

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«РОЗРОБЛЕННЯ SPA-ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ЯПОНІЇ ТА ЙОГО
ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ»**

Студента 4 курсу, 19 групи,
освітнього ступеня «бакалавр»
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми «Міжнародний
туризм»

підпис студента

Мелешенко
Карини
Сергіївни

Науковий керівник
канд.пед.наук,
доцент

підпис керівника

Клімова Алла
Миколаївна

Гарант освітньої програми
канд.держ.упр.,
доцент

підпис гаранта

Кравцов Сергій
Станіславович

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації
Освітній ступінь «бакалавр»
Спеціальність 242 «Туризм»
Освітня програма «Міжнародний туризм»

Затверджую
Зав. кафедри

_____ Тетяна ТКАЧЕНКО
« _____ » _____ 2022р.

**Завдання
на випускню кваліфікаційну роботу студентіві**

Мелещенко Карині Сергіївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення сра-туру територією Японії та його просування на ринку України»

Затверджена наказом ректора від «01» листопада 2022 р. № 2900

2. Термін здачі студентом закінченої роботи: до 02.06.2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: дослідити теоретичні засади і розробити практичні рекомендації щодо розроблення сра-туру територією Японії та його просування на ринку України

Об'єкт дослідження: процес розроблення та просування продукту сра-туризму на ринку туристичних послуг.

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні засади процесу розроблення сра-туру територією Японії та його просування на ринку України

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ РЕКРЕАЦІЙНОГО СПА-ТУРИЗМУ

- 1.1. Теоретичний базис рекреаційного спа-туризму
- 1.2. Діагностика ринку та тенденцій розвитку спа-туризму
- 1.3. Ресурсний потенціал Японії для розвитку спа-туризму

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ СПА-ТУРУ ТЕРИТОРІСЮ ЯПОНІЇ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

- 2.1. Розроблення маршруту та програми туру
- 2.2. Заходи та інструменти просування спа-туру на ринку України
- 2.3. Економічне обґрунтування реалізації туру

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

5. Календарний план виконання роботи

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022-25.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	28.11.2022-23.12.2022	21.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	26.12.2022-10.02.2023	10.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023-21.04.2023	21.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023-08.05.2023	08.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	09.05.2023-26.05.2023	26.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2023-01.06.2023	01.06.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	до 02.06.2023	02.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

6. Дата видачі завдання «21» грудня 2022 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи Клімова А.М
(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми Кравцов С.С.
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент Мелешенко К.С
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Мелешенко К.С. виконала випускну кваліфікаційну роботу на тему «Розроблення сра-туру територією Японії та його просування на ринку України» відповідно до вимог освітньої програми «Міжнародний туризм» за спеціальністю «Туризм».

У вступі роботи обґрунтовано актуальність теми, наведено характеристику сучасного стану досліджуваної проблеми, визначено мету і завдання, зазначено об'єкт і предмет дослідження.

У першому розділі випускної кваліфікаційної роботи «Теоретико-прикладні засади формування туристичного продукту рекреаційного сра-туризму» автором вивчено та проаналізовано теоретичний базис рекреаційного сра-туризму, продіагностовано ринок сра-туризму та ресурсний потенціал Японії для розвитку сра-туризму.

У другому розділі випускної кваліфікаційної роботи «Проект сра-туру територією Японії та його просування на ринку України» розроблено маршрут та програма туру, запропоновано заходи та інструменти просування сра-туру на ринку України, проведено економічне обґрунтування реалізації туру.

Після перевірки роботи на унікальність тексту виявлені недоліки усунені. Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передання до репозитарію ДТЕУ.

Дослідження є самостійною авторською роботою, завершеною згідно з поставленою метою та визначеними завданнями.

Випускна кваліфікаційна робота Мелешенко К.С. відповідає встановленим вимогам та рекомендується до захисту в екзаменаційній комісії.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Клімова А.М.
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____
(ПІБ, підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента _____ Мелешенко К.С.
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ Кравцов С.С.
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Ткаченко Т.І.
(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2023р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ РЕКРЕАЦІЙНОГО СПА-ТУРИЗМУ.....	9
1.1. Теоретичний базис рекреаційного спа-туризму.....	9
1.2. Діагностика ринку та тенденцій розвитку спа-туризму.....	10
1.3. Ресурсний потенціал Японії для розвитку спа-туризму.....	18
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ СПА-ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ЯПОНІЇ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ.....	27
2.1. Розроблення маршруту та програми туру.....	27
2.2. Заходи та інструменти просування спа-туру на ринку України.....	37
2.3. Економічне обґрунтування реалізації туру.....	53
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61
ДОДАТКИ.....	65

ВСТУП

Актуальність дослідження. Рекреаційний туризм є однією з найбільших і швидкозростаючих галузей у світі та в більшості переважає всі інші форми індустрії туризму. Оздоровчий туризм приваблює висококласних туристів з урбанізованих країн і країн, що розвиваються, він сприяє збільшенню економіки не тільки розвинених країн, але й невеликих або бідних регіонів, які в іншому випадку багаті традиційними методами оздоровлення та рекреації.

Основною суттю сра – туризму є покращення здоров'я, що автоматично призводить до покращення якості життя. Кілька оздоровчих програм, які пропонуються на будь-якому оздоровчому курорті світу, спрямовані на усунення фізичних і нематеріальних «токсинів» з людини за допомогою методів релаксації та зняття стресу.

Крім того, оздоровчі центри та ретрити заохочують підтримувати здоровий спосіб життя через повноцінне, поживне харчування та заняття, пов'язані з фітнесом. Вони також наголошують на духовному та психічному здоров'ї, косметичних процедурах і техніках здорового сну – усе це в перспективі покращити здоров'я.

Крім інших переваг, збереження природних ресурсів, включаючи ліси, морське життя та природні джерела в усьому світі, є однією з головних переваг оздоровчого туризму. Туристи під час оздоровчої подорожі просто люблять відвідувати місця з природним оточенням, щоб провести час на природі під час проходження альтернативних процедур або лікування на популярних оздоровчих курортах світу. Оздоровчий туризм забезпечує необхідне фінансування для збереження століть дикої природи, морських парків і термальних джерел, оскільки заповідні території приносять величезний дохід як від іноземних, так і від місцевих туристів, який надалі використовується для збереження природних ресурсів цієї конкретної території.

У сфері туристичних послуг, які зазнають постійної конкуренції, необхідно розвивати нові види туризму як у всьому світі, так і в Україні.

Ураховуючи західну частину нашої країни, попит на СПА-відпочинок, який є привабливим для туристів протягом усього року, настільки великий, що багатьом країнам довелося переглянути свою туристичну політику. В Україні здоровий спосіб життя поступово набуває популярності: протягом останніх десяти років внутрішній ринок медичного туризму зріс майже на третину. З урахуванням того, що Україна має один з найкращих природних оздоровчих потенціалів в Європі, розвиток санаторно-курортних комплексів стає пріоритетним напрямом внутрішнього туризму, зокрема оздоровлення та лікування, що сприяє збільшенню доходів та міцненню економіки держави в цілому.

Мета роботи: дослідити теоретичні засади і розробити практичні рекомендації щодо розроблення сра-туру територією Японії та його просування на ринку України

Відповідно до мети роботи були поставлені та виконані наступні завдання:

- розглянути сутність і зміст сра-туризму;
- проаналізувати досвід України у сфері сра-туризму;
- розглянути особливості сра-туризму Японії;
- порівняти особливості сра - туризму в Японії та Україні.

Об'єкт дослідження: процес розроблення та просування продукту сра-туризму на ринку туристичних послуг.

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні засади процесу розроблення сра-туру територією Японії та його просування на ринку України

Методи дослідження: аналіз, синтез, узагальнення, пояснення, класифікація, побудова графічних моделей.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ РЕКРЕАЦІЙНОГО SPA-ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичний базис рекреаційного spa-туризму

Існує кілька думок про те, що таке спа. Передбачається, що слово Spa походить від фрази «sanitas per aqua» (лат. – здоров'я через воду), або від валлонського слова «espa», що означає фонтан.

Спа-туризм є галуззю велнес-туризму, спрямованою на поліпшення здоров'я та зовнішнього вигляду за допомогою різних водних процедур, які включають як внутрішнє, так і зовнішнє використання [1].

Багато культур вірять у корисність купання та цілющу силу води. Традиції водного оздоровлення існували у стародавніх єгиптян, греків, римлян, персів, японців, а також у корінних американців. Свідчення про спа-культуру були знайдені в долині річки Інд, де існувала давня цивілізація з ванними кімнатами, лазнями та басейнами. Єгипетські жінки використовували пару для догляду за шкірою, а Клеопатра наносила грязь Мертвого моря на свою шкіру, щоб зберегти красу. Проте древні греки були тими, хто заклав основи спа-туризму. Вони знали про цілющі властивості сірчаних джерел і відвідували їх для лікування захворювань шкіри та зняття м'язового та суглобового болю [1].

Спа – це комплекс процедур на основі води та грязей термальних джерел. Типові спа-центри включають сауну і парову лазню, ванни і душ, пілінг і масаж, обгортання, пиття мінеральної води. Класична модель спа спирається на чотири природні стихії: вогонь, вода, земля та повітря. Від вогню брали тепло, від води – вологу, від повітря – пару, від землі – мінерали (камені, грязі та трави). Тепло посилює кровообіг і потіння, волога очищає та оновлює, мінерали живлять тіло, вдихання пари покращує дихання [2].

Купання в природному гарячому джерелі збільшує вироблення колагену, який робить шкіру пружною та здоровою. Завдяки змиванню бруду та усунення

відмерлих клітин шкіри відбувається очищення, а негативні іони води оживлюють тіло. Прогрівання тіла розслаблює суглоби і м'язи, підвищує інтенсивність обмінних процесів у тканинах, викликає потіння. Разом із згодом з організму виводяться токсини. Вдихання пари дозволяє очищати дихальні шляхи та відновити дихальні функції. З паром в організм надходять мінерали з термальної води та фітоциди з трав'яних настоїв, ароматичні речовини з ефірних олій. Землю в спа представляють каміння в сауні, а також грязі, які одержують із боліт, вулканів та морського дна, кристали солей, трави та рослинні екстракти.

Три основних види SPA-процедур включають [5]:

- Медичні процедури, такі як програми лікування Мертвого моря.
- Класичні процедури, такі як термальні джерела, грязеві обгортання, ароматичні ванни тощо, у поєднанні з морським повітрям.
- Місцеві процедури, що базуються на знаннях та досвіді конкретної країни, наприклад тайський масаж та китайське голковколювання.

SPA-індустрія поєднує наукові досягнення, стиль, мистецтво та духовність, надаючи кожній людині можливість знайти внутрішній баланс, повністю відчувати своє тіло, зняти накопичений стрес і напругу, а також знайти душевний спокій, радість і щастя. SPA дозволяє кожному з нас наблизитися до природи та повністю використовувати її цілющі властивості.

1.2. Діагностика ринку та тенденцій розвитку spa-туризму

Обсяг світового ринку оздоровчого туризму оцінювався в 814,6 мільярдів доларів США в 2022 році, і очікується, що з 2023 по 2030 рік він зростатиме на 12,42% у середньому за рік. Оздоровчий туризм відноситься до туристичної діяльності, спрямованої на покращення та посилення фізичного стану людини, психічне та духовне благополуччя. Туристи насолоджуються фізичною, духовною та розумовою активністю, практикуючи йогу, спа, медитацію та пілатес, а також відвідуючи курорти з гарячими джерелами. Тенденція до

спілкування з місцевими жителями місця призначення, які відвідали та відчували різні культури, сприяє особистому добробуту (рис.1.1) [27].

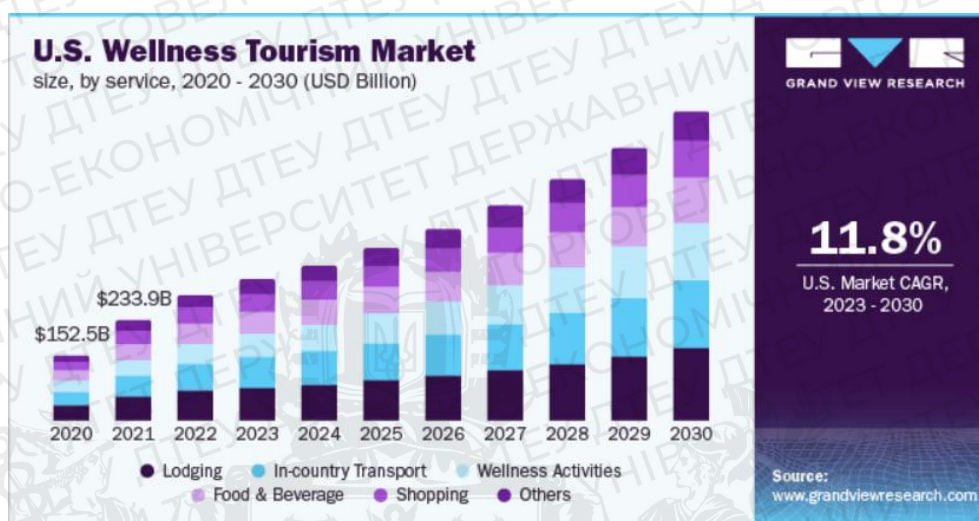


Рис.1.1. Звіт про розмір ринку оздоровчого туризму, частку та аналіз тенденцій за послугами

Джерело: Складено автором за даними [27]

На відміну від медичного туризму, оздоровчий туризм спрямований на профілактику захворювань. Він акцентує увагу на здоровому способі життя та покращенні якості життя. З іншого боку, медичний туризм передбачає лікування вже діагностованого захворювання. Оздоровлення – це запобіжний захід для оптимізації здоров'я. Зростаюча кількість туристів у всьому світі сприяла зростанню потреби в різноманітних оздоровчих послугах. Постачальники послуг зосереджуються на пропонуванні спа-терапій та інших заходів, щоб забезпечити задоволення клієнтів. Крім того, очікується, що зростання витрат у туристичному секторі матиме позитивний вплив на ринок.

Пандемія COVID-19 сильно вплинула на ринок. Обмеження на міжнародні поїздки, замовлення на перебування вдома та закриття підприємств були основними факторами падіння ринку. Багато країн закрили кордони для відвідувачів і заборонили міжнародні рейси. Це призвело до різкого скорочення кількості туристів. За даними Global Wellness Institute (GWI), у 2020 році

кількість оздоровчих поїздок у світі впала на 35,8% до 600,8 мільйонів. Раптове припинення економічної діяльності в усьому світі призвело до закриття підприємств, втрати робочих місць, звільнень і зниження купівельної спроможності споживачів. Це, у поєднанні зі страхом заразитися, не дозволяло людям подорожувати в інші країни [27].

Проте очікується, що активізація вакцинації по всьому світу, послаблення обмежень на подорожі та зменшення кількості випадків COVID-19 сприятимуть зростанню ринку. За даними ЮНВТО, у 2022 році кількість людей, які подорожували за кордон, досягла 900 мільйонів, що становить 63% від рівня до пандемії. Крім того, поступове зростання кількості ділових мандрівників і відкриття курортів із повною завантаженістю, ймовірно, сприятиме розвитку ринку. Вплив COVID-19 на ринок оздоровчого туризму з 2019 по 2021 рік – зниження на 37,1% з 2019 по 2021 рік (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Вплив COVID-19 на ринок оздоровчого туризму з 2019 по 2021 рік

Вплив пандемії	Перспективи після COVID
Пандемія COVID-19 сильно вплинула на ринок. Обмеження на міжнародні поїздки, замовлення на перебування вдома та закриття підприємств є основними факторами падіння ринку. Багато країн закрили кордони для відвідувачів і заборонили міжнародні рейси. Це призвело до різкого скорочення кількості туристів. За даними Global Wellness Institute, у 2020 році кількість оздоровчих поїздок у світі впала на 35,8%.	За даними ЮНВТО, у 2021 році кількість міжнародних туристів зросла на 4%, що еквівалентно 15 мільйонам міжнародних туристських прибуттів (ночілля), порівняно з 2020 роком (415 мільйонів проти 400 мільйонів). Однак міжнародні прибуття все ще на 72% нижчі, ніж у передпандемічний 2019 рік.
Раптове припинення економічної діяльності в усьому світі призвело до закриття підприємств, втрати робочих місць, звільнень і зниження купівельної спроможності споживачів. Це, у поєднанні зі страхом заразитися, не дозволяло людям подорожувати в інші країни.	Очікується, що стимулювання вакцинації в усьому світі, послаблення обмежень на подорожі та зменшення кількості випадків COVID-19 сприятимуть зростанню ринку. Крім того, поступове зростання кількості ділових мандрівників і відкриття курортів із повною завантаженістю, ймовірно, сприятиме розвитку ринку.

Джерело: Складено автором за даними [27]

Напружений графік роботи та малорухливий спосіб життя разом із відсутністю фізичної активності призвели до збільшення випадків різноманітних

захворювань, пов'язаних із способом життя, таких як діабет, ожиріння та високий рівень холестерину. Відповідно до даних, опублікованих ВООЗ, глобальний тягар хвороб зростає до 56% до 2030 року. Таким чином, очікується, що зростання тягаря таких захворювань призведе до зростання попиту на подорожі з метою оздоровлення.

Попит на оздоровчі спа-центри формується постійно мінливими потребами клієнтів. Продукти проти старіння стають все більш популярними, оскільки клієнти стають більш підкованими в соціальних мережах. Галузь розвивається завдяки зростаючому попиту на засоби по догляду за шкірою, що запобігають старінню. Попит на такі послуги також підвищується завдяки зростанню наявного доходу споживачів, особливо на ринках, що розвиваються.

Очікується, що сегмент оздоровчих заходів спостерігатиме значне зростання протягом прогнозованого періоду. Це можна пояснити збільшенням споживчих витрат на спа, масажі тіла, медитацію, йогу, аюрведичну терапію та інші.

За типом подорожей ринок поділяється на внутрішній і міжнародний. У 2022 році внутрішній сегмент становив основну частину світового ринку оздоровчого туризму. За оцінками, цей сегмент зберігатиме своє домінування протягом прогнозованого періоду. Зростання витрат внутрішніх мандрівників на оздоровчі заходи сприяє зростанню сегмента. Крім того, пандемія COVID-19 допомогла збільшити кількість внутрішніх відвідувачів, оскільки міжнародні кордони були закриті. У результаті туристи вирушили до місць призначення в межах своїх рідних країн [12].

Внутрішні мандрівники мають менше труднощів з відвідуванням довколишніх пам'яток. Крім того, через бюджетні обмеження відвідувачі, які свідомі бюджету, а також працівники з низьким і середнім доходом часто уникають міжнародних поїздок. Очікується, що це сприятиме зростанню сегменту. Внутрішні та місцеві подорожі, активний відпочинок на природі та перевага природним продуктам є одними з ключових туристичних трендів, які сприяють зростанню сегменту [17].

Північна Америка домінувала на ринку з часткою доходу 39,7% у 2022 році. Це пов'язано зі збільшенням уваги до фізичного та психічного здоров'я та високим наявним доходом. Активний маркетинг провідних гравців щодо важливості фізичного та психічного благополуччя, досягнутого за допомогою йоги, омолоджувальної терапії, лікування травмами, медитації, агротуризму та спа-терапії в екзотичних місцях, збільшує кількість поїздок до Північної Америки (рис 1.2).

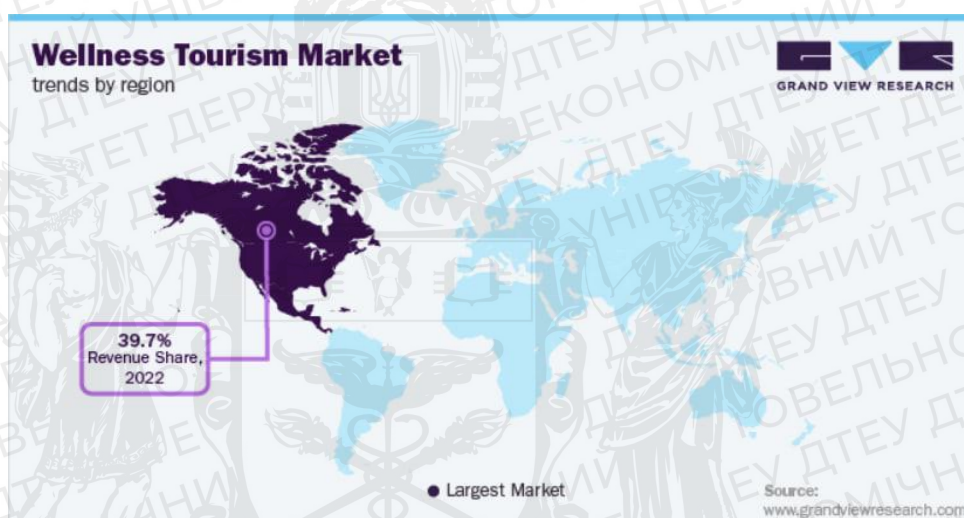


Рис. 1.2. Тенденції ринку оздоровчого туризму за регіонами

Джерело: Складено автором за даними [27]

За оцінками, Європа займає друге місце на ринку. Зростаюча потреба в оздоровчих послугах через збільшення випадків проблем зі здоров'ям, пов'язаних зі стресом, прискорила зростання ринку в регіоні. За даними Євростату, 56,0% людей з Європейського Союзу мали принаймні один особистий тур у 2021 році. Крім того, Іспанія була найпопулярнішим напрямком для міжнародних туристів у Європейському Союзі. Іспанія має велику кількість термальних джерел, які допомагають заспокоїти біль [27].

За оцінками, ринок Азіатсько-Тихоокеанського регіону буде демонструвати прибуткове зростання завдяки зростанню популярності різноманітних екзотичних напрямків, таких як Японія, Китай, Індія, Малайзія, Індонезія, Таїланд і Сінгапур. Крім того, за прогнозами, збільшення кількості

мереж готелів із центрами, що пропонують масажі, спа-процедури, лікування травмами та програми омолодження, позитивно вплине на зростання ринку в регіоні. У лютому 2019 року в Таїланді відкрився оздоровчий центр Aman Spa Amanpuri, який також надає медичні послуги. Крім того, у липні 2018 року компанія Evolution Wellness Holdings, розташована в Малайзії, запустила новий оздоровчий курорт під назвою Fivelements Pte. Ltd. Вихід нових гравців на ринок, швидше за все, посилить конкуренцію та значно сприятиме зростанню ринку в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні [27] (табл 1.2).

Таблиця 1.2

Ринок оздоровчого туризму

Елементи	Подробиці
Вартість ринку в 2023 році	923,6 млрд дол
Прогноз доходів у 2030 році	2,1 трлн дол
Темп зростання	CAGR 12,42% з 2023 по 2030 рік
Базовий рік для оцінки	2022 рік
Прогнозний період	2023 - 2030 роки
Кількісні одиниці	Дохід у мільярдах доларів США та CAGR з 2023 по 2030 рік
Звіт про покриття	Прогноз доходу, рейтинг компанії, конкурентний ландшафт, фактори зростання та тенденції
Покриті сегменти	Сервіс, мета поїздки, вид подорожі, регіон
Регіональний масштаб	Північна Америка; Європа; Азіатсько-Тихоокеанський регіон; Латинська Америка; Близький Схід і Африка
Сфера дії країни	Америка; Канада; Німеччина; Великобританія; Іспанія; Франція; Італія; Швейцарія; Японія; Китай; Індія; Австралія; Таїланд; Південна Корея; Малайзія; Бразилія; Мексика; Аргентина; Південна Африка; ОАЕ; Саудівська Аравія
Профілі ключових компаній	Hilton; Marriott International, Inc.; Accor; Hyatt Corporation; Radisson Hospitality; InterContinental Hotels Group; Rancho La Puerta, Inc.; Omni Hotels & Resorts; Niraamaya Wellness Retreat; Four Seasons Hotels Limite

Джерело: Складено автором за даними [27]

Рекреаційний спа-туризм - це форма туризму, що поєднує відпочинок, оздоровлення та релаксацію за допомогою різноманітних спа-процедур. В діагностиці ринку рекреаційного спа-туризму, розглядаються деякі ключові аспекти, такі як зростання популярності, глобальні тенденції та фактори, що впливають на ринок.

1. Зростання популярності: В останні роки спостерігається значне зростання популярності рекреаційного spa-туризму. Багато людей вважають його важливою складовою здорового способу життя, який сприяє фізичному й психологічному благополуччю. Висока швидкість життя, зростання рівня стресу та занепад екологічної ситуації спонукають людей шукати місця, де вони можуть відновити енергію та зайнятися своїм здоров'ям.

2. Розширення географічного охоплення: Рекреаційний spa-туризм поширюється в усьому світі. Колись він був пов'язаний переважно з традиційними курортами у Європі та Азії, але тепер spa-центри та курорти з'являються в усіх куточках світу. Це створює більше можливостей для подорожуючих вибрати місце для відпочинку та оздоровлення, що відповідає їхнім уподобанням та бюджету.

3. Різноманітність spa-послуг: Сучасні spa-курорти пропонують широкий спектр процедур та програм, які задовольняють різні потреби та вподобання клієнтів. Це можуть бути класичні spa-процедури, такі як масаж, гідротерапія, сауни, або спеціалізовані послуги, які поєднуються з йогою, фітнесом, медитацією, харчуванням, косметологією та іншими здоров'ям пов'язаними аспектами.

4. Зростання сегменту людей, що звертають увагу на здоров'я: Зростаюча свідомість про здоровий спосіб життя та збереження фізичного й психологічного благополуччя сприяє розвитку ринку рекреаційного spa-туризму. Люди стають більш свідомими про важливість балансу між роботою та відпочинком, профілактики стресу та зміцнення здоров'я. Вони шукають місця, де можуть провести час на природі, відновити енергію та зосередитися на своєму самопочутті.

5. Технологічний прогрес: Технологічний прогрес також впливає на ринок рекреаційного spa-туризму. Інновації у галузі spa-технологій дозволяють курортам та spa-центрам пропонувати передові процедури та послуги, такі як використання високоякісних косметичних продуктів, сучасні апарати для

омолодження та оздоровлення шкіри, а також впровадження інтелектуальних систем управління спа-процесами.

6. Зростання популярності wellness-програм: Окрім традиційних спа-процедур, все більше людей звертають увагу на wellness-програми. Це комплексні програми, спрямовані на покращення загального самопочуття та здоров'я, включаючи фізичну активність, правильне харчування, психологічний стан і духовний розвиток. Курорти та спа-центри активно розвивають wellness-програми, надаючи клієнтам можливість отримати комплексний підхід до свого благополуччя.

7. Зростання популярності медичного спа: Медичні спа-курорти та клініки стають все більш популярними серед людей, які шукають сполучення відпочинку та медичного оздоровлення. Медичні спа пропонують спеціалізовані програми для лікування конкретних проблем, таких як оздоровлення спини, реабілітація після травми або профілактика хронічних захворювань. Цей сегмент ринку зростає завдяки популярності медичного туризму та підвищенню свідомості про інтеграцію медицини і відпочинку.

8. Збільшення попиту на екологічно чисті курорти: В останні роки багато людей стали більш обізнаними про вплив свого відпочинку на довкілля. Це призвело до збільшення попиту на екологічно чисті спа-курорти, які пропонують екологічно чисті послуги, органічну косметику, ставлять акцент на сталий розвиток і екологічну збалансованість. Стриманість та природність стали важливими критеріями вибору для багатьох туристів.

Проте, варто враховувати деякі виклики, з якими стикається ринок рекреаційного сра-туризму. Наприклад, зростання конкуренції серед спа-курортів та спа-центрів може вимагати більшої інноваційності та розвитку унікальних послуг, щоб привернути та утримати клієнтів. Крім того, необхідно постійно вдосконалювати якість обслуговування та забезпечувати високий стандарт безпеки та гігієни, оскільки спа-процедури пов'язані зі здоров'ям і добробутом.

Також важливо враховувати тенденції у суспільстві, такі як зростання популярності онлайн-бронювання та цифрового маркетингу, що може вимагати адаптації спа-курортів до цифрових технологій для залучення клієнтів.

Загалом, ринок рекреаційного сра-туризму є динамічним і перспективним. Зростання популярності здорового способу життя, бажання людей знайти місця для відновлення і розслаблення, а також розширення спектру послуг та інновацій сприяють розвитку цього ринку.

1.3. Ресурсний потенціал Японії для розвитку сра-туризму

Все більше зростає кількість людей, які шукають місця, де пропонують не лише відпочинок і розслаблення, але й можливості для фізичного, розумового та духовного омолодження. В останні роки у всьому світі спостерігається сплеск популярності оздоровчого туризму. На щастя, туристичні напрямки почали визнавати цю потребу та починають задовольняти зростаючий попит на оздоровчий туризм.

Одним із таких місць є Японія. Країна, яка довгий час вважалася раєм для любителів суші та вишневого цвіту, тепер набуває репутації Мекки для тих, хто прагне покращити свій добробут. Від традиційних гарячих джерел до найсучасніших методів лікування стресу, Японія пропонує щось для кожного, хто хоче розслабитися та відновити сили. По суті, країну навіть охрестили новим кордоном оздоровчого туризму.

Звісно, в останні роки зростає тенденція людей, які прагнуть поєднати свою відпустку з можливістю покращити своє здоров'я та благополуччя. Японія є популярним місцем для оздоровчого туризму, оскільки вона пропонує різноманітні види діяльності та досвіду, які приваблюють різні інтереси. Крім того, Японія відома своїми високоякісними оздоровчими закладами та традиціями гостинності та обслуговування. З цих причин туристи можуть бути впевнені, що знайдуть усе, що їм потрібно, щоб розслабитися та відновити сили під час перебування в Японії. Оздоровчий туризм стає все більш популярним

способом подорожі, і Японія є головним напрямком для тих, хто шукає такої відпустки [11].

Завдяки мальовничим пейзажам, смачній кухні та багатій культурі не дивно, що Японія є одним із найпопулярніших туристичних напрямків у світі. Але є також багато причин, чому це популярне місце для більшості туристів.

По-перше, Японія має довгу історію традиційної медицини та курортної культури. Від гарячих джерел Хаконе до храмів Кіото є багато можливостей для відвідувачів розслабитися та відновити сили. По-друге, Японія є домом однієї з найкращих на мою думку кухонь. Здорова та смачна їжа ідеальна для тих, хто хоче очистити свій організм під час відпустки. Далі японська культура орієнтована на гармонію та баланс. Це робить країну сходу сонця ідеальним місцем для відпочинку та зняття стресу. Нарешті, Японія є домом для деяких із найсучасніших методів лікування зниження стресу. Від медитації до арт-терапії відвідувачам пропонується багато можливостей знайти внутрішній спокій і розслабитися [10].

Отже, якщо шукати відпустку, яка дасть сповна відчуття бадьорості та рекреації, оздоровчий туризм у Японії цілком задовольнить цю потребу. З її довгою історією традиційної медицини, смачною кухнею та орієнтацією на гармонію, Японія має все необхідне, щоб розслабитися, відновити сили та перезавантажити свій розум і тіло.

Ось лише деякі з переваг оздоровчого туризму в Японії [9]:

- Зниження рівня стресу.

Однією з головних причин, чому люди вирушають на оздоровчу відпустку, є зняття стресу. Оскільки робота, сім'я та інші зобов'язання забирають у нас так багато часу та енергії, важко знайти спосіб розслабитися та зняти стрес. Але дослідження показали, що відпустка може значно знизити рівень стресу. А що краще для відпочинку, ніж Японія з її спокійними пейзажами та багатовіковими традиціями?

- Поліпшення психічного здоров'я.

Окрім зниження рівня стресу, відпустка також може зміцнити ваше психічне здоров'я. Відпочинок від звичайної рутини може дати вам новий погляд на життя та допомогти вам оцінити важливі речі. Завдяки безтурботним горам і озерам, приголомшливим храмам і святилищам, а також спокійним гарячим джерелам Японія є фантастичним місцем для відкриття ясності та душевного спокою.

- Шанс скинути ваш біологічний годинник.

Якщо ви живете у швидкому місті, оздоровча відпустка в Японії перезавантажить ваш біологічний годинник. В Японії люди традиційно живуть у гармонії з природою. І такий спосіб життя надзвичайно корисний для вашого здоров'я. Відключившись від суєти міського життя, ваш біологічний годинник перезавантажиться. Це може покращити ваш сон, підвищити рівень енергії та дати вам відчуття бадьорості та омолодження.

- Підсилення вашої імунної системи.

Легко залишити своє здоров'я на другому плані, коли ви постійно в роботі. Але під час оздоровчої відпустки у вас є час і простір, щоб зосередитися на догляді за собою. А якщо їсти здорову їжу, займатися спортом і багато відпочивати, ваша імунна система отримує такий необхідний стимул.

- Покращена якість сну.

Відпустка не тільки допомагає зменшити рівень стресу, але й покращує сон. Дослідження Американської психологічної асоціації показало, що люди, які беруть щорічну відпустку, мають кращу якість сну, ніж ті, хто її не проводить. Отже, якщо ви боретеся з безсонням або не можете спати всю ніч, поїздка до Японії може бути саме тим, що вам призначив лікар.

- Підвищена продуктивність..

Це може здатися нелогічним, але регулярні відпустки роблять вас більш продуктивними, ніж коли ви не у відпустці. Це тому, що відпустка дає вашому розуму та тілу шанс відновити сили, що призводить до кращої концентрації, коли ви повертаєтеся до роботи. Тому, якщо ви хочете підвищити свою

продуктивність в офісі, подумайте про поїздку до Японії.

У гамірному місті, повному багатоповерхівок і населенням майже 14 мільйонів людей, дзен — це останній стан душі, який ви очікуєте прийняти. Але завдяки громадським онсенам, незайманим ставкам, буддистським храмам і чайним церемоніям матча Токіо є головним оздоровчим напрямком. Японська культура сприяє добробуту через численні ритуали та вікові традиції. Маючи одну з найдовших у світі тривалість життя, очевидно, що це країна, де здоров'я – це багатство, а максимізація вашого розумового процвітання поставлена на перший план повсякденного життя. Чудова річ у відвідуванні Японії полягає в тому, що подорожувати більш уважно й корисно означає зануритися в автентичну Японію та зрозуміти японську культуру. Як говориться, роби як місцеві жителі, а у випадку Японії це означає жити більш свідомим і мирним життям.

В Японії доступні різні види оздоровчого туризму. Деякі люди вирушають у духовну подорож і досліджують храми та святині Японії. Інші насолоджуються спокійною відпусткою, де вони можуть поніжитися в гарячих джерелах і смачно поїсти. Крім того, є варіанти, якщо ви хочете бути здоровими та активними під час відпустки, включаючи піші прогулянки, їзду на велосипеді та плавання.

Незалежно від інтересів туриста, можна знайти різні види оздоровчого туризму, які найбільше підходять. Ось шість прикладів популярного оздоровчого туризму в Японії:

1. Shinrin-Yoku: простий, але потужний спосіб зменшити стрес.

Практика Сінрін-йоку, або Лісове купання, стала національною розвагою в Японії. Це перекладається як «пориньте в атмосферу лісу» і є простим, але потужним способом зменшити стрес. Практика передбачає проведення часу в природному середовищі, наприклад у лісі, і споглядання краєвидів, звуків і запахів навколишнього середовища. Доведено, що купання в лісі знижує частоту серцевих скорочень, артеріальний тиск і рівень кортизолу (гормону стресу). Крім того, він може посилити імунну функцію та покращити настрій і якість сну.

2. Сьодзін Рьорі: відкрити для себе духовний бік японської кухні.

Люди часто думають про суші, коли уявляють японську їжу, але це лише частина того, що пропонує Японія. Якщо вам подобаються автентичні враження, спробуйте сьодзін рйорі.

Сьодзін рйорі — різновид вегетаріанської буддистської кухні, яка бере свій початок у 13 столітті. Їжа примітна тим, що вона зосереджена на свіжих сезонних інгредієнтах, які мають на меті стимулювати почуття через зовнішній вигляд і смак. Спочатку тільки буддистські ченці їли сьодзін рйорі під час своїх релігійних практик. Однак ця кухня набула популярності, і тепер нею користуються люди всіх релігій. Одна з причин того, що сьодзін рйорі є популярним, полягає в тому, що це досвід для не лише смакових рецепторів. Він залучає всі органи чуття та часто розповідає історію через своє меню. Сідаючи за трапезу, чекайте смачних і красивих страв. Шеф-кухарі пишаються своєю роботою, стежать за тим, щоб кожна страва виглядала як мистецтво, а деякі навіть були натхненні природою.

3. Піщане купання: пізнати дзен, насолоджуючись природою.

Купання з піском є широко поширеною практикою в Японії, яка має багато переваг. Це передбачає лежання на ложі з теплим піском для детоксикації організму та покращення кровообігу. Це не тільки зміцнює здоров'я, але й дозволяє милуватися прекрасними природними пейзажами. Пісочні ванни поєднують силу тепла та масажу. Теплий пісок сприяє розслабленню м'язів і посиленню кровотоку, а масажний ефект піску сприяє виведенню токсинів з організму. Це поєднання тепла та масажу може запропонувати багато переваг для здоров'я, включаючи зниження рівня стресу, покращення кровообігу та полегшення болю. Є кілька причин, чому варто спробувати піщані ванни, але ось лише деякі з них:

- Підходять будь-які погодні умови: піщана ванна — це заняття, яким можна насолоджуватися незалежно від пори року чи переважаючих погодних умов.

- Корисно для вашого здоров'я: купання з піском має багато потенційних

переваг для здоров'я. Це, звичайно, варто спробувати, якщо ви хочете відпочити та відновити сили.

- Доступна ціна: купання в піску – це доступне заняття, яке може сподобатися кожному. Все, що потрібно, це місце на піску та зручний одяг, і все готово!

Однією з найпопулярніших піщаних ванн Японії є Ібусукі Сунабуро, розташована в Ібусукі, Кагосіма. Ця піщана ванна використовує природну гарячу джерельну воду, яка, як кажуть, має навіть більше переваг, ніж звичайне купання з піском. Це може бути дійсно унікальний досвід, який цілком можна додати до свого списку. Ця улюблена японська практика має значні переваги для здоров'я, і кожен може насолоджуватися нею.

4. Рьокан: відчутти японську культуру та гостинність у найкращому вигляді.

Ще один чудовий спосіб насолодитися японським оздоровчим туризмом – це зупинитися в рьоқані. Рьоқан — це традиційні японські заїжджі двори, які сягають багатьох століть. Вони пропонують унікальний досвід проживання, якого не знайти більше ніде у світі. Перебування в рьоқані зазвичай включає сон на татамі (традиційна солом'яна підлога), носіння юката (повсякденних кімоно) і насолоду кайсекі (обід із кількох страв із сезонних продуктів).

Перебування в рьоқані дає захоплюючий досвід традиційної японської культури, якого туристи не знайдуть в готелі. Незалежно від того, чи то витвори мистецтва, чи меблі, чи декор, все всередині рьокану подарує смак Японії. Зупинившись у рьоқані, туристи також можуть розраховувати на виняткове обслуговування протягом усього перебування. Персонал докладе всіх зусиль, щоб у було все необхідне та щоб проведений час у рьоқані був якомога приємнішим.

Традиційні японські рьоқани зазвичай мають кімнати з татамі з ліжками-футонами. Татамі виготовляється з натуральних матеріалів, таких як рисова солома та очерет, і є корисним для здоров'я. Доведено, що перебування на татамі покращує кровообіг і знімає стрес. Ліжка-футони також дуже зручні та

створюють автентичний японський сон. Крім того, на території багатьох рьоканів є онсен (гарячі джерела), які додатково сприяють відпочинку в готелі.

5. Онсен: розслаблюючий і традиційний японський досвід [2].

Однією з найпопулярніших форм оздоровчого туризму в Японії є купання в традиційних гарячих джерелах або онсен. Онсен — це природні гарячі джерела, багаті такими мінералами, як сірка та магній, які, як вважають, мають численні переваги для здоров'я. Купання в онсені може допомогти покращити кровообіг, полегшити біль у м'язах, зменшити рівень стресу та навіть покращити тонус шкіри. Не кажучи вже про те, що це просто розслабляє.

Онсен були частиною японської культури протягом століть. Насправді кажуть, що перший онсен утворився понад 1000 років тому, коли гаряча вода хлинула з-під землі після землетрусу. З тих пір люди приходять на онсен, щоб насолодитися його перевагами для здоров'я та відпочити. По всій країні розкидано понад 3000 онсенів. Тому незалежно від того, куди б ви не подорожували в країні, ви знайдете такий поблизу. Кожна з них має свій унікальний мінеральний склад, який, як кажуть, приносить користь для здоров'я. І з широким розмаїттям умов — від тихих гірських курортів до жвавих міських лазень — обов'язково знайдеться онсен, який ідеально підходить для вас [18].

6. Шукубо: Духовні усамітнення, щоб знайти мир і спокій у храмах і на природі.

Японія також пропонує безліч прекрасних монастирських притулків, де ви можете зв'язатися з навколишнім середовищем і знайти внутрішній спокій. Їх називають Сюкубо і буквально означають «спати з ченцями». Перебування в японському храмі пропонує мандрівникам рідкісну можливість познайомитися з традиційною буддійською культурою та дізнатися про спосіб життя ченців. Там запрошують взяти участь у ранковій медитації, спробувати смачні вегетаріанські страви та відвідати вечірні служби. Крім того, у туристів є широкі можливості відвідати прекрасні храми та досліджувати природні пейзажі. Shukubo зазвичай розташовані в гірських районах. Подорожуючі можуть скористатися цією можливістю, щоб уникнути шуму та забруднення міського життя та

насолодитися свіжим гірським повітрям та духовною історією Японії. Одним із таких місць є гора Коя. У цьому об'єкті Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО буддійські монахи проживали понад 1200 років. Оточений лісистими горами та мальовничими пішохідними стежками, гора Коя пропонує відвідувачам можливість відірватися від суєти повсякденного життя та відновити зв'язок із собою.

Відповідно до звіту Global Wellness Institute 2019 Global Wellness Trends, Японія є третім за величиною напрямком оздоровчого туризму в Азії за кількістю відвідувачів. Оскільки індустрія туризму отримала значні інвестиції в підготовку до Олімпійських ігор у Токіо 2020 року, офіційні особи просувають японське оздоровлення – від надзвичайної культури гарячих джерел до купання в лісі – щоб розширити міжнародну привабливість країни. Щоб стати орієнтованою на туризм країною до 2020 року, Японія потребує зміни шляху зростання.

Оскільки велнес-туристи багато витрачають, сплеск в'їзного велнес-туризму допоміг би розсіяти туристів із надто відвідуваних маршрутів Кіото-Осака-Токіо. Наразі 48% туристів зосереджено у великих містах Токіо, Кіото та Осаці, відповідно до «Майбутнього японського туризму: шлях до сталого розвитку», що говорить про значну можливість для Японії залучити більше відвідувачів у місця за межами Японії. Навіть коли туристи подорожують до інших адміністративних районів Японії, вони витрачають у середньому на 30% менше, ніж у цих трьох великих містах.

Оскільки японський уряд зробив своїм пріоритетом відродження неметричних територій, збільшення туризму в цих областях може стати ключовим елементом його стратегії. Японська національна туристична організація (JNTO) розвиває оздоровчий туризм у менш відомих напрямках, таких як Місугі, який сприяє розвитку природних ресурсів, таких як спостереження за зірками та купання в лісі; і Бешпу, на південному острові Кюсю, відомий своїми онсен (гарячі джерела). Мальовнича місцевість, де скелясті ванни виходять на океан у висококласних гірських місцях відпочинку, має близько 3000 гарячих джерел.

Інші стратегічні зони оздоровчого туризму включають Маршрут Драконів у центральній Японії, який включає історичні та культурні пам'ятки, природні ландшафти (включаючи гору Фудзі) і безліч гарячих джерел. Елітні бренди, зокрема InterContinental, Hyatt і Marriott, використовують привабливість традиційних японських спа-центрів і відкривають курорти в деяких із цих напрямків. З відкриттям у 2019 році ANA InterContinental Beppu Resort & Spa ця територія прагне значно збільшити число міжнародних туристів. Курорт із 89 номерами пропонує два великих онсени на відкритому повітрі з приватними номерами онсен в ексклюзивному просторі з розкішною кушеткою, ванною кімнатою та мінімалістичним дизайном. У центрі курорту розташований пейзажний басейн із видом на гарячі джерела Беппу. Спа-центр пропонує широкий вибір індивідуальних процедур і терапій з використанням матеріалів, отриманих із природи, з п'ятьма процедурними кабінетами, відкритим садом і двома двомісними масажними кабінетами з джакузі з японського кипарису.

Оператор розкішного курорту Banyan Tree, який пропагує оздоровчий спосіб життя з кінця 1990-х років, відкрив свій перший японський готель у 2022 році. Розташований у Кіото курорт із 60 номерами розмістить спа-центр Banyan Tree і онсен, які зосереджуються на омолодженні, а також спеціалізований ресторан, бібліотека, спортзал.

РОЗДІЛ 2

ПРОЄКТ SPA-ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ЯПОНІЇ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

Наш проєкт спрямований на розробку та реалізацію SPA-туру в Японії для українських туристів. Ми маємо на меті створити унікальний туристичний продукт, який поєднує відпочинок, оздоровлення та відкриття нових культурних та традиційних аспектів Японії.

В рамках проєкту ми визначаємо цілі туру, які включаються відпочинок, оздоровлення і культурні враження. Також ми встановлюємо цільову аудиторію, яка складається з сімейних пар, активних молодих людей, любителів SPA-процедур та культурного відпочинку.

Для досягнення поставлених цілей ми розглядаємо основні туристичні об'єкти та пам'ятки Японії, які привертають увагу українських туристів. На основі цього ми створюємо детальний маршрут, який включає відвідування різних міст і регіонів, з фокусом на SPA-центрах. Ми також визначаємо оптимальні місця ночівлі, включаючи готелі та курортні комплекси зі SPA-центрами, а також зупинки під час маршруту для відвідування туристичних об'єктів та відпочинку.

При розробці проєкту ми звертаємо увагу на транспортну інфраструктуру, аналізуючи транспортні можливості для переміщення між містами та регіонами Японії. Ми також досліджуємо доступність громадського транспорту, оренду автомобілів та організацію переїздів для груп туристів.

Для привернення українських туристів до нашого проєкту, ми проводимо маркетингові дослідження, розробляємо стратегію просування та розраховуємо фінансовий план. Ми також проаналізуємо ризики, пов'язані з реалізацією проєкту, і визначаємо заходи для їх управління.

Остаточний результат проєкту буде вимірюватися ефективністю

туристичної програми, фінансовими показниками, відгуками клієнтів та іншими факторами. Успішна реалізація проекту призведе до зростання туристичної галузі в Японії та принесе значний прибуток для всіх зацікавлених сторін.

Визначення цілей туру:

У рамках нашого проекту ми ставимо перед собою декілька цілей, які охоплюють різні аспекти для задоволення потреб туристів. Основними цілями туру є:

1. *Відпочинок:* Ми прагнемо забезпечити туристам можливість розслабитися, відновити сили та насолодитися спокоєм та комфортом. Це включає перебування на курортних комплексах, SPA-процедури, релаксаційні активності та доступ до спокійних природних місць.

2. *Оздоровлення:* Ми покладаємо акцент на здоров'я та благополуччя наших туристів. Програма туру включатиме відвідування SPA-центрів, де гості зможуть насолодитися різноманітними процедурами для покращення фізичного і емоційного стану. Ми також враховуємо можливість займатися фітнесом, йогою та іншими активностями, що сприяють оздоровленню.

3. *Відкриття нових культур та традицій:* Ми прагнемо надати унікальні можливості нашим туристам досліджувати та вивчати японську культуру, традиції, історію та мистецтво. Програма туру буде включати відвідування туристичних об'єктів, музеїв, храмів та інших культурних місць. Ми також плануємо організувати зустрічі з місцевими жителями, щоб туристи мали можливість поглибити свої знання про японський спосіб життя (табл.2.1).

Таблиця 2.1

Цілі туру

Цілі туру	Опис
Відпочинок	Забезпечення можливості релаксації та відпочинку
Оздоровлення	Пропаганда здорового способу життя та фізичного відновлення
Відкриття нових культур та традицій	Вивчення інших культур, традицій, мистецтва та гастрономії

Джерело: Складено автором

Спа-тур ставить перед собою основні цілі: забезпечення можливості

релаксації та відпочинку, популяризація здорового способу життя та фізичного відновлення, а також відкриття інших культур, традицій, мистецтва та гастрономії.

Перший аспект спа-туру - це відпочинок. Він надає можливість людям зняти стрес, розслабитися та відновити свої сили. Спа-курорти із своїми спеціалізованими процедурами, масажем, термальними ваннами та іншими методами релаксації допомагають клієнтам знайти гармонію і баланс.

Оздоровлення є другою важливою ціллю спа-туру. Він ставить перед собою завдання пропагувати здоровий спосіб життя та сприяти фізичному відновленню. У спа-курортах надаються різноманітні процедури і тренування, спрямовані на покращення фізичного стану, зміцнення імунної системи та загальної оздоровлення організму.

Третій аспект спа-туру - відкриття нових культур і традицій. Подорожуючи до різних країн і регіонів, люди можуть вивчати інші культури, традиції, мистецтво та гастрономію. Вони мають можливість познайомитися з місцевими звичаями, відвідати музеї та історичні пам'ятки, спробувати національну кухню і споживати страви, які відображають культурний дух того міста, де вони перебувають. Це дозволяє поглибити свої знання, розширити свій кругозір і відкрити для себе нові горизонти.

Такий комплексний підхід дозволяє людям не лише відновити своє фізичне і психологічне здоров'я, але й збагатити свій духовний світ, пізнати різноманітність світу та знайти гармонію з навколишнім середовищем. Спа-тур створює унікальну можливість одночасно відпочити, оздоровитися та отримати нові враження, що робить його популярним вибором для тих, хто прагне збалансованого і насиченого відпочинку.

Отже, спа-тури не тільки забезпечують фізичне й емоційне благополуччя, але й розширюють креативність, стимулюють розумовий розвиток та сприяють екологічній свідомості. Це унікальне поєднання різних аспектів сприяє глибокому перетворенню та розкриттю потенціалу кожної людини.

Встановлення цільової аудиторії.

Наша цільова аудиторія включає різні категорії туристів, які мають спільні інтереси та потреби. Ми спрямовуємо нашу програму на такі групи:

1. Сімейні пари: Ми створимо умови для сімейного відпочинку, забезпечуючи відповідні готелі, розваги для дітей та активності, що підходять для всієї родини.

2. Активні молоді люди: Наша програма містить активні види відпочинку, такі як гірські походи, велосипедні прогулянки, водні види спорту та інші екстремальні активності, що привернуть увагу активних молодих людей.

3. Любителі SPA-процедур: Ми надамо можливість насолодитися широким спектром SPA-процедур у відомих курортних комплексах та SPA-центрах Японії. Наша програма буде орієнтована на задоволення потреб цієї категорії туристів.

4. Любителі культурного відпочинку: Ми запропонуємо туристам можливість досліджувати та пізнавати японську культуру, включаючи відвідування історичних місць, храмів, музеїв та участь у традиційних ритуалах та заходах.

Враховуючи цільову аудиторію, ми розробимо програму, що задовольняє їхні потреби та інтереси, забезпечуючи незабутній та насичений відпочинок в Японії.

З метою задоволення потреб та інтересів нашої цільової аудиторії, ми пропонуємо унікальну програму для кожної категорії туристів.

Для сімейних пар ми створимо комфортні умови для відпочинку всієї родини. Вони зможуть насолодитися сімейними активностями, де кожен знайде щось цікаве для себе. Високоякісні готелі з дитячими розвагами та дружній персонал допоможуть створити незабутню атмосферу для всієї родини.

Активним молодим людям ми пропонуємо екстремальні види відпочинку, які підкреслять їхню енергію та бажання випробувати нові враження. Гірські походи, велосипедні прогулянки, водні види спорту - усе це чекає на них у нашій програмі.

Любителям SPA-процедур ми запропонуємо вишукані спа-курорти та

центри, де вони зможуть насолодитися широким спектром розкішних процедур та відновити свою енергію. Від масажу та термальних ванн до релаксуючих процедур - вони знайдуть все, що потрібно для повного розслаблення.

Для любителів культурного відпочинку ми підготуємо програму, яка дозволить їм глибше пізнати японську культуру. Вони зможуть відвідати історичні місця, храми, музеї та брати участь у традиційних ритуалах та заходах. Це надасть їм можливість зануритися в унікальну атмосферу Японії та розширити свої знання про цю чудову країну.

Наша програма розроблена з урахуванням потреб і інтересів кожної категорії нашої цільової аудиторії, забезпечуючи незабутні враження та насичений відпочинок в Японії (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Цільова аудиторія

Цільова аудиторія	Опис
Сімейні пари	Пари, що шукають відпочинок та розваги разом
Активні молоді люди	Молоді люди, які цікавляться активними формами відпочинку та розвагами
Любителі SPA-процедур	Люди, які насолоджуються спа-процедурами та релаксацією
Любителі культурного відпочинку	Люди, які цікавляться культурою, мистецтвом та традиціями

Джерело: Складено автором

Вибір маршруту.

При виборі маршруту для нашого туру ми враховували основні туристичні об'єкти та пам'ятки Японії, які привертають увагу українських туристів. Наш маршрут буде охоплювати різні міста та регіони Японії, зокрема з фокусом на SPA-центрах. Основні туристичні об'єкти, які ми плануємо включити до маршруту, включають:

1. Токіо: Мегаполіс, який відомий своїми сучасними технологіями, неймовірними торговими вулицями, храмами та садами. Туристи зможуть відвідати Токійську вежу Skytree, двірцімецу Сенсо-дзі та готичну катедру

Вірменської апостольської церкви.

2. Кіото: Місто традиції та історії, відоме своїми багатьма храмами та садами. Тут туристи зможуть відвідати Золотий павільйон Кінкакудзі, храм Кійомізу-дера та сади Ріоджі.

3. Осака: Велике місто, відоме своїми сучасними торговими вулицями та розвагами. Тут туристи зможуть відвідати Осакський замок, Universal Studios Japan та торговий район Дотонборі.

4. Хаконе: місто відоме своїми прекрасними гірськими пейзажами та гарячими джерелами. Туристи зможуть насолодитися красою Національних парків та відвідати гарячі джерела в Хаконе.

5. Нара: Місто, відоме своїми історичними храмами та парками. Тут туристи зможуть відвідати храм Тодайдзі, храм Касуга та насолодитися перебуванням поруч із дикими оленями в парку Нара.

6. Хіросіма: Місто, яке відоме своєю історією та меморіалами миру. Туристи зможуть відвідати Музей миру Хіросіми, місто Міядзіма та Ітоморійама.

7. Кінкакудзі: Сакура, японські сади, храми, традиційні геїші і неймовірний культурний досвід. Ми плануємо включити відвідування Геюньської дільниці, храму Хейян та палацу Хігасіама.

Це лише декілька прикладів туристичних об'єктів та пам'яток, які ми включимо до нашого маршруту. Детальний маршрут буде розроблений з урахуванням логістики, включаючи зручність переміщення між різними містами та регіонами, а також забезпечення достатньої кількості часу для відвідування та насолоди кожним об'єктом нашого маршруту. Також ми будемо звертати особливу увагу на включення в маршрут різних SPA-центрів, де туристи зможуть насолодитися релаксуючими процедурами та оздоровчим відпочинком.

Місця ночівлі та зупинки є важливою частиною організації туру. Ми враховуємо потреби туристів і прагнемо забезпечити комфортні та оптимальні місця для відпочинку та відновлення сил після довгих днів екскурсій. Наші вибори включають готелі та курортні комплекси зі SPA-центрами, щоб

забезпечити туристам можливість насолоджуватися релаксуючими процедурами та оздоровчим відпочинком.

Під час планування маршруту ми розглядаємо різні місця для ночівлі, зупинок та відпочинку. Оптимальний вибір місць ночівлі залежить від тривалості перебування в кожному місті або регіоні, а також від доступних варіантів проживання та бюджетних обмежень.

Наша команда проводить дослідження та розглядає різні готелі та курортні комплекси, які відповідають потребам туристів. Ми звертаємо увагу на розташування готелів, їх зручність у відношенні до туристичних об'єктів, транспортної інфраструктури та доступу до SPA-центрів. Крім того, ми оцінюємо якість обслуговування, комфорт номерів, наявність ресторанів та інших зручностей, які можуть забезпечити приємне перебування для наших туристів.

Під час маршрутування ми також розглядаємо зупинки для відвідування туристичних об'єктів та відпочинку. Ці зупинки дають можливість туристам детальніше ознайомитися з культурою, традиціями та пам'ятками різних міст і регіонів. Ми включаємо в маршрут такі зупинки, щоб туристи мали достатньо часу для екскурсій, фотографування та насолоди красою кожного місця. Зупинки можуть бути організовані в окремих містах, мальовничих селах або природних парках, де туристи матимуть можливість відпочити та насолодитися природними краєвидами.

Враховуючи цільову аудиторію та їхні потреби, ми ставимо додатковий акцент на обрання місць ночівлі та зупинок зі SPA-центрами. Це дає можливість туристам насолоджуватися SPA-процедурами та релаксувати після насичених екскурсійних днів. Такий підхід дозволяє надати туристам комплексний досвід, поєднуючи культурний відпочинок зі здоров'ям та оздоровленням.

Місця ночівлі включають оптимальні варіанти для туристів у різних містах Японії. У Токіо, пропонуються готелі з центральним розташуванням, недалеко від туристичних об'єктів, забезпечуючи зручний доступ до визначних місць. У Кіото, рекомендовані рьокани - традиційні гостьові будинки, які дозволяють

отримати автентичний досвід перебування та пізнати японську культуру. Осака пропонує готелі та апартаменти у бізнес-центрі міста, що зручно для бізнес-туристів. У Хаконе, туристи можуть вибрати курортні готелі зі SPA-центрами, де можна насолодитися відновлюючими процедурами та природною красою гірських районів або озер. Незалежно від обраного місця, важливо враховувати свої потреби та вподобання, забезпечуючи комфорт і затишок під час подорожі (табл 2.3).

Таблиця 2.3

Місця ночівлі

Місто/Регіон	Оптимальні місця ночівлі
Токіо	Готелі з центральним розташуванням, неподалік від туристичних об'єктів
Кіото	Рьокани (традиційні гостьові будинки), готелі у центральній частині міста
Осака	Готелі та апартаменти у бізнес-центрі міста
Хаконе	Курортні готелі зі SPA-центрами

Джерело: Складено автором

Зупинки включають цікаві місця для відвідування в різних містах Японії. У Токіо можна відвідати Токійську вежу, музеї, парки та торгові вулиці, де можна насолодитися величністю міста та багатством культурних та шопінгових вражень. У Кіото, варто відвідати храми і святині, насолодитися красою садів та відчути дух традиційного гейша-кварталу. Нара славиться великими буддійськими храмами, прекрасними парками та можливістю спостерігати дикі олені, які вільно розгулюють по місту. У Хіросімі рекомендується відвідати Музей миру та Меморіальний парк, що нагадують про історичні події, а також замок, що відображає багату культурну спадщину міста. Кожна з цих зупинок пропонує свої унікальні враження та можливості для дослідження японської культури та історії (табл 2.4).

Таблиця 2.4

Туристичні об'єкти та відпочинкові місця

Зупинка	Відпочинкові місця
Токіо	Токійська вежа, музеї, парки, торгові вулиці
Кіото	Храми і святині, сади, гейша-квартал
Нара	Великі буддійські храми, парки, дикі олені
Хіросіма	Музей миру, меморіальний парк, замок

Джерело: Складено автором

Транспортні можливості в різних містах Японії забезпечують зручні способи пересування для туристів. У Токіо, Кіото та Осаці доступні метро, поїзди, автобуси та таксі, що дозволяють легко переміщатися по місту та до основних туристичних місць. Ці міста мають добре розвинуту систему громадського транспорту, що забезпечує зручність і швидкість переміщення.

У Хаконе, крім місцевих автобусів, таксі і канатних доріг також є доступні крейсери, які дозволяють насолоджуватися чарівною природою та краєвидами озера. Це дає можливість туристам насолодитися панорамними видами та плавати по водній поверхні (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Транспортні можливості

Місто/Регіон	Транспортні засоби
Токіо	Метро, поїзди, автобуси, таксі
Кіото	Метро, поїзди, автобуси, таксі
Осака	Метро, поїзди, автобуси, таксі
Хаконе	Місцеві автобуси, канатні дороги, таксі, крейсери

Джерело: Складено автором

Незалежно від місця, японські транспортні системи відомі своєю точністю, пунктуальністю та зручністю. Туристи можуть з легкістю використовувати різні види транспорту, щоб досліджувати міста та відвідувати визначні місця (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Доступність громадського транспорту

Місто/Регіон	Доступність громадського транспорту
Токіо	Щільна мережа метро та поїздів, регулярні розклади автобусів
Кіото	Метро, поїзди та автобуси з хорошим покриттям
Осака	Широкий вибір метро, поїздів та автобусів
Хаконе	Обмежений громадський транспорт, але зручні крейсери та автобуси

Джерело: Складено автором

Оренда автомобілів в Японії є зручним і популярним варіантом для подорожей по країні. У різних містах доступні різні умови оренди та вибір компаній (табл 2.7).

Таблиця 2.7

Оренда автомобілів

Місто/Регіон	Оренда автомобілів
Токіо	Широкий вибір компаній з оренди автомобілів
Кіото	Компанії з оренди автомобілів на доступних умовах
Осака	Різні компанії з оренди автомобілів
Хаконе	Обмежені можливості оренди автомобілів

Джерело: Складено автором

Що до Токіо, тут можна вибрати з широкого спектру компаній, що пропонують послуги оренди автомобілів. Є можливість знайти компанії з різними цінами і моделями автомобілів, що задовольняють потреби і бюджет.

У місті Кіото також є декілька компаній, які пропонують оренду автомобілів на доступних умовах. Це може бути зручно, якщо планується відвідати околиці міста або місцеві пам'ятки, де громадський транспорт може бути обмеженим.

У Осаці також є різні компанії, які пропонують послуги оренди автомобілів. Є можливість знайти варіанти залежно від потреб і бюджету. Це може бути зручно, якщо планується подорожувати по околицях Осаки або

відвідати інші міста в регіоні Кансай.

Однак, якщо збиратися в Хаконе, можливості оренди автомобілів можуть бути обмеженими. Це пов'язано з тим, що Хаконе - це популярний курортний район з вузькими вулицями та гірськими дорогами, які можуть бути складними для автомобілів. У такому випадку, можливо, буде краще скористатися громадським транспортом або таксі для переміщення по району.

Розроблення програми туру та послуг включає розгляд різних заходів, які забезпечують різноманітність та цікавість для учасників. Основними елементами програми є відвідування SPA-центрів та екскурсії до туристичних пам'яток та культурних об'єктів. Нижче наведено деталізацію цих заходів:

1. Відвідування SPA-центрів:

- Масажі: Гості туру матимуть можливість насолодитися різноманітними видами масажів, включаючи класичний масаж, тайський масаж, шіацу та інші техніки масажу, які допоможуть розслабитися та відновити енергію.

- Термальні ванни: SPA-центри пропонуватимуть термальні ванни з мінеральною водою, які мають розслаблюючий та оздоровчий ефект на організм.

- Сауни: Гості зможуть насолодитися саунами з різними температурами та паровими процедурами, що сприяють очищенню організму та покращенню кровообігу.

- Релаксаційні терапії: SPA-центри пропонуватимуть різні релаксаційні терапії, такі як ароматерапія, музикотерапія, йога та інші методи, які допомагатимуть зняти стрес та покращити загальний стан організму.

2. Екскурсії до туристичних пам'яток та культурних об'єктів:

- Храми: Гості туру відвідають визначні храми Японії, де вони зможуть ознайомитися з японською релігійною культурою та спокійною атмосферою.

- Сади: Екскурсії до традиційних японських садів дозволять гостям насолодитися красою природи, бонсаї та типовими елементами японського ландшафтного дизайну.

- Замки: Учасники туру матимуть можливість відвідати замки, які відображають багату історію та архітектурні особливості Японії.

- Музеї: Експерсії до музеїв дадуть гостям можливість ознайомитися зі шедеврами японського мистецтва, археологічними знахідками та історією країни.

- Традиційні фестивалі: У програму туру можуть бути включені відвідування традиційних фестивалів, де гості зможуть насолодитися японськими традиціями, музикою, танцями та культурою.

Розробка програми туру передбачатиме детальне планування та обробку кожного заходу, враховуючи інтереси та потреби цільової аудиторії. Крім того, будуть враховані місця ночівлі та зупинки, щоб забезпечити зручність та комфорт для учасників туру (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Програма туру

Час	Зміст програмних заходів
День 1-2	
6:00	Відправлення, Автостанція Київ (центральний залізничний вокзал)
21:20	Прибуття, Автовокзал "Варшава-Заходня"
22:50	Виліт із Варшави Аеропорт WAW Ф. Шопен (Час перельоту 12 год 40 хв)
18:30	Приліт в Токіо Аеропорт NRT Наріта
19:00	Заселення до готелю Hotel Famy Inn Kinshicho
19:30	Вечеря в ресторані готелю
День 3	
7:30	Сніданок в готелі (включено у вартість) Hotel Famy Inn Kinshicho
9:00	Експерсія по Токіо: відвідування Токійської вежі Skytree та дворцімецу Сенсо-дзі
12:00	Відвідання чайної церемонії в Церемоніальному будинку Хамарікю: Розташований у парку Хамарікю, цей будинок є популярним місцем для проведення чайних церемоній. Він пропонує відвідувачам можливість насолодитися чаєм у традиційному японському саду та зануритися у спокійну атмосферу.
14:00	Обід у ресторані з місцевою кухнею "Tokyo Delights"
15:00	SPA-процедури у спа-центрі "Tokyo Serenity"
19:00	Вечеря у ресторані готелю або в ресторані з національною кухнею "Sakura Blossom"
День 4	
7:00	Сніданок у готелі (входить у вартість)
8:00	Переїзд до Кіото поїздом
11:00	Експерсія по Кіото: відвідування храму Кійомізу-дера
12:00	SPA-експерсія до храму Хейян та палацу Хігасіяма
14:30	Обід у ресторані з місцевою кухнею "Kyoto Delights"

Продовження табл. 2.8

Час	Зміст програмних заходів
15:30	Відвідування садів Ріоджі та SPA-активності у парку
19:00	Повернення до готелю та вільний час для відпочинку
19:30	Вечеря у ресторані готелю або в ресторані з традиційною кухнею "Sakura Blossom"
День 5	
7:00	Сніданок у готелі (водить у вартість)
8:00	Відправлення до Хаконе місцевим поїздом
10:00	SPA-екскурсія до гарячих джерел в Хаконе та релаксація у термальному комплексі Юнессан
14:00	Обід в місцевому тематичному ресторані «Isshin»: Цей ресторан спеціалізується на рамені (японська локшина в бульйоні) і пропонує смачні страви за доступними цінами. Тут можна скуштувати різноманітні варіації рамену та інші японські страви
15:00	Прогулянка національним парком Фудзі-Хаконе-Ізу
16:00	Медитація та ретрит в храмі Хаконе Дайсен-джи (Hakone Daisenji Temple). Цей храм заснований в 757 році і відомий своїми храмовими ретритами та медитаційними програмами. У храмі є спеціальні приміщення для медитації, де можна вивчити техніки зосередження уваги та внутрішнього спокою.
19:00	Повернення до готелю та вільний час для відпочинку
19:30	Вечеря у ресторані готелю або в ресторані з місцевою кухнею "Hakone Delicacies"
День 6	
7:00	Сніданок у готелі або в кафе з традиційними стравами
9:00	SPA-екскурсія до SPA-центру "Sapporo Serenity"
13:00	Обід у ресторані з місцевою кухнею "Sapporo Cuisine"
14:00	Відвідування термального спа Нохеікьо Onsen
18:00	Повернення до готелю та вільний час для відпочинку
19:00	Вечеря у ресторані готелю або в ресторані з місцевою кухнею
День 7	
7:00	Сніданок у готелі (входить у вартість)
8:00	Відправлення до міста Нара місцевим потягом
11:00	Екскурсія по Нарі: відвідування парку Нара з дикими оленями
13:00	SPA-процедури у спа-центрі "Nara Serenity"
15:00	Обід у ресторані з місцевою кухнею "Nara Cuisine"
16:00	Відвідування храму Тодайдзі та храму Касуга
19:30	Повернення до готелю та вільний час для відпочинку
20:00	Вечеря у ресторані готелю
День 8	
7:00	Сніданок у готелі або в кафе з традиційними стравами
10:00	Відвідування храму Фудзі-сан та екскурсія до гори Фудзі
12:00	SPA-процедури у спа-центрі "Fuji Serenity"
15:00	Обід у ресторані з місцевою кухнею "Fuji Cuisine"
16:00	Прогулянка по озеру Кавагути та релаксація на березі
19:00	Повернення до готелю та вільний час для відпочинку
19:30	Вечеря у ресторані готелю

Час	Зміст програмних заходів
День 9	
8:00	Сніданок в ресторані готелю (входить у вартість)
14:00	Відправлення на вулицю Шибуя для шопінгу
17:00	Вечеря в Спа-ресторані «Кален» (Spa Restaurant Calen): Розташований у районі Шибуя, цей ресторан пропонує спеціальні страви, які сприяють здоров'ю і розслабленню. Меню включає багато вегетаріанських, органічних та місцевих інгредієнтів, а також напої та чаї, які підтримують здоров'я і добробут.
21:30	Прибуття до аеропорту NRT Наріта
22:35	Виліт до Варшави (переліт 14год 35в)
День 10	
6:10	Прибуття до Варшави аеропорт WAW Ф. Шопен
7:40	Відправлення з автовокзалу "Варшава-Заходня"
22:30	Прибуття до Києва, автостанція Київ

Джерело: Складено автором

Найоптимальніший період для поїздки на цей спа тур по Японії зазвичай є весна (березень-травень) та осінь (вересень-листопад).

Весна в Японії відома своїм красивим цвітом сакур (вибухання весняних квітів сакури). Це магічний час, коли сади і парки наповнюються розкішними рожевими квітами, що створює неймовірну атмосферу. Під час подорожі буде можливість насолодитися термальними джерелами під час весняного квіткового сезону.

Осінь в Японії славиться своїми кольоровими листям (койо). Листопад є піком осінньої листви, коли дерева переходять від зеленого до відтінків червоного, помаранчевого та жовтого. Це чудовий час для відвідування Хаконе і насолоджуватися панорамними видами гір та озера під час піксельної осінньої краси.

2.2. Заходи та інструменти просування спа-туру на ринку України

Спа-туризм є популярним та швидко зростаючим сегментом туристичної галузі, а Японія приваблює багатьох своїми традиціями, природою та спа-курортами. Отже, моєю метою є виокремлення серед конкурентів та

привернення уваги цільової аудиторії.

У цій стратегії можна використовувати різноманітні канали та інструменти маркетингу, щоб досягти цієї мети. Нижче зазначено про кожен з них:

1. Маркетингове дослідження:

- Вивчення ринку спа-туризму в Україні та аналіз попиту на подорожі в Японію.
- Виявлення ключових цільових аудиторій та їхніх потреб і бажань у спа-турах.

2. Розробка стратегії бренду:

- Визначення унікальної цінності та конкурентних переваг spa-туру в Японії.
- Формулювання брендового повідомлення, яке передає основні переваги та цінності для клієнтів.

3. Цифровий маркетинг:

- Розробка і оптимізація веб-сайту з інформацією про spa-тури в Японії.
- Застосування пошукової оптимізації (SEO) для підвищення видимості сайту в пошукових системах.
- Розробка та використання контент-маркетингових стратегій, таких як блоги, статті та електронні книги, що привертають увагу та надають корисну інформацію про spa-тури в Японії.
- Рекламу в соціальних медіа, зосереджену на зацікавленій аудиторії.

4. Співпраця зі спеціалізованими медіа:

- Партнерство зі спеціалізованими журналами, блогами та впливовими особистостями в галузі туризму та спа-індустрії для створення спільного контенту та просування туристичних послуг.
- Розміщення рекламних матеріалів та спонсорованих статей на цих платформах.

5. Партнерство та спонсорство:

- Встановлення партнерських відносин з туристичними агентствами, спа-центрами та туроператорами в Україні, що спеціалізуються на подорожах та спа-

послугах. Пропонувати їм співпрацю та комісійні за реферальний трафік.

- Укладання угод про спонсорство зі спа-курортами та іншими партнерами в Японії, що дозволить отримати доступ до спеціальних пропозицій та послуг для своїх клієнтів.

6. Організація спеціальних подій та презентацій:

- Проведення спеціальних подій, таких як дегустації традиційних японських чаїв або майстер-класи з японського масажу, що сприяють приверненню уваги потенційних клієнтів та показують експертність та якість послуг.

7. Розробка спеціальних промо-акцій та пакетів:

- Створення знижок на певні спа-пакети або послуги, безкоштовних додаткових процедур чи екскурсій при бронюванні.

- Розробка сезонних промо-акцій, таких як літні чи зимові спа-пакети, для привернення уваги клієнтів.

8. Післяпродажний сервіс та стимулювання відгуків:

- Забезпечення високого рівня обслуговування та особистої уваги до клієнтів під час туру в Японію.

- Запросити клієнтів залишати відгуки та рекомендації про їхній досвід на веб-сайті, соціальних медіа та популярних туристичних платформах.

9. Залучення впливових клієнтів:

- Співпрацювати зі споживачами, які вже відвідували спа-курорти в Японії, і попросити їх поділитися своїм досвідом та враженнями в соціальних медіа. Використовувати їхні відгуки та фотографії для просування своїх послуг та створення довіри серед потенційних клієнтів.

10. Участь у туристичних виставках та подіях:

- Брати участь у туристичних виставках та ярмарках, що проводяться в Україні, які привертають велику аудиторію туристів та фахівців з галузі.

- Організація своїх спеціальних презентацій та майстер-класів на таких подіях для привертання уваги та встановлення контактів з потенційними клієнтами та партнерами.

11. Спеціальні програми лояльності та пільги:

- Розробка програми лояльності для постійних клієнтів, що надає різноманітні переваги, такі як знижки на повторні бронювання, безкоштовні апгрейди послуг або ексклюзивні акції.
- Залучення клієнтів до участі в програмах лояльності через особистий кабінет на веб-сайті та надання спеціальних бонусів та подарунків.

12. Організація спеціалізованих тематичних подорожей:

- Розробка спеціальних тематичних спра-турів в Японію, які включають не лише спа-процедури, але й оздоровчі практики, такі як йога, медитація або тренування. Це дозволить привернути увагу людей, які зацікавлені в здоровому способі життя та добробуті.

13. Використання мультимедійних матеріалів:

- Створювати привабливі фотографії, відео та віртуальні тури, які візуально демонструють красу та розкіш спа-курортів в Японії. Ці матеріали можна використовувати в рекламних кампаніях, на веб-сайті, у соціальних медіа та в інших маркетингових матеріалах.

Ці заходи та інструменти мають на меті створення унікального бренду, залучення уваги потенційних клієнтів, забезпечення високої якості послуг та задоволення клієнтів, а також співпрацю зі спеціалізованими медіа та партнерами. Зосереджуючись на цих стратегіях просування, можна підвищити свою конкурентоспроможність на ринку туризму та привернути більше клієнтів для цього спра-туру в Японію.

Для розробки стратегії просування нашого SPA-туру в Японії і привертання уваги потенційних клієнтів, ми запропонуємо такий план:

1. Визначення унікальних особливостей туру в Японії:

- Виокремлення SPA-центрів та гарячих джерел Японії як основної привабливості нашого туру.
- Підкреслення культурної та історичної спадщини Японії, що додає особливий колорит до SPA-відпочинку.
- Акцентування різноманіття міст, регіонів і природних ландшафтів, які

включені до маршруту.

2. Розробка маркетингового плану:

- Рекламні кампанії: створення привабливих та інформативних рекламних матеріалів, які підкреслюють особливості та переваги нашого SPA-туру в Японії. Реклама може бути розміщена у туристичних журналах, на інтернет-платформах та соціальних медіа. Ми розробляємо різноманітні рекламні кампанії з метою просування нашого SPA-туру та привертання уваги потенційних клієнтів. Для цього ми використовуємо різні канали та інструменти залучення уваги до нашої пропозиції.

Один зі способів, яким ми просуваємо наш SPA-тур, це реклама в туристичних журналах. Ми розміщуємо рекламні оголошення про наш SPA-тур в національних та міжнародних журналах про подорожі. Це дозволяє нам донести нашу пропозицію до широкого кола читачів, які цікавляться подорожами та відпочинком.

Інтернет є ще одним потужним каналом для наших рекламних кампаній. Ми використовуємо туристичні веб-сайти, розміщуємо банерну рекламу та запускаємо рекламні кампанії на Google Ads. Ми також співпрацюємо зі спеціалізованими туристичними ресурсами для просування нашої пропозиції. Це дозволяє нам дотримуватися цільової аудиторії та залучати увагу людей, які активно шукають туристичні пропозиції.

Соціальні медіа є невід'ємною частиною нашої рекламної стратегії. Ми створюємо сторінки на популярних платформах, таких як Facebook, Instagram та YouTube. Ми публікуємо цікаві фотографії, відео та історії про Японію та наш SPA-тур, щоб привернути увагу користувачів соціальних медіа та зацікавити їх нашою пропозицією.

Також ми використовуємо електронну пошту як засіб розсилки інформаційних листів про наш SPA-тур українським туристам. Ми підтримуємо активний контакт зі своїми клієнтами та партнерами, надсилаючи їм цікаві та корисні матеріали про наші послуги, особливості туру та переваги відпочинку в Японії.

Наша рекламна стратегія спрямована на створення максимальної впевненості та зацікавленості в нашому SPA-турі серед цільової аудиторії. Ми використовуємо різноманітні канали та платформи, щоб донести наше повідомлення до якомога більшої кількості потенційних клієнтів. Наші рекламні кампанії націлені на привернення уваги, створення бажання та спонукання до дії, щоб люди обирали наш SPA-тур в Японії як своє найкраще відпочинкове рішення (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Рекламні кампанії

Тип реклами	Платформи	Опис
Туристичні журнали	Національні та міжнародні журнали про подорожі	Розміщення рекламних оголошень про наш SPA-тур в Японії
Інтернет	Туристичні веб-сайти, банерна реклама, Google Ads	Реклама на спеціалізованих туристичних ресурсах
Соціальні медіа	Facebook, Instagram, YouTube	Публікації цікавих фотографій, відео та історій про Японію та наш SPA-тур
Електронна пошта	Електронні розсилки	Відправка інформаційних листів про наш SPA-тур українським туристам

Джерело: Складено автором

- Веб-сайт: розробка привабливого та зручного веб-сайту, де будуть представлені деталі туру, фотографії, огляди та можливість онлайн-бронювання.

Наші зусилля у сфері веб-сайту та соціальних медіа спрямовані на ефективне просування нашого SPA-туру та залучення уваги потенційних клієнтів. Ми працюємо над розробкою привабливого та зручного веб-сайту, де будуть представлені всі важливі деталі про наші програми, послуги та місця відпочинку. Веб-сайт буде надавати зручний інтерфейс для ознайомлення з інформацією та забезпечувати можливість здійснити бронювання та зв'язок з нами.

Крім веб-сайту, ми активно працюємо над нашою присутністю в соціальних медіа. Ми створюємо сторінки на популярних платформах, таких як Facebook, Instagram та YouTube, де будемо регулярно ділитися цікавою

інформацією про наші послуги, враження туристів та фотографіями з наших подорожей. Це дозволить нам підтримувати активний контакт зі спільнотою та будувати відносини з потенційними клієнтами, допомагаючи їм краще ознайомитися з нашою пропозицією та засвоїти атмосферу наших SPA-турів. Ми будемо надавати цінні контент, відеоекскурсії та відповіді на запитання, спілкуючись зі спільнотою та забезпечуючи надійну та доступну інформацію про наші послуги (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Веб-сайт та соціальні медіа

Елемент	Опис
Веб-сайт	Розробка привабливого та зручного веб-сайту про наш SPA-тур
Соціальні медіа	Створення сторінок на Facebook, Instagram, YouTube

Джерело: Складено автором

- Соціальні медіа: активна присутність у соціальних мережах, де будуть публікуватись цікаві факти, фотографії та відео про Японію і наш SPA-тур. Взаємодія зі спільнотою та відповіді на запитання потенційних клієнтів.

- Брошури та проспекти: створення друкованих матеріалів, де будуть детально описані маршрут, особливості SPA-центрів, фотографії та рекомендації клієнтів.

Ми приділяємо особливу увагу створенню інформативних та привабливих брошур і проспектів, що допоможуть нашим клієнтам краще ознайомитися з нашим SPA-тури в Японії.

Наша команда займається розробкою друкованих брошур, в яких детально описані всі аспекти нашого SPA-туру. Ці брошури містять інформацію про маршрут, включаючи всі зупинки та визначні місця, опис культурних та природних достопримічальностей, послуги, які ми надаємо, а також фотографії та зручні контактні дані. Ми прагнемо, щоб наші брошури були зручними для читання, візуально привабливими та надавали всю необхідну інформацію, щоб

зацікавити та переконати клієнтів обрати наш SPA-тур.

Крім того, ми розробляємо інформаційні проспекти про кожне місто та об'єкт, що входять до нашого маршруту. Ці проспекти містять докладні описи кожної локації, її історію, особливості та цікаві факти. Ми старанно добираємо інформацію та використовуємо візуальні матеріали, щоб передати атмосферу та унікальність кожного місця, щоб наші клієнти могли краще уявити собі свою подорож.

Наші брошури та проспекти є важливими інструментами у нашій рекламній кампанії, допомагаючи надати нашим клієнтам повну та докладну інформацію про наш SPA-тур в Японії. Ми старанно працюємо над кожними деталями, щоб забезпечити високу якість та емоційну привабливість наших брошур та проспектів. Наша мета полягає в тому, щоб кожен клієнт, який бере у руки нашу брошуру чи проспект, відчував себе захопленим і мав бажання відправитися в незабутню подорож.

Ми ретельно добираємо якісний контент для наших брошур та проспектів, а також працюємо з дизайнерами, щоб створити привабливе та естетичне оформлення. Кожна сторінка пропонує інформацію, яка зацікавить наших клієнтів, відкриває нові можливості та надихає на пригоди.

Ми розуміємо, що брошури та проспекти є важливими інструментами комунікації з нашою аудиторією. Тому ми зосереджуємося на тому, щоб кожен елемент інформації був чітким, лаконічним і зрозумілим. Ми стежимо за тим, щоб наші брошури та проспекти передавали наші цінності, якість послуг та привабливість нашого SPA-туру.

Завдяки нашим брошурам та проспектам, ми допомагаємо нашим клієнтам краще ознайомитися з нашим SPA-туром в Японії, зробити обдуманий вибір та планування своєї подорожі. Ми прагнемо забезпечити надійну та доступну інформацію, яка відповідає на всі запитання та потреби наших клієнтів (табл 2.11).

Таблиця 2.11

Брошури та проспекти

Елемент	Опис
Брошури	Створення друкованих брошур, де детально описано наш SPA-тур в Японії
Проекти	Розробка інформаційних проспектів про кожне місто та об'єкт на маршруті

Джерело: Складено автором

- Партнерства з туроператорами та агентствами: укладання угод із туроператорами та агентствами, щоб просувати наш SPA-тур як частину їхньої пропозиції.

Ми активно прагнемо встановити партнерства з провідними туроператорами та туристичними агентствами, які діють в туристичній індустрії. Наша мета полягає в тому, щоб спільно просувати та продавати наші незабутні SPA-тури в Японію.

З туроператорами ми укладаємо угоди, які сприяють взаємному співробітництву та підтримці. Ми пропонуємо їм наші привабливі туристичні пакети, а вони, у свою чергу, додають їх до своїх каталогів та рекламних матеріалів. Це дозволяє нам залучати широке коло клієнтів, які довіряють та обертаються до наших партнерів.

Також ми активно співпрацюємо з туристичними агентствами, які є ключовими гравцями на ринку туризму. Ми встановлюємо партнерські відносини, щоб вони могли пропонувати наші тури своїм клієнтам. Ми забезпечуємо їх надійною інформацією, маркетинговою підтримкою та конкурентними умовами співпраці (табл 2. 12).

Таблиця 2.12

Партнерства з туроператорами та агентствами

Партнери	Опис
Туроператори	Укладання угод із туроператорами для просування нашого туру
Туристичні агентства	Встановлення співпраці з туристичними агентствами для продажу наших пакетів турів

Джерело: Складено автором

3. Моніторинг та аналіз результатів:

- Встановлення системи відстеження ефективності маркетингових зусиль, включаючи кількість запитів, бронювань та клієнтських відгуків.
- Конкурентного середовища та реакції конкурентів на наші просувальні заходи.
- Внесення коректив до маркетингової стратегії на основі зібраних даних та відгуків клієнтів.

Ми використовуємо систему відстеження результатів, щоб ефективно оцінювати успішність наших маркетингових зусиль і розуміти, як наша аудиторія реагує на наші пропозиції. Для цього ми зосереджуємося на декількох ключових метриках.

Аналіз кількості запитів через форму зв'язку на нашому веб-сайті допомагає нам виміряти рівень зацікавленості аудиторії. Ми вивчаємо кількість запитів, що надходять із різних джерел, та аналізуємо їх, щоб зрозуміти, наскільки ефективно наш веб-сайт привертає увагу потенційних клієнтів.

Ми також систематично відстежуємо кількість здійснених бронювань через нашу систему квитків та резервацій. Це дозволяє нам виміряти успішність наших маркетингових кампаній і визначити, які канали комунікації найбільш ефективні для залучення клієнтів.

Одним із важливих аспектів нашої системи відстеження результатів є збір та аналіз клієнтських відгуків. Ми слідкуємо за відгуками, які надходять через соціальні медіа та наш веб-сайт, і аналізуємо їх, щоб отримати інсайти щодо задоволення клієнтів і виявити можливості для поліпшення наших послуг.

Також ми зосереджені на аналізі конкурентного середовища. Слідкуємо за діяльністю наших конкурентів, аналізуємо їх рекламні зусилля та просувальні заходи. Це дозволяє нам розуміти їхню стратегію та визначити, як можемо покращити свою власну конкурентну позицію. Ми стежимо за новими тенденціями, інноваціями та успіхами інших гравців на ринку, щоб залишатися впереду.

В цілому, наша система відстеження результатів дозволяє нам збирати

цінні дані та інформацію, які нам потрібні для прийняття стратегічних рішень. Вона допомагає нам оцінювати ефективність наших маркетингових кампаній, вимірювати задоволення клієнтів і аналізувати конкурентне середовище. Завдяки цій системі ми можемо адаптувати наші стратегії та дії, забезпечуючи кращі результати і задоволення наших клієнтів (табл 2.13).

Таблиця 2.13

Система відстеження результатів

Метрики	Спосіб вимірювання
Кількість запитів	Аналіз кількості запитів через форму зв'язку на веб-сайті
Кількість бронювань	Моніторинг кількості здійснених бронювань через систему квитків та резервацій
Клієнтські відгуки	Збір та аналіз відгуків клієнтів через соціальні медіа та веб-сайт
Аналіз конкурентного середовища	Слідкування за діяльністю конкурентів, їхньою рекламою та просувальними заходами

Джерело: Складено автором

Коригування маркетингової стратегії є важливим етапом для досягнення успіху в бізнесі. Цей процес включає збір даних, аналіз отриманих результатів і внесення необхідних змін у маркетинговий план для досягнення поставлених цілей (табл 2.14).

Таблиця 2.14

Коригування маркетингової стратегії

Етапи	Дії
Збір даних	Аналіз зібраних метрик та відгуків клієнтів
Аналіз даних	Виявлення трендів та здатність маркетингової стратегії досягати поставлених цілей
Коригування стратегії	Внесення необхідних змін у маркетинговий план та просувальні заходи для покращення результатів

Джерело: Складено автором

Збір даних є першим кроком у коригуванні маркетингової стратегії. Ми аналізуємо різні метрики, такі як кількість продажів, конверсійний відсоток,

реакції на рекламні кампанії та відгуки клієнтів. Ці дані надають нам уявлення про ефективність наших маркетингових зусиль.

Після збору даних проводиться їх аналіз. Ми виявляємо тренди, виявлені у зібраних даних, і оцінюємо, наскільки наша маркетингова стратегія відповідає поставленим цілям. Це допомагає нам зрозуміти, які аспекти потребують удосконалення та які можливості слід використовувати для покращення результатів.

На основі аналізу даних ми здійснюємо коригування стратегії. Це означає внесення необхідних змін у наш маркетинговий план та просувальні заходи. Ми можемо змінювати цільову аудиторію, модифікувати повідомлення та промоакції, використовувати нові канали комунікації або покращувати існуючі.

Коригування маркетингової стратегії є постійним процесом, оскільки бізнес і ринкові умови постійно змінюються. Ми постійно переглядаємо наші дані, аналізуємо їх і вносимо потрібні зміни.

Аналізуючи таблицю ефективності просування, ми можемо спостерігати тенденцію зростання кількості запитів та бронювань протягом певного періоду після запуску маркетингових заходів. Це свідчить про позитивний вплив нашої просувальної стратегії та збільшення інтересу українських туристів до нашого SPA-туру в Японії (табл 2.15).

Таблиця 2.15

Кількість запитів та бронювань

Місяць	Кількість запитів	Кількість бронювань
Січень	50	10
Лютий	65	15
Березень	80	20
Квітень	90	25
Травень	100	30
Червень	120	35

Джерело: Складено автором

Збираючи відгуки та оцінки клієнтів після закінчення туру, ми здобуваємо цінну інформацію про задоволеність та задоволення клієнтів нашим SPA-туром

в Японії. Позитивні відгуки та високі оцінки свідчать про успішність нашої програми та задоволення учасників. Одночасно, будь-які негативні відгуки чи низькі оцінки допомагають виявити можливі проблеми та покращити якість турів (табл 2.16).

Ці таблиці допомагають нам оцінити ефективність нашої маркетингової стратегії та визначити, чи досягаємо ми поставлених цілей у просуванні та задоволенні клієнтів.

Таблиця 2.16

Відгуки та оцінки клієнтів

Клієнт	Відгук	Оцінка
Клієнт 1	"Тур був неймовірним! Відмінна організація, чудові SPA-центри і привітний персонал. Рекомендую!"	5
Клієнт 2	"Японія заворожує своєю красою. Спати було все, чого я мріяла. Повністю розслабилася та відпочила. Дякую!"	4
Клієнт 3	"Чудове поєднання культури, історії та релаксу. Масажі, гарячі джерела та екскурсії - все було на високому рівні."	5

Джерело: Складено автором

Ці таблиці допомагають нам оцінити ефективність нашої маркетингової стратегії та визначити, чи досягаємо ми поставлених цілей у просуванні та задоволенні клієнтів.

2.3. Економічне обґрунтування реалізації туру

Аналізуючи таблицю оцінки витрат, ми можемо зрозуміти, що загальна вартість організації та реалізації проекту складає \$55,000. Ця сума включає витрати на транспорт, проживання, харчування, SPA-процедури, екскурсії, маркетингові заходи та інші витрати, пов'язані з проектом.

Розподіл витрат детально відображає, на що саме будуть спрямовані кошти. Наприклад, значна частина бюджету буде використана на транспортні витрати, що включає перельоти до Японії та внутрішні переїзди між містами.

Крім того, значні витрати передбачені на проживання, харчування, SPA-процедури та екскурсії, які є ключовими складовими нашого SPA-туру в Японії. Маркетингові витрати теж мають значну частку бюджету, оскільки ефективна реклама та просування є важливим елементом успішного проекту.

Розрахунок витрат допомагає нам зрозуміти фінансовий обсяг проекту та планувати розподіл коштів для ефективної реалізації SPA-туру в Японії (табл 2. 17).

Таблиця 2.17

Розрахунок витрат на організацію та реалізацію проекту

Поставка	Вартість (\$)
Транспортні витрати	15,000
Проживання	10,000
Харчування	5,000
SPA-процедури	8,000
Екскурсії	7,000
Маркетингові витрати	6,000
Інші витрати	4,000
Загальна вартість	55,000

Джерело: Складено автором

Аналізуючи таблицю плану доходів, ми можемо зрозуміти, що вартість туру для клієнтів буде різною в залежності від групи туристів. Кількість туристів у кожній групі та вартість туру визначають загальний прибуток. Наприклад, вартість туру для групи 1 становить \$2,500 на особу, і при кількості туристів 20 людей загальний прибуток складає \$50,000 (табл. 2.18).

Таблиця 2.18

Вартість туру для клієнтів та розрахунок прибутку

Група туристів	Кількість туристів	Вартість туру (\$)	Загальний прибуток (\$)
Група 1	20	2,500	50,000
Група 2	15	2,800	42,000
Група 3	10	3,200	32,000
Група 4	25	2,300	57,500
Група 5	18	2,600	46,800
Загальний прибуток	-	-	228,300

Джерело: Складено автором

Загальний прибуток від усіх груп туристів складає \$228,300. Це є ключовим елементом доходу, який буде отриманий від туристів, які оберуть наш SPA-тур в Японію.

Крім того, ми розглядаємо можливості отримання фінансування з різних джерел. Партнерство з туристичними агентствами, фонди підтримки туризму та інші джерела фінансування можуть забезпечити додаткові кошти для проекту. Загальна сума фінансування становить \$90,000 (табл 2.19).

Таблиця 2.19

Можливості отримання фінансування

Джерело фінансування	Сума (\$)
Партнерство з туристичними агентствами	40,000
Фонди підтримки туризму	30,000
Інші джерела фінансування	20,000
Загальна сума фінансування	90,000

Джерело: Складено автором

Враховуючи дохід від туристів та можливості отримання фінансування, ми можемо оцінити загальний дохід проекту та зробити необхідні фінансові розрахунки для успішної реалізації нашого SPA-туру в Японії.

Розрахунок рентабельності туру включає визначення вартості туру для клієнтів та обчислення очікуваного прибутку від кожної групи туристів. Ось повний розрахунок з формулами та таблицею з цінами на усі складові туру (табл. 2. 20).

Таблиця 2.20

Ціни на складові туру

Складова	Ціна (у гривнях)
Проживання	3000
Харчування	1500
SPA-процедури	2000
Екскурсії	1000
Маркетингова націнка	500

Джерело: Складено автором

Нижче наведені формули, які ми використовуємо для розрахунку економічної рентабельності туру:

1. Чистий прибуток (NP) можна розрахувати, віднявши загальні витрати (C) від загального доходу (R) за формулою

$$NP = R - C, \quad (2.1)$$

де NP - чистий прибуток (Net Profit) - різниця між загальним доходом та загальними витратами.

R - загальний дохід (Revenue) - сума всіх доходів, отриманих від продажу турів.

C - загальні витрати (Costs) - сума всіх витрат, пов'язаних з організацією туру, включаючи витрати на перевезення, проживання, харчування, рекламу, комісії, заробітну плату та інші витрати.

2. Рентабельність продажу (ROS) відображає відношення прибутку до загального доходу розрахована за формулою:

$$ROS = \left(\frac{NP}{R} \right) * 100, \quad (2.2)$$

де ROS - Рентабельність продажу (Return on Sales) - відсоткове відношення чистого прибутку до загального доходу.

3. Рентабельність вкладеного капіталу (ROI) враховує прибуток у відношенні до капіталовкладень:

$$ROI = \left(\frac{NP}{\text{Капіталовкладення}} \right) * 100, \quad (2.3)$$

де ROI - рентабельність вкладеного капіталу (Return on Investment) - відсоткове відношення чистого прибутку до капіталовкладень, вкладених у

організацію туру.

Капіталовкладення - Сума грошових коштів або вартість активів, які були витрачені на створення та розвиток турфірми.

4. Рентабельність туру (ROT) враховує відношення прибутку до витрат:

$$ROT = \left(\frac{NP}{C} \right) * 100, \quad (2.4)$$

де ROT - рентабельність туру (Return on Tour) - відсоткове відношення чистого прибутку до загальних витрат на організацію туру.

Отже, загальна вартість туру для клієнтів складається з:

Вартість туру = Проживання + Харчування + SPA-процедури + Експерсії
+ Маркетинговий націнка

Вартість туру = 3000 + 1500 + 2000 + 1000 + 500 = 8000 гривень

2. Розрахунок прибутку від кожної групи туристів:

Припустимо, що ми очікуємо 50 учасників туру.

Загальні витрати на організацію туру (табл. 2.21):

Витрати = Транспортні витрати + Проживання + Харчування + SPA-процедури + Експерсії + Маркетингові витрати

Витрати = 1000 + 1500 + 800 + 1000 + 500 + 2000 = 5800 гривень

Прибуток від кожної групи туристів:

Прибуток = Кількість учасників * (Вартість туру - Витрати)

Прибуток = 50 * (8000 - 5800) = 110000 гривень

Таблиця 2.21

Витрати на організацію туру:

Складова	Витрати (у гривнях)
Транспортні витрати	1000
Проживання	1500
Харчування	800
SPA-процедури	1000
Екскурсії	500
Маркетингові витрати	2000

Джерело: Складено автором

3. Розрахунок рентабельності:

Рентабельність туру можна обчислити за допомогою наступної формули:

$$\text{Рентабельність} = (\text{Прибуток} - \text{Витрати}) / \text{Витрати} * 100$$

$$\text{Рентабельність} = (110000 - 5800) / 5800 * 100 = 1793.10\%$$

Отже, рентабельність даного туру становить 1793.10%.

Цей розрахунок дозволяє оцінити ефективність туру та показує, що він має потенціал для досягнення прибутку.

Ризики та стратегії мінімізації:

Для успішної реалізації нашого туру необхідно враховувати можливі ризики, які можуть вплинути на проект. Основні ризики, пов'язані з організацією туру включають зміни валютного курсу, погодні умови, зміни в політиці та безпеці.

1. Ризик зміни валютного курсу: Зміни валютного курсу можуть вплинути на вартість туру та фінансовий результат проекту. Для мінімізації цього ризику можна розглянути такі стратегії:

- Укладання контрактів з постачальниками та партнерами на фіксовані ціни валют, щоб уникнути коливань вартості послуг.
- Використання фінансових інструментів, таких як валютні опціони або

форвардні контракти, для захисту від негативних змін валютного курсу.

2. Ризик погодних умов: Погодні умови можуть вплинути на проведення планованих активностей та екскурсій, що може негативно позначитися на задоволенні клієнтів. Для мінімізації цього ризику можна розглянути такі стратегії:

- Ретельний моніторинг погодних умов перед початком туру та вжиття необхідних заходів безпеки або змін у програмі за потреби.
- Включення альтернативних активностей або екскурсій, які можуть бути проведені у разі негативних погодних умов.

3. Ризик змін в політиці та безпеці: Зміни в політичній ситуації або погіршення безпеки можуть вплинути на можливість проведення туру або безпеку учасників. Для мінімізації цього ризику можна розглянути такі стратегії:

- Ретельне вивчення політичної та безпекової ситуації в Японії перед запуском туру та підтримка постійного моніторингу під час проведення туру.
- Установлення контакту з місцевими владними органами та організаціями з метою отримання актуальної інформації та підтримки у разі непередбачених ситуацій.

4. Страхування від непередбачених ситуацій: Для мінімізації ризиків, пов'язаних з непередбаченими ситуаціями, можна укласти страховий поліс, який покриватиме витрати в разі скасування туру, медичного обслуговування або інших непередбачених подій. При виборі страхового партнера слід ретельно вивчити умови страхового поліса та забезпечити його відповідність потребам проекту.

Врахування та розробка стратегій мінімізації ризиків допоможе забезпечити безпечну та успішну реалізацію нашого SPA-туру в Японії.

ВИСНОВКИ

У даній випускній кваліфікаційній роботі проведено дослідження щодо розвитку та просування СПА-туризму в Японії на українському ринку з акцентом на відпочинковий туризм. Метою даної роботи є дослідження особливостей СПА-туризму та популяризація СПА-туризму в Україні. Для досягнення поставленої мети були розроблені та реалізовані наступні завдання: розглянути сутність та зміст СПА-туризму, проаналізувати український досвід у сфері СПА-туризму, розглянути специфіку СПА-туризму в Японії та порівняти його з Україною.

У результаті проведеного аналізу встановлено, що СПА-туризм є практичним напрямком відпочинкового туризму, який користується все більшою популярністю серед туристів. Завдяки унікальній культурі та природним ресурсам Японія є привабливим місцем для розвитку SPA-туризму. Проте Україна також має потенціал для розвитку цього виду туризму, і могла б використати деякі аспекти японського досвіду для його успішного впровадження.

Отримані результати дослідження є науковою новизною, оскільки вперше проведено аналіз SPA-туризму в Японії та його просування на ринку України. Робота має практичне значення, оскільки може бути використана в навчальному процесі для лекційно-семінарських та практичних занять.

Загалом, розроблення та просування SPA-туру територією Японії на ринку України має велике практичне значення, оскільки сприяє розвитку рекреаційного туризму в країні. SPA-тури можуть привернути увагу туристів, які прагнуть відпочити, відновити своє здоров'я та насолодитися ексклюзивними послугами в розкішних курортах. Японський досвід може бути використаний для створення інноваційних та унікальних SPA-програм українських курортів, що сприятиме залученню як внутрішніх, так і зарубіжних туристів.

Дослідження показало, що в Україні існує потенціал для розвитку SPA-

туризму. Країна має природні ресурси, такі як мінеральні джерела, лікувальні грязі та інші цінні природні компоненти, які можуть бути використані для створення SPA-курортів і санаторіїв. Крім того, українська культура та історичні пам'ятки можуть створювати унікальну атмосферу та додаткову цінність для SPA-туристів.

Для успішного просування SPA-туру на ринку України рекомендується використовувати ефективні стратегії маркетингу та реклами, залучати спеціалістів з досвідом в галузі SPA-туризму, проводити просвітницьку роботу серед потенційних клієнтів та партнерів. Важливо також підтримувати високий рівень обслуговування та створювати незабутні враження для гостей.

Отже, розробка SPA-туру територією Японії та його просування на ринку України є актуальним та перспективним напрямком розвитку туризму. Здійснення цього дослідження дало змогу оцінити потенціал SPA-туризму в Україні, вивчити японський досвід та визначити можливості його впровадження.

Продовження дослідження в цьому напрямку може сприяти подальшому розвитку SPA-туризму в Україні. Наприклад, можна провести більш детальний аналіз ринкових тенденцій та конкурентного середовища в сфері SPA-туризму, дослідити вплив міжнародних туристичних трендів на ринок України. Також, рекомендується провести дослідження попиту серед українських туристів на SPA-тури, їхніх уподобань та очікувань.

Одним із напрямків подальшого розвитку може бути співпраця з японськими партнерами, обмін досвідом та знаннями у галузі SPA-туризму. Також, варто розглянути можливості розширення мережі SPA-курортів в Україні та підвищення їхньої конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Загалом, розвиток SPA-туризму в Україні має перспективи, і його просування на ринку вимагає систематичних досліджень, маркетингових стратегій та підтримки з боку уряду та туристичної галузі. Інтеграція унікального японського досвіду та особливостей української культури може створити привабливі SPA-тури для туристів і сприяти розвитку туристичного сектора в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Всесвітня туристична організація. URL: <https://www.unwto.org/>
2. Державне агентство України з туризму та курортів. URL: <http://www.tourism.gov.ua/>
3. Єжов В.В. Спа-технології у відновлювальній медицині та курортології: стан та перспективи розвитку в Україні. / В.В. Єжов, О.А. Гоженко, С.Н. Бучинський, І.Ф. Душкін. URL: <http://sankurort.ua/uk/4/22/31/>
4. Ідеї для професіоналів СПА. URL: <http://www.spatrade.com>
5. Концепція розвитку санаторно-курортної галузі, схвалена розпорядженням КМУ від 23 квітня 2003 р. N 231-р. : URL: <http://www.uazakon.com/document/fpart95/idx95147.htm>
6. Мальська М.П. Туризм у міжнародному і національному вимірах. Історія і сучасність: Монографія / М.П. Мальська, М.Й. Рутинський, Н.М.Паньків. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. – 268 с.
7. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
8. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух – К.: ЦУЛ, 2004. – 272 с.
9. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 року N324/95-ВР. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
10. Міжнародна СПА Асоціація (International SPA Association). URL: <http://www.experienceispa.com/>
11. Редін В. Курорти як ринок лікування та відпочинку / В. Редін, І. Решетов, І. Ільчішина // Часопис соціально-економічної географії. Міжрегіональний збірник наукових праць. – 2009. – №6. – 117. URL: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Chseg/2009_6/Redin,Reshetov,Ilichishyna.pdf

12. Роїна О. М. Туристична діяльність в Україні: нормативно-правове регулювання / О.М. Роїна; 2-е вид., змін та доп. – К.: КНТ, 2006. – 464 с.
13. Томаневич Л. Вплив євроінтеграційних процесів на підвищення ефективності розвитку туризму в Україні / Л. Томаневич // Формування ринкової економіки в Україні. Наук. зб. - Спец. вип. - 13. Львів: Інтереко, 2004. – С.186-194.
14. Томаневич Л. Лікувально-оздоровчий туризм в Україні як об'єкт державного регулювання / Л. Томаневич // Наук. вісник Львівського юридичного інституту внутрішніх справ. – Серія економічна. Вип. 1. – 2005. – С.210-217.
15. Томаневич Л. Основні шляхи підвищення ефективності розвитку міжнародного туризму в Україні / Л. Томаневич // Формування ринкової економіки в Україні. Наук. зб. – Вип.6. – Львів: Інтереко, 2005. – С-53-57.
16. Томаневич Л. Про побудову організаційно-управлінської моделі в сфері туристично-рекреаційної діяльності в Україні / Л. Томаневич // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Чернівці: АНТ Лтд, 2005. - Вип. IV. Економічні науки. – Ч.1. – С. 221-231.
17. Дахно І.І. Країни світу: Енциклопедичний довідник / І.І. Дахно, С. М. Тимофієв. – К.: МАПА, 2005. – 600 с
18. Офіційний сайт термальних джерел Юнессан. URL: <https://www.yunessun.com/global/en/>
19. Сайт з резервування готелів. URL: https://www.booking.com/index.ru.html?aid=2311236;label=ru-ua-booking-desktop-aCivB8z8LRYcsfIaAnoxEALw_wcB
20. Забезпечення комплексного розвитку внутрішнього туризму в Україні: практичний аспект. URL: <https://knute.edu.ua/file/MjIxNw==/d85765ae9803fb570f50138eec1b9246.pdf>
21. Посібник із оздоровчого туризму: важливість, переваги та цілі та його вплив на сучасні подорожі (автор: доктор Прем Джаг'ясі та команда / 16 листопада 2022 р.)/ Guide to Wellness Tourism : Importance, Advantages and Objectives And Its Effect On Modern-Age Travel By Dr Prem Jagyasi and Team /

November 16, 2022. URL: <https://drprem.com/wellness/importance-and-advantages-of-wellness-tourism-and-its-effect-on-modern-age-travel/#origin>

22. Cultural and traditional aspects that become visible in Japanese Spa destinations By Dr Prem Jagyasi and Team (C) / November 29, 2014. URL: <https://drprem.com/wellness/cultural-traditional-aspects-become-visible-japanese-spa-destinations/>

23. Курортний туризм: тенденції та перспективи (Дженні Павлаку Панайотопулу)/ Spa Tourism: Trends and Prospects By Jenny Pavlakou Panagiotopoulou. URL: <https://www.magazine.medicaltourism.com/article/spa-tourism-trends-and-prospects>

24. Сайт з пошуку екскурсій в Японії. URL: <https://touristjourney.com/spa-wellness-guide-to-tokyo/>

25. Стаття на тему «8 найкращих онсенів у Японії для оздоровчого туризму» Малавіка Кумар 22 січня 2020 р./ 8 Of The Best Onsen In Japan For Wellness Tourism By Malavika Kumar January 22, 2020. URL: <https://travel.earth/best-onsen-in-japan-wellness/>

26. Стаття на тему «Чи є Японія наступним оздоровчим напрямком у світі?» Джессіка Монтеваго / 23 серпня 2019 р. URL: <https://www.travelmarketreport.com/articles/Is-Japan-the-Worlds-Next-Wellness-Destination>

27. Найбільша у світі та найнадійніша база даних маркетингових досліджень. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/wellness-tourism-market>

28. Сайт ботанічного саду в Хаконе. <https://hakone-shisseikaen.com/>

29. Сайт з бронювання місцевих потягів в Японії. <https://rail.ninja/>

30. Сайт з бронювання авіабілетів. <https://www.skyscanner.com.ua/routes/waw/jp/warsaw-chopin-to-japan.html>

ДОДАТКИ

Додаток А

Квитки на літак в обидві сторони

	22:50	12 год. 40 хв.	18:30 ⁺¹	Пропозицій: 4 від 49 998 грн. Загалом 99 996 грн.
	WAW	Прямий рейс	NRT	
	22:35	14 год. 35 хв.	06:10 ⁺¹	Вибрати >
	NRT	Прямий рейс	WAW	

Квитки на автобус в обидві сторони

06:00	16:20 год.	21:20	1 299.⁰⁰ грн на особу
Київ (Центральний автовокзал)		Варшава (Автаостанція "Варшава-Заходня")	
Автобус	Прямий		НАЙНИЖЧА ЦІНА Продовжити >
FlixBus ⓘ	07:40	13:50 год.	22:30
Варшава (Автаостанція "Варшава-Заходня")		Київ (Автаостанція "Київ")	1 099.⁰⁰ грн на особу
Автобус	Прямий		Продовжити >

Квитки на місцеві електрички в Японії

16:00	2h15m	18:15	BULLET TRAIN	from \$152	Select Seats
Tokyo Station		Kyoto Station	Train #NOZOMI 237 Nozomi	2 passengers - \$304	
09:10	2h59m	12:09	BULLET TRAIN	from \$134	Select Seats
Kyoto Station		Odawara Station	Train #KODAMA 712 Kodama	2 passengers - \$268	
09:14	34m	09:48	BULLET TRAIN	from \$39	Select Seats
Odawara Station		Tokyo Station	Train #KODAMA 822 Kodama	2 passengers - \$78	

Джерело: Складено автором за даними [29], [30]

Додаток Б

Головний готель для резервування



Сніданок включено

Hotel Famy Inn Kinshicho ★★★

Суміда, Токіо [Показати на карті](#) 7,6 км від центру [Поряд з метро](#)

Двомісний номер із невеликим двоспальним ліжком - Для некурців
1 односпальне ліжко


Сніданок включено
БЕЗКОШТОВНЕ скасування бронювання!
Без передоплати – сплачуєте в помешканні

Добре **7,3**
194 відгуки

1 ніч, 2 дорослих
UAH 2 497
Може стягуватися додаткова плата

[Показати наявні місця](#)

Можливі готелі для резервування в подорожі



Kadensho, Arashiyama Onsen, Kyoto - Kyoritsu Resort ★★★★★ [Genius](#)

Fushimi Ward, Kioto [Показати на карті](#) 9,1 км від центру

Двомісний номер Делюкс
1 двоспальне ліжко

Сніданок включено

Добре **7,9**
49 відгуки

2 ночі, 2 дорослих
~~UAH 30 760~~
UAH 34 116 ⓘ
+UAH 158 податків та зборів

[Показати наявні місця](#)



Сніданок і вечерю включено

Gora Kadan ★★★★★

Gora Onsen, Хаконе [Показати на карті](#) 5,1 км від центру

  Рівень 1 у програмі "Стикий туризм"

Люкс Yatabiki або Suzuran у японському стилі з кипарисовою ванною

1 окремих люкс • 1 спальня • 1 вітальня • 1 ванна кімната • 60m²
4 футони

Сніданок і вечерю включено
БЕЗКОШТОВНЕ скасування бронювання!
Ви зможете скасувати бронювання пізніше, тож зафіксуйте сьогодні відмінну ціну.
На нашому сайті залишилися всього 3 варіанти за такою ціною

Чудово **9,3**
96 відгуків

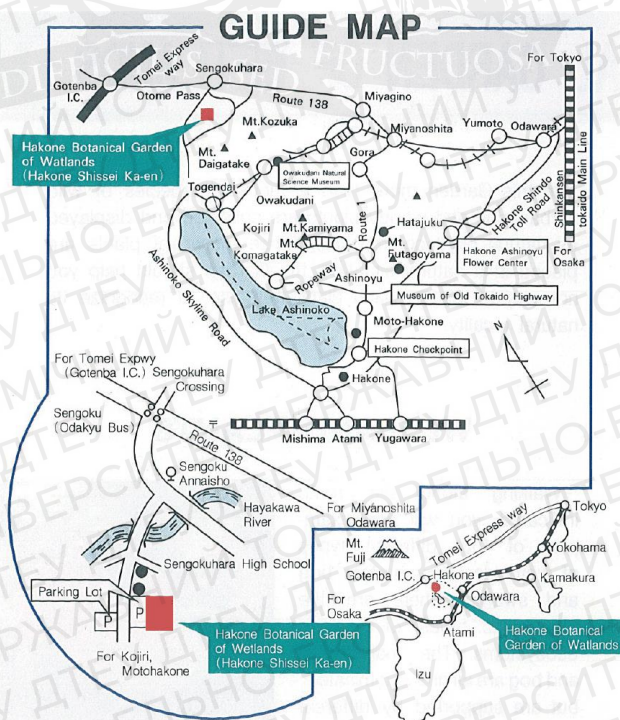
Розташування 9,4

3 ночі, 2 дорослих
UAH 149 817
Включає податки та збори

[Показати наявні місця](#)

Джерело: Складено автором за даними [19]

Схематичні карти ботанічного саду Hakone Botanical Garden of Wetlands



Джерело: Складено автором за даними [28]

Схематична карта оздоровчого комплексу Юнессан



Рекомендації щодо відвідування термального комплексу Юнессан


How to enjoy onsen
Kindly observe the following rules in the Mori no Yu area.

	Please wash your body before entering the bath		Please dry your body before entering the dressing room
	Please do not bring any drinks or foods		No Tattoos
	Please do not speak in a loud voice		Please do not bring towels into baths
	Please do not bring any mobile phones or cameras		Please do not wear a swimsuit in the Mori no Yu area

Джерело: Складено автором за даними [18]