

# Kodėl trumpėja atvykstančiųjų turistų vidutinė viešnagės trukmė?

## Kodėl trumpėja atvykstančiųjų turistų viešnage?

---

Tyrimo metodika:

1. **Statistikos duomenų analizė** – išanalizuoti duomenys pagal apgyvendinimo rodiklius bei pagal kasmet daromas atvykstančiųjų turistų apklausas
2. **Kokybinis tyrimas** – susitikimai su Lietuvos Viešbučių ir Restoranų, Kaimo Turizmo, Turizmo Informacijos Centrų asociacijomis; turizmo verslo atstovais; Turizmo Informacijos Centrais įvairiuose Lietuvos regionuose; gidais; savivaldybių atstovais
3. **Užsienio šalių analizė** – išanalizuotos 6-ių užsienių šalių rinkodaros bei komunikacijos strategijos bei jų įgyvendinimas ir įvertinta, kaip tai paveikia viešnagės trukmę

## Kodėl trumpėja atvykstančiųjų turistų viešnagė?

---

Po tyrimo paaiškėjo, kad:

- a) Žymų viešnagės trumpėjimą pastebi nedaugelis. Turizmo verslas atkreipė dėmesį į nereglamentuojamas nakvynės vietas, kurias, ypač ilgesniam vizitui, pasirenka atvykstantieji turistai. Jų populiarumas itin išaugo per paskutiniuosius 5-erius metus
- b) Remiantis Pasaulio Turizmo Organizacijos ataskaitomis, pastebima tendencija keliauti dažniau, bet trumpesniais intervalais (pvz.: itin išpopuliarėjęs miestų turizmas „City Break“)
- c) Peržiūrėjus kaimyninių šalių rinkodarą turizmo atžvilgiu, matomas labai stiprus komunikacijos suaktyvėjimas. Kadangi vis daugiau turistų prieš atvykdami į šalį informacijos ieško internetu, kaimyninės šalys įvairiais komunikacijos kanalais siūlo kruopščiai atrinktus turizmo produktus, kurie aktualūs ir patrauklūs būtent tam segmentui. Taigi, per kelias šalis susiruošę keliauti turistai ilgiausiai praleidžia tose šalyse, kurios pasiūlo patraukliausius turizmo produktus
- d) Pritraukiamų segmentų pokytis – besikeičiant geopolitinei situacijai, į Lietuvą atvykstantieji tikslinių rinkų segmentai kinta. Pritraukiame daugiau jaunesnių segmentų, kurių keliavimo ir atostogavimo įpročiai skiriasi. Tai itin juntama kurortuose.