

Vietinis turizmas Lietuvoje



Keliauk
Lietuvoje

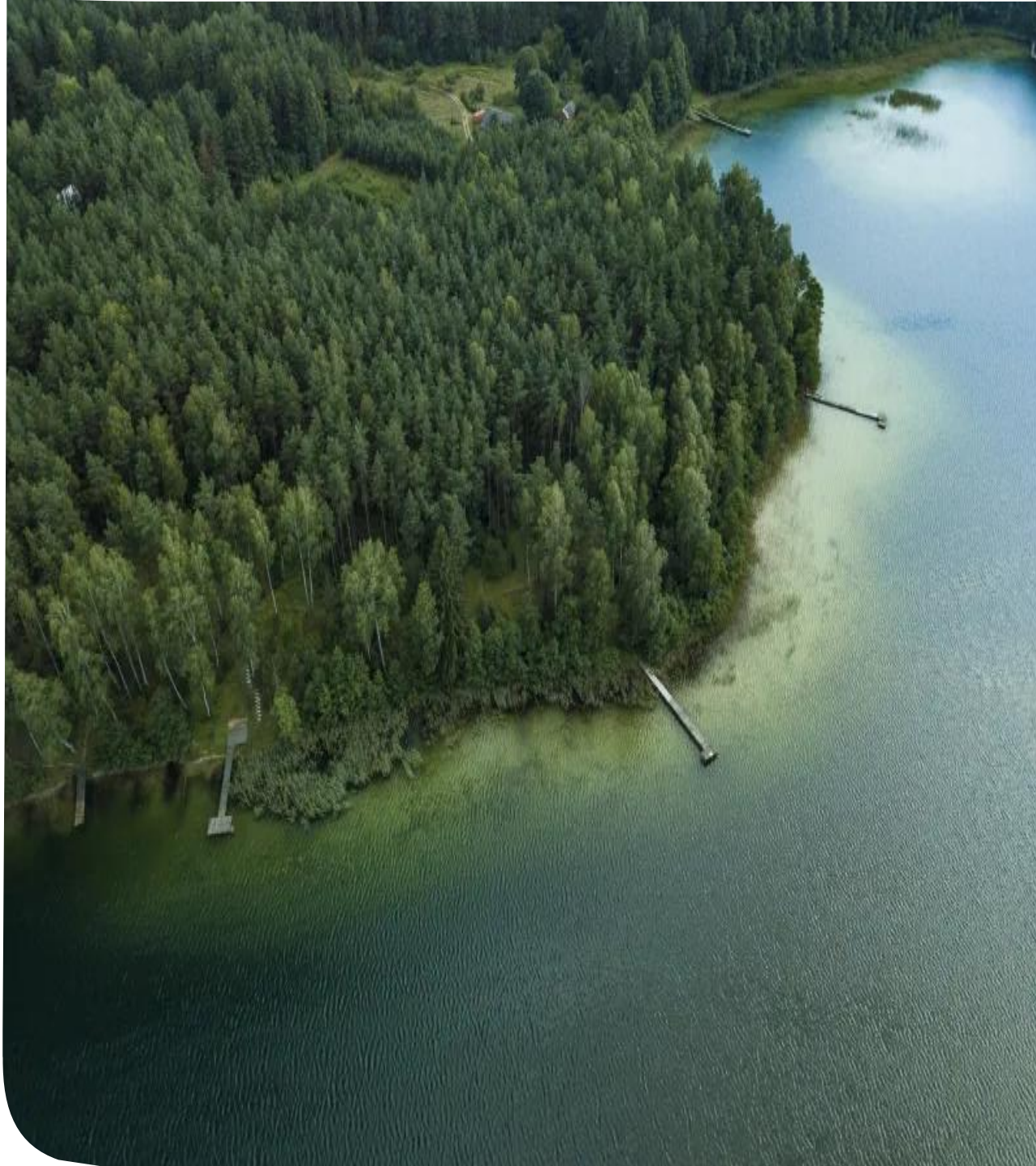


Gegužė, 2026

Kiekybinio ir kokybinio tyrimo ataskaita

Turinys

1. Tyrimo dizainas	3
1.1. Informacija apie kiekybinį tyrimą	4
1.2. Informacija apie kokybinį tyrimą	5
1.3. Klausimyno struktūra	6
1.4. Diskusijos scenarijaus struktūra	7
2. Apibendrinimas ir išvados	8
3. Tyrimo rezultatai	18
3.1. Kelionės po Lietuvą ir užsienį	19
3.2. Kelionių Lietuvoje planavimas	25
3.3. Vietinių turistų segmento keliavimo įpročiai	33
3.4. Vietinių viadienių lankytojų segmento keliavimo įpročiai	84
3.5. Keliavimas karinių konfliktų kontekste	91
3.6. Artimiausias poilsis Lietuvoje	93
3.7. Vietinių turistų keliavimo įpročių palyginimas	98
4. Priedai	110
4.1. Socialinės – demografinės respondentų charakteristikos	111
4.2. Duomenų statistinė paklaida	116
4.3. FGD dalyvių charakteristikos	118



Tyrimo dizainas

Informacija apie tyrimą
Klausimyno struktūra

1.1. Informacija apie kiekybinį tyrimą

Tyrimo tikslai

- Išmatuoti vietinio turizmo apimtį ir dinamiką, remiantis lankytojų ir turistų patirtimi, apibūdinti vietinio turizmo būklę, įvertinti kelionių Lietuvoje patirtį ir identifikuoti tam įtakos turinčius veiksnius, stebėti vietinio turizmo tendencijų raidą.
- Atlikti palyginamąją analizę su 2025 m. atlikto vietinio turizmo tyrimo rezultatais, įvertinti ir pamatuoti keliautojų elgsenos ir įpročių pokyčius.

Tyrimo metodai

- Internetinė apklausa (internetu panelis, kuriame atlikta apklausa – Intra Research)

Tyrimo tikslinė grupė ir imties dydis

- Tyrimo metu apklausta 1006 18-74 metų amžiaus Lietuvos gyventojų. Rezultatai atspindi visos Lietuvos gyventojų nuomones bei pasiskirstymą pagal amžių, lytį ir gyvenamąją vietą.

Tyrimo atlikimo terminai

- Internetinė apklausa: 2026 04 06 – 2026 04 20

Paiškinimai

Pjūviai pagal soc-demografinius rodiklius pateikti atskirame dokumente Excel formatu. Dėl apvalinimo kai kurių atsakymų suma gali būti +/- 100% arba 1% gali skirtis skaičiai Excel pjūvių lentelėse ir ataskaitoje.

Statistiškai reikšmingi skirtumai sužymėti ženklais:

- ▲ reikšmė statistiškai reikšmingai didesnė nei 2025 m.
- ▼ reikšmė statistiškai reikšmingai mažesnė nei 2025 m.

1.2. Informacija apie kokybinį tyrimą

Tyrimo tikslas

- Diskusijos tikslas – suprasti Lietuvos keliautojų požiūrį į keliones po regionus, identifikuoti pagrindinius motyvus ir barjerus bei įvertinti, kas galėtų paskatinti dažniau rinktis regionines keliones Lietuvoje.

Tyrimo metodas

- Fokusuotos grupinės diskusijos (FGD) (jungiantis nuotoliniu būdu per Teams)
- 9 dalyviai grupėje

Tyrimo tikslinė grupė ir imties dydis

- 2 FGD su asmenimis keliaujančiais po Lietuvą (per paskutinius 12 mėn.), kurie per pastaruosius metus turėjo / neturėjo šio tipo kelionių (Kelionė, kurios metu keliavau po regioną / maršrutą (kelios vietovės, judėjimas; Kelionė, kurios pagrindas buvo gamta / regiono patirtis (pvz., ežerai, nacionaliniai parkai)
 - I grupė: regioniniai keliautojai
 - II grupė: neregioniniai keliautojai

Tyrimo atlikimo terminai

- Diskusijos vyko 2026 04 28 ir 2026 04 30

1.3. Kiekybinio klausimyno struktūra

I Socio-demografiniai klausimai

Lytis, amžius, gyvenamoji vietovė, namų ūkio dydis, užimtumas, pajamos ir kt.

II Vietinių turistų, per pastaruosius metus vykusių į kelionę Lietuvoje, su bent viena nakvyne, keliavimo įpročiai

Keliavimo Lietuvoje priežastys;
Turistinių išvykų Lietuvoje dažnis, kelionių tipai ir jų kiekis, keliaujantys kartu asmenys;
Įprasti nakvynės tipai, nakvynės paieškos kanalai;
Vienos kelionės vertinimas (informacijos apie kelionės tikslą šaltiniai: naudojimasis ir naudos vertinimas, kelionės veiklos, išlaidos, kelionės vietovės pasirinkimo aspektai ir jų vertinimas).

III Vietinių viendienių lankytojų, per pastaruosius metus nevykusių į kelionę Lietuvoje su nakvyne, požiūris į keliavimą Lietuvoje

Keliones Lietuvoje be nakvynės dažniausiai lemiančios priežastys;
Kelionių be nakvynės Lietuvoje dažnis, dažniausios veiklos bei kartu keliaujantys asmenys;
Informacijos paieška planuojant vienos dienos išvykas;
Požiūris į keliavimą Lietuvoje;
Aspektai, kurie paskatintų su nakvyne Lietuvoje keliauti dažniau.

IV Keliavimas karų ir karinių konfliktų kontekste

Karinių konfliktų poveikis kelionių planavimui apskritai.

V Keliavimo Lietuvoje pokytis per metus ir kelionių planavimas

Artimiausi atostogų planai, svarstytinės veiklos, kelionių Lietuvoje kryptys;
Vietinių turistų keliavimo įpročių pokyčiai.

1.4. FGD diskusijų scenarijaus struktūra

I Įvadas ir susipažinimas

Dalyvių prisistatymas ir asociacijų apie keliones Lietuvoje žaidimas

II Kelionių po Lietuvą kontekstas ir įpročiai

Kelionių po Lietuvą suvokimas, įkvėpimo šaltiniai, kelionių planavimo ir pasirinkimo logika.

III Regionų suvokimas

Asociacijos su Lietuvos regionais, regionų vaidmuo planuojant keliones ir jų vieta Lietuvos turizmo žemėlapyje.

IV Požiūris į keliones po regionus

Motyvai, barjerai ir veiksniai, lemiantys sprendimą rinktis arba nesirinkti regionų kaip kelionės krypties.

V Informacijos paieška ir regionų matomumas

Informacijos šaltiniai, regionų žinomumas ir informacijos apie regionines keliones prieinamumo vertinimas.

VI „Keliauk Lietuvoje“ ir regioninių maršrutų vertinimas

Svetainės žinomumas, naudojimo patirtis bei konkrečių regioninių kelionių pasiūlymų vertinimas.

VII Regioninio turizmo skatinimo galimybės

Lūkesčiai, poreikiai ir veiksniai, kurie galėtų paskatinti dažniau keliauti po Lietuvos regionus.

2. Apibendrinimas ir išvados

Apibendrinimas ir išvados. Kiekybinis tyrimas (I)

Kelionių ir atostogų kryptys: Lietuva ir užsienis

2026 m. kelionių su nakvyne Lietuvoje rodiklis pasiekė žemiausią lygį nuo matavimo pradžios – 65 %, t. y. 4 proc. punktais mažiau nei 2025 m. ir 11 proc. punktų mažiau nei 2022 m.

Lietuva išlieka pagrindine ilgųjų atostogų šalimi daugumai gyventojų (58 %), tačiau šis rodiklis reikšmingai sumažėjo, palyginti su 2025 m. (64 %) ir yra žemiausias per visą matavimo laikotarpį. Tuo pat metu išaugo pagrindines atostogas užsienyje leidžiančių gyventojų dalis – nuo 24 % 2025 m. iki 32 % 2026 m. (+8 proc. p.). Nuo 2022 m. pagrindines atostogas Lietuvoje leidžiančių gyventojų dalis sumažėjo 10 proc. punktų (68 % → 58 %), o užsienyje – padidėjo 9 proc. punktais (23 % → 32 %).

2026 m. paskutinių pagrindinių atostogų kryptys rodo ryškiausią poslinkį į užsienį per visą matavimo laikotarpį: Lietuvą rinkosi 50 %, o kitas užsienio šalis – 38 % gyventojų.

Regionų keliautojai atostogų kryptimis iš esmės nesiskiria nuo bendros populiacijos, tačiau statistiškai dažniau renkasi Baltijos šalis ir Lenkiją. Lietuva išlieka pagrindine atostogų šalimi, tačiau daugiau nei pusė paskutinių pagrindinių atostogų jau buvo praleistos užsienyje.

Apibendrinant, 2026 m. fiksuojamas nuoseklus poslinkis nuo atostogų ir kelionių Lietuvoje link užsienio krypčių, nors Lietuva vis dar išlieka dažniausiai pasirenkama ilgųjų atostogų šalimi.

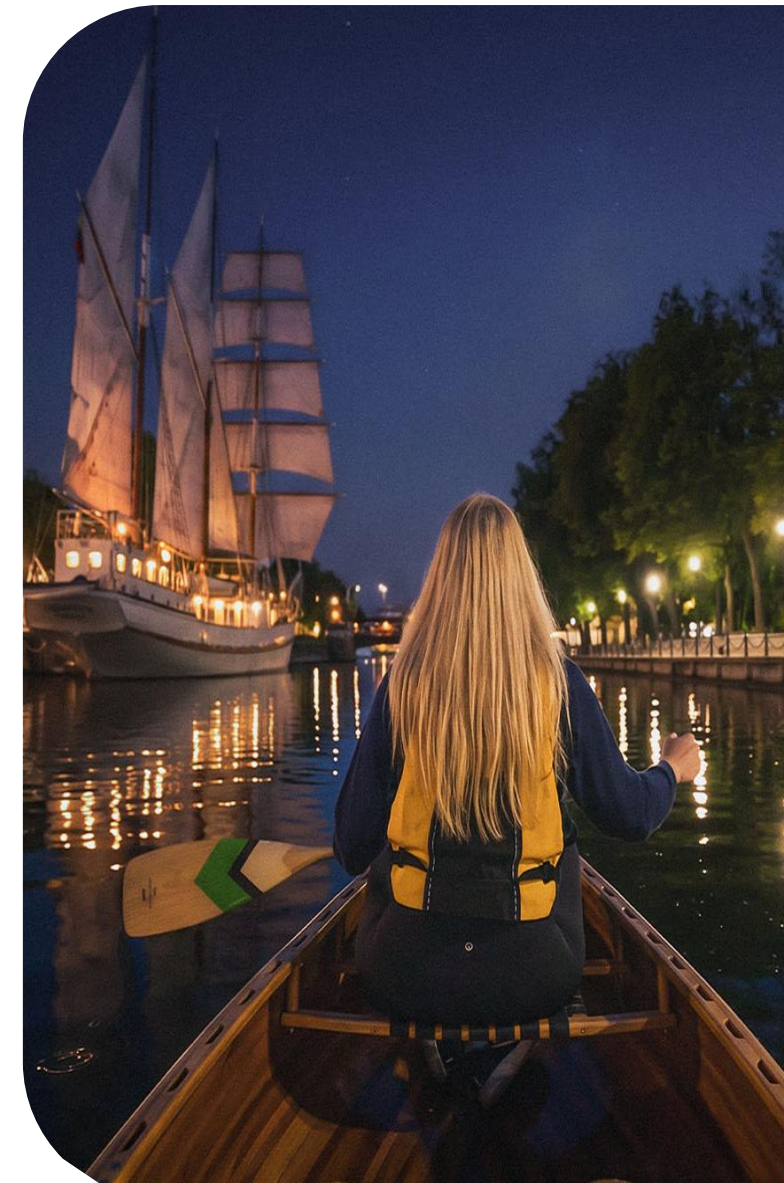
Atostogų planavimas

Kelionių planavimas namų ūkiuose dažniausiai tenka vienam žmogui – 2026 m. 59 % respondentų nurodė, kad atostogas planuoja patys. Šis rodiklis išlieka stabilus ir yra šiek tiek aukštesnis nei ankstesniais metais.

2026 m. kelionių Lietuvoje planavimo įpročiai išliko stabilūs, tačiau ilgalaikėje perspektyvoje matomas augantis išankstinio planavimo ir informacijos paieškos vaidmuo. Lietuvos keliautojai tampa vis labiau linkę keliones planuoti iš anksto ir remtis įvairiais informacijos šaltiniais.

Vasaros atostogas Lietuvoje gyventojai dažniausiai pradeda planuoti pavasarį, ypač gegužę. 2026 m. matomas nežymus planavimo ankstėjimas – daugiau žmonių kryptį renkasi dar žiemos mėnesiais.

Lietuvos gyventojų poilsio planuose išlieka stipri gamtos ir ne miesto aplinkos trauka. Tarp svarstomų veiklų dominuoja ramus poilsis gamtoje (39 %) ir gamtos objektų lankymas (38 %), o tarp krypčių patraukliausi išlieka pajūrio kurortai (44 %). Tuo tarpu didžiųjų miestų patrauklumas poilsiui sumažėjo iki 16 %.



Apibendrinimas ir išvados. Kiekybinis tyrimas (II)

Vietinių turistų segmento keliavimo įpročiai

Tai Lietuvos gyventojai, kurie per pastaruosius 12 mėnesių keliavo Lietuvoje su bent viena nakvyne.

2026 m. pagrindinės kelionių Lietuvoje priežastys išliko nepakitusios – gyventojus labiausiai skatina patogumas ir nedideli atstumai, stiprėja emocinis ryšys su šalimi, o finansinių galimybių stoka keliauti į užsienį minima vis rečiau.

Pastaruosius dvejus metus matomas augantis 3–4 nakvynių išvykų populiarumas, o vienos dienos, trumpų savaitgalio išvykų ir ilgų atostogų dalis mažėja.

Kelionės Lietuvoje dažniausiai yra poros laisvalaikio forma – nepriklausomai nuo kelionės trukmės. Trumpose išvykose aiškiai dominuoja partneris, o ilgesnėse 3–4 nakvynių kelionėse dažniau prisijungia: draugai (30 %), giminaičiai (28 %), vaikai (27 %). Solo kelionės Lietuvoje išlieka nišinis reiškinys – dauguma vietinių turistų keliauja kartu su kitais.

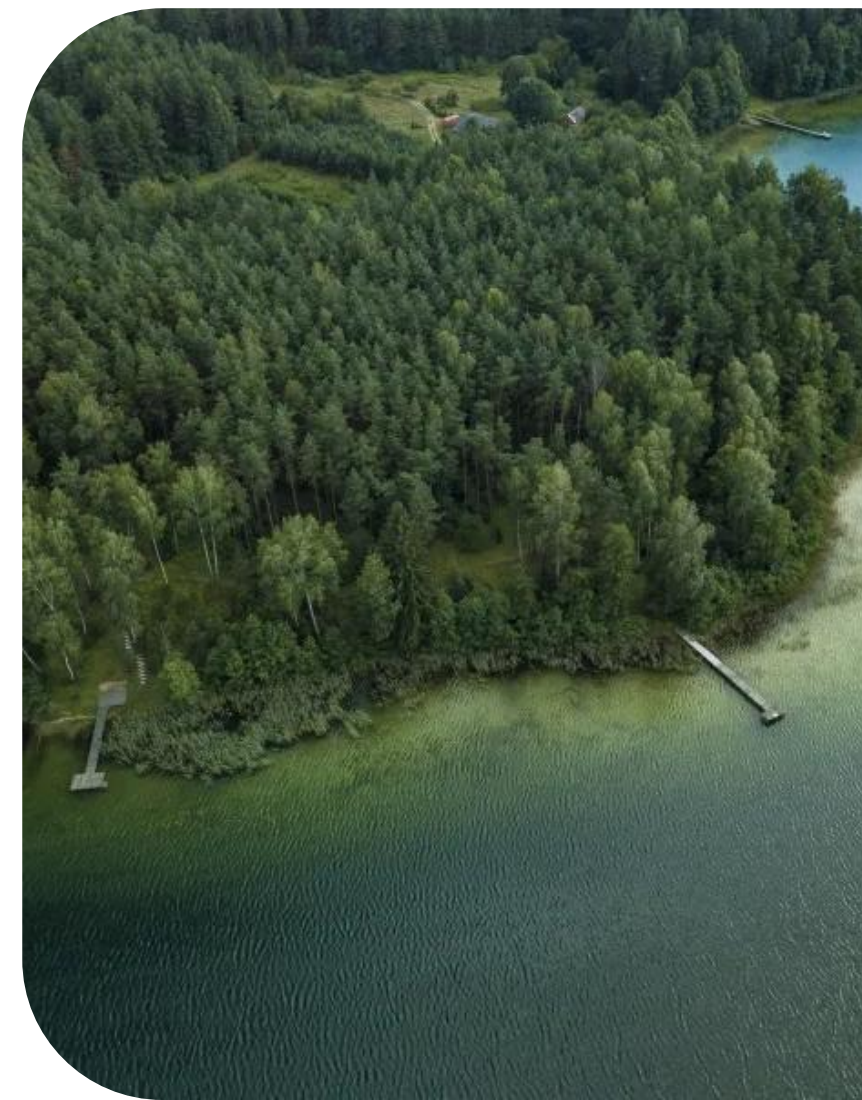
Trumpa savaitgalio išvyka išlieka pagrindiniu vietinio turizmo formatu Lietuvoje.

Mažėjant ilgų atostogų Lietuvoje populiarumui ir augant atostogų užsienyje daliai, tarp ilgų atostogų Lietuvoje taip pat mažėja šeimų su vaikais dalis (42 % → 28 %). Tai gali būti vienas signalų, kad šeimos ilgesnį poilsį vis dažniau planuoja už Lietuvos ribų.

Analizuojant išvykų kryptis, galime pastebėti, kad kuo ilgesnė kelionė Lietuvoje, tuo dažniau pasirenkama Klaipėdos apskritis. Ilgų atostogų metu ją renkasi net 63 % keliautojų, palyginti su 38 % trumpų išvykų metu. Trumpesnėms išvykoms gyventojai renkasi įvairesnes kryptis, o ilgoms atostogoms pasirinkimai gerokai labiau koncentruojasi pajūryje.

Palanga išlieka populiariausia Lietuvos turizmo kryptimi nepriklausomai nuo kelionės trukmės, tačiau ilgesnėms išvykoms keliautojai renkasi vis įvairesnes vietas, o tarp kurortų stiprėja Neringos ir Druskininkų pozicijos.

Regionų keliautojai yra aktyvesni vietinio turizmo vartotojai, kuriuos labiau nei bendrą populiaciją motyvuoja Lietuvos gamta, naujų vietų pažinimas ir kultūrinis paveldas, kartu vertinantys ir praktiškus keliavimo Lietuvoje privalumus – nedidelius atstumus bei lengvą planavimą.



Apibendrinimas ir išvados. Kiekybinis tyrimas (III)

Kelionių nakvynės įpročiai

2026 m. nakvynės pasirinkimai iš esmės nesikeitė, tačiau ilgesnėje perspektyvoje matomas nuosaikus poslinkis nuo privačios nuomos ir apsistojimo pas gimines ar draugus link komercinių apgyvendinimo paslaugų. Per 2022–2026 m. sumažėjo nuomojamų privačių būstų (37 % → 30 %) ir nakvynių pas gimines ar draugus (30 % → 25 %) populiarumas, o viešbučių bei svečių ir poilsio namų pasirinkimas išliko stabilus.

2026 m. internetas išliko pagrindiniu nakvynės paieškos kanalu, o Booking.com dar labiau sustiprino savo pozicijas (61 % vs. 56 %). Tačiau dalies kitų kanalų pokyčius reikėtų vertinti atsargiai, nes nuo 2026 m. buvo įtrauktas naujas atsakymo variantas „individualiai susisieki su apgyvendinimo įstaiga“, kurį pasirinko net 16 % respondentų.

Regionų keliautojai pasižymi didesniu įsitraukimu į kelionės planavimą – jie dažniau renka alternatyvias nakvynės formas (ypač kempingus ir kaimo turizmo sodybas) bei aktyviau naudojami įvairiais apgyvendinimo paieškos kanalais.

Kitos įžvalgos

Gyventojų savęs vertinimu, keliavimo Lietuvoje įpročiai per metus reikšmingai nepasikeitė – dauguma teigia keliaujantys tiek pat, kiek įprastai, o keliaujančių mažiau ir daugiau dalys išliko panašios kaip 2025 m. Tarp tų, kurie jaučia keliaujantys mažiau, 2026 m. dažniau nei 2025 m. minimi finansiniai motyvai – taupymas ir augančios kelionių kainos.

Kelionės Lietuvoje su vaikais ir toliau vertinamos palankiai visose amžiaus grupėse, tačiau 2026 m. teigiamų vertinimų dalis kiek sumažėjo, ypač tarp keliaujančių su 13–17 m. vaikais. Vieno dominuojančio iššūkio keliaujant su vaikais neišryškėjo – minimos problemos pavienės ir labai įvairios.



Apibendrinimas ir išvados. Kiekybinis tyrimas (IV)

Informacijos apie keliones šaltiniai

Lietuvos keliautojai informaciją apie keliones vis dar dažniausiai gauna per [asmeninį tinklą ir bendrą interneto paiešką](#), o ne per specializuotus turizmo kanalus.

[Socialinių tinklų vaidmuo nesumažėjo](#), tačiau informacijos vartojimas tampa labiau fragmentuotas – [Facebook nebėra vienintelis svarbus socialinis kanalas](#).

[2026 m. pirmą kartą matuojami DI įrankiai](#): naudojimas – 9 % (vienadieniai keliautojai – 13 %), pagal paplitimą jie iš karto patenka tarp dažniausiai minimų specializuotų informacijos šaltinių. Tai gana stiprus rezultatas pirmais matavimo metais.

[Regionų keliautojai](#) informacijos [ieško aktyviau ir dažniau remiasi tiek asmeninėmis rekomendacijomis, tiek savarankiška paieška internete](#).

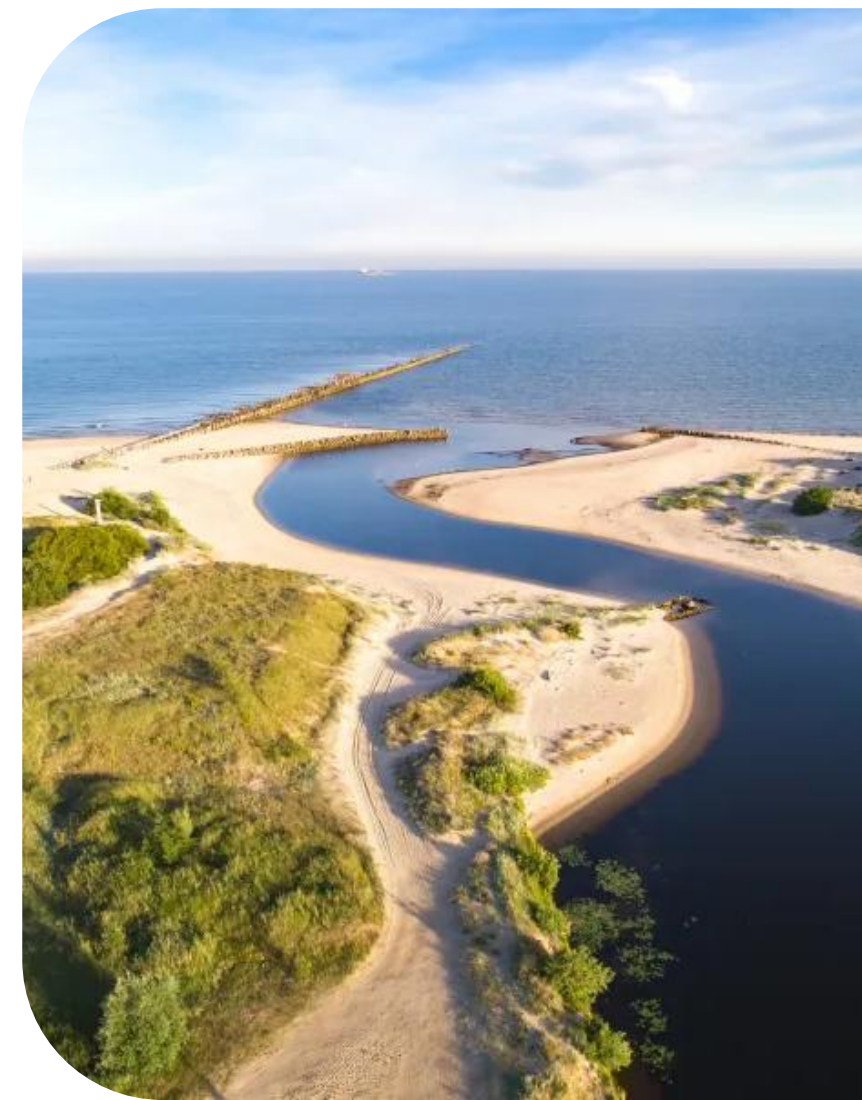
[Apibendrinant, kelionių informacijos paieškoje ir toliau dominuoja rekomendacijos bei Google, tačiau mažėja Facebook svarba ir atsiranda naujas informacijos šaltinis – dirbtinis intelektas](#).

Veiklos kelionės metu ir pasitenkinimas jomis

[Gamta ir poilsis prie vandens išlieka svarbiausia kelionių Lietuvoje dalis](#). Jeigu sujungiame: ramų poilsį gamtoje (32 %) ir poilsį prie jūros (27 %), matome, kad didelė dalis kelionių vis dar susijusios su buvimu gamtoje ir prie vandens. Tarp dažniausių veiklų išlieka: gamtos objektų lankymas (35 %), restoranai ir kavinės (32 %), kultūros objektų lankymas (28 %), žygiai pėsčiomis (25 %).

[Didžiausią pasitenkinimą Lietuvoje kelia](#) ne pramoginė infrastruktūra, o [gamta, pažinimas, sveikatinimas ir autentiškos patirtys](#). Restoranai ir maistas yra svarbi kelionės dalis, tačiau retai tampa pagrindiniu įsimintinos patirties šaltiniu. Lietuvos turizmo vertė vartotojų akyse labiau siejama su ramybe, gamta ir atradimu, o ne su intensyviomis pramogomis ar miesto gyvenimu. Kas išbando edukacines patirtis, dažniausiai lieka labai patenkintas. Čia gali būti viena stipriausių plėtros krypčių: ekskursijos, amatų dirbtuvės, degustacijos su istorijomis, vietos tradicijų pažinimas ir pan.

Nors [regionų keliautojai](#) dažniau užsiima dauguma veiklų, skirtumai nėra dideli – jų kelionių profilis iš esmės panašus į bendrą Lietuvos keliautojų profilį. [Pagrindinis išskirtinumas yra stipresnis orientavimasis į gamtos objektų lankymą](#).



Apibendrinimas ir išvados. Kiekybinis tyrimas (V)

Kelionėje patirtos išlaidos

Kelionės Lietuvoje 2026 m. tapo brangesnės, tačiau išlaidų struktūra išlieka stabili – didžiausią kelionės biudžeto dalį vis dar sudaro apgyvendinimas ir maitinimas. Vidutinės vieno asmens išlaidos kelionei Lietuvoje išaugo nuo 207 EUR iki 228 EUR (+10 %). Didžiausias augimas fiksuojamas: apgyvendinimui (80 → 84 EUR), maistui ir gėrimams parduotuvėse (24 → 29 EUR), kitoms išlaidoms (28 → 34 EUR).

Išlaidų struktūra iš esmės nepasikeitė – didžiausia biudžeto dalis ir toliau tenka apgyvendinimui (37 %) ir maistui viešojo maitinimo įstaigose (21 %).

Per pastaruosius penkerius metus kelionės Lietuvoje reikšmingai pabrango, o pagrindinis augimo variklis buvo apgyvendinimo ir kasdienių kelionės metu patiriamų išlaidų didėjimas.

Kelionių Lietuvoje išlaidos auga visų tipų kelionėse, tačiau sparčiausiai brangsta ilgos atostogos. Nors tokių kelionių vyksta mažiau, jos tampa vis didesnės vertės ir reikšmingesnės ekonominiu požiūriu.

Nors Lietuvos turizmas dažnai siejamas su patogumu ir artumu, jis nebėra „pigus pasirinkimas“ – vidutinės vieno asmens kelionės išlaidos per penkerius metus išaugo beveik pusę. Tai rodo, kad keliautojai Lietuvoje palieka vis didesnę ekonominę vertę.

Kelionių pasirinkimo aspektų svarba

Renkantis kelionės kryptį Lietuvoje svarbiausi išlieka praktiniai aspektai – infrastruktūra, gera vertė už pinigus ir gamtinė aplinka, o patyriminiai elementai po truputį stiprina savo reikšmę. Kelionės kryptį Lietuvoje labiausiai lemia: apgyvendinimo kainos ir kokybės santykis (3,8); bendra vietovės infrastruktūra (3,8); gamtos objektų pasiūla (3,6); privatumas ir ramybė (3,5); informacijos apie vietovę prieinamumas internete (3,5).

Keliautojų pasitenkinimas Lietuvoje išlieka nuosekliai aukštas – daugiau nei 8 iš 10 keliautojų yra patenkinti savo kelione. Nors bendras pasitenkinimo lygis per penkerius metus iš esmės nekinta, didėja labai patenkintų keliautojų dalis, rodanti stipresnę teigiamą patirtį. Aukštas pasitenkinimas būdingas visiems kelionių tipams, bet stipriausią įspūdį palieka ilgos atostogos Lietuvoje.

Kelionių Lietuvoje rekomendavimo rodikliai išlieka aukšti – bendras NPS 2026 m. siekia 26 (2025 m. – 24), o stipriausiai keliautojai rekomenduoja trumpas 1–2 nakvynių išvykas (NPS = 32). Tuo tarpu ilgesnių kelionių segmentuose NPS svyruoja tarp 19–21, tačiau visais atvejais išlieka teigiamas, rodydamas, kad rekomenduojančių keliautojų yra daugiau nei kritikų.



Apibendrinimas ir išvados. Kiekybinis tyrimas (VI)

Vienadienių Lietuvos turistų keliavimo įpročiai

Matyti [augantis vietinių vienadienių keliautojų segmentas](#) – vis daugiau gyventojų Lietuvoje keliauja, tačiau nakvynės nebereikia. Nedideli atstumai tampa dažniausiai minima priežastimi nekeliuoti su nakvyne (36 %).

Vienadienės išvykos Lietuvoje išlieka plačiai paplitusi kelionių forma – per pastaruosius 12 mėn. jas turėjo 66 % nekeliavusių su nakvyne gyventojų. Dauguma jų apsiriboja 1–5 išvykomis per metus (77 %), o dažnesnių vienadienių kelionių dalis mažėja.

Vienadienių išvykų [geografija išlieka gana stabili](#) – dažniausiai pasirenkamos Klaipėdos (24 %), Kauno (17 %) ir Vilniaus (13 %) apskritys. Tarp konkrečių krypčių pirmąją Klaipėda (10 %) ir Kaunas (8 %), o pajūrio kryptys (Klaipėda, Palanga, Šventoji) išlieka vienomis svarbiausių vienadienių kelionių traukos vietų.

Šio segmento kelionės orientuotos į trumpą patyrimą ir lankytinų vietų pažinimą, o ne į paslaugų vartojimą – restoranų lankymas (18 %), apsipirkimas (11 %) ar sveikatinimosi paslaugos (10 %) minimi gerokai rečiau.

Vienadienių išvykų planavime dominuoja greitai pasiekiami informacijos šaltiniai – Google paieška (47 %), artimųjų rekomendacijos (38 %) ir Facebook (31 %). 2026 m. jau 13 % mini dirbtinio intelekto įrankius (pvz., ChatGPT, Gemini ar Copilot), o tai rodo naujų kelionių planavimo įpročių formavimąsi.

[Pagrindiniai barjerai pereiti nuo vienadienių išvykų prie kelionių su nakvyne yra finansiniai ir praktiniai](#). Dažniausiai daugiau keliauti su nakvyne paskatintų geresnė finansinė situacija (37 %), patrauklesnės nakvynės kainos (34 %), geresni orai (25 %) ir daugiau laisvo laiko (23 %).

Keliavimas karinių konfliktų kontekste

[2026 m. geopolitinis kontekstas tapo platesnis ir sudėtingesnis](#), todėl respondentų atsakymuose dažniau atsispindi karinių konfliktų įtaka kelionių planavimui. Rezultatus reikėtų vertinti turint omenyje, kad šiemet buvo vertinamas ne tik karo Ukrainoje, bet ir kitų karinių konfliktų poveikis.

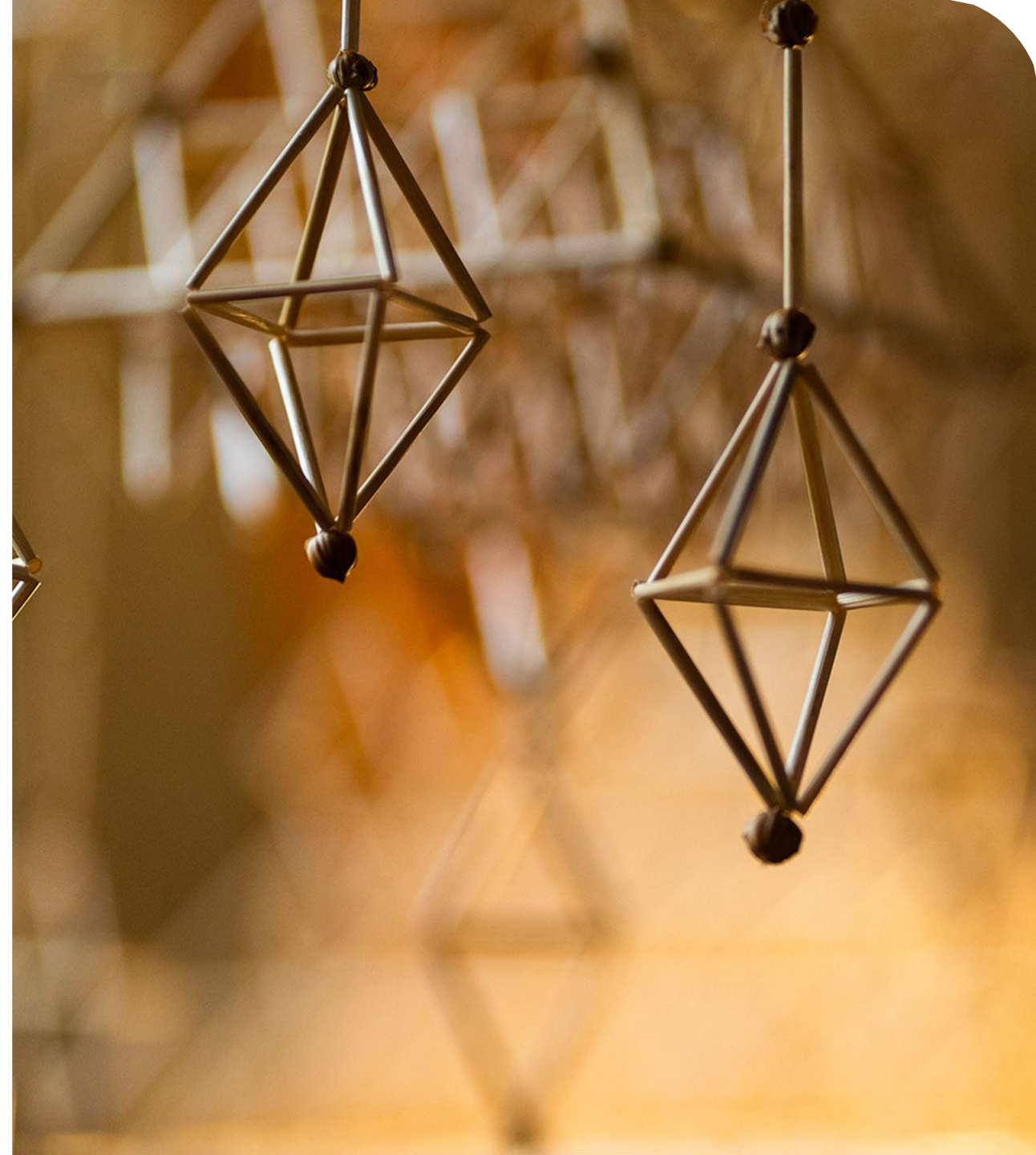
Respondentų atsakymuose matyti tendencija prisitaikyti prie padidėjusio neapibrėžtumo – [dažniau ieškoma ekonomiškėsių sprendimų, renkama arčiau esančios kryptys, trumpesnės kelionės ir lankstesnės rezervavimo sąlygos](#).



Apibendrinimas ir išvados. Kiekybinis tyrimas (VII)

Kuo regionų keliautojai skiriasi nuo bendros populiacijos?

1. Regionų keliautojas yra **aktyvesnis**. Jis ne tik ilsisi, bet ir daugiau veikia, gamtos objektų lankymas: 44 % vs. 35 %, kultūros objektų lankymas: 35 % vs. 28 %, žygiai pėsčiomis: 31 % vs. 25 %. Regionų kelionė dažniau yra pažinimo ir tyrinėjimo kelionė.
2. Regionų keliautojas ieško **autentiškumo**. Jam svarbi ne vien vieta, bet ir patirtis: tradicinės virtuvės ragavimas: 13 % vs. 12 %, naujų skonių išbandymas: 13 % vs. 11 % kultūros objektai: 35 % vs. 28 %. Regionuose ieškoma vietos identiteto ir unikalumo.
3. Regionų keliautojas **daugiau laiko praleidžia gamtoje**. Ne tik lanko objektus, bet ir renkasi lėtesnį poilsį: ramus poilsis gamtoje: 36 % vs. 32 %, žygiai: 31 % vs. 25 %. Regionai suvokiami kaip atitraukimo nuo miesto vieta.
4. Regionų keliautojas **nėra SPA turistas**. Nors dažnai regionai siejami su SPA ar sanatorijomis, būtent regionų keliautojai šiuo aspektu neišsiskiria.
5. Regioniniai keliautojai **yra tarp labiausiai patenkintų keliautojų** (Top2 ~87–88 %), rekomenduoja dažniau nei vidutinis keliautojas - jų NPS yra aukštesnis nei bendras vidurkis. Regionų keliautojai ne tik aktyviai keliauja, bet ir dažniau tampa Lietuvos regionų ambasadoriais – jie dažniau rekomenduoja savo patirtis kitiems.



Ką apie regioninį keliautoją papildomai atskleidė kokybinis tyrimas?

Kokybinis tyrimas parodė ne tai, kuo regioninis keliautojas skiriasi nuo kitų, o kokiomis aplinkybėmis žmogus tampa atviras regioninei kelionei. Keliautojams nereikia daugiau informacijos – jiems reikia priežasties, kuri paskatintų važiuoti dabar. Svarbu padėti planuoti ir sumažinti pastangas – kad kelionė atrodytų lengvai įgyvendinama.

Tai ne žmogaus tipas, o gyvenimo etapas

Tas pats žmogus skirtingais gyvenimo etapais gali būti regionų tyrinėtojas, užsienio keliautojas arba apskritai nekeliauti. Svarbiau ne „kas jis yra“, o kokiame gyvenimo kontekste šiuo metu yra.

Lemia ne tik motyvacija, bet ir galimybės

Regioninėms kelionėms svarbios ne tik nuostatos, bet ir praktinės sąlygos: laikas, automobilis, bendrakeleiviai, energija planuoti. Dalis žmonių nekeliauja į regionus ne todėl, kad nenori, o todėl, kad šiuo metu negali.

Regionas pasirenkamas ne dėl regiono, o dėl priežasties

Kelionės pradžia dažniausiai būna žmogus, reikšmės, hobis, objektas ar konkreti patirtis. Regionas tampa kontekstu, kuriame ta priežastis įgyvendinama.

Regioninės kelionės dažnai konkuruoja ne su kitais regionais

Dažniausiai svarstoma ne tarp Zarasų ir Biržų, o tarp regiono, pajūrio, didmiesčio, užsienio ar poilsio namuose. Todėl svarbu ne laimėti prieš kitą regioną, o patekti į svarstomų alternatyvų sąrašą.

Didžiausias barjeras – ne nežinojimas, o atidėliojimas

Dauguma respondentų jau turėjo sukauptą vietų ir idėjų, kur norėtų nuvykti Lietuvoje. Problema dažniau yra ne informacijos stoka, o tai, kad kelionė vis nukeliama „kitam kartui“.

Ką apie regioninių kelionių potencialą papildomai atskleidė kokybinis tyrimas?

Kokybinis tyrimas rodo, kad regioninių kelionių augimą labiau riboja ne informacijos trūkumas, o priežasčių veikti dabar trūkumas. Todėl didžiausias potencialas slypi ne naujų vietų pristatyme, o gebėjime sukurti laiko, socialinį ar asmeninį impulsą, kuris paskatintų ne svajoti apie kelionę, o ją suplanuoti.

Riboto laiko jausmas (urgency)

Kurti daugiau sezoninių ir riboto laiko pasiūlymų.

Komunikuoti ne vieta, o priežastį važiuoti šį mėnesį ar savaitgalį.

Akcentuoti tai, kas greitai baigsis arba pasikartos tik kitais metais.

Socialinis poreikis („visi važiuoja“)

Daugiau remtis keliautojų istorijomis nei institucine komunikacija.

Skatinti dalinimąsi maršrutais, rekomendacijomis ir patirtimis.

Dirbti su turinio kūrėjais ir bendruomenėmis, o ne tik reklama.

Kolekcionavimo poreikis

Kurti „surink visus“ tipo maršrutus ir iššūkius.

Jungti objektus į aiškias serijas (pilys, ežerai, bokštai, miesteliai ir pan.).

Sudaryti progresą leidžiančius sekti maršrutus.

Savęs realizavimo poreikis

Komunikuoti ne objektus, o svajones ir patirtis.

Padėti įgyvendinti „seniai atidėliotas idėjas“.

Kurti maršrutus aplink hobius ir pomėgius, o ne geografiją.

Atsikvėpimo poreikis

Komunikuoti regionus kaip lengviausią būdą trumpam atsitraukti nuo kasdienybės ir atkurti emocinę bei fizinę energiją.

Siūlyti spontaniškas vienos dienos ar savaitgalio išvykas, kurioms nereikia ilgo planavimo.

Akcentuoti ne objektus, o poilsio būseną: tylą, gamtą, sulėtėjimą, atsijungimą.

3. Tyrimo rezultatai

3.1. Kelionės po Lietuvą ir užsienį



Ką reiškia „kelionė Lietuvoje“?

Diskusijos dalyviams kelionės Lietuvoje labiausiai siejasi su **gamta – ežerais, miškais, pajūriu**. Nepaisant to, emocinė šių simbolių reikšmė skyrėsi. Regioniniams keliautojams kelionė – tai jaukumas, tiek neatrastos, tiek pažįstamos vietos, grįžimas ten, kur jau buvo gera. Neregioniniams keliautojams tai pirmiausia ištrūkimas iš kasdienės aplinkos, ypač iš miesto rutinos.

*„Aš tai jaukumą jaučiu, tiesiog žaluma, miškai, kelias.“
(Vyras, 22 m., Panevėžys, regioninis keliautojas)*

*„Man poilsis yra išvažiuoti iš sostinės.“
(Moteris, 28 m., Vilnius, neregioninė keliautoja)*

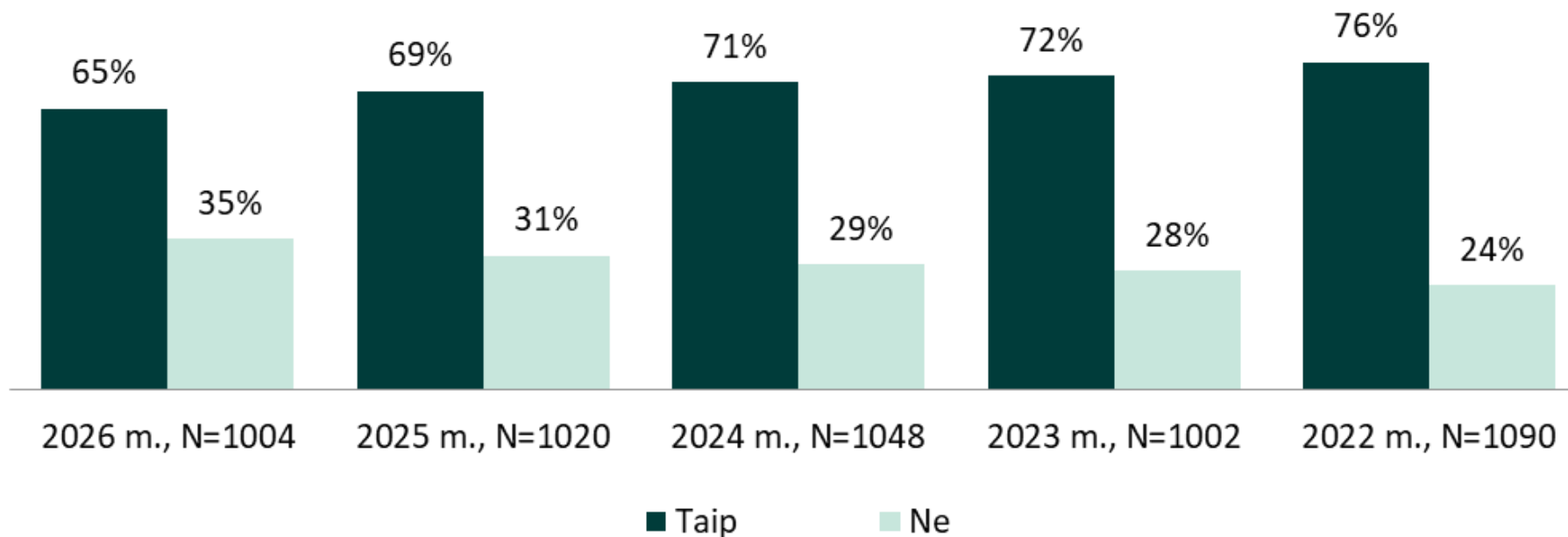
Kelionių sezoniškumas

Keliautojams svarbus veiksnys yra sezoniškumas. Šiltuoju metų laiku noras keliauti natūraliai sustiprėja, nes atsiranda daugiau veiklų gamtoje. Keliautojai teigia turintys privalomų ar tradicinių kelionių, tačiau taip pat ir tokių, kurios neplanuojamos iš anksto arba nutinka dėl įkvėpimo.

*„Kartais pasirodo kažkas naujo, Kaune mokslo sala atsirado, tai iškart užsinorėjau nuvažiuoti.“
(Vyras, 42 m., Klaipėda, neregioninis keliautojas)*

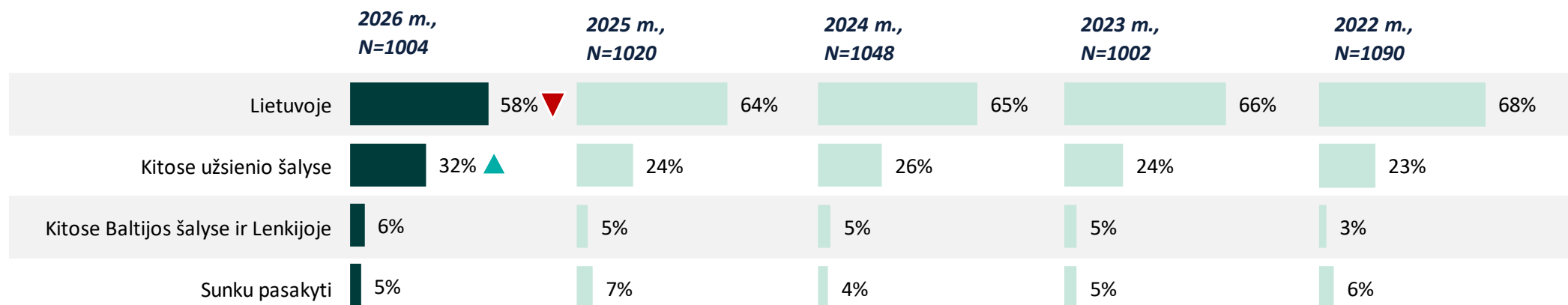
Keliavę Lietuvoje su nakvyne ir be jos

Q1. Ar per praėjusius 12 mėnesių vykote į kelionę su bent viena nakvyne Lietuvoje, kurios pagrindiniai tikslai – laisvalaikis, poilsis, atsipalaidavimas, kultūros ar gamtos objektų pažinimas?



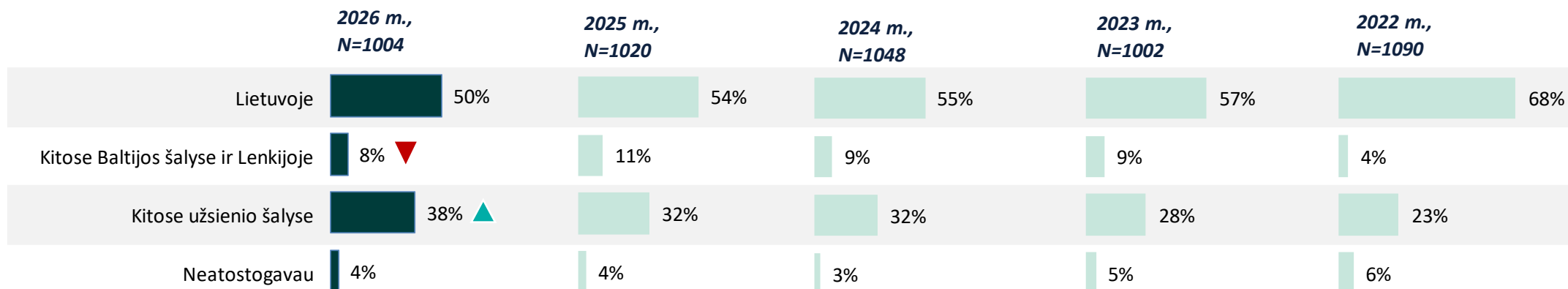
Pagrindinių atostogų šalis

Q1_A. Kur įprastai praleidžiate savo pagrindines (ilgasias) metų atostogas?



Paskutinių pagrindinių atostogų šalis

Q1_B. Kur praleidote savo paskutines pagrindines (ilgasias) metų atostogas? Galvokite apie pastaruosius metus, t. y., 12 mėnesių laikotarpį.

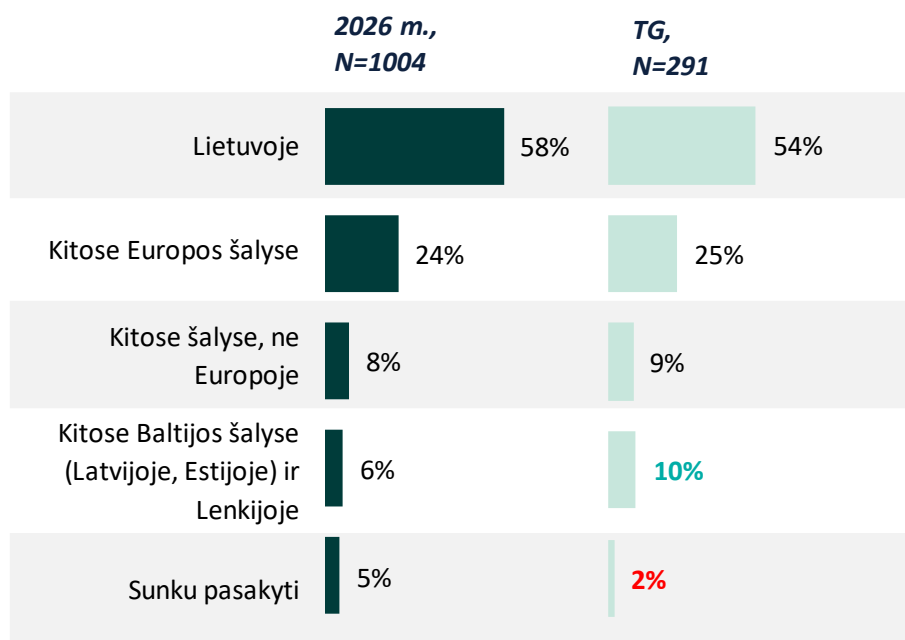


Atostogų šalis. Tikslinė grupė

Q1_A. Kur įprastai praleidžiate savo pagrindines (ilgąsias) metų atostogas?

Q1_B. Kur praleidote savo paskutines pagrindines (ilgąsias) metų atostogas? Galvokite apie pastaruosius metus, t. y., 12 mėnesių laikotarpį.

Pagrindinių atostogų šalis



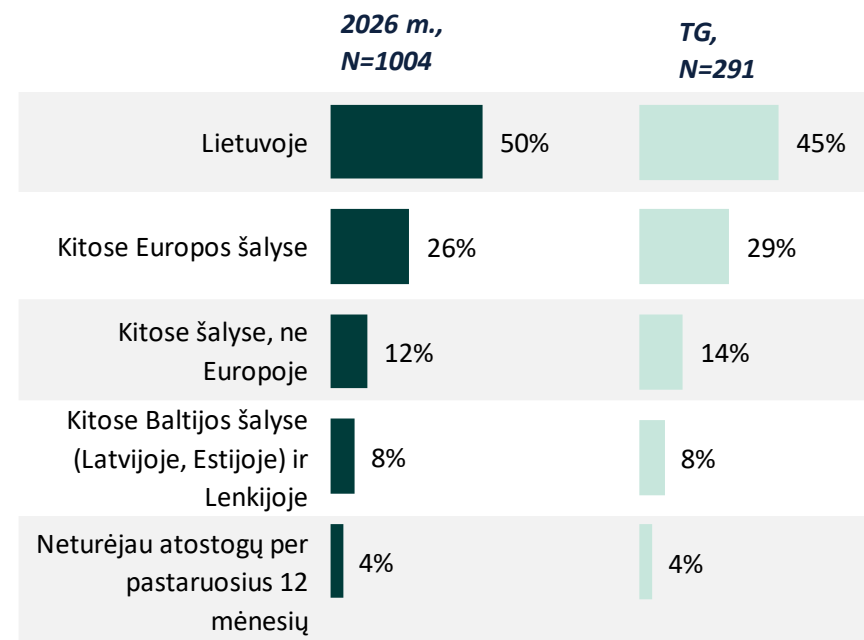
10% – reikšmė statistiškai reikšmingai didesnė nei bendras imties vidurkis

2% – reikšmė statistiškai reikšmingai mažesnė nei bendras imties vidurkis

Imtis: visi respondentai

TG: 18-74m., regionų keliautojai.

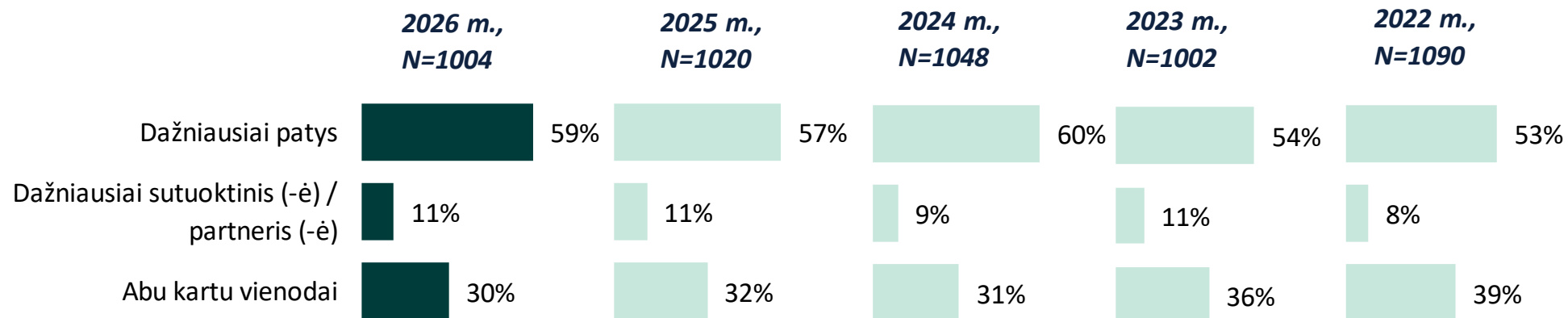
Paskutinių pagrindinių atostogų šalis



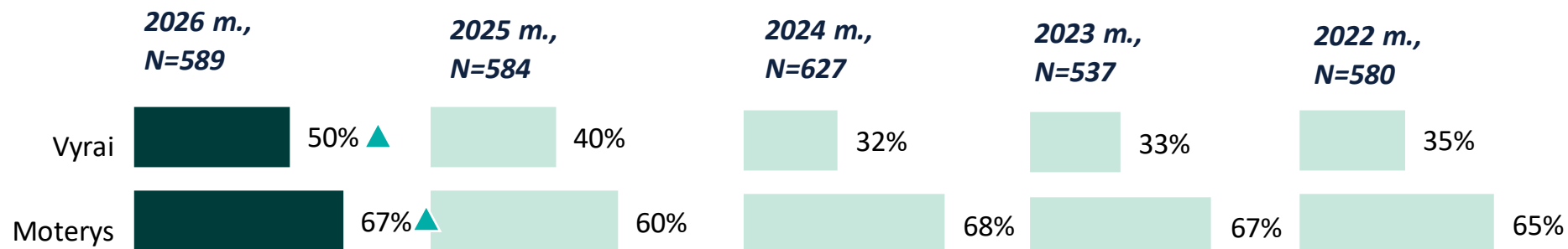
3.2. Kelionių Lietuvoje planavimas

Atostogų planavimas

Q0. Kas Jūsų namų ūkyje įprastai planuoja keliones?



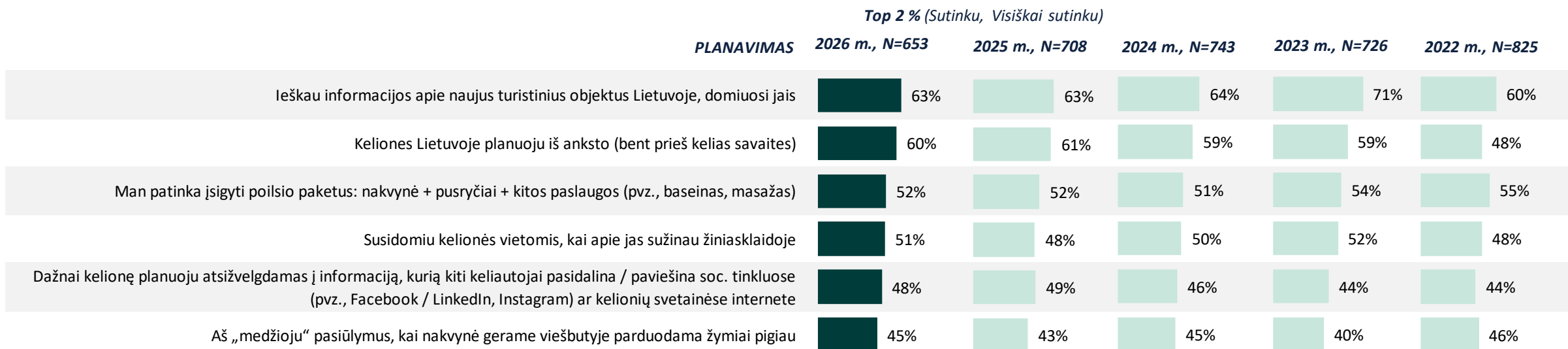
Planuojantys atostogas patys:



Pastaba: nuo 2024 m. šis klausimas buvo pateiktas tik žmonėms, kurių namų ūkį sudaro daugiau nei 1 asmuo. Tų, kurių namų ūkį sudaro 1 asmuo, atsakymai buvo automatiškai sukoduoti į: „Dažniausiai patys“

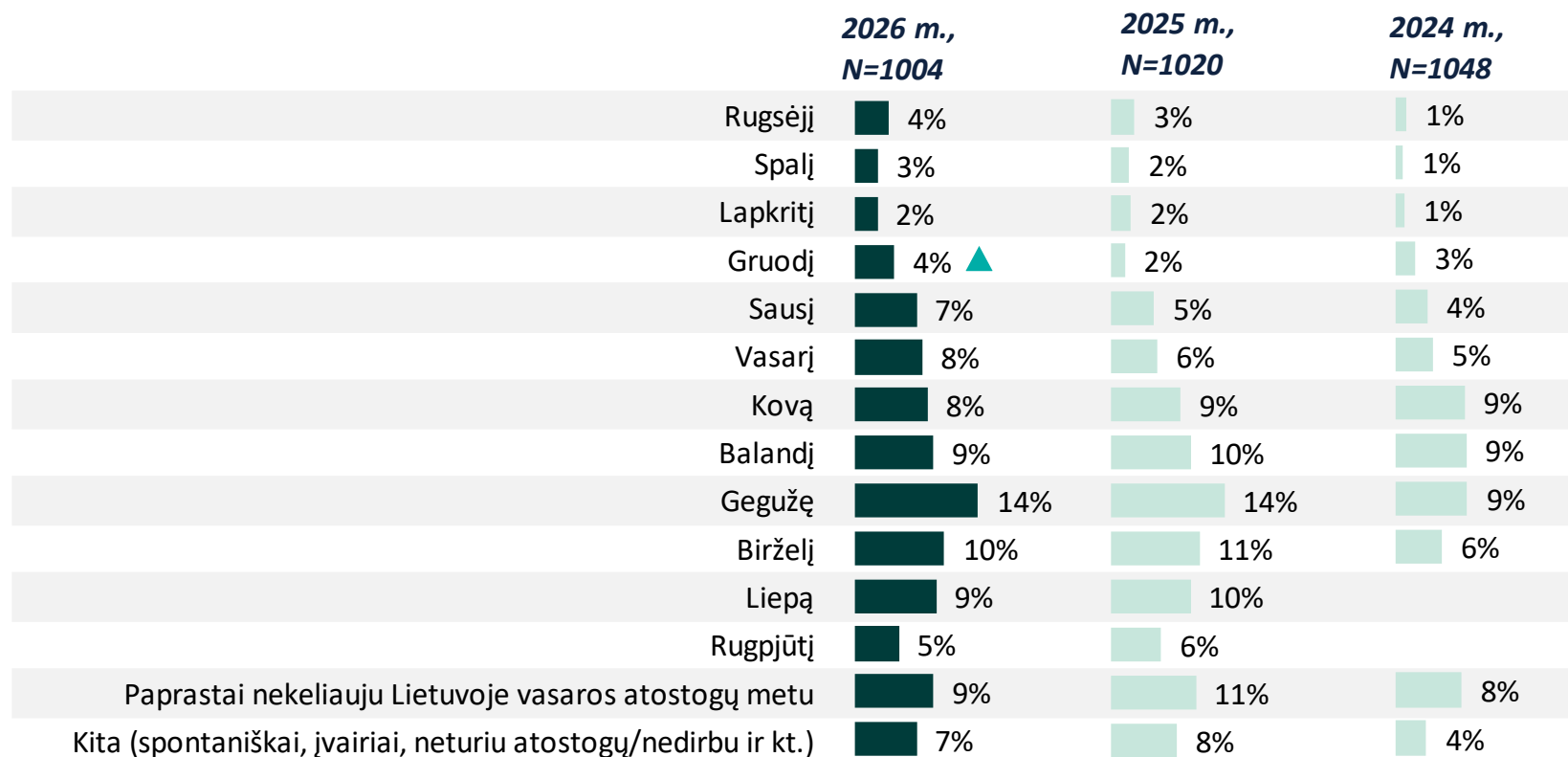
Kelionių Lietuvoje planavimas

SEG1. Toliau pateikti teiginiai apie keliavimą po Lietuvą. Pažymėkite, kiek Jūs sutinkate ar nesutinkate su kiekvienu iš šių teiginių apie Jūsų keliavimo po Lietuvą patirtį.



Vasaros atostogų Lietuvoje planavimas

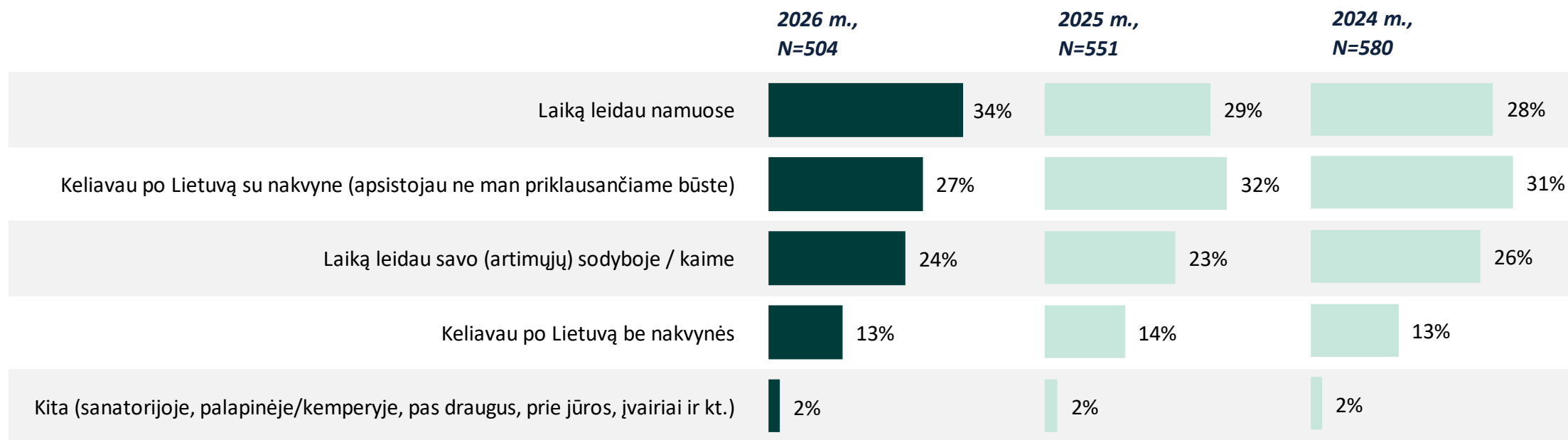
Q1_A1. Kada įprastai pradėdote planuoti (pasirinkti kelionės kryptį) savo vasaros atostogas Lietuvoje?



Pastaba: 2024 m. skyrėsi atsakymo variantai

Ilgųjų atostogų Lietuvoje praleidimo vieta

Q1_C. Kur praleidote didžiąją dalį laiko savo paskutinių (ilgųjų) metų atostogų Lietuvoje?



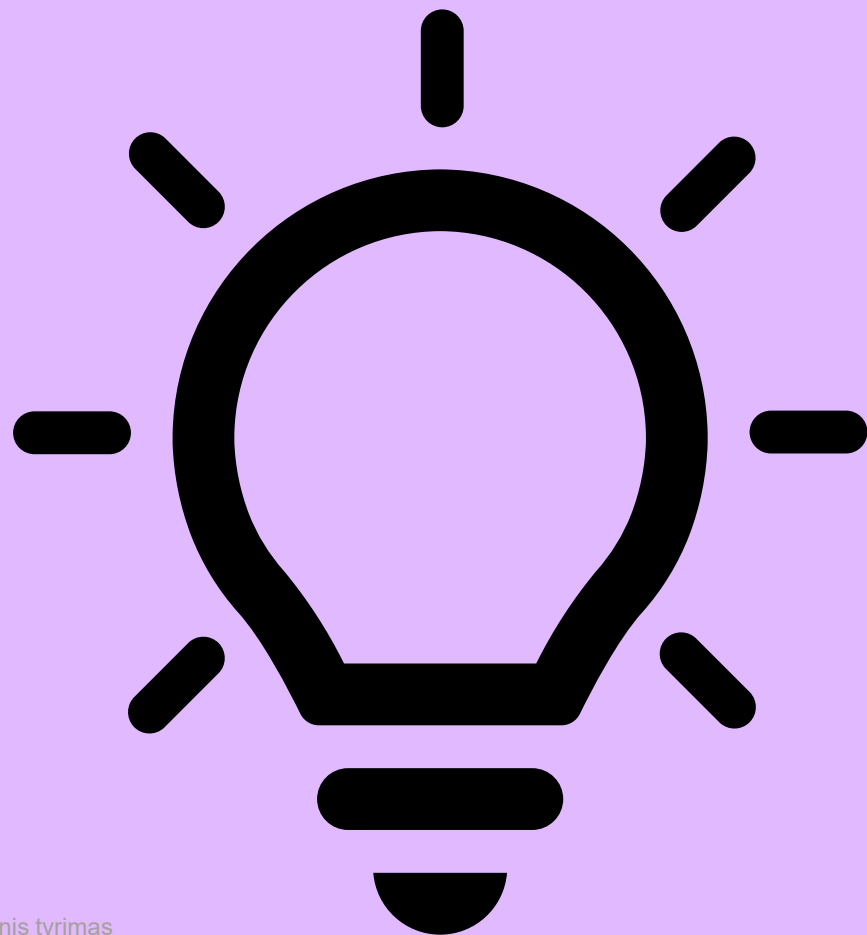
Kodėl kelionės į regioną atidedamos?

Diskusijų dalyviai dalinosi ne viena svajone, susijusia su regionais ir kelionėmis. Kelionės atidedamos, nes žmonės svajoja apie visumą, o ne apie vieną objektą. Keliautojai pasakoja ne apie norą, pvz., pamatyti observatoriją, o apie observatoriją + nakvynę + maistą + dar kažką aplink... . Vieno objekto nebeužtenka, žmogus turi susikurti visą scenarijų, o tai reikalauja pastangų.

Keliautojai nori kelionės į regioną, tačiau nežino, kaip ją „suvartoti“. Jie norėtų į Biržus, tačiau nežino, ką ten veikti 2-3 dienas. Todėl atsiranda nuolatinis „norėčiau kažkada“. Nes kelionės idėja yra, tačiau scenarijus – ne.

Nekeliaujantieji neturi pakankamos priežasties važiuoti dabar. Kelionių į regioną kategorija yra žemo skubotumo kategorija.





Didžiausias augimo potencialas slypi ne tarp žmonių, kurie nemėgsta regionų, o tarp žmonių, kurie nuolat sako „seniai norėjau ten nuvažiuoti“.

Kaip padėti norą keliauti paversti realia kelione?

Parduoti ne regioną, o paruoštą savaitgalį

Svarbu pateikti aiškų scenarijų – kur apsistoti, ką veikti pirmą ir antra dieną, kur pavalgyti, ką verta pamatyti.

Kuo mažiau planavimo reikia žmogui, tuo didesnė tikimybė, kad kelionė įvyks.

Kurti kelionių ritualus ir sezonines tradicijas

Kurti pasikartojančias priežastis sugrįžti: pavasario gamtos stebėjimo maršrutai, vasaros ežerų savaitgaliai, rudens grybavimo ar gastronominiai maršrutai, žiemos dvarų ir mažųjų miestelių patirtys...

Regioną pristatyti per žmones ir jų istorijas

Tyrimas rodo, kad regionai dažnai atrandami per draugus ar artimuosius, vietinių rekomendacijas, kitų keliautojų patirtis.

Todėl stipriau veikia ne objektų sąrašai, o autentiški pasakojimai: „štai kaip savaitgalį leidžia vietinis žmogus“.

Kurti priežastis važiuoti dabar, o ne kada nors

Pajūrio stiprybė nėra vien jūra. Pajūris turi aišką, ribotą sezoną, kuris skatina priimti sprendimą dabar.

Tuo tarpu daugelis regioninių krypčių suvokiamos kaip prieinamos bet kada, todėl jų lankymas dažniau atidedamas ateičiai.

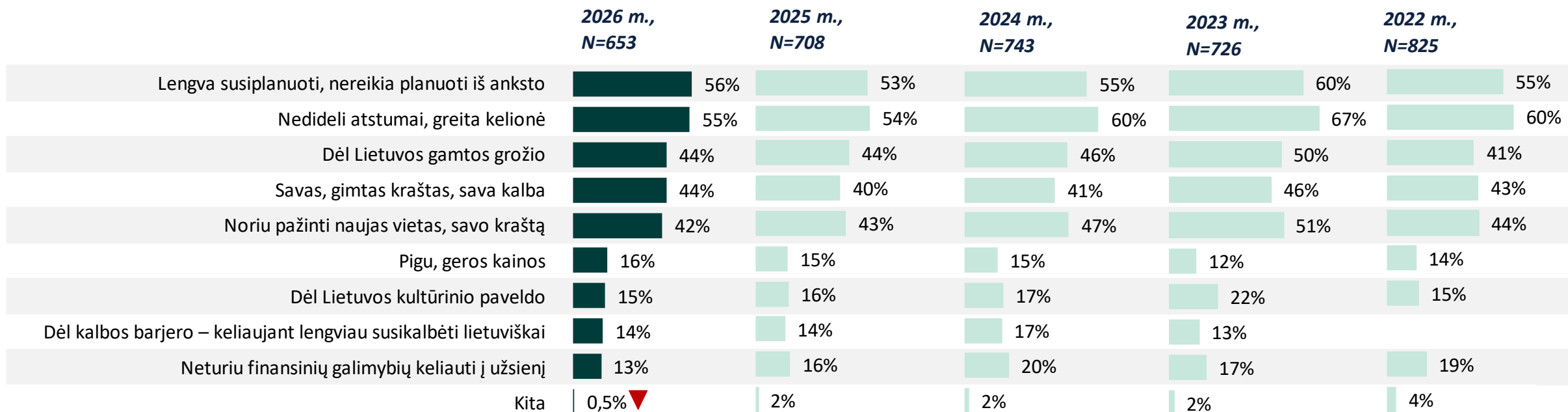
3.3. Vietinių turistų segmento* keliavimo įpročiai

* Per pastaruosius 12 mėn. vykusią į kelionę Lietuvoje, su bent viena nakvyne

3.3.1. Keliavimo priežastys, kelionių tipai, dažnis, vietovės, kelionės su vaikais

Pagrindinės keliavimo Lietuvoje priežastys

Q1_1. Nurodykite keletą pagrindinių priežasčių, dėl kurių įprastai keliaujate Lietuvoje. Galimi keli atsakymo variantai.



Kelionių tipų dinamika 2022-2026 m. Vienos dienos išvyka

Q2. Kokio tipo turistinių kelionių Lietuvoje turėjote per pastaruosius 12 mėnesių? Pažymėkite visus tinkamus variantus.

Q3. Kas įprastai keliauja į šio tipo išvykas Lietuvoje kartu su Jumis? Pažymėkite visus tinkamus variantus.

Q4. Kiek kiekvieno tipo kelionių Lietuvoje per pastaruosius 12 mėnesių Jūs turėjote? Įrašykite skaičių prie kiekvieno kelionės tipo.

Kelionės tipas	Vienos dienos išvyka				
	2026 m.	2025 m.	2024 m.	2023 m.	2022 m.
Kiek gyventojų vyko į tokio tipo kelionę per pastaruosius 12 mėn.	33%	35%	48%	49%	43%
Kiek kartų vidutiniškai keliavo tokiu būdu per pastaruosius 12 mėn.	6,4 ▼	7,0	7,8	7,7	8,3
Kas keliauja kartu	N=213	N=251	N=353	N=356	N=358
Sutuoktinis (-ė) / partneris (-ė)	67%	67%	69%	68%	66%
Vaikas (-ai)	25%	28%	29%	31%	38%
Artimieji, giminaičiai	27%	31%	31%	34%	26%
Draugas (-ė), draugai	29%	30%	28%	31%	37%
Kiti asmenys (pvz., ekskursijos grupė)	10%	8%	7%	7%	8%
Keliaujate vienas (-a)	6%	5%	5%	4%	5%

Kelionių tipų dinamika 2022-2026 m. Trumpa išvyka

Q2. Kokio tipo turistinių kelionių Lietuvoje turėjote per pastaruosius 12 mėnesių? Pažymėkite visus tinkamus variantus.

Q3. Kas įprastai keliauja į šio tipo išvykas Lietuvoje kartu su Jumis? Pažymėkite visus tinkamus variantus.

Q4. Kiek kiekvieno tipo kelionių Lietuvoje per pastaruosius 12 mėnesių Jūs turėjote? Įrašykite skaičių prie kiekvieno kelionės tipo.

Kelionės tipas	Trumpa išvyka (1–2 nakvynės, pvz., savaitgalis)				
	2026 m.	2025 m.	2024 m.	2023 m.	2022 m.
Kiek gyventojų vyko į tokio tipo kelionę per pastaruosius 12 mėn.	64%	67%	77%	76%	72%
Kiek kartų vidutiniškai keliavo tokiu būdu per pastaruosius 12 mėn.	3,0	2,9	3,1	3,2	4,0
Kas keliauja kartu	N=421	N=474	N=573	N=554	N=597
Sutuoktinis (-ė) / partneris (-ė)	67%	68%	65%	70%	69%
Vaikas (-ai)	25%	27%	27%	27%	34%
Artimieji, giminaičiai	28%	26%	27%	27%	24%
Draugas (-ė), draugai	26%	27%	25%	28%	29%
Kiti asmenys (pvz., ekskursijos grupė)	4%	3%	6%	4%	4%
Keliaujate vienas (-a)	3%	5%	4%	2%	3%

Kelionių tipų dinamika 2022-2026 m. Ilgesnė trumpa išvyka

Q2. Kokio tipo turistinių kelionių Lietuvoje turėjote per pastaruosius 12 mėnesių? Pažymėkite visus tinkamus variantus.

Q3. Kas įprastai keliauja į šio tipo išvykas Lietuvoje kartu su Jumis? Pažymėkite visus tinkamus variantus.

Q4. Kiek kiekvieno tipo kelionių Lietuvoje per pastaruosius 12 mėnesių Jūs turėjote? Įrašykite skaičių prie kiekvieno kelionės tipo.

Kelionės tipas	Ilgesnė trumpa išvyka (3–4 nakvynės, pvz., ilgesnis savaitgalis)				
	2026 m.	2025 m.	2024 m.	2023 m.	2022 m.
Kiek gyventojų vyko į tokio tipo kelionę per pastaruosius 12 mėn.	47%	45%	37%	37%	34%
Kiek kartų vidutiniškai keliavo tokiu būdu per pastaruosius 12 mėn.	2,3	2,4	2,1	2,3	2,8
Kas keliauja kartu	N=304	N=320	N=276	N=265	N=280
Sutuoktinis (-ė) / partneris (-ė)	63%	64%	70%	70%	67%
Vaikas (-ai)	27%	33%	32%	27%	39%
Artimieji, giminaičiai	28%	32%	35%	30%	29%
Draugas (-ė), draugai	30%	28%	26%	28%	32%
Kiti asmenys (pvz., ekskursijos grupė)	5%	4%	4%	3%	4%
Keliaujate vienas (-a)	5%	3%	4%	3%	3%

Kelionių tipų dinamika 2022-2026 m. Ilgos atostogos

Q2. Kokio tipo turistinių kelionių Lietuvoje turėjote per pastaruosius 12 mėnesių? Pažymėkite visus tinkamus variantus.

Q3. Kas įprastai keliauja į šio tipo išvykas Lietuvoje kartu su Jumis? Pažymėkite visus tinkamus variantus.

Q4. Kiek kiekvieno tipo kelionių Lietuvoje per pastaruosius 12 mėnesių Jūs turėjote? Įrašykite skaičių prie kiekvieno kelionės tipo.

Kelionės tipas	Ilgos atostogos (5 nakvynės ar daugiau)				
	2026 m.	2025 m.	2024 m.	2023 m.	2022 m.
Kiek gyventojų vyko į tokio tipo kelionę per pastaruosius 12 mėn.	17%	24%	21%	24%	25%
Kiek kartų vidutiniškai keliavo tokiu būdu per pastaruosius 12 mėn.	1,9	1,7	1,5	1,4	1,9
Kas keliauja kartu	N=113	N=173	N=159	N=174	N=205
Sutuoktinis (-ė) / partneris (-ė)	56%	61%	71%	67%	71%
Vaikas (-ai)	28%	29%	33%	35%	42%
Artimieji, giminaičiai	27%	32%	35%	29%	22%
Draugas (-ė), draugai	28%	24%	17%	25%	18%
Kiti asmenys (pvz., ekskursijos grupė)	3%	8%	5%	3%	2%
Keliaujate vienas (-a)	6%	7%	6%	5%	6%

Kelionės vietovės pagal kelionės tipą: dažniausiai pasirenkamos vietovės. Pagal apskritis

Q5. Dabar paklausime apie Jūsų pastarųjų kelionių Lietuvoje kryptis. Nurodykite vietovę (apskritį bei miestą), į kurią vykote paskutinį kartą kiekvienam kelionės tipui atskirai, t. y., kur paskutinį kartą vykote trumpos kelionės su 1–2 nakvynėmis metu, ilgesnės išvykos su 3–4 nakvynėmis metu ar keliavote ilgų atostogų (5 nakvynės ar daugiau).

	Visos kelionės, N=653	<i>Pokytis su 2025 m. N=708</i>	Trumpa išvyka (1–2 nakvynės), N=359	<i>Pokytis su 2025 m. N=474</i>	Ilgesnė trumpa išvyka (3–4 nakvynės), N=221	<i>Pokytis su 2025 m. N=320</i>	Ilgos atostogos (5 nakvynės ar daugiau), N=73	<i>Pokytis su 2025 m. N=173</i>
Klaipėdos apskritis	44%	-1	38% ▲	8	47%	4	63%	9
Kauno apskritis	15%	-3	17%	-1	14%	0	10%	4
Vilniaus apskritis	15%	2	17%	4	12%	4	14%	6
Alytaus apskritis	14%	-3	14%	-3	16%	5	8%	-1
Utenos apskritis	9%	0	8%	0	8%	2	12%	3
Panevėžio apskritis	7%	1	9% ▲	5	5%	1	3%	0
Telšių apskritis	5%	1	5%	1	5%	3	1%	0
Šiaulių apskritis	4%	0	4%	1	4%	1	3%	-2
Marijampolės apskritis	4%	0	3%	1	5%	1	7%	4
Tauragės apskritis	2%	0	2%	1	3%	0	1%	-1

Kelionės vietovės pagal kelionės tipą: dažniausiai pasirenkamos vietovės. Pagal miestus

Q5. Dabar paklausime apie Jūsų pastarųjų kelionių Lietuvoje kryptis. Nurodykite vietovę (apskritį bei miestą), į kurią vykote paskutinį kartą kiekvienam kelionės tipui atskirai, t. y., kur paskutinį kartą vykote paprasto savaitgalio su 1-2 nakvyėmis metu, ilgojo savaitgalio su 3-4 nakvyėmis metu ar keliavote kasmetinių atostogų (5 nakvyės ar daugiau).

Kelionės tipas		Visos kelionės (su nakvyne)	Pokytis su 2025 m.	Trumpa išvyka (1–2 nakvyės)	Pokytis su 2025 m.	Ilgesnė trumpa išvyka (3–4 nakvyės)	Pokytis su 2025 m.	Ilgos atostogos (5 nakvyės ar daugiau)	Pokytis su 2025 m.
		N = 653	N = 708	N = 359	N = 474	N = 221	N = 320	N = 73	N = 173
Didmiesčiai	Vilnius	7%	1	9%	3	4%	1	8% ▲	6
	Kaunas	4%	-2	6%	1	3%	-1	0%	-2
	Klaipėda	10%	0	11%	3	10%	1	5%	2
Kurortai	Palanga	20%	-2	18% ▲	6	20%	0	27%	0
	Šventoji	7%	-1	5%	1	7%	0	12%	-1
	Neringa	7%	2	4%	2	9% ▲	5	12%	3
	Druskininkai	10%	-2	10%	-3	12% ▲	5	5%	0
	Birštonas	6% ▼	-3	6%	-3	7%	1	7%	4
Kurortinės zonos	Anykščiai	2%	-1	1% ▼	-2	1%	0	3%	1
	Trakai	2%	-1	3%	0	2%	0	3%	1
	Zarasai	2%	1	3% ▲	2	1%	0	1%	0
	Ignalina	1%	0	1%	0	1%	1	3%	2
Kitos vietovės	45%	3	44% ▲	12	50% ▲	14	41% ▲	10	
Kiti miestai	Molėtai	3%		3%		4%		4%	
	Alytus	3%		3%		3%		1%	
	Panevėžys	3%		3%		3%		0%	
	Kretinga	2%		1%		3%		4%	
	Biržai	2%		3%		1%		1%	
	Šiauliai	2%		3%		1%		1%	
	Telšiai	2%		1%		3%		1%	
	Tauragė	2%		2%		2%		1%	
	Kitas miestas/gyvenvietė	28%		27%		30%		26%	

Kelionių tipai ir priežastys. Tikslinė grupė

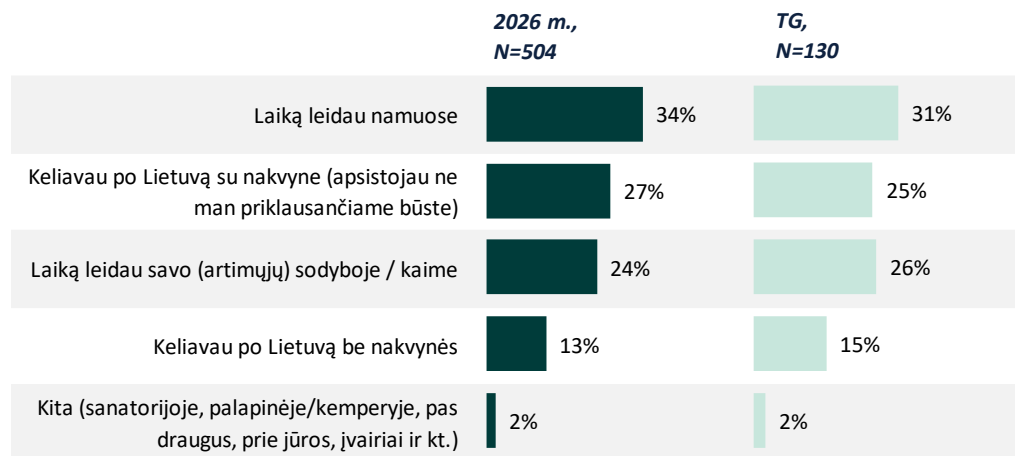
Q1_C. Kur praleidote didžiąją dalį laiko savo paskutinių (ilgųjų) metų atostogų Lietuvoje?

Q1_1. Nurodykite keletą pagrindinių priežasčių, dėl kurių įprastai keliaujate Lietuvoje. Galimi keli atsakymo variantai

Q2. Kokio tipo turistinių kelionių Lietuvoje turėjote per pastaruosius 12 mėnesių? Pažymėkite visus tinkamus variantus.

Q4. Kiek kiekvieno tipo kelionių Lietuvoje per pastaruosius 12 mėnesių Jūs turėjote? Įrašykite skaičių prie kiekvieno kelionės tipo.

Ilgųjų atostogų Lietuvoje praleidimo vieta



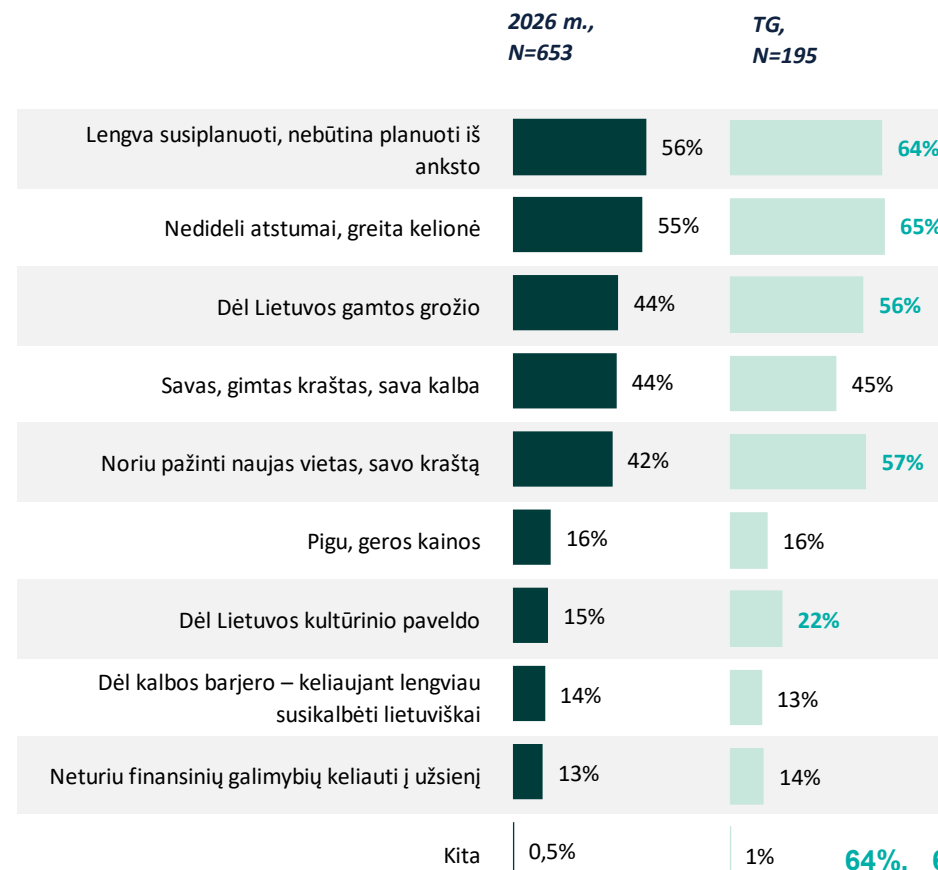
Imtis: praleidę pagrindines atostogas Lietuvoje

Kelionių tipai

Kelionės tipas	Vienos dienos		Trumpa išvyka		Ilgesnė trumpa		Ilgos atostogos	
	2026 m.	TG	2026 m.	TG	2026 m.	TG	2026 m.	TG
Kiek gyventojų vyko į tokio tipo kelionę per pastaruosius 12 mėn.	33%	38%	64%	69%	47%	51%	17%	19%
Kiek kartų vidutiniškai keliavo tokiu būdu per pastaruosius 12 mėn.	6,4	6,4	3,0	3,1	2,3	2,2	1,9	2,0

Imtis: keliaavę Lietuvoje su nakvyne
TG: 18-74m., regionų keliautojai.

Pagrindinės keliavimo Lietuvoje priežastys

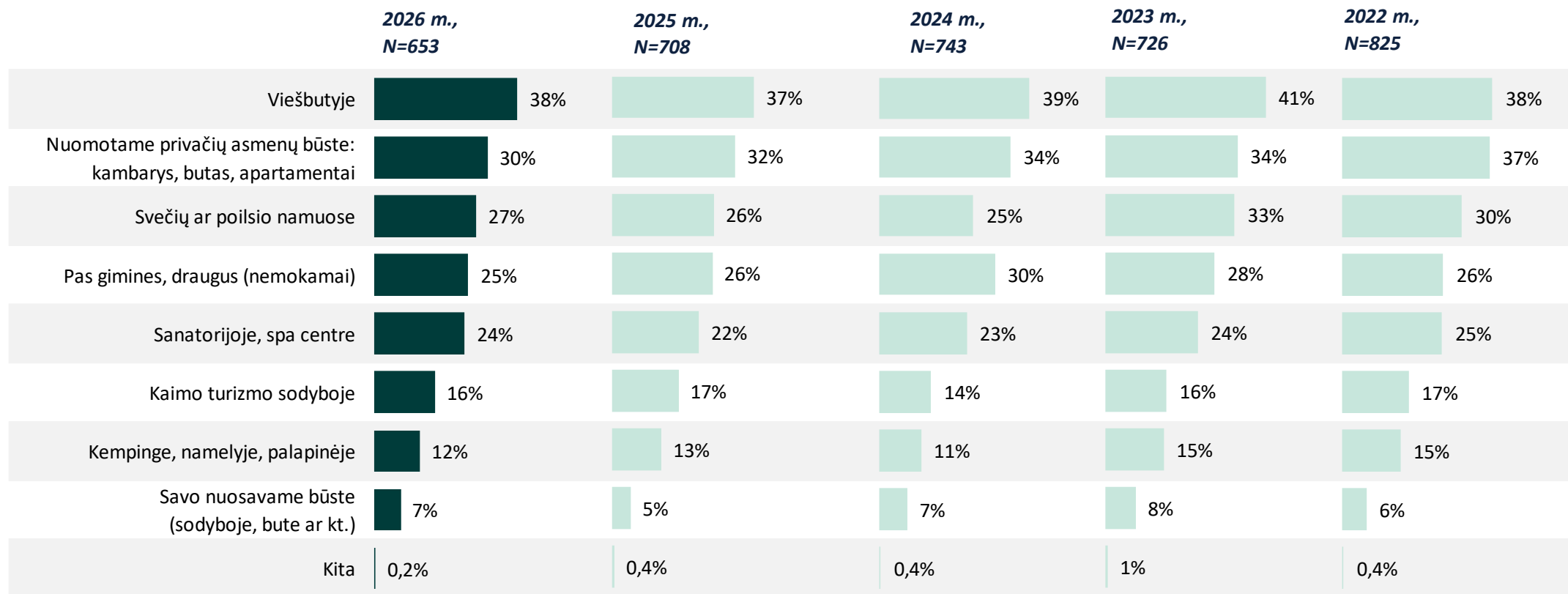


Imtis: keliaavę Lietuvoje su nakvyne

64%, 65%, 56%, 57%, 22% – reikšmės statistiškai reikšmingai didesnės nei bendras imties vidurkis

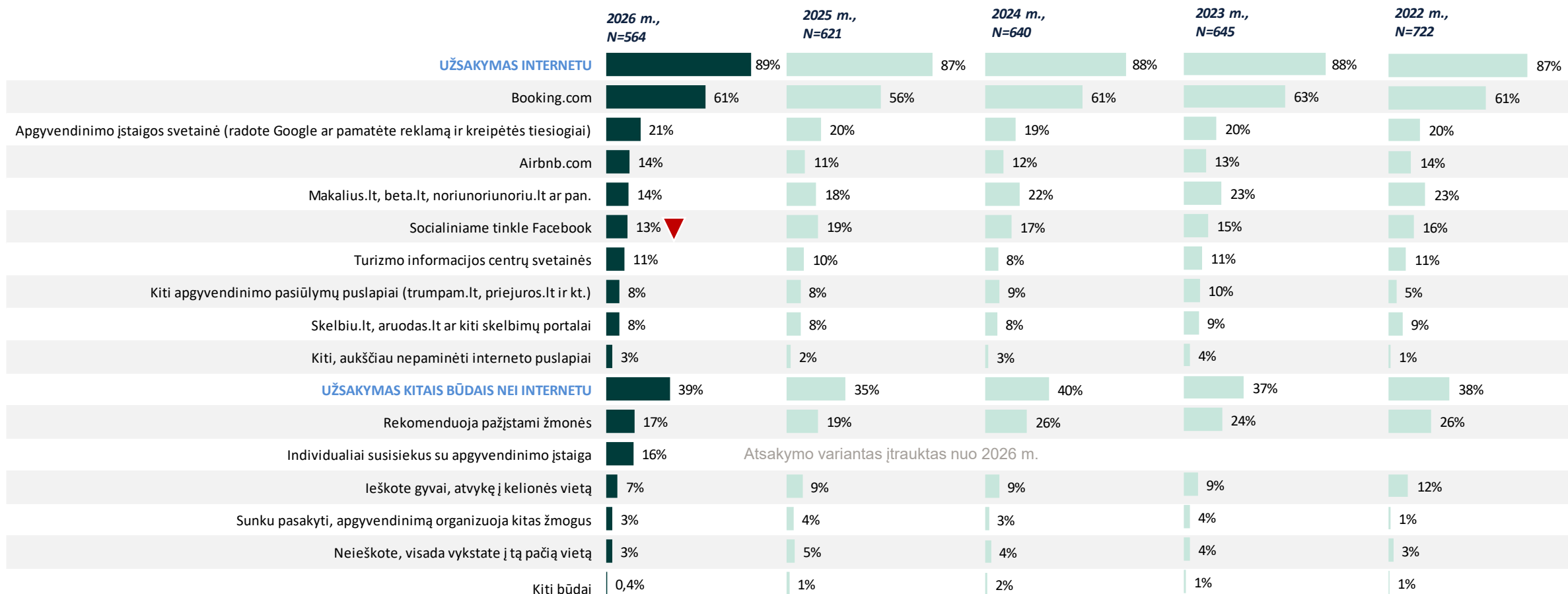
Įprasti nakvynės tipai. 2022–2026 m.

Q8. Kur įprastai apsistojate kelionių Lietuvoje metu? Galimi keli atsakymai.



Nakvynės paieškos kanalai. 2022–2026 m.

Q9. Kokiais kanalais įprastai ieškote apgyvendinimo vietos Lietuvoje?

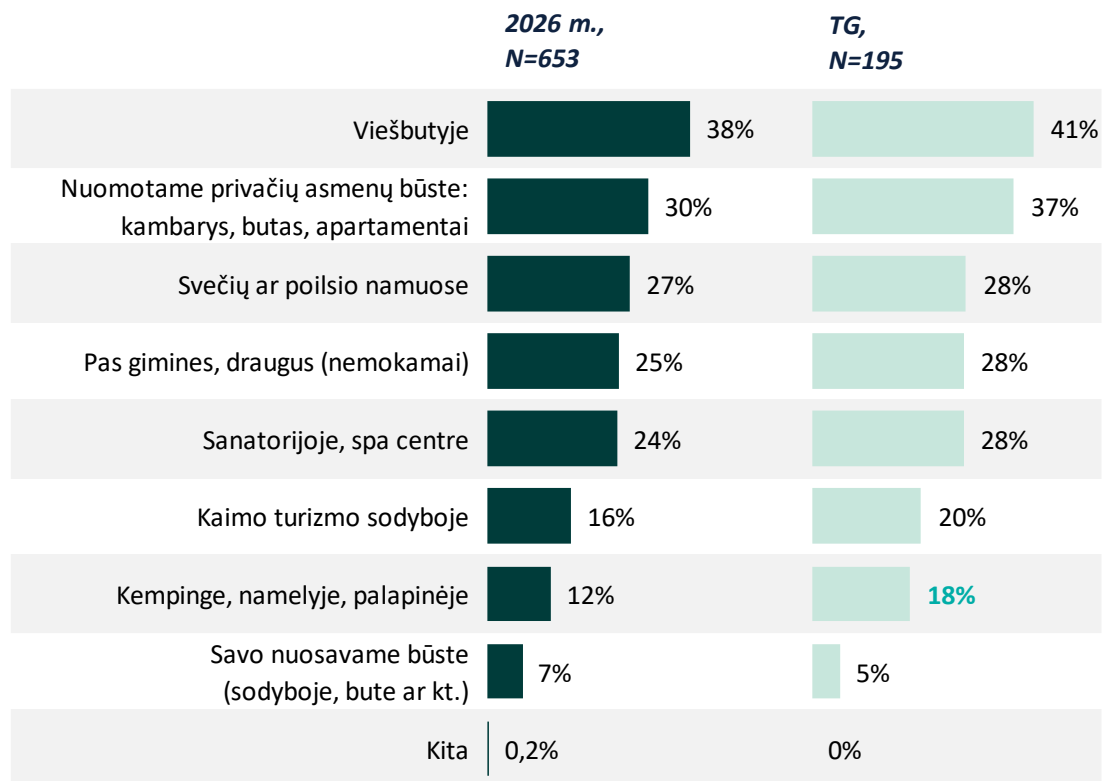


Nakvynės tipai bei nakvynės paieškos kanalai. Tikslinė grupė

Q8. Kur įprastai apsistojate kelionių Lietuvoje metu? Galimi keli atsakymai.

Q9. Kokiais kanalais įprastai ieškote apgyvendinimo vietos Lietuvoje?

Nakvynės tipai

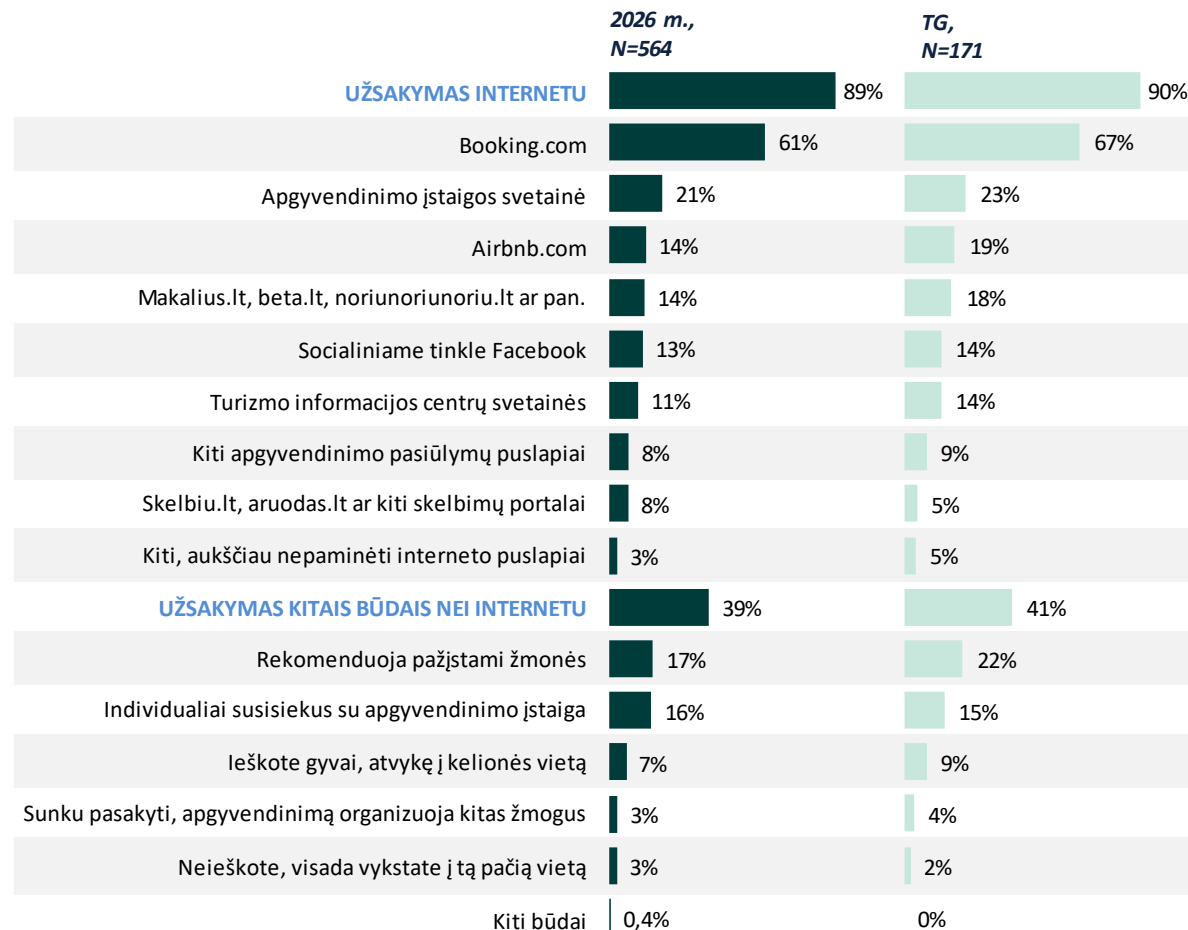


18% – reikšmė statistiškai reikšmingai didesnė nei bendras imties vidurkis

Imtis: keliaivę Lietuvoje su nakvyne

TG: 18-74m., regionų keliautojai.

Nakvynės paieškos kanalai



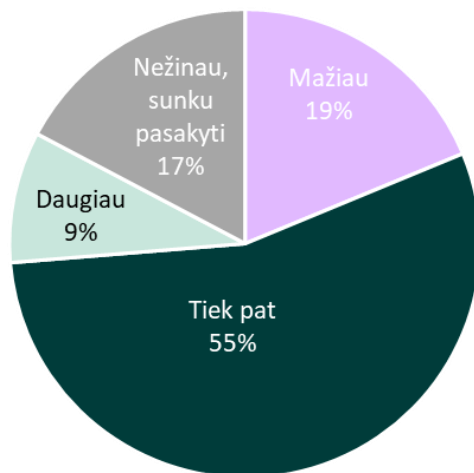
Imtis: keliaivę Lietuvoje su nakvyne, išskyrus apsistojančius nemokamame ar nuosavame būste

Keliavimo Lietuvoje pokytis per metus

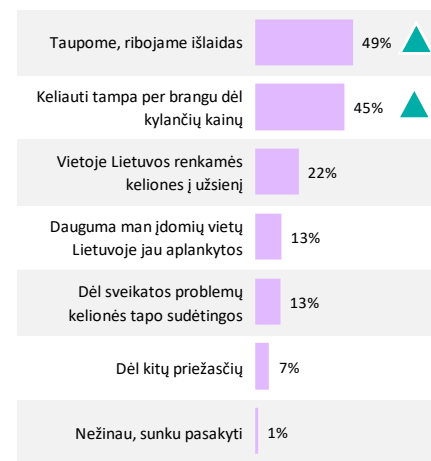
K7. Šiais metais keliaujate daugiau, tiek pat ar mažiau nei įprastai keliaujate kiekvienais metais?

K8. Kodėl po Lietuvą keliaujate mažiau?

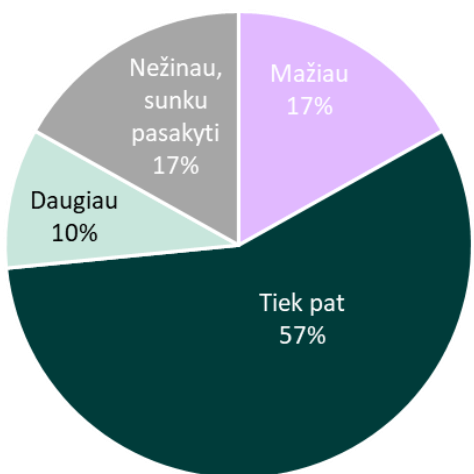
2026 m., N=1004



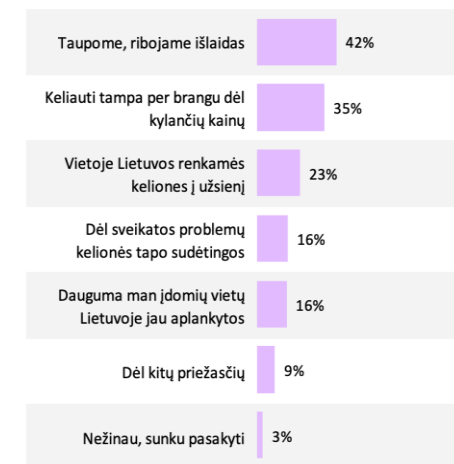
Keliaujantys mažiau, N=188



2025 m., N=1020

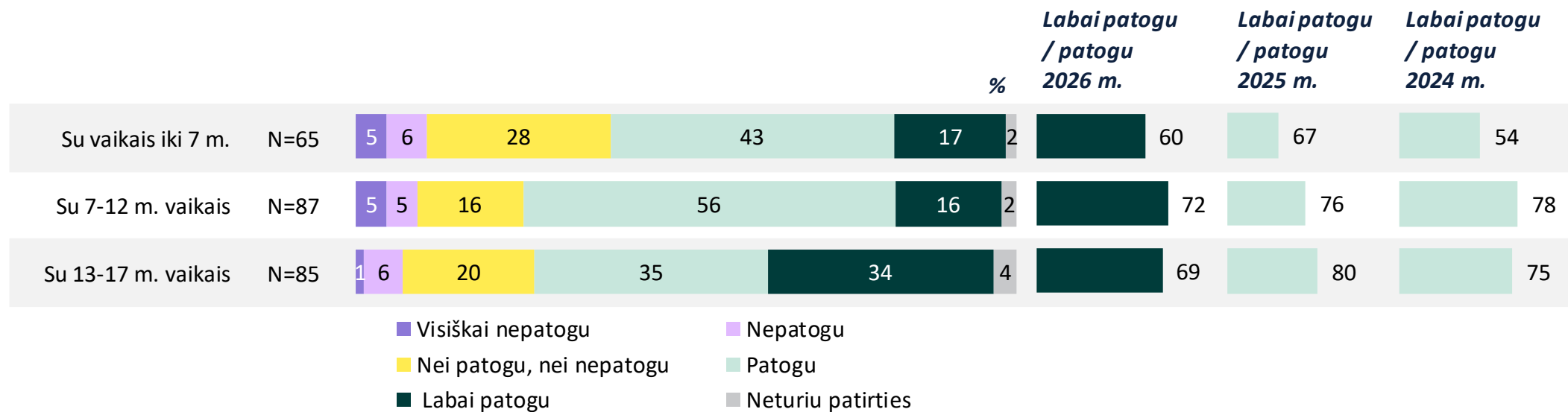


Keliaujantys mažiau, N=172



Keliavimas su vaikais

Q9_1. Apskritai, kaip manote, kiek patogų ar sudėtinga keliauti po Lietuvą su vaikais, t. y., kiek išvystytos vaikams pritaikytos paslaugos, infrastruktūra, pramogų ir užsiėmimų gausa? Nurodykite kiekvienai amžiaus kategorijai atskirai.



Dažniausi iššūkiai keliaujant su vaikais

Q9_2. Su kokiais iššūkiais, sunkumais dažniausiai susiduriate keliaudami su vaikais? Ko labiausiai pasigendate?

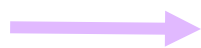
Su kokiais iššūkiais dažniausiai susiduriate? Ko labiausiai pasigendate keliaudami su vaikais?	N=12
Pramogų	1
Vaikams pritaikyto meniu, užimtumo	1
Lovų skaičius	1
Pramogų įvairovės	1
Tualetai	1
Žaidimo vietų, užsiėmimo vietų	1
Patrauklesnių kainų	1
Nuotykių	1
Lova ir plotas	1
Kokybiškų pramogų vaikam	1
Pykčiai	1
Nepalankiu visuomenės požiūriu	1

3.3.2. Kaip žmonės atranda regionus?

Regionai atrandami per tris „tarpininkus“

1. Žmogus

2. Patirtis



Regionas

3. Smalsumas



Regionas atrandamas per žmones

Svarbi priežastis aplankyti regioną – **jame gyvenantys ar persikėlę artimieji, draugai ir pažįstami**. Būtent jie dažnai tampa pirminiu stimulu išsiruošti į vietovę, kuri kitu atveju nebūtų pasirinkta kaip kelionės kryptis. Žmonės tampa svarbiu tarpininku tarp keliautojo ir regiono. Regionas dažnai atrandamas ne per reklamą ar kryptingą paiešką, o per asmeninius ryšius, rekomendacijas ir norą aplankyti ten gyvenančius žmones.

Draugų ir artimųjų kvietimai

Dalis kelionių prasideda nuo kvietimo aplankyti draugus ar gimines. Tokie apsilankymai suteikia aiškia progą nuvykti į regioną ir kartu susipažinti su vietove.

Persikėlę gyventi į regioną pažįstami

Kai artimieji ar draugai persikelia gyventi į kitą Lietuvos vietą, atsiranda papildoma priežastis ją aplankyti. Tokiu būdu atrandamos vietovės, kurios anksčiau nebuvo svarstomos kaip kelionės kryptis.

Savo kraštą rodantys vietiniai

Priimdami svečius vietiniai dažnai nori parodyti savo mėgstamas vietas, lankytinus objektus ar gamtos kampelius. Taip regiono pažinimas vyksta natūraliai, per asmeninę patirtį.

*„Mano atveju tai yra Telšiai užstrigę, bet ten dėl kažko tokio, kad yra duobės kažkokios, bet tiesiog taip sutapo, kad ir vaikas mėgsta traukinius ir su traukiniu ten labai patogiu nuvažiuoti iš Klaipėdos. Yra draugų, bičiulių ir taip gaunasi, kad mes vieni pas kitus, važinėjam su traukiniais su nakvynėm. Aišku, automatiškai tu ten pažintinę gauni kelionę iš draugų, kurie vietiniai, ir aišku po to atvažiuoja pas tave. Tada kompensuoji, sakykim, per savo kraštą.“
(Vyras, 49 m., Klaipėda, regioninis keliautojas)*

Regionas atrandamas **per patirtį**

Kelionės priežastimi dažniausiai tampa ne pats regionas, o **konkreți patirtis, veikla ar objektas**. Regionas atrandamas kaip vieta, kurioje galima patirti tai, kas domina konkretų žmogų. Regionas retai būna pagrindinis kelionės tikslas. Daug dažniau žmonės vyksta dėl konkrečios patirties, o regioną atranda kaip jos dalį.

Gamtos išskirtinumas

Ežerai, jūra, miškai, pelkės ar regioniniai parkai dažnai tampa pagrindiniu motyvu aplankyti tam tikrą Lietuvos kraštą.

Keliautojus traukia ne pats regionas, o jo gamtinės ypatybės ir galimybė patirti kitokią aplinką.

Išskirtiniai objektai

Atskiri objektai – apžvalgos bokštai, pažintiniai takai, muziejai, Žuvintas ar Biržų karstiniai reiškiniai – dažnai tampa konkrečia priežastimi išsiruošti į regioną.

Objektas dažnai tampa kelionės priežastimi, o regionas – papildomu atradimu.

Teminės veiklos

Regionai atrandami per pomėgius ir interesus: žvejybą, grybavimą, baidares, dviračių maršrutus, paukščių stebėjimą ar kitas veiklas.

Žmonės renkasi veiklą, o kartu atranda vietovę, kurioje ją galima patirti.

Renginiai ir progos

Miestelių šventės, festivaliai, koncertai ar sporto renginiai tampa papildomu impulsu nuvykti į regioną.

Dažnai renginys yra pirminis motyvas, o regiono pažinimas vyksta jau viešnagės metu.

Regionas atrandamas per vidinį smalsumą

Daliai keliautojų regionai tampa patrauklūs **dėl noro atrasti kažką naujo**. Kelionę skatina ne konkretus objektas ar kvietimas, o smalsumas pažinti mažiau matytas Lietuvos vietas ir patirti kitokią aplinką.

Noras atrasti nepažintas vietas

Regioniniai keliautojai dažnai mini norą pamatyti tai, ko dar nėra matę. Juos motyvuoja ne tik konkretūs objektai, bet ir pats atradimo procesas.

Nebūtinai nauja kelionė – galbūt dalis jau vykstančios kelionės, kai renkamasi – kur važiuojame toliau.

Pirmasis apsilankymas skatina grįžti

Susipažinus su viena vietoje ar pagrindiniu regiono centru, atsiranda noras pažinti aplinkines vietas ir grįžti ilgesniam tyrinėjimui.

Pirmoji kelionė tampa atspirties tašku tolimesniam regiono pažinimui.

Atradimai pakeliui

Naujos vietos dažnai atrandamos atsitiktinai – keliaujant į kitą kryptį, užsukus pakeliui ar pastebėjus objektą maršrute.

Tokie netikėti atradimai neretai virsta būsimų kelionių idėjomis.

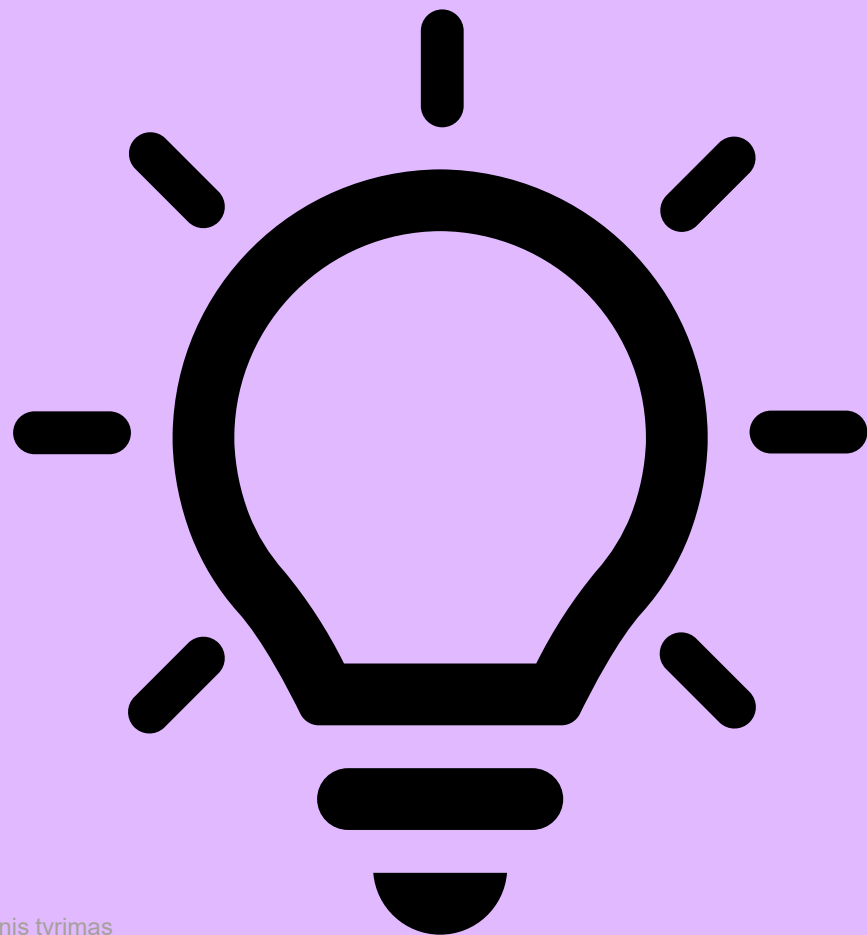
Noras pažinti giliau

Kai kurie keliautojai, atradę įdomią vietą, nori geriau suprasti visą kraštą – jo istoriją, kultūrą, gamtą ir aplinkines vietas.

Regionas tampa ne vienkartinė stotelė, o tęstinio pažinimo objektu.

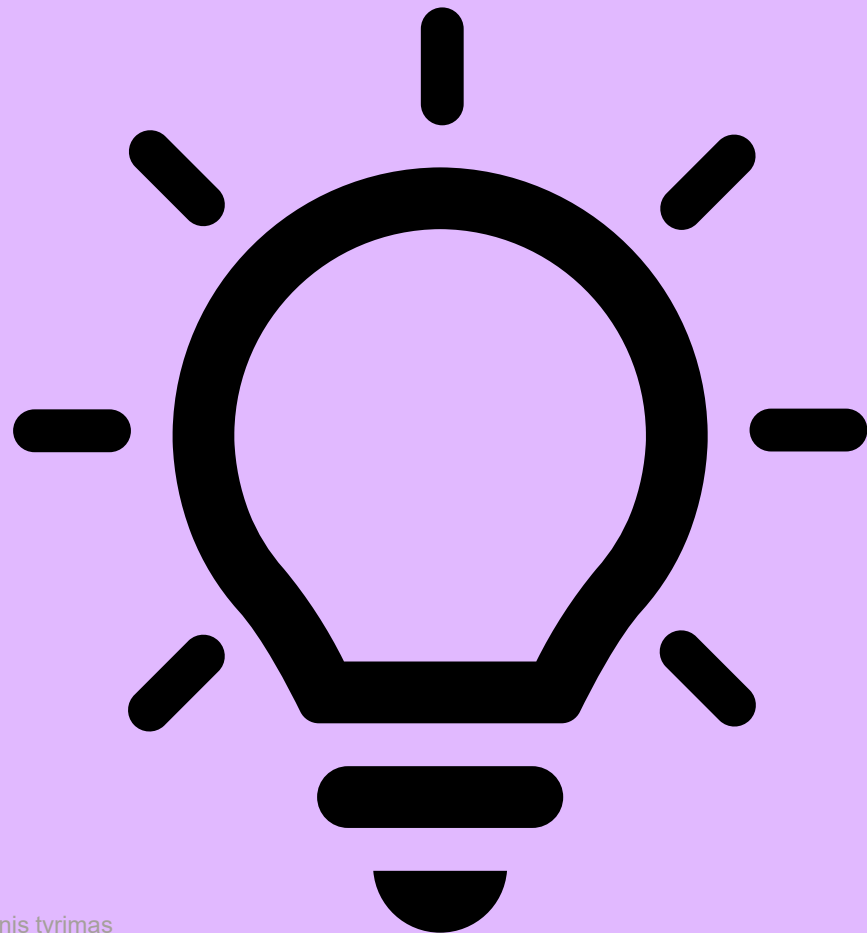
„Dažniausiai tikriausiai aplinkybės, kad nulemia, nes vieną kartą gali nuvykti į didmiestį, o kitą kartą jau galvoji, ką pamatyti aplink tą didmiestį, tarkim, ar kažkokį didesnį miestą, kad susipažinti daugiau arba žiūri, jeigu to laiko mažiau, tai stengiuosi, tada vis tiek gal tą nu mes kartais žiūrim taip, kas gero yra tam pačiam didmiesty, nes kartais tam didmiesty irgi nebūna kažko vau, o būna tuose aplink. Kaip sakant, aplink tą kraštą būna daugiau tų įspūdingesnių vietų.“ (Moteris, 51 m., Tauragė, regioninė keliautoja)

Kodėl keliautojai renkasi regioną?



Jie renkasi ne regioną, o konkretų žmogų, objektą, veiklą ar patirtį. Regiono vertė atsiskleidžia tik tada, kai jis siejamas su aiškiu ir suprantamu išskirtinumu.

3.3.3. Kas yra regioninis keliautojas?



Diskusijos atskleidė skirtingus regionų pasirinkimo mechanizmus, tačiau neleidžia teigti, kad žmonės yra nuolat „regioniniai“ arba „neregioniniai“ keliautojai.

„Regioninis“ ir „neregioninis“ keliautojas – ne nuolatinės kategorijos

Diskusijos neleidžia daryti išvados, kad egzistuoja stabilūs „regioniniai“ ir „neregioniniai“ keliautojai.

Regionų pasirinkimas dažnai priklauso nuo konkretaus gyvenimo etapo, aplinkybių ir tuo metu aktualių poreikių.

Tas pats žmogus skirtingais gyvenimo etapais gali: aktyviai tyrinėti Lietuvos regionus (ar net keliauti aplink Lietuvą) arba teikti prioritetą pajūriui ar užsieniui, arba kuriam laikui apskritai atsisakyti kelionių.



Vis dėlto galima kelti hipotezes, kad regionus dažniau renkasi žmonės, kurie:

Mažiau atidėlioja

Priima sprendimą greičiau
Nereikalauja ilgo planavimo

Pasitiki atradimu

Nebijo nežinomybės
Tiki, kad ir mažiau žinomoje vietoje ras ką veikti

Atviri netikėtiems atradimams

Mėgsta atrasti pakeliui, sustoti važiuojant, nukrypti nuo maršruto

Aktyviai ieško veiklų

Domisi gamta, istorija, gastronomija, kultūra
Turi pomėgių, kurie natūraliai veda į regionus

Kuria keliones patys

Nepriklauso nuo paruoštų turistinių paketų
Geba susidėlioti savo maršrutą

Turi stipresnę vidinį smalsumą Lietuvai

Tiki, kad Lietuvoje yra dar ką atrasti, nemano, kad jau viską Lietuvoje matė, regionus vertina kaip galimybę pažinti šalį giliau

Noriu – nereiškia galiu. Regioninėms kelionėms svarbus ne tik noras, bet ir galimybė

Mobilumas

Automobilis

Vairavimo įgūdžiai

Galimybė pasiekti vietą

Laikas

Laisvi savaitgaliai

Galimybė skirti 1-2 dienas išvykai

Lėšos

Yra pinigų kelionėms

Nėra kitų svarbesnių prioritetų

Kelionės kompanija

Šeimos situacija

Bendrakeleivių turėjimas

Vaikų amžius ir poreikiai

Energija planuoti

Pasirengimas organizuoti maršrutą

Nakvynės paieška

Veiklų derinimas

3.3.4. Informacijos apie kelionių vietas šaltiniai

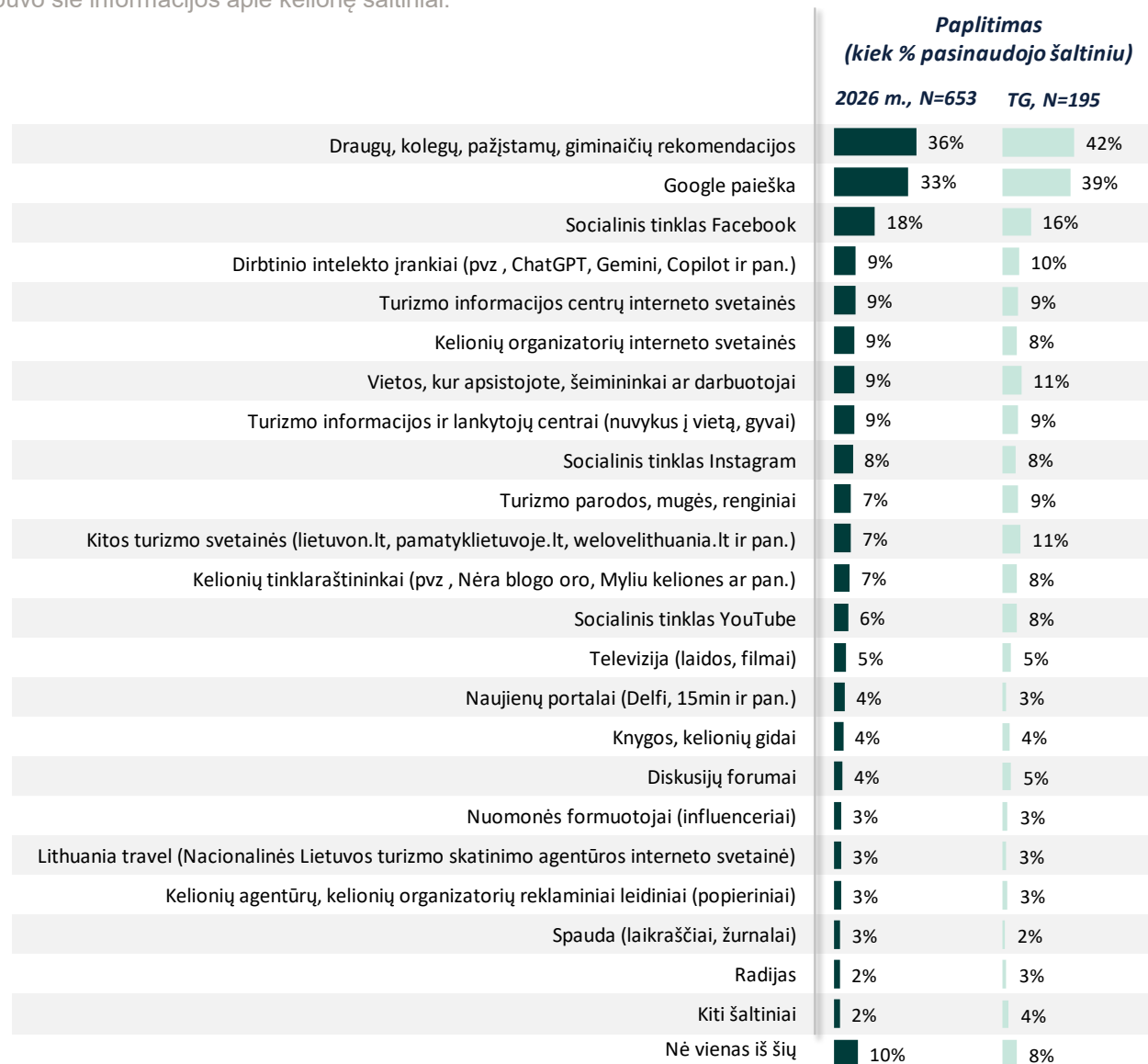
Informacijos apie keliones šaltiniai: paplitimas ir naudos vertinimas. 2022–2026 m.

Q10_1. Pažymėkite visus šaltinius, iš kurių jus pasiekė informacija apie kelionės tikslą arba kuriuose patys ieškojote informacijos tiek prieš vykdami į šią kelionę, tiek kelionės metu. Q10_2. Prašome nurodyti, kiek naudingi Jums buvo šie informacijos apie kelionę šaltiniai.

	Paplitimas (kiek % pasinaudojo šaltiniu)					Naudos vertinimas (% atsakymų „Labai naudingas“)						
	2026 m., N=653	2025 m., N=708	2024 m., N=743	2023 m., N=726	2022 m., N=825	2026 m.	2025 m.	2024 m.	2023 m.	2022 m.		
Draugų, kolegų, pažįstamų, giminaičių rekomendacijos	36%	35%	40%	36%	41%	26%	27%	29%	33%	29%		
Google paieška	33%	36%	35%	38%	37%	23%	23%	31%	32%	30%		
Socialinis tinklas Facebook	18%	20%	21%	21%	27%	10% ▼	17%	17%	15%	21%		
Dirbtinio intelekto įrankiai	9%	Atsakymo variantas įtrauktas nuo 2026 m.					24%	Atsakymo variantas įtrauktas nuo 2026 m.				
Turizmo informacijos centrų interneto svetainės	9%	8%	11%	11%	10%	17%	21%	16%	17%	20%		
Kelionių organizatorių interneto svetainės	9%	10%	10%	11%	12%	18%	19%	25%	15%	19%		
Vietos, kur apsistojote, šeimnininkai ar darbuotojai	9%	9%	10%	10%	9%	20%	18%	30%	27%	19%		
Turizmo informacijos ir lankytojų centrai (nuvykus į vietą, gyvai)	9%	8%	8%	7%	8%	13% ▼	17%	18%	20%	20%		
Socialinis tinklas Instagram	8%	7%	6%	5%	7%	15% ▼	25%	14%	23%	19%		
Turizmo parodos, mugės, renginiai	7%	7%	7%	5%	6%	19%	22%	10%	14%	28%		
Kitos turizmo svetainės (lietuvon.lt, pamatyklietuvoje.lt, welovelithuania.lt ir pan.)	7%	8%	9%	9%	11%	9% ▼	22%	19%	21%	22%		
Kelionių tinklaraštininkai (pvz., Nėra blogo oro, Myliu keliones ar pan.)	7%	6%	4%	5%		9% ▼	20%	7%	11%			
Socialinis tinklas YouTube	6%	6%	6%	5%	5%	15% ▲	9%	14%	21%	19%		
Televizija (laidos, filmai)	5%	7%	7%	6%	8%	18%	20%	22%	9%	17%		
Naujienų portalai (Delfi, 15min ir pan.)	4%	6%	5%	6%	7%	14%	14%	5%	16%	9%		
Knygos, kelionių gidai	4%	3%	3%	4%	4%	20%	17%	14%	25%	13%		
Diskusijų forumai	4%	4%	4%	5%	5%	17%	21%	15%	9%	18%		
Kelionių agentūrų, kelionių organizatorių reklaminiai leidiniai (popieriniai)	3%	5%	5%	5%	5%	37% ▲	18%	8%	11%	18%		
Nuomonės formuotojai (influenceriai)	3%	3%	4%	4%		5% ▼	13%	4%	28%			
Keliauk Lietuvoje (www.lithuania.travel)	3%	3%	2%	2%	7%	16% ▼	44%	27%	13%	15%		
Spauda (laikraščiai, žurnalai)	3%	3%	4%	3%	4%	12% ▲	5%	14%	20%	15%		
Radijas	2%	4%	2%	1%	4%	7% ▼	21%	22%	0%	17%		
Kiti šaltiniai	2%	3%	3%	3%	3%							
Nė vienas iš šių	10%	10%	10%	10%	9%							

Informacijos apie keliones šaltiniai: paplitimas. Tikslinė grupė

Q10_1. Pažymėkite visus šaltinius, iš kurių jus pasiekė informacija apie kelionės tikslą arba kuriuose patys ieškojote informacijos tiek prieš vykdami į šią kelionę, tiek kelionės metu. Q10_2. Prašome nurodyti, kiek naudingi jums buvo šie informacijos apie kelionę šaltiniai.



Imtis: keliaug Lietuvoje su nakvyne

TG: 18-74m., regionų keliautojai.

Ar pakanka informacijos apie regionines keliones?

Vieni sako – informacijos pakanka

Regioninės kelionės nuolat matomos socialiniuose tinkluose.

Žmonės seka kelionių turinį, gauna rekomendacijas.

Nesunku įvardyti vietas, kurias norėtų aplankyti.

Dalis respondentų jau turi susidarę ilgą „kada nors nuvažiuosiu“ sąrašą.

Kiti sako – informacijos nepakanka

Regionai retai išsiskiria bendrame informacijos sraute.

Trūksta aiškių rekomendacijų, ką verta pamatyti konkrečioje vietoje.

Dažniau matoma apgyvendinimo reklama nei pačios kelionės idėjos.

Informacija išskaidyta tarp skirtingų šaltinių.

Diskusijos neleidžia vienareikšmiškai teigti, kad regionams trūksta matomumo. Tačiau net ir tie, kurie teigia informacijos gaunantys pakankamai, dažnai atidėlioja keliones ateičiai.

„Gal mane pasiekia labiau, gal kur apsistoti tenais nu toliau nuo miesto ten tokios apsistojimo vietos“ (Vyras, 22, Panevėžys, regioninis keliautojas)

„Aš tai gal kokiose feisbuko grupėse perskaitau, gal kažkas tai kaip būna ir pasidalina tokią savo ar kelionę, ar koks tinklaraštininkas parašo va tada va taip užkabina irgi gaunu informacijos“ (Moteris, 51, Panevėžys, regioninė keliautoja)

Regionai matomi, tačiau ne visada pasirenkami

Respondentai retai spontaniškai prisiminė konkrečią regionų reklamą.

Tačiau kalbėdami apie vietas, kurias norėtų aplankyti, nesunkiai vardijo regionus, objektus ir idėjas būsimoms kelionėms.

Įkvėpimas dažniausiai ateina per: kitų žmonių rekomendacijas; socialinius tinklus; turinio kūrėjus; draugų patirtis; pakeliui atrastas vietas.

Todėl sunku teigti, kad regionams trūksta matomumo.

Didesnis iššūkis gali būti tai, kad įkvėpimas ir susidomėjimas ne visada virsta konkrečiu sprendimu išvykti.

Dalis regioninių kelionių konkuruoja ne dėl dėmesio, o dėl vietos žmogaus prioritetų sąrašė.



3.3.5. Veiklos kelionės metu

Veiklos kelionės metu: visos veiklos ir pagrindinė veikla. 2022–2026 m.

Q7_1. Kuriomis veiklomis užsiėmėte šios kelionės Lietuvoje metu? Pažymėkite visus tinkamus atsakymus.

Q7_main. Kuri veikla buvo pagrindinis šios kelionės tikslas? Galimas vienas atsakymas.

	Visos veiklos					Pagrindinė veikla						
	2026 m., N=653	2025 m., N=708	2024 m., N=743	2023 m., N=726	2022 m., N=825	2026 m., N=653	2025 m., N=708	2024 m., N=743	2023 m., N=726	2022 m., N=825		
Gamtos objektų lankymas (apžvalgos bokštai, pažintiniai takai, piliakalniai)	35%	40%	43%	42%	44%	11%	11%	12%	11%	14%		
Lankymasis restoranuose, kavinėse	32%	31%	39%	39%	41%	2%	3%	3%	3%	3%		
Ramus poilsis gamtoje (daugiausia buvimas vienoje vietoje – miške, sodyboje, prie vandens telkinių)	32% ▼	40%	43%	46%	48%	15% ▼	28%	28%	30%	34%		
Kultūros objektų lankymas (muziejai, pilys, dvarai)	28%	29%	29%	33%	33%	7%	6%	7%	9%	6%		
Poilsis paplūdimyje prie jūros (deginimasis, maudymasis ir pan.)	27%	Atsakymo variantas įtrauktas nuo 2026 m.					15%	Atsakymo variantas įtrauktas nuo 2026 m.				
Žygiai pėsčiomis	25%	25%	25%	27%	27%	4% ▼	7%	5%	5%	5%		
Sveikatinimasis (sanatorijos, spa centrai)	21%	20%	20%	23%	22%	11%	10%	12%	13%	11%		
Lankymasis kultūros renginiuose (miesto šventėse, koncertuose, spektakliuose)	20%	18%	20%	18%	19%	6%	5%	6%	5%	4%		
Uždaro vandens pramogos (parkai, baseinai, pirtys ir pan.)	17% ▼	22%	21%	24%	22%	6%	6%	8%	8%	7%		
Tradicinės to krašto virtuvės patiekalų ragavimas	12%	13%	12%	12%	12%	2%	1%	1%	1%	1%		
Naujų skonių, patiekalų išbandymas (pvz., degustacinės patirtys)	11%	10%	13%	12%		2%	1%	2%	1%			
Keliavimas ar žygiai dviračiais	10%	12%	10%	10%	13%	2%	3%	2%	2%	2%		
Apsipirkimas	10%	11%	8%	9%	10%	1%	2%	1%	1%	1%		
Gyvūnų lankymas ir stebėjimas (gyvūnų ūkiai, zoologijos sodai, akvariumai, safari parkai ir pan.)	9%	11%	10%	10%	5%	2%	3%	2%	1%	0,4%		
Turistavimas su kemperiu ar palapine	8% ▲	5%	6%	4%	7%	3% ▲	1%	2%	3%	2%		
Edukaciniai užsiėmimai ir pramogos	7%	7%	5%	5%	6%	2%	2%	1%	2%	0,4%		
Naktinis gyvenimas, klubai, barai	7%	6%	6%	6%	8%	1%	2%	1%	1%	1%		
Atviros vandens pramogos (wake parkai, jėgos aitvarai, batutai)	6%	7%	7%	8%	10%	2% ▼	4%	2%	1%	2%		
Religinis turizmas (bažnyčios, vienuolynai, šventovės ir pan.)	6%	7%	8%	8%	7%	1%	0,4%	1%	1%	1%		
Šaltojo karo turizmo objektų lankymas (muziejai, raketinės bazės, kariniai objektai)	6%	5%	6%	4%	6%	1%	1%	1%	1%	1%		
Lankymasis sporto renginiuose (ralis, krepšinis ir pan.)	5%	5%	4%	4%	4%	2%	2%	1%	1%	1%		
Kita	1%	3%	2%	2%	1%	1%	2%	2%	1%	1%		

Veiklos kelionės metu pagal kelionės tipą. Visos veiklos

Q7_1. Kuriomis veiklomis užsiėmėte šios kelionės Lietuvoje metu? Pažymėkite visus tinkamus atsakymus.

	Visos kelionės, N=653	Pokytis su 2025 m. N=708	Trumpa išvyka, N=359	Pokytis su 2025 m. N=372	Ilgesnė trumpa išvyka, N=221	Pokytis su 2025 m. N=219	Ilgos atostogos, N=73	Pokytis su 2025 m. N=117
Gamtos objektų lankymas (apžvalgos bokštai, pažintiniai takai, piliakalniai)	35%	-5	37%	-1	31% ▼	-9	37%	-8
Lankymasis restoranuose, kavinėse	32%	1	30%	1	33%	2	41%	5
Ramus poilsis gamtoje (daugiausia buvimas vienoje vietoje – miške, sodyboje, prie vandens telkinių)	32% ▼	-8	28%	-3	37%	-9	38% ▼	-20
Kultūros objektų lankymas (muziejai, pilys, dvarai)	28%	0	28%	-1	27%	1	36%	3
Poilsis paplūdimyje prie jūros (deginimasis, maudymasis ir pan.)	27%		20%		33%		47%	
Žygiai pėsčiomis	25%	0	22%	1	29%	2	26%	-10
Sveikatinimasis (sanatorijos, spa centrai)	21%	0	17% ▼	-7	25%	7	23%	10
Lankymasis kultūros renginiuose (miesto šventėse, koncertuose, spektakliuose)	20%	2	19%	1	19%	2	30%	8
Uždaros vandens pramogos (parkai, baseinai, pirtys ir pan.)	17% ▼	-5	15% ▼	-10	21%	0	16%	3
Tradicinės to krašto virtuvės patiekalų ragavimas	12%	-1	9%	-4	15%	4	14%	-2
Naujų skonių, patiekalų išbandymas (pvz, degustacinės patirtys)	11%	1	10%	1	10%	-1	18% ▲	10
Keliavimas ar žygiai dviračiais	10%	-2	9%	0	10%	-3	10%	-7
Apsipirkimas	10%	-2	10%	-1	9%	-3	10%	1
Gyvūnų lankymas ir stebėjimas (gyvūnų ūkiai, zoologijos sodai, akvariumai, safari parkai ir pan.)	9%	-2	8%	-3	11%	-1	11%	2
Turistavimas su kemperiu ar palapine	8% ▲	3	7%	3	9%	2	8%	4
Edukaciniai užsiėmimai ir pramogos	7%	0	8%	1	7%	0	5%	0
Naktinis gyvenimas, klubai, barai	7%	1	7%	1	6%	2	10%	-2
Atviros vandens pramogos (wake parkai, jėgos aitvarai, batutai)	6%	-1	3%	-1	10%	0	10%	-2
Religinis turizmas (bažnyčios, vienuolynai, šventovės ir pan.)	6%	0	6%	-1	6%	1	10%	2
Šaltojo karo turizmo objektų lankymas (muziejai, raketinės bazės, kariniai objektai)	6%	1	7%	2	5%	1	7%	2
Lankymasis sporto renginiuose (ralis, krepšinis ir pan.)	5%	1	5%	2	5%	-3	7%	5
Kita	1% ▼	-1	1% ▼	-3	1%	0	1%	-1

Veiklos kelionės metu pagal kelionės tipą. Pagrindinė veikla

Q7_main. Kuri veikla buvo pagrindinis šios kelionės tikslas? Galimas vienas atsakymas.

	Visos kelionės, N=653	Pokytis su 2025 m. N=708	Trumpa išvyka, N=359	Pokytis su 2025 m. N=372	Ilgesnė trumpa išvyka, N=221	Pokytis su 2025 m. N=219	Ilgos atostogos, N=73	Pokytis su 2025 m. N=117
Poilsis paplūdimyje prie jūros (deginimasis, maudymasis ir pan.)	15%		9%		20%		30%	
Ramus poilsis gamtoje (daugiausia buvimas vienoje vietoje – miške, sodyboje, prie vandens telkinių)	15% ▼	-14	12% ▼	-8	17% ▼	-16	21% ▼	-25
Sveikatinimasis (sanatorijos, spa centrai)	11%	1	10%	-2	14% ▲	4	10% ▲	5
Gamtos objektų lankymas (apžvalgos bokštai, pažintiniai takai, piliakalniai)	11%	0	15%	2	6%	0	5% ▼	-6
Kultūros objektų lankymas (muziejai, pilys, dvarai)	7%	1	9%	2	5%	-1	5%	-1
Uždaros vandens pramogos (parkai, baseinai, pirtys ir pan.)	6%	0	6%	-2	8% ▲	4	3%	-1
Lankymasis kultūros renginiuose (miesto šventėse, koncertuose, spektakliuose)	6%	2	8% ▲	3	5%	0	3%	0
Žygiai pėsčiomis	4% ▼	-3	4%	-2	5% ▼	-5	5%	1
Turistavimas su kemperiu ar palapine	3% ▲	3	3% ▲	3	5% ▲	4	1%	1
Edukaciniai užsiėmimai ir pramogos	2%	1	3%	1	2%	0	0%	0
Atviros vandens pramogos (wake parkai, jėgos aitvarai, batutai)	2%	-2	2%	-2	3%	1	0% ▼	-6
Naujų skonių, patiekalų išbandymas (pvz., degustacinės patirtys)	2%	1	2%	0	2%	0	4% ▲	4
Gyvūnų lankymas ir stebėjimas (gyvūnų ūkiai, zoologijos sodai, akvariumai, safari parkai ir pan.)	2%	-1	2%	-1	3%	0	1%	1
Keliavimas ar žygiai dviračiais	2%	-1	3%	0	1% ▼	-3	0% ▼	-2
Lankymasis restoranuose, kavinėse	2%	-1	2%	-1	1%	-1	0% ▼	-3
Lankymasis sporto renginiuose (ralis, krepšinis ir pan.)	2%	0	2%	0	0%	0	4% ▲	0
Tradicinės to krašto virtuvės patiekalų ragavimas	2%	0	1%	0	1%	0	4% ▲	2
Šaltojo karo turizmo objektų lankymas (muziejai, raketinės bazės, kariniai objektai)	1%	0	2%	0	1%	0	1%	1
Apsipirkimas	1%	0	2%	1	1%	-2	0% ▼	-1
Religinis turizmas (bažnyčios, vienuolynai, šventovės ir pan.)	1%	1	2%	1	0,5%	0	0%	0
Naktinis gyvenimas, klubai, barai	1%	-1	1%	-1	0% ▼	-2	1%	-1
Kita	1% ▼	-1	1% ▼	-2	1%	0	0% ▼	-3

Veiklų kelionės metu vertinimas

Q7_2. Kaip vertinate veiklas, kuriomis užsiėmėte šio kelionės metu?

		Labai blogai	Blogai	Vidutiniškai	Gerai	Labai gerai	%	Vidurkis	Top 2 (Labai gerai + gerai)
Sveikatinimasis (sanatorijos, spa centrai)	N = 134	1	10	55	33			4,2	88
Gamtos objektų lankymas (apžvalgos bokštai, pažintiniai takai, piliakalniai)	N = 229	1	11	53	35			4,2	88
Žygiai pėsčiomis	N = 162		13	51	36			4,2	87
Edukaciniai užsiėmimai ir pramogos (pvz , duonos kepimas, gintaro apdirbimas, gido vedama ekskursija)	N = 46	2	11	50	37			4,2	87
Ramus poilsis gamtoje (daugiausia buvimas vienoje vietoje – miške, sodyboje, prie vandens telkinių)	N = 210	1	12	47	40			4,2	87
Kultūros objektų lankymas (muziejai, pilys, dvarai)	N = 186	2	12	54	32			4,2	86
Poilsis paplūdimyje prie jūros (deginimasis, maudymasis ir pan.)	N = 179	1	15	53	31			4,1	84
Lankymasis kultūros renginiuose (miesto šventėse, koncertuose, spektakliuose)	N = 130	2	15	54	29			4,1	83
Uždaros vandens pramogos (parkai, baseinai, pirtys ir pan.)	N = 111	3	14	46	37			4,2	83
Lankymasis sporto renginiuose (ralis, krepšinis ir pan.)	N = 34	6	12	47	35			4,1	82
Keliavimas ar žygiai dviračiais	N = 63	2	16	37	44			4,2	81
Tradicinės to krašto virtuvės patiekalų ragavimas	N = 76	1	17	46	34			4,1	80
Gyvūnų lankymas ir stebėjimas (gyvūnų ūkiai, zoologijos sodai, akvariumai, safari parkai ir pan.)	N = 60	5	18	48	28			4,0	77
Turistavimas su kemperiu ar palapine	N = 51	2	22	43	33			4,1	76
Naujų skonių, patiekalų išbandymas (pvz degustacinės patirtys)	N = 72	1	22	46	29			4,0	75
Lankymasis restoranuose, kavinėse	N = 212	1	25	54	20			3,9	75
Religinis turizmas (bažnyčios, vienuolynai, šventovės ir pan.)	N = 42	2	24	50	24			4,0	74
Naktinis gyvenimas, klubai, barai	N = 46	4	24	46	24			3,8	70
Apsipirkimas	N = 63	3	5	25	43	24		3,8	67
Šaltojo karo turizmo objektų lankymas (muziejai, raketinės bazės, kariniai objektai)	N = 39			36	44	21		3,8	64
Atviros vandens pramogos (wake parkai, jėgos aitvarai, batutai)	N = 42	2		36	43	19		3,8	62
Kita	N = 8		13	38		50		4,4	88

Veiklos kelionės metu: visos veiklos. Tikslinė grupė

Q7_1. Kuriomis veiklomis užsiėmėte šios kelionės Lietuvoje metu? Pažymėkite visus tinkamus atsakymus.

	Visos veiklos	
	2026 m., N=653	TG, N=195
Gamtos objektų lankymas (apžvalgos bokštai, pažintiniai takai, piliakalniai)	35%	44%
Lankymasis restoranuose, kavinėse	32%	37%
Ramus poilsis gamtoje (daugiausia buvimas vienoje vietoje – miške, sodyboje, prie vandens telkinių)	32%	36%
Kultūros objektų lankymas (muziejai, pilys, dvarai)	28%	35%
Poilsis paplūdimyje prie jūros (deginimasis, maudymasis ir pan.)	27%	31%
Žygiai pėsčiomis	25%	31%
Sveikatinimasis (sanatorijos, spa centrai)	21%	21%
Lankymasis kultūros renginiuose (miesto šventėse, koncertuose, spektakliuose)	20%	21%
Uždaros vandens pramogos (parkai, baseinai, pirtys ir pan.)	17%	18%
Tradicinės to krašto virtuvės patiekalų ragavimas	12%	13%
Naujų skonių, patiekalų išbandymas (pvz., degustacinės patirtys)	11%	13%
Keliavimas ar žygiai dviračiais	10%	11%
Apsipirkimas	10%	8%
Gyvūnų lankymas ir stebėjimas (gyvūnų ūkiai, zoologijos sodai, akvariumai, safari parkai ir pan.)	9%	10%
Turistavimas su kemperiu ar palapine	8%	11%
Edukaciniai užsiėmimai ir pramogos (pvz., duonos kepimas, gintaro apdirbimas, gido vedama ekskursija)	7%	7%
Naktinis gyvenimas, klubai, barai	7%	7%
Atviros vandens pramogos (wake parkai, jėgos aitvarai, batutai)	6%	5%
Religinis turizmas (bažnyčios, vienuolynai, šventovės ir pan.)	6%	6%
Šaltojo karo turizmo objektų lankymas (muziejai, raketinės bazės, kariniai objektai)	6%	7%
Lankymasis sporto renginiuose (ralis, krepšinis ir pan.)	5%	5%
Kita	1%	1%

44% – reikšmė statistiškai reikšmingai didesnė nei bendras imties vidurkis

Sąvoka „regionas“ artimiausia etnografijai

„Lietuvos regionas“ respondentams **pirmiausia siejasi su didesniais etnografiniais Lietuvos regionais** (Žemaitija, Dzūkija, Aukštaitija ir kt.), o ne su konkrečiomis turistinėmis kryptimis.

Artima sąvoka – kraštas

Kai kuriems respondentams artimesnė sąvoka – „kraštas“.

Minėti pavyzdžiai: Biržų kraštas, Zarasų kraštas, Molėtų kraštas.

Regionas suvokiamas kaip didesnė teritorija

Apimanti miestą ir aplinkines vietas.

Didesnė nei konkretus miestas, rajonas ar „kraštas“.

Turinti centrą ar kelis centrus. Centras (miestai) yra dalis, priešingai nei miestas – rajonas poroje.

Regionas siejamas su unikalumu

Regionas suvokiamas kaip teritorija, turinti savitą gamtą, kultūrą, žmones ir identitetą.

Tikimasi, kad kiekvienas regionas pasiūlytų kažką savito ir išskirtinio.

Regionas dažnai siejamas su gamta

Tikėtina, dėl pažįstamos „regioninio parko“ sąvokos.

3.3.6. Kelionėje patirtos išlaidos

Kelionės išlaidos. 2022–2026 m.

Q13. Prašome pagalvoti, kokią pinigų sumą Jūsų namų ūkis išleido šioje kelionėje, įskaitant visas kelionės metu patirtas išlaidas. Nurodykite sumą, tekusią kiekvienai iš šių sričių (jeigu neišleidote, įrašykite 0).

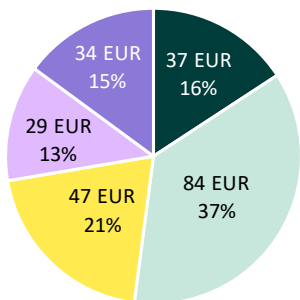
Q14. Keliems žmonėms, įskaitant Jus ir visus kitus tuo metu kartu keliačiusius, teko Jūsų nurodytos kelionės išlaidos?

228 EUR

Vidutinės kelionės išlaidos, tenkančios vienam asmeniui (2026 m.)



Kelionės išlaidų, tenkančių vienam asmeniui, pasiskirstymas (2026 m.)



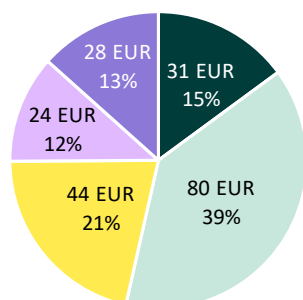
N=653

207 EUR

Vidutinės kelionės išlaidos, tenkančios vienam asmeniui (2025 m.)



Kelionės išlaidų, tenkančių vienam asmeniui, pasiskirstymas (2025 m.)



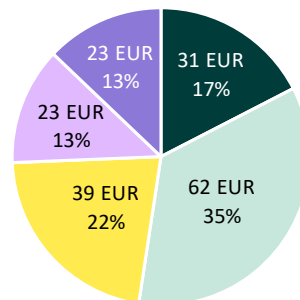
N=708

177 EUR

Vidutinės kelionės išlaidos, tenkančios vienam asmeniui (2024 m.)



Kelionės išlaidų, tenkančių vienam asmeniui, pasiskirstymas (2024 m.)



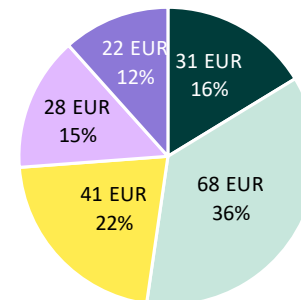
N=743

186 EUR

Vidutinės kelionės išlaidos, tenkančios vienam asmeniui (2023 m.)



Kelionės išlaidų, tenkančių vienam asmeniui, pasiskirstymas (2023 m.)



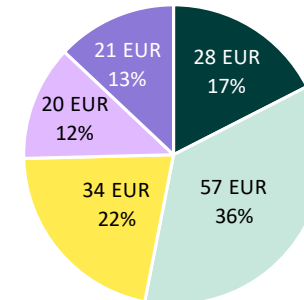
N=726

159 EUR

Vidutinės kelionės išlaidos, tenkančios vienam asmeniui (2022 m.)



Kelionės išlaidų, tenkančių vienam asmeniui, pasiskirstymas (2022 m.)



N=825

Kelionės išlaidos pagal kelionės tipus. 2022–2026 m.

Q13. Prašome pagalvoti, kokią pinigų sumą Jūsų namų ūkis* išleido šioje kelionėje, įskaitant visas kelionės metu patirtas išlaidas. Nurodykite sumą, tekusią kiekvienai iš šių sričių (jei jai neišleidote, įrašykite 0).

Q14. Keliems žmonėms, įskaitant Jus ir visus kitus tuo metu kartu keliavusius, teko Jūsų nurodytos kelionės išlaidos?

Kelionės tipas	Trumpa išvyka (1–2 nakvynės, pvz., savaitgalis)					Ilgesnė trumpa išvyka (3–4 nakvynės, pvz., ilgesnis savaitgalis)					Ilgos atostogos (5 nakvynės ar daugiau)				
	2026 m. <i>N = 421</i>	2025 m. <i>N = 372</i>	2024 m. <i>N = 467</i>	2023 m. <i>N = 463</i>	2022 m. <i>N = 504</i>	2026 m. <i>N = 304</i>	2025 m. <i>N = 219</i>	2024 m. <i>N = 179</i>	2023 m. <i>N = 168</i>	2022 m. <i>N = 195</i>	2026 m. <i>N = 56</i>	2025 m. <i>N = 117</i>	2024 m. <i>N = 97</i>	2023 m. <i>N = 95</i>	2022 m. <i>N = 126</i>
Vidutinės kelionės išlaidos, tenkančios vienam asmeniui	172 EUR	149 EUR	139 EUR	130 EUR	113 EUR	246 EUR	234 EUR	209 EUR	237 EUR	202 EUR	452 EUR	337 EUR	298 EUR	396 EUR	277 EUR
Išlaidų pasiskirstymas															
Transportas	19%	17%	24%	19%	21%	15%	15%	17%	15%	18%	13%	12%	15%	13%	11%
Apgyvendinimas	33%	37%	41%	34%	33%	40%	39%	33%	35%	37%	39%	41%	44%	40%	38%
Maistas ir gėrimai viešojo maitinimo įstaigose	19%	21%	26%	22%	21%	21%	21%	26%	20%	21%	22%	22%	21%	22%	23%
Maistas ir gėrimai pirkti parduotuvėse, turguose	14%	12%	14%	13%	12%	12%	11%	14%	19%	11%	13%	13%	16%	13%	15%
Kitos	16%	13%	18%	12%	13%	14%	14%	13%	10%	13%	13%	13%	11%	12%	12%

3.3.7. Skirtingų aspektų svarba renkantis kelionės vietovę, aspektų vertinimas bei bendras pasitenkinimas kelione

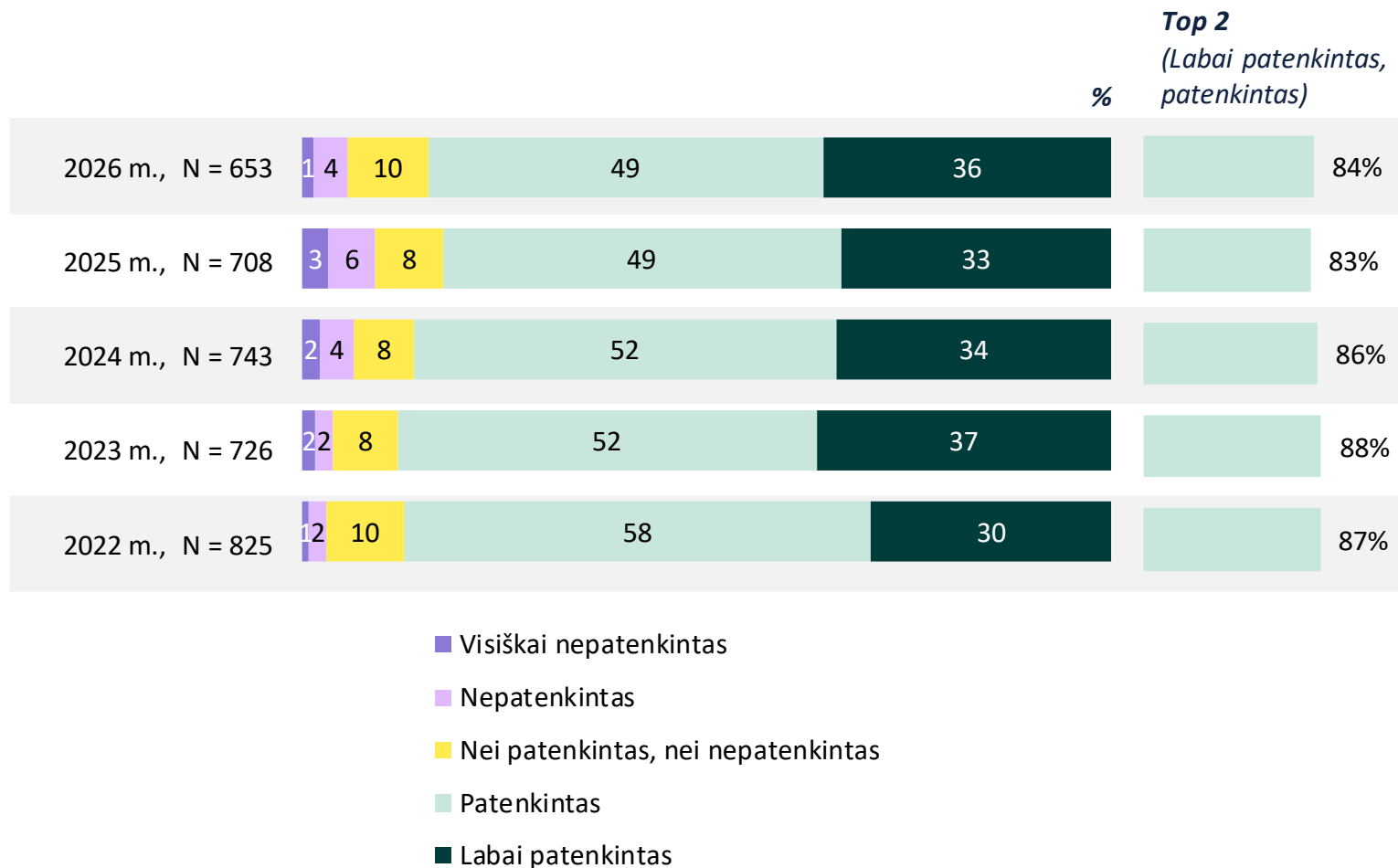
Skirtingų aspektų svarba renkantis kelionę

Q15. Kiek šie aspektai Jums buvo svarbūs, kai planavote šią kelionę ir svarstėte, kur vyksite, ką aplankysite, kur apsistosite jos metu? Vertinimo skalė: 1 – visiškai nesvarbus, 5 – labai svarbus

	Vidurkis	2026 m.	2025 m.	2024 m.	2023 m.	2022 m.
Apgyvendinimo paslaugų kainos ir kokybės santykis	3,8	3,8	3,9	3,9	4,0	4,0
Bendra lankytinos vietos infrastruktūra	3,8	3,8	3,8	3,9	4,0	3,9
Lankytinų gamtos objektų pasiūla (pažintiniai takai, apžvalgos bokštai, parkai, piliakalniai, atodangos)	3,6	3,6	3,7	3,7	3,8	3,8
Galimybė turėti privatumą, saugumą, toliau nuo žmonių susibūrimo / masės	3,5	3,5	3,6	3,6	3,7	3,6
Informacijos apie vietovę ir jos lankytinus objektus gausa internete	3,5	3,5	3,5	3,5	3,6	3,5
Kultūrinio turizmo objektų pasiūla (muziejai, pilys, dvarai)	3,4	3,4	3,4	3,5	3,5	3,5
Restoranų ir kavinių pasirinkimas	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,5
Galimybė paragauti tradicinės to krašto virtuvės patiekalų ar išbandyti naujus skonius	3,3	3,3	3,2	3,3	3,2	3,4
Galimybės apsilankyti kultūrinuose renginiuose (miesto šventėse, koncertuose, spektakliuose)	3,3	3,3	3,2	3,2	3,2	3,2
Uždarų vandens pramogų pasiūla (parkai, baseinai, pirtys ir pan.)	3,2	3,2	3,2	3,1	3,1	3,2
Sveikatinimo paslaugų pasirinkimas (sanatorijos, spa centrai)	3,2	3,2	3,1	3,1	3,1	3,2
Galimybė apsipirkti	3,1	3,1	3,1	3,0	3,0	3,1
Lankytinų vietų skiriamas dėmesys tvarumo / tvaraus turizmo skatinimui	3,1	3,1	3,1	3,1	3,2	3,3
Girdėta / matyta reklama, susijusi su pasirinkta kelionės kryptimi	3,0	3,0	3,0	2,9	2,9	2,9
Galimybė aplankyti religinio turizmo objektus / vietas (bažnyčios, vienuolynai, šventovės ir pan.)	3,0	3,0	3,0	3,0	2,9	2,9
Patogumas keliauti su vaikais, vaikams pritaikytos veiklos	2,9	2,9	2,8	2,8	2,8	3,0
Edukacinių užsiėmimų ir pramogų pasiūla (pvz., duonos kepimas, gintaro apdirbimas, gido vedama ekskursija)	2,9	2,9	2,8	2,8	2,8	2,9
Galimybė keliauti dviračiu / sutvarkyta dviračių infrastruktūra	2,9	2,9	2,9	2,8	2,8	3,0
Atvirų vandens pramogų pasiūla (wake parkai, jėgos aitvarai, batutai)	2,8	2,8	2,8	2,7	2,6	2,8
Lankytinų vietų pritaikymas neįgaliesiems	2,7	2,7	2,6	2,5	2,4	2,5
Galimybė lankytis su naminais gyvūnais	2,6	2,6	2,6	2,5	2,5	2,6

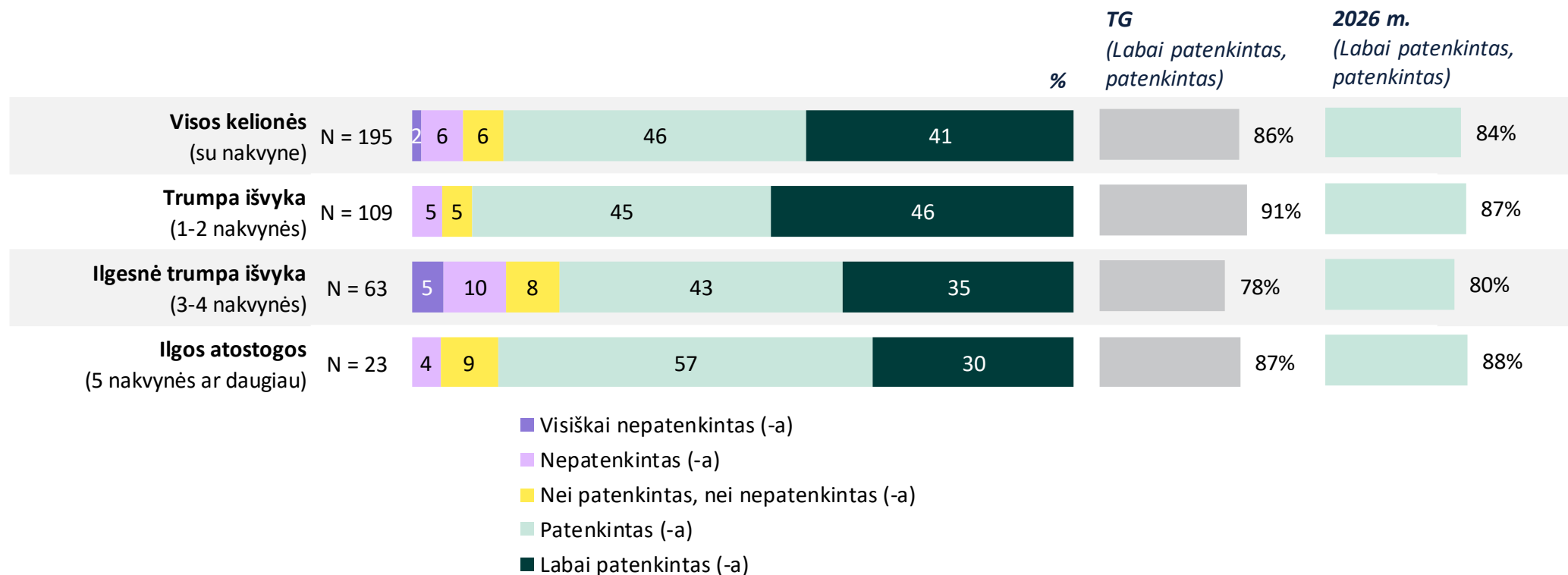
Pasitenkinimas aplankyta kelionės vietoje. 2022–2026 m.

Q18. Kiek jūs bendrai likote patenkintas(-a) šia kelione?



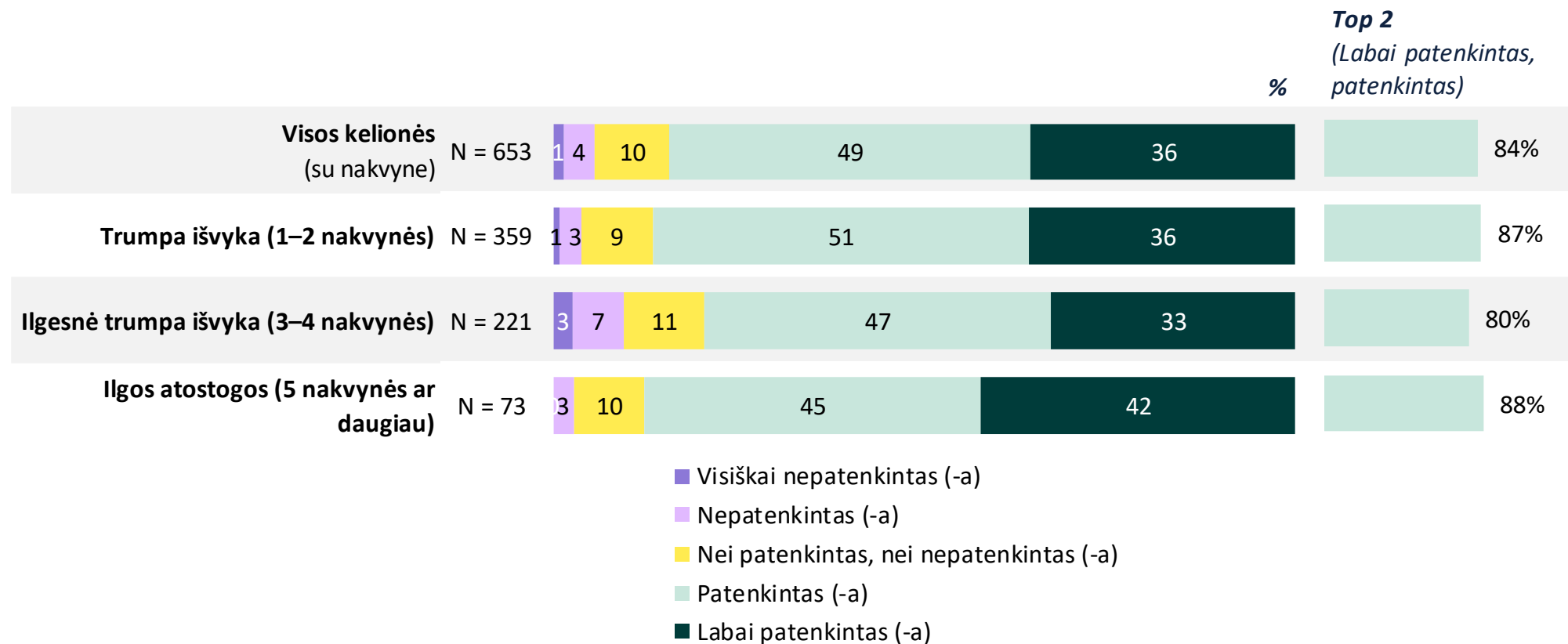
Pasitenkinimas aplankyta kelionės vietoje. Tikslinė grupė

Q18. Kiek jūs bendrai likote patenkintas(-a) šia kelione?



Pasitenkinimas aplankyta kelionės vietoje. Pagal kelionės tipus

Q18. Kiek jūs bendrai likote patenkintas(-a) šia kelione?

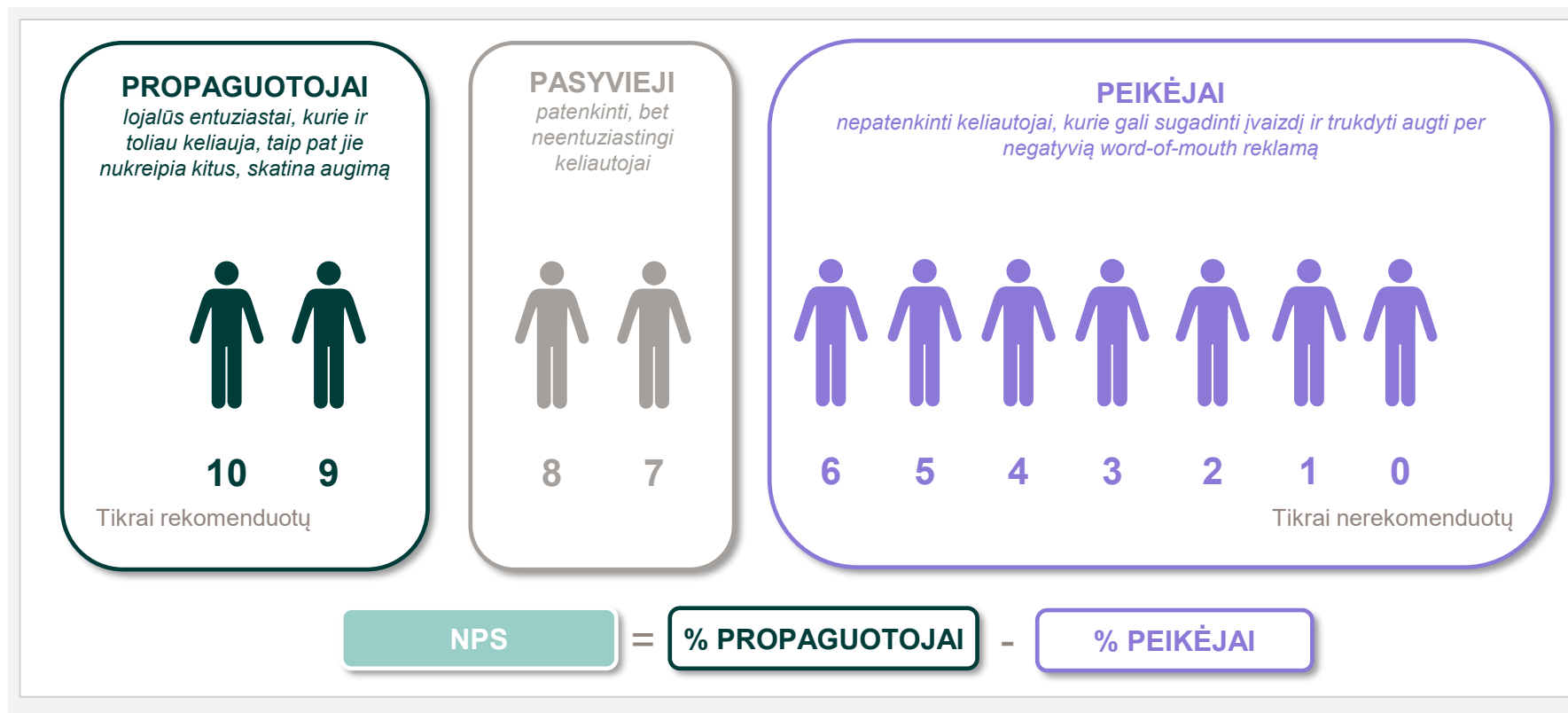


Net Promoter Score (NPS)

Net Promoter Score (NPS) tai metodas, kuris padeda nustatyti kliento rekomendavimo ir lojalumo lygį.

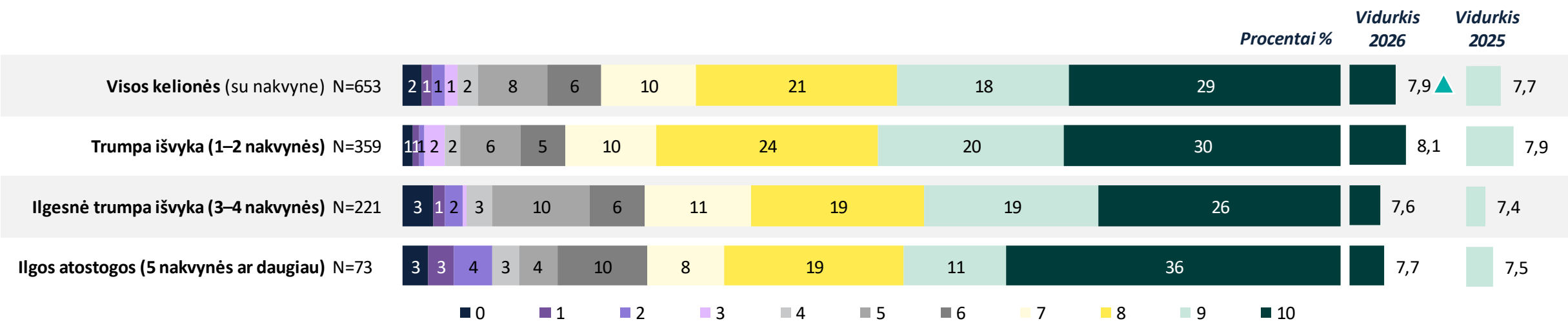
NPS atskleidžiamas užduodant vieną klausimą:

Kiek tikėtina, kad rekomenduosite tokią pat kelionę savo draugams ar artimiesiems, jei jie prašytų Jūsų rekomendacijos?



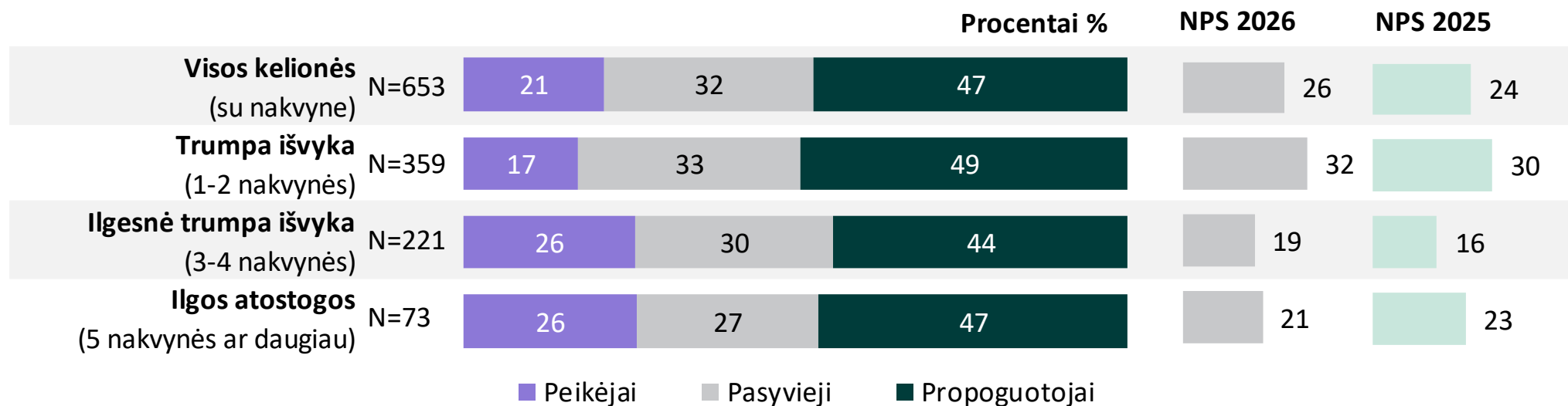
Rekomendavimas pagal kelionės tipus

Q18a. Kiek tikėtina, kad rekomenduosite tokią pat kelionę savo draugams ar artimiesiems, jei jie prašytų Jūsų rekomendacijos? Įvertindami naudokitės skale nuo 0 iki 10, kur 0 reiškia, kad tikrai nerekomenduotumėte, 10 – tikrai rekomenduotumėte.



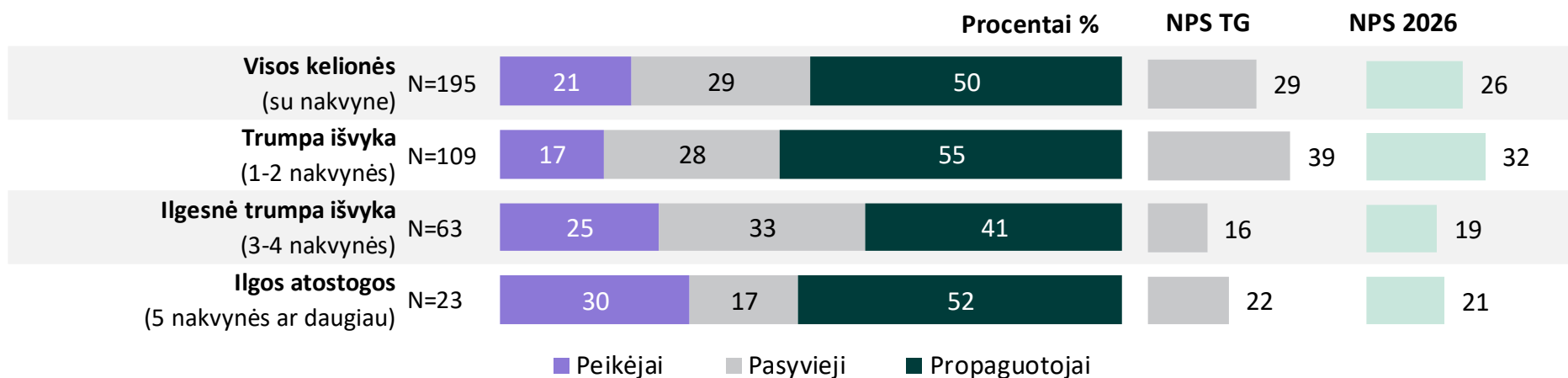
NPS pagal kelionės tipus

Q18a. Kiek tikėtina, kad rekomenduosite tokią pat kelionę savo draugams ar artimiesiems, jei jie prašytų Jūsų rekomendacijos? Įvertindami naudokitės skale nuo 0 iki 10, kur 0 reiškia, kad tikrai nerekomenduotumėte, 10 – tikrai rekomenduotumėte.



NPS pagal kelionės tipus. Tikslinė grupė

Q18a. Kiek tikėtina, kad rekomenduosite tokią pat kelionę savo draugams ar artimiesiems, jei jie prašytų Jūsų rekomendacijos? Įvertindami naudokitės skale nuo 0 iki 10, kur 0 reiškia, kad tikrai nerekomenduotumėte, 10 – tikrai rekomenduotumėte.

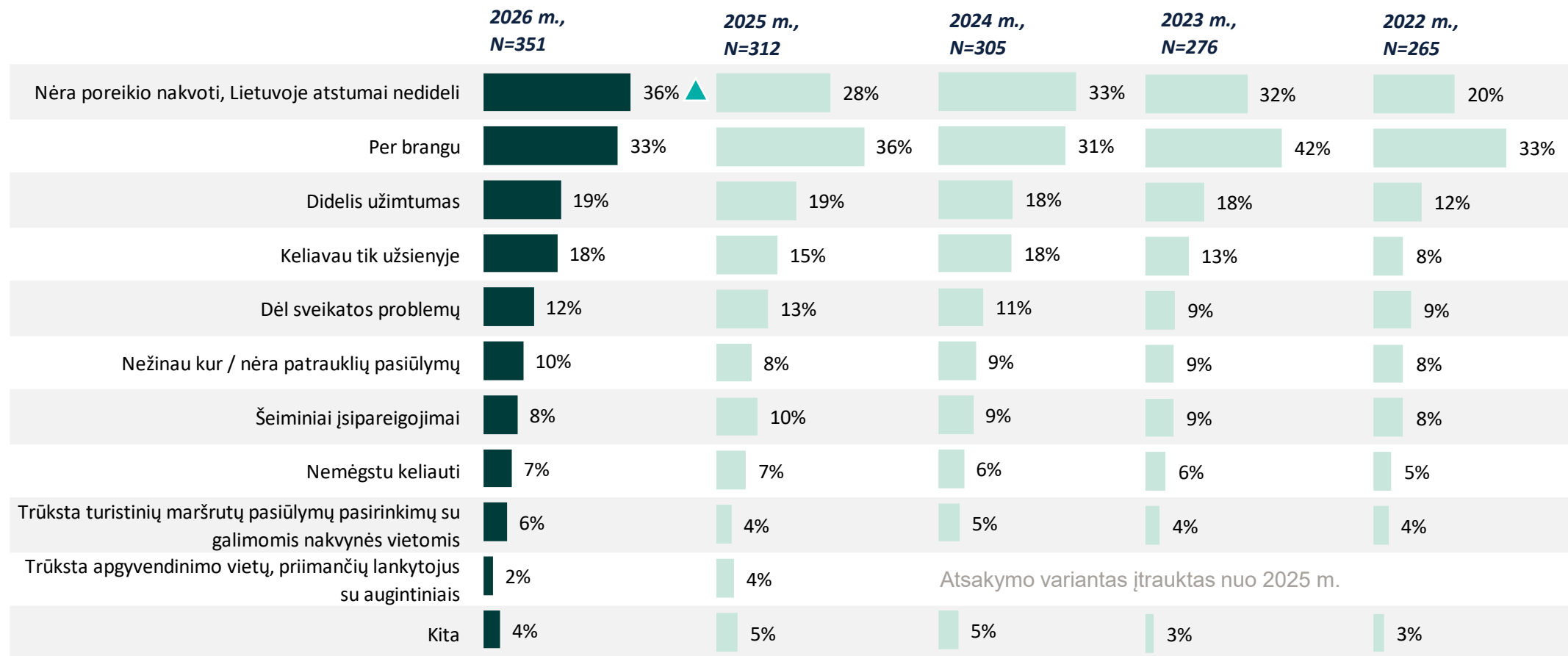


3.4. Vietinių vienadienių lankytojų segmento* keliavimo įpročiai

* Per pastaruosius 12 mėn. nevykusių į kelionę Lietuvoje su bent viena nakvyne

Pagrindinės nekeleivimo Lietuvoje su nakvyne priežastys

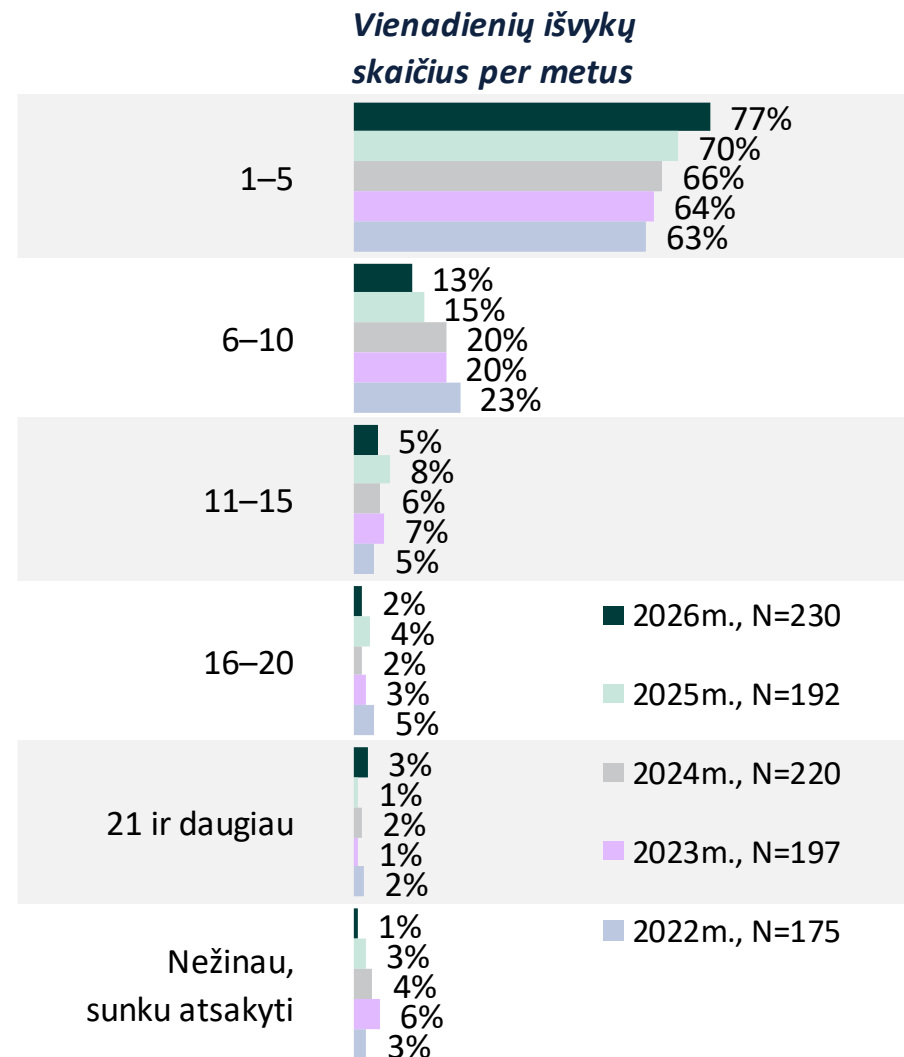
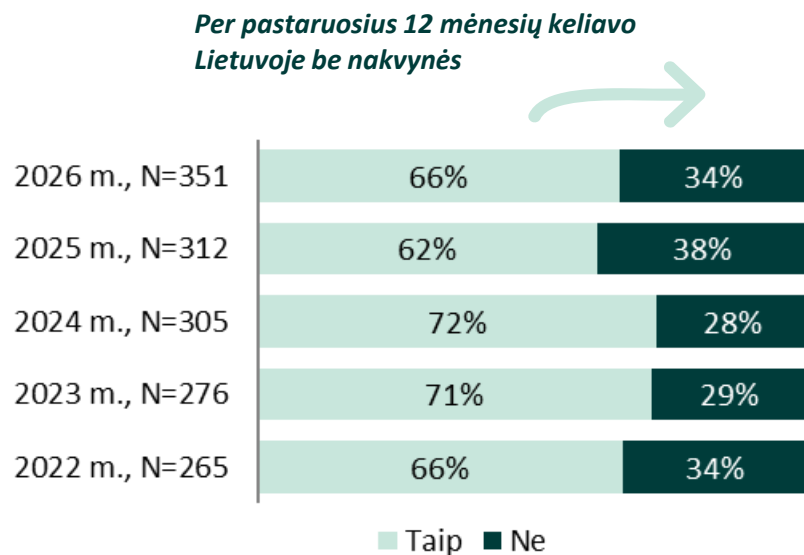
L1. Kokios priežastys lėmė, kad per pastaruosius 12 mėn. neturėjote nė vienos kelionės su bent viena nakvyne Lietuvoje?



Vienadienių išvykų dažnis

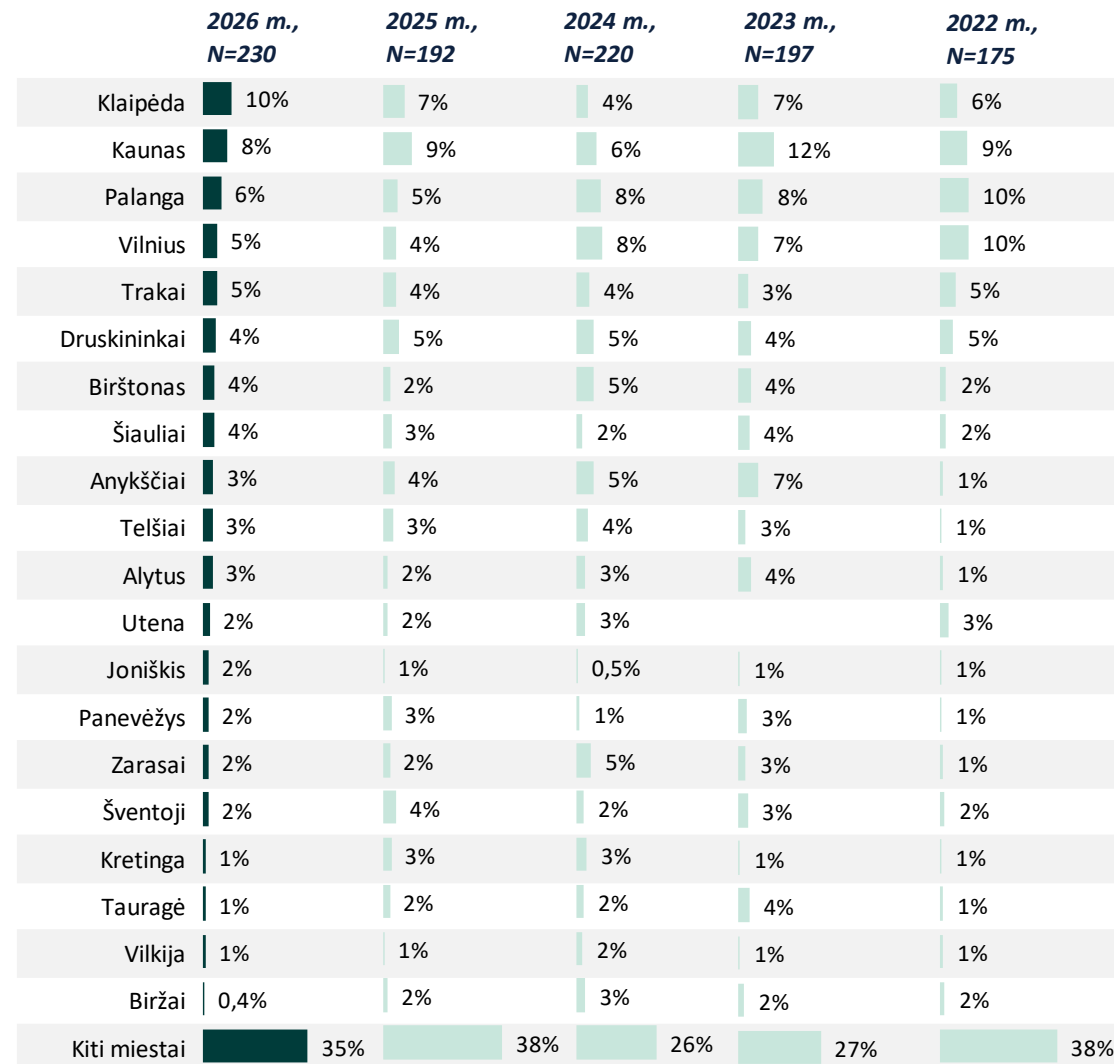
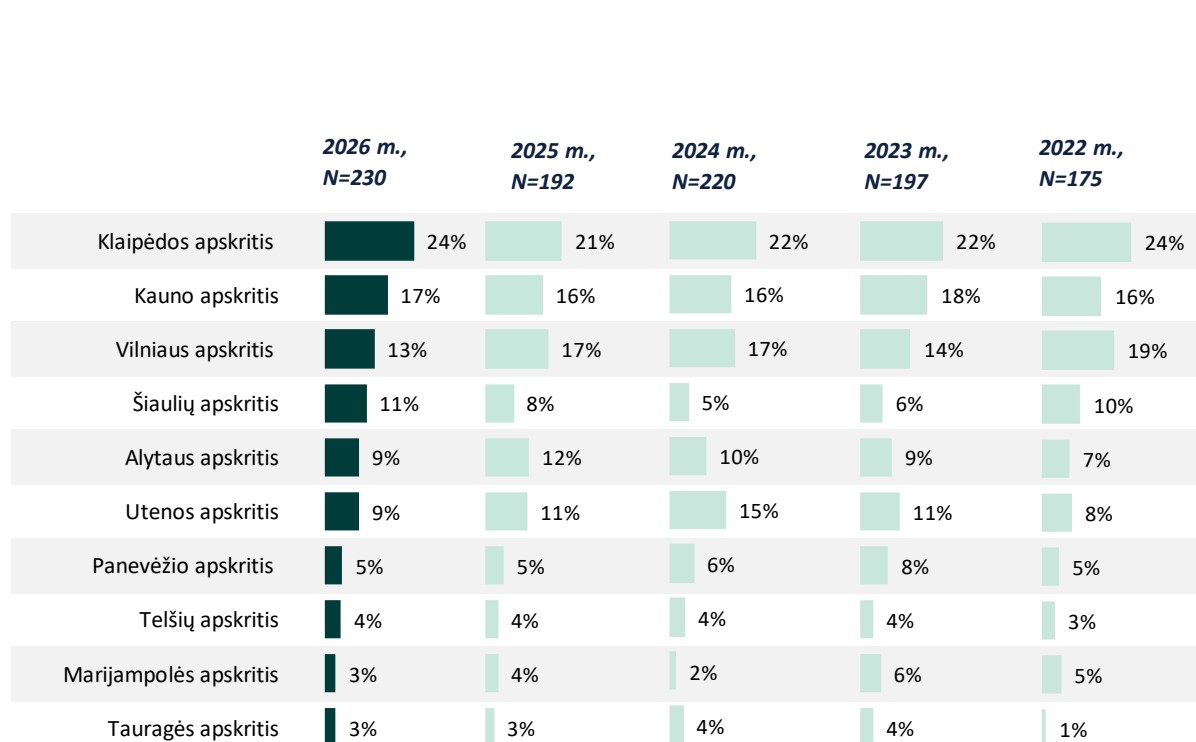
L2. Ar per pastaruosius 12 mėn. keliavote be nakvynės Lietuvoje t. y. turėjote vienos dienos trumpų išvykų, kurių pagrindiniai tikslai - laisvalaikis, poilsis, atsipalaidavimas, kultūros ar gamtos objektų pažinimas?

L3. Kiek tokių vienos dienos trumpų išvykų be nakvynės Jūs turėjote per paskutinius 12 mėn.?



Dažniausios vienadienių išvykų kryptys

L2.2. Nurodykite vietovę (apskritį bei miestą), į kurią vykote jūsų paskutinės vienos dienos išvykos Lietuvoje metu?



Imtis: nekeliaavę Lietuvoje su nakvyne, bet turėję vienos dienos išvykų

Dažniausios vienadienių išvykų veiklos

L5. Kokiomis veiklomis dažniausiai užsiimate šių vienos dienos kelionių be nakvynės Lietuvoje metu?

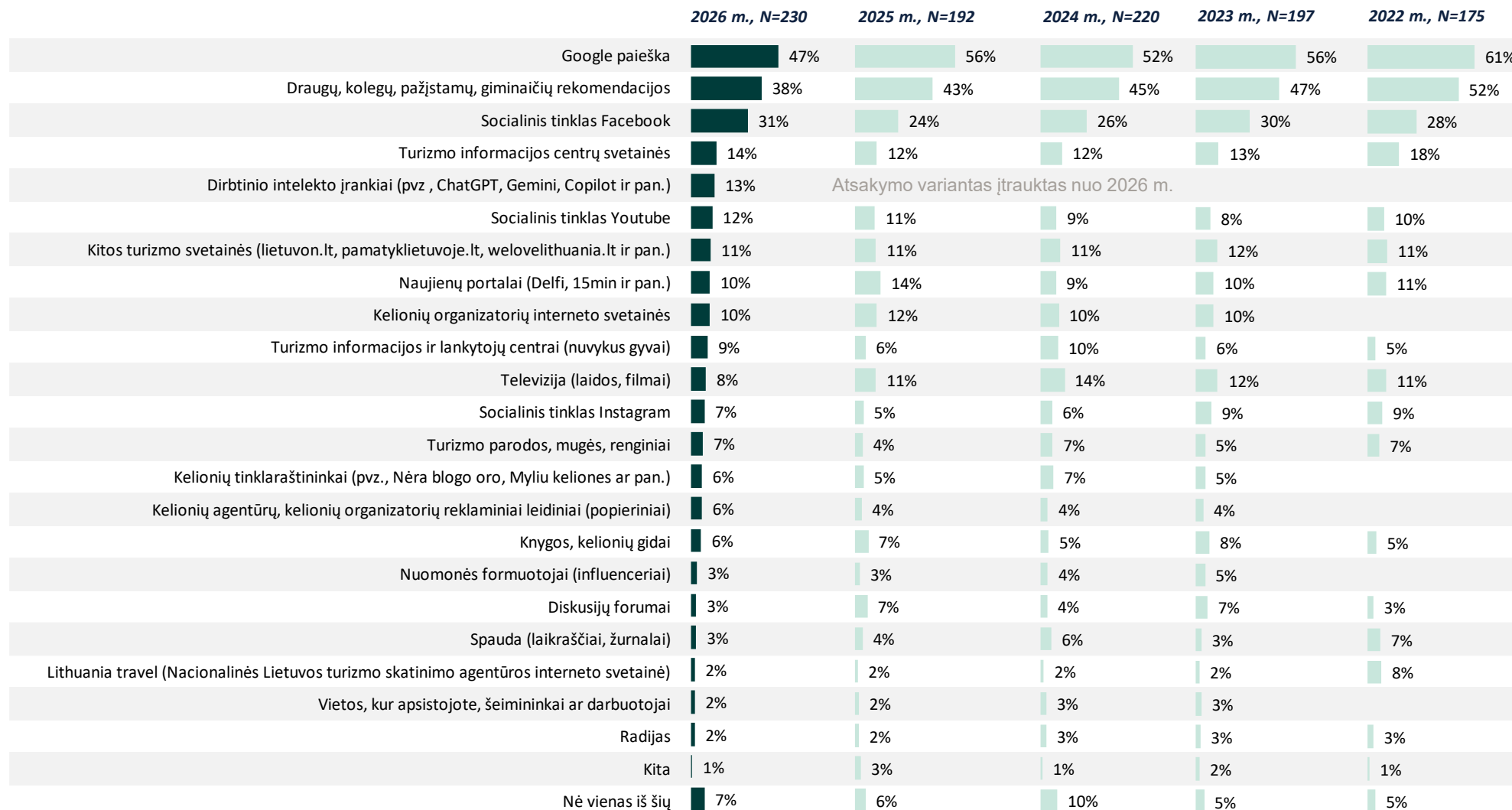
	2026 m., N=230	2025 m., N=192	2024 m., N=220	2023 m., N=197	2022m., N=175
Gamtos objektų lankymas (apžvalgos bokštai, pažintiniai takai, piliakalniai)	41%	45%	54%	49%	56%
Kultūros objektų lankymas (muziejai, pilys, dvarai)	40%	39%	40%	40%	41%
Ramus poilsis gamtoje (daugiausia buvimas vienoje vietoje – miške, sodyboje, prie vandens telkinių)	33%	33%	29%	35%	42%
Poilsavimas gamtoje (pvz., prie vandens telkinio, miške)*	28%	28%	40%	2%	5%
Lankymasis kultūros renginiuose (miesto šventėse, koncertuose, spektakliuose)	23%	22%	20%	23%	21%
Žygiai pėsčiomis	20%	21%	20%	22%	22%
Poilsis paplūdimyje prie jūros (deginimasis, maudymasis ir pan.)	19%	Atsakymo variantas įtrauktas nuo 2026 m.			
Lankymasis restoranuose, kavinėse	18%	24%	26%	25%	27%
Gyvūnų lankymas ir stebėjimas (gyvūnų ūkiai, zoologijos sodai, akvariumai, safari parkai ir pan.)	15%	11%	13%	10%	2%
Naujų skonių, patiekalų išbandymas (pvz., degustacinės patirtys)	12%	9%	10%	9%	
Uždaros vandens pramogos (parkai, baseinai, pirtys ir pan.)	12%	7%	10%	6%	13%
Tradicinės to krašto virtuvės patiekalų ragavimas	11% ▲	5%	11%	12%	11%
Apsipirkimas	11%	17%	13%	15%	14%
Sveikatinimasis (sanatorijos, spa centrai)	10%	9%	7%	8%	4%
Edukaciniai užsiėmimai ir pramogos	9%	4%	4%	11%	5%
Religinis turizmas (bažnyčios, vienuolynai, šventovės ir pan.)	7%	7%	7%	9%	6%
Šaltojo karo turizmo objektų lankymas (muziejai, raketinės bazės, kariniai objektai)	7%	5%	6%	5%	6%
Keliavimas ar žygiai dviračiais	7%	6%	5%	8%	5%
Atviros vandens pramogos (wake parkai, jėgos aitvarai, batutai)	5%	5%	3%	4%	5%
Lankymasis sporto renginyje (ralis, krepšinis ir pan.)	3%	4%	5%	7%	5%
Turistavimas su kemperiu ar palapine	3%	Atsakymo variantas įtrauktas nuo 2026 m.			
Naktinis gyvenimas, klubai, barai	3%	Atsakymo variantas įtrauktas nuo 2026 m.			
Kita	3%	2%	4%	4%	1%

Imtis: nekeliaavę Lietuvoje su nakvyne, bet turėję vienos dienos išvykų

*Iki 2023 m. formuluotė: Turistavimas su kemperiu ar palapine

Informacijos apie vienos dienos išvykas šaltiniai

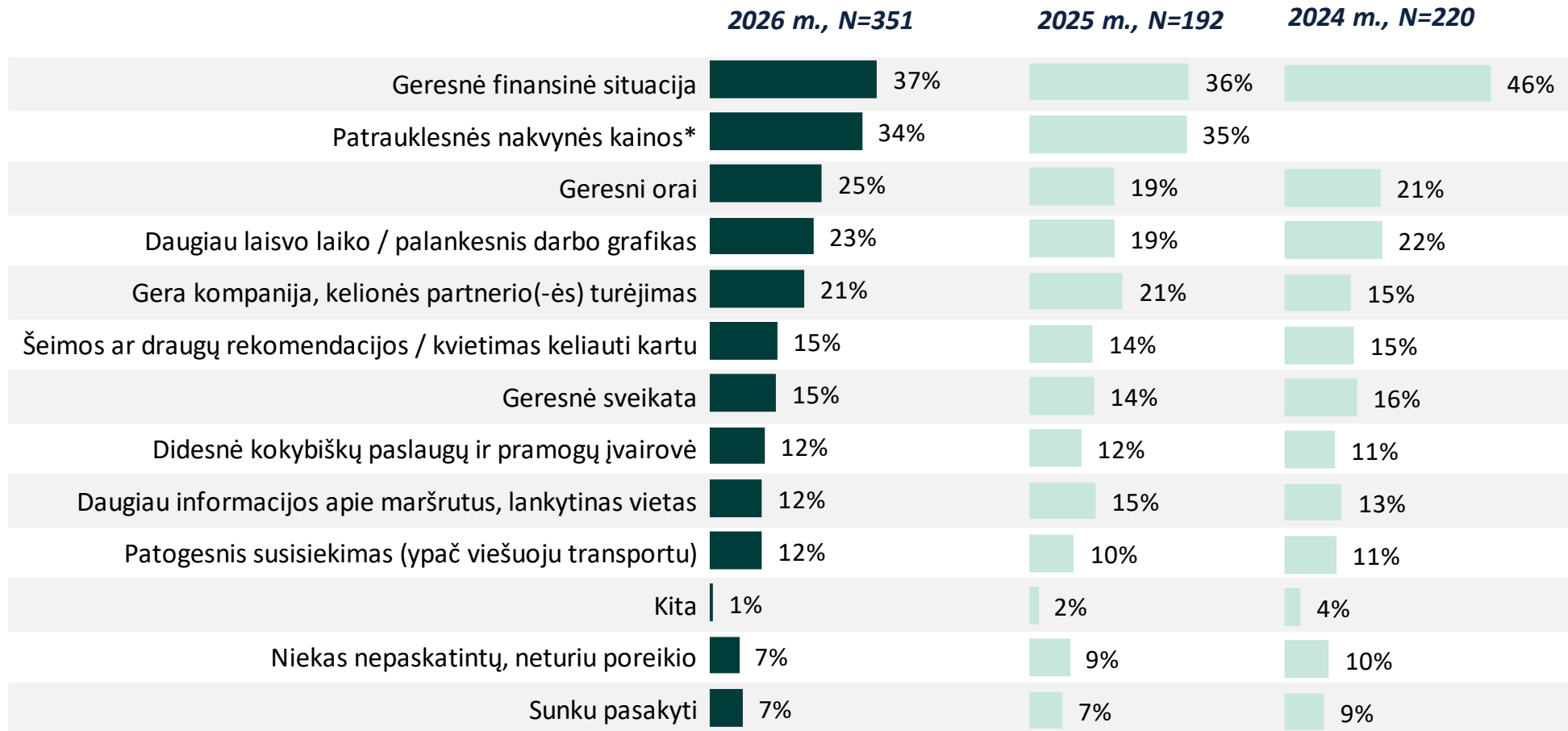
L6. Pažymėkite šaltinius, kur dažniausiai ieškote informacijos planuodami vienos dienos išvykas Lietuvoje?



Įmėtis: nekeliavę Lietuvoje su nakvyne, bet turėję vienos dienos išvykų

Motyvai, galintys paskatinti daugiau keliauti Lietuvoje su nakvyne Keliauk Lietuvoje

L10. Kas Jus paskatintų dažniau keliauti Lietuvoje su nakvyne?



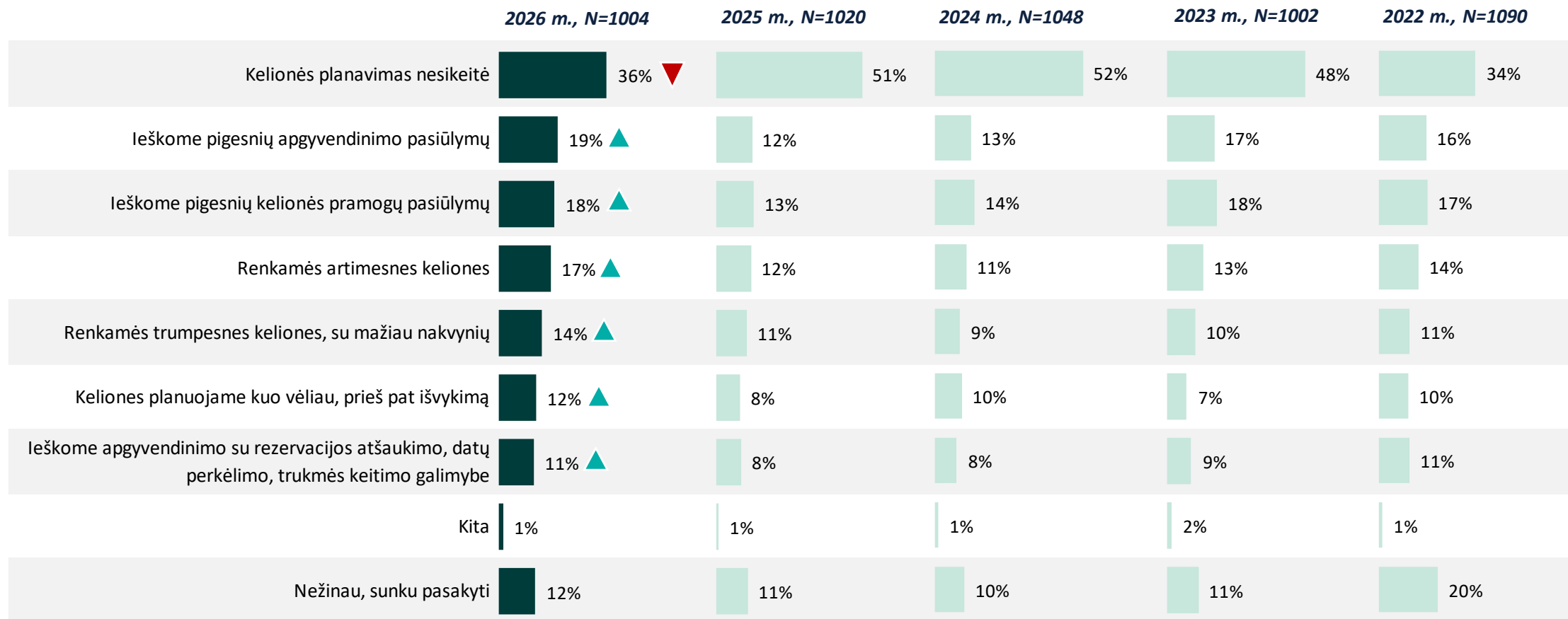
* Atsakymo variantas įtrauktas nuo 2025 m.

Imtis: nekeliavę Lietuvoje su nakvyne, bet turėję vienos dienos išvykų

3.5. Keliavimas karinių konfliktų kontekste

Karinių konfliktų poveikis kelionių planavimui

K9. Kaip pasikeitė ar nepasikeitė Jūsų kelionių po Lietuvą planavimo įpročiai dėl geopolitinės situacijos (pvz., karo Ukrainoje, konfliktų Artimuosiuose Rytuose)?*



*Iki 2026 klausta tik apie karo Ukrainoje poveikį.

Imtis: visi respondentai

3.6. Artimiausias poilsis Lietuvoje

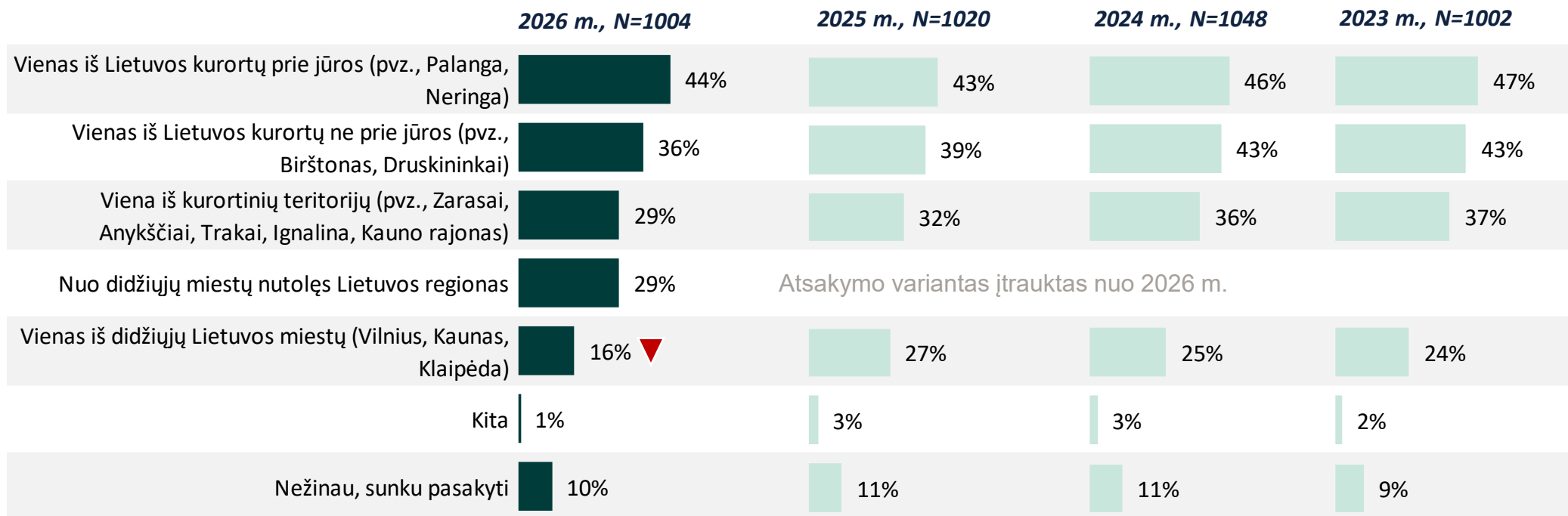
Svarstytinios veiklos artimiausiam poilsiui Lietuvoje

K5. Kokias veiklas / pramogas svarstytumėte artimiausiam poilsiui Lietuvoje? *

	2026 m., N=1004	2025 m., N=1020	2024 m., N=1048	2023 m., N=1002
Ramus poilsis gamtoje (daugiausia buvimas vienoje vietoje – miške, sodyboje, prie vandens telkinių)	39% ▼	46%	50%	55%
Gamtos objektų lankymas (apžvalgos bokštai, pažintiniai takai, piliakalniai)	38%	40%	47%	46%
Poilsis paplūdimyje prie jūros (deginimasis, maudymasis ir pan.)	34%	Atsakymo variantas įtrauktas nuo 2026 m.		
Kultūros objektų lankymas (muziejai, pilys, dvarai)	32%	33%	39%	38%
Sveikatinimasis (sanatorijos, spa centrai)	27%	30%	33%	35%
Lankymasis kultūros renginiuose (miesto šventėse, koncertuose, spektakliuose)	24%	25%	29%	29%
Žygiai pėsčiomis	21%	22%	24%	24%
Lankymasis restoranuose, kavinėse	21%	19%	26%	23%
Uždaros vandens pramogos (parkai, baseinai, pirtys ir pan.)	19%	22%	22%	25%
Tradicinės to krašto virtuvės patiekalų ragavimas	17%	16%	20%	21%
Gyvūnų lankymas ir stebėjimas (gyvūnų ūkiai, zoologijos sodai, akvariumai, safari parkai ir pan.)	16%	17%	20%	19%
Naujų skonių, patiekalų išbandymas (pvz., degustacinės patirtys)	15%	16%	20%	21%
Keliavimas ar žygiai dviračiais	13%	14%	15%	17%
Edukaciniai užsiėmimai ir pramogos	12%	11%	16%	12%
Turistavimas su kemperiu ar palapine	10%	11%	11%	12%
Apsipirkimas	10%	10%	11%	10%
Lankymasis sporto renginiuose (ralis, krepšinis ir pan.)	8%	10%	9%	8%
Atviros vandens pramogos (wake parkai, jėgos aitvarai, batutai)	7%	9%	8%	12%
Religinis turizmas (bažnyčios, vienuolynai, šventovės ir pan.)	7%	8%	9%	9%
Šaltojo karo turizmo objektų lankymas (muziejai, raketinės bazės, kariniai objektai)	7%	7%	8%	9%
Naktinis gyvenimas, klubai, barai	6%	5%	5%	6%
Kita	2%	3%	2%	2%

Kelionių kryptys artimiausiam poilsiui Lietuvoje

K5_1. Kurios iš žemiau nurodytų kelionės krypčių Jums būtų patraukliausios artimiausiam poilsiui Lietuvoje?



Informacijos apie kelionių galimybes trūkumas

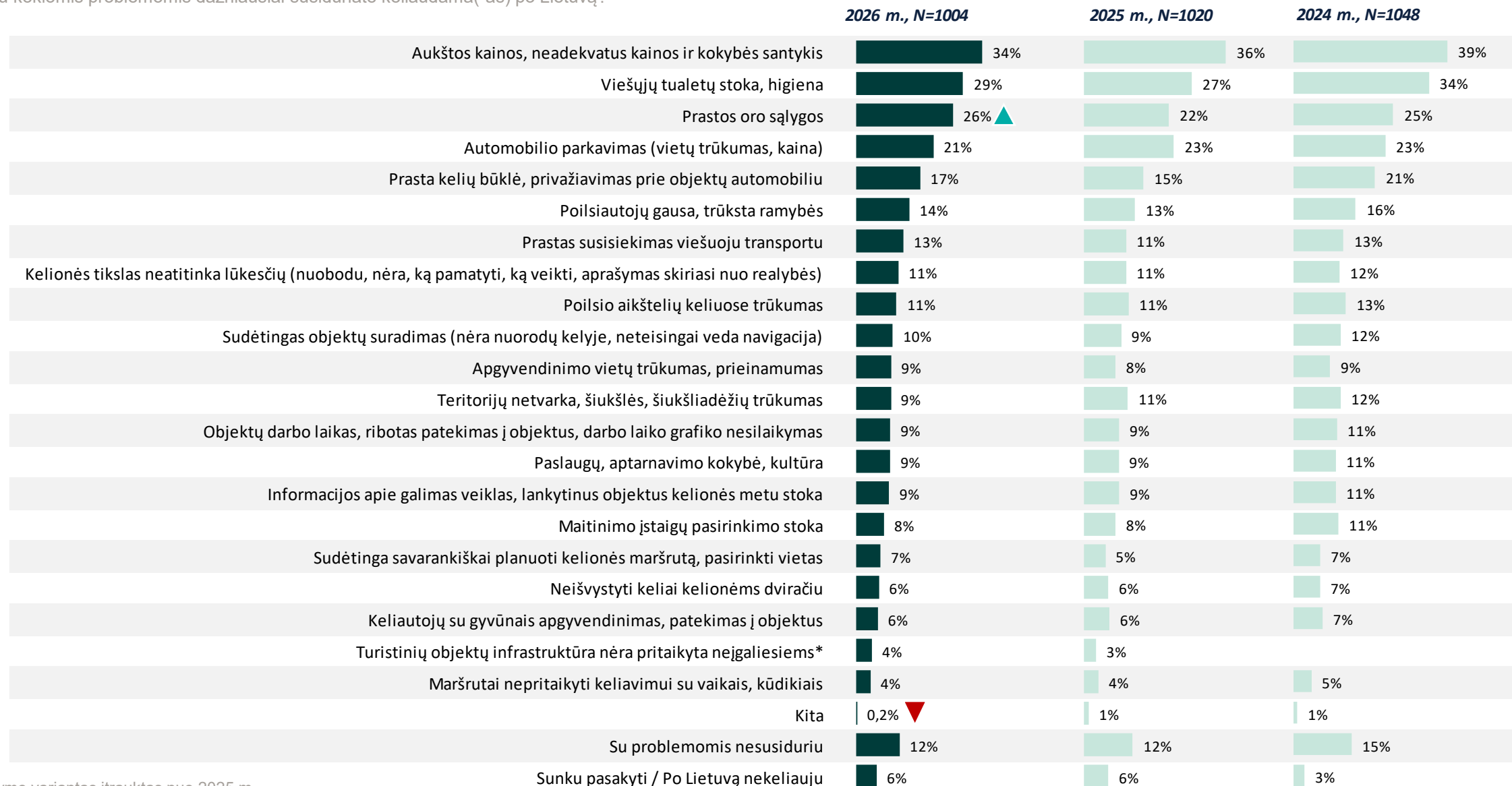
K10. Kokios informacijos apie kelionių po Lietuvą galimybes jūs labiausiai pasigendate?

	2026 m., N=1004	2025 m., N=1020	2024 m., N=1048
Informacijos apie kainas, gerus kainų pasiūlymus	28%	27%	30%
Informacijos apie lankytinas vietas, pramogas	18%	16%	19%
Suplanuotų maršrutų, maršrutų žemėlapių	17%	16%	22%
Informacijos apie vykstančius renginius	16%	16%	19%
Informacijos apie turistines naujienas, atnaujintus/naujus lankytinus objektus	15%	14%	18%
Informacijos turistams vienoje platformoje	15%	14%	18%
Turistų apžvalgų, atsiliepimų, rekomendacijų	13%	12%	14%
Informacijos apie apgyvendinimo įstaigas	13%	12%	13%
Informacijos apie stovyklavietes, poilsiavietes	12% ▲	9%	13%
Informacijos apie įstaigų, pramogų darbo laiką, sezoną	12%	12%	13%
Informacijos apie maitinimo įstaigas	11%	12%	13%
Informacijos apie maršrutus / galimybę keliauti, pasiekti norimus objektus dviračiais	10%	9%	8%
Informacijos keliautojams su gyvūnais	8%	7%	7%
Informacijos apie galimybę keliauti su vaikais, kūdikiais, vaikams draugiškus kelionių variantus	6%	7%	6%
Informacijos apie pritaikytas kelionių galimybes neįgaliesiems (pvz., transportą, apgyvendinimą, lankytinus objektus)*	5%	6%	
Kita	0,3%	0,4%	1%
Jokios informacijos netrūksta	20%	22%	21%
Nežinau, sunku pasakyti	11%	13%	12%

* Atsakymo variantas įtrauktas nuo 2025 m.

Tobulintinos sritys

K12. Su kokiais problemomis dažniausiai susiduriate keliaudama(-as) po Lietuvą?



* Atsakymo variantas įtrauktas nuo 2025 m.

Imtis: visi respondentai

3.7. Vietinių turistų keliavimo įpročių palyginimas

Vietinių Lietuvos turistų keliavimo įpročiai (I)

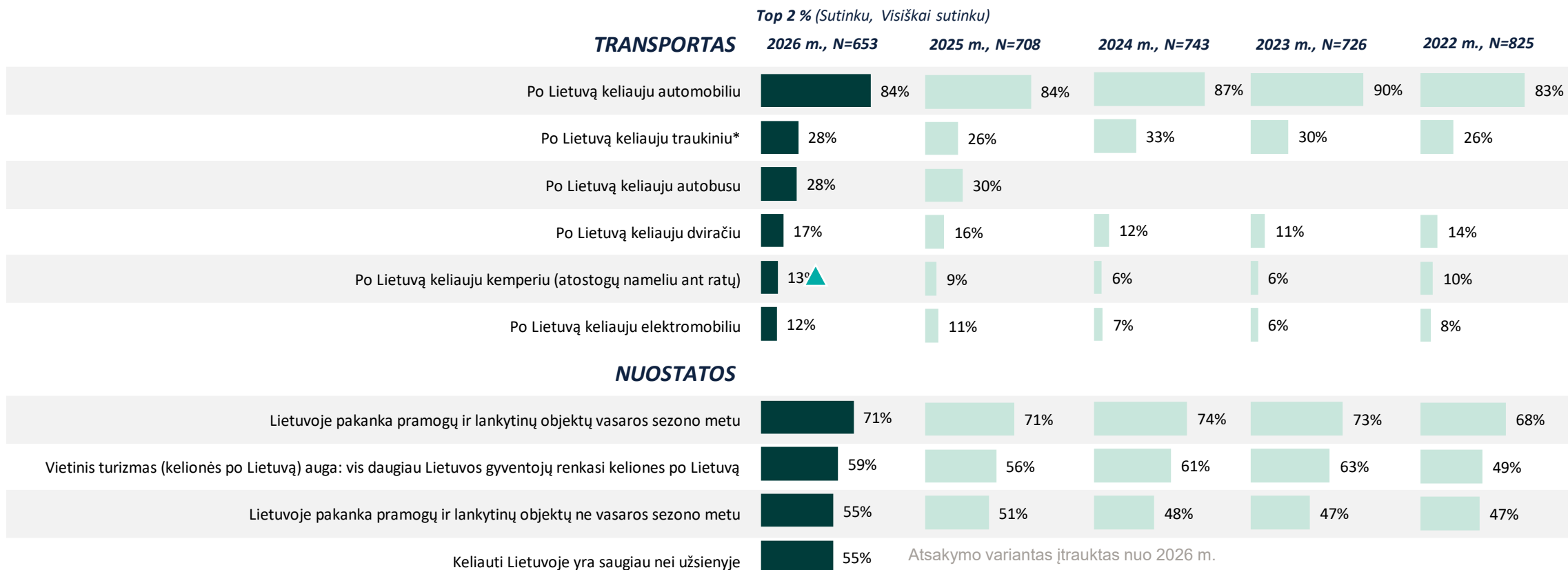
SEG1. Toliau pateikti teiginiai apie keliavimą. Pažymėkite, kiek Jūs sutinkate ar nesutinkate su kiekvienu iš šių teiginių, kalbant apie Jūsų keliavimo įpročius.

	ĮPROČIAI	Top 2 % (Sutinku, Visiškai sutinku)				
		2026 m., N=653	2025 m., N=708	2024 m., N=743	2023 m., N=726	2022 m., N=825
	Keliaujant Lietuvoje mane labiausiai domina gamta, poilsis gamtoje	70%	72%	72%	76%	70%
	Keliaudamas Lietuvoje mėgstu lankyti dvarus, miestų senamiesčius, kitą architektūros palikimą	64%	64%	66%	68%	65%
	Mėgstu pasyvų poilsį, kuomet atostogauju Lietuvoje (poilsis spa, prie vandens telkinių ir pan.)	60%	59%	57%	56%	47%
	Ieškau vietų, kur gaučiau kuo daugiau privatumo*	59% ▲	53%	54%		
	Man patinka važiuoti į populiarias, žinomas vietas*	48%	50%	49%		
	Keliones po Lietuvą planuoju tik jei prognozuojamas geras oras*	48%	50%	45%		
	Mėgstu aktyvų poilsį Lietuvoje (dviračių trasos, pasivaikščiojimo takai ar kitos aktyvios fizinės veiklos)	45%	45%	46%	49%	49%
	Važiuoju į tas vietas, kurias jau žinau, esu ten buvęs*	41%	42%	38%		
	Ieškau mažiau populiarių, specifinių kelionių kryptų (pvz., paukščių stebėjimo, filmų vietų, maisto patirčių, šaltojo karo objektų ir pan.)*	39% ▲	33%	32%		
	Keliones derinu prie koncertų, renginių, festivalių datų	31%	33%	30%	24%	28%
	Dažniau keliauju po Lietuvą ne vasaros sezono metu	31%	31%	29%	30%	48%

*Atsakymo variantas įtrauktas nuo 2024 m.

Vietinių Lietuvos turistų keliavimo įpročiai (II)

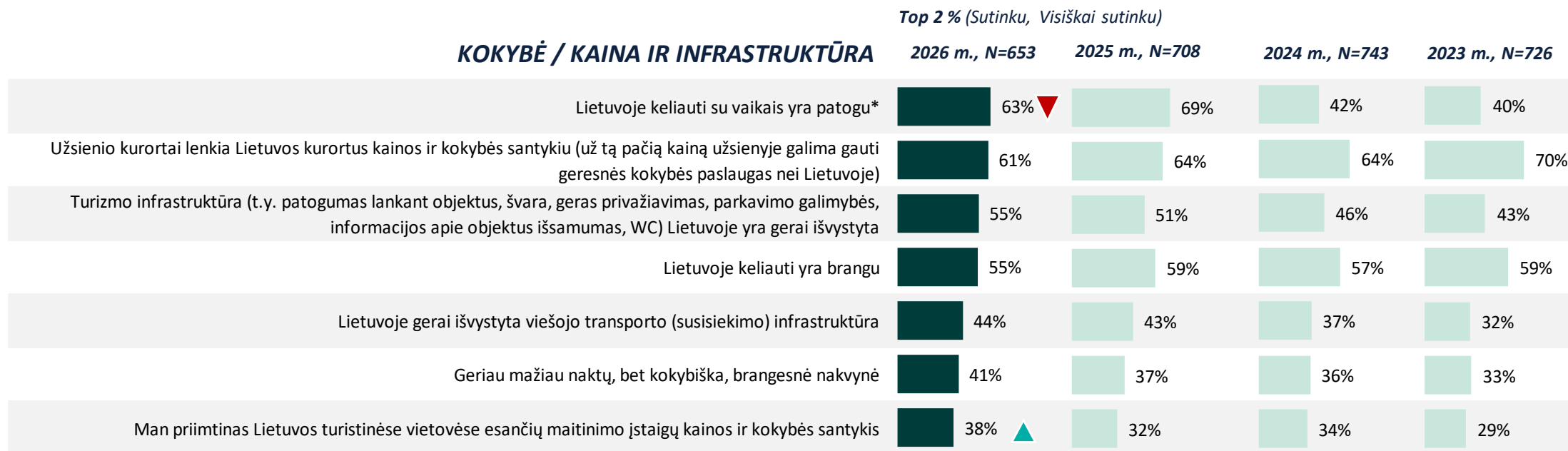
SEG1. Toliau pateikti teiginiai apie keliavimą. Pažymėkite, kiek Jūs sutinkate ar nesutinkate su kiekvienu iš šių teiginių, kalbant apie Jūsų keliavimo įpročius.



*Formuluotė iki 2024 m.: Po Lietuvą keliauju traukiniu, autobusu

Vietinių Lietuvos turistų keliavimo įpročiai (III)

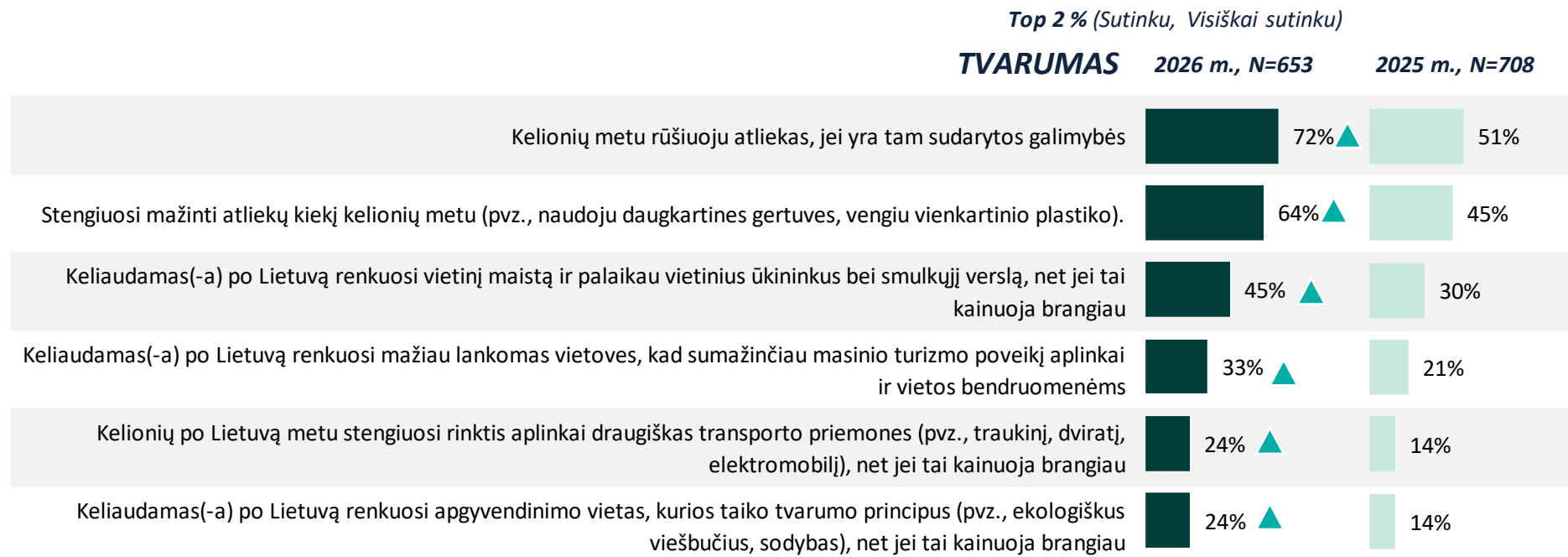
SEG1. Toliau pateikti teiginiai apie keliavimą po Lietuvą. Pažymėkite, kiek Jūs sutinkate ar nesutinkate su kiekvienu iš šių teiginių apie Jūsų keliavimo po Lietuvą patirtį



*Teiginys užduotas tik turintiems vaikų (2026 m. N=182)

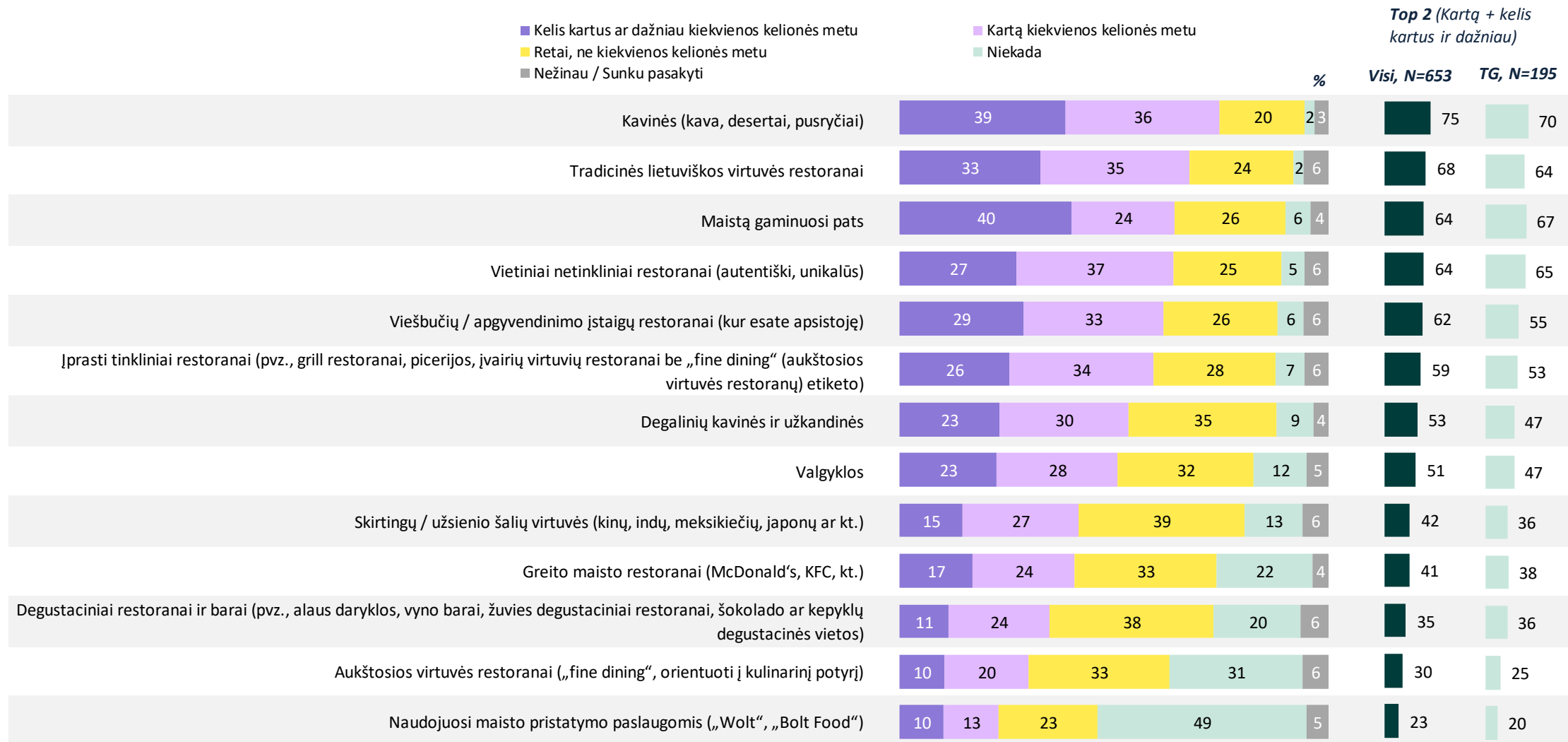
Vietinių Lietuvos turistų keliavimo įpročiai (IV)

SEG1. Toliau pateikti teiginiai apie keliavimą po Lietuvą. Pažymėkite, kiek Jūs sutinkate ar nesutinkate su kiekvienu iš šių teiginių apie Jūsų keliavimo po Lietuvą patirtį



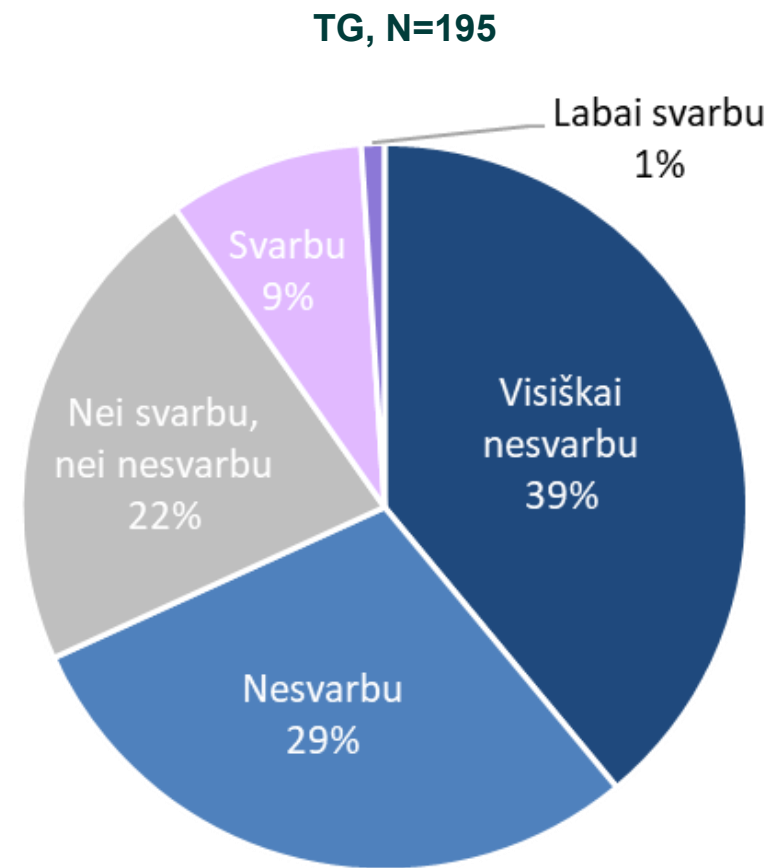
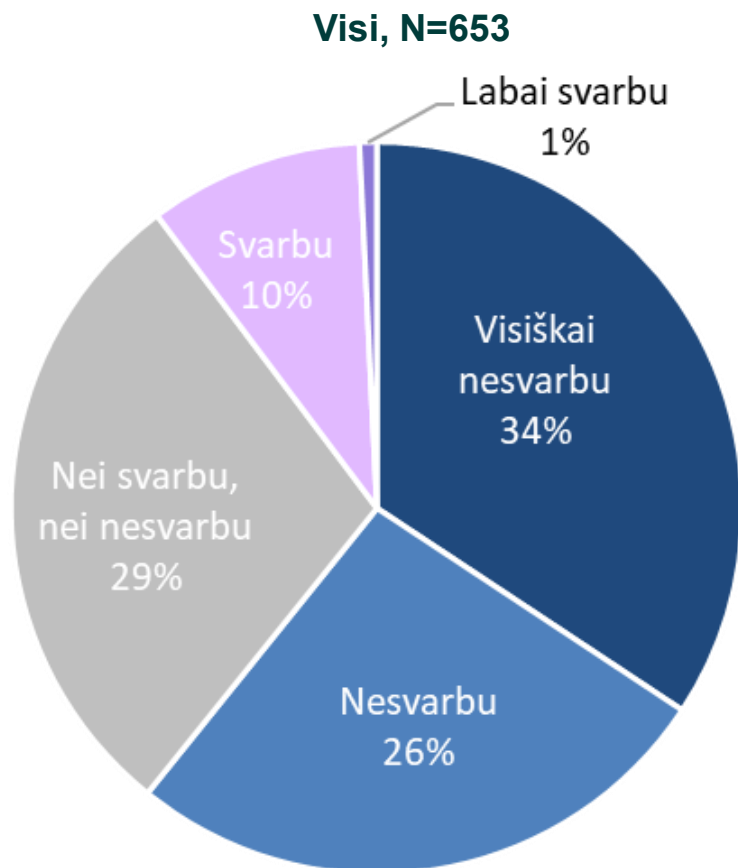
Vietinių Lietuvos turistų keliavimo įpročiai (V)

SEG2. Kai keliaujate Lietuvoje, kaip dažnai apsilankote šiose maitinimosi įstaigose?



„Fine dining“ restoranų svarba

K1. Kiek Jums svarbu keliaujant apsilankyti restoranuose, kurie siūlo „fine dining“ patirtį (pvz., „Michelin Guide“ įvertintuose restoranuose)?

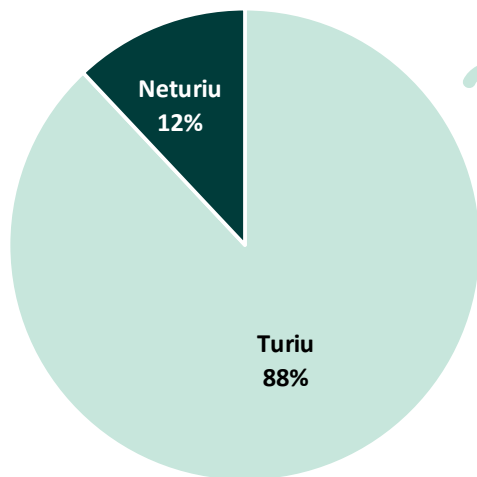


Lankymasis „Keliauk Lietuvoje“ Facebook puslapyje

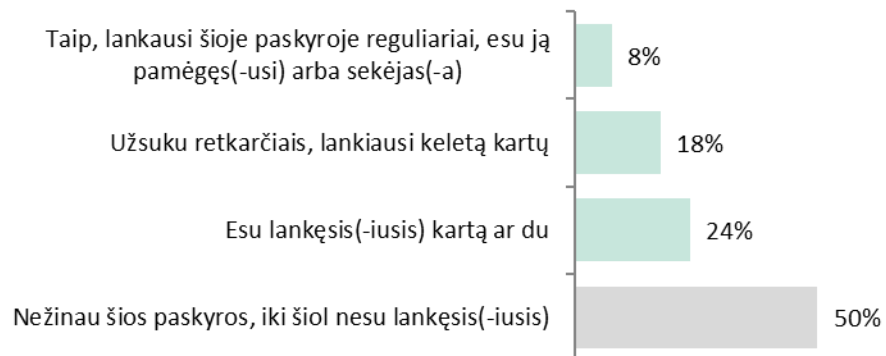
FB1. Ar naudojate Facebook – ar turite susikūrę savo paskyrą?

FB2. Ar esate lankęsi Facebook paskyroje „Keliauk Lietuvoje“?

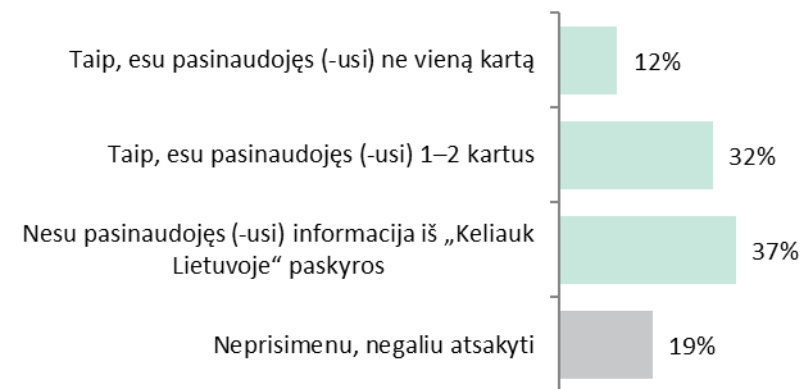
FB3. Ar esate pasinaudoję šioje paskyroje pateikiama informacija apie keliones, siūlomas aplankyti vietas planuojant savo keliones po Lietuvą?



Imtis: visi respondentai, N=1004



Imtis: turintys Facebook paskyrą, N=886



Imtis: "Keliauk Lietuvoje" Facebook paskyros lankytojai, N=439

Kokybinio tyrimo įžvalgos

Konteksto ir istorijos poreikis

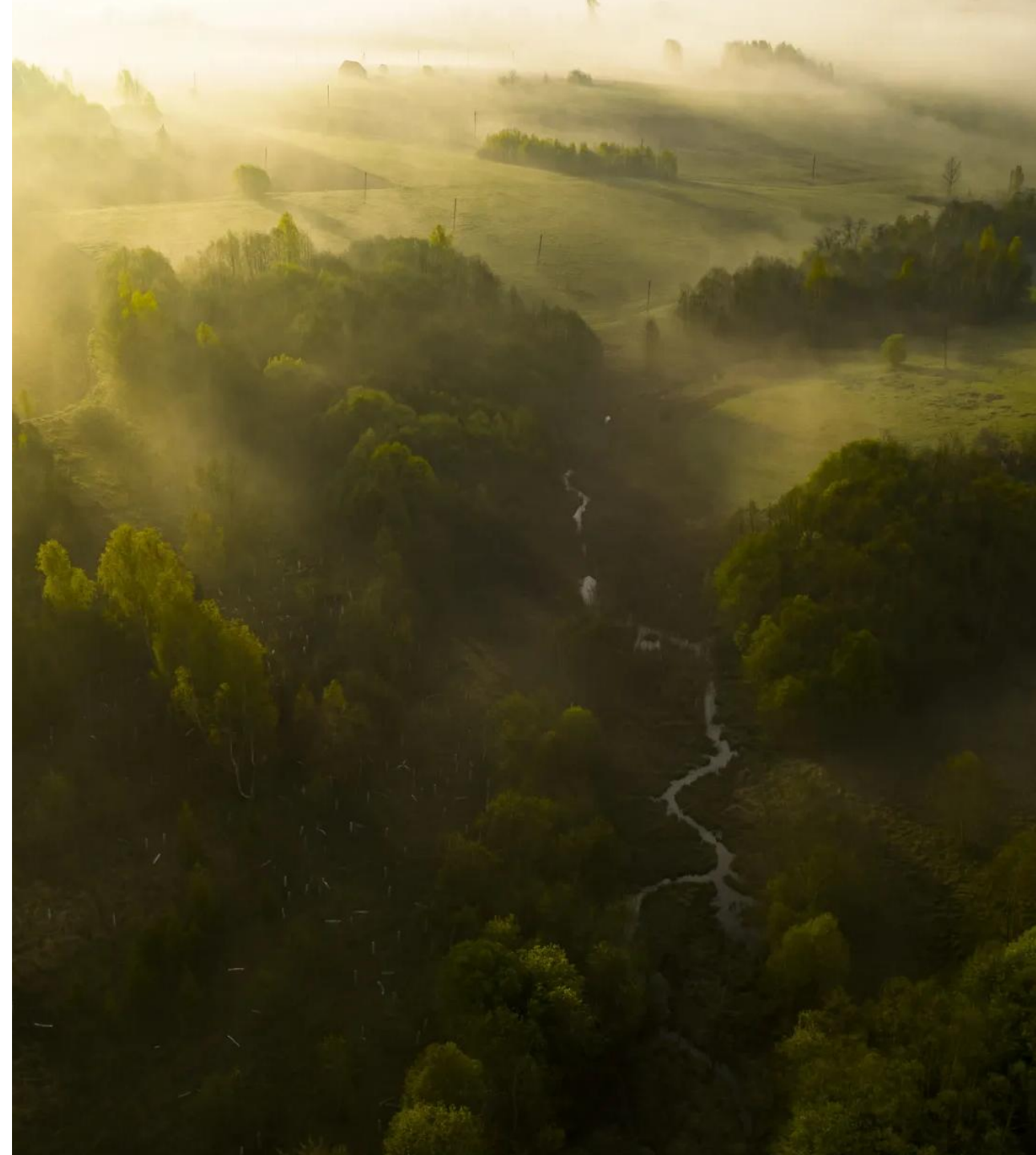
Abiejose grupėse buvo išreikštas poreikis matyti daugiau konteksto prie pasiūlymų – ne tik pavadinimą ir nuotrauką, bet ir trumpas istorijas: kuo vieta ypatinga, kodėl verta ją aplankyti ir kuriuo metu tai geriausia daryti.

Nakvynė ir logistika

Pirmoje grupėje nakvynės tema buvo minima kaip svetainės trūkumas – dalyviai tikėjosi daugiau pasirinkimų ir integruotų sprendimų. Antroje grupėje nakvynė buvo suvokiama kaip lengvai išsprendžiamas klausimas per „Booking“ ar „Airbnb“.

Bendras naudingumas

Abiejose grupėse dauguma dalyvių vertino svetainę kaip naudingą idėjų šaltinį ir gerą atspirties tašką. Tačiau taip pat buvo pastebėta, kad šiuo metu ji dar neveikia kaip pilnavertis kelionių planavimo įrankis – po pirminės apžvalgos vartotojai tikėtina papildomai ieškotų informacijos „Facebook“ grupėse, „Google“ paieškoje ar kituose specializuotuose šaltiniuose.



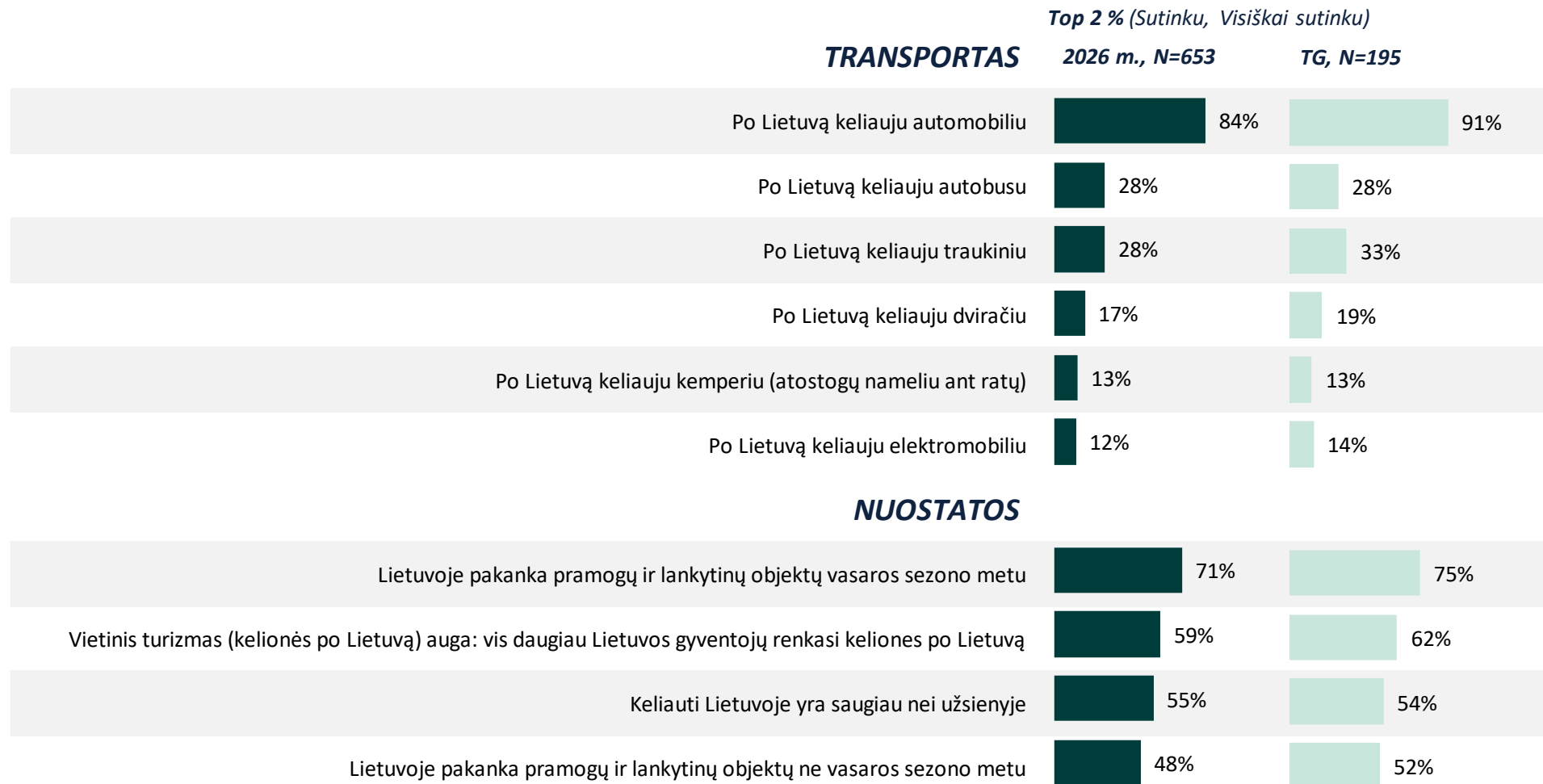
Vietinių Lietuvos turistų keliavimo įpročiai. Tikslinė grupė (I)

SEG1. Toliau pateikti teiginiai apie keliavimą. Pažymėkite, kiek Jūs sutinkate ar nesutinkate su kiekvienu iš šių teiginių, kalbant apie Jūsų keliavimo įpročius.



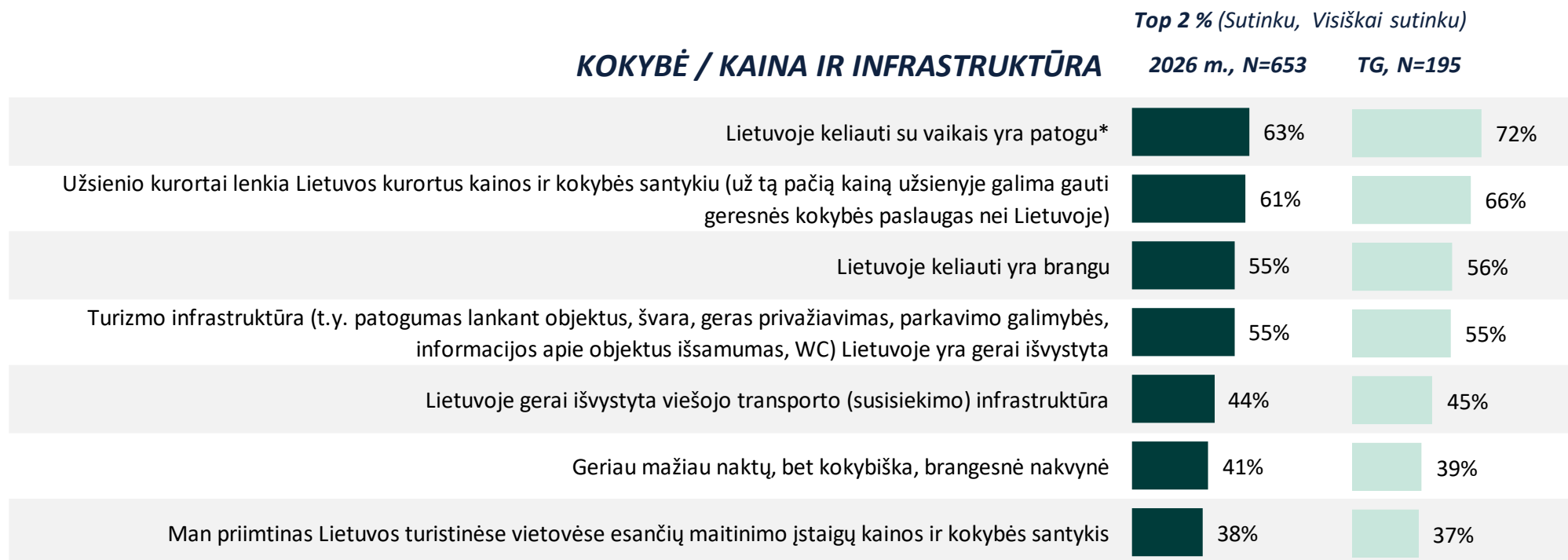
Vietinių Lietuvos turistų keliavimo įpročiai. Tikslinė grupė (II)

SEG1. Toliau pateikti teiginiai apie keliavimą. Pažymėkite, kiek Jūs sutinkate ar nesutinkate su kiekvienu iš šių teiginių, kalbant apie Jūsų keliavimo įpročius.



Vietinių Lietuvos turistų keliavimo įpročiai. Tikslinė grupė (III)

SEG1. Toliau pateikti teiginiai apie keliavimą po Lietuvą. Pažymėkite, kiek Jūs sutinkate ar nesutinkate su kiekvienu iš šių teiginių apie Jūsų keliavimo po Lietuvą patirtį



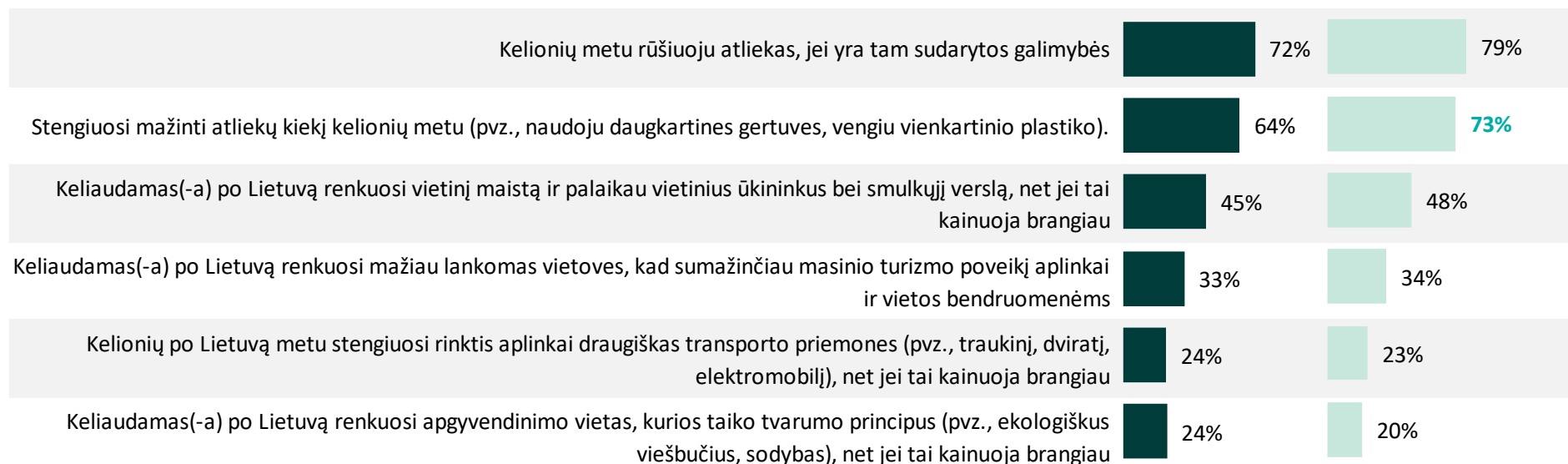
*Teiginys užduotas tik turintiems vaikų (2026 m. N=182)

Vietinių Lietuvos turistų keliavimo įpročiai. Tikslinė grupė (IV)

SEG1. Toliau pateikti teiginiai apie keliavimą po Lietuvą. Pažymėkite, kiek Jūs sutinkate ar nesutinkate su kiekvienu iš šių teiginių apie Jūsų keliavimo po Lietuvą patirtį

Top 2 % (Sutinku, Visiškai sutinku)

TVARUMAS 2026 m., N=653 TG, N=195



73% – reikšmė statistiškai reikšmingai didesnė nei bendras imties vidurkis

4. Priedai

4.1. Socialinės – demografinės respondentų charakteristikos

Kiekybinio tyrimo rezultatai

Socialinės – demografinės respondentų charakteristikos

N=1004

Lytis

Vyras	475	47%
Moteris	529	53%

Amžius

18–25	120	12%
26–35	187	19%
36–45	174	17%
46–55	195	19%
56–74	328	33%

Apskritis

Alytaus apskr.	50	5%
Kauno apskr.	205	20%
Klaipėdos apskr.	112	11%
Marijampolės apskr.	45	4%
Panevėžio apskr.	84	8%
Šiaulių apskr.	98	10%
Tauragės apskr.	32	3%
Telšių apskr.	50	5%
Utenos apskr.	48	5%
Vilniaus apskr.	280	28%

Gyvenamosios vietovės tipas

Didieji miestai (Vilnius, Kaunas, Klaipėda, Šiauliai, Panevėžys)	525	52%
Kiti miestai, rajono centrai	321	32%
Miesteliai, kaimo vietovės	158	16%

Išsimokslinimas

Pagrindinis / Vidurinis	143	14%
Profesinis / Aukštesnysis	344	34%
Aukštasis	517	51%

Namų ūkio dydis

1 asmuo	194	19%
2 asmenys	412	41%
3 asmenys	205	20%
4 ir daugiau asmenų	138	14%
5 ir daugiau	54	5%
Nenurodė	1	0,1%

N=1004

Namų ūkis turi automobilį

Taip	856	85%
Ne	148	15%

Užimtumas

Dirbu pilną darbo dieną (daugiau nei 30 val per savaitę)	655	65%
Dirbu nepilną darbo dieną (mažiau nei 30 val per savaitę)	69	7%
Bedarbis (-ė), ieškau darbo	66	7%
Studijuju / mokausi	54	5%
Dirbu namų ruošos darbus	31	3%
Senjoras (-ė) (išėjęs į pensiją)	122	12%
Neįgalus asmuo / turiu nedarbingumo pažymą	50	5%
Kita	6	1%

Pajamos vienam n.ū. nariui per mėn.

Iki 500 eur	75	7%
501-700 eur	110	11%
701-1000 eur	177	18%
1000 eur ir daugiau	493	49%
Nenoriui nurodyti	149	15%

Vaikai šeimoje

Turi iki 7 metų	85	8%
Turi 7–12 metų	105	10%
Turi 13–17 metų	110	11%
Neturi vaikų iki 18 metų	772	77%

Planuoja keliones

Dažniausiai aš	592	59%
Dažniausiai sutuoktinis / partneris, kitas šeimos narys	111	11%
Abu / visi vienodai	301	30%

Keliavo Lietuvoje per 12 mėn.

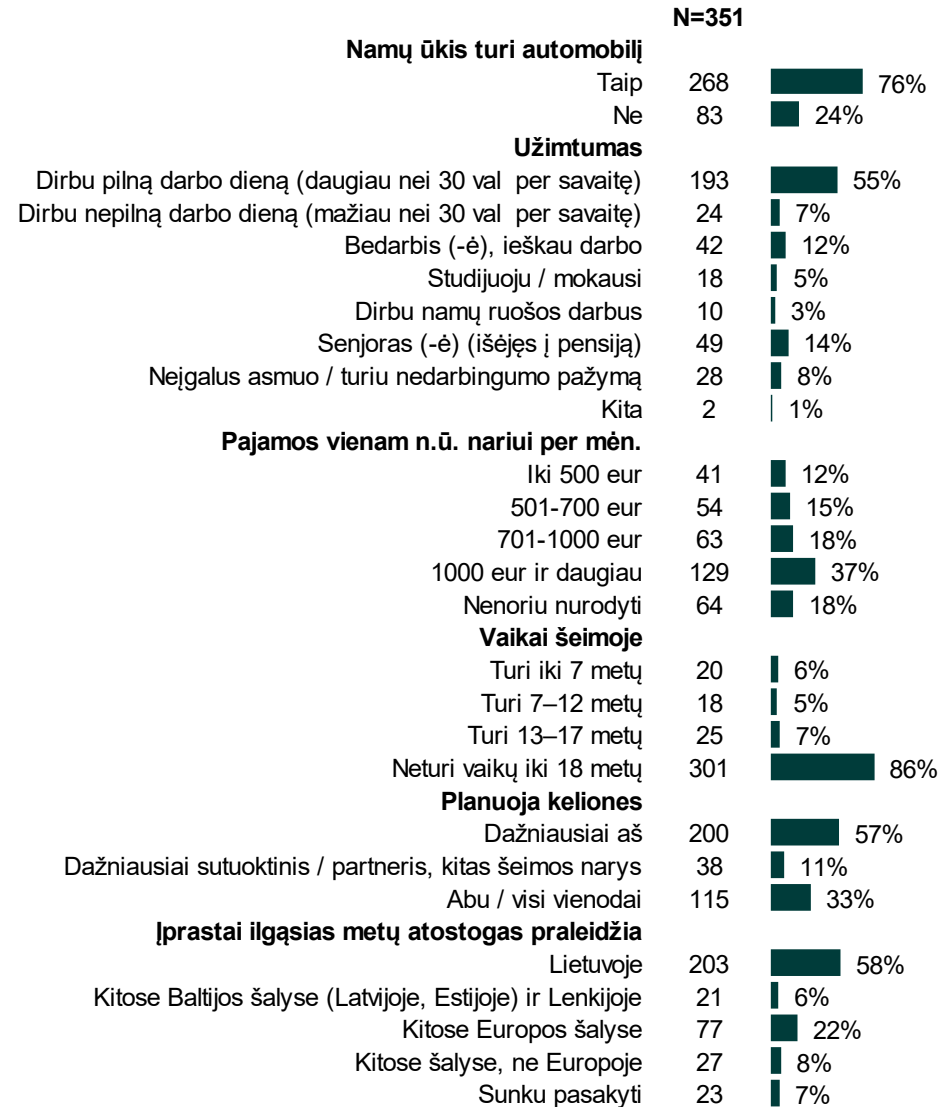
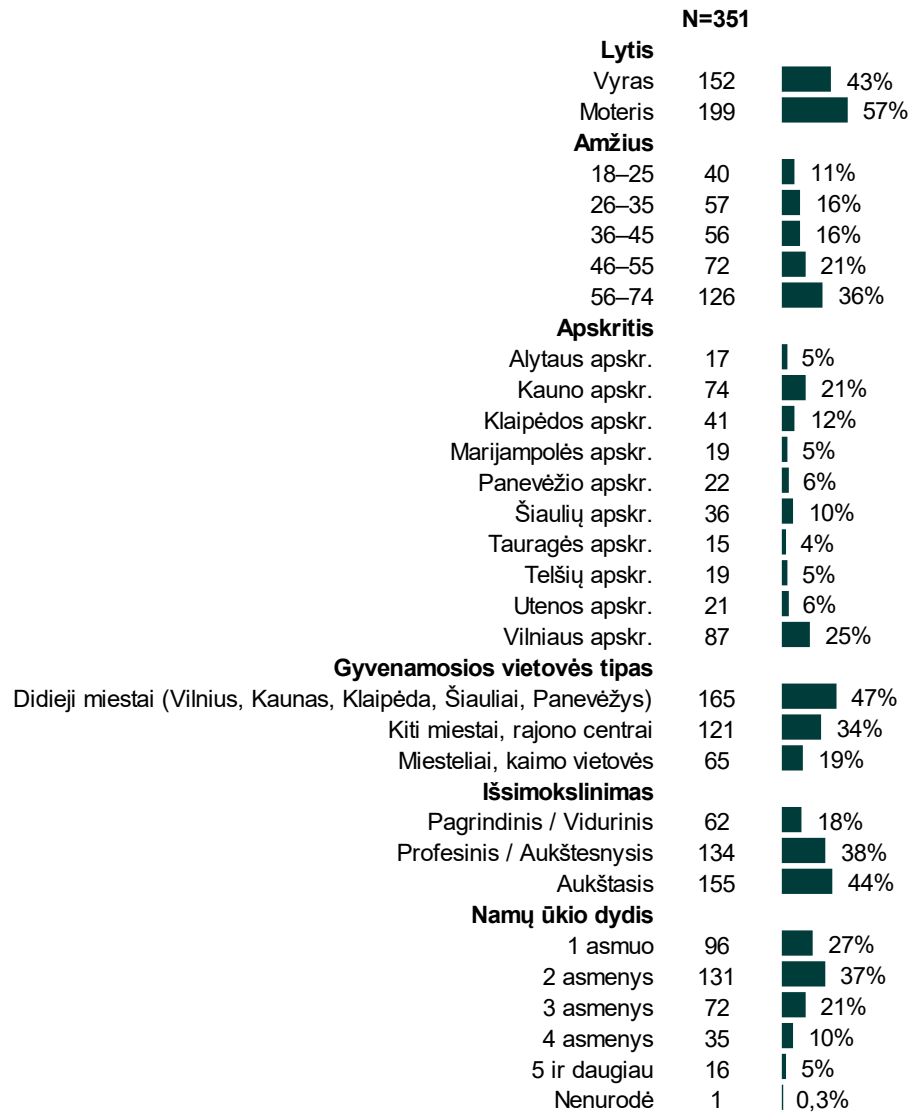
Taip	653	65%
Ne	351	35%

Įprastai ilgąsias metų atostogas praleidžia

Lietuvoje	581	58%
Kitose Baltijos šalyse (Latvijoje, Estijoje) ir Lenkijoje	62	6%
Kitose Europos šalyse	236	24%
Kitose šalyse, ne Europoje	79	8%
Sunku pasakyti	46	5%

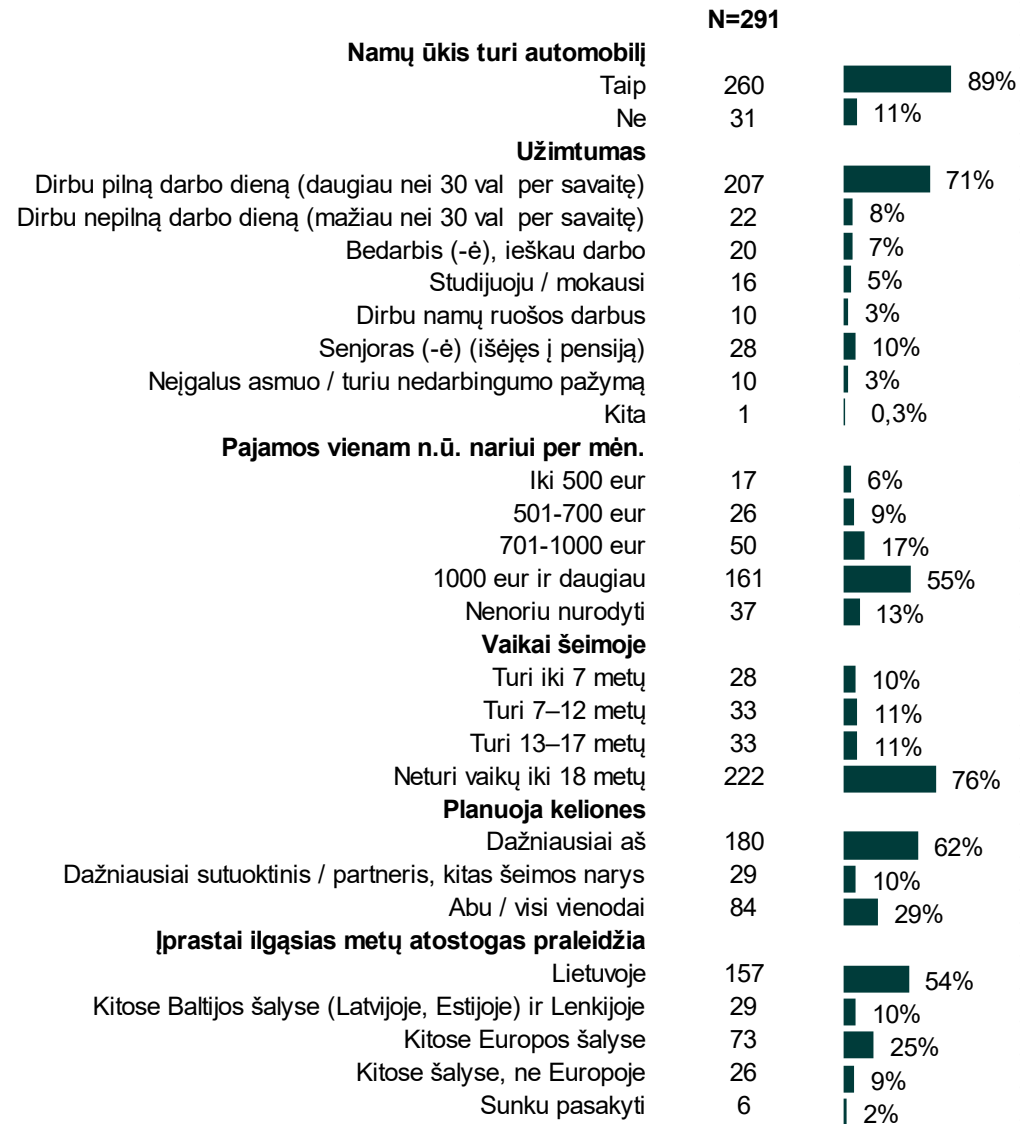
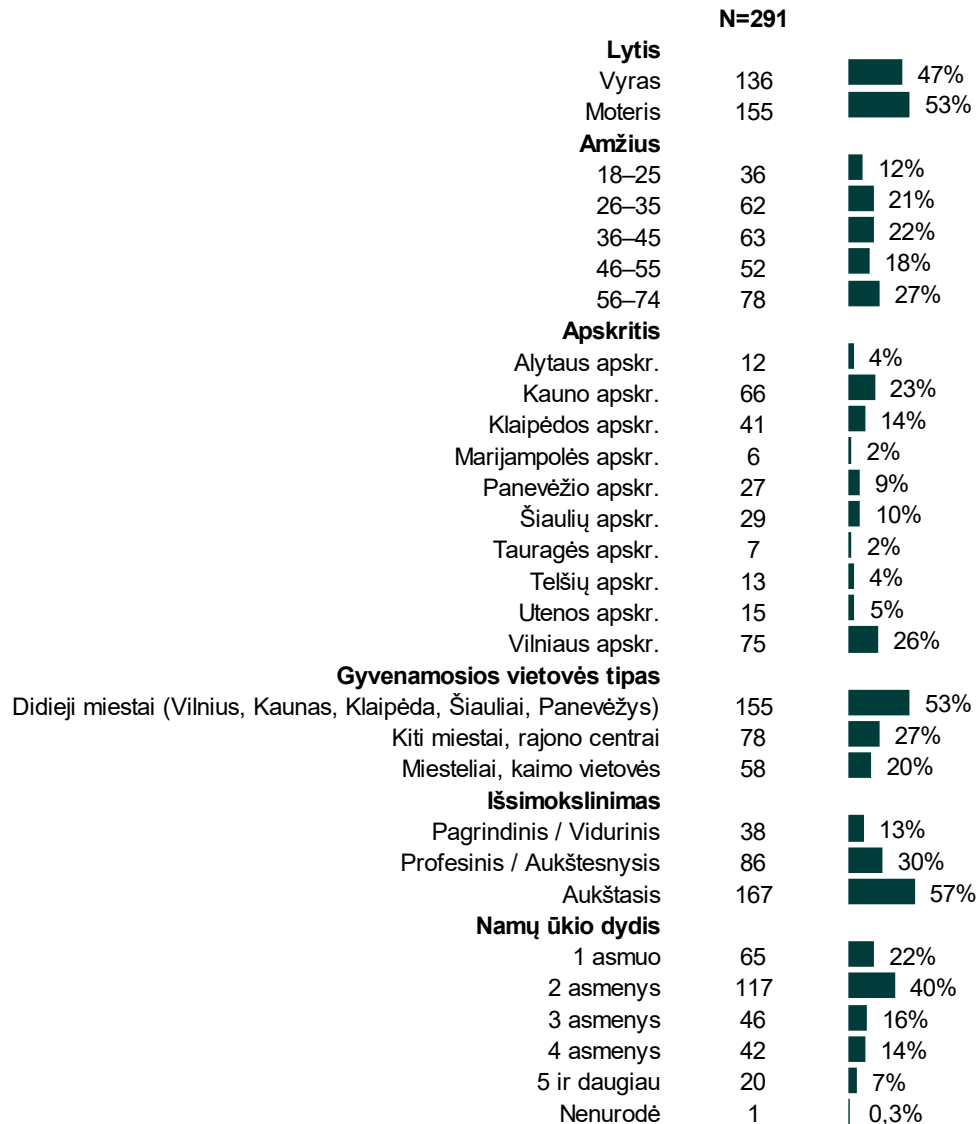
Socialinės – demografinės respondentų charakteristikos

Nekeliavę su nakvyne Lietuvoje



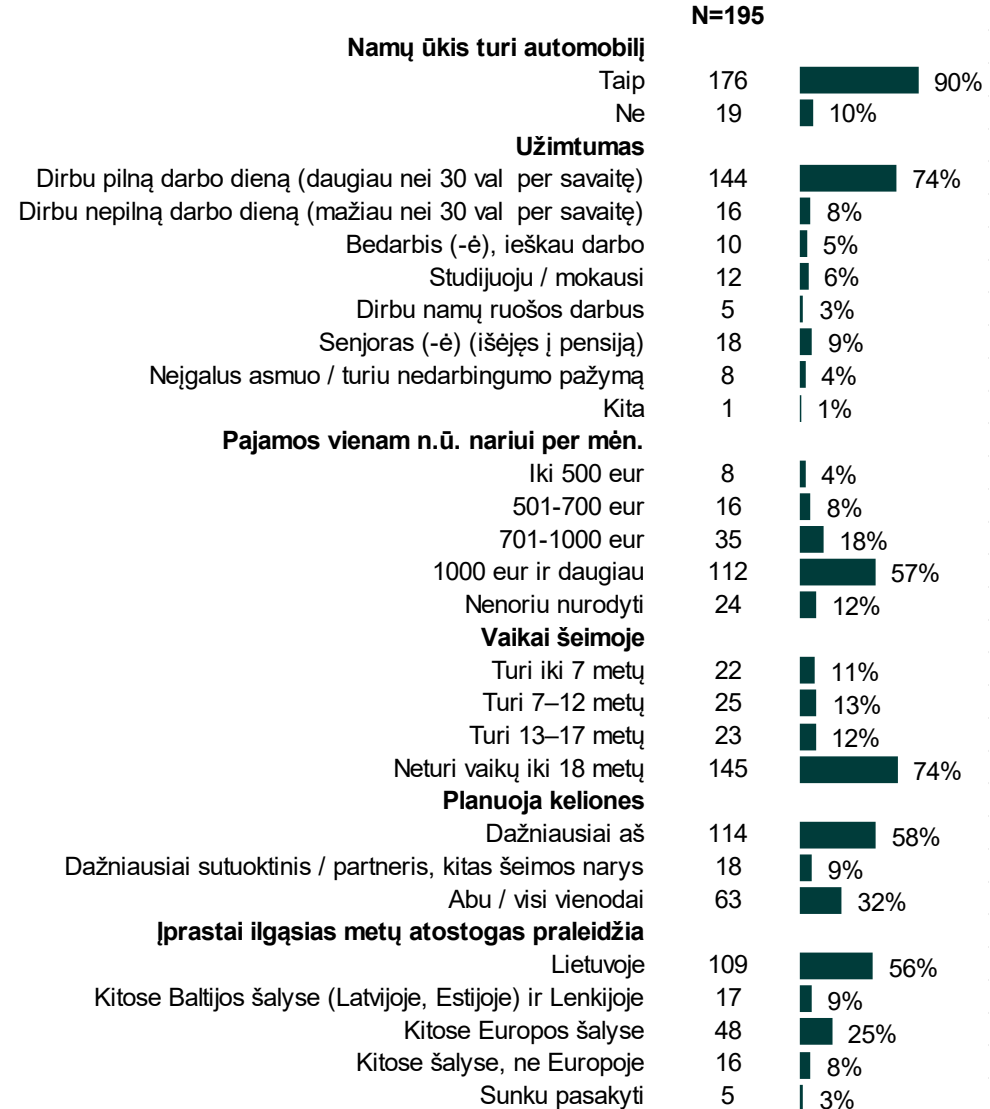
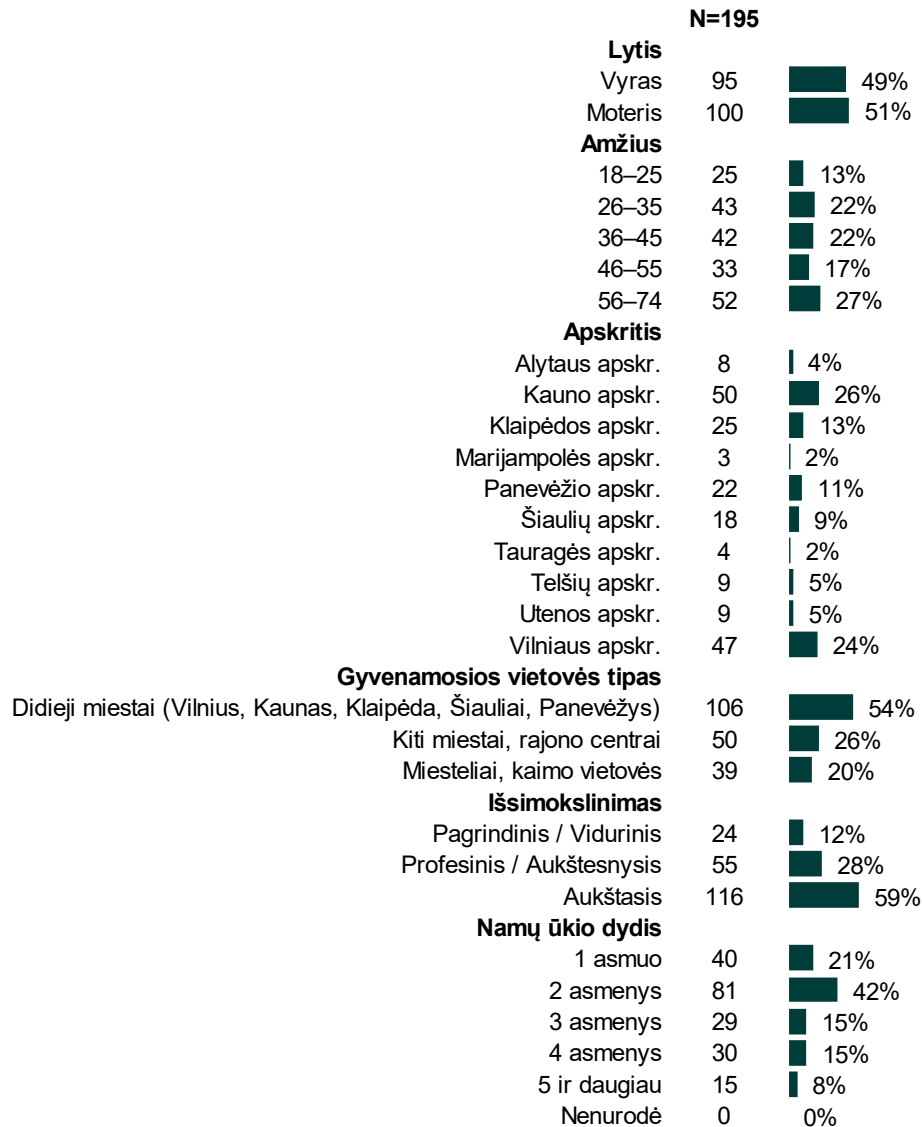
Socialinės – demografinės respondentų charakteristikos

Tikslinė grupė



Socialinės – demografinės respondentų charakteristikos

Tikslinė grupė, per 12 mėn. vykę į kelionę su nakvyne Lietuvoje



4.2. Duomenų statistinė paklaida

Kiekybinis tyrimas

Duomenų statistinė paklaida

Atsakymų pasiskirstymas ⇒	50/50	45/55	40/60	35/65	30/70	25/75	20/80	15/85	10/90	5/95
Atrankos dydis ↓										
100	9,8	9,8	9,6	9,3	9,0	8,5	7,8	7,0	5,9	4,3
300	5,7	5,6	5,5	5,4	5,2	4,9	4,5	4	3,4	2,5
500	4,4	4,4	4,3	4,2	4,0	3,8	3,5	3,1	2,6	1,9
800	3,5	3,4	3,4	3,3	3,2	3,0	2,8	2,5	2,1	1,5
900	3,3	3,2	3,2	3,1	3,0	2,8	2,6	2,3	2,0	1,4
1000	3,1	3,1	3,0	3,0	2,8	2,7	2,5	2,2	1,9	1,4

Vertinant rezultatus, būtina kreipti dėmesį į statistinę paklaidą. Ji atsiranda dėl to, kad yra daroma respondentų atranka, o ne vykdoma ištininė apklausa. Ši paklaida yra apskaičiuojama matematiškai.

Lentelėje yra pateikiamos paklaidos, esant įvairiam respondentų skaičiui bei atsakymų pasiskirstymui.

Tarkime, kad 1020 respondentų atsakė į klausimą „**Ar per praėjusius 12 mėnesių vyko į kelionę su bent viena nakvyne Lietuvoje?**“, 69 % jų pasakė „Taip“. Tai reiškia, kad su 95 % tikimybe galime teigti, jog tikroji atsakymo reikšmė yra intervale 66 % - 72 %.

4.3. FGD dalyvių charakteristikos

FGD dalyvių charakteristikos (I)

I FGD: 18-55 m. dalyviai, regioniniai keliautojai

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Lytis	Vyras	Moteris	Vyras	Vyras	Moteris	Moteris	Moteris	Vyras	Moteris
Amžius	55	34	41	45	51	40	35	22	28
Miestas	Vilnius	Tauragė	Molėtai	Klaipėda	Panevėžys	Kaunas	Vilnius	Panevėžys	Kaunas
Užsienio keliones per pask. 2 metus	Uzbekistanas, Italija, Lenkija	Lenkija, Turkija, Latvija	Egiptas, Tunisas, Latvija	Norvegija, Italija, Ispanija	Egiptas, Prancūzija, Švedija	Egiptas, Sakartvelas, Filipinai	Lenkija, Egiptas, JK	Lenkija, Latvija, Turkija	Portugalija, Lenkija (Varšuva)
Žmonių namų ūkyje	3	5	2	1	3	2	3	2	2
Vaikų iki 18	Taip	Taip	Ne	Ne	Taip	Ne	Taip	Ne	Ne
Užsiėmimas	Vadovas	Specialistas	Specialistas	Pats sau darbdavys, verslininkas, ūkininkas	Specialistas	Pats sau darbdavys, verslininkas, ūkininkas	Specialistas	Darbininkas	Specialistas
Išsilavinimas	Aukštasis	Aukštasis	Aukštasis	Pradinis arba pagrindinis	Aukštasis	Aukštasis	Profesinis / Aukštesnysis	Aukštasis	Aukštasis
Pajamos vienam šeimos nariui	1001 – 1500 EUR	650 – 1000 EUR	650 – 1000 EUR	1001 – 1500 EUR	1001 – 1500 EUR	1500+ EUR	650 – 1000 EUR	1001 – 1500 EUR	1001 – 1500 EUR

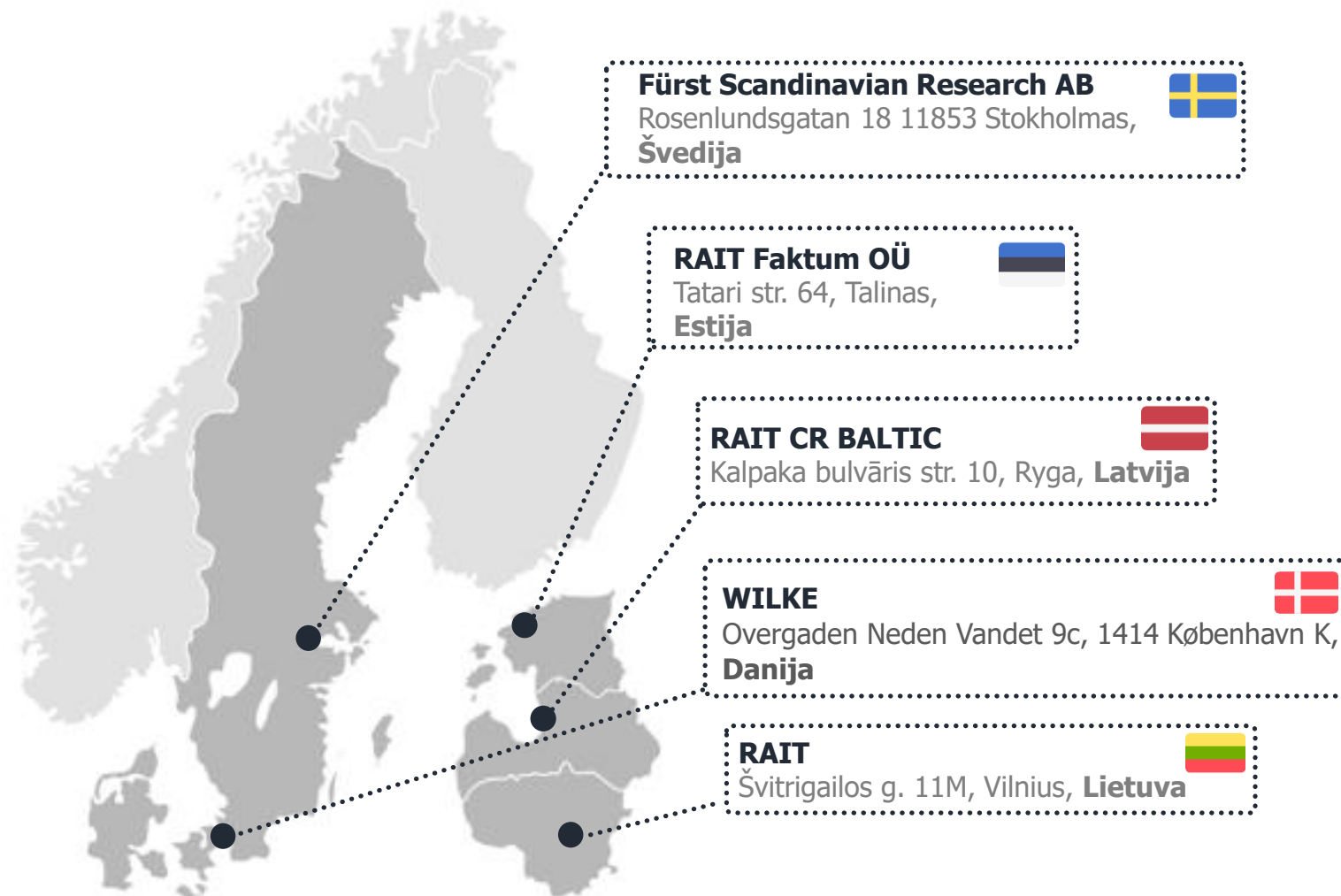
FGD dalyvių charakteristikos (II)

II FGD: 18-55 m. dalyviai, neregioniniai keliautojai

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Lytis	Vyras	Moteris	Moteris	Moteris	Vyras	Moteris	Vyras	Vyras	Moteris
Amžius	47	48	39	28	42	30	54	18	19
Miestas	Vilnius	Raseiniai	Kaunas	Vilnius	Klaipėda	Naujoji Akmenė	Šakiai	Kaunas	Radviliškis
Užsienio keliones per pask. 2 metus	Danija, Švedija, Italija	Italija, Lenkija, Estija	Lenkija, Graikija	Italija, Ispanija, Malta	Airija, Nyderlandai, Kroatija	Turkija, Graikija, Latvija	Nebuvo	Latvija	Latvija, Švedija
Žmonių namų ūkyje	1	4	3	1	4	2	2	5	2
Vaikų iki 18	Taip	Taip	Taip	Ne	Taip	Taip	Ne	Taip	Ne
Užsiėmimas	Vadovas	Specialistas	Namų šeimininkė/-as, nėštumo ir gimdymo/vaiko priežiūros atostogose	Specialistas	Pats sau darbdavys, verslininkas, ūkininkas	Mokinys, studentas	Specialistas	Mokinys, studentas	Mokinys, studentas
Išsilavinimas	Aukštasis	Aukštasis	Aukštasis	Aukštasis	Aukštasis	Aukštasis	Aukštasis	Vidurinis	Pradinis arba pagrindinis
Pajamos vienam šeimos nariui	1500+ EUR	1001 – 1500 EUR	Sunku pasakyti	1500+ EUR	1500+ EUR	Sunku pasakyti	Iki 650 EUR	650 – 1000 EUR	Sunku pasakyti



SUSISIEKITE SU MUMIS



RAIT GROUP

Vienintelė nepriklausoma rinkos tyrimų kompanija veikianti visose Baltijos šalyse, Švedijoje ir Danijoje, teikianti pilno paslaugų paketo tyrimus.

Ataskaitą parengė:

Inga Laurinaitienė
Vyresnioji tyrimų ir žvalgų vadovė



inga.laurinaitiene@raitgroup.com



+370 672 25681



www.raitgroup.com