

Kelionių pasaulis keičiasi: ką renkasi šiandieniniai turistai?

Kelionių pasaulis keičiasi



Europos keliautojai pavargę nuo perpildytų kurortų – ieško autentiškumo ir tylos.



Kelionės tampa būdu atgauti balansą, pabėgti nuo minios, atrasti save.

Svarbiausi kelionių pasirinkimo kriterijai bus:



Malonūs ir stabilūs orai

15 proc.

Saugumas

19 proc.

Nėra masinių turistų
srautų

11 proc.

▲
4%*

Draugiški ir svetingi
vietiniai

12 proc.

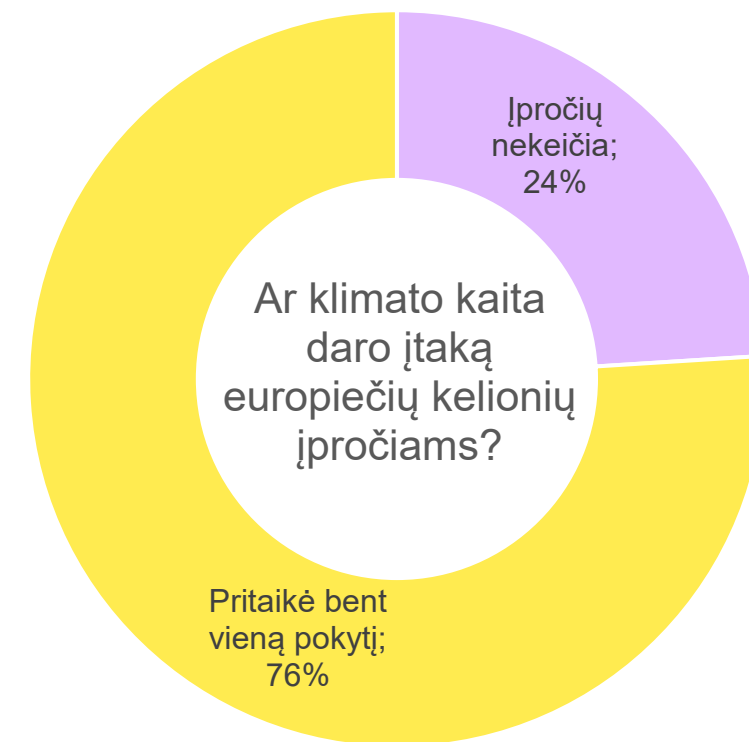
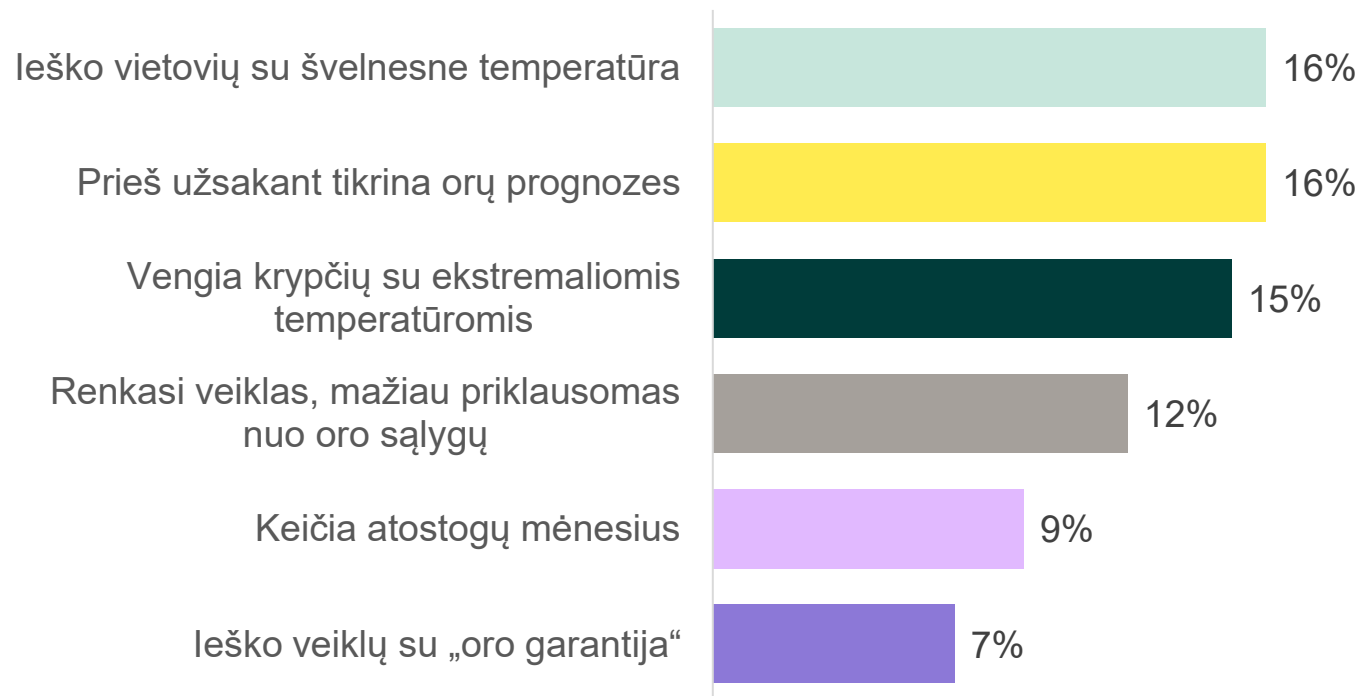
▲
3%*

*Statistiškai reikšmingas skirtumas, palyginti su praėjusiais metais (2024 m. gegužės mėn.)
Respondentų skaičius: 4,635

Kelionės klimato kaitos laikotarpiu

Trys iš keturių europiečių dėl klimato krizės koreguoja savo kelionių planus

Dažniausi kelionių įpročių pokyčiai dėl klimato kaitos



Q22. Kaip besikeičiantis klimatas (liūtys, karščio bangos, miškų gaisrai, sniego trūkumas ir kt.) veikia jūsų kelionių įpročius?

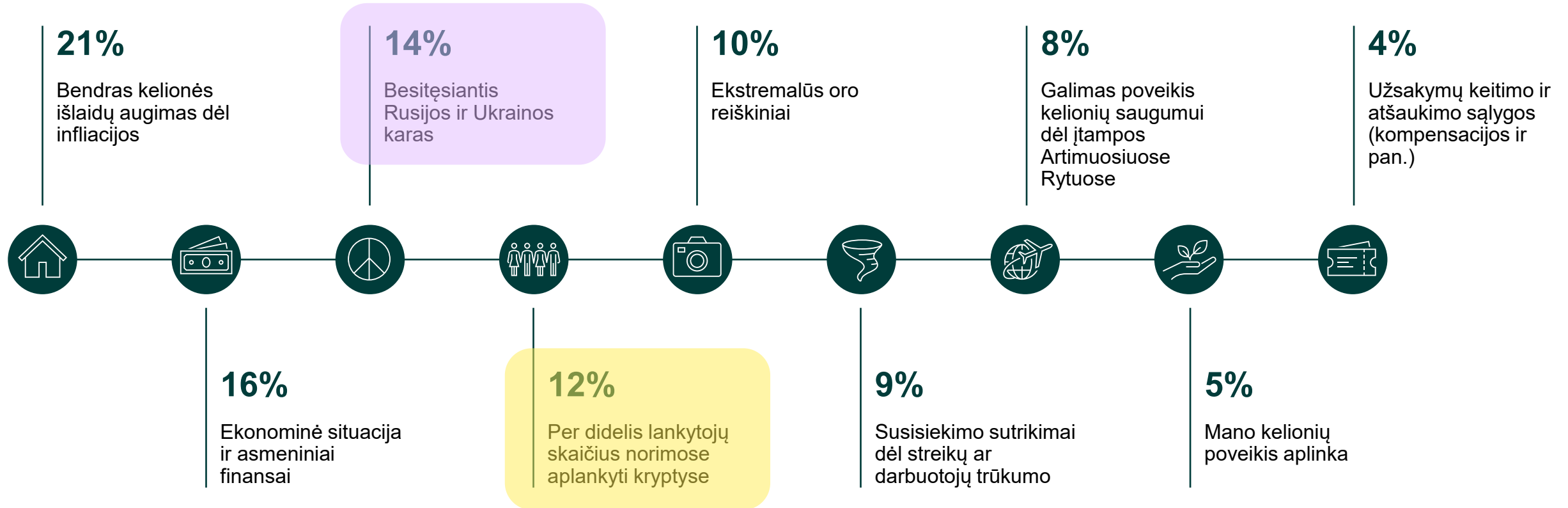
„Kelionių Europos viduje nuotaikų stebėseną“, 2025 m. ruduo ir 2026 m. žiema, Europos kelionių komisija

79% 18–24 m. europiečių jau pakoregavo savo kelionių elgseną reaguodami į klimato kaitą, palyginti su 61% vyresnių nei 55 m. respondentų.

Respondentų skaičius: 5 963

Dėl ko nerimauja europiečiai keliaudami?

Finansai išlieka pagrindiniu europiečių kelionių rūpesčiu, po jų seka geopolitinė įtampa ir perpildytos kryptys



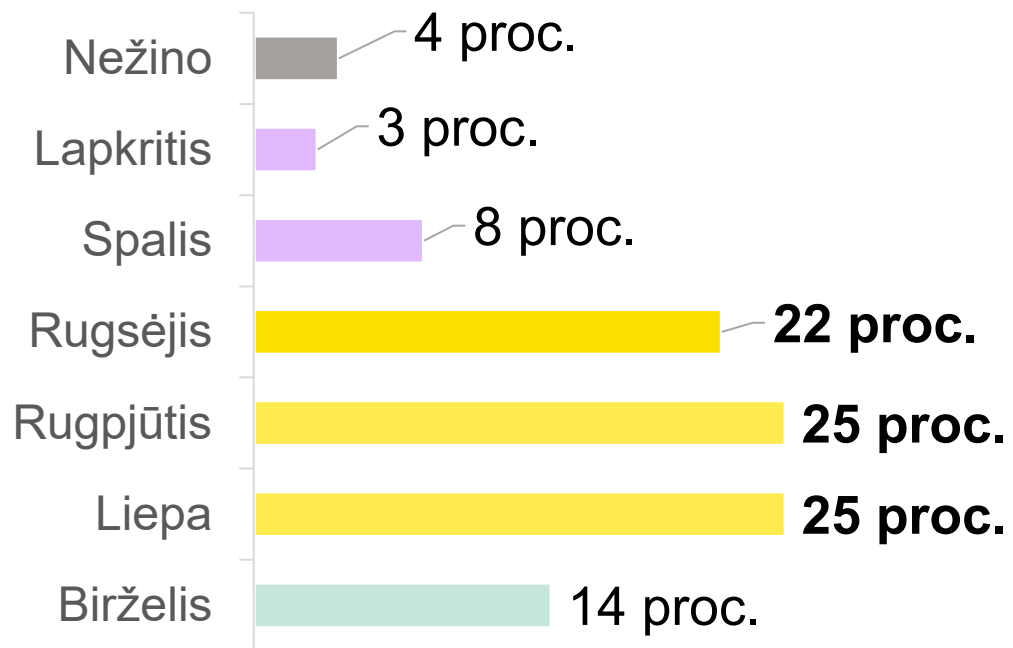
Q2. Kas šiuo metu jums kelia didžiausią susirūpinimą keliaujant Europoje?

„Kelionių Europos viduje nuotaikų stebėseną“, 2025 m. rudenį ir 2026 m. žiemą, Europos kelionių komisija

Respondentų skaičius: 5 963

Vis daugiau europiečių renkasi vasaros atostogas **rugpjūtį** ar **rugsėjį**, o ne birželį ar liepą

Kada europiečiai keliaus vėl?



Q9. Kada labiausiai tikėtina, kad leisitės į kitą kelionę savo šalyje ar Europoje?

*Statistiškai reikšmingas skirtumas, palyginti su praėjusiais metais (2024 m. gegužės mėn.)



Europiečiai vasarą dažniausiai renkasi poilsį prie jūros, bet susidomėjimas gamtos bei aktyvaus poilsio kelionėmis auga



Q16 Kokio tipo poilsinę kelionę Europoje greičiausiai planuosite artimiausiu metu?
*Statistiškai reikšmingas skirtumas, palyginti su praėjusiais metais (2024 m. gegužės mėn.)

Respondentų skaičius: 4,635



Lietuvos kryptis 2026 – *quiet luxury*



Autentiškumas, tyla, švarios ir žmonių neperpildytos vietos.



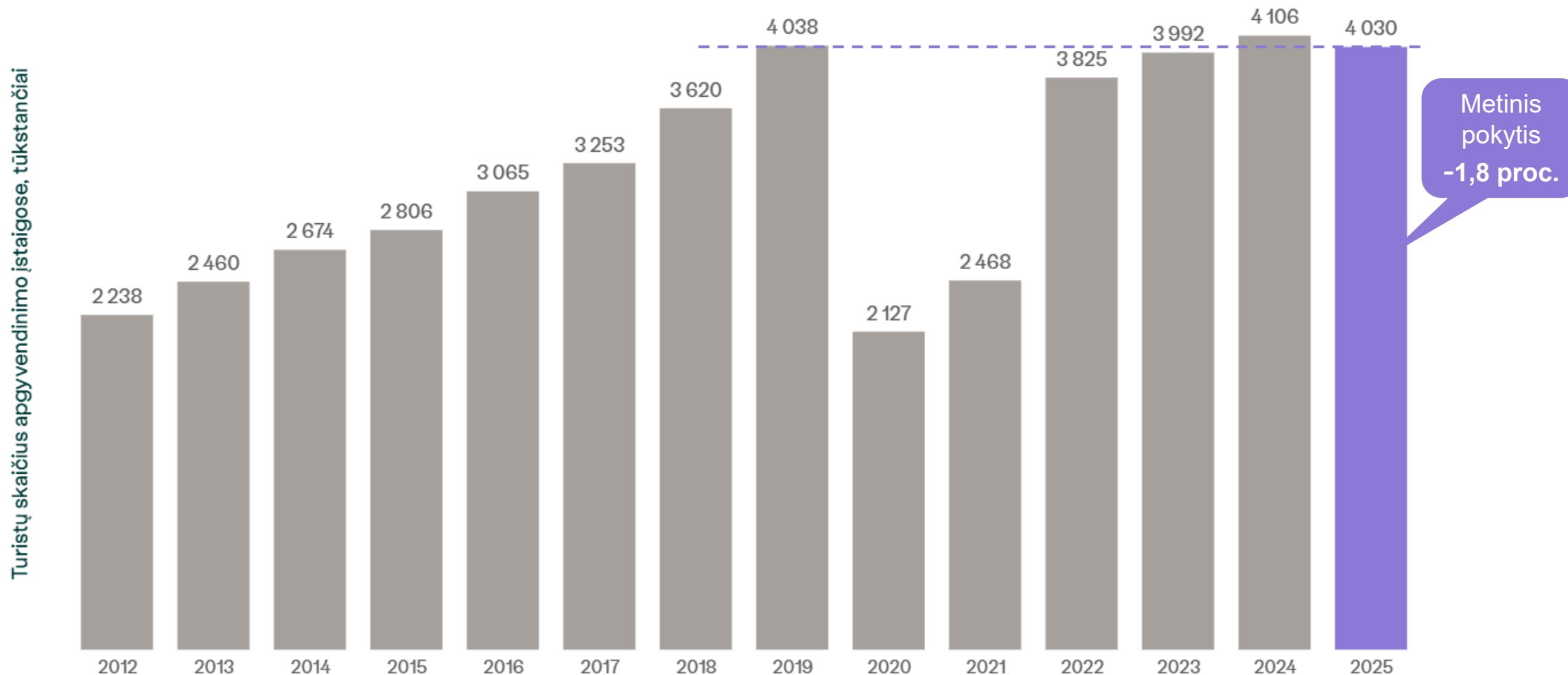
Išskirtinumas, privatumas ir erdvės pojūtis.



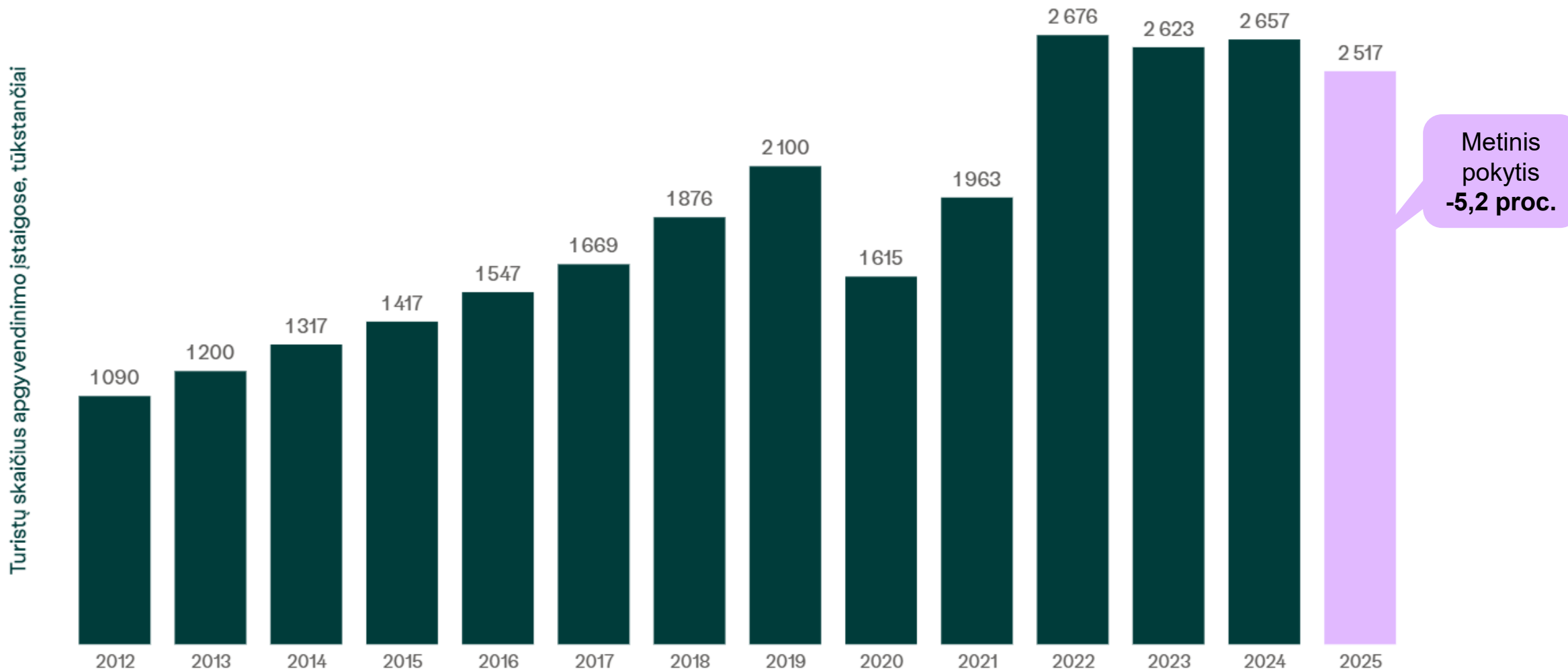
Saugumas, ramybė, patirtys.

O kokie pokyčiai Lietuvoje?

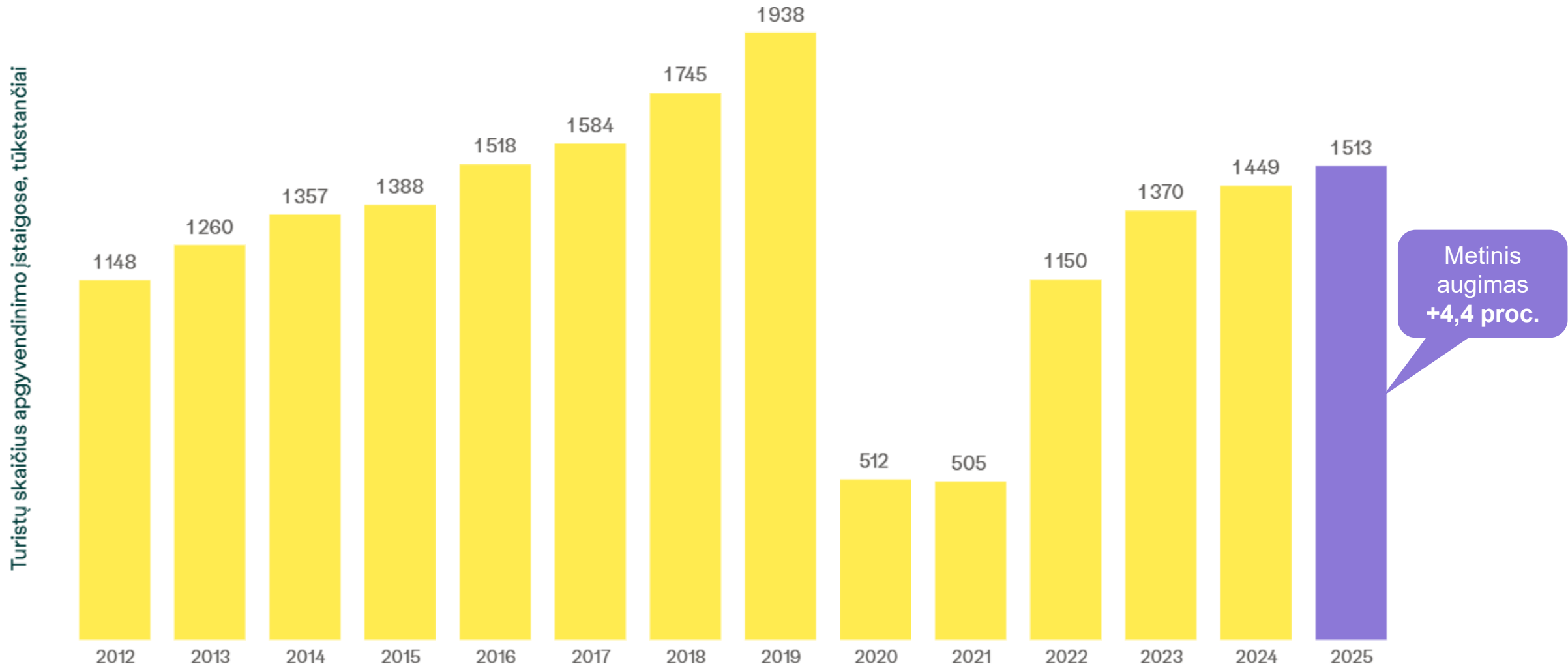
Bendras turistų skaičius pernai mažėjo beveik 2 proc. ir beveik siekė 2019 metus



Vietinių turistų skaičius mažėjo 5,2 proc.



Užsienio turistų skaičius paaugo 4,4 proc.



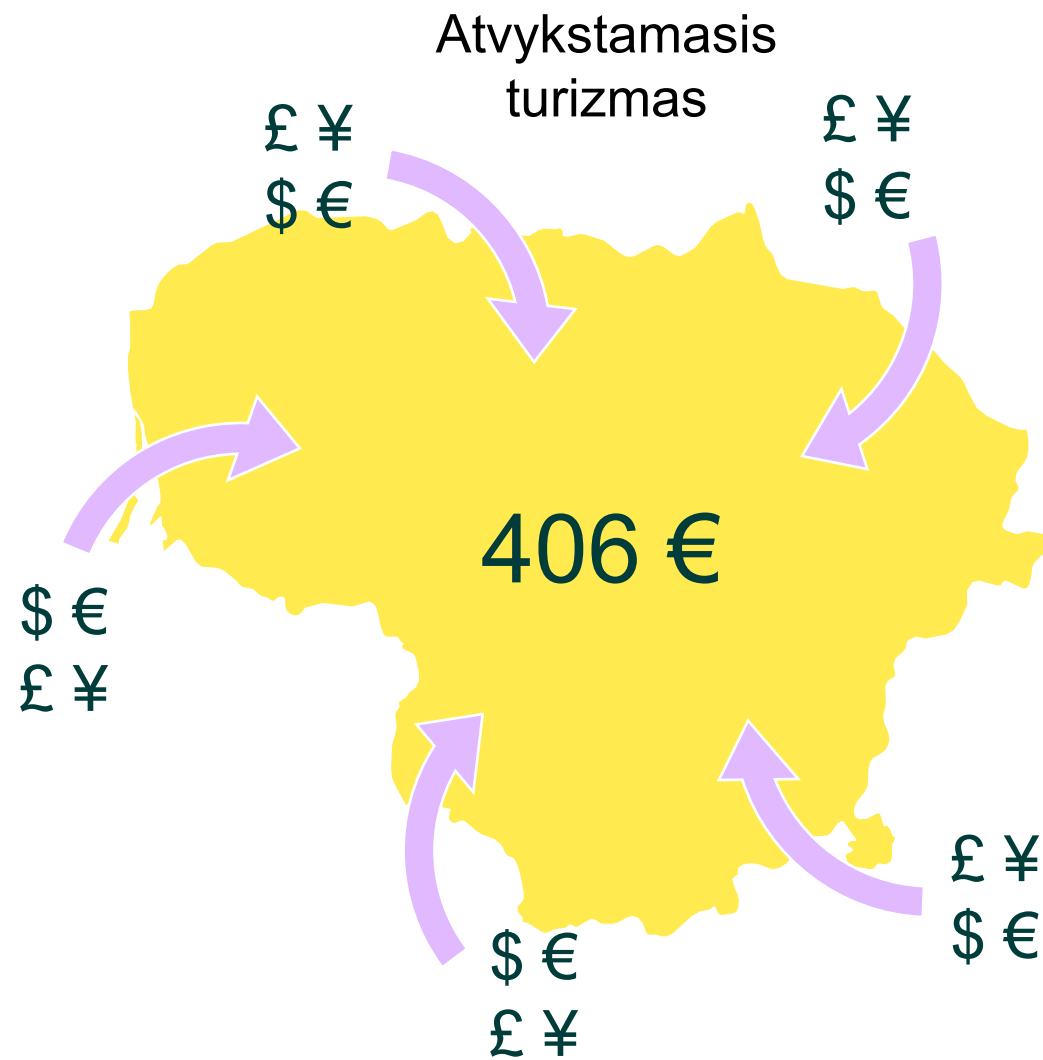
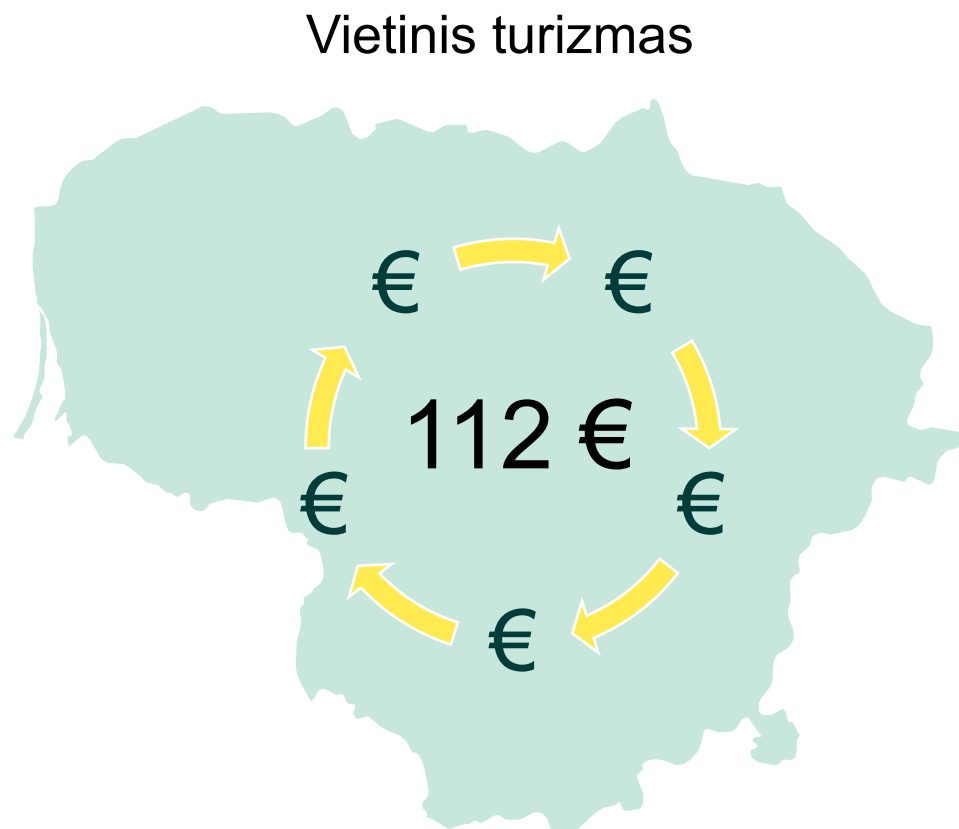
Tikslinės atvykstamojo turizmo rinkos

Tikslinės potencialios rinkos			Kaimyninės rinkos	Tolimosios rinkos
B2B+B2C padidinto intensyvumo veiklos	B2B+B2C žemesnio intensyvumo veiklos		B2C veiklos	B2B veiklos
Vokietija (DACH)	Italija	Suomija	Latvija	JAV
Lenkija	Prancūzija		Estija	Japonija
Jungtinė Karalystė	Ispanija	Švedija*		Pietų Korėja**
Izraelis	Nyderlandai	Norvegija*		Taivanas**
	Belgija	Danija*		Singapūras

* rinkos, su kuriomis nebuvo dirbama dėl biudžeto ir žmogiškųjų išteklių stokos

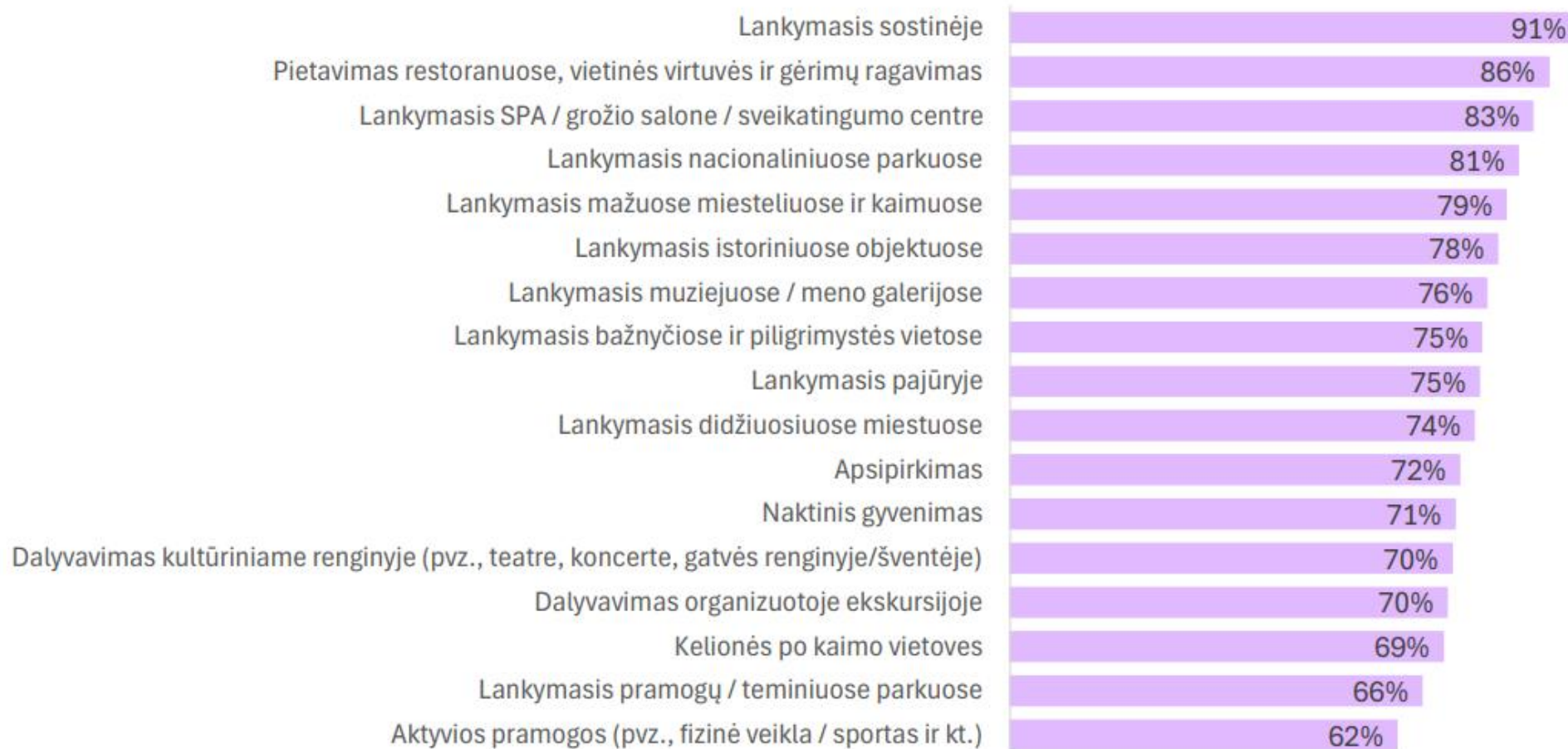
** rinkos, kuriomis siekiama pakeisti Kiniją

Užsienio turistų kelionės išlaidos – beveik 4 kartus didesnės



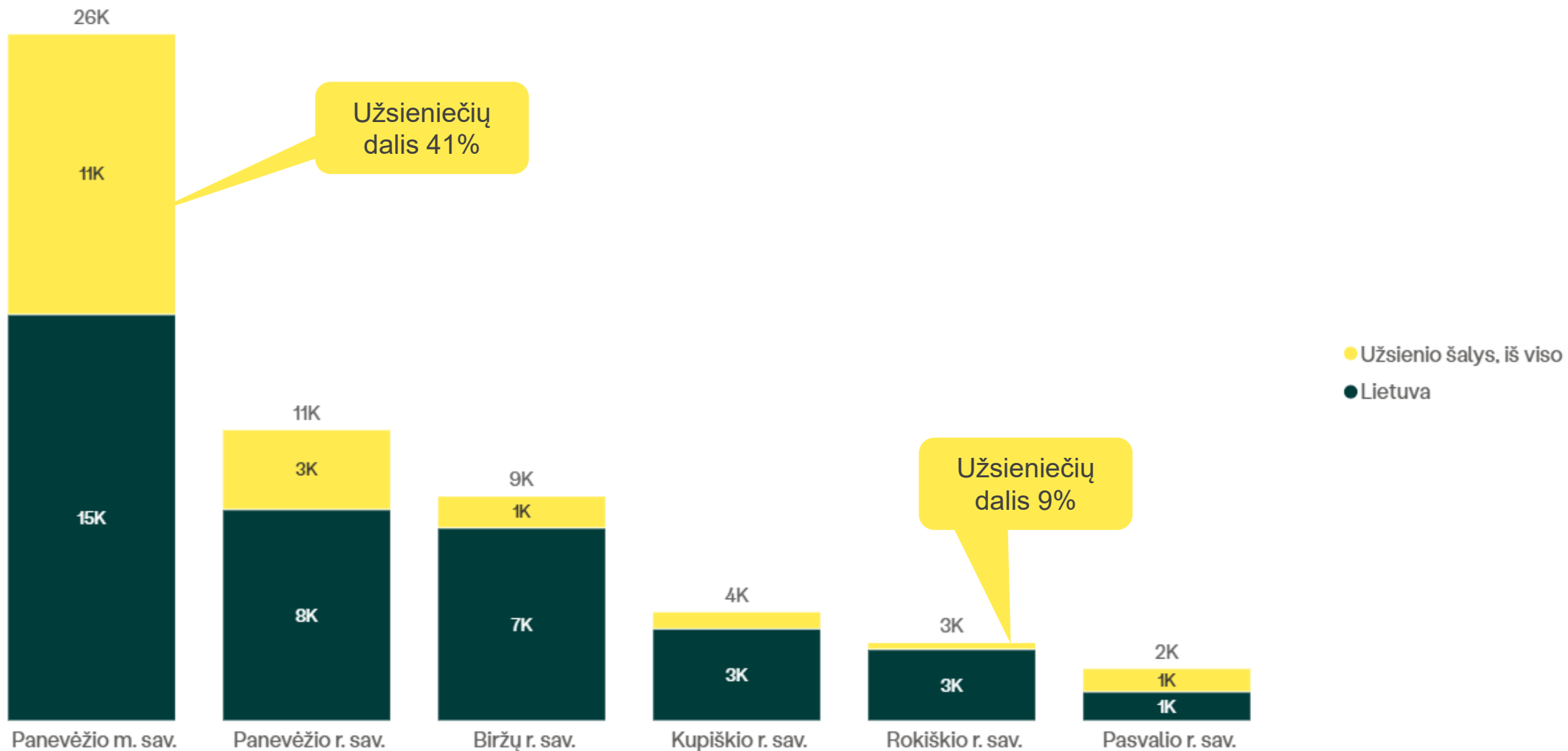
Geriausiai įvertintos veiklos viešnagės Lietuvoje metu – lankymasis sostinėje bei gastrominės patirtys.

Visi respondentai: proc. nuo dalyvavusių ir atsakiusių „Labai gerai“/„Gerai“

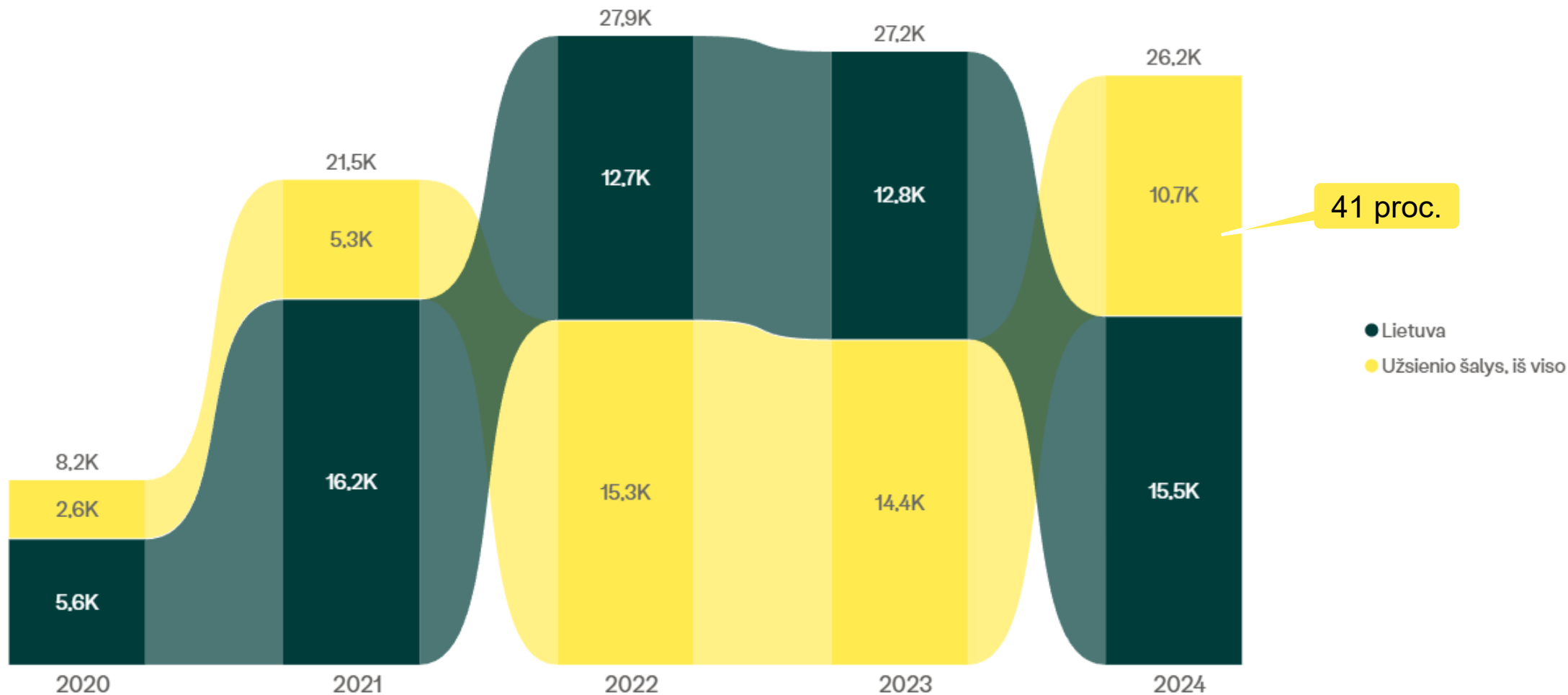


Panevėžys

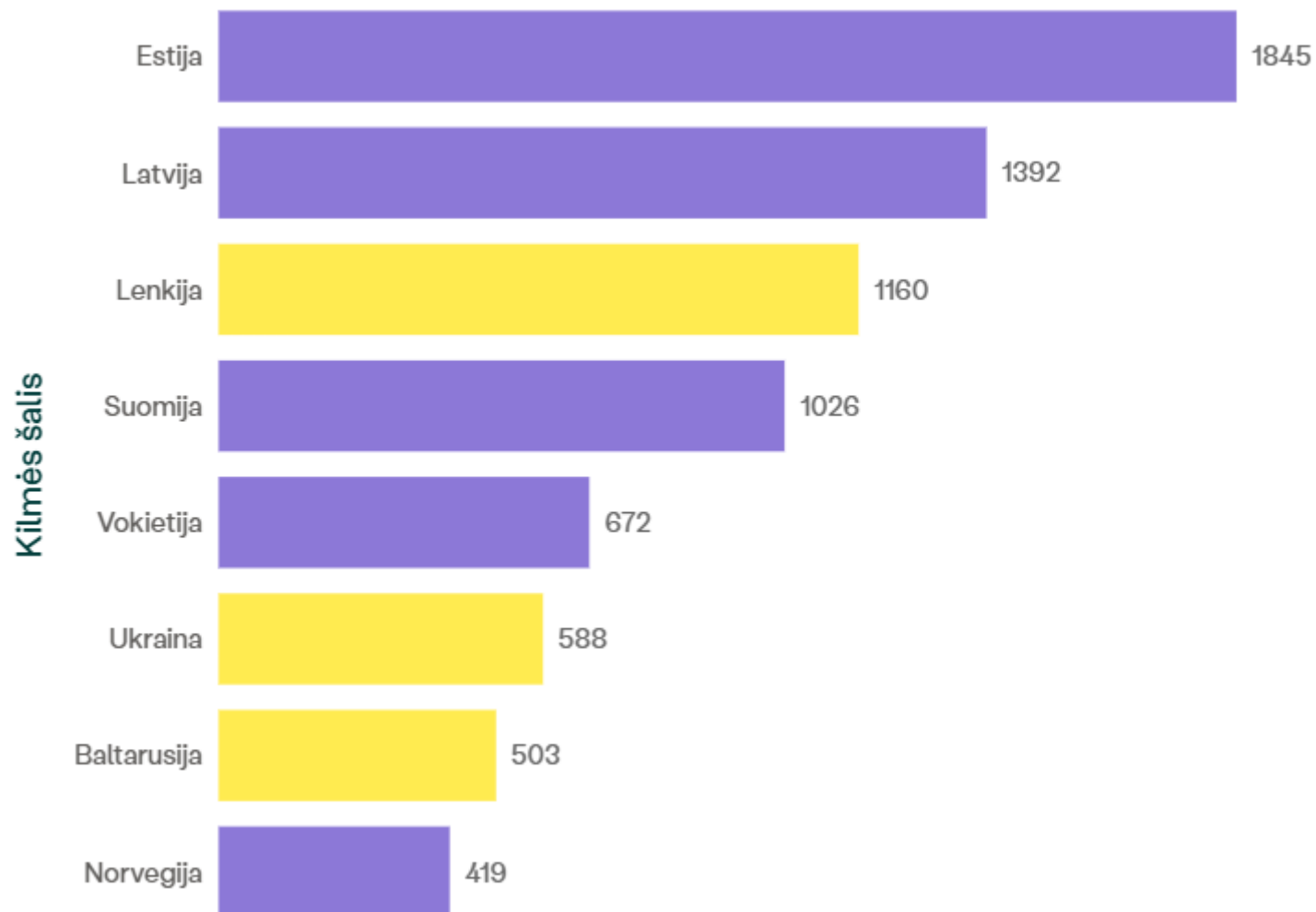
Apskrityje gausiausiai užsieniečiai lankėsi Panevėžio mieste



Panevėžio mieste turistų skaičius kasmet auga, jau viršytas ir vietinių, ir užsienio turistų 2019 m. rezultatas



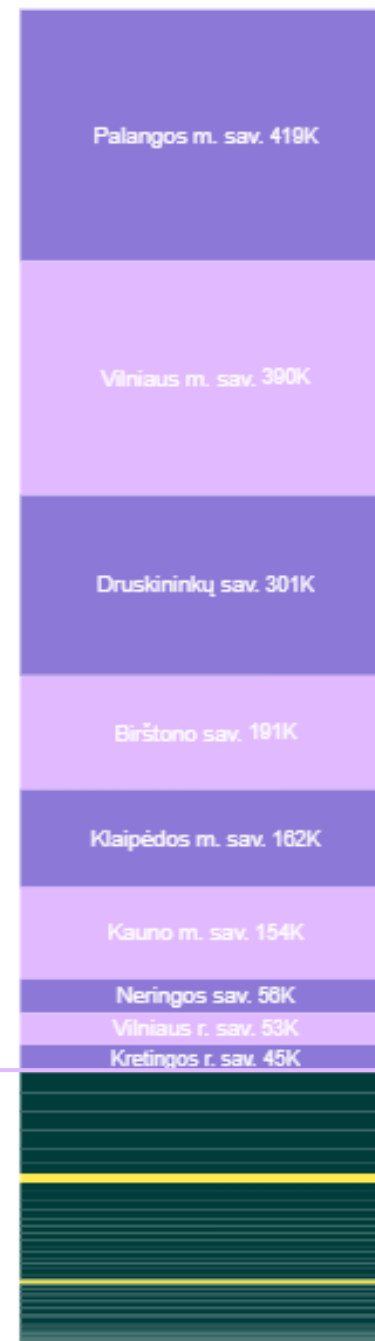
Gausiausiai atvyksta kaimyninių šalių turistai. Pastaraisiais metais paaugo estų skaičius.



Didžiausios vietinio turizmo savivaldybės

Šios 9 savivaldybės priėmė
80 proc. turistų,
likusios – po mažiau nei 2 proc.

- Palanga – 19 proc.
- Vilniaus miestas – 18 proc.
- Druskininkai – 14 proc.



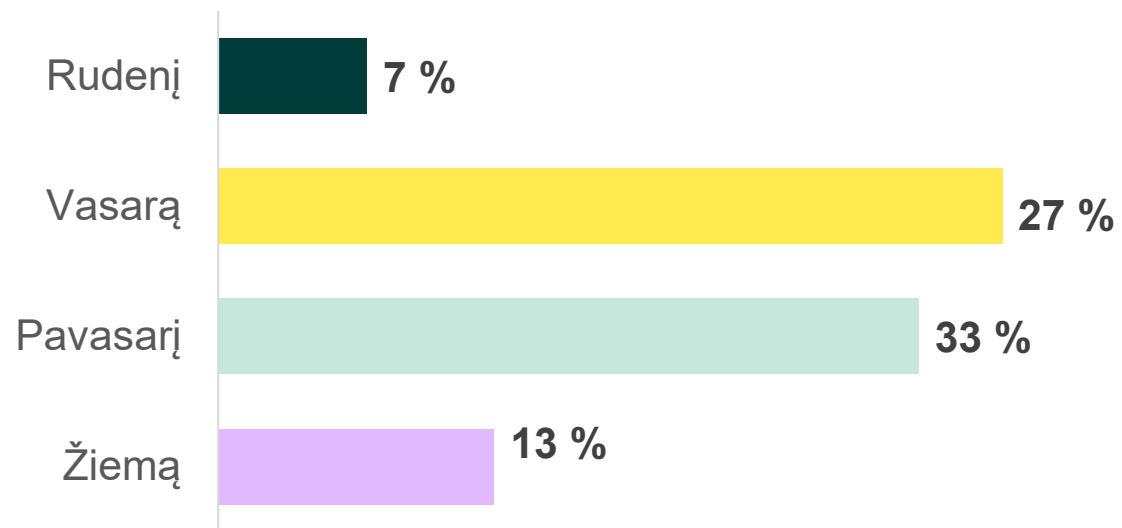
Iš viso apie 1 proc. lietuvių turistų apsistojo Panevėžio mieste ir rajone 2024 m.

Panevėžio miestas – 16 vietoje
Panevėžio rajonas – 31 vietoje

Panevėžio
rajonas sudaro
0,4%.

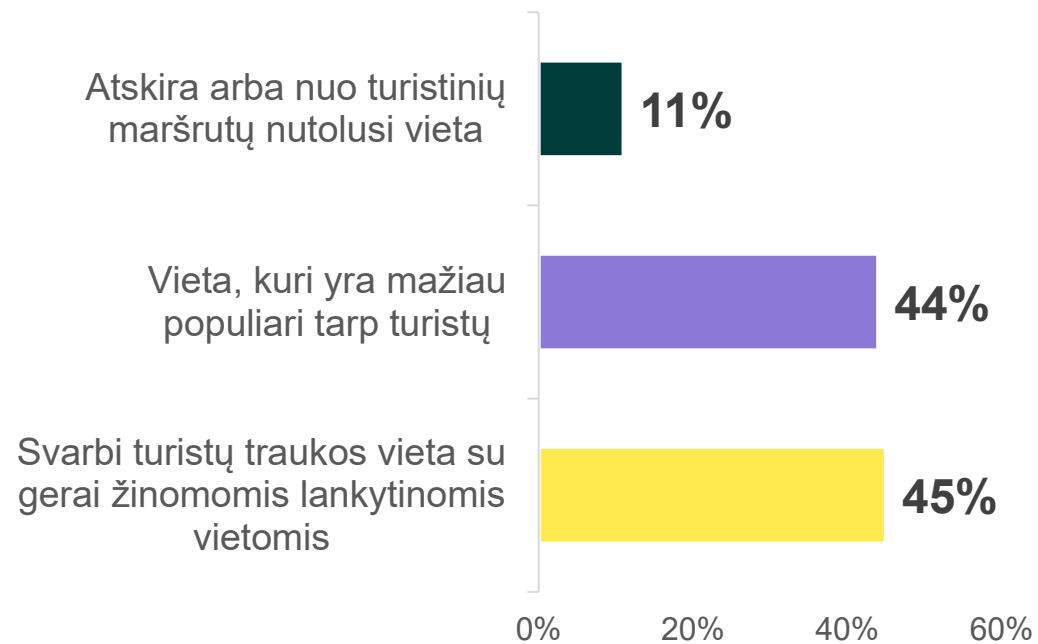
Panevėžio miestas
sudaro 0,7%

Kaip lietuviai planuoja vasaros atostogas?



55 proc. keliautojų rinksis mažiau populiaris arba netradicines patirtis

Būsimos kelionės tikslas



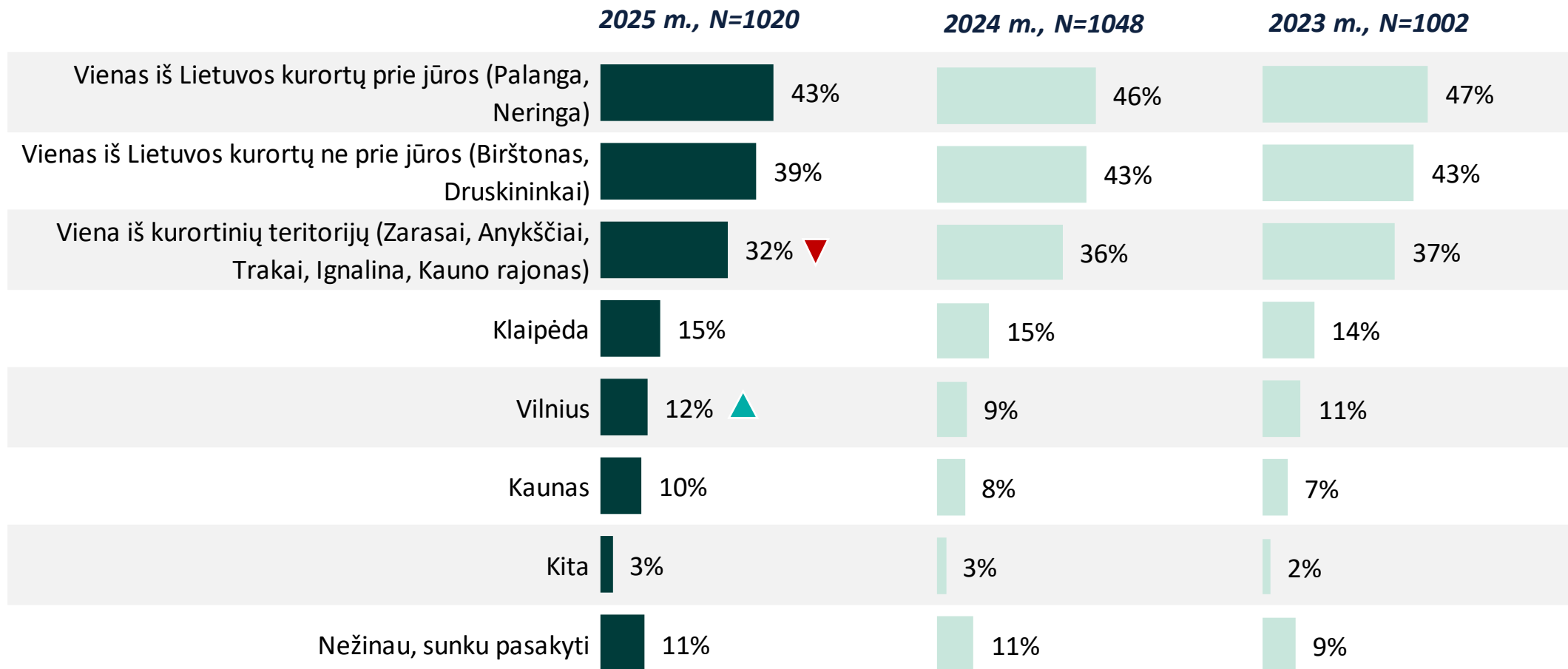
Q13. Galvodami apie savo kitą kelionės tikslą, kokioje aplinkoje, savo kelionės tikslo vietoje, planuojate praleisti daugiausiai laiko?

Respondentų skaičius: 4,635



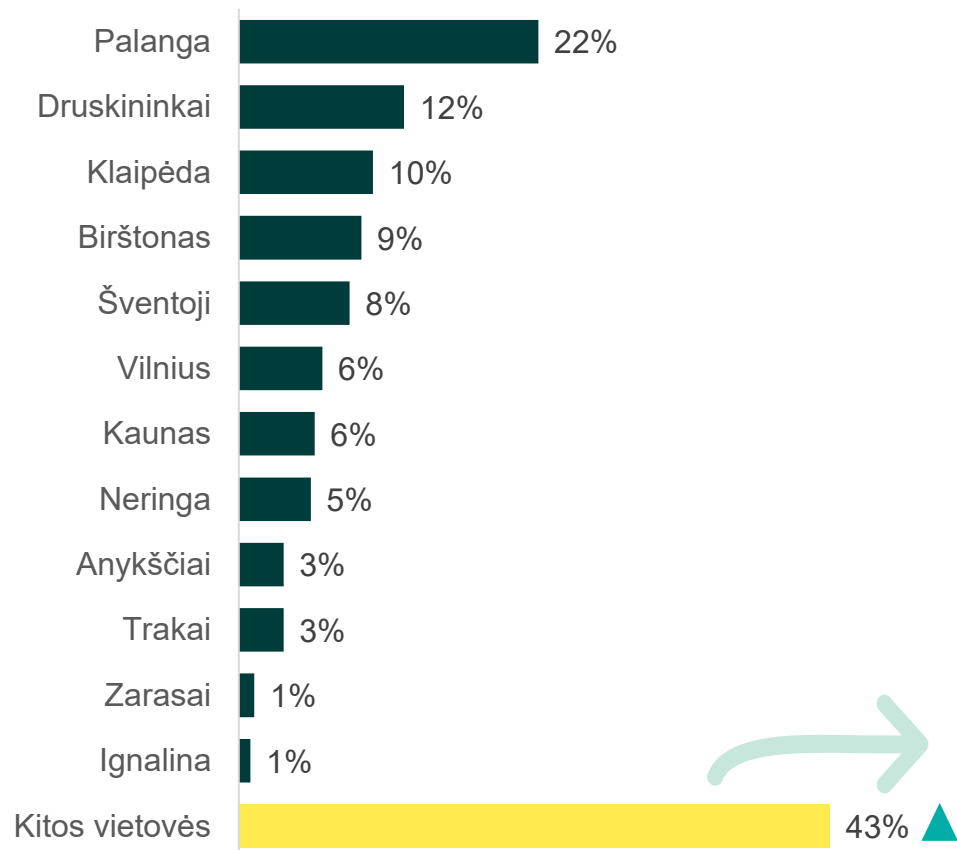
Kelionių kryptys artimiausiam poilsiui Lietuvoje

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



Mažesnių miestų populiarumas auga

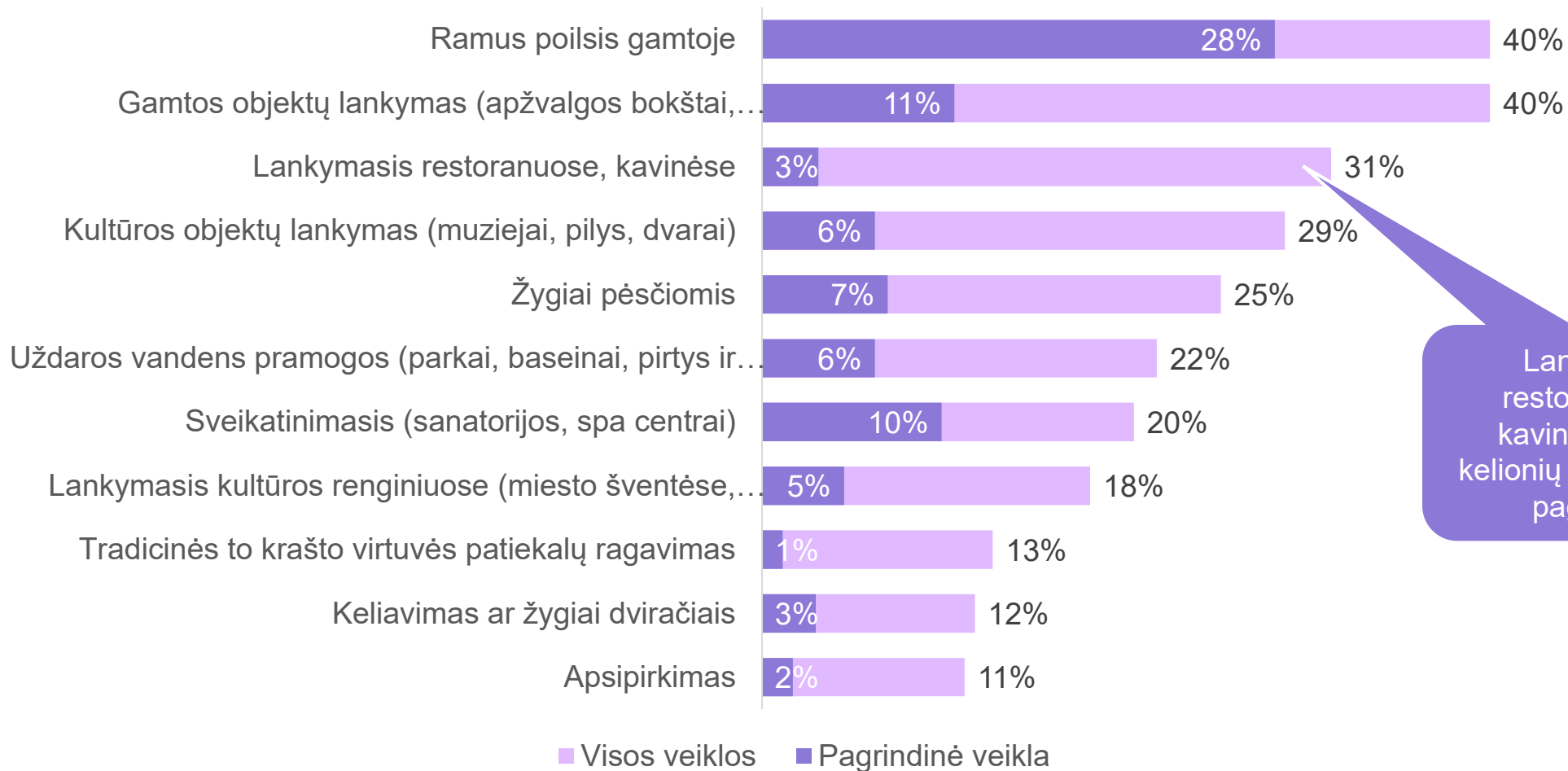
Q5. Dabar paklausime apie Jūsų pastarųjų kelionių Lietuvoje kryptis. Nurodykite vietovę (apskričių bei miestą), į kurią vykote paskutinį kartą kiekvienam kelionės tipui atskirai, t. y., kur paskutinį kartą vykote paprasto savaitgalio su 1-2 nakvynėmis metu, ilgojo savaitgalio su 3-4 nakvynėmis metu ar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



Kelionės veiklos siejamos su laiko leidimu gamtoje

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

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



Lankytinų vietų nebeužtenka



Objektai patys savaime nebevilioja, reikia istorijos arba patirties, kuri juos atgaivina.

Kelionės prasideda nuo įdomios idėjos, o ne nuo vietos.

Patirtys, emocijos, vietinis kontekstas skatina keliautoją sugrįžti.

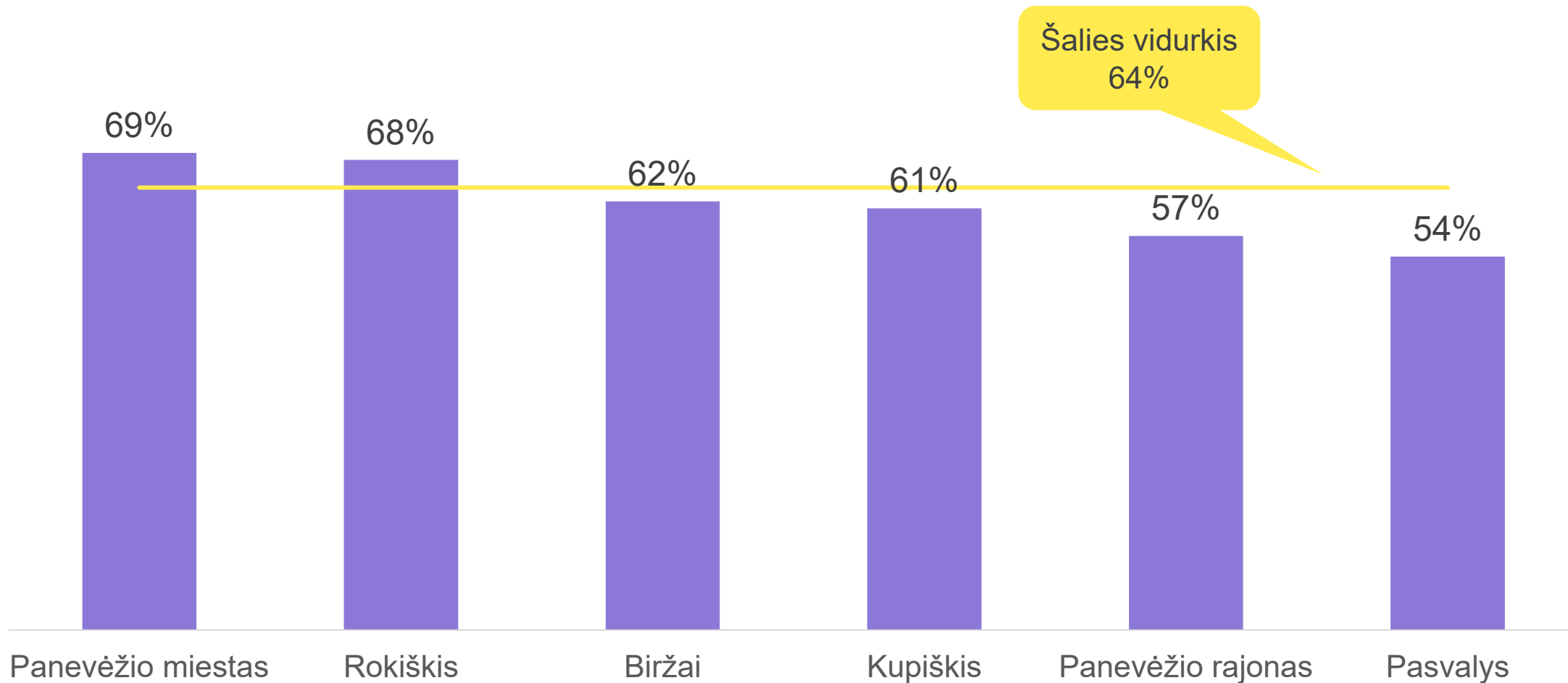
Ko nori Z kartos keliautojai?

- Autentiškų ir gyvų patirčių;
- Privačių būstų (Airbnb);
- Aktyvumo ir socialinės atmosferos;
- Įtraukiančios informacijos skaitmeniniuose kanaluose;
- Istorijos, paskatinančios keliauti.



**Infrastruktūra – ar
esame pasiruošę
priimti?**

Dauguma apskrities savivaldybių Infrastruktūros vertinime nesiekė šalies vidurkio



Infrastruktūros tyrime įvertinti 27 objektai

Savivaldybės objektų vertinimo **vidurkis: 69 proc.** (iš galimų 100 proc.),

Didesnis už nacionalinį vidurkį (64 proc.).

- Geriausiai įvertinta **objektų būklė, pritaikymas neįgaliesiems**, muziejų, pramogų parkų ir informacijos centro atsiskaitymo galimybės ir informatyvumas apie darbo laiką.
 - Geriausiai įvertinti objektai:
 - Panevėžio senvagė,
 - Virtualios realybės arena,
 - Panevėžio „Stasys Museum“,
 - Panevėžio plėtros agentūra „Panevėžys NOW“
 - Panevėžio kraštotyros muziejus.
- **Prasčiausiai įvertintas pritaikymas šeimoms su vaikais.**



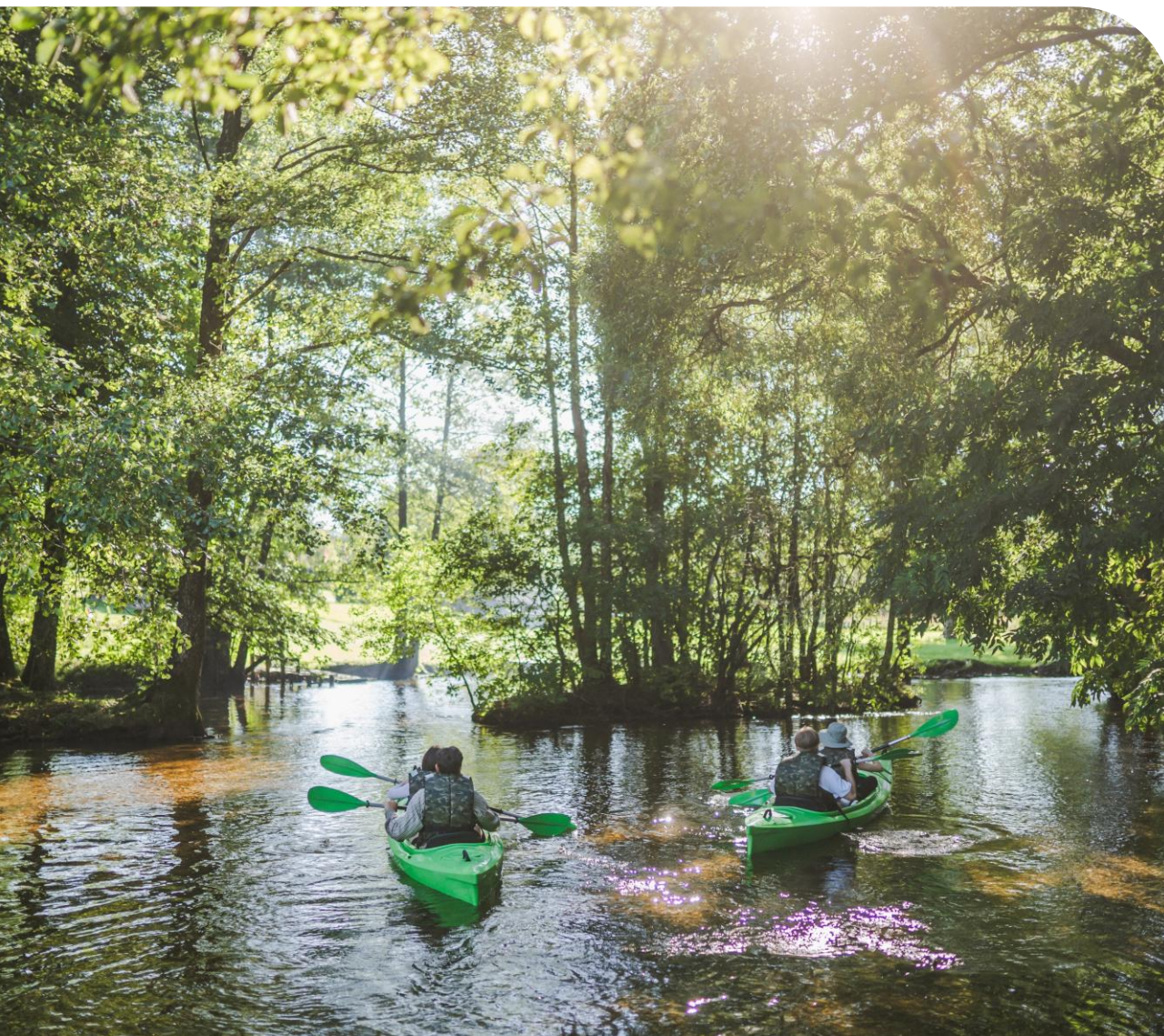
Kaip pritaikyti šeimoms su vaikais?

- Galimybė neribotai judėti su vaikišku vežimėliu aplink objektą
- Žaidimų aikštelė (iki 300 m. šalia objekto)
- WC vaikams (iki 300 m. aplink) (pvz.: žemesnis klozetas, spec. dangtis, naktipuodis)
- Galimybė neribotai judėti su vaikišku vežimėliu objekto viduje
- Veiklos vaikams (pvz. spalvinimas, užduotėlės, žaidimų kampelis ir kt.)
- Kūdikių vystymo lenta (iki 300 m. aplink)
- Mamos ir vaiko kambarys (iki 300 m. aplink)
- Šeimos bilietas (nemokama, vertinama YRA)

Tobulintina

**Pritaikymas
šeimoms
su vaikais**

2026 komunikacijos tendencijos



Kelionės planuojamos tariantis su DI;.

Paieškos algoritmai vertina autentiškumą, istoriją ir keliautojo ketinimus (kodėl ieško?).

Turinio kūrimas, nuosavų kanalų stiprinimas ir reputacija padės išlikti matomiems naujoje paieškos realybėje.

Matomumas DI atsakymuose ir rekomendacijose taps nauju sėkmės rodikliu.

Viešieji ryšiai ir santykiai su žiniasklaida bus svarbesni nei kada nors.

Svarbu investuoti į kokybišką turinį, mokamą turinį autoritetinguose kanaluose.

Tai padės išlaikyti turinio kontrolę ir lems matomumą DI aplinkoje.

Regionų vaidmuo: kaip kurti savo turizmo produktą, jungiant objektus, patirtis ir verslus



Kodėl svarbu?

- keliautojai ieško autentiškų patirčių, ne vien objekto
- vieningas produktas = didesnė vertė regionui = ilgesnis buvimas regione
- bendradarbiavimas didina matomumą nacionaliniu mastu, kuria vertę



Kaip apjungti objektus, patirtis ir verslus?

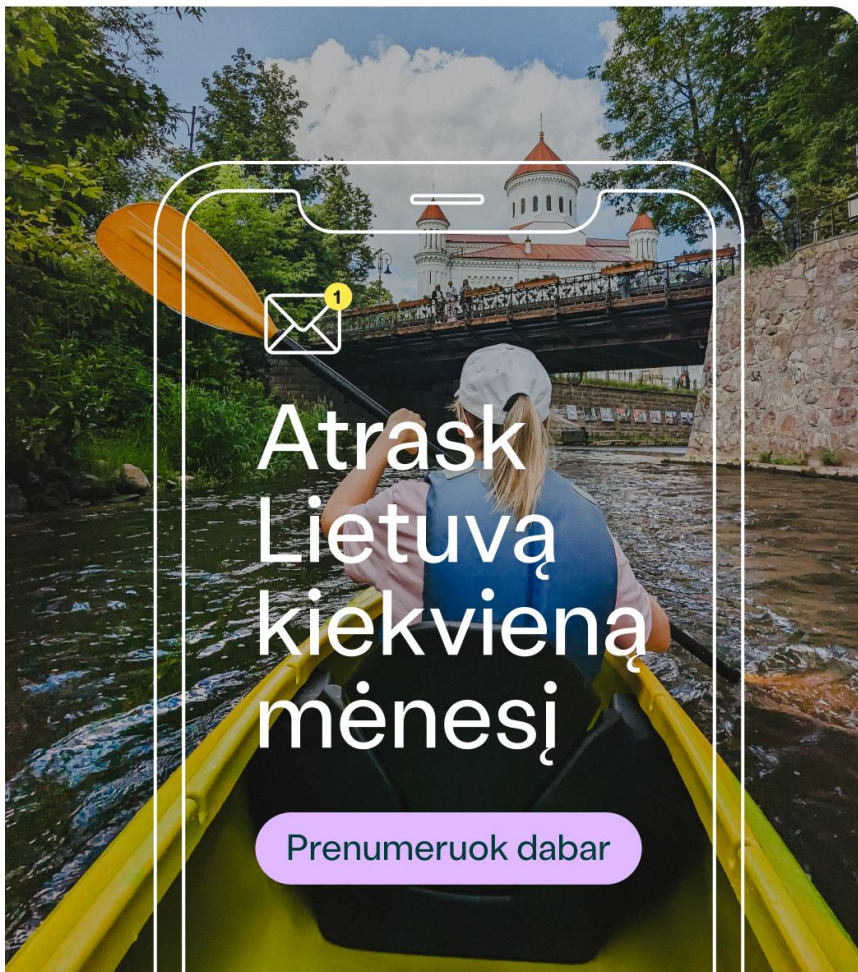
- kurti savo teminius maršrutus per kabinančias istorijas, ieškoti „razinų“, aktualių temų
- jungti patirtis + maistą + apgyvendinimą į vieną nedalomą produktą
- bendradarbiauti ir siūlyti partnerytės paketus
- apie visa tai komunikuoti svetainėse, soc. tinkluose
- pasitelkti reklamą (žiniasklaida, nuomonės formuotojai, mini kampanijos, kt.)



Kaip pristatyti save bendradarbiaujant su „Keliauk Lietuvoje“?

- kurti aiškius produktus, pasiūlymus
- naudoti vizualinę medžiagą: foto, video
- įsitraukti į „Keliauk Lietuvoje“ kuriamus teminius produktus, kampanijas, projektus, konkursus, partnerystes

Naujienlaiškis keliautojams ir profesionalams



Ačiū, Panevėžy!



Keliauk
Lietuvoje

Bendraukime!

Olga Gončarova

olga@Lithuania.travel