

УДК 338.485 (474/476)

**РАЗВИТИЕ
МЕЖДУНАРОДНОГО
ТУРИЗМА В ЛИТВЕ:
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ
АНАЛИЗ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
АСПЕКТОВ**

Э. Спиряевас *



Отмечено, что процессы, связанные с развитием международного туризма в Литве, имеют важное значение для роста экономического, социального и культурного благосостояния страны. Возрастающая среди зарубежных гостей туристическая и рекреационная привлекательность таких городов, как Друскининкай, Тракай, Паланга, Вильнюс и Клайпеда, а также хорошее сочетание цены и качества предлагаемых услуг способствуют росту конкурентоспособности на рынке международного туризма. Стандарты услуг, применяемые на литовском рынке международного туризма, поддерживают и продвигают имидж Литвы в регионе Балтийского моря.

Межрегиональное сотрудничество Литвы, Латвии и Эстонии в сфере развития международного туризма реализуется на основе государственного и частного партнерства. Недавно было признано, что три Прибалтийских государства формируют интеграционный регион в сфере международного туризма и оказывают соответствующее влияние на Калининградскую область, Северо-Восточную Польшу, Южную Финляндию и частично на Беларусь. Показано, что в связи с этим Литва играет существенную роль в интеграции туристической инфраструктуры Калининградской области в туристическую систему Прибалтийских государств.

Цель настоящего исследования — провести сравнительный анализ процессов, связанных с развитием международного туризма в Литве, в контексте Прибалтийских государств. С практической стороны основное внимание в работе уделяется сравнению региональных аспектов и факторов конкурентоспособности, а также дальнейшему развитию международного туризма в Литве в рамках приграничного и трансграничного сотрудничества.

Ключевые слова: международный туризм, развитие, Литва, региональное сравнение, Прибалтийские государства, Калининградская область

* Клайпедский университет.
LT-92294, Литва, Клайпеда,
ул. Геркаус Манто, 84.

Поступила в редакцию 12.11.2012 г.

doi: 10.5922/2074-9848-2013-1-8

© Спиряевас Э., 2013

Введение

В последнее время многие регионы Восточной Европы при создании стратегий регионального развития уделяют особое внимание процессам, связанным с развитием международного туризма. Туризм, будучи приоритетом в стратегиях регионального развития, оказал существенное влияние и на приграничное сотрудничество, что само по себе уже оправдывает усилия по его развитию не только в Европе, но и в других регионах мира [18; 19]. На развитие международного туризма влияют общие процессы мировой глобализации. Туризм, активно способствуя европейской интеграции, стал одним из наиболее важных приоритетов для Литвы [7], а также для Латвии и Эстонии. Эти страны располагаются на перекрестке межрегиональных контактов (Восток — Запад и Север — Юг), через их территорию проходят транспортные пути, что позволяет развивать международный туризм [2].

Согласно прогнозам Всемирной туристической организации до 2020 г., рост туристического сектора в регионе Балтийского моря будет выше по сравнению с другими регионами Европы [4; 5]. Это хорошая новость, поскольку развитие туризма внесет существенный вклад в экономический рост и благосостояние региона. Однако возникает и проблема качественного роста, т.е. сочетание роста туристического сектора с сокращением использования энергетических ресурсов и снижением загрязнения окружающей среды. Сегодня «Балтика-21» представляет собой проект регионального развития в рамках программы «Повестка-21», нацеленный на реализацию стратегии устойчивого развития в регионе Балтийского моря. Туризм выступает одним из семи основных приоритетов «Балтики-21» («Повестки-21») [1].

Развитие международного туризма в Литве — важный компонент в создании экономического, социального, культурного и даже экологического благосостояния, т.е. международный туризм играет важную роль в диверсификации экономики, защите природного и культурного наследия, повышении ценности нематериального наследия: местной кухни, ремесел и т.д. Упомянутые факторы стали ключевыми в разработке маркетинговых стратегий для туристического сектора в Литве. За последние годы в ЛР были созданы определенные социально-экономические предпосылки, и она уже представила себя на рынке международного туризма в качестве страны со своим особым туристическим продуктом. Литва поняла необходимость сохранения и заботы о своих природных, исторических и культурных памятниках. Природные ресурсы имеют большое значение для развития туризма [6]. Несмотря на то что Литва пережила период «планового социализма», удалось сохранить ее специфические особенности. В стране были созданы национальные и региональные парки, сочетающие в себе природные и этно-

культурные ценности, и они стали так называемыми точками притяжения для туристов.

Развитие международного туризма в Литве: региональный контекст в регионе Балтийского моря

Литва, Латвия и Эстония не новички в сфере туризма [8]. Так, Эстония была одним из наиболее любимых мест отдыха финских туристов в течение десятилетий [22], а пляжи и прибрежные грязевые лечебницы Латвии привлекали представителей российской элиты задолго до начала советской эпохи [17]. Благодаря своим рекреационным возможностям и курортам на берегу Балтийского моря Литва всегда была привлекательной для русских и белорусов в советский период.

Крупнейший рост въездного туризма в Литве, Латвии и Эстонии, а также во всем регионе Балтийского моря наблюдается с 2004 г., когда эти Прибалтийские страны вступили в ЕС. Вместе с тем и Калининградская область — российский эксклав на Балтийском побережье — стала одним из привлекательных туристических направлений на рынке международного туризма [11; 16]. Сочетание благоприятных факторов, таких как географическое положение, приемлемые цены, история и традиции, недостаток знаний о прибалтийских государствах, новая геополитическая ситуация в регионе, а также развитая транспортная сеть и относительно малые расстояния — все это создало предпосылки для появления новых туристических направлений на небольшой географической территории, обладающей различными возможностями для отдыха и туризма, что, в свою очередь, повышает конкурентоспособность Прибалтийских государств и Калининградской области.

После распада Советского Союза в 1991 г. и обретения Прибалтийскими государствами независимости туристический сектор столкнулся со многими проблемами в части реструктуризации и реформирования, принятия новых правил игры в условиях свободного рынка [8]. Изменение структуры туристического потока, т. е. практически полное прекращение визитов туристов из России, Беларуси и Украины, привело к существенным экономическим потерям. Новый туристический рынок еще не был сформирован. Рекреационные сооружения не соответствовали международным стандартам, здравницы на побережье Балтийского моря и в глубине страны пустовали, поскольку они не были известны на западном рынке туристических услуг. В некоторых случаях степень обветшания рекреационной инфраструктуры достигала 60%. После 1994 г. наблюдается определенная тенденция к росту количества зарубежных туристов в Прибалтийских странах. Основным движущим фактором стало то, что «новые страны Европы все еще оставались закрытыми для за-



падных рынков». Другими словами, Прибалтийские страны начали вызывать все больший интерес в связи с процессом их вступления в ЕС. В путеводителе «Lonely Planet», изданном в 1994 г., раздел, посвященный Прибалтийским государствам и Калининградской области, начинается словами: «Будучи последним рубежом путешествий по Европе, Прибалтийские государства, возможно, являются кладом исторического, культурного и природного очарования. Поездка в Прибалтийские государства считалась экзотическим приключением и была сродни путешествию к давно забытым рубежам». Первые гости с Запада прибыли из Финляндии в Эстонию (благодаря географической близости между столицами этих стран начали активно развиваться ежедневные паромные туры) и из Германии в Литву (в Клайпедский округ).

История Клайпедского округа связана с историей бывшей Восточной Пруссии, поэтому там преобладал так называемый ностальгический туризм (как и в Калининградской области). Туристы из Польши начали посещать восточную часть Литвы и ее столицу Вильнюс, которые до Второй мировой войны входили в состав Польши и где проживала довольно многочисленная польская диаспора. Вместе с тем благодаря изменению геополитической ситуации в Прибалтийских государствах в Латвию продолжали приезжать туристы из России, поскольку там проживала большая русскоговорящая диаспора.

В Латвии и Эстонии также стали появляться первые предпосылки для развития международного туризма, нацеленного на туристические рынки Скандинавских стран и Германии; начали применяться международные стандарты в сфере туристического бизнеса и транспортной системы. Было организовано хорошее паромное сообщение по маршруту Таллин — Хельсинки, Таллин — Стокгольм, а также между Ригой и Стокгольмом.

Литовская столица Вильнюс располагается вдалеке от побережья, и поэтому добраться до него зачастую сложнее по сравнению с Таллином и Ригой. Кроме того, аэропорт в Риге предлагал более разветвленную сеть авиамаршрутов между Востоком и Западом, и за Ригой закрепилось неофициальное название «прибалтийский Париж» — благодаря западноевропейскому уровню предлагаемых туристических услуг и прекрасно сохранившимся объектам культурного наследия. Туристический рынок Эстонии взял ориентир на Финляндию и Швецию, тогда как туристический рынок Литвы стал более диверсифицированным и более ориентированным на Центрально-Восточную Европу и Скандинавские страны. Туристический рынок Латвии был направлен строго на Швецию и Германию. До вступления в Евросоюз туристический сектор Прибалтийских государств не в достаточной мере занимался восточными рынками (Россией, Беларусью, Украиной), хотя поток туристов оттуда, и особенно из России, всегда был значительным.

Сегодня Прибалтийские государства стали известны на европейском рынке международного туризма благодаря своим природным ландшаф-



там, пляжам и курортам на Балтийском побережье, природным и региональным паркам, где отдых сочетается с культурно-этническими элементами и возможностями сельского туризма. Развитию международного туризма также способствуют компактность территорий Прибалтийских стран, небольшие расстояния, развитая сеть автомобильных дорог и авиаперевозок. Кроме того, туристические маршруты по городам (столицам) и развитие круизного туризма также играют существенную роль.

В географическом и историческом плане Калининградская область, будучи территорией бывшей Восточной Пруссии, особенно связана с Литвой. Схожесть природного ландшафта, наличие большого количества объектов культурного наследия, развитие одинаковых видов туристической активности, идентичные особенности рекреационных ресурсов, транспортная доступность, западные стандарты предлагаемых услуг — все это создает предпосылки для сотрудничества в сфере развития международного туризма. Однако основными препятствиями на пути развития считаются эксклавное положение российского региона, визовый режим для граждан Европейского союза, прибывающих в Калининградскую область, и для калининградцев, выезжающих в ЕС. Поэтому основными потребителями туристических услуг в Калининградской области выступают российские туристы. С 2004 г. поток иностранных туристов здесь снижается. Визовый режим является преградой для развития приграничного сотрудничества, и, таким образом, Калининградская область становится все более изолированной на рынке международного туризма в регионе Балтийского моря. При этом она остается популярной с точки зрения въездного туризма у жителей Польши, Литвы, других регионов России и стран СНГ.

Потоки иностранных туристов: структура и перемены

В настоящее время въездной международный туризм играет существенную роль в экономиках Прибалтийских государств и, являясь фактором экономического развития, оказывает влияние на многие процессы регионального развития и территориального сотрудничества на международном уровне.

Рост потока иностранных туристов в Прибалтийских странах стал особенно заметен с 1995 г. В 1995 г. в Литве побывало 650 тыс. иностранных туристов [14], в Латвии и Эстонии — 539 тыс. и 530 тыс. соответственно [9; 13]. По последним статистическим данным, в 2011 г. Литву посетили 4 504 300 [15], Латвию — 3 257 000 [13] и Эстонию — 2 460 000 [10] туристов с различной продолжительностью пребывания. География стран, откуда они приезжали, также различна. В 2009 г. Литву посетили 1 800 000 иностранцев, среди них преобладали туристы из Польши (16,7%), Германии (14,6%), России (10,5%), Латвии (8,3%),

Беларуси (6,9%), Эстонии (4,0%), Финляндии (4,0%), Великобритании (3,4%), Франции (2,9%), Италии (2,7%), Швеции (2,5%), США (2,3%), Норвегии (2,1%) (данные «Lithuanian Tourism...», 2009 г.) [14]. В 2011 г. в Литве побывали 1 775 000 иностранцев с длительностью пребывания более 3 дней среди них были туристы из Беларуси (19%), России (15%), Польши (12%), Латвии (10%), Германии (9%), Финляндии (4%), Великобритании (3%), Швеции (3%), Эстонии (3%), Норвегии (2%) (данные «Lithuanian Tourism...», 2011 г.) [15].

В 2009 г. Латвию посетили 1 113 898 туристов, в основном из Литвы (13,9%), России (12,4%), Швеции (10,9%), Эстонии (10,2%), Германии (8,9%), Финляндии (8,7%), Норвегии (4,7%) и Великобритании (4,6%) [13]. В 2011 г. из 1 807 919 иностранных туристов с длительностью пребывания более 3 дней, были в основном гости из России (18,1%), Литвы (12,9%), Германии (7,8%), Швеции (10,1%), Эстонии (6,8%), Финляндии (6,4%), Норвегии (4,2%) и Великобритании (4,1%) [13].

В 2009 г. Эстонию посетили 1 380 540 туристов, главным образом из Финляндии (54,4%), России (6,8%), Швеции (5,6%), Германии (5,5%), Латвии (4,94%), Норвегии (2,9%), Великобритании (2,4%) и Литвы (2,4%) [9]. В 2011 г. гостями Эстонии стали 1 807 919 туристов с длительностью пребывания более 3 дней — из Финляндии (46,5%), России (11,2%), Германии (5,7%), Швеции (4,7%), Латвии (4,7%), Великобритании (3,9%), Норвегии (2,8%) и Литвы (2,6%) [10].

Недавно продвижение въездного туризма из России и Беларуси было выбрано в качестве одного из приоритетов развития на основе объединяющих их с Прибалтийскими странами международно признанных стандартов, особенно между Литвой и Беларусью, имеющих долгие исторические связи. Другими странами, развитие и поддержку въездного туризма из которых Литва также обозначила своим приоритетом, выступают Польша, Германия, Великобритания, Франция, Италия и Испания.

В целом регион стал наиболее динамично развивающимся туристическим направлением во всей Европе. Еще одна особенность въездного туризма в Прибалтийских странах: высокая пропускная способность туристических достопримечательностей и большие возможности для размещения туристов в столичных городах. Около 57% ночного пребывания иностранных туристов приходилось на столицы в 2009 г., при этом самый высокий показатель был в Риге (73%), в Таллине — 56%, в Вильнюсе — 46% (данные «Consumetric...», 2009 г.) [3].

За период с 1993 по 2011 г. доходы от пребывания иностранных туристов в Литве выросли почти в 36 раз и к концу 2011 г. достигли суммы в 1,01 млрд евро. В течение всего этого периода наблюдался положительный баланс, т.е. доходы от иностранного туризма постоянно превосходили расходы [20]. По последним данным, на долю въездного туризма приходится около 26,9% от всего экспортного дохода Литвы.

Факторы конкурентоспособности в развитии иностранного туризма в Литве

В целом, определяя конкурентоспособность международного туризма в Литве, можно выделить следующие факторы (см. табл.).

Факторы конкурентоспособности

Положительные факторы	Отрицательные факторы
<p>Географически малая территория и небольшое население.</p> <p>Географическое расположение между Востоком и Западом, восточная граница ЕС.</p> <p>История и аутентичность (отражение польской, белорусской, российской и немецкой истории и культуры).</p> <p>История, а также материальное и нематериальное наследие советского периода.</p> <p>Аутентичность литовской культуры (язык, этническая культура, кухня, традиции).</p> <p>Низкая плотность населения (в Литве около 49 человек на км², в Латвии — 34, в Эстонии — 29).</p> <p>Почти нетронутая природная среда: леса, болота, озера, прибрежные зоны, плотная сеть охраняемых территорий.</p> <p>Деревенский уклад и традиции — база для сельского туризма.</p> <p>Высокая плотность городов с населением до 1,5 тыс. жителей.</p> <p>Еда, напитки и развлечения дешевле, чем в западных странах и СНГ», т. е. умеренные цены и хорошее качество по западным стандартам.</p> <p>Платежи принимаются по кредитным и дебетным картам даже в небольших городах и на окраинах.</p> <p>Развитая национальная информационная система для туристов</p>	<p>Погода (недостаток солнечных дней, климат прохладный и влажный).</p> <p>Сезонный характер (3—4 месяца туристического сезона), недостаток развлечений в зимнее время.</p> <p>Плохая железнодорожная связь между Литвой и Польшей.</p> <p>Нехватка кемпингов.</p> <p>Недостаточная интегрированность туристических маршрутов с Латвией и Эстонией.</p> <p>Недостаточное сотрудничество на региональном уровне между соседними странами в сфере туристического маркетинга и распространения туристической информации.</p> <p>Недостаточное сотрудничество в рамках модели трехстороннего партнерства (Triple Helix) между органами власти, представителями бизнеса и научно-исследовательскими и учебными учреждениями.</p> <p>Отсутствие четкой туристической стратегии для восточных рынков (Россия, Белоруссии и другие страны СНГ).</p> <p>Неясно определенный имидж Литвы в России.</p> <p>Визовый режим: необходимость получения туристических виз в летний сезон потенциальными туристами из России, Белоруссии и других стран СНГ.</p> <p>Для литовских туристов посещение России является дорогостоящим, и зачастую российские туристические объекты имеют недостаточное качество.</p> <p>Недостаток туристической информации и прочих видов социальной связи между Литвой и Калининградской областью</p>

Источник: результаты собственного исследования автора (2012 г.).

Рассматривая комплекс туристических ресурсов и их территориальное распределение, можно сказать, что Литва специализируется в следующих сферах международного туризма:

— экотуризм (наблюдение за птицами, природные тропы, велосипедные прогулки, катание на лыжах, соревнования на открытом воздухе);

— культурно-познавательный туризм (архитектура, история, искусство, национальная кухня, события культурной жизни, выдающиеся личности), включая историю советского периода;

— медицинский и оздоровительный туризм;

— водолечебные процедуры;

— деловой туризм (конференции, семинары и выставки);

— сельский туризм;

— городской туризм («долгий уик-энд»).

Развитие подобных направлений международного туризма также характерно для Латвии [12; 21] и Эстонии. В Литве более развиты направления: медицинский и оздоровительный туризм, водолечебный и сельский туризм. В Латвии преобладают городской туризм и культурно-познавательный туризм, спортивный туризм в зимний период [12]. В Эстонии — круизный туризм, сельский и городской туризм.

Создание концептуального туристического имиджа Прибалтийских стран всегда было важной задачей, особенно для Литвы, однако до сих пор не появилось общего регионального туристического бренда из-за желания каждой страны подчеркнуть собственную важность и привлекательность. Эстония была первой страной, применившей «позывной» бренд: «*Посетите Эстонию*»; в Латвии лозунг «*Поющая страна*» был изменен на «*Лучшим наслаждаются не спеша*». Литва испытала трудности в создании туристического бренда из-за своей культурной ориентации и исторических связей с Центрально-Восточной Европой, а также расположения столицы вблизи границы с Беларусью. Лозунг «*Храбрая страна*» подчеркивает особое культурно-историческое положение Литвы на перекрестке Запада и Востока.

Говоря о сотрудничестве Прибалтийских государств в сфере оказания туристических услуг, следует отметить, что между странами организовано довольно плодотворное взаимодействие в области инфраструктуры и предоставления электронных услуг. В данном случае была перенята и применена скандинавская модель, которая позволила обрисовать не только физические, но и виртуальные границы между странами в сфере транспорта, путешествий и гостиничного бизнеса.

Процессы слияния туристических секторов Прибалтийских стран усилились после их вступления в Евросоюз, когда все три государства воспринимались как единый регион, в том числе и с точки зрения туризма. Позднее эти страны присоединились к Шенгенскому пространству, что привело к физическому исчезновению границ между ними. Как следствие — возникло институциональное единство между поставщиками различных услуг. Таким образом, в Литве, Латвии и Эстонии появилась единая сеть гостиниц и систем бронирования номеров в них, авиационных, автобусных и паромных маршрутов, а также виртуальная инфраструктура для получения туристической информации (веб-сайты, брошюры, реклама). Банковские системы этих трех стран также в основном консолидированы с банками скандинавских соседей (Финляндии, Швеции, Дании и Норвегии), благодаря чему широко распространены платежи по банковским картам и при снятии наличных денег через банкоматы дочерних банков (при этом не взимаются банковские сборы).

В целом дальнейшее успешное развитие туризма в Прибалтийских государствах зависит от пространственной интеграции их инфраструктуры с Финляндией, Калининградской областью России, Северо-Восточной Польшей и частично с Беларусью в сфере приграничного и трансграничного сотрудничества. Тем не менее все еще сохраняются существенные региональные отличия в конкурентных преимуществах в разных частях Прибалтийских стран с точки зрения развития рынка международного туризма. Так, Литва играет важную роль в продвижении международного туризма в Северо-Западной Беларуси и Калининградской области, которые являются приоритетами в территориальном сотрудничестве и развитии совместных туристических проектов.

Список литературы

1. *Agenda 21: Baltic Sea Region Tourism* // Baltic 21 Tourism Group. Baltic 21 Series. № 7/98.
2. *Bengtsson R.* An EU Strategy for the Baltic Sea Region: Good Intentions Meet Complex Challenges // *European Policy Analysis*. 2009. №9. P. 1—11.
3. *Consumetric*. Estonian Tourism Board information. 2009. URL: www.consumetric.ee (дата обращения: 15.11.2012).
4. *Europe's Strategy for the Baltic Sea Region*. European Commission // SEC. 2009. 712/2.
5. *European Tourism 2010: Trends and Prospects* // *Quarterly Report*. 2010. 3Q.
6. *Demunter Ch., Dimitrakopoulou Ch.* Camping Holidays in the European Union, More Than 350 Million Nights Spent on Campsites in 2008 // *Eurostat Statistics in Focus*. European Commission, 2010.

7. *Grundey D.* Managing Sustainable Tourism in Lithuania: Dream or Reality? // *Baltic Journal of Sustainability*. 2008. Vol. 14, №2. P. 118—129.
8. *Hall D.R.* Tourism Development and Sustainability Issues in Central and South-eastern Europe // *Tourism Management*. 1998. Vol. 19, №5. P. 423—431.
9. *Inbound Tourism in Estonia 2009*. EAS Enterprise Estonia. URL: www.visi-testonia.com (дата обращения: 7.11.2012).
10. *Inbound Tourism in Estonia 2011*. EAS Enterprise Estonia. URL: www.visi-testonia.com (дата обращения: 17.11.2012).
11. *Kropinova E.* Zoning of the Kaliningrad Region for the Purposes of Tourism and Recreation and Development of Trans-border Cooperation // *Tiltai*. 2009. №. 3 (48). P. 117—128.
12. *Latvian Tourism Marketing Strategy 2010—2015*. URL: <http://www.tava.gov.lv/sites/tava.gov.lv/files/dokumenti/strategiskie-dokumenti/Latvian-tourism-marketing-strategy-2010—2015.pdf> (дата обращения: 5.10.2012).
13. *Latvian Statistical Bureau*. 2012. URL: www.csb.lv (дата обращения: 5.10.2012).
14. *Lithuanian Tourism Statistics 2008*. Valstybinis Turizmo departamentas prie LR Ūkio ministerijos. Vilnius, 2009.
15. *Lithuanian Tourism Statistics 2011*. Valstybinis Turizmo departamentas prie LR Ūkio ministerijos. Vilnius, 2012.
16. *Morozov V.* Russia in the Baltic Sea Region: Desecuritization or Derogionalization? // *Cooperation and Conflict*. 2004. №39. P. 317—331.
17. *Nichols K.* Tourism as a Nation-Building Tool in the Baltic Republics // *Middle States Geographer*. 2001. №34. P. 1—9.
18. *Panorama on Tourism*. Eurostat Statistical Book. European Comission, 2008. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat> (дата обращения: 7.11.2012).
19. *Spiriajevas E.* The Impact of Tourism Factor for Development of the South-East Baltic Coastal-Border Regions // *GTG: GeoJournal of Tourism and Geosities*. 2008. №. 2. P. 118—128.
20. *Strategy of Lithuania's Tourism Communication and Marketing 2009—2013*. Valstybinis Turizmo departamentas prie LR Ūkio ministerijos. Vilnius, 2009.
21. *Sustainable Development Strategy of Latvia until 2030*. Saeima of the Republic of Latvia. Riga, 2010.
22. *Unwin T.* Tourist Development in Estonia: Images, Sustainability and Integrated Rural Development // *Tourism Management*. 1996. Vol. 17, №4. P. 265—276.

Об авторе

Спиряевас Эдуардас, доктор естественных наук (география), профессор, руководитель Центра трансграничных исследований, Клайпедский университет (Литва).

E-mail: borderlithuania@gmail.com



THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM IN LITHUANIA:
A COMPARATIVE ANALYSIS OF REGIONAL ASPECTS

E. Spiriajevas

Klaipėda University
84, Herkaus Manto, Klaipėda, LT-92294, Lithuania

Received on November 12, 2012

The processes related to the development of international tourism in Lithuania are of importance for the growth of economic, social, and cultural welfare. The increasing tourist and recreational attractiveness of such cities as Druskininkai, Trakai, Palanga, Vilnius, and Klaipėda to international tourists, as well as an advantageous quality-price ratio of the services offered contribute to the growth of competitiveness on the international tourism market. Service standards applied in Lithuania at the international tourism market uphold and improve the image of Lithuania in the Baltic Sea region.

The interregional cooperation between Lithuania, Latvia, and Estonia in the field of international tourism development is based on the principle of public private partnership. It has been recently acknowledged that the three Baltic States form an integrating region in the field of international tourism and thus affect the Kaliningrad region, North-east Poland, Southern Finland, and partially Belarus. Therefore, Lithuania plays an important role in the integration of the tourist infrastructure of the Kaliningrad region into the tourist system of the Baltics.

This study aims to conduct a comparative analysis of the processes relating to the development of international tourism in Lithuania in the context of the Baltic States. We also carry out the comparison of regional competitive factors and trace the patterns for further development of international tourism in Lithuania in the framework of cross-border and transborder cooperation.

Key words: International tourism, development, Lithuania, regional comparison, Baltic states, Kaliningrad region

References

1. *Agenda 21: Baltic Sea Region Tourism. Baltic 21 Tourism Group*, 1998, Baltic 21 Series no. 7/98, Agenda 21 for the Baltic Sea Region Baltic 21 Tourism Group, USA, Stockholm Environment Institute-Boston Center, 74 p.
2. Bengtsson, R. 2009, An EU Strategy for the Baltic Sea Region: Good Intentions Meet Complex Challenges, *European Policy Analysis*, no. 9, p. 1—11.
3. *Consumetric. Estonian Tourism Board information*, 2009, available at: www.consumetric.ee (accessed 15 November 2012).
4. *Europe's Strategy for the Baltic Sea Region*, 2009, European Commission, SEC 712/2.
5. *European Tourism 2010: Trends and Prospects*, 2010, *Quarterly Report*, 3Q, 28 p.

6. Demunter, Ch., Dimitrakopoulou, Ch. 2010, Camping Holidays in the European Union, More Than 350 Million Nights Spent on Campsites in 2008, *Eurostat Statistics in Focus*, European Commission, 8 p.
7. Grundey, D. 2008, Managing Sustainable Tourism in Lithuania: Dream or Reality?, *Baltic Journal of Sustainability*, Vol. 14, no. 2, p. 118—129.
8. Hall, D. R. 1998, Tourism Development and Sustainability Issues in Central and South-eastern Europe, *Tourism Management*, Vol. 19, no. 5, p. 423—431.
9. Inbound Tourism in Estonia 2009, *EAS Enterprise Estonia*, available at: www.visitestonia.com (accessed 7 November 2012).
10. Inbound Tourism in Estonia 2011, *EAS Enterprise Estonia*, available at: www.visitestonia.com (accessed 17 November 2012).
11. Kropinova, E. 2009, Zoning of the Kaliningrad Region for the Purposes of Tourism and Recreation and Development of Trans-border Cooperation, *Tiltai*, no. 3 (48), p. 117—128.
12. *Latvian Tourism Marketing Strategy 2010—2015*, available at: <http://www.tava.gov.lv/sites/tava.gov.lv/files/dokumenti/strategiskie-dokumenti/Latvian-tourism-marketing-strategy-2010—2015.pdf> (accessed 5 October 2012).
13. *Latvian Statistical Bureau*, 2012, available at: www.csb.lv (accessed 5 October 2012).
14. *Lithuanian Tourism Statistics 2008. 2009*, Valstybinis Turizmo departamentas prie LR Ūkio ministerijos.
15. *Lithuanian Tourism Statistics 2011. 2012*, Valstybinis Turizmo departamentas prie LR Ūkio ministerijos.
16. Morozov, V. 2004, Russia in the Baltic Sea Region: Desecuritization or De-regionalization? *Cooperation and Conflict*, no. 39, p. 317—331.
17. Nichols, K. 2001, Tourism as a Nation-Building Tool in the Baltic Republics, *Middle States Geographer*, no. 34, p. 1—9.
18. *Panorama on Tourism. Eurostat Statistical Book*, 2008, European Commission, 96 p., available at: <http://ec.europa.eu/eurostat> (accessed 7 November 2012).
19. Spiriajevas, E. 2008, The Impact of Tourism Factor for Development of the South-East Baltic Coastal-Border Regions, *GTG: GeoJournal of Tourism and Geosities*, no. 2, p. 118—128.
20. *Strategy of Lithuania's Tourism Communication and Marketing 2009—2013*, Valstybinis Turizmo departamentas prie LR Ūkio ministerijos, 155 p.
21. *Sustainable Development Strategy of Latvia until 2030*, 2010, Saeima of the Republic of Latvia, 107 p.
22. Unwin, T. 1996, Tourist Development in Estonia: Images, Sustainability and Integrated Rural Development, *Tourism Management*, Vol. 17, no. 4, p. 265—276.

About the author

Prof. Dr Eduardas Spiriajevas, Head of the Centre for Transborder Studies, Klaipėda University.

E-mail: borderlithuania@gmail.com