провінції. З огляду на те, що по всій Японії було близько 300 даймьо, це представляло собою величезний об'єм трафіку, який прямував до столиці країни та назад. Щоб впоратися з цим збільшенням трафіку, уряд приступив до покращення інфраструктури, насамперед доріг. Він визначив п'ять основних магістралей (гокайдо), що розкинулися від Едо, як спиці колеса, для модернізації. Якість дорожніх систем привела деяких європейських оглядачів до висновку, що Японія Токугава перевершила Європу за рівнем туристичної інфраструктури. Шведський лікар Улоф Вілман, переживши Токайдо, зауважив, що «напевно, жодна інша дорога у світі не коштує стільки» [31, с. 27]. Другим глибоким рішенням сьогунату Токугава була політика сакоку, або національної самотності. Ця політика була започаткована в 1639 році, коли уряд Едо заборонив християнство, вважаючи його політичною загрозою для своєї влади. Що ще важливіше, це обмежило подорожі. Японцям було заборонено виїжджати за кордон, а тим, хто вже перебував за кордоном, було заборонено повертатися на батьківщину. Подорожі заради розваг були офіційно заборонені в період Токугава. Хоча покращення економічних умов дало людям можливість та бажання подорожувати, обмеження на їх пересування були суворими. Незважаючи на ці обмеження, у 1691 році доктор Енгельберт Кемпфер, голландський лікар з офісу голландської Ост-Індської компанії в Нагасакі, був змушений записати у своєму щоденнику наступне «Є неймовірно багато людей, які подорожують на головних дорогах цієї країни, і за кілька сезонів дороги заповнені людьми, як і у великих містах Європи. Є принаймні дві причини, чому так багато людей подорожує цією країною. По-перше, через велику кількість

населення цієї країни, а по-друге, через любов людей до подорожей у порівнянні з народами інших країн.» [16].

Паломництво як релігійний туризм

Релігія була, як пояснювалося раніше, мотиваційною силою та обґрунтуванням, що лежало в основі більшості японських подорожей з найдавніших часів до кінця дев'ятнадцятого століття. Основною формою релігійних подорожей було паломництво. Вони склалися з трьох типів: 1) хонзон (конкретні боги або буддійські зображення) junrei (паломництво), паломництво виключно з релігійними цілями, 2) soshi junrei, паломництво для відвідування храмів, заснованих або зайнятих певною сектою з метою поклоніння засновникам (соші).), таких як вісімдесят вісім священних місць на Сікоку, і 3) мейсекі джунрей, паломництво для відвідування відомих місць (мейсекі), таких як сім великих храмів Нарі або двадцять один храм секти Нічірен. Третій тип мав масову привабливість завдяки своїм більш світським елементам, схожим на туризм. Найвідомішим і найграндіознішим паломництвом було окагемайрі, термін, який використовується для опису великомасштабних паломництв до Великих святинь Ісе. Нібито лише кожні шістьдесят один рік, багато паломниць було проведено протягом наступних років. Навесні 1705 року, у рік першого масового паломництва, діти у районі Осаки, Кіото та Сакаї у віці від семи до п'ятнадцяти років покинули свої домівки і вирушили до Ісе; Як повідомляється, тридцять три тисячі мандрівників з Едо, які подорожували, пройшли через поштову станцію Хаконе за один день. По дорозі до каравану приєдналося 3,62 мільйона людей.

Від паломництва до задоволення

Основні учасники японської подорожі змінювалися за сотні років її розвитку. Подорожі починалися з знаті в стародавні часи, з воїнів і багатих

фермерів у середньовічний період, а до кінця Токугави подорожі були масовим рухом, здійсненим переважно для задоволення. На початку дев'ятнадцятого століття, як пише провідний західний дослідник японського життя та подорожей у період Токугава, подорожі стали «національною одержимістю» [31, с. 259]. Коли сер Резерфорд Оллок, перший офіційний представник Британії в останні роки правління Токугави, повідомив японським чиновникам, що має намір здійснити паломництво на гору Фудзі, йому сказали, що це «не відповідає гідності Даймію або навіть офіцера будь-якого рангу, здійснити паломництво - можливо, тому, що занадто багато жирної юрби неминуче мусить вступити з ними в тісний контакт» [16, с. 185]. Багато людей, у тому числі простолюдини, ігнорували офіційні правила і подорожували для задоволення наодинці, чи то відпочиваючи в гарячій сірчаній ванні в онсені (гарячі джерела), чи зупиняючись у трактирах уздовж Токайдо, насолоджуючись місцевою їжею та саке. Оскільки людська природа така, якою вона є, вид феодалів та їхніх караванів, які подорожують вгору і вниз по Токайдо, ймовірно, надихнув багатьох. З моменту заснування влада Токугави, здавалося, мало зацікавлена в спробах зупинити розважальні подорожі. Посадовці на контрольних станціях, які ловили простолюдинів без дозволу на спробах ухилитися від контрольних-пропускних пунктів, легко відпускали своїх полонених.

Традиції внутрішнього туризму

Грабурн назвав Японію, мабуть, «найкраще організованою у світі для масових внутрішніх подорожей» [14 с. 2]. У щорічних дослідженнях японців, які віддають перевагу дозвіллю, внутрішній туризм постійно виявляється як найбільш переважний. Справді, велика частина культури Японії та багато її звичаїв вимагають подорожей, основним компонентом яких є огляд визначних пам'яток. Наприклад, два головні святкові сезони - Ошогацу (Новий рік) і Обон (середина літа) - обидва, за традицією, передбачають повернення до рідного

місяця або батьківського дому. По-друге, державні свята в традиційному японському календарі були фестивалями, які проводилися для відзначення основних перехідних моментів у сільськогосподарському або природному циклі. По-третє, подорожі також інституціалізовані всередині організації. Наведемо два приклади: щорічні канікули, які відвідують колеги по компанії (*shugaku gyokô*), і шкільна екскурсія (*shûgaku gyokô*), яку проводять усі молодші та старші школярі. Також є традицією для студентів університетів або коледжів проходити соцугьорьоко (випускне свято) після закінчення навчання та перед вступом у компанію. По-четверте, поїздки до природних гарячих джерел (онсен) були популярними для всіх японців із середньовіччя. Відомі своїми цілющими властивостями, заспокійливі води японського онсену продовжують приваблювати сотні тисяч японців щороку. Одним з найцікавіших аспектів японських подорожей є потужний соціально-психологічний зв'язок, який існує між мандрівником і тими, хто залишився вдома. Грабурн заходить так далеко, називаючи це найважливішим аспектом соціальної організації, який «відрізняє японські подорожі від подорожей на Заході» [12 с. 44]. Перевага японців щодо групових подорожей була добре задокументована (див., наприклад, Embree 1967 і Nakane 1970). Наприклад, вираз «*tabi wa michizure*» (подорож вимагає супутника) походить від Токугава. Таким чином, коли японці відправляються в подорож, вони залишають членів різних груп, до яких він чи вона належить (за винятком, можливо, цілого шкільного класу). Хоча це правда для мандрівників будь-якої культури, це має особливе значення для Японії, де з часом з'явилася низка звичаїв, які зміцнили безліч особистих стосунків, створених японцями.

Подорожі в ранню нову добу

Якщо ми можемо поглянути на період Токугава, щоб зрозуміти традиційні звичаї Японії, період Мейдзі (1867-1912) розкриває моделі подорожей, які тривають до наших днів, включаючи медовий місяць (*shinkon gyoko*), шкільні

екскурсії (shugaku ryoko) і гарячі джерела. залишатися (онсен). Ранні реформи Мейдзі охоплювали лібералізацію давніх правил подорожей. Секішо (бар'єрні станції) було скасовано в 1869 році, а в червні 1871 року адміністратори Мейдзі оголосили, що паспорти більше не потрібні для подорожей [33, с. 136]. Мости повільно замінили пороми, які раніше були єдиним засобом перетину річок. Автобуси, запряжені конями, були представлені в 1870-х роках, і вони були особливо популярні під час далеких подорожей, наприклад, між Йокогамою і Хаконе. Для коротших поїздок рикші використовувалися як таксі. У 1872 році, за даними Янагіди (1978), тільки в Токіо було близько 56 000 рикш. Поява залізниці викликала бум туристичних подорожей. Йокогама стала популярним місцем для токійців. У 1874 календарному році кількість пасажирів між Сімбаші і Йокогамою була зафіксована в 1 438 417 [33, с. 146].

Народження індустрії в'їзного туризму

Відкриття Японії в 1867 році викликало приплив іноземців в країну: дипломатів, моряків, купців, авантюристів - і туристів. До 1870 року чотири найбільші пароплавні компанії світу мали офіси в Йокогамі, як і найбільша морська транспортна компанія Японії, Mitsubishi Yusen. З відкриттям Суецького каналу в 1869 році, завершенням трансамериканської залізничної лінії та публікацією книги Жуля Верна «Навколо світу за вісімдесят днів» у 1873 році, навколосвітні подорожі багатих стали реальністю.

Ідея залучення іноземних туристів до Японії з метою просування національних інтересів була вперше запропонована на початку 1890-х років зацікавленими політиками та фінансистами. За цією пропозицією, очевидно, стояло палке бажання виправити існуючі нерівноправні угоди — найкритичніша дипломатична проблема в епоху Мейдзі (1868–1912). Був також намір показати приїжджим західним жителям, що Японія настільки ж цивілізована, як і великі

західні держави, не кажучи вже про те, що надходження іноземної валюти сприятиме зміцненню багатства та військової сили нації.

У березні 1893 р. для сприяння іноземному туризму було створено добровільну організацію під назвою Kihin-Kai (The Welcome Society of Japan) зі штаб-квартирою в Токіо Шококай (попередник нинішньої Токійської торгово-промислової палати). Генеральним секретарем був Еічі Сібусава, який відомий як батько-засновник японського капіталізму; йому допомагав Такаші Масуда, який вважався головою Міцудзі дзайбацу (промислових і фінансових комбінатів). Масуда відвідував Європу і вважав, що Париж процвітає, тому що місто має успішну систему залучення іноземних туристів і заохочення їх витратити гроші. У ті дні орієнтовна річна кількість західних жителів, які відвідували Японію, ймовірно, становила не більше 10 000, що було більш ніж очевидною причиною для створення Кіхін-Кая. Сібусава і Масуда палко намагалися створити систему туризму на недержавному рівні, перш ніж адміністрація зайнялася бізнесом. Вони були впевнені, що процвітаюча туристична галузь сприятиме національним інтересам. Вони переконали готелі й постійний двір покращити свої будівлі та споруди, закликали підвищити якість роботи гідів та перекладачів, організували екскурсії відомими та історичними місцями. Були написані та розповсюджені англійські путівники та карти, щоб викликати інтерес іноземців до відвідування країни.

Перший приклад групових подорожей у сучасній Японії датується 1905 роком, коли Мінамі Шінсуке, власник ресторану в Кусацу на лінії Токайдо, заснував туристичний бізнес, який організовував релігійні подорожі до Таканояма та храму Ісе. У 1908 році він досяг великого успіху, коли найняв цілий потяг Японських національних залізниць для 7-денної подорожі до Еносіми, Токіо, Нікко та Нагано, яка привернула близько 900 клієнтів. Мінамі назвав свою

компанію Nippon Ryoko, попередником нинішнього туристичного агентства Nippon (NTA), одного з туристичних агентств Великої четвірки в Японії.

Але найвідомішим і найбільшим туристичним агентом сьогодні в Японії є JTB або Japan Travel Bureau. Його історія захоплююча – і показова. Він був заснований в 1912 році як Японське туристичне бюро (Японія Tsûrisuto Byûro) (JTB), в основному з метою обслуговування іноземних відвідувачів, які приїжджають до Японії. Його першим головою був діючий заступник губернатора урядової Залізниці Борді. З народженням JTB ролі перших двох туристичних компаній Японії були чітко визначені: NTA обслуговуватиме внутрішні групові тури, а JTB обслуговуватиме ринок в'їзду. Протягом наступних років JTB неухильно зростав, а до 1925 року він розширився як на внутрішній, так і на закордонний туризм. У міжвоєнні роки швидко зростали закордонні пароплавні подорожі. Внутрішній туристичний журнал JTB «Tabi» (подорож) був започаткований у 1924 році, і його перший випуск містив рекламу подорожей до Китаю. До 1934 року Ніппон Юсен кожні два тижні плавав до Сан-Франциско і щомісяця до Ванкувера і Сіетла і щомісяця до Південної Америки; щомісяця друкувалося близько двадцяти тисяч номерів «Tabi».

У 1937 році, з початком китайсько-японської війни, подорожі з метою розваг були офіційно заборонені, а в травні 1940 року були повністю заборонені. У травні 1941 року назву JTB було змінено з «Japan Tsûrisuto Byûro» на Toa Travel Company (Tôa Ryokosha), відповідно до політики уряду щодо заборони іноземних позик. (Тоа відноситься до регіону Великої Азії, який тоді контролювався Японією.) Через два місяці уряд заборонив усім компаніям, окрім «JTB», керувати туристичними компаніями. Фактично «JTB» став урядовим туристичним агентом, організовуючи транспорт для новобранців, а також перекидання та евакуацію військ.

У 1943 році назва компанії була знову змінена, цього разу на Nihon Kōtsu Kōsha (Japan Transport Corporation). Слово «подорож» (ryokō) було замінено на «транспорт» (kōtsu), оскільки уряд вважав «подорож» занадто легковажним виразом у той час, коли японські військовослужбовці гинули в іноземних боях. 30 серпня 1945 року перший іноземний «гість» з Японії в післявоєнну епоху прибув на аеродром Ацугі за межами Токіо. Відвідувача, генерала Дугласа Макартура, безкоштовно доставили до готелю Yokohama Grand Hotel, де він зупинився. (Ні, це була не перша сім'я Японії післявоєнної епохи.) Серед чиновників, які вітали Макартура на злітно-посадковій смузі в Ацугі, були представники туристичної компанії Тōа, надіслані на запит міністерства закордонних справ Японії. Через два дні після прибуття Макартура його назва повернулася до ЖТВ. ЖТВ був єдиною призначеною компанією японського уряду, яка організувала репатріацію японських солдатів до Японії після війни, а також повернення школярів до їхніх рідних міст (після масової евакуації школярів, що почалася в серпні 1944 року).

Народження групових та пакетних турів

Груповий тур (dantai ryokō) вперше з'явився в Середньовіччі з паломництвом до Кумано, і був популяризований в період Токугава з паломництвом до храму Ісе, про яке йшлося раніше. У сучасну епоху взірцем групових турів з перших років періоду Мейдзі був сюгаку ріоко. Саме розвиток групового туру сприяло зростанню та розширенню сьогоднішніх великих оптових турів. Мінамі Шінсуке, засновник туристичного агентства Nippon Ryoko (сьогодні NTA), виявляється, є першим організатором групового туру в сучасну епоху. Спочатку Мінамі керував високоприбутковим бізнесом з продажу упакованих ланчів (бенто) на станції Кусацу на лінії Токайдо JNR приблизно на рубежі століть. За власними словами чоловіка, як засіб відплати JNR за те, що він надав йому можливість досягти такого успіху, він почав організовувати релігійні

візити до Ісе і Таканояма близько 1903 року. Шірахата цитував збірку Мінамі думки, що містяться в історії NTA, опублікованій на честь шістдесятої річниці компанії. JNR не влаштовувала групові тури всередині країни до кінця 1920-х років, коли вона створила туристичні товариства на основі підписки, tsukigake guokokai, у містах і селах по всій Японії. Люди щомісяця вносили внески до фонду, яким керувала місцева залізнична контора.

Один із перших записаних пакетних турів був рекламований у туристичному журналі 1933 року (Tabi). “Це був 2-ночний/3-денний тур до Гіфу, який виїжджав із Токіо чи Йокогами та містив не більше п’ятдесяти осіб” опубліковано в журналі Japan Travel Society, цитується Шірахата [25, с. 194-195]. У 1934 р. Японське туристичне бюро об’єдналося з Японським туристичним товариством (початок в 1923 р.). У той же час Міністерство шляхів сполучення поклало повну відповідальність за організацію та організацію групових поїздок на JTB. Це ознаменувало повномасштабний вихід компанії у внутрішні подорожі (вона була створена в основному для задоволення потреб іноземних відвідувачів до Японії).

Після Другої світової війни саме спортивні заходи послужили основою для відродження групового туру. У 1946 році уряд запровадив першу національну спортивну зустріч (kokumin taiiku taikai), щорічну подію, яка щороку проводиться в іншій префектурі. Знову ж таки, перед JTB було поставлено завдання організувати поїздки для спортсменів, тренерів і офіційних осіб з усіх куточків Японії. (NTA не відновила свою діяльність після Другої світової війни до 1949 року.) Іншою важливою тенденцією в перші роки після війни були зв’язки між JTB та JNR для організації групового туру до храму Ісе; у 1948 році було найнято 12-вагонний потяг для відправки 800 осіб до Ісе. Відродження групових подорожей стимулювало входження нових компаній у туристичний бізнес і заклало основи зростання в галузі.

Перші закордонні групові тури також стосувалися спортивних команд. Першим закордонним груповим туром післявоєнної епохи були японські спортсмени, які відвідали Перші Азіатські ігри в Нью-Делі в 1951 році. У 1952 році Японія брала участь у зимових Олімпійських іграх в Осло та літніх Олімпійських іграх у Гельсінкі. А в 1954 році Japan Air Lines розпочала свій перший закордонний рейс із рейсом до Сан-Франциско.

Зародження сучасної туристичної індустрії Японії відбулося в 1950-х роках, після хаосу, що настала відразу після війни. У 1952 р. уряд Японії прийняв Закон про посередницьку діяльність у подорожах, який дозволив туристичним агентам вперше виступати в якості посередників у туристичному бізнесі. Основна діяльність туристичних агентів у ці перші дні була обмежена діяльністю агентів з продажу залізничних та інших транспортних компаній, а також ріокан (традиційні японські корчми). З цієї причини більшість туристичних компаній, заснованих у 1950-х роках, були дочірніми компаніями великих залізничних компаній.

Більшість їхнього бізнесу здійснювалися шляхом встановлення невеликих торгових прилавків перед залізничними станціями, що належать до їхньої мережі, і протягом кількох років у районах залізничних вокзалів Японії з'явилися сотні кіоск з туристичною інформацією. У той же час інші туристичні компанії, не в змозі конкурувати зі своїми партнерами, пов'язаними з транспортом, зосередилися на наданні послуг іноземцям, які відвідують Японію, і нечисленній кількості японців, які подорожують за кордон. З цього моменту в якості торгових агентів туристичні компанії поступово перейшли до організації групових турів. Найбільш типовою груповою екскурсією в 1950-х роках була шкільна екскурсія (сюгаку ріоко).

До 1964 року уряд Японії заборонив встановлювати суворі обмеження на поїздки за кордон, які були дозволені лише для бізнесу, урядовців, технічних

навчальних місій або спортивних команд. Лише 25 000 японців виїхали за кордон у 1956 році. Організація Японією Олімпійських ігор у 1964 році ознаменувала відновлення країни в міжнародному суспільстві. Відповідно до свого вищого статусу уряд вирішив лібералізувати вихідний ринок. 1 квітня 1964 року будь-яким японцям було дозволено подорожувати за кордон, єдиними обмеженнями був ліміт витрат у 500 доларів США та одна поїздка на рік. Мало хто міг уявити, що менше ніж через 25 років Японія стане одним із найбільш прибуткових туристичних ринків у світі.

РОЗДІЛ 2

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В ЯПОНІЇ

2.1 Поява перших японські готелів та їх різновиди

Історія появи перших заїздів, поштових станцій і т. п., які є прообразами ґьоканах, відноситься до VIII ст. Найстаріша з них - «Хьосі ґьокан» (717 м), побудована таким собі Хьосі, знаходиться в селі Авадзу, недалеко від термального джерела, на який вказав дух гори Сіраяма, що з'явився уві сні Тайтьо Дайсі. Великий учитель Тайтьо велів в цьому місці побудувати будинок для подорожніх. Спочатку цим готелем володіє сім'я Гарьо Хьосі, яка налічує 46 поколінь. Дорожні станції піки, поштові станції умая, що мали в залежності від розряду дороги від п'яти до двадцяти коней, і заїжджі двори екіка призначалися для посильних, які доставляли імператорські укази, і чиновників, які роз'їжджали по країні, збираючи податки. «Кримінальний і цивільний кодекс міст йоро» («Йороріцурьо»), введений в дію в 757 р) визначав, постоялець-якого соціального становища міг в них зупинятися на нічліг. На річках теж будувалися станції суйекі, в розпорядженні яких було від двох до чотирьох човнів ватасібуне для перевезення пасажирів. Станційні будинку, очолювані заможним і шановним доглядачем екітьо, зводилися через кожні 16 км на всіх семи основних дорогах Японії. Але звичайні мандрівники, паломники і прості люди не могли в них зупинятися: їм відводилися місця в нічліжних будинках при буддійських монастирях. Гостьові будинки хондзін призначалися для великих феодалів дайме (їх налічувалося до 270). У день приїзду дайме господар одягався у святковий одяг - хаорі і хакама, вивішував в дверному отворі фіранку-норен з емблемою високопоставленого гостя, по обидва боки - паперові ліхтарі. Зустрівши князя біля воріт, проводжав в кімнату дзедан але ма, відповідну рангу постояльца. У вакіхондзін розміщувалися васали, що супроводжували пана. У Кітін ядо, як і в хатаго, знаходили притулок бідні мандрівники і прочани, які платили тільки за

дрова. Якщо в Кітін ядо постояльці самі готували їжу, то в хатаго годували двічі (напівпансіон на сучасний лад). Великі хатаго представляли собою двоповерхові дерев'яні споруди площею понад 330 кв. м, маленькі - близько 50 кв. м.

Сплеск розвитку готельної справи стався в XVII в. і був пов'язаний з наступними факторами: ростом торгових операцій і появою купців, що займаються цим професійно, поширенням паломництва до святих місць Ісе, Нікко і ін., з ліквідацією перепон на дорогах, коли місцеві господарі на свій розсуд пропускали мандрівників і до того ж збирали з них данину, а також з указом військового правителя Японії, третього сьогуну Токугава Іеміцу (1623-1651), щодо обов'язкового перебування в столиці Едо князів, їх дружин, дітей і васалів, яких вони залишали в якості заручників, коли через кожен рік поверталися в свої володіння.

Знатним панам і їх челяді був потрібен нічліг, тому для них стали будувати придорожні готелі на всіх основних дорогах, особливо на тракті Токайдо, первісна ширина якого коливається від 3 до 6 м, щоб паланкіни норімоно могли роз'їхатися. Звичайні слуги розміщувалися в приватних будинках або в малоприспособованих для проживання приміщеннях в тих же готелях. У той час дороги Японії були забиті кур'єрами, купцями, бродячими акторами, і всім треба було десь зупинитися на ніч. Суворі ієрархія внутрішнього простору відображала суспільну ієрархію: кожному відводилося своє місце згідно соціальним станом.

Іван Рейхель (1727-1778), професор загальної історії Московського імператорського університету, ґрунтуючись на працях європейців, писав про японські готелі: «Великі дороги, багато забезпечені трактирами; найкращі знаходяться на поштових станах, і звичайно ці будинки бувають настільки розлогі, що і шляхетні панове зі своєю свитою досить місця знаходять спокійно в оних житлах. Але велику різницю спостерігають між знатними приїжджаючими і підлими пішоходами. Перших приймають на задні двори в краці і неабияк прибрані покої, а останні повинні задовольнятися при вході двору невеликими

комірчинами, які розділені ґратами, в середині яких знаходиться кухня і в землі складене вогнище. Понад цих великих трактирів знаходяться також на всіх дорогах малі трактирні будинки і лавки, в яких їдуть чай, напій саки (саке. - Ю. К.) званий, пиріжки, смажену і солону рибу, всякі садові овочі, закуски тощо знайти і купити можуть».

Напрямок руху паломників, купців, а в цілому всіх подорожуючих, збігалось з головними торговельними та релігійними шляхами. До основних дорогах і тракту Токайдо тяжіли шляхові станції, навколо яких формувалися об'єкти, покликані обслуговувати подорожніх. Засоби розміщення перебували в пунктах традиційно сформованих зупинок і орієнтувалися на людський потік. Крім ночівлі, вони пропонували послуги постою коней і виділяли місце для паланкінів. Крім того, надавали можливість мандрівникам розігріти або самим приготувати те, що вони принесли з собою, а пізніше стали забезпечувати їх харчуванням.

Особливо багато готелів, як уже зазначалося, споруджувалося на жвавій трасі Токайдо, яка пов'язувала Едо і Осака-Кіото. Так описував тракт Токайдо мандрівник Д. І. Шрейдер: «На всю довжину Токайдо, протягом десятків і сотень верст по обидва боки тягнуться рівні, стрункі лінії зелених дерев - криптомерій, бамбука і кедрів, і на тлі цих суцільних зелених стін вимальовуються високі китайські даху, порослі мохом упереміш з квітами ірису ... Вся дорога пряма, як стріла, гладка, як дошка, вкрита жовтим піском і здається ошатною, тінистою, широкою, нескінченно зеленою алеєю розкішного парку. На всю довжину "Дороги Східного моря" - цієї "стовпової" дороги Японії - тягнуться безперервний ряд лавок, "чайних будинків" - ошатних, оповитих плющем і повзучим рослиною будівель, які надають ще більш жвавий вигляд дорозі, переповненій пішоходами, рикші, вантажними візками, різнощиками ». Столиця Едо в той час була економічно відсталим районом, і тому більшість товарів везли з Осака, що вважалося «кухнею Піднебесної» (Тенка дайдокоро). Природно, що

шлях між цими двома містами був головною торговельною артерією Японії. Багато торговців досягли успіху в постачанні Едо різними товарами.

На станціях дороги Токайдо, які будувалися через кожні 10 км, в залежності від їх величини знаходилося до 100 чоловік обслуги, включаючи носіїв паланкінів і доставщиків багажу, 100 коней або ж 50 і менше. Місця для самураїв резервував військовий уряд бакуфу. Повідомлення про прибуття важливих гостей надходило в першокласні готелі за місяць, в інших - за тиждень чи два. Жителі навколишніх населених пунктів теж ставилися до відома за допомогою спеціальних дощок на бамбукових щитах, на яких писалося ім'я знатного гостя, а також передбачувана дата, коли він проїде це місце і зупиниться на нічліг. Самураї користувалися перевагою в отриманні притулку, який обходився їм дешевше, ніж простим постояльцям. Всі пристанційні готелі працювали під наглядом влади, що регулювали плату за постій: для селян, ремісників і торговців була вдвічі вище, ніж для представників вищого стану. Придорожні готелі і поштові станції частково звільнялися від земельного податку та навіть отримували дотації від уряду. Податкові пільги надавалися і навколишніх селах, які постачали місця ночівлі людьми і кіньми. Чиновники суворо стежили за тим, щоб носії паланкінів брали з мандрівників по преїскуранту. Власники готелів дбали про репутацію своїх закладів і забуту постояльцем річ повертали, пославши вслід слугу. На придорожніх станціях працювала служба доставки багажу.

На початку 40-х рр. ХІХ ст. на тракті Токайдо налічувалося не менше 800 готелів. «По всіх дорогах, - писав дослідник Японії Є. О. Корш, - є безліч готелів з прекрасними садами, ваннами і навіть паровими лазнями; до цього приєднується, як по великих трактах, так і в містах, незліченна безліч харчевень і особливо чайних будинків. Число останніх далеко перевершує всі наші європейські міркування. Голландські мандрівники одноголосно стверджують, що

в одному Нагасакі, де не більше 70 тис. Жителів, є до семисот п'ятдесяти чайних будинків ».

Великі пересування по тракту Токайдо також були викликані доставкою чаю з Удзи (район Кіото) в резиденцію сьогуна, яка обставлялася з дотриманням особливого ритуалу. У зв'язку з цим по шляху проходження процесії визначалися готелі, статус яких дозволяє приймати таких поважних гостей. На кожній шляхової станції світі надавалася ванна і новий одяг.

У старі часи на жвавих ділянках готелю ліпилися одна до одної. До вечора десятки дівчат виходили на дорогу, закликаючи мандрівників зупинитися в готелі, пропонували їжу і гарячу ванну. Ці живі сценки, помічені пильним поглядом художника, зображені Хіросіге (1797-1858) на гравюрах, які населені людьми, зайнятими своїми буденними справами. Вони доносять до нас дух придорожніх готелів, що були прообразом нинішніх рьоканах.

На станціях готельні агенти пропонували свої послуги з супроводу до ночівлі. Щоб залучити постояльців, власники придорожніх готелів активно використовували «усну рекламу», наймаючи жвавих на мову, дотепних зазивав, у яких в ході було і прислів'я, і жарт, і каламбур. Справжні майстри своєї справи, обдаровані від природи акторським талантом, вони не просто запрошували мандрівників, використовуючи різні прийоми, а розігрували цілі вистави. Важко було проїхати мимо і не зупинитися в цьому готелі.

Постоялі двори ставали місцем контактів навколишніх жителів і мандрівників. Там обговорювалися події, відбувався обмін думками. Люди знайомилися, зустрічалися і розлучалися. Всіх приваблювала невимушена атмосфера, яка давала можливість швидко сходитися тим, хто ще недавно не знав один одного. Споконвічно японське гостинність, традиційна схильність до хорошого обслуговування ставилися і до прийому постояльців, яким господар надавав все знаки уваги і пропонував доступний на ті часи сервіс.

Пристрасть японців до подорожей викликала поява географічних карт, путівників із зазначенням пам'яток, готелів, транспортних послуг, цін, настанов по правилам поведінки в дорозі і багато іншого, що могло б допомогти мандрівникам в пересуваннях по країні. Для створення мінімального комфорту в дорозі багаті мандрівники пересувалися в «кошиках-носилках» каго, носильники несли похідні речі (стілчики, що складаються підголовники, плащ-намети і обов'язково тушечниця для запису вражень), які підвішувалися на палиці-коромисла.

Традиційні готелі Японії

Рьокаан - невід'ємна частина культури Японії. По всій Японії не менше 55 000 Рьокаан, з них 1 200 вважаються високоякісними установи, що входять до асоціації Рьокаан. Головним чином традиційні японські готелі розташовуються в курортних місцях. Історія Рьокаан почалася в період Едо, коли подібні гостьові будинки розташовувалися уздовж головних доріг.

Однак Рьокаан має більш глибоке коріння в будинках відпочинку періоду Нара (710-784) - «Фусе». У той далекий час не існувала ніяких готелів в сучасному розумінні і мандрівники змушені були часто зупинятися на відпочинок на вулиці, ризикуючи кожен раз піддатися нападам бандитів і злодіїв.

Крім того, проблемою була і їжа, її не було де добути, в результаті чого багато хто навіть вмирали від виснаження. Щоб зробити подорожі менш небезпечними буддійські священники створили «Фусе». У період Нара була розвинена і система доріг навколо столиці.

В епоху Хейан (794-1185) серед аристократів було дуже популярно здійснювати паломництва. Паломники зупинялися в сеен - будинках, що належать впливовим сім'ям, храмах і святинях. Розміщення прочан в буддійських храмах в результаті розвинулося в сукубо.

В наші дні навколо «сукубо» сформувалася величезна туристична індустрія. Найпопулярнішими і кращими вважаються сукубо Кіото і сукубо Коясан в префектурі Вакаяма, давно звикли до іноземних туристів. Крім того, Сукубо Коясан пропонують і такі можливості як ротенбуро (гаряча мінеральна ванна на відкритому повітрі). [Рис. 1.1]

Коясан (Гора Коя) є центром буддизму школи Сингон, введеної в Японії в 805 році Кобо Дайсі (Кукай), одним з найзнаменитіших і значних релігійних діячів. У середньому проживання в сукубо становить від 9500 ієн до 17500 ієн з людини за ніч, включаючи сніданок і обід. У більшості храмів приймають тільки готівку.

Буддійські монахи, як відомо вегетаріанці, і відповідно гостям також пропонується «сьодзін рері» (веганські кухня). Гості до того ж можуть взяти участь у ранковій молитві. Це відмінний спосіб перейнятися японською культурою, відчути просте життя буддійських ченців.

Те, що вже в деякій мірі ставало схожим на сучасний готель, з'явилося в період Камакура (1185-1333). Ці будинки називали «Кітін-ядо». Основне простору в Кітін-ядо займала кухня, навколо якої знаходилися «куточки», де гості відпочивали. Постояльці, основний контингент складали купці і ремісники, платили тільки за дрова, щоб приготувати собі рис.

Після того як до влади прийшов Токугава Іеясу, який розгорнув велику організаційну діяльність, усюди в недавно об'єднаній країні прокладалися нові дороги. Розвивалися економіка і торгівля, і житло в період Едо стало надзвичайно важливо.

Такий стан справ призвів до появи «хатаго», готелів в яких подавали їжу. У другій половині періоду Едо Кітін-ядо вже практично перестали існувати, поступившись своїм місцем хатаго. Крім хатаго були ще хондзін і ваки-хондзін, готелі для урядовців на поштових станціях, розташованих уздовж доріг. Ці готелі грали дуже важливу роль в так званій системі заручництва (Санкин Кота), яка

змушувала дайме і їх оточення (самураїв) проводити по півроку в столиці Едо, далеко від своїх родин.

Завдяки «Санкин ката» процвітав готельний бізнес. Неймовірна кількість готелів розташовувалося уздовж головних доріг Японії, при тому, що в період Едо простим японцям не дозволялося подорожувати Єдиний виняток - паломництва. Зрозуміло, що паломництва стали дуже популярними. Паломникам було складно пересуватися по переповнених процесіями самураїв головним дорогам, вони обирали інші маршрути. Таким чином, біля гарячих джерел і храмів, які входили в паломницькі маршрути, стали будуватися Рьокани, багато з яких існують по сьогоднішній день.

У сучасному Токіо та інших великих містах Рьокани порівняно складно знайти. Перш за все, вони дорогі в порівнянні з іншими готелями, а японці, подорожуючи по містах, воліють зупинитися в готелях сучасного типу. Хоча, звичайно, при бажанні можна і номер в Рьокану зняти за помірною ціною.

Рьокани, що символізує справжній дух традиційної Японії, як правило, знаходяться в мальовничих областях, в горах або на узбережжі моря, озера. Ніякі два Рьокани не бувають схожими один на одного, також змінюється якість і відповідно ціна за проживання. Від Рьокани-стандарт до Рьокани-люкс. Заплативши 40 000 ієн за ніч, гість, найімовірніше, буде очікувати особливого до себе ставлення - а це і чудова кухня, і чудова кімната, ванна в японському стилі, виготовлена з японського кипариса (о-фуро), з видом на японський сад, першокласний сервіс тощо.

Рьокани-стандарт - версія японської готелю «без надмірностей». Вона більше схожа на звичайну невеликий готель, але зберігає трохи традиційної атмосфери. Традиційний Рьокани - це японська готель в самому прямому сенсі цього слова і власники дуже пишаються тим, що зберігають типовий стиль і в екстер'єрі та в інтер'єрі і по духу. Насправді збереження первісної форми в Рьокани

навіть важливіше, ніж, наприклад, харчування гостей. Проживання в справжньому Рьокаан можна порівняти з проживанням в старовинному середньовічному замку. Кімнати і ванни зручні, але дуже темні, також як і коридорчики. Будинок побудований з дерева, а поруч з готелем розташований сад, безумовно, в японському стилі. [Рис. 1.1]

Рьокаан-люкс вже говорить сам за себе. Крім традиційної атмосфери, власники всіляко балують своїх гостей. Надзвичайно комфортні кімнати, офуро, приголомшлива їжа в стилі «кайсекі рері». Існують і «Рьокаан» - готелі, які зовні представляють звичайну сучасну готельну будівлю. В середині є лобі, сувенірний магазин, кафетерій, ресторан, караоке-зал як в звичайному готелі. Єдина різниця - номери і ванни в японському стилі. Гості подібних готелів також можуть вибрати між японською кухнею і європейською. [Рис 1.1]

Мінсуку - це щось на зразок пансіону. Невелика дерев'яна будівля традиційної архітектури. Номери японському стилі, але вони менш просторі, ніж в типовому Рьокаан. Приміщення зручні і чисті, але, як правило, в номерах немає туалету. Коридори в мінсуку зазвичай темні і можуть бути протяги. У мінсуку намагаються проектуватися домашню атмосферу, подаючи гостям, в тому числі, і приготовлену по-домашньому японської їжею. Для господарів головне - розташувати гостя дружнім ставленням і якісним сервісом. [Рис 1.1]

Капсульні готелі

Сучасні японські архітектори шукають оптимальний баланс між необхідним розміром кімнати і невеликою кількістю часу, який гості проводять в готелі. Перегляд ставлення до організації особистого простору в готелі привів до його максимального скорочення. Японські експерименти в цій області довели поєднання мінімального часу з мінімальним простором до абсолютного. Так з'явилися капсульні готелі. Знаменита вежа Накагін в Токіо, побудована в 1972 році Кісі Курокавай, складається з 144 сталевих капсул, кожна з яких є справжнім мікросвітом. У номері є все, що може знадобитися людині для короткочасного

перебування в готелі: ліжко, шафа для одягу, санвузол, кондиціонер, плита, телефон, телевізор, розкладний столик, розетки для всіх видів електронних пристроїв, необхідних діловим людям. Розмір капсули 2,5 x 4 x 2,5 метра відповідає звичайним розмірам японської чайної кімнати в шести татамі. За віковим звичаєм перед входом до капсули, а також у традиційному японському будинку та традиційному японському готелі, слід роззутися. [Рис. 1.1]

Сьогодні капсульні готелі доступні в невеликих містечках і великих містах Японії - Токіо, Йокогама, Осака, Голе, Саппоро. У Токіо, наприклад, близько сорока капсульних готелів на 700 капсульних номерів.

Найвідоміша і велика капсульна готель в Японії - Грін Плаза Сіндзюку в Токіо. Номерний фонд цього готелю Токіо складається з 660 капсул, які за своїми розмірами перевершили попередні критерії мінімалізму. У цьому готелі немає кімнат в звичному нам розумінні. У два ряди вздовж довгого коридору розташовуються люки - двері в крихітні норки, розміром всього $2 \times 1 \times 1$ м - в номері можна тільки сидіти або лежати, стояти - вже не вийде. Це японський винахід стали називати капсулою сну. Готель можна порівняти з камерою схову для людей, але в народі прижилося інша назва - труну поліпшеного планування. Готель-капсула розділена на дві частини: перша - колективна, для гігієнічних процедур, а інша - для індивідуального використання, де розташовуються капсули. Кожен номер оснащений телевізором, телефоном, будильником і кондиціонером, та ще й постільною білизною.

Обов'язковим аксесуаром капсульних готелів такого типу є великий громадський простір. Є фойє, кімната відпочинку зі свіжими газетами, бар, сауна, іноді басейн. Велика площа громадського простору різко контрастує з мікросвітом окремих капсул.

Правила для гостей у всіх капсульних готелях однакові. При вході в зал потрібно роззутися і покласти в спеціальну шафку, яка закривається на ключ. Речі здаються в камеру зберігання. В результаті гість отримує три ключі (від взуття,

речей і свого ліжка) і, втиснувшись в камеру, може опустити бамбукові жалюзі і відгородитися від світу. Внутрішня частина капсул у всіх готелях карамельного кольору, що заспокійливо діє на нервову систему людини, яка знаходиться в невеликому закритому просторі.

У великих японських містах побудовано кілька капсульних готелів. Вони дуже зручні для тих, хто спізнюється на поїзд або коли керівник затримав на роботі допізна співробітників і приваблює своєю низькою вартістю. Ці готелі мають ще одну особливість. Існує неофіційне негласне правило, що готелі-капсули призначені виключно для чоловічої частини населення. Деякі готелі мають спеціально відведений поверх для жінок, але це рідкість, виняток із загального правила. Проте, на чоловічу територію жінкам вхід суворо заборонений.

Молодіжні готелі

В Японії налічується близько 320 молодіжних хостелів, які пропонують прості, але акуратні номери за дуже низькою ціною. Деякі з них відкриті для всіх, інші менш доступні через членство в Японській корпорації молодіжних хостелів або Федерації молодіжних хостелів. В принципі, ви можете подати заявку на членство в Федерації молодіжних готелів у вашій країні або в токійській штаб-квартирі вищезгаданої організації.

Вікових обмежень у молодіжних готелях немає. Однак у порівнянні з іншими типами місць для ночівлі існує набагато більше різних правил і норм. Вартість проживання в молодіжних готелях Японії - близько 3000 ієн з людини на добу, без харчування.

2.2 Сучасні Японські готелі

В Японії споруди в традиційному стилі сусідять із шикарними готелями класу «люкс», в яких кожен відчує себе світовою знаменитістю. Ця категорія готелів надає першокласний сервіс і постачає номери усіма елементами

розкішного життя. Більшість з них виконані в класичному західному стилі з елементами японської атрибутики. Найкращий варіант у Токіо - фешенебельний готель Hilton Tokyo Bay - офіційна резиденція відвідувачів токійського Діснейленду. З вікон його елегантно оформлених номерів видно Токійську затоку і Діснейленд. «Імперіал Осака» - престижний готель на узбережжі річки Окава, з нього у відповідний сезон можна насолоджуватися цвітінням і ароматом сакури. Готель «Окура Кобе» розташований в 500 м від популярного торгового району Мотоматі. У розпорядженні гостей - номери в розкішному західному стилі, фітнес-центр, критий басейн, сауна, тенісний корт, ресторан зі стравами регіональної кухні. Елегантний «Нагасакі Гловерхілл» в класичному стилі знаходиться поблизу від саду Гловера. Номери обставлені комфортабельними меблями з дерева, в кожному є гостинний куточок. Гості можуть приготувати чай або відпочити у ванні. Готель Nagoya Marriott Associa пропонує гостям відвідати тренажерний зал або сауну-термаріум.

Готель Conrad Tokyo, Токіо

Сподобається вимогливим мандрівникам і фешенебельний готель Conrad Tokyo. Для заможних гостей в ньому передбачені представницькі та люксові номери вартістю від 1 000 USD за ніч, з яких відкривається чудовий панорамний вид на Токійську затоку і сад Хамарікю. Є в готелі і унікальний суперлюкс площею 130 кв. метрів, ніч в якому буде коштувати відвідувачам близько 3 000 USD. Крім вільного доступу до представницького лаундж гості елітних номерів отримують масу додаткових послуг. У готелі знаходиться знаменитий ресторан China Blue, нагороджений двома зірками Мішлен, а на 30-му поверсі знаходиться розкішний спа-салон.

Готель Luke Plaza Hotel, Нагасакі

Одним з найцікавіших і розкішних Нагасакі є Luke Plaza Hotel. Він розташований на горі Інасіо, тому зі своїх номерів постояльці можуть милуватися шикарним панорамним видом околиць. Цінителів розкоші в готелі порадує

великий вибір ексклюзивних номерів, вони зможуть вибрати номер з видом на місто або садочок, а також дизайнерські номери, оформлені в японському стилі. На одному з останніх поверхів готелю знаходиться ресторан національної кухні, який вважається одним з кращих в Нагасакі. У його гостей буде можливість одночасно насолоджуватися фірмовими стравами і милуватися панорамою міста.

Готель Royton Sapporo Hotel, Саппоро

На широке коло гостей орієнтований престижний готель Royton Sapporo Hotel, який однаково популярний і у бізнес-туристів, і у мандрівників з дітьми. Крім вишуканих номерів з дизайнерським оформленням він готовий запропонувати мандрівникам масу додаткових послуг. У готелі працює дуже цікавий сувенірний магазин, а постояльцям старше 18 років доступний для відвідування фітнес-центр і дуже красивий критий басейн. Цінителям високої кухні сподобається ресторан Yamato, який представляє японську кухню, а в ресторані Banri можна спробувати популярні страви китайської кухні.

Японія надає масу можливостей для реалізації самих незвичайних і сміливих бажань туристів. Ця особливість поширюється і на місцеві готелі, різноманітність яких дивує і захоплює. Тут кожен може знайти готель на свій смак. Так, поціновувачам бездоганного стилю, цікавих дизайн-проектів і просто людям з хорошим смаком пропонується безліч стильних готелів в різних містах країни. Один з них - «Парк Токіо» з приголомшливою панорамою міста з величезних вікон. Готель відрізняється стильними номерами, облаштованими в кращих традиціях сучасного дизайну. Дизайн-готель «Флекс» в Хіросімі розташовується на мальовничому березі річки Кьобасі поблизу від центральних пам'яток і транспортних вузлів. До послуг туристів - сучасні номери з лаконічними інтер'єрами і всіма необхідними зручностями. Готель «Рьокан Ізуясу Кіото» знаходиться в популярному туристичному районі недалеко від Вежі Кіото та інших цікавих місць. Гостям пропонуються стильно обставлені

номери і широкий спектр послуг. В Осаці розмістився дизайн-готель Cross Hotel Osaka, інтер'єри якого оформлені в чорно-білій гамі і кавових відтінках. Привертають увагу яскраві акценти у вигляді дизайнерських предметів інтер'єру червоного кольору.

Готель Shibuya Granbell, Токіо

Володарем престижних нагород є дизайн-готель Shibuya Granbell, в 2012 році він отримав нагороду Travelers 'Choice Award від туристичного порталу TripAdvisor. Інтер'єр готелю є гармонійне поєднання традиційних національних і західних мотивів. Розкішні ліжка з високими спинками, незвичайні ванні кімнати відкритого планування, велика кількість дизайнерських прикрас зі скла і металу, цікаві ширми і статуєтки в національному стилі - ось лише кілька відмінних рис інтер'єру відомого готелю.

Готель APA Hotel Kobe-Sannomiya, Кобе

Стильні номери, оформлені в чорно-білій колірній гамі, радий запропонувати своїм клієнтам популярний готель APA Hotel Kobe-Sannomiya. Просторі кімнати з панорамними вікнами були оформлені в стилі мінімалізму. Стіни і стеля в них пофарбовані в білий колір, а центральне місце в номерах займають сучасні подовжені ліжка з натурального дерева. Заправлені ліжка білосніжним пастельним білизною і задрапіровані шикарним чорним атласом. Освітлення в кімнатах формують красиві дизайнерські світильники і лампи, а на стінах можна побачити маленькі картини в національному стилі.

Готель Dormy Inn Nagasaki, Нагасакі

У сучасному національному стилі виконаний інтер'єр готелю Dormy Inn Nagasaki, в ньому переважають приємні кремові, кавові і карамельні тони. Про національні традиції нагадують красиві елементи оздоблення з темного дерева, а також незвичайні світильники. У просторому холі виконана обробка з кахлю і мармуру, а висвітлюють його величезні помаранчеві люстри. Більш романтичною обстановку в готелі роблять композиції з живих квітів. В

оформленні готелю брали участь сучасні художники, твори яких можна побачити у всіх номерах та громадських зонах.

Готель Hotel Nikko Tokyo, Токіо

Розкішний Hotel Nikko Tokyo теж є дуже популярною серед пар, з оформлення він нагадує шикарний палац. Просторий хол з високою стелею і колонами, урочисто оформлені ресторани, елітний бар з величезним вибором ігристих вин і номери з романтичним дизайном - тут є все, що потрібно для комфортного відпочинку удвох. На одному з останніх поверхів готелю знаходиться критий басейн з панорамними вікнами, а на даху обладнані панорамні тераси і гідромасажні ванни.

Готель Hotel Associa Shin-Yokohama, Канагава

У Йокогамі у пар буде можливість зупинитися в елегантному готелі Hotel Associa Shin-Yokohama, місцем розташування він обрав стильний сучасний хмарочос. На останніх поверхах хмарочоса знаходяться дуже романтичні двомісні номери, оформлені в приємних кремових тонах і укомплектовані панорамними вікнами. Завдяки регульованій системі освітлення в номері не важко створити розташовує до романтичного відпочинку обстановку, урізноманітнити відокремлений відпочинок гості готелю можуть відвідуванням стильного ресторану або лаунджа, знаходиться який на 13-му поверсі.

Готель Art Hotels Sapporo, Саппоро

Мандрівникам, які люблять відпочинок в спокійній обстановці, обов'язково сподобається готель Art Hotels Sapporo. Крім романтичних номерів готовий запропонувати своїм гостям першокласний оздоровчий центр, в якому є сауна, шикарні купелі з термальною водою і гідромасажна ванна, а також масажні кабінети. У готелі працює два висококласних ресторану, серед яких фермерський ресторан TERRA, столики якого сервірують в зеленому внутрішньому дворіку. Чудовим місцем для організації романтичної вечері буде ресторан Hokkaiwasho Nakajima, який спеціалізується на японській кухні.

2.3 Стан туристичної інфраструктури держави

В Японії туристам пропонують різні види розміщення - як західного, так і японського національного стилю, які відрізняються класом і ціною. Ви можете зупинитися в готелі у західному стилі зі звичним комфортом або насолоджуватися підвищеною увагою персоналу традиційного японського готелю. Західні готелі можна знайти в усіх містах, а в головних містах країни широко представлені готелі відомих готельних мереж. Відносно недавно з'явився новий тип готелів - бізнес-готелі. Щоб повністю відчувати атмосферу Японії, рекомендується зупинитися в традиційному японському готелі «Рйокан». У всіх об'єктах обслуговування до базової ціни послуги додається доплата за послуги.

Не дивно, що в такій країні, як Японія, де виробляється великий відсоток усіх споживчих товарів, шопінг займає значну частину часу відвідування країни туристами. Відвідування великих універмагів – розваги та відпочинок. Цьому сприяють магазини, які надають послуги з догляду за дітьми, пропонують дегустації продуктів у продуктових відділах, організовують художні виставки та презентації вітчизняного та зарубіжного народного мистецтва. Туристи, які перебувають в країні недовго, роблячи покупки на суму понад 10 000 ієн за один день у магазинах безмитної торгівлі, не повинні платити споживчий податок у розмірі 5% від вартості придбаного товару. Це правило не поширюється на косметику, продукти харчування, алкоголь, ліки, батарейки, плівку.

Більшість ринків під назвою «nomi-no-iti» поширені в різних частинах країни. Вони розташовані на ділянках, прилеглих до храмів. Пропонують до продажу різноманітну за асортиментом і ціною продукцію – від дуже дорогого антикваріату до дешевих сувенірів.

Кожен мандрівник може втамувати спрагу в барах і ресторанах міст. В Японії можна знайти ресторани будь-якого типу, на різний смак: від McDonald's до філії відомого паризького ресторану, від невеликого кафе, де подають страви

японської кухні, до розкішного ресторану, де подають страви традиційної кухні. В Японії не прийнято ходити по вулиці з їжею чи напоєм. Тому в людних місцях є невеликі кафетерії, де можна скуштувати «соба» чи «удон» (різновиди локшини). Послугами сімейного ресторану користуються ті, хто хоче дешево і швидко втамувати голод. Такі сімейні ресторани мають широкий асортимент кухонь – японської, китайської, корейської, американської та європейської. Є також спеціалізовані національні ресторани. Японські ресторани спеціалізуються на певній страві.

Крім барів у західному стилі, в містах є такі традиційні розважальні заклади: «Ідзакая» (японські паби пропонують широкий вибір алкогольних напоїв), «Караоке» (один із найпопулярніших нічних клубів Японії), «Кайсекі рері» (найпрестижніший традиційний японський ресторани). кухня).), ресторани самообслуговування.

При поїздках Японією рекомендується використовувати національну інформаційну систему «V» (англ. Visit Japan). Кожен центр "V" є джерелом інформації про регіон, в якому ви знаходитесь. "V"-центри зазвичай розташовані на вокзалах або в центрі міста. Їх легко впізнати за логотипом: червоний знак питання зі словом «information».

Державним агентством розвитку туризму є Департамент туризму Міністерства землі, інфраструктури, транспорту та туризму Японії. була створена Японська національна туристична організація (JNTO). Ця організація об'єднує понад 600 туристичних компаній, що працюють у країні.

Транспортна система Японії є однією з найпереводіших у світі. Залізниця дозволяє дістатися практично в будь-яку точку країни. Крім того, система швидкісних автомагістралей розвинена так само добре, як повітряний транспорт країни. У містах транспорт здійснюється автобусами та таксі (цілодобово); пороми пов'язують міста Токіо, Осаку, Кобе з основними портами Хоккайдо та Кюсю.

Крім того, дві японські авіакомпанії (Japan Airlines та All Nippon Airways) надають послуги міжнародних перевезень. Японія також приймає рейси іноземних авіакомпаній, які літають майже в усі куточки земної кулі.

Japan Railways належить групі Japan Railways (JR), до якої входять 6 компаній, що працюють по всій країні, а також інші компанії, що працюють у більшості великих міст. JR Rail Service відома своєю високою точністю. У Токіо, місті з інтенсивним залізничним рухом, приміські поїзди зупиняються кожні 1,5 хвилини на годину пік.

Сінкансен, «поїзда-кулі», забезпечують швидке і дуже надійне сполучення майже по всій Японії. Дорожня мережа Сінкансен включає наступні лінії: Токайдо, Сан'е, Кюсю, Тохоку, Нагано, Акіта, Ямагата, Дзьоецу.

Поїзди далекого прямування JR: суперекспреси, швидкісні кур'єрські поїзди, експреси зі спальними місцями та купе. Тарифи варіюються залежно від відстані та типу послуги. У містах квитки на місцеві лінії можна придбати у спеціальних автоматах, розташованих на кожній станції.

Japan Rail Pass - залізничний проїзний через Японію. Japan Rail Pass має відмінну ціну і зручний для туристів. Подорож тільки для мандрівників дає вам право на необмежену кількість поїздок JR, а також на приватних автобусах і поромах (з деякими обмеженнями за маршрутом). Донедавна бронювання місць можна було зробити тільки в офісі Японських залізниць (усі вони належать Shinkansen Japan Railways), але з червня 2017 перевізник ввів онлайн-бронювання місць для всіх високошвидкісних поїздів до Тохоку та Хоккайдо. Безкоштовна послуга доступна при бронюванні JR Pass не пізніше ніж за 30 днів до дати подорожі.

JR Pass є обов'язковим для іноземних туристів, якщо вони планують відвідати хоча б Токіо та Кіото протягом тижня, найпопулярніші туристичні напрямки Японії. Поїздки включають не тільки Сінкансен (виняток - експреси «Хозом» і «Мізухо»), але і багато інших поїздів, у тому числі “Narita Express”, що

курсуює між Токіо та аеропортом Наріта. Використовуючи квиток тільки на маршрутах з аеропорту до Токіо, потім до Кіото, назад до Токіо та аеропорту, ви заощадите.

Також можливо придбати проїзний JR Pass, дійсний протягом 7, 14 або 21 днів заздалегідь за межами Японії або по приїзду на місці в аеропортах Токіо та Осаки, та в центральних офісах Japan Railways. Квиток містить паспортні дані мандрівника, тому ви не зможете передати його іншій особі. Після прибуття до Японії потрібно обміняти купон, куплений поза країною, на картку JR Pass в офісі «Japan Railways».

JR пропонує власникам Japan Rail Pass спеціальні знижки на готелі JR. Якщо ви пред'явите абонемент Japan Rail Pass, ви отримаєте знижку 10%.

Regional Japan Rail Pass - проїзний для подорожуючих по регіонах Японії. Туристи, які збираються подорожувати тільки в певних регіонах Японії, можуть за оптимальними цінами придбати такі проїзні квитки: JR HOKKAIDO RAIL PASS для острова Хоккайдо, JR EAST PASS для подорожі по північний схід Японії від Токіо за винятком острова Хоккайдо, JR-WEST RAIL PASS для подорожі по західній частині Японії від міжнародного аеропорту Кансай, а також JR-KYUSHU RAIL PASS для поїздок по всій території острова Кюсю. Проїзні дають також деякі додаткові переваги для туристів.

Загалом, туристична інфраструктура в Японії досить розвинена, так як першою її метою було задоволення потреб місцевого населення, яке має значну купівельну спроможність і може дозволити собі ряд послуг.

РОЗДІЛ 3

УНІКАЛЬНИЙ УКЛАД ЯПОНСЬКОЇ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

3.1 Японія як туристична дестинація

Японія розташована в західній частині Тихого океану, поруч з узбережжям Східної Азії. Архіпелаг складається з 4 тис. Островів. Японія складається з 47 префектур. Префектура є найбільшою адміністративною одиницею країни. Чотири найбільших - Хонсю, Хоккайдо, Кюсю, Сікоку - сьогодні сполучені мостами і тунелями. Острова Хонсю і Хоккайдо з'єднав найдовший у всьому світі транспортний тунель під назвою Сейкан, який проходить по дну Сангарський протоки. Острова Хонсю і Сікоку об'єднують три мости, а острова Хонсю і Кюсю пов'язані із засобів двох тунелів і моста. Офіційна мова - японська. Національна грошова одиниця країни - японська ієна

Також, до складу Японії входять острови Рюкю, Бонін і Волкано. Архіпелаг з півночі омивається Охотським морем, зі сходу і південного сходу - Тихим океаном, із заходу - Японським і Східно-Китайським морями. розташовано Внутрішнє Японське море знаходиться на півдні між островами Хонсю, Кюсю і Сікоку розташовано.

Японія прагне збільшити площу країни за рахунок штучних островів. У Токійській затоці з'явився острів Юменосіма, який насипали 10 років. Тут збудували музей, стадіон, теплиці і розбили чудовий парк. Для нового металургійного заводу був створений острів Огісіма. Міжнародний аеропорт в Осацькій затоці також побудований на штучному острові.

У прикордонних районах були і залишаються деякі спірні території і конфліктні зони: наприклад, Південні Курили, які відійшли до Росії за підсумками Другої світової війни. Острівна група Рюкю з головним островом Окінава була повернута Японії американцями тільки в 1972 р

Втрата "північних територій", в загальному не настільки значна сама по собі, проте дуже болюча для японців, тому що разом з ними виявилися втраченими багаті рибні мілини. Недавні територіальні конфлікти між Японією, з одного боку, і Кореєю і Китаєм - з іншого, теж мають під собою перш за все економічне підґрунтя: крім риби, мова йде про передбачувані багатих покладах корисних копалин.

Приблизно 71% площі країни займають гори. Найвища з них - гора Фудзі, висотою 3776 метрів. Близько 200 піків Японії є вулканами, причому 67 з них діють. Найбільш активні Міхараяма, Асосан, Асама і Сакурадзіма. В країні безліч мінеральних і гарячих джерел, завдяки вулканічній активності. За рік в країні відбувається приблизно 1000 землетрусів.

Країна простягнулася від субтропіків на півдні до суб-арктичного клімату на півночі островів, тому флора і фауна тут дуже різноманітна. Тут водяться величезні коричневі ведмеді, які досягають 2 метрів у висоту і важать до 400 кілограмів. На островах водяться макаки, гігантські саламандри і дикі кішки Iriomote.

Стан екології в країні залишає бажати кращого. Через потужний економічний ривок тендітна екологія островів була зруйнована. Міста практично весь час покриті смогом, в країні випадали кислотні дощі, а вирубка лісів і полювання на китів була варварською.

Зараз ситуація змінюється на краще і уряд зробив ряд кроків до уникнути повної катастрофи. В останнє десятиліття в країну було завезено велику кількість рослин з Європи, і Японія мало не втратила свою унікальну флору.

Особливості культури та побуту

Острівна відособленість японської нації знайшла відображення в національному характері і традиційному укладі життя. Саме ця особливість країни є однією з головних причин подорожі до неї, адже саме вона робить її унікальною. Довголіття японців, низький рівень насильства в країні, однорідність

етнічного складу населення - то, що кидається в очі на перший погляд і створює абсолютно особливу думку. В даний час Японія - єдина в світі імперія, до цього дня свято шанувала свої традиції і разом з тим який досяг успіху в розвитку технологій і економіки. Причини такого приголомшливого поєднання спадщини минулого і досягнень майбутнього стають більш очевидними, якщо більше дізнатися про риси національного характеру японців.

Японці відрізняються консервативним характером: вони не прагнуть запозичити звички і традиції інших націй, залишаючись вірними заведеним споконвіку звичаям і нормам поведінки. Національна приналежність для них є особливий статус, який заслуговує на відповідного ставлення - поважних поклонів, обміну люб'язностями при зустрічі та прощанні. Іноземцю досить сухо кивнути, вітаючи, або зовсім його не помітити. В країні, де важливу роль відіграє спадковість поколінь, з великою повагою ставляться до старших і спадщини минулого. Все нове японцеві хочеться досконально досліджувати і видозмінити на звичний лад, якщо воно несе користь. Переймаючи корисні нововведення у інших культур, Японія ніколи не втрачає національної ідентичності.

Японська культура орієнтована на колективізм. Японці відчують тісний прихильність до членів сім'ї, товаришів по службі і іншим соціальним групам, в яких вони складаються. У групах панує ієрархічність, в них кожен тримається свого місця і дотримується субординацію по відношенню до вищих. Японцям властиві покірне і смиренне ставлення до старших і більш авторитетним. Колективізм і прагнення максимально поліпшити умови існування колективу привели до оформлення суворого етикету і кодексу ввічливості.

В японській мові відображені три стилі спілкування: для звернення до молодших, до рівних або незнайомцям і до старших. Так, японці не допускають неформального спілкування з начальником навіть у позаробочий час. Вони ніколи не з'ясовують стосунки на увазі, проявляючи бурю емоцій. Відмовляти прийнято не вимовляючи слова «ні», алегорично. Пряма відмова вважається

порушенням правил етикету. Японці - дуже ввічлива нація, кожному представнику якої з народження прищеплюється повага до інших. Вони свідомо не порушують меж особистого, а тому не схильні цікавитися чиясь приватною життям, обговорювати з іншими свою, приставати з порадами.

Японцям властиві любов до праці і старанність у роботі, почуття обов'язку, відповідальність і жертвність. Цією нації, як ніякій іншій, притаманні вміння триматися гідно і не втрачати обличчя, дисциплінованість у всьому. Нехтування пунктуальністю не вітається ні в себе, ні в інших. Японське працьовитість часто межує з трудоголізмом. До виконання службових обов'язків японці ставляться з самозреченням, затриматися на роботі до пізньої ночі для них - нормальне явище. Бідність країни на ресурси також вплинула на ментальність народу, вилившись в ощадливість і дбайливість в господарстві. У японців геть відсутня тяга до розкішного життя і марнотратства. Природна спостережливість і уважність до деталей дозволяє їм легко знаходити можливості для економії - ресурсів, коштів, власних сил - і допомагає відшукувати прості, але геніальні рішення для оптимізації життя.

Невід'ємна частина японського менталітету - тяга до споглядання прекрасного. Захоплення красою природи і плодів людської творчості - основа менталітету і культури жителів Японії. Японці приходять в стан екзальтації, годинами споглядаючи квітучі дерева сакури, сонячний захід над Фудзіяма, бездоганність ліній каліграфії. Саме їх любов до естетики дала початок таким напрямкам в мистецтві, як ікебана, бонсай, чайна церемонія. Останнє - особливо цінуємо японцями. Чайна церемонія розписується по кроках. Головний в ритуалі - майстер чаю, бармен чай по чашках. Основи традиції закладені законами дзен-буддизму. Жителі Країни висхідного сонця ніжно люблять чайні церемонії і отримують справжню насолоду, щоб виконувати всі їх канони.

Говорячи про Японію неможливо не згадати, про відому на весь світ Мангу та Аніме. Сучасну мангу (漫画) можна визначити як комікси, що відповідають

японському стилю, що виник у середині 1900-х років. Популярність манги в Японії з тих пір набула сили. Сьогодні існує величезна вітчизняна промисловість для манги, і все частіше на міжнародному рівні. В Японії люди обох статей і різного віку читають мангу. Наприклад, досить часто зустрічаєть бізнесменів у костюмах, які читають товсті комікси у поїздах, що їздять у приміському сполученні.

Діапазон жанрів манги різноманітний: зміст - від історії до футуристичної наукової фантастики та від підліткової романтики до глибоких тем про життя. Комікси розбиті на чотири категорії відповідно до цільової аудиторії: хлопці, дівчата, юнаки та дорослі. Їх часто можна зустріти в книгарнях, книжкових магазинах та магазинах, що знаходяться у всій Японії.

Серія манги може стати досить популярною, тоді вона перетвориться на аніме (アニメ) - анімацію японського стилю. Приклади всесвітньо відомих аніме включають «Dragon Ball», «Sailor Moon», «Pokemon» та «One Piece». Звичайно, оригінальні сценарії також можуть бути написані для аніме. Однією з популярних фірм-виробників аніме з власним виразним стилем є Studio Ghibli, яка випустила нагородні роботи, такі як "My Neighbor Totoro" та "Spirited Away".

Кафе Манга - це місце, де клієнти можуть читати з бібліотеки манги протягом визначеного часу за відповідну плату. Гості можуть брати книги і повертати книги стільки разів, скільки бажають у визначений термін. У багатьох кафе-мангах також виділяються індивідуальні кабінки, пропонуючи гостям певну приватність для задоволення від читання.

Кафе Манга можна знайти майже у всіх великих міських центрах, як правило, розташованих неподалік від залізничних вокзалів. Великі міста, такі як Токіо та Осака, мають велику кількість таких закладів. Багато з них пропонують безкоштовний потік безалкогольних напоїв та подвійне, як Інтернет-кафе. Збори зазвичай становлять близько 300 ієн за 30 хвилин, але більшість пропонують такі пакети, як три години, приблизно за 1000 ієн.

Протягом року проводиться декілька грандіозних заходів з манги та аніме. Зокрема, AnimeJapan (раніше відомий як ярмарок аніме в Токіо), що проводиться щорічно в конгрес-центрі "Odaiba's Big Sight", є однією з найбільших подій, пов'язаних з анімацією в світі. Ще одна примітна подія - Comiket, величезна ярмарка коміксів, яка приваблює сотні тисяч людей. Він проводиться щороку, також на Big Sight у Токіо.

Паспорт, віза та митне регулювання

Згідно з правилами візового в'їзду, громадянам України для відвідання Японії необхідна віза, яку попередньо можна отримати в Консульстві Японії в Україні.

Деякі візові центри можуть бути акредитовані консульством, тому для отримання візи до Японії, подача документів здійснюється без особистої присутності заявника.

Оплата за консульський збір за японською візі для українців не стягується. Але вартість візових послуг не є безкоштовною, так як включає не тільки консульський збір, але і пересилку документів кур'єрською службою, вартість самого запрошення і оформлення супутніх документів, а також послуги візового центру.

Також візовий центр може виступати посередником для подачі документів на оформлення ділової японської візи. Для цього так само як і для туристичної візи не потрібна особиста присутність апліканта. Досить тільки оформити довіреність.

Крім бізнес віз і туристичних віз, можна оформити транзитну візу. За правилами, транзитна віза оформляється для заявників, які змушені летіти через Японію в третю країну. Транзитна віза дозволяє знаходитися на території Японії до 3 днів. Але, кожен окремий випадок розглядається консулом в індивідуальному порядку.

Для відкриття японської транзитної візи обов'язково необхідно надати копії віз в кінцевий пункт проходження.

Якщо заявник не може підтвердити, що єдиний можливий виліт в кінцевий пункт прибуття можливий тільки через кілька днів, і немає вагомих причин для відстрочки вильоту з Японії, така заявка буде, швидше за все розглянута як звичайне відвідування Японії в туристичних цілях. Для відвідування Країни висхідного сонця в туристичних цілях слід оформляти туристичну візу на загальних підставах.

Для одноразового відвідування країни досить буде замовити одноразову візу в Японію. Одноразова віза є короткочасною і може бути відкрита як на 15 днів, так і на 30 днів перебування. Кількість днів у візі виставляється відповідно до запрошення, яке оформляється на підставі ваучерів і авіаквитків. Так, якщо турист планує надає бронь готелю на 7 днів, але хоче відкрити візу на 30 днів перебування, такий варіант не буде схвалений консульством і турист отримає візу на 15 днів перебування.

Крім одноразової візи є можливість оформити дворазову японську візу. Зазвичай, при першому відвідуванні Японії заявникам важко отримати візу з дворазовим в'їздом. На даний момент для громадян України може бути відкрита на 15 днів перебування для кожного в'їзду. Підставою для відкриття візи з подвійним в'їздом є заброньовані авіаквитки на обидва в'їзду до Японії.

Коридор для одноразової візи становить 90 днів, для дворазової візи 180 днів з моменту виходу візи.

Для оформлення візи необхідно надавати документи англійською (переважно), українською або російською мовою. Переклади довідок не обов'язкові. Важливу роль слід приділити фотографіям. По-перше, їх повинно бути дві, по-друге, вони повинні бути в хорошій якості, і третє, на що слід звернути увагу, це - розмір фотографії. Розмір фотографій повинен мати форму квадрата 4,5 на 4,5 см.

У консульстві Японії в Україні не передбачена термінова подача документів. Тому потрібно звернути увагу на завчасну подачу документів на оформлення віз. Всі рішення по відкриттю або відмови за візами приймаються безпосередньо в Японії. Розгляд документів займає 5 робочих днів з дня подачі в консульський відділ. Якщо прийнято рішення у відкритті візи, консул Японії в Україні виставляє візу в паспорт.

У разі відмови консульство залишає за собою право не пояснювати причин такого рішення. Єдиним доказом, що документи були взяті в обробку є наявність в паспорті відмітки на останній сторінці закордонного паспорта.

При проходженні митниці буде досить вашого усної заяви на ввезені предмети. Однак виняток становлять такі випадки: коли ви маєте несупроводжуваний багаж; або коли ви ввозите предмети, що перевищують обмеження на безмитне ввезення даних товарів.

У цих випадках на митниці ви повинні заповнити письмову декларацію. Митні збори не стягуються, якщо працівник митниці визначив, що ввозяться предмети і їх кількість відповідають нормам.

Дозволений провезення трьох пляшок спиртного об'ємом 760 мл і 400 сигарет. Будь-яка валюта дозволена до ввезення, але сума, що перевищує 1 000 000 ієн, повинна декларуватися. Чи не дозволяється ввозити тютюнові вироби та спиртні напої особам, які не досягли 20 років.

3.2 Індустрія гостинності Японії в контексті сучасної війни між Україною та Росією

Війна між Росією та Україною призвела до напружених відносин між Японією та Росією. Уряд Японії не тільки активно допомагає та підтримує Україну, але й поставив питання щодо спірної території на півночі, що присвоїла собі Росія та дала назву південні Курильські острови. Міністерство закордонних

справ Японії у своєму звіті за 2022 рік назове ці території “невід’ємною частиною Японії”, які на даний момент знаходяться під окупацією Росії.

Японія також надає гуманітарну допомогу Україні, крім цього вона почала прийом біженців, спростивши в’їзд для українців, тепер вони зможуть спокійно потрапити до країни, навіть не маючи поручителів, як родичі чи знайомі.

Міністр юстиції Йосіхіса Фурукава стверджує, що біженці, які отримали свої дев’яносто-денні візи при в’їзді до країни, зможуть обміняти їх на річні і таким чином отримати законне право для того, щоб піти працювати.

З встановлених нових правил - українські біженці отримуватимуть соціальну допомогу від японського уряду мінімум впродовж пів року з дня оформлення заяви. Медична допомога також буде покриватися додатково разом з уроками японської мови й допомогою з працевлаштуванням.

Евакуйованих біженців в Японії тимчасово заселять до готелів й виплачуватимуть таку допомогу: на день за дітей до 12 років 500 єн та за кожну дорослу людину по 1000 єн.

Якщо ж біженець вирішує залишити готель та переїхати до іншого житла, яке надасть муніципалітет чи підприємство, то виплати зростуть: за дітей до 12 років 1200 єн та за кожну дорослу людину по 2400 єн.

Також одразу після переїзду можна отримати одноразову допомогу на одну людину: від 16 років по 160 тисяч єн та по 80 тисяч єн до 16 років.

3.3 Сучасні напрями покращення туризму в Японії

Ключовими ідеями розвитку туристичної індустрії в Японії є створення привабливих напрямків, підвищення рівня задоволення іноземних відвідувачів Японією та стимулювання повторних подорожей. Також ведеться робота з покращення розміщення та створення вивісок і вивісок англійською мовою.

Читачі відомого англійського туристичного журналу «Wandlust» назвали Японію найкращим туристичним напрямком, а місто Кіото – одним з найпривабливіших міст світу. Японія вперше отримала нагороду Wandlust Travel Award, увійшовши в десятку найпрестижніших туристичних напрямків.

Високий рівень урбанізації впливає на спосіб життя населення. Все більше японців шукають відпочинок за містом. Збереження природних об'єктів дає можливість великої кількості таких об'єктів всередині країни, що дозволяє активно подорожувати з цією метою. В останні роки японські парки та сади стали дуже популярними серед іноземних туристів. Основне призначення архітектури садів і парків Японії - зробити так, щоб люди відчували себе красивими в звичайному, простому, повсякденному. А це особливо важливо в міському середовищі.

У Японії сильний рух «один туристичний продукт – один регіон», Міністерство національної інфраструктури, території та транспорту повністю його підтримує. Розробляє типові проекти «зон туристичного обміну». У цих районах, які розташовані по всій Японії, планується створити максимально комфортні умови для іноземних туристів. Тому кожен регіон має визначити та вміти показати свою привабливість, конкуруючи з іншими регіонами. Наприклад, Кіото пропонує 20 екскурсій містом, які вбудовані в електронний путівник, підключений до супутникової системи позиціонування. За допомогою цього пристрою під назвою «Charisma Navigation» можна одночасно переглядати інформацію з великої кількості туристичних об'єктів. Крім того, він може виконувати функції електронного перекладача, а також підключатися до японського інтернет-сервісу англійською мовою, а також виконувати функції мобільного телефону.

Велика увага приділяється рекламі – на більшості станцій залізниці безкоштовно роздають буклети про цвітіння різних рослин, виставки, врожаї,

місцеві свята тощо, з пропозицією зареєструватися по телефону для участі в заході. Оплата здійснюється наперед через банк, а збір учасників відбувається в призначений час на станції, де починається автобусний або пішохідний маршрут. На переїздах великих залізничних вокзалів часто проводяться акції з роздачі дрібних сувенірів та інформаційних матеріалів про окремі префектури, населені пункти тощо, під час яких можна спланувати екскурсійну подорож.

Японський уряд наполегливо заохочує збільшення туристичних потоків до Японії. Прикладом цього є жовтень 2011 року, коли Японська національна туристична адміністрація запустила онлайн-конкурс, згідно з яким Японія надала безкоштовний переліт до своєї країни для 10 000 учасників.

ВИСНОВКИ

Японія – острівна держава, яка відкрила свої двері для інших народів з історичного погляду зовсім нещодавно. Ще до 16-17 століття Японія залишалася цілком закритою від зовнішнього світу. Вже у 17 столітті острівна держава укладає торгові договори з такими країнами як Пруссія, Росія, Голландія, Великобританія. Саме з цього моменту європейці почали освоювати цей незвіданий край.

Сьогодні Японія є визнаним світовим лідером в сфері наукових досліджень і технологічних проривів. Японія вже багато років є одним зі світових лідерів в області машинобудування, робототехніки, фармацевтики і т.д. В Японії неодноразово проводилися великі міжнародні заходи, і місцеві фахівці вміють організовувати і брати конференції та семінари будь-якого рівня і з будь-якою кількістю учасників.

Острівна відособленість японської нації знайшла відображення в національному характері і традиційному укладі життя. Традиційна японська гостинність заснована на давно вкоріненій звичкою поважати інтереси оточуючих, яка закладена в менталітет японців. Як правило, гості країни і учасники різних конференцій залишаються дуже задоволені рівнем сервісу і висловлюють бажання побувати в Японії знову.

Японія - одна з найбезпечніших країн у світі, де немає кримінальних загроз і небезпек епідеміологічного характеру. Втрачений гаманець або фотоапарат з вулиці відносять до найближчої поліцейської дільниці. Крадіжки відбуваються дуже рідко, як і інші злочини. Більш того, для відвідин Японії не потрібно робити ніяких спеціальних щеплень, а в крайньому випадку система охорони здоров'я в Японії добре налагоджена.

В Японії найбільш привабливим є унікальний уклад життя, непорушність традицій і новітні технології. Образ сучасної Японії створюють знамениті в усьому світі дизайнери, архітектори, художники, скульптори і т.д. В Японії

розвинене сучасне мистецтво і широко застосовуються новітні технології. Але японці ніколи не забувають про своє коріння і гармонійно поєднують досягнення сучасності з традиціями минулого.

В Японії представлені найрізноманітніші кліматичні пояси: від снігового і холодного Хоккайдо до пляжної і теплою Окінави.

Тому у мандрівників завжди є величезний вибір розваг і визначних пам'яток: від гірськолижного спорту і прогулянок на собачих упряжках до дайвінгу та трекінгу, від суперсучасних міст майбутнього до тихих сіл.

У готелях зупиняються не тільки іноземні мандрівники, але і Японці, які роз'їжджають по країні з діловими цілями, або просто подорожують. Як наслідок, в Японії налічується велика кількість готелів, побудованих в старих традиціях, які іноземцям здадуться яскравою екзотикою, а самі японці будуть в них відчувати себе, як вдома, у звичній обстановці.

В Японії споруди в традиційному стилі сусідять із шикарними готелями класу «люкс», в яких кожен відчує себе світовою знаменитістю. Ця категорія готелів надає першокласний сервіс і постачає номери усіма елементами розкішного життя. Більшість з них виконані в класичному західному стилі з елементами японської атрибутики.

В останні роки відбулися значні зміни в туристичному ринку Японії, відбулася зміна пріоритетів щодо його розвитку. В Японії відбувається активне залучення іноземних туристів та стимулювання повторних відвідин країни, разом з цим відбувається покращення усіх сфер туристичної інфраструктури Японії та їх зручність для туристів, також активний розвиток має політика, яка спрямована на розвиток виїзного туризму.

РЕЗЮМЕ

Михайленко Олександр Андрійович

Сфера гостинності Японії: історія та сучасність

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню сфери гостинності Японії. Мета роботи - дослідити історію формування, сучасний стан та перспективи розвитку сфери гостинності Японії. Завдання роботи: розкрити сутність сфери гостинності та його основні поняття, провести аналіз індустрії гостинності Японії, провести аналіз туристичної інфраструктури Японії, прослідкувати історію розвитку туризму в Японії, розкрити привабливість та унікальність традиційних готелів Японії, проаналізувати сучасні готелі в Японії. Об'єкт дослідження є сфера гостинності Японії, а предметом - історичні аспекти розвитку і сучасний стан сфери гостинності Японії. У ході виконання роботи були використані методи аналізу, синтезу, систематизації, зіставлення, класифікації наукових джерел інформації, а також історичний та порівняльний метод.

В курсовій роботі була досліджена історія формування і розвитку сфери гостинності Японії, проаналізовані сучасний стан, інновації та особливості розвитку. В роботі були зазначені різні аспекти сфери гостинності Японії та їх особливості, зроблені висновки щодо проблем та перспектив подальшого розвитку сфери гостинності Японії.

Ключові слова: туризм, історія, сфера гостинності, готелі, подорож, Японія, інфраструктура, розвиток.

RESUME

Mykhailenko Oleksandr Andriiovych

Japan's hospitality: history and modernity

The course work is devoted to the study of hospitality in Japan. The purpose of the work is to study the history of formation, current state and prospects of development of the hospitality industry in Japan. Objectives: to reveal the essence of hospitality and its basic concepts, to analyze the hospitality industry of Japan, to analyze the tourist infrastructure of Japan, to trace the history of tourism in Japan, to reveal the attractiveness and uniqueness of traditional Japanese hotels, to analyze modern hotels in Japan. The object of research is the sphere of hospitality in Japan, and the subject is the historical aspects of development and the current state of the sphere of hospitality in Japan. In the course of the work the methods of analysis, synthesis, systematization, comparison, classification of scientific sources of information, as well as historical and comparative methods were used.

In the course work the history of formation and development of the hospitality sphere of Japan was investigated, the current state, innovations and features of development were analyzed. The paper highlights various aspects of the Japanese hospitality industry and their features, conclusions about the problems and prospects for further development of the Japanese hospitality industry.

Keywords: tourism, history, hospitality sphere, hotels, travel, Japan, infrastructure, development.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

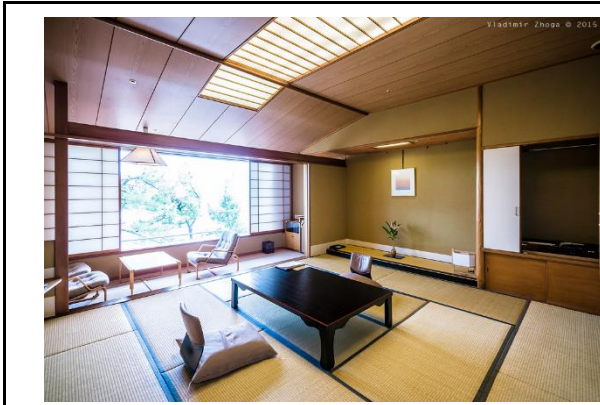
1. Бондар О.І. Все про Японію: Довідник.- Харків: Фоліо, 2008. 543с.
2. Гурова Д.Д., Біляченко В.Д., Фролов М.О. Туристське країнознавство: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів.- Запоріжжя: ТОВ "ЛПС" ЛТД, 2009.- 332 с.
3. Енциклопедія країн світу / Н.А. Симонія та ін. РАН, відділ товариств. Наук.- К.: ЗАО "Видавництво Економіка", 2004.- 1319 с.
4. Зінченко В. А. Молодіжний туризм в Українській РСР у 70-80-х рр. ХХ ст. (на основі діяльності "Супутника"). – К.: Ін-т історії НАН України, 2004, 240 с.
5. Країнознавство: теорія та практика / Мальська М.П., Антонюк Н.В., Занько Ю.С., Ганич Н.М. Підручник - К.: Центр учбової літератури, 2012. – 528с
6. Круль Г. Я. Основи готельної справи. Навч. посіб.- К.: Центр учбової літератури, 2011. - 368 с.
7. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг: Книга - К.: Альтерпрес, 2002.- 436 с.
8. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник.- К.: Знання, 2008.- 661с.
9. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу: навчальний посібник.- Ніжин: Видавництво НДУ ім. М. Гоголя, 2010.- 336с.
- 10.Смаль І.В. Географія туризму та рекреація : словник-довідник: навч.-метод. посіб. - Т. : Навчальна книга - Богдан, 2010. - 201с.
- 11.Топчієв О.Г. Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методики: Навчальний посібник.- Одеса: Астропринт, 2005.- 632 с.
- 12.Davis W. *Japanese Religion and Society: Paradigms of Structure and Change*, State University of New York Press Embree, J.,1992.
- 13.Fujitani T. "Okage Mairi to ee-ja-nai-ka" (Pilgrimages and Isn't That Good!) Tokyo: Iwanami Shinsho, 1973.

14. Nelson G. *To Pray, Pay and Play: The Cultural Structure of Japanese Domestic Tourism*, Series B, No.26, Centre Des Hautes Touristiques, 1983.
15. Hori K. *Nihongo Gogen Jiten* [Dictionary of Origin of Japanese Words], Tokyodo Shuppan DAD's, 1979.
16. Ishimori S. Popularization and Commercialization of Tourism in Early Modern Japan, *Senri Ethnological Studies* No.26, 1989. P. 179-194.
17. Japan Leisure Research Association 'Reja Hakusho '01' (Leisure White Paper), Japan Leisure Research Association: Tokyo, 2001.
18. Kanzaki N. *Monomi Yusen*, Kodansha Gendai Shinsho: Tokyo, 1991.
19. "A comparative analysis of the tourist industry", in *Japanese Civilization in the Modern World, IX, Tourism*, Senri Ethnological Studies No.38, 1995. P. 39-50.
20. Keene D. L. *Travelers of a Hundred Ages*, Henry Holt and Company: NY, 1989.
21. MacCannell D. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Schocken: NY, 1976.
22. March R. The Japanese Travel Life Cycle in *Japanese Tourists: Socio-Economic, Marketing and Psychological Analysis*, Chon, K.S., Inagaki, T. and Ohashi, T. (Eds.) Haworth Press: New York, 2000.
23. Nakagawa K. *Railways and Tourism: Prewar Tourism Promotion by Japanese Government Railways*
24. Nakane C. *Japanese Society*, University of California Press, Berkeley & Los Angeles, 1970.
25. Shirahata Y. Information Studies of Tourist Resources, in *Japanese Civilization in the Modern World, IX, Tourism*, Senri Ethnological Studies No.38, 1995. P. 51-63
26. Ryoko no susume (Travel Suggestions), Chuo Shinsho No.1305: Tokyo, 1996.
27. Towner J. *An Historical Geography of Recreation and Tourism in the Western World 1540-1940* Chichester: Wiley, 1996.

28. Travel Journal *Nihonjin no Kaigai Ryoko 25nen*, Travel Journal Publications, 1989.
29. Travel Journal *The Kaigai Ryoko: 30 Years*, Travel Journal Publications, 1995.
30. Umesao T. Tourism as a Phenomenon of Civilization, in *Japanese Civilization in the Modern World, IX, Tourism*, Senri Ethnological Studies No.38, 1995. P. 1-9.
31. Vaporis C. N. *Breaking Barriers: Travel and the State in Early Modern Japan*, Council on East Asian Studies, Harvard University, 1994.
32. The Early Origins of Japanese Tourism, in *Japanese Civilization in the Modern World, IX, Tourism*, Senri Ethnological Studies No.38, 1995. P. 25-38.
33. Yanagida K. Ed. *Japanese Manners & Customs in the Meiji Era*, Ôbunsha, 1978.
34. Yoka Kaihatsu Senta. *Reja Hakusho '96* [Leisure White Paper '96], 1996.
35. Всесвітня туристична організація : веб-сайт. URL: <http://www.unwto.org> (дата звернення: 12.03.2022)
36. Японська національна туристична організація : веб-сайт. URL: <https://www.jnto.go.jp/> (дата звернення: 12.03.2022)
37. Статистичні дані по Японії: веб-сайт. URL: <https://statistics.jnto.go.jp/> (дата звернення: 18.03.2021)
38. Посольство Японії в Україні: веб-сайт. URL: https://www.ua.emb-japan.go.jp/itprtop_uk/index.html (дата звернення: 25.03.2022)
39. Інформаційний географічний сайт країн світу: веб-сайт. URL: <http://www.geograf.com.ua/> (дата звернення: 05.04.2022)
40. Туристичний путівник по Японії: веб-сайт. URL: <https://www.japan-guide.com/> (дата звернення: 15.03.2022)
41. Сайт посольства України в Японії: веб-сайт. URL: <https://japan.mfa.gov.ua/> (дата звернення: 10.05.2022)

ДОДАТКИ

Додаток А



Рьокан-Люкс



Рьокан-Стандарт



Готель сукубо



Капсульний готель



Готель мінсуку

Рис. 1.1 Традиційні японські готелі