

Введение

Япония – одна из самых необычных и интересных для посещения стран современного мира. Сделав за последние 150 лет колоссальный рывок в экономическом развитии, испытав взлёты и падения, став одной из самых высокоразвитых стран на планете, Япония сохранила многовековые традиции, пронизывающие всё японское общество, всю жизнь в этой стране.

Япония – одна из наиболее привлекательных и посещаемых стран, предоставляющая практически неограниченные возможности для удовлетворения туристского спроса. Трудно назвать существующий сегодня вид туризма, который бы не достиг в Японии высокого уровня развития: от познавательных экскурсий по синтоистским и буддистским храмам до посещения турниров по японской борьбе сумо, от всемирных конференций по проблемам политики, экологии и экономики до лечебного отдыха на горячих источниках, от шопинга в крупнейших супермаркетах современной электроники до участия в фестивалях косплея. При этом Япония славится высочайшим уровнем туристского сервиса, высокой квалификацией персонала индустрии туризма, а также современной транспортной инфраструктурой, способствующей быстрым и комфортным перемещениям туристов. Ещё одной весьма характерной чертой этой страны является высокая туристская подвижность населения: сами японцы любят путешествовать, и прежде всего – по своей стране.

Несмотря на наличие определённой напряжённости в политической сфере (проблема Южных Курил) отношения между Японией и Россией в сфере туризма в последние годы развиваются весьма активно, чему в немалой мере способствует соседское географическое положение. Всё больше и больше россиян открывают для себя эту страну, наслаждаясь сочетанием восточной экзотики и широкого спектра материальных благ западной цивилизации. Поездка в Японию всё чаще вносится среднестатистическим российским туристом в план «приоритетных

маршрутов» даже несмотря на то, что стоимость туристских услуг в этой стране традиционно более высока, чем европейских странах. Туристские фирмы всё активнее разрабатывают и предлагают на рынке разнообразные маршруты по Японии, привлекая клиентов не только на ближайшем к Японии российском Дальнем Востоке, но и в более удалённых регионах нашей страны.

Тем не менее, даже поверхностный анализ предложений российских туроператоров на рынке туров в Японию показывает, что в этой сфере пока ещё существуют «белые пятна». Прежде всего, это заключается в том, что подавляющее большинство туров ориентированы на туристов, посещающих Японию впервые, и очень мало предложений для тех, кто хотел бы повторно совершить поездку в Японию и познакомиться со страной более глубоко. В этой связи большинство туров и их маршрутов носят «стандартный» характер и знакомят с самыми главными достопримечательностями страны, что безусловно, оправдано при первой поездке, но уже не может удовлетворить более «продвинутого» туриста. Во-вторых, из таких туров, в основном знакомящих с тем, «что» Япония достигла в своем развитии, практически выпадает очень важная для понимания этой страны идея – «как, за счёт чего она этого достигла?». Как бы «за кадром» таких поездок остаются сами японцы, а ведь именно «человеческий фактор» всегда был если не единственным, то важнейшим для движения вперёд японского общества, японской культуры и экономики. Также подавляющее большинство туров «замкнуты» в пространстве «Токио – Киото», а между тем японская «провинция», «глубинка» предоставляет искущённому путешественнику широчайший спектр туристских ресурсов. Существует и ещё один весьма распространённый стереотип – «наилучшее время для посещения Японии – весна (цветение сакуры) и осень (время красных клёнов)». Это, безусловно так с точки зрения комфортности погодных условий, но ведь и японская зима, и даже довольно жаркое и дождливое лето