
ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОЛИТИКИ ТУРИЗМА В ЯПОНИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ: ВЫЗОВЫ И АДАПТАЦИИ

Мырзагалиева Анда Сериковна

Магистрант 2 курса

Факультет востоковедения

Город Алматы

Аңдатпа

COVID-19 пандемиясы жаһандық туризмге, соның ішінде экономиялық әлеуеті батыс елдерімен қатар тұрған Жапонияның туристік нарықтарына үлкен ықпал етті. Бұл мақалада індеттің жапондық туризмге әсері, дағдарыстан шығу жағдайында жасалған жоспарлар мен аймақтағы туризмді қайта жандандыру үшін Жапон үкіметінің қабылдаған шаралары талданады, жапондық және шетелдік туристер арасындағы виртуалды туризм тенденциялары зерттеу объектісінің негізіне айналады.

Кілт сөздер: Жапония, туризм, COVID-19, ішкі туризм, цифрлық трансформация, тұрақты даму, туризм саясаты.

Annotation

The COVID-19 pandemic has had a major impact on global tourism, including the tourism markets of Japan, whose economic potential ranks alongside that of Western countries. This article analyzes the impact of the epidemic on Japanese tourism, the recovery plans and measures taken by the Japanese government to revive tourism in the region, and virtual tourism trends among Japanese and foreign tourists become the basis of the research..

Keywords: Japan, tourism, COVID-19, domestic tourism, digital transformation, sustainable development, tourism policy.

Туризм на протяжении последних десятилетий стал одной из важнейших отраслей экономики Японии. Японское правительство активно продвигало страну как туристическое направление, принимая стратегические меры для увеличения потока иностранных туристов. В частности, в 2016 году Япония приняла план развития туризма, направленный на удвоение числа международных посетителей к 2020 году. Подготовка к летним Олимпийским играм 2020 года, которые должны были пройти в Токио, стала катализатором для дальнейшего роста отрасли, что обещало положительно сказаться на экономике страны.

Однако внезапное распространение пандемии COVID-19 в начале 2020 года вызвало беспрецедентные изменения в глобальной индустрии туризма. Япония, как и многие другие страны, столкнулась с необходимостью закрыть границы, ввести строгие санитарные меры и ограничить перемещения людей. Эти изменения привели к резкому сокращению числа иностранных туристов и значительным убыткам для туристической отрасли страны. По данным Японской туристической организации, число прибытий иностранных туристов в 2020 году снизилось на 87,1% по сравнению с предыдущим годом, что стало самым значительным спадом за всю историю [1].

Перед лицом новых вызовов японское правительство было вынуждено адаптироваться и пересмотреть свою политику в сфере туризма. Развитие внутреннего туризма, использование цифровых технологий, а также продвижение концепции устойчивого туризма стали ключевыми направлениями трансформации. Эти меры позволили Японии не только смягчить последствия пандемии, но и заложить основу для более устойчивого и инновационного развития отрасли в будущем.

До пандемии COVID-19 Япония рассматривала туризм как одну из ключевых отраслей для стимулирования экономического роста. В 2012 году было принято решение развивать страну как крупное международное туристическое направление, что включало в

себя упрощение визового режима для туристов из Китая и стран Юго-Восточной Азии. С 2013 по 2019 год количество туристов в Японии возросло почти в три раза: с 10,4 миллиона до рекордных 31,9 миллиона человек. Это было частью амбициозной государственной программы по достижению 40 миллионов иностранных туристов к 2020 году, приуроченных к Олимпийским играм [2].

Экономическая значимость туризма была очевидной: по оценкам, в 2019 году вклад отрасли в ВВП составил 7,1 трлн йен. Туристические центры, такие как Токио, Осака и Киото, получили значительные инвестиции в инфраструктуру. Японское правительство активно рекламировало уникальные культурные и природные достопримечательности страны, такие как святилища, замки, горячие источники и современные технологические центры [4].

Олимпийские игры в Токио 2020 года должны были стать важнейшим событием, стимулирующим дальнейший рост международного туризма. Однако, с началом пандемии, планы Японии рухнули, а туристическая отрасль оказалась в глубоком кризисе.

В марте 2020 года Япония, как и многие другие страны, ввела строгие меры по борьбе с распространением вируса COVID-19. Были закрыты границы для большинства иностранных туристов, что привело к резкому падению количества приезжающих. Олимпийские игры были перенесены на 2021 год, но даже в этом случае мероприятие прошло в основном без зрителей, что лишило страну значительных доходов [4].

Основные последствия для туристической отрасли включали:

1. Экономический спад: Туристический сектор Японии понес значительные убытки, поскольку почти полностью прекратился поток иностранных туристов. Авиакомпании, отели, рестораны и туристические агентства были вынуждены адаптироваться к новым условиям [3].

2. Закрытие границ: Одной из ключевых мер стало закрытие границ и введение строгих карантинных требований для тех, кто все же мог въехать в страну. Это еще более усугубило ситуацию в международном туризме [5].

3. Остановка международных мероприятий: Олимпийские игры, которые должны были стать важнейшим событием для японской экономики, были проведены без участия иностранных туристов, что значительно снизило ожидаемый экономический эффект [6].

В ответ на вызовы, вызванные пандемией, японское правительство разработало и внедрило несколько ключевых стратегий для смягчения последствий кризиса и перестройки туризма.

1. Развитие внутреннего туризма

Одной из первых мер японского правительства стала программа "Go To Travel", запущенная в июле 2020 года. Эта программа поощряла внутренних туристов, предлагая субсидии на поездки внутри страны. Целью программы было поддержание работы туристической отрасли, несмотря на закрытые границы. В рамках программы туристам предоставлялись скидки на проживание, транспорт и развлечения, что стимулировало спрос на внутренний туризм [5].

2. Цифровизация туризма

В ответ на ограниченные возможности для физического перемещения, Япония начала активно внедрять цифровые технологии для поддержки туристической отрасли. Виртуальные туры по известным достопримечательностям, таким как Фудзияма и храм Кинкаудзи, стали популярным способом поддерживать интерес к стране, несмотря на закрытые границы [7].

3. Устойчивое развитие и экологическая политика

В условиях пандемии, когда внимание многих стран было направлено на вопросы здоровья и устойчивого развития, Япония также включила в свою политику туризма экологические аспекты. Новая стратегия развития туризма ориентирована на сокращение экологического следа, развитие устойчивого и экологически чистого туризма, а также защиту культурного наследия [8].

Пандемия COVID-19 предоставила возможность для пересмотра подходов к управлению туристической индустрией Японии с акцентом на устойчивое развитие. Правительство страны, следуя целям ООН по устойчивому развитию, поставило перед собой задачу сделать Японию экологически чистым и ответственным туристическим направлением. В рамках этой стратегии были разработаны меры для защиты местных экосистем, сокращения углеродного следа и продвижения культурного наследия [8].

Конкретные инициативы включают поддержку местных сообществ через продвижение локальных культурных мероприятий и эко-туров. Например, район Сето Внутреннего моря стал примером удачного экологического туризма, предлагая путешественникам возможность изучать природу и традиционную культуру региона, не нанося ущерба окружающей среде [4].

Для смягчения экономических последствий пандемии правительство Японии внедрило масштабные финансовые программы поддержки, включая прямые субсидии малому бизнесу и компаниям в туристическом секторе. Кроме того, для стимуляции экономической активности была разработана программа "Go To Travel", которая обеспечивала скидки и субсидии на поездки по стране [9]. Эта программа помогла туристической индустрии избежать полного краха, поддержав спрос на внутренние поездки. В период с июля по декабрь 2020 года программа охватила более 87 миллионов поездок внутри страны, что стало значительным фактором для восстановления экономической активности [10]. Цифровизация оказалась важным аспектом трансформации туристической политики Японии. Пандемия способствовала активному внедрению технологий в туристическую отрасль. Виртуальные туры по культовым достопримечательностям, цифровые карты и приложения для перевода на разные языки помогли поддерживать интерес к Японии, несмотря на закрытые границы [9].

Примером успешной цифровизации является использование платформ для виртуальных экскурсий по таким местам, как Киото и Фудзияма. Это помогло привлечь внимание туристов и потенциальных посетителей к культурным и природным достопримечательностям страны даже в условиях пандемии [11].

Обобщая результаты, можно сделать вывод о том что, трансформация туристической политики Японии в условиях пандемии COVID-19 представляет собой пример быстрой адаптации государства к кризисной ситуации. До пандемии туризм являлся одним из ключевых драйверов экономического роста Японии, обеспечивая значительный вклад в ВВП страны и привлекая миллионы иностранных туристов ежегодно. Тем не менее, внезапное закрытие границ и ограничения на поездки привели к беспрецедентному кризису в туристической отрасли. В ответ на эти вызовы правительство Японии разработало многоплановую стратегию, направленную на поддержание отрасли и подготовку её к новым реалиям.

Одной из наиболее успешных инициатив в рамках этой стратегии стала программа "Go To Travel", которая не только помогла восстановить внутренний туризм, но и стала важным шагом в поддержке туристической инфраструктуры страны в условиях закрытых границ [9]. Программа охватила миллионы внутренних поездок, что способствовало поддержке отелей, ресторанов и туристических операторов. Тем не менее, эта мера носила

временный характер и вскрыла необходимость долгосрочных изменений в туристической политике.

Пандемия также показала, насколько важна для туристической индустрии цифровизация. Японское правительство активно внедряло технологии виртуальных туров, цифровые решения для бронирования и использования искусственного интеллекта в туристическом сервисе. Это стало частью общей стратегии по превращению Японии в "цифровую нацию", что, по мнению экспертов, станет одним из важнейших факторов восстановления отрасли [5].

Не менее важным направлением трансформации стала политика устойчивого развития. В условиях пандемии страна усилила внимание к вопросам экологии и устойчивого туризма, продвигая инициативы по поддержке местных сообществ и защите окружающей среды. Это включает продвижение "зеленого" туризма и перераспределение туристических потоков за пределы популярных направлений, таких как Токио и Киото, в менее загруженные районы страны. Эти меры направлены не только на снижение нагрузки на окружающую среду, но и на экономическое развитие регионов, что является ключевым аспектом в долгосрочной стратегии [6].

Кроме того, пандемия подчеркнула необходимость повышения готовности к будущим кризисам. Японское правительство разработало программы по улучшению инфраструктуры безопасности и здравоохранения в туристических зонах. В условиях изменяющихся требований туристы стали уделять больше внимания аспектам здоровья и безопасности, что привело к разработке новых стандартов обслуживания, которые стали неотъемлемой частью постпандемической стратегии [10].

Таким образом, трансформация туристической политики Японии после пандемии COVID-19 стала многоплановой. Правительство страны использовало кризис как возможность для модернизации отрасли, сделав акцент на цифровизации, устойчивом развитии и безопасности. Эти меры помогут стране не только восстановить туристические потоки, но и создать более устойчивую и конкурентоспособную индустрию туризма, которая будет готова к вызовам будущего.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. United Nations World Tourism Organization. *Sustainable Development Goals and Tourism*. Japan National Tourism Organization, <https://business.jnto.go.jp/news/1605.html>
2. International Monetary Fund (IMF). *Japan's Inbound Tourism Boom: Lessons for its Post-COVID-19 Revival*. 2020, <https://www.imf.org/~media/Files/Publications/WP/2020/English/wpica2020169-print-pdf.ashx>.
3. JapanGov. *Economic Measures to Overcome COVID-19*. 2021, https://www.japan.go.jp/kizuna/2021/12/economic_measures_to_overcome_covid19.html.
4. Japan National Tourism Organization (JNTO). *Sustainable Tourism in Japan*. 2022, <https://business.jnto.go.jp/news/1605.html>.
5. JapanGov. *Building a Post-COVID-19 New Japan: Policy Speech by Prime Minister Kishida*. 2022, https://www.japan.go.jp/kizuna/2022/02/building_a_post-covid-19_new_japan.html.
6. Japan National Tourism Organization (JNTO). *Reviving Japan's Tourism: Sustainable Strategies for Growth*. 2022, <https://business.jnto.go.jp/news/1605.html>.
7. Japan Tourism Agency. *National Tourism Strategy Amid the COVID-19 Pandemic*. 2022, OECD iLibrary, <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/a8dd3019-en/1/3/4/20/index.html?itemId=/content/publication/a8dd3019-en&csp=dd10a6327bf40b05da33e7fa1f979e3e&itemIGO=oecd&itemContentType=book>.
8. OECD iLibrary. *Tourism in Japan: Trends and Policies 2022*. OECD, <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/a8dd3019-en/1/3/4/20/index.html?itemId=/content/publication/a8dd3019-en&csp=dd10a6327bf40b05da33e7fa1f979e3e&itemIGO=oecd&itemContentType=book>.
9. Japan National Tourism Organization. *Go To Travel Campaign Reports*. IMF, <https://www.imf.org/~media/Files/Publications/WP/2020/English/wpica2020169-print-pdf.ashx>.