

УДК 338.48-5(520)

Дубровін Є.Р.¹, Зацепіна Н.О.²

¹ студент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ В ЯПОНІЇ

Японія є однією з найбільш динамічних та найпривабливіших туристичних країн Азії, яка поєднує високий рівень технологічного розвитку з унікальною культурною спадщиною. Завдяки гармонійному поєднанню давніх традицій, передових технологій і природної краси країна щорічно приваблює мільйони туристів з усього світу. Туристи приїжджають сюди заради краси природи, фестивалів, гастрономії та гармонії традицій і інновацій. Сучасні тенденції світового туризму акцентують увагу на індивідуалізованих, сталих і культурно насичених турах, що робить Японію ідеальною платформою для створення конкурентного туристичного продукту.

Туризм відіграє важливу роль у національній економіці Японії, особливо в культурних, гірських та приморських регіонах. Природна привабливість країни представлена мальовничими горами (Фудзіяма, Японські Альпи), термальними джерелами, національними парками, островами, лісами з кленами та сакурами. Японський туризм є цілорічним: весною – цвітіння сакури (Ханамі в Кіото та Токіо), літом – фестивалі й альпінізм (гора Фудзі), восени – листопадне «момідзі», взимку – гірськолижні курорти Нагано, Хоккайдо, Саппоро (Ткаченко, 2020). Міжнародна інфраструктура країни має високий рівень сервісу (від капсульних готелів до рюканів і п'ятизіркових брендів), розвинена транспортна мережа (Shinkansen, внутрішні перельоти, зрозуміла навігація для іноземців).

В Японії відбувається активна державна підтримка туризму – Японська туристична організація (JNTO) проводить міжнародні кампанії, спрощує візові вимоги, розвиває регіональні туристичні зони (Марценюк, 2022). Сучасні підходи до формування туристичних продуктів у Японії характеризуються комплексністю, стратегічною спрямованістю та акцентом на диверсифікацію,

унікальний досвід та стійкість. Японія активно відходить від традиційної концепції «Золотого маршруту» (Токіо-Кіото-Осака), прагнучи максимально розкрити різноманітність своїх регіонів та запропонувати туристам глибоке занурення у культуру та природу країни. Туристичні продукти в Японії формуються на основі інтеграції культурної спадщини, сезонності та інновацій. Основними принципами розвитку туризму в Японії є:

- індивідуалізація послуг – tailor-made маршрути враховують гастрономічні смаки, інтерес до аніме, паломництва (Кумано Кодо), онсени, рівень комфорту та персонального гіда (Ковальчук, 2021);
- сезонна адаптація – тури строго прив'язані до сезонних подій — сакура, фестивалі, клени, сніг. Це забезпечує безперервне навантаження туристичної інфраструктури (Ткаченко, 2020);
- екоорієнтованість – популяризація «зелених» маршрутів у рамках концепції сталого розвитку Satoyama, мінімізація пластикових відходів, збереження природи через сільський туризм (Марценюк, 2022);
- інноваційність – використання AR/VR у музеях, роботизовані готелі, мобільні додатки з перекладом, smart-туризм у містах;
- співпраця з громадами – проєкти «Stay Japan» передбачають проживання в місцевих родинях із залученням до побуту – це створює автентичність і підтримує села.

Вихід за рамки «Золотого маршруту» відбувається завдяки тому, що уряд та регіональна влада активно просувають менш відомі префектури, пропонуючи унікальні маршрути, що охоплюють Хоккайдо, Сікоку, Кюсю, Окінаву та інші регіони з їхньою самобутньою історією, природою та гастрономією. Метою є рівномірний розподіл туристичного потоку та стимулювання економіки всієї країни. Створення тематичних туристичних зон, наприклад для любителів зимових видів спорту, паломництва (Кумано Кодо), історичного туризму (самурайські села), онсенів і т.п. Робиться акцент на унікальному досвіді та глибокому зануренні (Experiential Tourism):

- культурні майстер-класи – пропозиція участі у традиційних чайних

церемоніях, уроках каліграфії, мистецтві орігамі, приготуванні суші, носінні кімоно;

- сільський та екотуризм – розвиток агротуризму (відвідування ферм, участь у збиранні врожаю), трекінг, каякінг, спостереження за дикою природою у національних парках;

- духовний туризм – маршрути храмами, святилищами, медитативними практиками.

Не менш важливою особливістю формування туристичних продуктів у Японії є розвиток нішевих сегментів туризму:

- гастрономічний туризм – від вишуканих ресторанів високої кухні (чисельні зірки Мішлен) до вуличної їжі, тематичні тури з виробництва саке, віскі, відвідування рибних ринків;

- оздоровчий та велнес-туризм – численні онсени (гарячі джерела), спа-процедури, традиційна японська медицина.

- Манга та Аніме туризм – залучення шанувальників японської поп-культури через тематичні магазини, музеї, фестивалі та місця, пов'язані з відомими творами;

- пригодницький туризм – дайвінг, гірські походи, велотуризм;

- розкішний туризм – пропозиція ексклюзивних реканів, приватних екскурсій, індивідуальних трансферів та висококласного сервісу.

Стійкість та відповідальний підхід (Sustainable and Responsible Tourism) до розвитку туризму проявляється у боротьбі з овертуризмом. Впроваджуються заходи з управління потоками туристів, особливо в популярних місцях, таких як Кіото. Підтримуються місцеві спільноти за рахунок створення продуктів, які приносять пряму вигоду місцевим жителям, зберігають культурну спадщину та мінімізують негативний вплив на навколишнє середовище. Впроваджуються екологічні ініціативи шляхом розвитку «зелених» маршрутів та просування дбайливого ставлення до природи.

При формуванні туристичних продуктів активно використовуються сучасні технології. Серед них цифрові гіді та програми – мультимовні

програми для навігації, бронювання, надання інформації про пам'ятки. Підвищується доступність та інклюзивність туристичного продукту. Так, багатомовна підтримка впливає на поліпшення інформаційних матеріалів, показників та послуг іноземними мовами. Безбар'єрне середовище впливає на адаптацію інфраструктури для людей з обмеженими можливостями. Пристосування до різних дієтичних та релігійних потреб впливає на збільшення пропозицій різноманітної їжі.

У результаті, сучасне формування туристичних послуг у Японії – це стратегічний процес, спрямований створення високоякісного, багатогранного і індивідуалізованого досвіду. Мета полягає не тільки у збільшенні кількості відвідувачів, а й у підвищенні якості їх перебування, розподілі туристичного потоку по всій країні, підтримці сталого розвитку та зміцненні іміджу Японії як гостинної країни з багатою культурною спадщиною та інноваційним підходом. Японія прагне позиціонувати себе не просто як туристичний напрямок, а як джерело унікальних та незабутніх вражень для кожного мандрівника.

Список використаних джерел:

1. Japan National Tourism Organization. (n.d.). Official tourism website of Japan. URL : <https://www.japan.travel/en/>. (дата звернення: 20.10.2025).
2. Nippon.com. (n.d.). The Culture of Japanese Onsen. URL : <https://www.nippon.com/en/features/jg00090>. (дата звернення: 20.10.2025).
3. ResearchGate. (n.d.). Smart Tourism in ASEAN : Leveraging Technology for Sustainable Development and Enhanced Visitor Experiences. URL : https://www.researchgate.net/publication/383133029_Smart_Tourism_in_ASEAN. (дата звернення: 20.10.2025).
4. Stefanyshyn, D. Yaponski smart-destynatsii [Japanese smart destinations]. URL : https://geography.tourlib.net/statti_ukr/stefanyshyn.htm (In Ukrainian). (дата звернення: 20.10.2025).