

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет міжнародного туризму та економіки
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної (дипломної) роботи
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему

РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЛИТВИ ЯК ЧИННИК ТУРИСТИЧНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ

Виконала: студентка 4 курсу, групи МТЕ-129
Спеціальність: 242 Туризм
Освітня програма: Туризмознавство
МАСЛОВЕЦЬ Дар'я Сергіївна
Керівник: к.е.н., доцент МАМОТЕНКО Д.Ю.
Рецензент: к.е.н., доцент ПОПОВА В.Д.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет «Запорізька політехніка»

Інститут, факультет Міжнародного туризму та економіки

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 242 Туризм

(шифр і назва)

Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство

(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ТГРБ

Валентина ЗАЙЦЕВА

«___» _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (ДИПЛОМНУ) РОБОТУ СТУДЕНТКИ

МАСЛОВЕЦЬ Дар'ї Сергіївни

1. Тема роботи (проекту) РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЛИТВИ ЯК ЧИННИК ТУРИСТИЧНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ

керівник роботи (проекту) МАМОТЕНКО Д.Ю., к.е.н., доцент

затвердженні наказом вищого навчального закладу від 09 грудня 2022 року № 426/1

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 23.05.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні навчальні посібники, підручники, статті наукових видань, Інтернет-джерела, матеріали міжнародних науково-практичних конференцій, монографії, статистичні дані Служби статистики Литви

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретичні основи туристичної пропозиції та чинники її формування. 2. Дослідження ресурсного потенціалу та економічного значення туристичної галузі Литви. 3. Перспективи розвитку туристичної пропозиції Литви на сучасному етапі.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Графічний матеріал кваліфікаційної (дипломної) роботи складас: 3 таблиці, 2 рисунка.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	МАМОТЕНКО Д.Ю., доцент каф. ТГРБ	31.01.2023	31.03.2023
2	МАМОТЕНКО Д.Ю., доцент каф. ТГРБ	31.01.2023	14.04.2023
3	МАМОТЕНКО Д.Ю., доцент каф. ТГРБ	31.01.2023	28.04.2023
Нормо контроль	ГУРОВА Д.Д., доцент каф. ТГРБ	31.01.2023	10.05.2023

7. Дата видачі завдання 31 січня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	31.01.2023	виконано
2	Вивчення літературних джерел	01.02-15.02.2023	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	16.02-28.02.2023	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.03-15.03.2023	виконано
5	Виконання першого розділу	31.03.2023	виконано
6	Виконання другого розділу	14.04.2023	виконано
7	Виконання третього розділу	28.04.2023	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	03.05.2023	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	10.05.2023	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	12.05.2023	виконано
11	Перевірка роботи керівником	15.05.2023	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	16.05.2023	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	17.05.-19.05.2023	виконано
14	Подання роботи на кафедру	23.05.2023	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	30.05.-02.07.2023	виконано

Студент

_____ (підпис)

Дар'я МАСЛОВЕЦЬ
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Дар'я МАМОТЕНКО
(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є дослідження впливу ресурсного потенціалу Литви на формування туристичної пропозиції країни. Виходячи з поставленої мети, доцільно виконати такі **завдання**: розглянути теоретичні основи туристичної пропозиції та чинники її формування; провести аналіз ресурсного потенціалу, економічного значення та конкурентоспроможності туристичної галузі Литви; запропонувати рекомендації для подальшого розвитку туризму в Литві, використовуючи ресурсний потенціал країни.

Об'єктом дослідження є ресурсний потенціал Литви.

Предметом дослідження є вплив ресурсного потенціалу Литви на формування туристичної пропозиції країни.

Методи дослідження: огляд літератури та контент-аналіз; статистичний аналіз; методи системного та порівняльного аналізу; графоаналітичний метод; метод наукової абстракції, опитування туристів, експертні оцінки, порівняльний аналіз з іншими країнами.

Інформаційну базу дослідження становлять статистичні дані Всесвітньої туристичної організації, служби статистики Литви, міжнародних економічних організацій, державні стандарти та норми, монографії, наукові публікації, Інтернет-ресурси, власні дослідження автора.

Практичне значення результатів полягає в отриманні глибокого розуміння впливу ресурсного потенціалу Литви на туристичну пропозицію країни, що може служити основою для прийняття рішень щодо розвитку туризму та підвищення конкурентоспроможності Литви на світовому туристичному ринку. Також отримані результати можуть бути використані для розробки нових туристичних продуктів для залучення відвідувачів з усього світу. Також матеріали кваліфікаційної роботи можна використовувати при викладанні дисциплін «Туристичне країнознавство» та «Міжнародний туризм».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні

результати дослідження доповідалися й обговорювалися на Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, 2022 р.) за результатами яких опубліковано тези доповідей.

Структура. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (37 найменувань), чотирьох додатків.

Обсяг. Загальний обсяг роботи становить 68 сторінок комп'ютерного тексту (2,7 авт. арк.), основний зміст роботи викладено на 59 сторінках (2,3 авт. арк.).

Графічний матеріал. Робота містить 3 таблиці та 2 рисунка.

АНОТАЦІЯ

Масловець Д. Ресурсний потенціал Литви як чинник туристичної пропозиції. – Кваліфікаційна (дипломна) робота.

У роботі розглянуто теоретичні основи туристичної пропозиції та чинники її формування; проведено аналіз ресурсного потенціалу, економічного значення та конкурентоспроможності туристичної галузі Литви. Названо й проаналізовано найважливіші туристичні центри країни такі як: Вільнюс, Тракай, Каунас, Шяуляй, Клайпеда, Друскінінкай. Запропоновано рекомендації для подальшого розвитку туризму в Литві, використовуючи ресурсний потенціал країни.

Ключові слова: туризм, ресурсний потенціал, туристична пропозиція, чинники, Литва, туристичний центр, перспективи розвитку.

ANNOTATION

Maslovets D. The Resource Potential of Lithuania as the Factor in Tourism Offer. – Qualification (thesis) work.

The paper considers the theoretical foundations of the tourist offer and the factors of its formation; analyzes the resource potential, economic significance and competitiveness of the Lithuanian tourism industry. The most important tourist centers of the country such as Vilnius, Trakai, Kaunas, Siauliai, Klaipeda, Druskininkai are named and analyzed. Recommendations for further development of tourism in Lithuania, using the country's resource potential, are proposed.

Keywords: tourism, resource potential, tourist offer, factors, Lithuania, tourist center, development prospects.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

див. — дивись

дод. — додаток

ЗМІ — засоби масової інформації

ін. — інше

кіл-ть — кількість

км— кілометр

м — метр

м. — місто

млн. — мільйон

млрд. — мільярд

р., рр. — рік, роки

рис. — рисунок

ст. — століття

т.д. — так далі

т.п. — тому подібне

т.ч. — тому числі

табл. — таблиця

тис. — тисяча

у т. ч. — у тому числі

TTDI — індекс розвитку туристичної галузі Travel&Tourism Development

Index

°C — градус за Цельсієм

% — відсоток

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ ТА ЧИННИКИ ЇЇ ФОРМУВАННЯ	12
1.1. Поняття туристична пропозиція та її компоненти	12
1.2. Ресурсного потенціалу країни як чинник туристичної пропозиції	18
1.3. Історія розвитку регіонального туризму у Литві	21
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА ЕКОНОМІЧНОГО ЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЛИТВИ	27
2.1. Характеристика ресурсного потенціалу Литви	27
2.2. Аналіз стану туристичної галузі Литви та її конкурентоспроможність на світовому ринку	37
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ ЛИТВИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	48
ВИСНОВКИ	57
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	60
ДОДАТКИ	64
Додаток А	65
Додаток Б	66
Додаток В	67
Додаток Г	68

ВСТУП

Актуальність дослідження. Останнім часом багато регіонів Східної Європи при створенні стратегій регіонального розвитку приділяють особливу увагу процесам, пов'язаним із розвитком міжнародного туризму. Туризм, будучи пріоритетом у стратегіях регіонального розвитку, вплинув і на прикордонне співробітництво, що саме собою вже виправдовує зусилля щодо його розвитку у Європі, а й у інших регіонах світу. На розвиток міжнародного туризму впливають загальні процеси світової глобалізації. Туризм, активно сприяючи європейській інтеграції, став одним із найважливіших пріоритетів для Литви. Ця країна розташована на перехресті міжрегіональних контактів, через її територію проходять транспортні шляхи, що дозволяє розвивати міжнародний туризм.

За останні роки в Литві було створено певні соціально-економічні передумови, і вона вже представила себе на ринку міжнародного туризму як країну зі своїм особливим туристичним продуктом. Литва зрозуміла необхідність збереження та турботи про свої природні, історичні та культурні пам'ятки. Ресурсний потенціал має значення для розвитку туризму. Балтійське море, чисті пляжі, бальнеологічні курорти, незаймана природа, велика кількість річок, озер, природоохоронних об'єктів у поєднанні з відмінною туристичною інфраструктурою та багатою культурно-історичною спадщиною створюють у Литві сприятливі передумови для розвитку курортно-пляжного, лікувально-оздоровчого, екологічного, сільського, культурно-пізнавального туризму.

Серед пріоритетних напрямів виділяються діловий, медичний, гастрономічний, релігійний, розважальний та інші види туризму. Тому перспективи подальших досліджень пов'язані з вивченням й аналізом упровадження національної програми розвитку туризму в країні.

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є дослідження впливу ресурсного потенціалу Литви на формування туристичної пропозиції країни.

Для досягнення поставленої мети були сформульовані наступні завдання:

- розглянуті теоретичні основи туристичної пропозиції та чинники її формування;
- проведено аналіз ресурсного потенціалу, економічного значення та конкурентоспроможності туристичної галузі Литви;
- запропоновано рекомендації для подальшого розвитку туризму в Литві, використовуючи ресурсний потенціал країни.

Об'єктом дослідження є ресурсний потенціал Литви.

Предметом дослідження є вплив ресурсного потенціалу Литви на формування туристичної пропозиції країни.

Методи дослідження: огляд літератури та контент-аналіз; статистичний аналіз; методи системного та порівняльного аналізу; графоаналітичний метод; метод наукової абстракції, опитування туристів, експертні оцінки, порівняльний аналіз з іншими країнами.

Інформаційну базу дослідження становлять статистичні дані Всесвітньої туристичної організації, служби статистики Литви, міжнародних економічних організацій, державні стандарти та норми, монографії, наукові публікації, Інтернет-ресурси, власні дослідження автора.

Практичне значення результатів полягає в отриманні глибокого розуміння впливу ресурсного потенціалу Литви на туристичну пропозицію країни, що може служити основою для прийняття рішень щодо розвитку туризму та підвищення конкурентоспроможності Литви на світовому туристичному ринку. Також отримані результати можуть бути використані для розробки нових туристичних продуктів для залучення відвідувачів з усього світу. Також матеріали кваліфікаційної роботи можна використовувати при викладанні дисциплін «Туристичне країнознавство» та «Міжнародний туризм».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати дослідження доповідалися й обговорювалися на Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, 2022 р.) за результатами яких опубліковано тези доповідей [37].

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (37 найменувань), чотирьох додатків. Загальний обсяг роботи становить 68 сторінки комп'ютерного тексту (2,7 авт. арк.), основний зміст роботи викладено на 59 сторінках (2,3 авт. арк.). Графічний матеріал. Робота містить 3 таблиці та 2 рисунка.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ ТА ЧИННИКИ ЇЇ ФОРМУВАННЯ

1.1. Поняття туристична пропозиція та її компоненти.

Туристична пропозиція у загальному вигляді є об'єктом туризму. Це означає, що до туристичної пропозиції належить усе, що може бути використано для задоволення туристичного попиту: готелі, ресторани, заклади розважального характеру, клімат, ландшафт тощо. Таким чином, туристична пропозиція охоплює різні елементи, які з метою оптимізації управління необхідно систематизувати [2].

Туристська пропозиція – це сукупність послуг та продуктів, які подаються на розгляд клієнта, який бажає здійснити туристичну подорож [16].

Об'єктом туристичної пропозиції є споживач – турист. Тому при плануванні та розробці пакету послуг необхідно виявити реальні потреби туриста та орієнтувати пропозицію на ці потреби.

Туристська пропозиція має бути достовірною і правдивою, тому що згодом при здійсненні подорожі турист неодмінно зіставлятиме побачене ним у турагенстві і існуюче в реальності. Ступінь відповідності рекламованого та реального має бути максимальною, оскільки інше розчарує туриста.

Договір надання туристської послуги є невід'ємною частиною туристичної пропозиції. Тут обумовлюються всі основні умови купівлі туристської подорожі – обсяг послуг, вартість, терміни, відповідальність сторін, гарантії безпеки, страхування туриста тощо.

Туристська пропозиція – це реальна готовність і можливість турфірм зробити і поставити на ринок певну кількість туристичних продуктів. Пропозиція туристського продукту залежить від наступних факторів:

- кількість туристських постачальників;
- кількість туристських фірм на ринку;
- рівень ефективності виробництва туристських товарів та послуг;

– рівень системи оподаткування; - оцінки перспектив попиту та майбутні доходи [6].

В економічній літературі пропозиція визначається як «прийняте відношення між кількістю благ, яку виробники можуть запропонувати у певному часовому періоді, та ціною, за умови, що інші процеси і явища на туристичному ринку не змінюються». Цю категорію можна трактувати як кількість запропонованих благ на продаж у визначеному часі за певного рівня цін.

Туристична пропозиція є складеним поняттям. У вузькому значенні вона означає обсяг благ і послуг, запропонований туристам для купівлі; у широкому – сукупність дій суб'єктів господарювання, які провадять діяльність щодо задоволення попиту туристів.

Основними детермінантами пропозиції є:

- доступність виробничих чинників (праці, капіталу, сучасних технологій, організації тощо);
- зміни продуктивності, які зумовлені зміною методів управління;
- зміна ефективності виробництва інших благ і послуг.

Дія наведених ознак, як правило, коригується політикою держави. На пропозицію мають вплив:

- суспільно-політична система держави;
- політична стабільність;
- безперешкодне переміщення;
- валютний курс, кредитна та податкова політика;
- розвиток інфраструктури.

Ураховуючи складеність і комплексність туристичного продукту, багато авторів поділяє пропозицію на первинну та вторинну. До первинної пропозиції входить пропонування природних і культурних благ (інколи також вигоди, які пов'язані з інфраструктурою певної території), натомість до вторинної – всілякого роду блага і послуги, без яких природні й культурні розваги залишилися б невикористаними, навіть недоступними [14].

Інакше цю проблему розглядає В. Гаворецький, поділяючи «туристичну галузь на первинну, яка займається безпосереднім обслуговуванням подорожуючих, і вторинну, яка розвивається у результаті туристичного руху, але типових туристичних послуг не падає».

Тенденція до трактування окремих груп виробників туристичного продукту у «промислових» категоріях особливо характерна для США. Це пов'язано зі стрімким розвитком туризму, що супроводжує високий рівень концентрації капіталу. Оскільки окремі сегменти ринку, як пише Д. Ховелл, вже не є «хаотичністю підприємств, а сферою діяльності бізнесових організованих груп або корпорацій, які виробляють продукт, який приносить їм мільярдні прибутки, їх потрібно відносити до індустріальних» [9].

Різноманітні погляди щодо предметного та інституційного підходу до пропозиції засвідчують, що її можна розглядати у широкому та вузькому розумінні цього слова. Пропозиція у вузькому значенні – це сукупність благ і послуг, які виробники падають за визначеною ціною туристам, у ширшому – це сукупність дій усіх суб'єктів, діяльність яких спрямована для задоволення попиту туристів.

Низка причин зумовлює те, що детермінанти пропозиції на туристичному ринку впливають дещо інакше, ніж на інших ринках. На ринках матеріальних благ збільшення доходів і цін спричиняє зростання пропозиції, водночас місткість курортів чи пропускна здатність музеїв, парків та інших подібних атракцій, які притягують туристів, є величиною відносно сталою.

Розглядаючи цю проблему, потрібно насамперед враховувати чинник часу, тому що у тривалих, а навіть у середніх термінах ресурси деяких туристичних благ, будучи витвором людської творчості, можуть збільшуватися (наприклад, музеї, виставки господарських досягнень, новітні будівлі) [15].

Специфічними також є можливості й наслідки маневрування пропозицією за умов зниження попиту. Таке зниження може настати під впливом низьких доходів населення, девальвації валюти країни, яка є метою подорожі, чи виникнення інших обставин, несприятливих для подорожування. Якщо попит

знижується, туристична пропозиція зменшиться у таких самих обсягах, а найчастіше взагалі не може змінитися. Можливості пропозиції у той час залишаються просто не використаними. Це впливає з того, що неможливо виробляти послуги на запас.

При цьому необхідно зазначити, що зниження цін при тимчасовому спаді попиту трактується шкідливим заходом на майбутнє. В елітарному туризмі сталість високих цін є чинником, який активізує попит. Так, наприклад, власники деяких готелів, розташованих на багатому узбережжі Флориди чи Французької Рив'єри, наголошують, що жоден інший готель не декларує таких високих цін. У рекламованих об'єктах ніколи не знижують цін, сподіваючись на дію ефекту Веблена (висока ціна продукту провокує попит). Ефект Веблена, відомий ще як «ефект снобізму», властивий одиничному споживанню, що засвідчують високі доходи споживачів і належність до визначеної суспільної категорії [2].

Туристична пропозиція – це сукупність продуктів, послуг, досвіду та можливостей, які країна, регіон або конкретний туристичний об'єкт пропонують туристам.

Вона включає всі аспекти, які приваблюють туристів і надають їм мотивацію обрати саме це місце для своєї подорожі.

Туристичну пропозицію можна сформулювати як поєднання пропозиції первинної та вторинної.

До первинної пропозиції належать природні блага (натуральні туристичні цінності), суспільно-культурні цінності (пам'ятки архітектури, народні традиції, мова, гостинність, досягнення технічної думки) і загальна інфраструктура (транспорт, комунальне господарство тощо).

Натомість до вторинної пропозиції належать підприємства та інституції туристичної інфраструктури (заклади розміщення, харчування, відпочинкові та спортивні об'єкти, туристичне посередництво та організація подорожі), які становлять підґрунтя матеріально-організаційних засад надання туристичних послуг (див. рис. 1.1).



Рис. 1.1 – Компоненти туристичної пропозиції

Туристична пропозиція може включати такі компоненти:

1. Природні ресурси: це можуть бути географічні особливості, які приваблюють туристів, такі як гори, пляжі, річки, озера, пустелі, парки і заповідники.

2. Культурна спадщина: це включає історичні пам'ятки, музеї, архітектурні споруди, національні парки, народні фестивалі, традиції та звичаї. Ці елементи можуть привертати туристів, які цікавляться культурою, мистецтвом і історією.

3. Рекреаційні можливості: це можуть бути спортивні види відпочинку, активний туризм, екотуризм, водні види спорту, гірськолижні курорти, гольф, риболовля та інші форми активного відпочинку.

4. Гастрономічна привабливість: місцева кухня та кулінарні традиції можуть бути важливим чинником для багатьох туристів. Країни з унікальною кухнею можуть привертати гурманів і любителів нових смаків.

5. Інфраструктура та послуги: це включає готелі, ресторани, транспортні засоби, екскурсійні компанії, туристичні атракції, магазини, сувенірні ринки та інші послуги, які забезпечують комфортний та зручний перебування туристів. Якісна інфраструктура, така як добре розвинута мережа готелів різних категорій, ресторанів з місцевою та міжнародною кухнею, зручний транспортний доступ і мовна підтримка для туристів, можуть позитивно

впливати на туристичну пропозицію країни.

6. Події та розваги: це можуть бути міжнародні фестивалі, культурні заходи, концерти, спортивні події та інші розважальні програми, які привертають туристів і створюють особливу атмосферу.

7. Соціальна та політична стабільність: стабільне політичне та соціальне середовище в країні є важливим фактором для привабливості туристичної пропозиції. Туристи шукають безпеку та комфорт під час своїх подорожей, тому стабільність і безпека є вирішальними аспектами.

8. Маркетингова стратегія: ефективна маркетингова стратегія та промоція туристичних можливостей країни є важливими для привертання туристів. Рекламні кампанії, веб-сайти, соціальні медіа, туристичні пакети та інші маркетингові інструменти допомагають привернути увагу та зацікавленість туристів.

Чинники формування туристичної пропозиції [4]:

1) Ціни на ресурси. Як ми знаємо, існує найтісніший зв'язок між витратами, виробництвом і пропозицією. Крива пропозиції фірми ґрунтується на витратах виробництва; за додаткові одиниці продукту фірма повинна установити більш високі ціни, оскільки виробництво цих додаткових одиниць вимагає великих витрат.

2) Рівень технології. Удосконалення технології означає, що відкриття нових знань дозволяє більш ефективно зробити одиницю продукції, тобто з меншою витратою ресурсів. При даних цінах на ресурси знизяться виробничі витрати і збільшиться пропозиція.

3) Податки і субсидії. Підприємства розглядають більшість податків як витрати виробництва. Тому підвищення податків, скажемо, на продажу або на власність збільшує витрати виробництва і скорочує пропозиція.

4) Ціни на інші товари. Зміна цін на інші товари також здатні змістити криву пропозиції продукту.

5) Очікування. Очікування зміни ціни продукту в майбутньому також може вплинути на бажання виробника поставляти продукт на ринок у цей час.

б) Кількість виробників. При даному обсязі виробництва кожної фірми, чим більше число виробників, тим більше ринкова пропозиція. І відповідно менша ціна на пропонований товар. І навпаки якщо кількість виробників у галузі зменшується, відповідно пропозиція знижується, що спричиняє за собою підвищення ціни на товар.

Туристична пропозиція є унікальною для кожної країни або регіону і може базуватися на їхніх унікальних ресурсах, культурних особливостях, природних чудесах та гостинності місцевих жителів. Відповідно до потреб і бажань туристів, країни розробляють та підтримують свою туристичну пропозицію, щоб забезпечити незабутні туристичні враження та задоволення для своїх відвідувачів. Розуміння ресурсного потенціалу країни та ефективне використання його в рамках туристичної пропозиції може сприяти залученню більшої кількості туристів, розвитку туристичного сектору та економіки в цілому [2].

Однак важливо також забезпечити сталість та екологічну збалансованість туристичної пропозиції, щоб зберегти природні та культурні ресурси на майбутні покоління та забезпечити стале розв'язок туризму. Співпраця з місцевими спільнотами, розробка екологічно-орієнтованих програм та врахування соціокультурних аспектів можуть допомогти зберегти унікальність туристичної пропозиції та забезпечити позитивний вплив туризму на місцеве населення та навколишнє середовище [15].

Отже, туристична пропозиція відображає усі ресурси, можливості та досвід, які країна або регіон пропонують туристам. Це комплексний підхід до приваблення туристів, який залежить від унікальних характеристик та переваг країни, а також від управління та розвитку туристичного сектору.

1.2. Ресурсний потенціал країни як чинник туристичної пропозиції

Ресурсний потенціал країни є важливим чинником формування туристичної пропозиції. Він включає різноманітні природні, культурні,

історичні, географічні та інші ресурси, які можуть привернути туристів і задовольнити їхні потреби [16].

Природні ресурси включають природні красоти, такі як гори, озера, річки, пляжі, парки і заповідники. Ці природні об'єкти можуть бути привабливими для любителів екотуризму, пригодницьких туристів і тих, хто цікавиться природоохоронною діяльністю.

Культурний ресурс включає історичні пам'ятки, архітектурні споруди, національні парки, народні фестивалі, культурні традиції та звичаї. Країни з багатою культурною спадщиною можуть приваблювати туристів, які хочуть дослідити інші культури, спробувати місцеву кухню та насолодитися мистецтвом і розвагами.

Географічний ресурс може включати такі елементи, як клімат, географічне розташування та доступність до різних місць. Країни з приємним кліматом та розташуванням біля моря часто привертають туристів, які шукають сонячні пляжі та водні види спорту [6].

Також до ресурсного потенціалу можуть відноситися інфраструктура, туристичні послуги, розваги, готельні заклади, транспортні засоби та інші елементи, які забезпечують комфорт туристам під час їхнього перебування у країні.

Враховуючи всі ці ресурси, країна може розробляти та пропонувати різноманітні туристичні пропозиції. Наприклад, країна з багатим природним ресурсом може розвивати екотуризм, пропонуючи екскурсії до національних парків, водних природних заповідників або гірських регіонів для туристів, які цікавляться природою і екологією.

Якщо країна має багату культурну спадщину, вона може пропонувати культурні тури, включаючи відвідування історичних пам'яток, архітектурних споруд, музеїв та участь у національних фестивалях і святкуваннях.

Країни з гарними пляжами та сприятливим кліматом можуть зосередитися на розвитку пляжного відпочинку, водних видів спорту, круїзів або спа-туризму.

Для приваблення туристів також важливо мати розвинену туристичну інфраструктуру, яка включає готелі, ресторани, транспортні засоби, маршрути та інші послуги, що забезпечують комфортне перебування туристів у країні [4].

Враховуючи ресурсний потенціал, країна може розробляти туристичні пакети, рекламувати свої унікальні атракції, проводити культурні заходи та події, сприяти розвитку інфраструктури та підтримувати якість туристичних послуг. Такі заходи допомагають привертати туристів, збільшувати доходи від туризму та сприяти розвитку економіки країни.

В умовах сьогодення туризм став однією з провідних галузей світової економіки, яка здатна формувати значні фінансові надходження у бюджет країни забезпечуючи зростання її національного доходу. Туристично-привабливою можна вважати ту територію, яка користується популярністю у туристів. Ця місцевість згодом перетворюється у туристичний центр. Туристична привабливість певної території зумовлена її туристично-рекреаційним потенціалом. Туристичний литовський продукт високої якості, має безсумнівні культурні, соціальні та економічні переваги для регіону та його населення. Опитування показало, що більшість продуктів, які розроблені в Литві та доступні для туристів автентичні та відображають історію краю та його унікальність. Однак ці продукти потребують удосконалення та співпраці між професіоналами цієї галузі [14].

Основним завданням розвитку туристичного потенціалу в наш час має бути створення позитивного туристичного клімату, який формується за допомогою системи чинників навколишнього та внутрішнього довкілля. У 2019 році в Литві відбулася реорганізація структур національного управління туризмом. Міністерство економіки та інновацій несе головну відповідальність за туризм, а Відділ туристичної політики залишається відповідальним за формування національної туристичної політики, розвиток напрямків і міжнародні відносини.

1.2. Історія розвитку регіонального туризму у Литві

Завдяки рекреаційним можливостям та курортам на березі Балтійського моря Литва завжди була привабливою для іноземців. Найбільше зростання в'їзного туризму в Литві а також у всьому регіоні Балтійського моря спостерігається з 2004 року, коли ця Прибалтійська країна вступили до ЄС. Поєднання сприятливих факторів, таких як географічне положення, прийнятні ціни, історія та традиції, брак знань про прибалтійські держави, нова геополітична ситуація в регіоні, а також розвинена транспортна мережа та відносно малі відстані – все це створило передумови для появи нових туристичних напрямків на невеликій географічній території, що має різні можливості для відпочинку та туризму, що, у свою чергу, підвищує конкурентоспроможність Литви.

Після розпаду Радянського Союзу в 1991 р. і набуття Прибалтійською державою незалежності туристичний сектор зіткнувся з багатьма проблемами щодо реструктуризації та реформування, прийняття нових правил гри в умовах вільного ринку. Зміна структури туристичного потоку, тобто практично повне припинення візитів туристів з Білорусі та України, призвело до суттєвих економічних втрат. Новий туристичний ринок ще сформовано. Рекреаційні споруди не відповідали міжнародним стандартам, здравниці на узбережжі Балтійського моря і в глибині країни були порожніми, оскільки вони не були відомі на західному ринку туристичних послуг. У деяких випадках ступінь занепаду рекреаційної інфраструктури досягала 60% [7].

Після 1994 р. спостерігається певна тенденція зростання кількості зарубіжних туристів у Литві. Основним рушійним чинником стало те, що «нова країна Європи досі залишалися закритими для західних ринків». Іншими словами, Литва почала викликати все більший інтерес у зв'язку з процесом її вступу до ЄС [26].

У путівнику «Lonely Planet», виданому 1994 р., розділ, присвячений Прибалтійським державам починається словами: «Якщо останнім рубіжем

подорожей Європою, Прибалтійські держави, можливо, є скарбом історичної, культурної та природної чарівності. Поїздка в Прибалтійські держави вважалася екзотичною пригодою і була схожа на подорож до давно забутих рубежів». Перші гості із Заходу прибули з Фінляндії до Естонії, завдяки географічній близькості між столицями цих країн почали активно розвиватися щоденні поромні тури та з Німеччини до Литви, до Клайпедського округу [28].

Історія округу Клайпеди пов'язана з історією колишньої Східної Пруссії, тому там переважав так званий ностальгічний туризм. Туристи з Польщі почали відвідувати східну частину Литви та її столицю Вільнюс, які до Другої світової війни входили до складу Польщі та де мешкала досить численна польська діаспора.

Литовська столиця Вільнюс знаходиться далеко від узбережжя, і тому дістатися до неї складніше в порівнянні з Таллінном і Рігою. Крім того, аеропорт у Ризі пропонував більш розгалужену мережу авіамаршрутів між Сходом і Заходом, і за Рігою закріпилася неофіційна назва «прибалтійський Париж», завдяки західноєвропейському рівню пропонованих туристичних послуг і об'єктам культурної спадщини, що чудово збереглися.

Туристичний ринок Литви став більш диверсифікованим та більш орієнтованим на Центрально-Східну Європу та Скандинавські країни.

Сьогодні Литва стала відома на європейському ринку міжнародного туризму завдяки своїм природним ландшафтам, пляжам та курортам на Балтійському узбережжі, природним та регіональним паркам, де відпочинок поєднується з культурно-етнічними елементами та можливостями сільського туризму.

Регіональному розвитку туризму також сприяє компактність територій Прибалтійських країн, невеликі відстані, розвинена мережа автомобільних доріг і авіаперевезень. Крім того, туристичні маршрути містами та розвиток круїзного туризму також відіграють істотну роль.

У радянські роки розвитку туризму в Литві перешкоджали численні політичні, економічні, соціальні, ідеологічні та культурні чинники. Після

відновлення незалежності Литви сектор туризму, як і все приватне господарство країни, довелося будувати майже на порожньому місці.

Почався бурхливий процес приватизації державних туристських підприємств, правовою базою якої став Закон «Про початкову приватизацію державного майна» від 28 лютого 1991 р. Згідно Закону, була зруйнована монопольна структура в управлінні туризмом. Стали з'являтися нові приватні туристські компанії. Спочатку спостерігалася тенденція до іншої крайності: в 1992 р. було зареєстровано більше 3 тис. підприємств, які в своїх установчих документах декларували надання туристичних послуг. Однак у дійсності цією діяльністю в 1993 р. займалися менше 100 компаній [25].

З метою створення сприятливих умов для розвитку міжнародних туристичних зв'язків, як фактора збереження та поглиблення дружніх відносин з Україною, бажаючи розвивати і відносини шляхом широкого співробітництва між Урядовими органами по туризму, національними, регіональними та іншими туристичними організаціями, 11 серпня 1993 року набула чинності Угода про співробітництво у сфері туризму між Департаментом по туризму Литви та Державним комітетом України по туризму. Зазначений договір був підписаний у місті Києві у двох примірниках литовською та українською мовами.

14 квітня 1992 року була створена Державна служба туризму. З 26 квітня 1995 року вона була реорганізована в Державний департамент по туризму при Міністерстві господарства, яка донині є єдиним державним органом, що безпосередньо відповідає за розвиток туризму в Литві [23].

На підставі поправки до Закону Литовської Республіки «Про підприємства», в січні 1994 року було введено в практику ліцензування туристських підприємств. Наприкінці 1994 р. ліцензії мали вже 386 компаній, а наприкінці 1995 року 342 компанії.

Основою сільського туризму в Литві стали так звані традиційні сільські садиби, перша з яких була зареєстрована ще в 1994 р. Зараз Литва пропонує для відвідування більше 500 садиб. Причому держава робить внесок у зміцнення старовинних будівель в сільській місцевості та предметів, що мають

етнографічну цінність.

Власники таких садиб повинні зберігати народні традиції та звичаї і годувати своїх постояльців натуральними продуктами і національними стравами, приготованими за старовинними рецептами. Фермерам, учасникам програми навіть дозволено робити самогон і міцні настоянки для частування туристів.

Литовський уряд відшкодовує до 75% інвестицій на відкриття сільської садиби, особливо заохочуючи відродження традиційних ремесел. Збереження в недоторканності природних ландшафтів також найважливіша умова. В 1997 році була створена литовська асоціація сільського туризму [11].

До 2004 р. проекти туристського сектора отримували підтримку в рамках програми Phare. Засоби отримували через Міністерство господарства, Міністерство сільського господарства, Міністерство шляхів сполучення, а також через місцеві органи самоврядування.

В рамках програми Phare спільні проекти розробляли і прикордонні райони сусідніх країн. Один з таких проектів в 2003 році було розроблено в районах Йонишкис (Литва) і Добеле (Латвія). Проекти по сільському туризму фінансувалися в рамках програми «Sapard».

Основними сегментами туристичного ринку Литви можна визначити курортний, оздоровчий, сільський, зелений, культурно-пізнавальний. Активно розвивається рафтинг, велосипедний та діловий туризм. З 2004 р. стабільно зростає обсяг туристів із країн Західної Європи, склавши майже 40% у 2010 році [23].

Структурна підтримка Євросоюзу також позитивно впливала на розвиток туризму і створювала умови для створення привабливої інфраструктури пріоритетних продуктів туризму в сфері активного відпочинку, культурного, ділового (конференції), лікувально-оздоровчого туризму, збільшення різноманітності форм і послуг туризму, підвищення їх якості.

Фінансування за період 2007 – 2013 рр. в рамках структурної підтримки туризму Євросоюзом отримали понад 290 проектів. Для стимулювання

сільського туризму в 2007 – 2013 рр. Європейським сільськогосподарським фондом було виділено 161 млн. літів для розвитку сільських районів [3].

Навесні 2013 року передові і найбільші приватні медичні установи Литви: стоматологічні клініки, медичні і оздоровчі центри, готелі, санаторії, туристичні компанії і вчені об'єдналися в Кластер медичного туризму Литви. Мета об'єднання надання повного спектру високоякісних послуг та формування найкращих пропозицій для медичних туристів.

Програма з розвитку туризму в Литовській Республіці на 2014 – 2020 рр. використовує трохи модифіковану назву – зелений туризм (екотуризм), метою якого є спостереження за дикою природою і місцевими проявами культури без негативного впливу на навколишнє середовище і забезпечення місцевого населення соціально-економічною діяльністю.

Цілеспрямоване використання Литвою структурної підтримки Євросоюзу призвело до розвитку місцевого бізнесу: створені парки, алеї, велосипедні доріжки, пляжі, проведені інші зміни інфраструктури, якими користуються не тільки туристи з-за кордону, а й місцеве населення.

Отже, створення концептуального туристичного іміджу країни Балтії завжди було важливим завданням. Литва зазнала деяких труднощів у ході створення туристичного бренда через свою культурну орієнтацію й історичні зв'язки з Центрально-Східною Європою, а також розташування столиці поблизу кордону з Білоруссю. Гасло «Хоробра країна» підкреслює особливе культурно-історичне положення Литви на перехресті Заходу й Сходу [7].

Між країнами Балтії організована досить плідна взаємодія в розбудові туристичної інфраструктури й надання електронних послуг. За спільною згодою за основу було прийнято скандинавську модель, яка дозволила окреслити не тільки фактичні, але й віртуальні межі між країнами у сфері транспорту, подорожей і готельного бізнесу. Розвиток туризму в країнах Балтії прискорився після їх вступу до Євросоюзу.

Таким чином всі три держави сприймаються як єдиний туристичний регіон. Вони створили єдину віртуальну інфраструктуру для одержання

туристичної інформації (веб-сайти, брошури, реклама), приєдналися до Шенгенського простору, створили єдину мережу готелів, сформували єдину систему бронювання номерів та авіаційних, автобусних і поромних маршрутів.

Ресурсний потенціал відіграє важливу роль у формуванні туристичної пропозиції країни. Він представляє сукупність природних, культурних, історичних, соціальних та інфраструктурних ресурсів, які можуть бути використані для задоволення потреб туристів і привертання їх до країни.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА ЕКОНОМІЧНОГО ЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЛИТВИ

2.1. Характеристика ресурсного потенціалу Литви

Розвиток міжнародного туризму в Литві важливий компонент у створенні економічного, соціального, культурного і навіть екологічного добробуту. Міжнародний туризм відіграє важливу роль у диверсифікації економіки, захисту природної та культурної спадщини, підвищенні цінності нематеріальної спадщини: місцевої кухні, ремесел тощо. Згадані фактори стали ключовими в розробці маркетингових стратегій для туристичного сектора в Литві.

Литовська Республіка – держава в Північній Європі, одна з трьох країн Балтії, розташована на східному узбережжі Балтійського моря. На півночі Литва межує з Латвійською Республікою (протяжність кордону 610 км) на сході – з Білоруссю (724 км), на півдні – з Польщею (110 км). На заході природним кордоном держави є узбережжя Балтійського моря (протяжність берегової лінії 99 км) [26].

Столиця Литовської республіки – Вільнюс. Литва є членом ОБСЄ та ООН (з 1991 р.), Ради Європи (з 1993 р.), НАТО (з 2002 р.), Європейського Союзу (з 2004 р.), Шенгенської зони (з 2007 р.) [20].

Литва є найбільшою за площею та кількістю населення державою з трьох балтійських країн (65301 км²). За розрахунками сучасних географів поблизу литовського села Пурнушкес (26 км на північ від Вільнюса) знаходиться географічний центр Європи. Литва поділяється на чотири великі етнографічні регіони: Аукштайтія, Жемайтія, Сувалкія, Дзукія. П'ятим регіоном можна вважати Малу Литву або, як її ще називають Клайпедський край.

Розвитку туризму в Литві сприяє значний туристично-рекреаційний потенціал (див. дод. А). Особлива виразність місцевої природи, її краса й простота залучають у країну тисячі аматорів спокійного відпочинку, а її морські курорти, дюни, льодовикові озера й дбайливе відношення до природи,

створюють країні репутацію одного із кращих у Східній Європі районів «зеленого» туризму.

Литва розташована на відрогах Східноєвропейської рівнини. Її сьогоденний ландшафт сформувався в останній льодовиковий період і має рівнинний характер з невисокими моренами. Найвища точка країни зафіксована на південному сході – пагорб Юозапінє (293,6 м). Типовими для ландшафту балтійського узбережжя є піщані дюни.

Клімат Литви помірно м'який і змінюється в міру просування в глибинні регіони країни – з морського на узбережжі до континентального в найсхідніших районах. Середня температура січня на узбережжі фіксується на позначці $-1,6^{\circ}\text{C}$ у липні – $+17,8^{\circ}\text{C}$. Річна кількість опадів коливається від 717 мм на узбережжі і до 490 мм у східних частинах країни. В цілому клімат країни сприятливий для розвитку туризму протягом цілого року [1].

У Литві налічується більше 2800 озер. Лісистість території країни становить 30%. Ліси півдня країни вважаються найбільш екологічно чистими ареалами в Європі. Саме тому тут розташовані відомі санаторії, wellness та spa-центри регіону.

Для розвитку курортного господарства використовуються сапропелєві та торфові лікувальні грязі, сірководневі мінеральні води. Видобуток вод, придатних для питного використання ведеться з глибини 50-200 м (понад 11 тис. родовищ). Водовідбір становить близько 1,5 млн. $\text{м}^3/\text{добу}$. Добовий дебіт мінеральних вод для бальнеологічних цілей оцінюється в 1600 $\text{м}^3/\text{добу}$ (родовища Друскінінкай, Бірштонас, Паланга і Лікенай) [32].

Цікавою природною атракцією країни є Куршська коса, яка відділяє від Балтійського моря Куршську затоку – це одна з найбільших лагун південно-східного узбережжя Балтики. Вона є свого роду унікальним природним явищем – це піщаний півострів довжиною 98 км, єдине місце в Європі, де можна одночасно побачити луки й піщані пустелі, вкриті мохами й лишайниками, вільшаники й сухі соснові бори, високостовбурні й низькорослі гірські сосни, широколистяний ліс і південну тайгу, рухливі й закріплені дюни, верхові й

низинні болота. Коса являється пунктом сезонної міграції багатьох птахів (у 1901 р. тут була заснована одна з перших у світі орнітологічних станцій).

Частиною Куршської коси є «Мертві дюни» або, як їх ще називають «Крокуючі дюни» – одні з найвищих у Східній Європі (30 – 40 м). Серед природних туристичних атракцій варто також відмітити дюну Парнідіса, що поблизу Ніди, яку часто називають «Литовською Сахарою».

Центрами екологічно орієнтованих видів туризму є національні природні парки країни: Куршська коса (7,8 тис. га), Жемайтський (20 тис. га), Аукштайтський (30 тис. га), Дзукійський (55,9 тис. га), Плокстинський заповідник дикої природи. Кожен з них репрезентує не тільки окремий природний ландшафт тієї або іншої частини Литви, але також знайомить туриста з культурою різних литовських етносів: дзуків, жемайтів, аукштайтів. Крім того в Литві налічується 30 регіональних парків [30].

Широко представлені в Литві пляжні і курортні ресурси. Так, на Куршській косі лежить один із кращих курортних районів країни – Нерингу (утворений в 1961 р. у результаті об'єднання курортних селищ Ніда, Юодкранте, Прейла й Пярвалка).

Особливе місце займає курорт Паланга – приморський кліматичний і бальнеогрязевий курорт, розташований на березі Балтійського моря, в 25 км на північ від м. Клайпеди. Сприятливі кліматичні умови і приморське розташування Паланги сприяють розвитку кліматотерапії в поєднанні з морськими купаннями. Цілюще повітря, насичене фітонцидами соснових лісів у поєднанні з парами йоду морського бризу, має надзвичайно профілактичний вплив на організм людини. Довжина піщаного пляжу курорту – більше 10 км.

Поряд з кліматом як лікувальний чинник на курорті використовують мінеральну воду і торфові лікувальні грязі. Мінеральна вода відноситься до хлоридно-натрієво-кальцієвих з мінералізацією від 3,6 г/л (родовище Юрате) до 19,3 г/л (родовище Паланга). Її застосовують як для ванн, так і для питного лікування (в розведеному вигляді) [26].

В околицях Паланги з торфовищ добувають торфові лікувальні грязі, які

використовують для грязелікування. В якості лікувально-профілактичних чинників застосовують також ванни з морської води, хвойно-морські, штучні вуглекислі, сульфідні, радонові ванни тощо. Курорт спеціалізується на лікуванні захворювань опорно-рухового апарату, гінекологічних захворювань, функціональних розладів нервової й серцево-судинної систем, органів дихання нетуберкульозного характеру, атеросклерозу.

Друскінінкай (Жара) – невеликий затишний курорт на півдні країни, в 130 км від Вільнюса, відомий своїми унікальними мінеральними джерелами (хлоридна група натрію й кальцію) і лікувальними грязями, що не поступаються за лікувальними властивостями курорту Карлові Вари.

Село Жара і її мінеральні води згадуються в історичних документах ще у XVI ст. У другій половині XVIII ст. чутки про чудодійну воду дійшли до Вільнюса й Варшави. У 1794 р. король Литви й Польщі Станіслав Август видав декрет, що оголосив землю Жари лікувальною місцевістю. Під час «курортних сезонів» початку XIX століття Друскінінкай був літньою столицею Литви, оскільки саме в цей час набула поширення європейська мода – «перебувати на водах». Після публікацій аналізів професора університету Вільнюса І.Ф. Бергаса у 1837 р. російський імператор Микола I затвердив проект благоустрою курорту в місті Друскінінкай [1].

У радянські часи, друскінінкайською «живою водою» лікувалися тисячі людей із усього СРСР. Тут розміщене джерело краси «Грожіс», в одному літрі води якого розчинено більше 50 г різних мінеральних солей.

Друскінінкай відрізняється своїм теплим кліматом. У першій половині травня відкривається купальний сезон, що триває до середини вересня. Чисте повітря, насичене хвойним ароматом, активне сонячне випромінювання, лісові масиви – всі ці фактори є причиною великої іонізації повітря. Високе співвідношення позитивних і негативних іонів сприятливо впливають на здоров'я людини. Показник іонізації повітря на курорті Друскінінкай перевершує іонізацію на таких відомих курортах, як Кисловодськ, П'ятигірськ і навіть швейцарський Давос.

Курорт Друскінінкай – це центр лікування, реабілітації, відпочинку, туризму та спорту міжнародного рівня. Вдале розташування курорту дозволяє чергувати відпочинок і лікування в санаторії з одноденними екскурсіями в старовинні міста Литви – Вільнюс, Каунас і Тракай [23].

Історико-культурні ресурси курорту представлені парком Грюго (Грутас) або, як його ще називають, «парком тоталітаризму». Він вважається одним з головних туристичних об'єктів Литви. Тут зібрані десятки монументів з усією Литви, які були встановлені в країні у часи СРСР. Парк був відкритий у 5 км від Друскінінкай, у містечку Грутас, на території національного парку Дзукія. Уже через п'ять років він став користуватися підвищеною увагою туристів, не менш, ніж знамениті санаторії головного спра-курорту країни.

Парк Грутас став своєрідним «тоталітарним Діснейлендом». Його територія обнесена колючим дротом, по периметрі парку розташовані оглядові вишки. Загальний дизайн був запозичений у системи радянських концентраційних таборів ГУЛАГ. У парку Грутас сьогодні розміщується близько 100 різних пам'ятників, які присвячені головним діючим особам радянської «міфології»: Леніну, Сталіну, Дзержинському, Марксові. Парк розділений на дві зони: тоталітарну зону й зону терору. В одній зібрані статуї «вождів», в іншій – пам'ятники безпосереднім організаторам геноциду литовців [26].

Відомий Друскінінкай і біографо-соціальними туристичними ресурсами. У цьому місті пройшла молодість відомого художника й композитора М.К. Чюрленіса. Саме під Жарою він створив чимало полотен і написав симфонічну поему «У лісі». І одна з визначних пам'яток міста – будинок-музей, у якому жила родина художника.

Бірштонас – бальнеологічний курорт в південній частині Литви, в 90 км від Вільнюса і 40 км від Каунаса. Він славиться своїми цілющими мінеральними водами, що б'ють із 13 свердловин та лікувальними торф'яними грязями. Курорт розташований безпосередньо на території національного природного парку серед хвойних лісів. У XV ст. легендарний правитель Вітаутас перетворив Бірштонас у свою заміську резиденцію. На високій горі він

заснував неприступний замок-фортецю, звідки довелося відбивати атаки хрестоносців. Саме Хрестоносці рознесли славу про цілющі мінеральні води Бірштонас по всій Європі. А ще через п'ять століть містечко перетворилося в популярний курорт, куди приїжджали не тільки литовці, але і знатні вельможі з Польщі, а пізніше і представники богеми.

Кліматична курортна місцевість в Тракайському районі Литви знаходиться в 28 км на північний захід від Вільнюса, серед Тракайських озер. Характеризується помірним континентальним кліматом, м'якою зимою та помірно теплим літом. Тракай – колишня резиденція великих литовських князів, тому привертає увагу туристів не тільки мальовнича природа, а й архітектурні пам'ятки. Тракай – улюблене місце відпочинку жителів столиці у вихідні дні. На озері Гальве розташовується база водних видів спорту, де щорічно проводяться великі спортивні змагання, в тому числі міжнародна регата «Бурштинові весла». Левову частку у туристично-рекреаційному потенціалі Литви відіграють історико-культурні туристичні ресурси. Родзинкою туристичної Литви є звичайно середньовічна архітектура. До найважливіших туристичних центрів країни слід віднести: Вільнюс, Тракай, Каунас, Шяуляй, Кернаве, Клайпеда [30].

Вільнюс – найбільше місто Литви, її столиця. Древній Вільнюс розташувався у долині ріки Нярис біля Верхнього замку на горі й Нижнього замку у її підніжжя, між якими розмістилось Старе місто із запутаною віялоподібною мережею вулиць. У наші дні Старе місто Вільнюса – одне із найбільших у Європі (360 га) і основна визначна пам'ятка країни (з 1994 р. внесене у перелік Світової культурної спадщини ЮНЕСКО) .

Вільнюс називають містом бароко. Головними визначними пам'ятками столиці є:

- залишки Верхнього замку (замок Гедиміна, XI – XV ст.);
- Старий арсенал (XVI ст.);
- площа Гедимінаса (початок XIX ст.) зі статуєю засновника міста, символ міста – вежа Гедимінаса;

- Новий арсенал (XVIII ст.);
- Кафедральна площа;
- залишки міської стіни XVI ст. з воротами Аушрос (Медининкські ворота);
- Артилерійський бастіон (1640 р.), ансамбль заснованого в 1579 р. Університету (XVI – XI ст.);
- дзвіниця костьолу Св. Іоанна (найвища вежа Старого міста – 68 м) ;
- міська Ратуша (1786 – 1799 р.);
- палац єпископа (1825 – 1832 р.);
- Вяркяйський палац і Кафедральний собор (1251 р.) з могилами Великих князів литовських і мощами заступника Литви – Святого Казимира;
- дзвіниця Кафедрального собору (колишня сторожова вежа Нижнього замку, XIII – XVII ст.);
- Гора Трьох хрестів;
- Президентський палац (у минулому – перша кам'яна будівля після «другого хрещення Литви» в 1387 р. і перша резиденція Вільнюського єпископата);
- вулиця Пилес (Замкова);
- замок Раудондварис тощо.

Церкви й костьоли – справжня візитна картка Вільнюса. У жодному іншому місті в Східній Європі немає такої щільності об'єктів культових споруд. За нашими розрахунками щільність об'єктів сакральної архітектури столиці Литви становить 1,5 од./км². Серед них: православні, католицькі, протестантські храми, мечеті, синагоги та кенаса [11].

Вільнюс по праву вважається одним з найбільших виставкових і музейних центрів Європи. Перелік музеїв міста, які представляють туристичний інтерес зібраний у таблиці та наведено в додатку Б.

Поціновувачів музики зацікавлять Національна філармонія, Палац конгресу, Зал музичної академії, Палац працівників мистецтв, Палац концертів і спорту, де регулярно проводяться різноманітні музичні заходи. У місті

зосереджена й велика кількість театральних труп, з яких найбільш відомі Театр опери й балету, Молодіжний театр, Національний театр драми, Ляльковий театр «Леле», Театр Старого міста, Малий театр, Театр «Вайдилос», Театр «Кейстуолай», Вільнюський польський театр тощо.

У 2009 році Вільнюс та австрійський Лінц перейняли від Ліверпуля та Ставангера титул «культурної столиці Європи». Протягом року у столиці Литви відбулося понад 900 заходів, спрямованих на те, щоб показати світу, що Вільнюс – справді культурна європейська столиця, відкрита для людей та нових ініціатив [20].

Каунас (раніше Ковно) – друге за величиною місто Литви, відоме своєю середньовічною архітектурою, дзоновими концертами, музеєм чортів і музеєм М. К. Чюрленіса. Варто відвідати також Каунаський замок (XIII – XVII ст.), романський кафедральний собор Петра й Павла (XV – XVII ст.), церкву Вітаутаса (коштол Вознесіння Пресвятої Діви Марії, 1400 р.), коштол Воскресіння Господнього (1932 р.), Православний собор Благовіщення, коштол Св. Франциска й монастир єзуїтів (1666 – 1725 рр.), собор Св. Михайла Архангела (1891-1893 рр.), коштоли Св. Трійці, Св. Миколи (XI ст.), коштол Тіла Господнього й домініканський монастир. Цікаві також готичний будинок Пяркунаса (XV – XVI ст., одна із найбільших готичних будівель країни), міська Ратуша (1542 р., перебудована в XVIII ст.), монастир Пажайслиса, ренесансний палац князів Масальських (XVII ст.), барочний монастир камальдолійців у Пажайслісе (1664 – 1712 рр.), православні церкви в неовізантійському стилі в новій частині міста. Крім того, тут безліч театрів і концертних залів, у тому числі Академічний театр драми, Малий театр, Музичний театр, Театр пантоміми, Ляльковий і Молодіжний театри, Концертний зал Каунаської філармонії, парки «Dainu slenis» і Диксиленд [11].

Візитною карткою туристичної Литви є Гора Хрестів, що розташована 11 км на північ від м. Шяуляя. Вона являє собою меморіал жертвам насильницьких депортацій з Литви, які були здійснені радянським тоталітарним режимом у 1940-1941 рр. та після Другої Світової війни. У останньому випадку ідеться

передусім про операцію «Весна» (1947 р.), в результаті якої було вивезено більше 100 тис. осіб. Сьогодні їх загальна кількість – близько 50 тис. Одне розп'яття було встановлене Папою Римським Іоанном Павлом II під час його візиту до Литви 7 вересня 1993 р. Це зробило Гору Хрестів відомою у всьому католицькому світі, що привело до значного збільшення кількості паломників і простих туристів. Сьогодні на горі встановлюють хрести не тільки католики. Нещодавно на одному з почесних місць тут з'явився священний позолочений іудейський шестигранник.

Кернаве – невелике містечко в 35 км від Вільнюса, розташоване на правому березі річки Неріс. У 13 ст. він був одним з перших центрів Литовської держави. У 1989 р. був заснований Державний культурний резерват Кернаве. У 2004 р. Кернаве внесено ЮНЕСКО до списку Всесвітньої спадщини. Виключне світове значення цього об'єкта – в тривалості заселеності (від пізнього палеоліту (9 тис. до н.е.) і до наших днів) [23].

Клайпеда (колишній Мемель) – великий незамерзаючий морський порт, одне з найдавніших міст у Литві, засноване в 1252 р. як замок Мемельбург. Місто сильно постраждало під час Другої світової війни, але тут збереглися залишки замку на Куршській косі, численні театри й галереї (XVII – XVIII ст.), квартали старих кам'яних складів (найстарші з них датується XVIII ст.), будинок магістрату (1770 р.) і театр (1870-і рр.) [7].

Серед історико-культурної складової туристичного потенціалу Литви виділяється її матеріальна та духовна культура. Народна творчість представлена прикрасами з бурштину, бронзи, дерев'яним різьбленням, гравюрою на деревині, невеликими дерев'яними зображеннями святих (рупінтоеліс), барочною скульптурою та живописом. Давні литовські традиції і фольклор виділяються зв'язками з балтійською міфологією і дохристиянським укладом життя.

Подієві туристичні ресурси представлені фестивалями популярної пісні й танцю. Зокрема, Національним пісенним фестивалем (березень), Міжнародним джазовим фестивалем (квітень), Фестивалем живих театрів у Вільнюсі

(травень), Літнім музичним фестивалем (липень) тощо.

Таким чином, ресурсний потенціал Литви включає різноманітні аспекти, які сприяють розвитку туризму в країні. Ключові елементи ресурсного потенціалу Литви:

1. Культурна спадщина: Литва має багату історію, традиції та культурні центри, які приваблюють туристів. Міста, такі як Вільнюс, Каунас і Клайпеда, пропонують відвідувачам пам'ятки архітектури, церкви, замки, музеї і живописні старовинні вулички.

2. Природні красоти: Литва славиться своїми природними ландшафтами, включаючи ліси, озера, річки та пісочні дюни. Курорт Ніда, розташований на Куршській косі, визнаний Всесвітньою спадщиною ЮНЕСКО і приваблює туристів своєю унікальною природою.

3. Курорти та відпочинок: Литва має курортні міста і місцевості, де туристи можуть насолоджуватися відпочинком біля Балтійського моря, займатися водними видами спорту, а також відвідувати SPA-центри та санаторії для відновлення здоров'я.

4. Кулінарні традиції: Литовська кухня відома своїми стравами, такими як «серelinaі» (картопляні клепки), «kugelis» (картопляний пудинг) і «šaltibarščiai» (холодний буряковий суп). Туристи можуть спробувати ці страви в місцевих ресторанах і традиційних кав'ярнях.

5. Екологічний туризм: Литва пропонує можливості для екологічного туризму, зокрема в національних парках.

6. Велосипедні маршрути: Литва володіє розгалуженою мережею велосипедних шляхів, які пролягають через мальовничі пейзажі, села та природні заповідники. Туристи можуть насолоджуватися активним відпочинком, велосипедними прогулянками та відкривати унікальні місця Литви.

7. Культурні фестивалі: Литва відома своїми культурними фестивалями, такими як «Каунас Jazz Festival» та «Вільнюський культурний фестиваль». Ці події пропонують музику, мистецтво, танці та інші види розваг, які

приваблюють туристів з різних країн.

8. Історичні місця: Литва має багато історичних місць, таких як Тракайський замок, Пагорб Святого Хреста, Меднікській селища і багато інших. Ці місця не тільки мають велике історичне значення, але і приваблюють туристів своєю красою і архітектурою.

9. Жива історія: Литва пропонує можливість познайомитися з життям і традиціями місцевих жителів. Туристи можуть відвідати села і зустрітися з людьми, які зберігають традиційну культуру, ремесла та ритуали. Це надає унікального досвіду і розуміння литовського способу життя.

Цей ресурсний потенціал Литви надає туристам різноманітні можливості для відпочинку, освіти, розваг і пізнання. Країна активно розвиває туристичний сектор і надає підтримку для приваблення більшої кількості відвідувачів. Завдяки своєму ресурсному потенціалу, Литва привертає туристів з усього світу, які бажають насолодитися її красою, культурою, природою та гостинністю місцевих жителів. Розвиток туризму сприяє не лише економічному зростанню країни, але й зміцненню культурного обміну та взаєморозуміння між народами. Збереження та ефективне використання ресурсного потенціалу Литви є важливим завданням для сталого розвитку туристичної галузі та збереження унікальності країни для майбутніх поколінь.

2.2. Аналіз стану туристичної галузі Литви та її конкурентоспроможність на світовому ринку

Будучи однією з найважливіших економічних галузей, туризм безпосередньо впливає на стан економіки Литви. Багато авторів наукових публікацій відзначають і якісний вплив туризму, що виявляється через такі економічні явища:

Ефект мультиплікатора. Витрати туриста на DESTINATION приносять галузі дохід, що тягне за собою цілий ланцюжок витрати – дохід – витрати. Таким чином, дохід від одного відпочиваючого може перевищити суму, що він

фактично витратив у цій дестинації.

Диверсифікація зайнятості та нові можливості для підприємницької діяльності. Розвиваючись, туризм створює попит на нові робочі місця, що характеризуються високим ступенем гнучкості та різноманітності. Виділяють близько 50 різних робочих категорій та понад 200 унікальних професій, які знаходять своє застосування у галузі туризму. Крім того, туризм стимулює впровадження на ринок нових продуктів та послуг, а також виведення вже існуючих продуктів чи послуг на нові ринки (напр., сільські райони).

Демографічні зміни. Туризм дуже впливає на суспільство загалом. Встановлено, що частина туристів, що приїжджають з різних причин) залишається в країні на більш тривалий термін перебування, завдяки чому вони вносять різноманітність у суспільне життя країни.

Удосконалення інфраструктури та сприяння розвитку. Зріст туризму заохочує розвиток готельної, транспортної та інших видів інфраструктури. Це явище обумовлено зовнішнім споживчим попитом, світовою конкуренцією і стандартами, що постійно змінюються.

У багатьох країнах туризм визнаний однією з найважливіших економічних галузей. Згідно з аналізом ЮНВТО, для 83% країн світу туризм входить до число 5 основних секторів, які приносять дохід до державної скарбниці, а для 38% країн світу туризм є головним джерелом зарубіжної валюти. У середньому на туризм припадає 7% світових інвестицій, 11% світових споживчих витрат. У сфері туризму створено 350 мільйонів робочих місць [27].

За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей, у 2019 р. його частка у валовому національному продукті Литви склала 9% від загальносвітового масштабу та близько 7% у масштабі ЕС.

Підвищення значення туристичного сектора помітно й в економіці Литви. За даними департаменту статистики Литви, у 2019 р. додана вартість у сфері туризму становила 3 млн євро, або 2,8% валової доданої вартості країни (порівняно з 2014 р. збільшилась на 8%). За станом на 2019 р. у туризмі було

зайнято 41,8 тисячі осіб, тобто 4,4% всіх працівників приватного сектора.

Як відомо, ринок туризму дуже сприйнятливий до зміни цін. За мірою зростання рівня цін продукти та послуги туризму стають меншими конкурентоспроможними за умов міжнародного ринку. Цьому фактору схильні як внутрішні, так і в'їзні туристичні потоки. У випадку з Литвою в'їзний туризм (пріоритетний напрямок) позитивно корелює з зростаючою інфляцією [23].

Грунтуючись на наведених у таблиці 2.1 даних, наданих Департаментом статистики Литовської Республіки, можна виявити позитивну залежність (коефіцієнт кореляції Пірсона дорівнює 0,9) [30].

Таблиця 2.1 – Інфляція, туристські потоки та доходи від в'їзного туризму у 2019 – 2021 рр.

Показники	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Інфляція в Литві, %	3,8	3,4	2,8
Кількість туристів, тис.	1507	1775	1900
Доходи від в'їзного туризму, млрд. євро	0,77	0,98	1,12

Незважаючи на негативний показник інфляції в країні 2019-2021 рр., можна з упевненістю стверджувати, що за цей період були досягнуто максимальних показників за кількістю туристичних прибутків та доходів від в'їзного туризму. Позитивна залежність була виявлена та щодо взаємозв'язку між інфляцією та доходами від в'їзного туризму – коефіцієнт кореляції дорівнює 0,6. Це означає те, що інші фактори мають більш сильний вплив на в'їзний туризм, та зміна норми інфляції у Литві не викликало жодних очевидних коливань в'їзних туристичних потоків.

В даний час в'їзний міжнародний туризм відіграє істотну роль в економіках Прибалтійських держав і, як фактор економічного розвитку, впливає на багато процесів регіонального розвитку і територіального співробітництва на міжнародному рівні.

Зростання потоку іноземних туристів у Прибалтійських країнах стало особливо помітним з 1995 р. У 1995 р. у Литві побувало 650 тис. іноземних туристів, Латвії та Естонії 539 тис. і 530 тис. відповідно. За останніми статистичними даними, у 2021 р. Литву відвідали 4504300, Латвію 3257000 та Естонію 2 460 000 туристів з різною тривалістю перебування. Географія країн, звідки вони приїжджали, також є різною.

У 2019 р. Литву відвідали 1800000 іноземців, серед них переважали туристи з Польщі 16,7%, Німеччини 14,6%, Латвії 8,3%, прикордонні країни 6,9%, Естонії 4,0%, Фінляндії 4,0%, Великобританії 3,4%, Франції 2,9%, Італії 2,7%, Швеції 2,5%, США 2,3%, Норвегії 2,1% – дані «LithuanianTourism».

У 2021 р. в Литві побували 1775000 іноземців з тривалістю перебування понад 3 днів серед них були туристи з прикордонних країн 19%, Польщі 12%, Латвії 10%, Німеччині 9%, Фінляндії 4%, Великобританії 3%, Швеції 3%, Естонії 3%, Норвегії 2% [30].

Нещодавно просування в'їзного туризму з прикордонних країн було обрано як один з пріоритетів розвитку на основі міжнародно визнаних стандартів, що об'єднують їх з Прибалтійськими країнами, особливо між Литвою та прикордонною країною, що мають довгі історичні зв'язки. Іншими країнами, розвиток та підтримку в'їзного туризму з яких Литва також позначила своїм пріоритетом, виступають Польща, Німеччина, Великобританія, Франція, Італія та Іспанія.

Загалом регіон став туристичним напрямком, що найбільш динамічно розвивається у всій Європі. Ще одна особливість в'їзного туризму в Прибалтійських країнах: висока пропускна спроможність туристичних пам'яток та великі можливості для розміщення туристів у столичних містах. Близько 57% нічного перебування іноземних туристів припадало на столиці в 2019 р., при цьому найвищий показник був у Ризі 73%, Таллінні 56%, Вільнюсі 46% [26].

В 2020 році, за даними офіційного сайту статистики Литви, чисельність туристів становила 2500 тис. осіб, що на 5,8% більше у порівнянні з попереднім роком, коли загальна чисельність туристів становила 2363 тис. осіб. До речі, в

країні досить добре розвинений внутрішній туризм, що знаходить відображення у співвідношенні загальної кількості іноземних і туристів з-поміж місцевого населення 54% проти 46%.

Високий туристичний сезон у Литві триває в період з травня по жовтень, причому максимум припадає на липень та серпень. У ці місяці фіксується максимальна кількість туристів у країні як іноземних, і серед місцевого населення. У 2015 р. на цей час було зафіксовано близько 650 тис. осіб. В решту місяців високого сезону загальна кількість туристів перевищує 200 тис. осіб, що також дозволяє вважати ці місяці часом з високою туристичною активністю в країні та регіонах.

Більше того, ці часові рамки високого сезону в Литві збігаються і з часом проведення найбільшої кількості різних свят та фестивалів, тому їх умовно можна вважати найбільш популярними та відвідуваними подіями з усіх, що були раніше представлені.

Згідно зі статистичними даними, найбільшою популярністю у туристів користується Вільнюський повіт, точніше його адміністративний центр і, одночасно, столиця країни Вільнюс. За минулий рік тут було зареєстровано 1083 тисячі туристів, з яких 979 тисяч осіб, або 90% припадає на Вільнюс. Ще 6% туристів у Вільнюському повіті зупинилися у Тракаї [30].

Другий за відвідуваністю регіон це курортний Клайпедський повіт, розташований на узбережжі Балтійського моря, і є одним із курортних центрів країни. Минулого року його відвідало понад 500 тис. людей. Адміністративний центр регіону-Клайпеда приймає близько 38% всіх відпочиваючих, а Паланга більше 46%, що робить це місто туристичним центром регіону.

На області Каунаський та Алітуський повіти припадає загалом 13,0% та 12,7% від загальної кількості туристів відповідно. У цьому, більше відвідувань посідає такі міста: Каунас – адміністративний центр однойменного повіту, який протягом року приймає близько 9% від усього туристичного потоку у країну, і 70% від загального туристичного потоку на сам повіт; Друскінінкай – приблизно 11,8% від загального туристичного потоку по країні, і 93% від усіх

туристів у повіті. Щодо прибуття іноземних туристів до Литви [30].

Як уже було зазначено вище, у 2020 р. нерезиденти країни становили 54% від загальної кількості всіх туристів. Що дозволяє зробити обґрунтований висновок про розвинений внутрішній туризм у Литві.

Ринок в'їзного туризму в Литві, очевидно орієнтований найбільше на гостей з Німеччини, які склали 13% від загальної кількості туристів, або 170,1 тис. чол. Щоправда, лідерами тут німці стали порівняно недавно, точніше за останні рік-два, зокрема, за останній рік їх відсоток зріс на майже 5%. А тим часом відсоток росіян значно знизився в Литві [34].

Повертаючись до аналізу туристичного потоку, треба сказати, що 1 місце прибуття до Литви складають гості з прикордонних країн. Досить великі частки у структурі іноземних туристів також займають поляки та латиші, на яких припадає по 9% від усіх прибутків.

Частка туристів з України, Великобританії та Естонії складає по 4% на кожну країну. Трохи менше, 3%, припадає на норвежців та італійців. Незважаючи на негативний приріст туристів із Білорусі, у Литві все одно фіксується загальний позитивний приріст іноземних туристів. Це пов'язано з не тільки зростанням потоку німців, а й українців та норвежців, приріст яких за останній рік склав 27,1% та 27% відповідно. Приріст туристів з Італії –20,2%, та якщо з Великобританії –17,2%. Що загалом, дозволило компенсувати негативні зміни [27].

Узагальнюючи отримані дані, можна дійти такого висновку. Вільнюський, столичний регіон країни по праву вважається культурним і туристичним центром Литви. Цей регіон протягом року відвідує абсолютна більшість туристів країни, а високий сезон посідає літні місяці.

Накладаючи ці дані на результати аналізу проведених даних про заходи, виходить, що вони збігаються. Тому події у цьому регіоні можна вважати найбільш популярними та перспективними для організації подієвого туризму. Проводячи аналогічні порівняння інших регіонів Литви, можна також виділити Клайпедський і Каунаський повіти, де відбувається 17 і 11 заходів щорічно, а

кількість туристів, особливо у літній період перевищує аналогічні дані інших регіонів країни. При цьому туристичними центрами, а також головними містами для організації заходів та свят є міста Клайпеда та Каунас.

Розглядаючи комплекс туристичних ресурсів та його територіальний розподіл, можна сказати, що Литва спеціалізується у таких сферах міжнародного туризму: екотуризм - спостереження птахів, природні стежки, велосипедні прогулянки, катання на лижах, змагання на свіжому повітрі; культурно-пізнавальний туризм – архітектура, історія, мистецтво, національна кухня, події культурного життя, видатні особистості, включаючи історію радянського періоду; медичний та оздоровчий туризм; водолікувальні процедури; діловий туризм – конференції, семінари та виставки; сільський туризм; міський туризм «довгий вікенд».

Розвиток подібних напрямів міжнародного туризму також характерний для Латвії та Естонії. У Литві найбільш розвинені напрями: медичний та оздоровчий туризм, водолікувальний та сільський туризм. У Латвії переважають міський туризм та культурно-пізнавальний туризм, спортивний туризм у зимовий період. В Естонії – круїзний туризм, сільський та міський туризм.

Створення концептуального туристичного іміджу Прибалтійських країн завжди було важливим завданням, особливо для Литви, проте досі не з'явилося спільного регіонального туристичного бренду через бажання кожної країни наголосити на власній важливості та привабливості. Естонія була першою країною, що застосувала «позивний» бренд: «Відвідайте Естонію»; у Латвії гасло «Співаюча країна» було змінено на «Кращим насолоджуються не поспішаючи». Литва зазнала труднощів у створенні туристичного бренду через свою культурну орієнтацію та історичні зв'язки з Центрально-Східною Європою, а також розташування столиці поблизу кордону з Білоруссю. Гасло «Хоробра країна» підкреслює особливе культурно-історичне становище Литви на перехресті Заходу та Сходу.

Говорячи про співпрацю Прибалтійських держав у сфері надання туристичних послуг, слід зазначити, що між країнами організовано досить

плідну взаємодію в галузі інфраструктури та надання електронних послуг. У даному випадку було перейнято та застосовано скандинавську модель, яка дозволила описати не лише фізичні, а й віртуальні кордони між країнами у сфері транспорту, подорожей та готельного бізнесу.

Процеси злиття туристичних секторів Прибалтійських країн посилилися після вступу до Євросоюзу, коли всі три держави сприймалися як єдиний регіон, у тому числі і з погляду туризму. Пізніше ці країни приєдналися до Шенгенського простору, що призвело до фізичного зникнення кордонів між ними. Як наслідок виникла інституційна єдність між постачальниками різних послуг.

Таким чином, у Литві, Латвії та Естонії з'явилася єдина мережа готелів та систем бронювання номерів у них, авіаційних, автобусних та поромних маршрутів, а також віртуальна інфраструктура для отримання туристичної інформації – веб-сайти, брошури, реклама. Банківські системи цих трьох країн також здебільшого консолідовані з банками скандинавських сусідів - Фінляндії, Швеції, Данії та Норвегії, завдяки чому широко поширені платежі за банківськими картками та при знятті готівки через банкомати дочірніх банків, при цьому не стягуються банківські збори [11].

Загалом подальший успішний розвиток туризму в Прибалтійських державах залежить від просторової інтеграції їхньої інфраструктури з Фінляндією, Північно-Східною Польщею та частково з Білоруссю у сфері прикордонного та транскордонного співробітництва. Тим не менш, все ще зберігаються суттєві регіональні відмінності в конкурентних перевагах у різних частинах Прибалтійських країн з точки зору розвитку ринку міжнародного туризму. Так, Литва відіграє важливу роль у просуванні міжнародного туризму у Північно-Західній Білорусі, які є пріоритетами у територіальній співпраці та розвитку спільних туристичних проєктів.

За останні роки в Литві були створені певні соціально-економічні передумови, і вона вже представила себе на ринку міжнародного туризму в якості країни зі своїм особливим туристичним продуктом. У 2021 році Литва

зайняла 42-е місце серед 117 країн світу за показником рівня розвитку туристичної галузі Travel & Tourism Development Index (TTDI) [36], який розраховувався Світовим економічним форумом з 2007 р. Країна піднялась у рейтингу порівняно з 2019 роком на 13 пунктів.

Індексу розвитку туристичної галузі TTDI, що був розрахований в 2021 р. є інструментом прийняття рішень для бізнесу, уряду країн, міжнародних організацій та інших зацікавлених суб'єктів стосовно питань розвитку туристичної сфери. Індекс TTDI містить унікальну інформацію про сильні сторони кожної країни та шляхи розвитку її туристичної галузі в довгостроковому періоді. Показники 17 складових індексу розвитку туристичної галузі (TTDI) Литви показані на рисунку 2.1 [36].



Рис. 2.1 – Показники складових індексу розвитку туристичної галузі Travel & Tourism Development Index (TTDI) Литви за 2021 рік

Загалом, визначаючи конкурентоспроможність регіонального туризму в

Литві, можна виділити такі фактори (див. додаток В).

Таким чином, конкурентоспроможність туристичної галузі Литви визначається комплексом факторів, які залучають туристів та забезпечують їх задоволення від поїздок в країну. Визначено ключові аспекти, що сприяють конкурентоспроможності туристичної галузі Литви:

1. Різноманітність туристичних пропозицій: Литва пропонує широкий спектр туристичних пропозицій, що задовольняють різноманітні інтереси туристів. Вона має багатий культурний спадок, природні красоти, історичні пам'ятки, курорти, спортивні та рекреаційні можливості, а також гастрономічні враження. Таке різноманіття туристичних пропозицій робить Литву привабливою для широкого спектра туристів.

2. Якість інфраструктури: Литва розвиває туристичну інфраструктуру, що включає готелі, ресторани, транспортну мережу та інші послуги. Якість та доступність інфраструктури впливають на комфорт туристів під час їхнього перебування в країні і впливають на загальне задоволення від туристичного відпочинку.

3. Інноваційність та цифрові технології: Литва активно впроваджує інноваційні рішення та цифрові технології у туристичну галузь. Це включає використання мобільних додатків, онлайн-бронювання, віртуальні тури та інші цифрові інструменти, які полегшують туристам знаходження інформації, планування поїздок і отримання персоналізованих послуг.

4. Збереження природного середовища: Литва приділяє велику увагу збереженню природи та екологічності в туристичній галузі. Країна має ряд національних парків, заповідників і біосферних резерватів, де туристи можуть насолоджуватися непорушеною природою, спостерігати за рідкісними видами тварин і рослин. Таке підход до туризму привертає екологічно свідомих туристів і сприяє сталому розвитку.

5. Привітність та гостинність: Литовці відомі своєю гостинністю та радісними прийомами. Місцеві жителі та туристичні працівники створюють дружню та відкриту атмосферу, що дозволяє туристам почуватися комфортно та

вітати в країні.

6. Привабливі ціни: Литва пропонує вигідні ціни на багато послуг, таких як готелі, ресторани, відвідування музеїв та інші розваги. Це робить країну привабливою для туристів з різними бюджетами і дозволяє отримати якісний туристичний досвід за доступною ціною.

7. Маркетингові зусилля: Литва активно просуває свої туристичні пропозиції на міжнародному рівні. Країна бере участь в туристичних виставках, організовує маркетингові кампанії та просуває свої унікальні аспекти, що дозволяє привернути увагу туристів з усього світу.

Загалом, завдяки своїм ресурсам, гостинності, різнообразним туристичним пропозиціям і зусиллям у сфері експорту туристичних послуг, Литва займає конкурентну позицію на міжнародному туристичному ринку. Постійне покращення якості інфраструктури, збереження природного середовища, привітність місцевих жителів та активна маркетингова діяльність сприяють залученню більшої кількості туристів до Литви. Зберігаючи свій ресурсний потенціал і вдосконалюючи туристичні послуги, Литва має всі передумови для подальшого розвитку своєї туристичної галузі та підвищення своєї конкурентоспроможності на глобальному рівні.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ ЛИТВИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Розвиток туристичної пропозиції Литви на сучасному етапі має значний потенціал. Залучення туристів, розширення туристичних продуктів, розвиток інфраструктури, партнерство з місцевими громадами, міжнародне співробітництво та використання цифрових технологій є ключовими факторами для досягнення успіху. Продовження розвитку туризму в Литві на основі її ресурсного потенціалу сприятиме залученню більшої кількості туристів, підвищенню економічного впливу туризму і підвищенню міжнародної конкурентоспроможності країни. Перспективи розвитку туристичної пропозиції Литви на сучасному етапі включають такі аспекти:

1. Розширення туристичних продуктів: Литва може розширити свою туристичну пропозицію, включаючи нові туристичні маршрути, медичний туризм, активний відпочинок, екотуризм, гастрономічні тури, культурні заходи та інші види досвіду. Впровадження нових інноваційних ідей та вдосконалення існуючих продуктів може привернути більше туристів і задовольнити різноманітні потреби їх відпочинку.

2. Розвиток інфраструктури: Подальше вдосконалення туристичної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, транспортні засоби, туристичні маршрути, спортивні та рекреаційні об'єкти, сприятиме зручності та комфорту для відвідувачів. Інвестиції в розвиток інфраструктури можуть покращити якість туристичного обслуговування і привернути більше туристів.

3. Розширення маркетингових зусиль: Продовження маркетингових кампаній, просування туристичних пропозицій Литви на міжнародному рівні, використання сучасних маркетингових інструментів та платформ, таких як соціальні медіа та інтернет, можуть сприяти підвищенню свідомості про Литву як привабливий туристичний напрямок.

4. Розвиток сталого туризму: Литва може акцентувати увагу на сталому туризмі, збереженні природи та культурного спадку. Розвиток екотуризму,

використання енергоефективних рішень.

5. Партнерство з місцевими громадами: Залучення місцевих громад до розвитку туризму може сприяти створенню аутентичного туристичного досвіду. Розвиток сільського, сільськогосподарського туризму та співпраця з ремісниками та малими підприємствами можуть сприяти залученню туристів до менш відомих, але чарівних регіонів Литви.

6. Розширення міжнародного співробітництва: Литва може залучати іноземні інвестиції та співпрацювати з міжнародними туристичними операторами та агентствами для просування свого туристичного продукту на глобальному рівні. Активна участь у міжнародних туристичних виставках, форумах та інших подіях може збільшити видимість Литви як туристичного напрямку.

7. Розвиток цифрових технологій: Використання цифрових технологій, таких як віртуальна реальність, мобільні додатки та інтерактивні туристичні платформи, може покращити досвід туристів і сприяти їхній інтеракції з місцевими визначними пам'ятками та культурою.

Розглянемо більш детально медичний туризм Литви, як чинник туристичної пропозиції. Сприятливе географічне положення Литви та наявний потенціал надання медичних послуг створюють позитивні умови у розвиток медичного туризму.

Помітна активізація медичного туризму у Литві розпочалася з 2011 року. Саме тоді ця сфера туризму була названа як пріоритетна для стимулювання туризму у Литві. Того ж року відкрився офіційний сайт медичного туризму Литви – www.medtourism.lt. В 2012 році було засновано Асоціацію медичного туризму Литовської Республіки «Medical Lithuania» і почав формуватися кластер медичного туризму в Литві. У Литву щороку прямує все більше туристів з країн Сходу та Заходу. Однак до 2017 р. медичний туризм у Литві розвивався лише завдяки ініціативі постачальників послуг та туристичних посередників [10].

Здійснюючи концепцію та цілі медичного туризму, Литві знадобиться

вирішити цілу низку проблем, зіткнення з якими неминуче і які сильно гальмують розвиток туризму:

1. На сьогодні приватні та державні медичні установи Литви не мають достатнього досвіду та клієнтського сервісу, призначеного спеціально для медичних туристів.

2. Серйозний виклик представляє мовний бар'єр та відсутність документації іноземними мовами. Для персоналу нижчої кваліфікації та старшої вікової категорії велику складність становить комунікація англійською. Не у всіх лікарнях та поліклініках є написи англійською та іншими мовами. Договори та угоди про лікування в деяких медичних клініках все ще надаються виключно литовською мовою.

3. Слабкий презентаційний імідж країни. Як зазначає низка аналітиків, іноземці, що прибули, відразу звертають увагу на застарілі, давно не ремонтovanі будівлі, не особливо привабливі райони, в яких розташовуються медичні клініки. Подібний образ Литви навряд чи посприє розвитку медичного туризму, тому що медичним туристам складно уявити, що у Литві виявляються високоякісні медичні послуги.

4. Відсутня рекламна стратегія медичного туризму. До сих пір не складено загальний каталог, в якому була б представлена ясна і точна інформація про організації та послуги, що надаються ними. Таким чином, не створено належну систему поширення туристської та медичної інформації.

Всі ці недоліки знижують привабливість Литви в очах іноземних туристів та зменшують її конкурентоспроможність на регіональному ринку.

Головний фактор, який дозволяє Литві конкурувати на міжнародному ринку медичного туризму – це хороше співвідношення ціни та якості медичних послуг.

Для того щоб краще проаналізувати положення Литви для розвитку медичного туризму, визначимо сильні сторони та можливості (див. табл. 3.1).

Таким чином, на даний момент Литва ще не готова повноцінно

конкурувати за медичного туриста, бо турист бажає отримати високоякісний, повний пакет медичних послуг, що дозволяє йому придбати медичні послуги без стресу та додаткових турбот. Цільовий сегмент споживачів медичних послуг Литви становлять іноземці, тим чи іншим чином мають відповідне уявлення про країну та специфіку пропонованих медичних послуг (рекомендації литовських емігрантів, родичі країни та ін.).

Таблиця 3.1 – Сильні сторони та можливості для медичного туризму Литовської Республіки

Сильні сторони	Можливості
Висококваліфіковані спеціалісти; Придбано новітнє обладнання та перейнято передові методи лікування (при підтримці ЄС); Невисока вартість послуг; Якість послуг відповідає стандартам ЄС; Широкий спектр високоякісних послуг; Ментальна, культурна та мовна близькість з країнами СНД.	Високі ціни на послуги в інших країнах; Медичний сектор розвивається завдяки фінансову підтримку ЄС; Надмірна кількість ліжко-місць у лікарнях; Надмірна кількість лікарів та студентів медиків; Довгі черги на прийом до лікаря в інших країнах; Недостатня якість медичних послуг у інших країнах.

Для того, щоб змінити ситуацію, що склалася, необхідні комплексні рішення, орієнтовані усунення основних проблем та створення повноцінного, якісного пакету послуг, що поєднує як медичне лікування, так і туристичні послуги.

Уряд Литви досі не окреслив на законодавчому рівні поняття медичного туризму, тому державна влада не здійснює будь-яких ефективних заходів щодо просування медичного туризму в Литві.

Тим не менш, фінансові кошти, що спрямовуються Європейським Союзом, дозволили дещо зміцнити медичний сектор, оновити технічну базу,

розвинути інфраструктуру. Так, на сьогоднішній день у Литві діє 145 державних та 1681 приватних медичних закладів, а також 8 великих санаторіїв та СПА-центрів. З них 35 установ сертифіковано відповідно до стандартів міжнародної організації зі стандартизації ISO, а 4 приватні клініки готуються до акредитації згідно з системою JCI (один з стандартів у сфері якості та безпеки для медичних установ). За офіційній статистиці, 2016 р. на 10 тисяч жителів Литви припадає 80 ліжко-місць, 40 лікарів та 75 медичних сестер. Сьогодні у країні налічується 1682 реабілітаційних місць [30].

Сьогодні в Литовській Республіці ринок медичних послуг дуже диверсифікований, і послуги надаються як державним, так і приватним сектором.

На даний момент закордонним туристам у Литві доступний широкий пакет медичних послуг, що включає діагностику здоров'я, хірургію очей, пластичну хірургію, кардіохірургію, ортопедичну хірургію, лікування онкологічних захворювань, трансплантологію, лікування безплідності, стоматологію, реабілітаційні та медичні СПА-послуги. Але головна проблема полягає в тому, що і в приватних, і в державних клініках Литви досі зберігається досить низький рівень обслуговування та особливу проблему представляє взаємодію клієнта з персоналом іноземною мовою.

На сьогоднішній день потоки медичних туристів до Литви невеликі. Однак точні статистичні дані невідомі, оскільки у державних та приватних установах не ведеться підрахунок медичних туристів. На це впливає і той фактор, що на законодавчому рівні не визначено поняття медичного туриста. На думку приватних дослідних центрів, щороку до Литви з метою медичного обстеження прибуває близько 1000 туристів.

Тим не менш, британська консалтингова аудиторська компанія Ernst&Young виявила, що кількість туристичних прибутків з медичними цілями набагато вища за заявлені, а основний потік медичних туристів походить з країн, що знаходяться на схід від Литви – Білорусії, України, Казахстану. Куди меншу частку складають туристи із Великобританії, Ірландії, Данії.

Крім медичних та стоматологічних послуг, кластер медичного туризму в Литві включає ще й різні туристичні агенції, наукові установи, транспортні підприємства, санаторії та SPA-центри. Його основна місія – надавати послуги не лише медичним туристам, а й членам кластера. Основні цілі цього проекту представлені в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Концепція та цілі кластера медичного туризму Литви

Концепція проекту	«Литва – країна, що найшвидше розвивається, серед усіх Балтійських і Скандинавських країн у секторі медично-оздоровчого туризму».
Цілі	1. Річний дохід Литви від медичного туризму складе 144 млн. євро (до 2024 року). 2. Річний приріст числа медичних туристів, які прибувають до Литви, становитиме 15% (до 2024 року). 3. Увійти до ТОП-5 держав Європи за кількістю медичних туристів на душу населення. 4. Доходи від медичного туризму становитимуть щонайменше 20 – 30% всіх доходів приватних закладів охорони здоров'я Литви (до 2024 року).

Медичний туризм може мати значну ефективність для Литви з кількох причин:

1. Висока якість медичних послуг: Литва має відому медичну систему з високими стандартами якості, сучасними обладнаннями та висококваліфікованими медичними працівниками. Це привертає пацієнтів з інших країн, які шукають високопрофесійну медичну допомогу.

2. Конкурентні ціни: Медичні послуги в Литві можуть бути доступнішими з фінансової точки зору порівняно з іншими країнами, такими як Західна Європа або США. Це може залучати пацієнтів, які шукають якісну медичну

допомогу за більш доступними цінами.

3. Розмаїтість медичних спеціалізацій: Литва володіє розширеним спектром медичних спеціалізацій, включаючи кардіологію, онкологію, ортопедію, стоматологію та інші. Це означає, що пацієнти можуть отримати висококваліфіковану медичну допомогу у різних галузях за однією поїздкою.

4. Інтеграція медичного туризму та туризму загалом: Литва може пропонувати медичним туристам не лише медичні послуги, але й додаткові туристичні пропозиції, такі як культурні екскурсії, відпочинок у природних заповідниках, гастрономічний туризм тощо. Це розширює можливості для пацієнтів насолоджуватися туристичним досвідом під час свого перебування в Литві.

5. Потенційний розвиток медичного туризму: Медичний туризм є однією зі стратегічних галузей для розвитку туристичного сектора Литви. Завдяки розширенню медичних послуг, постійному вдосконаленню якості медичного обслуговування та залученню нових технологій, Литва може залучати більше пацієнтів з-за кордону. Це сприятиме зростанню доходів медичних закладів, створенню нових робочих місць і підвищенню економічного розвитку країни.

6. Посилення міжнародної репутації: Розвиток медичного туризму може сприяти підвищенню міжнародної репутації Литви як сучасної та надійної медичної дестинації. Задоволені пацієнти, які отримали високоякісну медичну допомогу в Литві, можуть стати посольством країни, рекомендуючи її іншим пацієнтам. Це сприятиме залученню нових клієнтів та підвищенню конкурентоспроможності Литви в глобальному медичному туризмі.

7. Розвиток медичного кластеру: Литва може розвивати медичний кластер, який об'єднує медичні заклади, університети, дослідницькі центри та інші зацікавлені сторони. Це сприятиме співпраці, обміну досвідом та інноваційним розробкам в медичній сфері. Такий підхід сприятиме зміцненню позицій Литви як центру високотехнологічного медичного обслуговування і привертанню міжнародних медичних туристів.

Однак, для досягнення повної ефективності медичного туризму для

Литви необхідно враховувати кілька факторів:

1. Маркетингові зусилля: Литва повинна активно просувати свою медичну пропозицію на міжнародному ринку. Це включає рекламні кампанії, участь у міжнародних виставках та конференціях, співпрацю з туристичними агентствами та медичними посередниками. Ефективне маркетингове планування і просування допоможуть привернути більше медичних туристів до Литви.

2. Інфраструктура та послуги: Литва повинна продовжувати вдосконалювати свою медичну інфраструктуру, забезпечувати сучасні медичні приміщення, передове обладнання та технології. Також важливо забезпечити високий рівень обслуговування пацієнтів, включаючи перекладачів, готелеві послуги, транспортні засоби та інші додаткові послуги, які можуть зробити перебування медичних туристів комфортним та безпроблемним.

3. Міжнародна співпраця: Литва повинна розвивати партнерські відносини з іншими країнами і медичними закладами, щоб створити мережу міжнародного медичного співробітництва. Це дозволить обмінюватися досвідом, використовувати передові методи лікування та привертати пацієнтів з різних країн.

4. Регуляторна політика: Наявність сприятливої регуляторної політики є важливою для розвитку медичного туризму. Литва повинна мати прозорі і прості процедури для в'їзних туристів.

5. Медична безпека та якість: Для забезпечення ефективності медичного туризму важливо зберігати високі стандарти медичної безпеки та якості. Литва повинна регулярно оцінювати і покращувати свою медичну інфраструктуру, впроваджувати міжнародні стандарти та сертифікацію. Це сприятиме збереженню довіри медичних туристів та підвищенню репутації Литви як надійного медичного напрямку.

6. Підтримка інновацій: Литва повинна сприяти розвитку інноваційних технологій та методів лікування, що покращують ефективність та результати медичних процедур. Інвестиції в дослідження та розвиток нових медичних

технологій допоможуть залучати більше медичних туристів, які шукають передові методи лікування.

7. Урядова підтримка: Підтримка уряду є важливою для стимулювання розвитку медичного туризму. Литва може впроваджувати фіскальні пільги, знижки на податки та інші заходи, які привернуть інвестиції у медичний сектор та стимулюватимуть розвиток медичного туризму.

Загалом, ефективність медичного туризму для Литви залежить від поєднання якісних медичних послуг, привабливої туристичної пропозиції та ефективних маркетингових стратегій. Зростання медичного туризму може мати позитивний вплив на економіку країни, сприяти розвитку медичного сектору та зміцненню міжнародної репутації Литви як медичної дестинації.

Таким чином, розвиток туристичної пропозиції Литви на сучасному етапі передбачає поєднання природних, культурних, історичних та сучасних елементів, забезпечуючи різноманіття та унікальність туристичного продукту. Постійне покращення і розширення пропозиції, сприятливе бізнес-середовище та активна маркетингова діяльність допоможуть Литві залучити більше туристів і підтримати стабільний розвиток.

ВИСНОВКИ

Туристична пропозиція – це сукупність послуг і продуктів, які подаються на розгляд клієнта, котрий бажає здійснити туристичну подорож.

Об'єктом туристичної пропозиції є споживач – турист. Тому під час планування і розробки пакета послуг необхідно з'ясувати реальні потреби туриста й орієнтувати на них пропозицію.

Туристична пропозиція має бути достовірною і правдивою, оскільки в подальшому при здійсненні подорожі турист буде обов'язково порівнювати побачене в турагентстві й у реальності. Ступінь відповідності рекламованого і реального має бути максимальним, оскільки інший варіант розчарує туриста.

У звичному розумінні пропозиція це кількість благ і послуг, які виробники мають намір продати на ринку за визначеною ціною. В економічній теорії пропозиція – відношення між кількістю продукту, яку виробники можуть запропонувати у певний час, та ціною, за умови, що інші явища, які формують ринок, є сталими та незмінними. Отже, подібно до попиту, пропозиція не є кількістю, а відношенням між ціною й кількістю. Такий підхід стає зрозумілим, коли відомо, що в міру зростання ціни виробники схильні збільшувати обсяги виробництва і реагувати протилежно, коли ціна знижується.

Дослідження другого розділу дозволило зробити висновок що Литва, яка розташована на східному узбережжі Балтійського моря, має значний туристичний ресурсний потенціал, який пропонує різноманітні можливості для відпочинку та подорожей. Перш за все, Литва приваблює туристів своєю багаточисловою історією та культурою. Країна має велику кількість історичних пам'яток, замків, церков, монастирів та інших архітектурних шедеврів, які свідчать про багатий минулий Литви. Вільнюс, столиця країни, з його Старим Містом, яке входить до Списку світової спадщини ЮНЕСКО, пропонує відвідувачам чудову можливість зануритися в середньовічну атмосферу та насолодитися архітектурою, кав'ярнями та ресторанами. Крім того, Литва славиться своїми культурними фестивалями, які пропонують різноманітні види

мистецтва, включаючи музику, танці, театр та літературу. Природний ландшафт Литви також робить її привабливою для туристів. Країна має багато національних парків, заповідників та резерватів, де можна насолодитися красою природи. Куршська коса, довгий пісчаний півострів, що розташований біля Куршської коси, визнаний світовою спадщиною ЮНЕСКО і пропонує відвідувачам неповторну природну атмосферу з унікальними рослинними та тваринними видами.

Крім того, Литва має розвинуту інфраструктуру для активного відпочинку. В країні є розгалужена мережа готелів, гостьових будинків, кемпінгів та інших видів проживання, які відповідають різним бюджетам і вимогам туристів. Туристи можуть використовувати велосипедні та піших маршрути, щоб досліджувати мальовничі місцевості, а також кататися на водній техніці вздовж узбережжя Балтійського моря або озер.

Литва також відома своїми спа-курортами та лікувальними джерелами. Багато курортних містечок, таких як Друскінінкай, Бірштонас, Паланга та Біржай, пропонують відпочинок і релаксацію за допомогою лікувальних процедур, мінеральних вод та спеціальних терапевтичних послуг. Країна має свої унікальні страви та традиційну кухню, яка включає в себе м'ясні страви, рибу, картоплю, молочні продукти та різноманітні національні делікатеси. Відвідувачі можуть скуштувати місцеві сири, ковбаси, смажену шкурку, булінгус та інші литовські страви, що вирізняються своїм унікальним смаком.

Загалом, туристичний ресурсний потенціал Литви пропонує відпочинок та подорожі для різних категорій туристів. Від історичних та культурних визначних місць до прекрасної природи та активного відпочинку.

Ресурсний потенціал Литви як чинник туристичної пропозиції великий, і країна стає все більш цікавішою для відвідування українськими та туристами з інших країн світу. Уряд Литви для розвитку туристичного потенціалу розробив нову довгострокову стратегію, яка спрямована на вирішення та визначення пріоритетів ключових перспективних питань.

Проведене дослідження також дозволило виділити найперспективніше

міста у Литві – Вільнюс, Клайпеда та Каунас.

Особливої уваги в дипломній роботі приділено медичному туризму Литви, як чиннику туристичної пропозиції. Сприятливе географічне положення Литви та наявний потенціал надання медичних послуг створюють позитивні умови у розвиток медичного туризму.

На основі аналізу сильних сторін та можливостей для медичного туризму Литовської Республіки сформована концепція та цілі кластера медичного туризму Литви, яка позиціонує країну, що найшвидше розвивається, серед усіх Балтійських і Скандинавських країн у секторі медично-оздоровчого туризму. На основі статистичних даних отримано наступні прогностні очікувані показники: річний дохід Литви від медичного туризму складе 144 млн. євро (до 2024 р.); річний приріст числа медичних туристів, які прибувають до Литви, становитиме 15% (до 2024 року); Литва увійде до ТОП-5 держав Європи за кількістю медичних туристів на душу населення; доходи від медичного туризму становитимуть щонайменше 20 – 30% всіх доходів приватних закладів охорони здоров'я Литви (до 2024 року).

Загалом, ефективність медичного туризму для Литви залежить від поєднання якісних медичних послуг, привабливої туристичної пропозиції та ефективних маркетингових стратегій. Зростання медичного туризму може мати позитивний вплив на економіку країни, сприяти розвитку медичного сектору та зміцненню міжнародної репутації Литви як медичної дестинації.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Безуглий В. В. Економічна і соціальна географія зарубіжних країн : навч. посібник. Київ : ВЦ «Академія», 2005. 704 с.
2. Василюх Н. В., Мельник І. М. Особливості та сучасні аспекти функціонування ринку туристичних послуг. *Збірник наукових праць «Торгівля, комерція, підприємництво»*. 2011. Вип. 13. С.122–125.
3. Жабалюнас Л. Сільський туризм у Литві. URL : <http://ltclub.ru/RU/2013-09-10-kaimo-turizmas-lietuvoje/> (дата звернення: 23.05.2023).
4. Жук І. З. Управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні : дис. канд. екон. наук : спец. 08.00.03; Львівський національний ун-т імені Івана Франка. Львів, 2015. 214 с.
5. Календар подій у Литві 2013. Вільнюс : Литовський державний департамент туризму при Міністерстві економіки, 2013. 44 с.
6. Ковальчук С. В., Миколишина В. В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2011. № 6. С. 60–65.
7. Країни Балтії: Географічна характеристика. Види туризму. URL : http://elisey-ka.ru/geo/g2_05.htm (дата звернення: 23.05.2023).
8. Лагодієнко В. В., Довгаль О. В. Чинники економічного зростання регіонів в умовах диспропорційності. *Актуальні проблеми інноваційної економіки: науковий журнал*. 2018. № 3. С. 15–21.
9. Левицька Е. В. Організація підприємництва у туризмі. Донецьк : ДІТБ, 2000. 306 с.
10. Липовець О. Литовці стали частіше їздити країною, або 11 фактів про місцевий туризм. URL : http://ua.sputniknews.lt/tourism/20170312/2416720/kolichestvo_mestnyh-turistov-v-litve-stalo-bolshe.html (дата звернення: 23.05.2023).
11. Литва. Туризм. Світовий Атлас Даних. URL :

<http://knoema.ru/atlas//topics> (дата звернення: 23.05.2023).

12. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 3-тє вид., перероб. і доп. Київ : Альтерпрес, 2005. 436 с.

13. Любіцева О. О. Територіальна організація національного туризму як проблема активізації туристичного бізнесу. *Проблемні та перспективні аспекти туристичного бізнесу*: тези доповідей міжн. науково-практичн. конференції 22–23 травня 2008 р. Харків, 2008. С. 46–49.

14. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.

15. Мальська М. П. Туристичне країнознавство. Європа : навч. посібник / М. П. Мальська, М. З. Гамкало, О. Ю. Бордун. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 224 с.

16. Мальська М. П., Рутинський М. Й. Економіка туризму: теорія та практика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 650 с.

17. Мандрик І. П. Природно-географічні чинники розвитку туризму в Литві. *Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку* : матеріали І Всеукр. наук.-практ. інтернет-конференції (м. Луцьк, 30–31 берез. 2017 р.). Луцьк : Терен, 2017. С. 98–101.

18. Момонт Т. В. Інноваційний підхід до формування ринку конкурентоспроможних туристичних послуг. *Продуктивні сили і регіональна економіка*. 2008. №5. Ч. 2. С. 191–195.

19. Національні парки Литви. URL : <http://www.lithuania.travel/ru/obekty/nacionalnye-parki/18208>. (дата звернення: 23.05.2023).

20. Офіційний туристичний портал Вільнюса. URL : <http://www.vilnius-tourism.lt>. (дата звернення: 23.05.2023).

21. Офіційний туристичний портал Естонії. URL : <http://www.visitestonia.com>. (дата звернення: 23.05.2023).

22. Офіційний туристичний портал Латвії. URL : <http://>

/www.lithuania.travel. (дата звернення: 23.05.2023).

23. Офіційний туристичний портал Литви. URL : <http://www.latvia.travel> (дата звернення: 23.05.2023).

24. Раманаускене Я. Розвиток сільського туризму Литві. URL : <http://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/objects/LT-LDB> (дата звернення: 23.05.2023).

25. Розвиток державної політики з туризму з 90-х років та підтримка бізнесу урядом Литви URL : <http://www.osce.org/ua/ashgabat/18980?download=true> (дата звернення: 23.05.2023).

26. Сайт державного туристичного департаменту Литви. URL : <http://www.tourism.lt>. (дата звернення: 23.05.2023).

27. Сайт Європейської комісії. URL : <http://ec.europa.eu> (дата звернення: 23.05.2023).

28. Сайт інституту статистики Естонії. URL : <http://www.stat.ee>. (дата звернення: 23.05.2023).

29. Сайт інституту статистики Латвії. URL : <http://www.csb.gov.lv> (дата звернення: 23.05.2023).

30. Сайт інституту статистики Литви. URL : <http://www.stat.gov.lt>. (дата звернення: 23.05.2023).

31. Сливенко Є. А. Вплив євроінтеграційних процесів на розвиток туристичного ринку країн Балтії. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Менеджмент інновацій»*. 2014. Вип. 3. С. 93–99.

32. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин : Вид-во Ніжинського держ. ун-ту ім. Миколи Гоголя, 2010. 336 с.

33. Ткаченко Т. І. Індикатори розвитку туризму: методичні та практичні аспекти. Київ : КУТЕП, 2005. 510 с.

34. Astrida Travel. URL : <http://www.astrida.lt/> (дата звернення: 23.05.2023).

35. Słaby T. *Metody ilościowe w turystyce*. Warszawa: Wyższa szkoła hotelarstwa, gastronomii i turystyki, 2008. 147 s.

36. Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. URL : https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2021/explore-the-data?_gl=1*1346zv6*_up*MQ..&gclid=Cj0KCQiAxbefBhDfARIsAL4XLRpiY8VMdBjBqbrO5kpSG7W6Pf5DHBj08J_p0WwWZH3_6cPRAQoWUDiaAtQLEALw_wcB (дата звернення: 23.05.2023).

37. Мамотенко Д. Ю., Масловец Д. С. Ресурсний потенціал Литви, як чинник туристичної пропозиції. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства: матеріали міжнародної наук.-практ. конф., 25 листопада 2022 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 265–269.*

ДОДАТКИ

Додаток А

Ресурсний потенціал Литви



Додаток Б

Перелік музеїв Литви, які користуються найбільшою популярністю серед туристів

м. Каунас	м. Шяуляй
Музей народного побуту	Музей «Аушра»
Музей авіації Литви	Будинок Венскалусков
Парк Будинку президентів	Музей велосипедів
Музей кераміки	Фотомузей
Музей народної музики	Палац Х. Френкеля
Музей литовської музики	Будинок Ювараса
Музей пошти телекомунікації і інформації	Музей радіо й телебачення
Музей депортацій і литовського національного опору	Музей кішок
Зоологічний музей ім. Іванаускаса	Пожежно-технічний музей
Меморіальні музеї И. Груоджіо, С. Нере, Б. Сруого й С. Шимкауса	Музей історії Шяуляйського університету
Зоологічний і Ботанічний сади	Музей історії залізниці
Музей творчості М.К. Чюрленіса	Музей історії водопостачання й каналізації
Музей А. Жмуйдзинавічюса («Музей чортів»)	м. Вільнюс
Картинна галерея М. Жилінскаса	Артилерійський бастион «Бокшто»
Військовий музей ім. Вітаутаса Великого	Центр сучасного мистецтва
Каунаський музей дев'ятого форту	Національний музей «Арсеналі»
Музей литовської літератури ім. Майроніса	Музей замку Арсеналі
Музей спорту Литви	Музей прикладного мистецтва
Музей для сліпих	Національна галерея
Литовський музей авіації	Художня галерея
Музей дорогоцінних каменів	Палац Радзивилів
Музей Союзу литовських стрільців	Литовський державний єврейський музей
Музей історії литовської медицини та фармацевтики	Парк Європи
Музей депортації та супротиву	Музей Геноциду
Музей Каунаського лялькового театру	Меморіальний музей В. Кревес-Мицкявичюса
Педагогічний музей	Музей бурштину
Головний військовий музей ім. Вітовта	Музей архітектури
м. Паланга	Музей театру, музики й кіно
Музей бурштину	Літературний музей О.С. Пушкіна
Будинок-музей А. Мончіса	Будинок Чюрленіса
Меморіальна садиба Дк. Йонаса Шлюпаса	Меморіальний музей Б. Гринцявичюте
Садиба-музей Орвідас («Музей абсурду»)	Музей жертв геноциду
Морський музей Литви	м. Клайпеда
Утянський уїзд	Музей ковальських виробів
Музей коней	Музей годинників
Музей етнокосмізму	Краєзнавчий музей
	Музей історії Малої Литви
	Скульптурний парк «Мазвидас»

Додаток В

Фактори впливу на туристичну пропозицію Литви

Позитивні фактори	Негативні фактори
✓ Географічно мала територія та невелике населення. ✓ Географічне розташування між Сходом та Заходом, східний кордон ЄС. ✓ Історія та автентичність (відображення польської, білоруської та німецької історії та культури). ✓ Історія, а також матеріальна та нематеріальна спадщина минулого періоду. ✓ Автентичність литовської культури (мова, етнічна культура, кухня, традиції). ✓ Низька щільність населення (у Литві близько 49 осіб на км², Латвії - 34, в Естонії - 29). ✓ Майже незаймане природне середовище: ліси, болота, озера, прибережні зони, щільна мережа територій, що охороняються. ✓ Сільський уклад та традиції ✓ База для сільського туризму. ✓ Висока щільність міст із населенням до 1,5 тис. жителів. ✓ Їжа, напої та розваги дешевше, ніж у західних країнах та СНД», тобто помірні ціни та гарна якість за західними стандартами. ✓ Платежі приймаються за кредитними та дебетними картами навіть у невеликих містах та на околицях. ✓ Розвинена національна інформаційна система для туристів.	✓ Погода (нестача сонячних днів, клімат прохолодний та вологий). ✓ Сезонний характер (3-4 місяці туристичного сезону), нестача розваг у зимовий час. ✓ Поганий залізничний зв'язок між Литвою та Польщею. ✓ Нестача кемпінгів. ✓ Недостатня інтегрованість туристичних маршрутів із Латвією та Естонією. ✓ Недостатня співпраця на регіональному рівні між сусідніми країнами у сфері туристичного маркетингу та розповсюдження туристичної інформації. ✓ Недостатня співпраця в рамках моделі тристороннього партнерства (Triple Helix) між органами влади, представниками бізнесу та науково-дослідними та навчальними закладами. ✓ Відсутність чіткої туристичної стратегії для східних ринків (прикордонних країн та інші країни СНД). ✓ Візовий режим: необхідність отримання туристичних віз у літній сезон потенційними туристами з прикордонних країн та інших країн СНД.

Додаток Г

Функції туристичних партнерів у Литві

Показник	Дані
Відповідальний партнер у Литві:	Lietuvos kaimo turizmo asociacija / Литовська асоціація туризму на селі
	K. Donelaičio g. 2-201, LT-44213 Каунас
веб-сайт:	www.atostogoskaime.lt
електронна пошта	info@atostogoskaime.lt
Послуги	baltictrails.eu/en/coastal/itinerary
Харчування	baltictrails.eu/en/coastal/itinerary
Громадський транспорт	www.autobusubilietai.lt , www.traukiniobilietas.lt ,

