

LATVIJOS TURISTAI LIETUVOJE

2021 m. apklausos analizė

KELIAUK
LIETUVOJE

APIE AKLAUSĄ

ATLIKTA 2021 M. RUGPJŪČIO 23 D. – RUGSĖJO 20 D.

Apklausa vykdyta anketavimo ir tiesioginio interviu būdu. Klausimynas išverstas į latvių k.



RESPONDENTŲ SKAIČIUS PAGAL APKLAUSOS VIETOVĘ

Proporcingas turistų srautams 2021 m.

TURINYS

ATVYKIMAS,
NAKVYNĖ

PRIORITETAI

TURISTAI

TIKSLAS,
TRUKMĖ

MOTYVAI

PLANAVIMAS

PASITEN-
KINIMAS

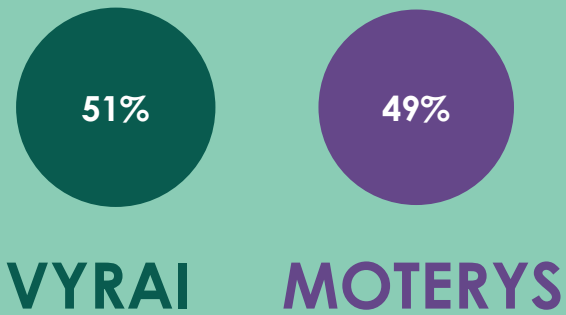
VIDUTINIS
TURISTAS



TURISTAI

APIE RESPONDENTUS

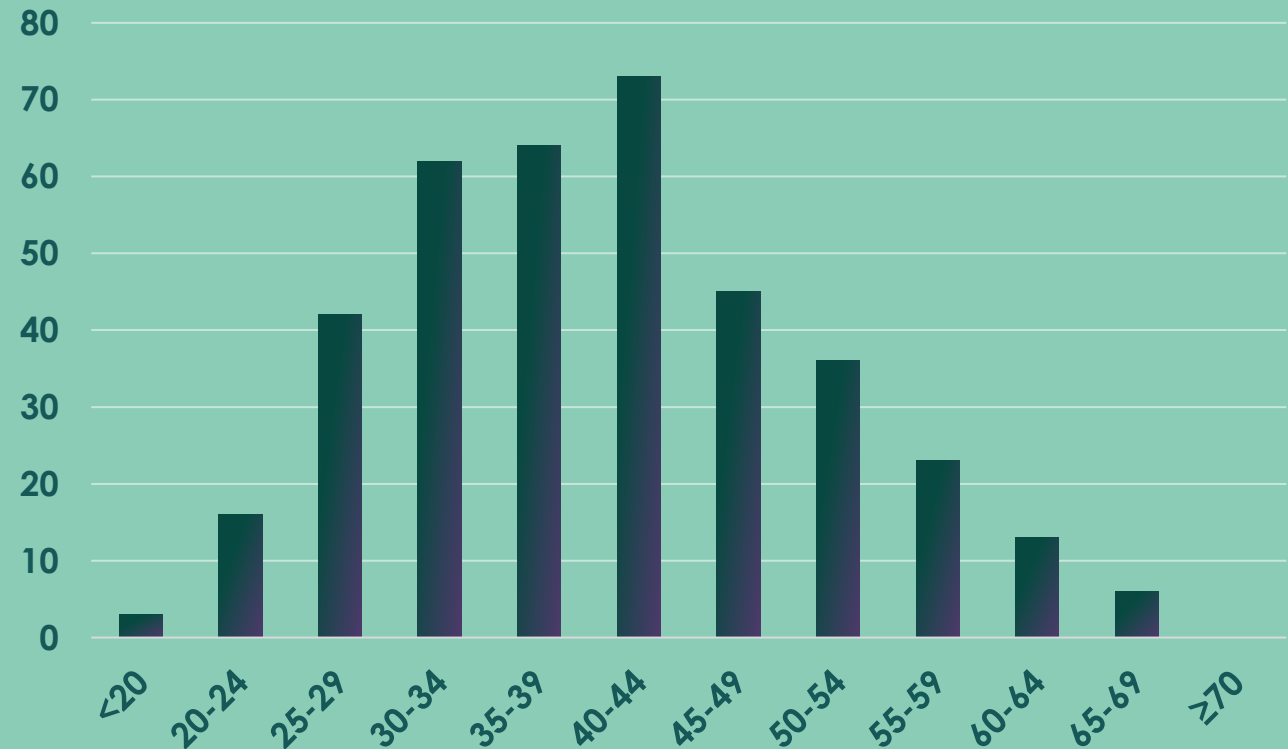
LYTIS



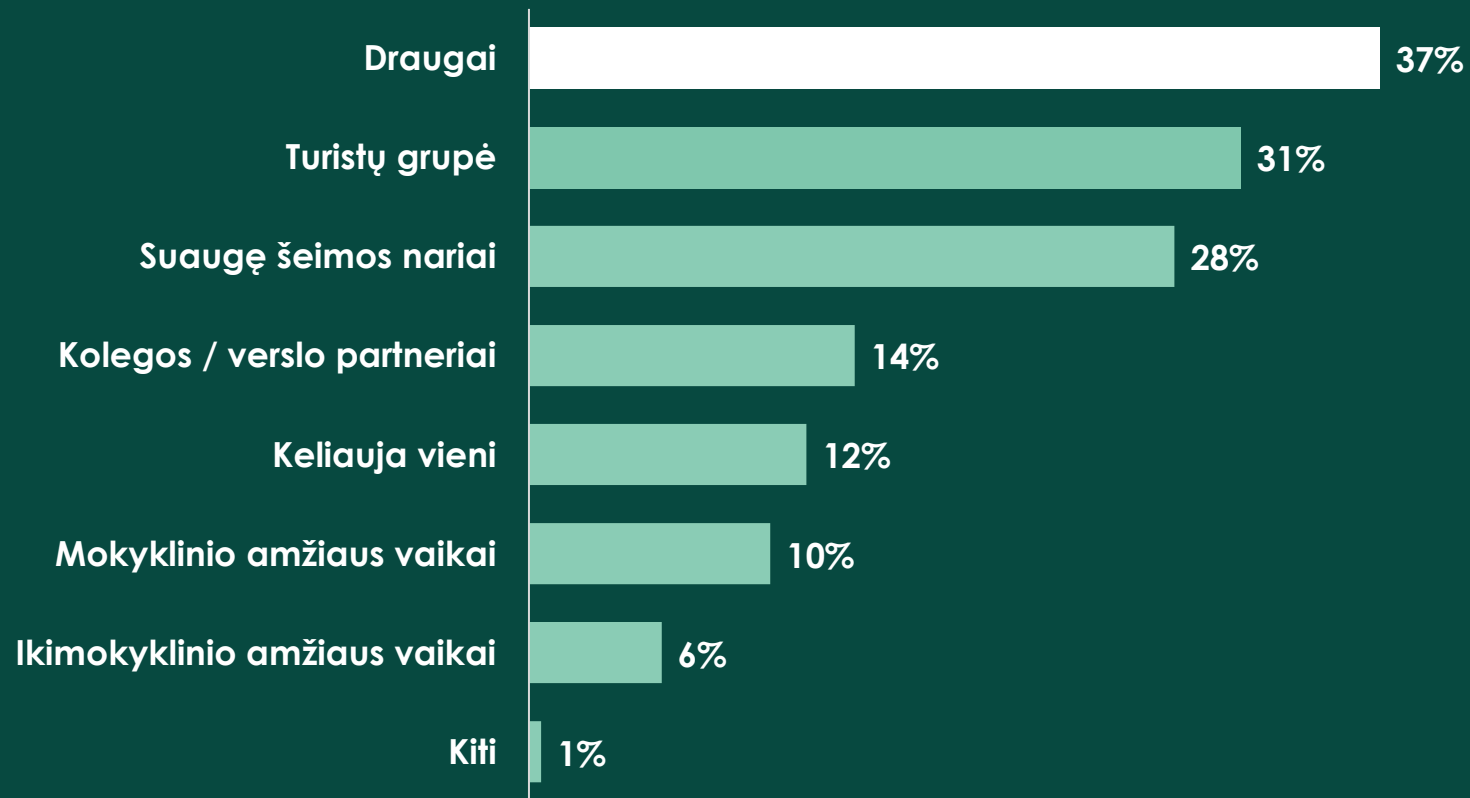
VIDUTINIS
AMŽIUS

40 m.

RESPONDENTŲ SKAIČIUS PAGAL AMŽIAUS GRUPES



SU RESPONDENTAIS KELIAUJA KARTU

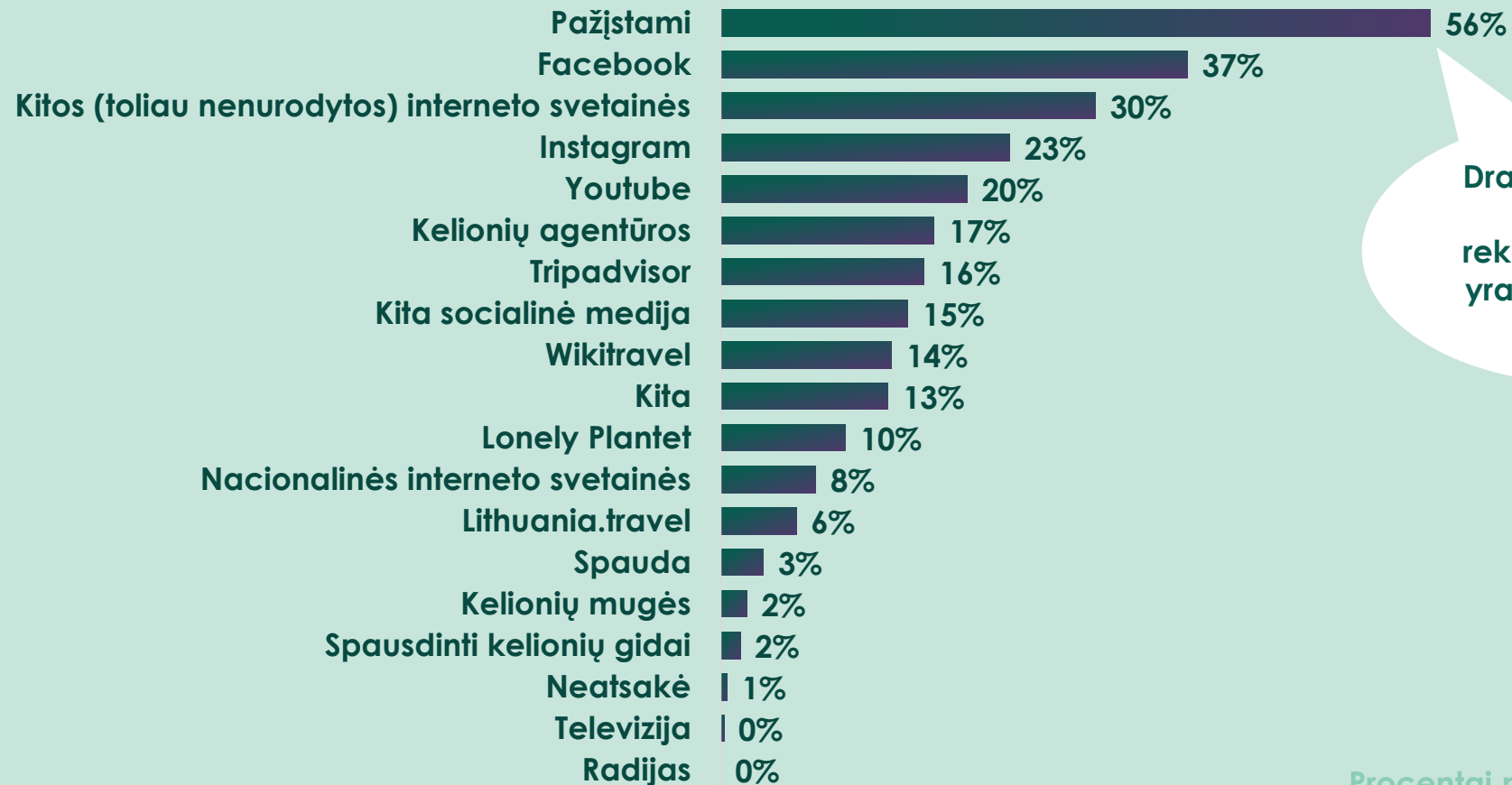


Procentai nuo šalies respondentų skaičiaus.



PLANAVIMAS

INFORMACIJOS ŠALTINIAI PLANUOJANT KELIONĘ



Draugų, giminių,
kolegų
rekomendacijos
yra svarbiausias
šaltinis.

Procentai nuo šalies respondentų skaičiaus.

KELIONĒS PLANAVIMAS

Kelionēs planas
nepriekšsako no
respondenta
amžias*.

	Individualus turas	Grupinis turas	Savarankiškai suplanuota kelionė	Kita	Grupės dydis
17-25 metų	10%	0%	90%	0%	29
26-35 metų	13%	34%	51%	2%	102
36-55 metų	14%	36%	48%	1%	222
55+ metų	7%	57%	37%	0%	30
Iš viso	13%	34%	51%	1%	383

48 %

atvyko su turu
(individualiu ar
grupiniu)

51 %

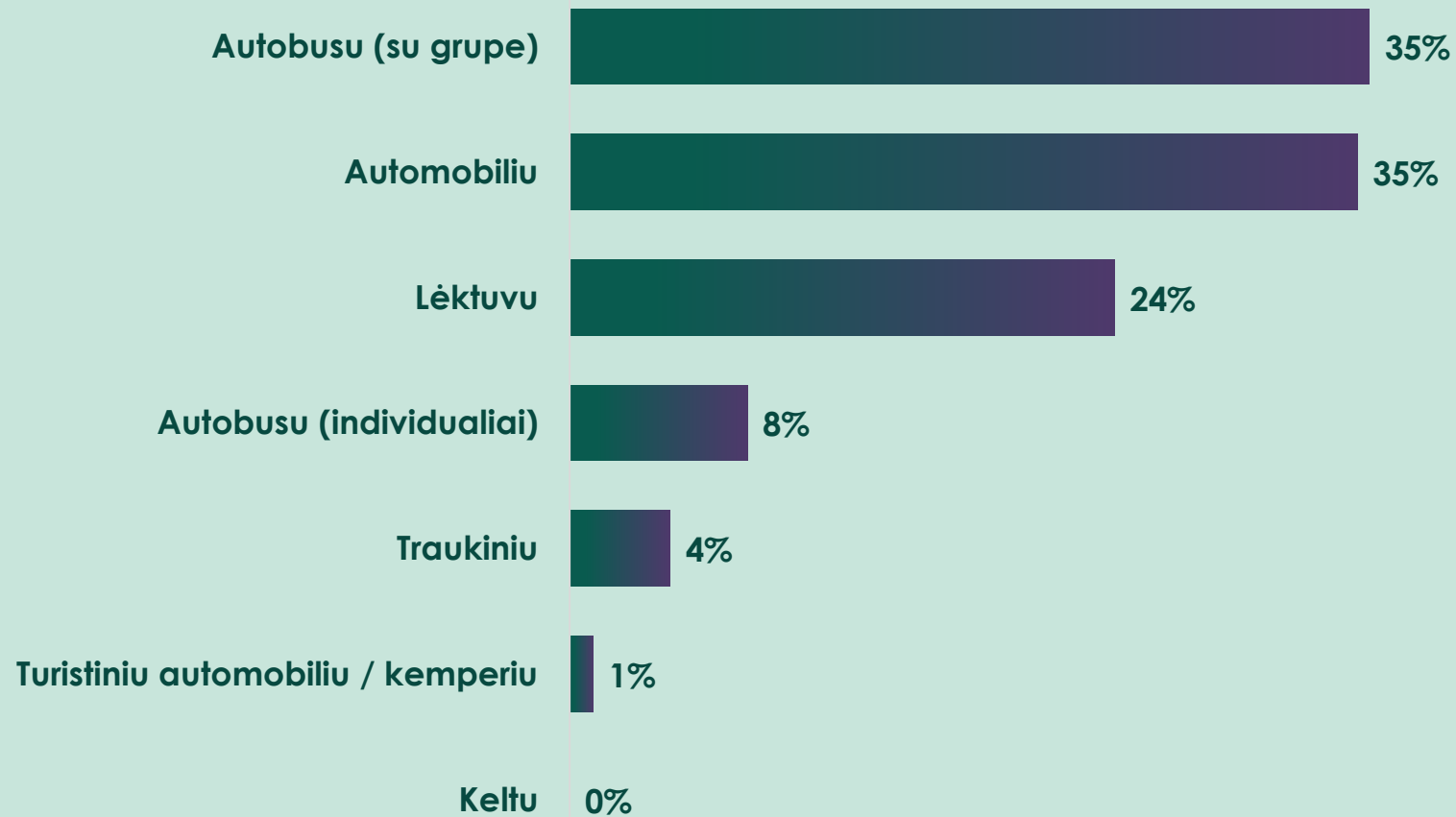
savarankiškai

Procentai nuo grupės respondentų skaičiaus.
*Nenustatyta koreliacija.

An aerial photograph of a winding asphalt road cutting through a dense, lush green forest. In the distance, a large body of water, likely a lake or bay, is visible under a cloudy sky. The overall scene is serene and natural. The text is overlaid in the center of the image.

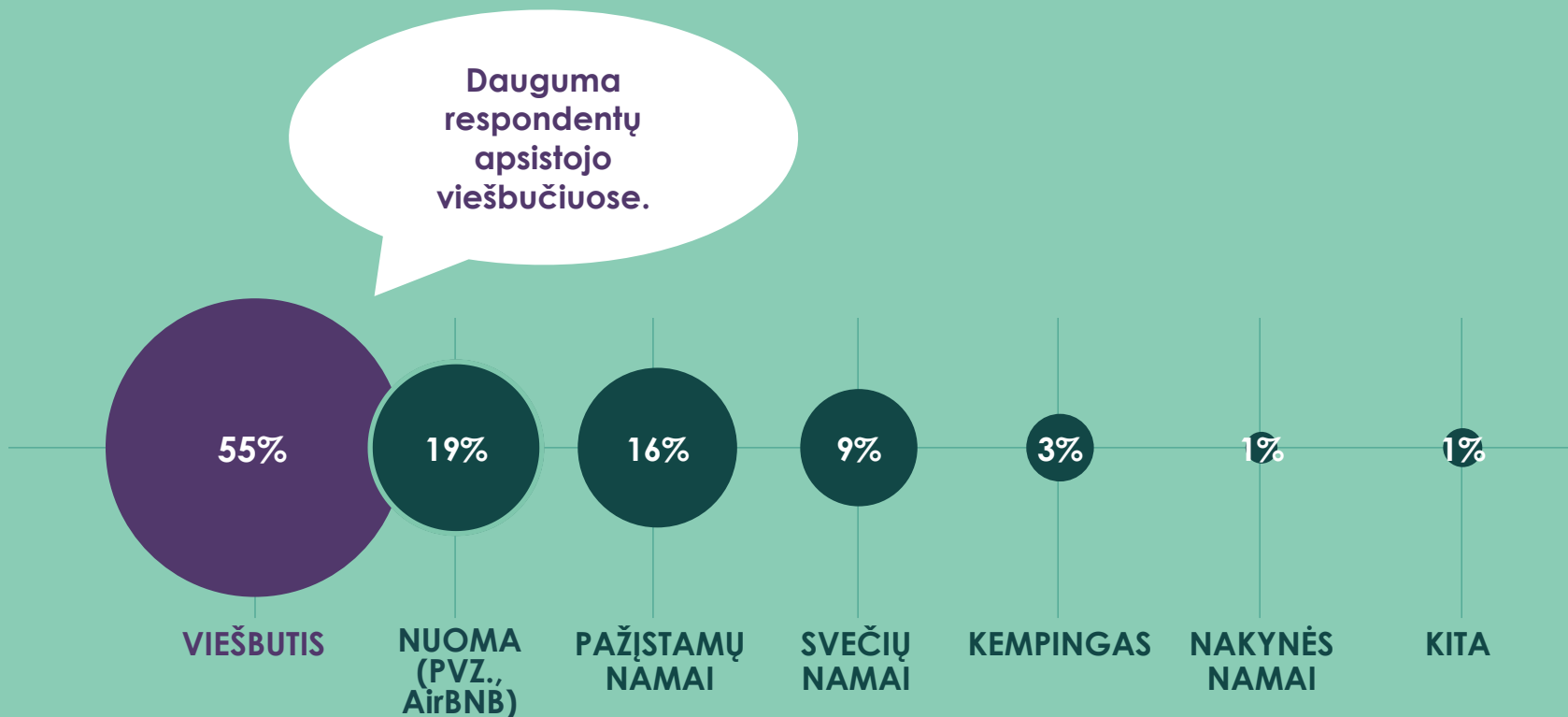
ATVYKIMAS, NAKVYNIĖ

ATVYKIMO Į LIETUVĄ BŪDAI



Procentai nuo šalies respondentų skaičiaus.

NAKVYNĖS VIETA

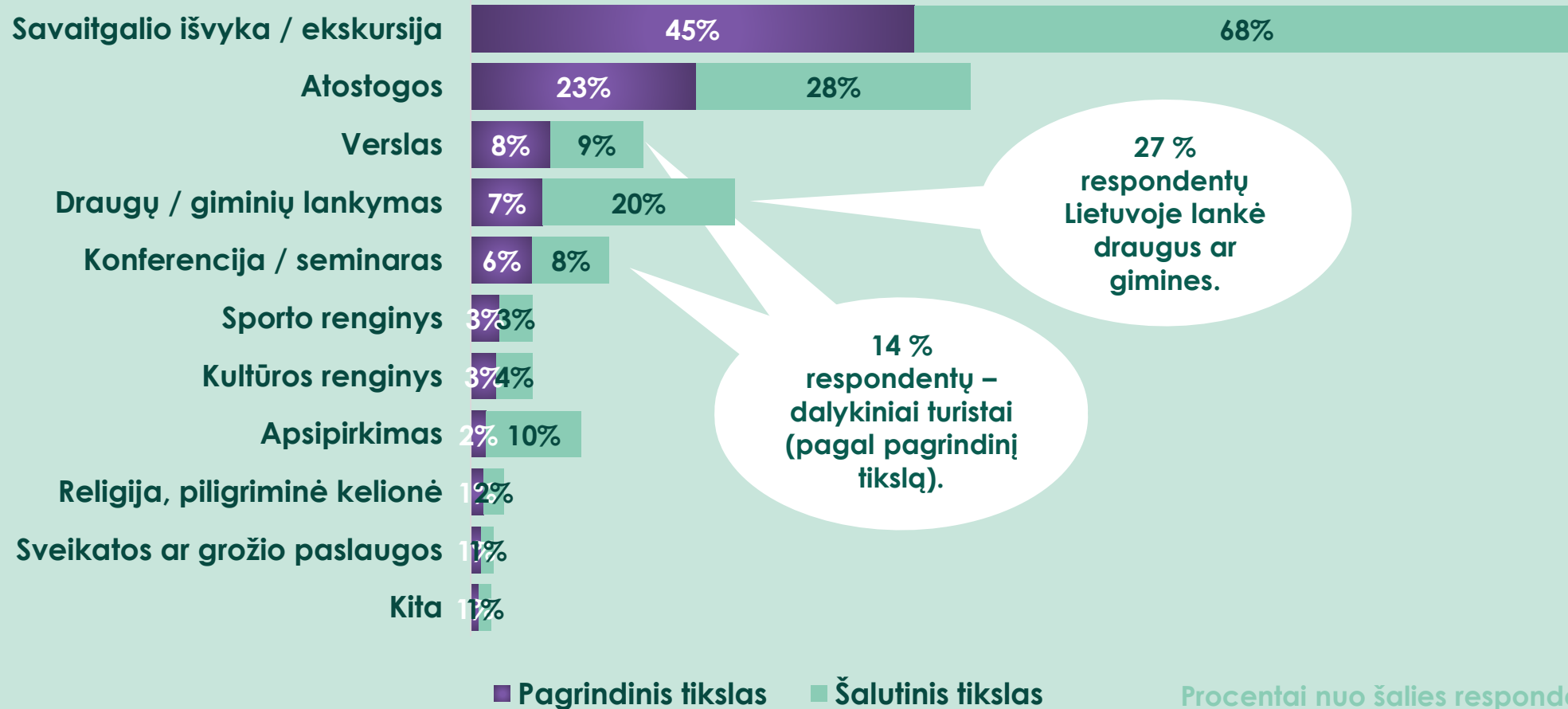


Procentai nuo į klausimą atsakiusių respondentų.
Procentų suma sudaro daugiau nei 100 %, nes respondentai galėjo pasirinkti kelias nakvynės vietas.

An aerial photograph of a vast, misty forest landscape. A road winds through the center of the image, disappearing into the distance. The trees are dense and green, with a layer of white mist or fog hanging between the hills. The overall tone is serene and atmospheric. The text 'TIKSLAS, TRUKMĒ' is overlaid in the center in a bold, white, sans-serif font. The letters 'I', 'K', 'L', 'M', and 'Ē' in both words are filled with a purple color, while the other letters are white with a purple outline.

TIKSLAS, TRUKMĒ

TURISTŲ DALIS PAGAL KELIONĖS TIKSLĄ



LIETUVA – KELIONĖS TIKSLAS



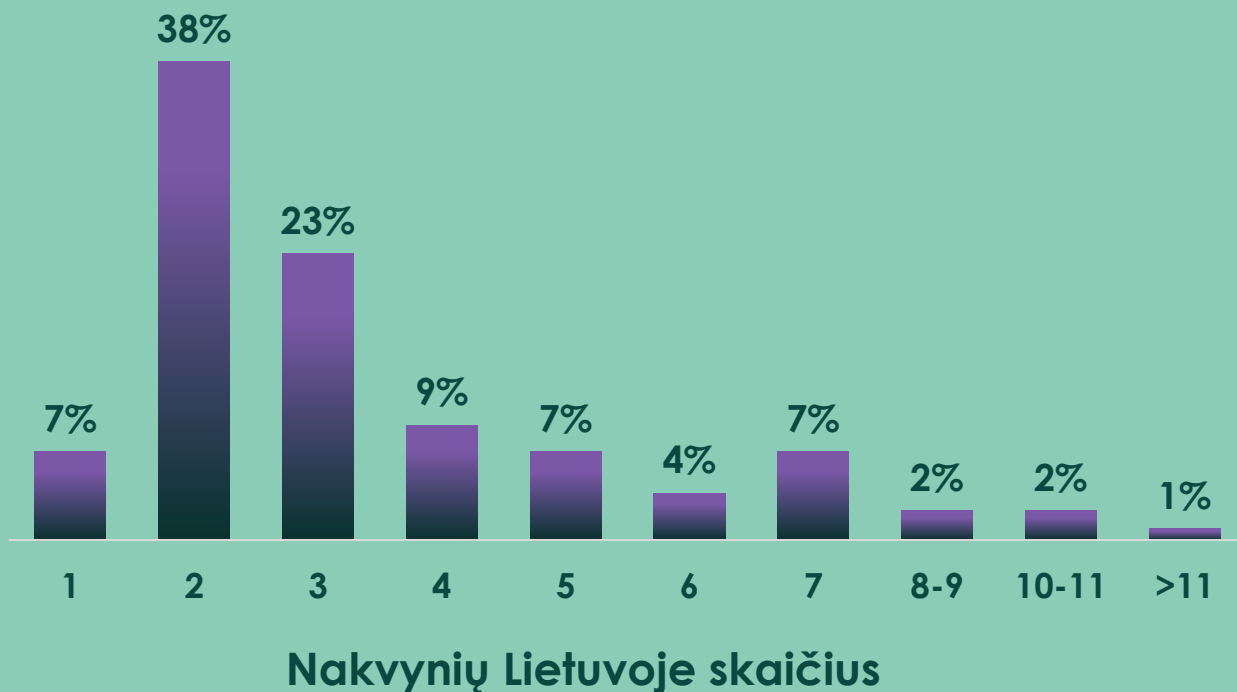
NE, LIETUVA
APLANKĖ TIK
PAKELIUI Į/IŠ
KELIONĖS
TIKSLO

TAIP, BET
APLANKĖ IR
KITAS ŠALIS

86 %

RESPONDENTŲ LIETUVĄ
LAIKO PAGRINDINIŲ IR
VIENINTELIŲ KELIONĖS TIKSLU

TURISTŲ DALIS PAGAL KELIŲNĖS TRUKMĘ

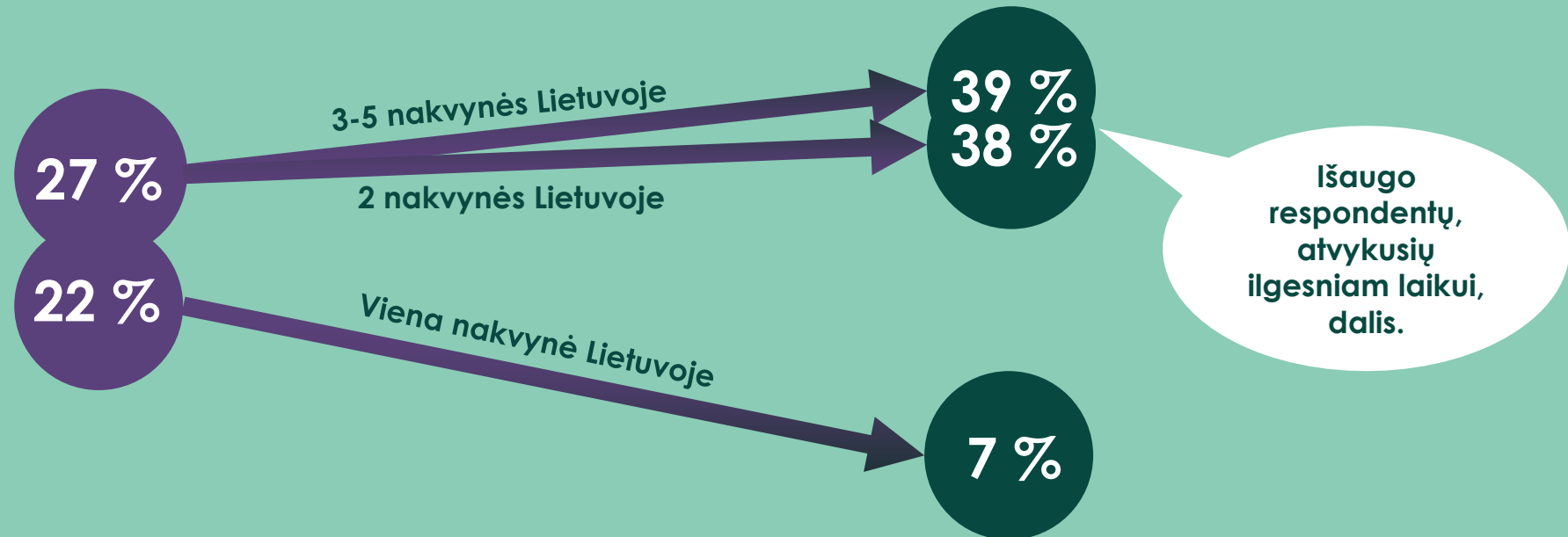


2-3

NAKVYNIŲ
KELIŲNĖS –
POPULIARIAUSIOS

Procentai nuo visų respondentų skaičiaus.

KELIONĖS TRUKMĖ – POKYTIS NUO 2019 M.



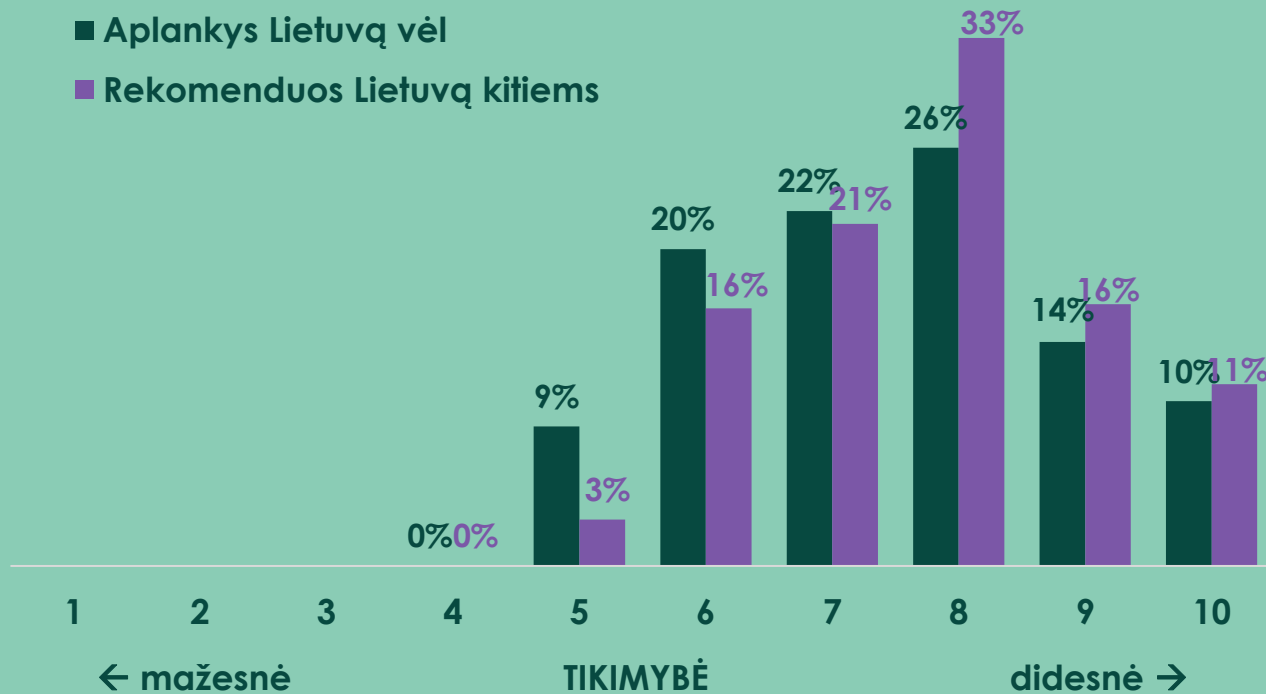
2019 2021

Procentai nuo visų tais metais apklaustų respondentų. . Pavaizduoti tik tie nakvynių intervalai, kurie labiausiai kito.
2019 m. duomenų šaltinis – Keliauk Lietuvoje, Latvijos turistų tyrimas (N=218), 2019.



PASITEN- KINIMAS

REKOMENDUOTŲ KITIEMS



24 %

respondentų linkę aplankyti Lietuvą vėl*.

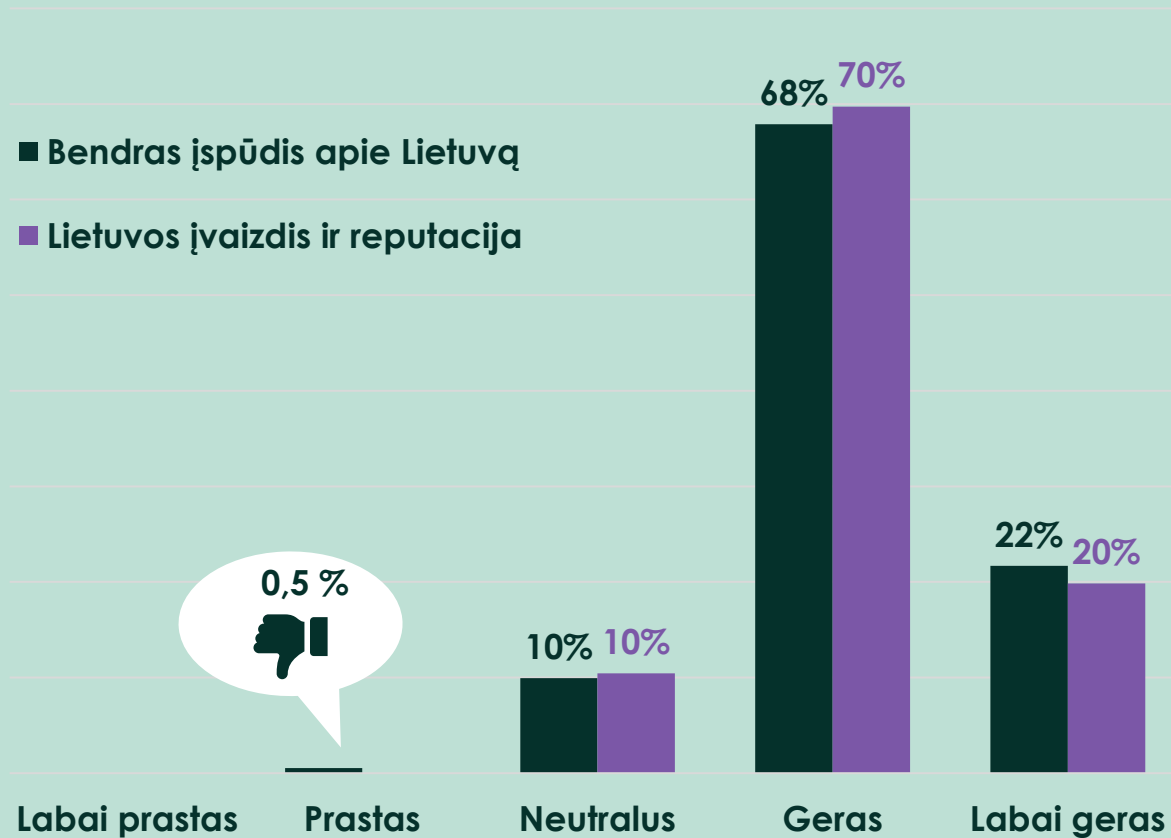
27 %

respondentų linkę rekomenduoti Lietuvą kitiems**.

* Pagal klausimą „How likely are You to visit Lithuania again?“ tie respondentai, kurie tikimybę vertino 9-10 balų.

** Pagal klausimą „How likely are You to recommend visiting Lithuania to Your friends or colleagues?“ tie respondentai, kurie tikimybę vertino 9-10 balų.

BENDRAS ĮSPŪDIS APIE LIETUVĄ



90 %

RESPONDENTŲ SUSIDARĖ
LABAI GERĄ ARBA GERĄ
ĮSPŪDĮ*. TIEK PAT LABAI GERAI
ARBA GERAI VERTINA
LIETUVOS ĮVAIZDĮ**.

* Pagal klausimą „Please rate your general impression of this trip“.

** Pagal klausimą „Please rate the image and reputation of Lithuania“.

BENDRAS ĮSPŪDIS APIE LIETUVĄ

		Grupės dydis	Labai geras arba geras*
RESPONDENTŲ AMŽIUS	17-25 metų	29	86%
	26-35 metų	102	93%
	36-55 metų	222	88%
	55+ metų	30	93%
KARTU KELIAUJA	Keliauja vieni	46	61%
	Su suaugusiais šeimos nariais	107	98%
	Su ikimokyklinio amžiaus vaikais	22	100%
	Su mokyklinio amžiaus vaikais	40	100%
	Su draugais	141	95%
	Su kolegomis	54	83%
	Su turistų grupe	118	97%

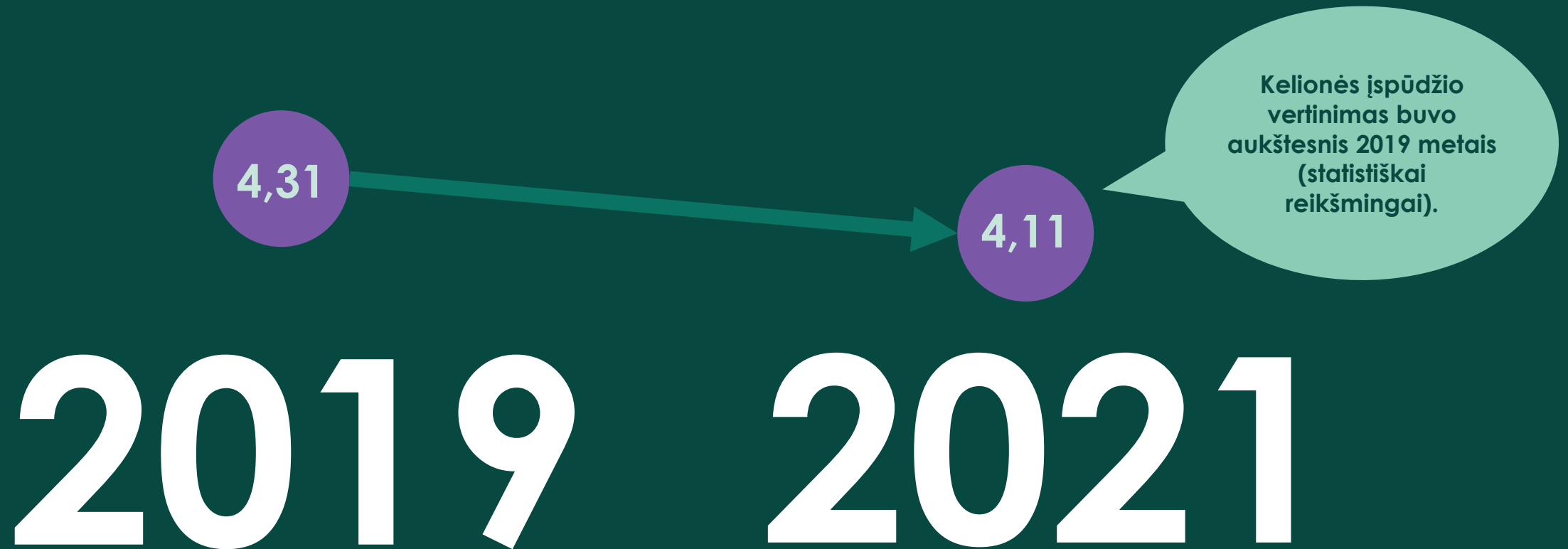
Respondentai, keliaujantys po vieną, prasčiau vertina įspūdį.

Palankiausiai vertina respondentai, keliaujantys su vaikais.

Procentai nuo respondentų skaičiaus grupėje.

*Klausimo „Please rate your general impression of this trip“, atsakymų „Very good“ ir „Good“ dalis.

BENDRAS ĮSPŪDIS – POKYTIS NUO 2019 M.



Pastaba: nurodytas balas yra klausimo „Please rate Your general impression of this trip“ atsakymų aritmetinis vidurkis, kur 1 – labai blogas , o 5 – labai geras. 2019 m. duomenų šaltinis – Keliuk Lietuvoje, Latvijos turistų tyrimas (N=218), 2019.



PRIORITETAI

TURISTŪ DALIS PAGAL KELIONIŪ PRIORITETUS

Nuo
svarbiausiu
prioritetu..

	Labai nesvarbu	Nesvarbu	Nei svarbu, nei nesvarbu	Svarbu	Labai svarbu
Saugumas ir žemas nusikalstamumas	3%	2%	26%	54%	15%
Kelionės kaina	1%	4%	26%	56%	12%
Vieta, kur gali ramiai paatostogauti	1%	3%	32%	51%	13%
Tiesioginiai skrydžiai / lengvas susisiekinimas	3%	4%	22%	61%	10%
Galimybė atšaukti rezervaciją	3%	6%	24%	58%	9%
Covid-19 saugumas	2%	7%	31%	48%	11%
Naujos vietos ir unikalūs potyriai	2%	7%	27%	56%	8%
Covid-19 valdymo efektyvumas kelionės vietoje	3%	6%	32%	47%	12%
Kelionės vietos panašumas į savą kultūrą	2%	8%	37%	44%	9%
Didelė veiklų / pramogų pasiūla	3%	7%	37%	48%	6%
Pabėgimas iš savo pažįstamos aplinkos ir rutinos	5%	10%	32%	45%	8%
Didelių susibūrimų vengimas / privatumas	2%	12%	39%	40%	7%
Viešoji infrastruktūra / prieiga neįgaliems	7%	9%	35%	46%	4%
Kelionės vietos prestižas / statusas	4%	12%	37%	42%	5%

... Iki
mažiausiai
svarbių.

Procentai nuo visų šalies respondentų skaičiaus.

An aerial photograph of a city, likely Helsinki, featuring a prominent stone building with a tower on the left, a river in the center, and various urban buildings on the right. The image is overlaid with a dark teal-to-purple gradient. The word 'MOTYVAI' is centered in the image.

MOTYVAI

SVARBIAUSIAS ATVYKIMO MOTYVAS

73 %

KELIONEI Į LIETUVĄ
MOTYVAVO

**LENGVAS ATVYKIMAS /
SUSISIEKIMAS**

Klausimo „To what extent do you agree that the following factors influenced your decision to visit Lithuania“ palankiausiai vertinamo motyvo atsakymų „Agree“ ir „Strongly agree“ dalis.
Procentai nuo visų šalies respondentų skaičiaus.

TURISTŲ DALIS PAGAL KELIONĖS Į LIETUVĄ MOTYVUS

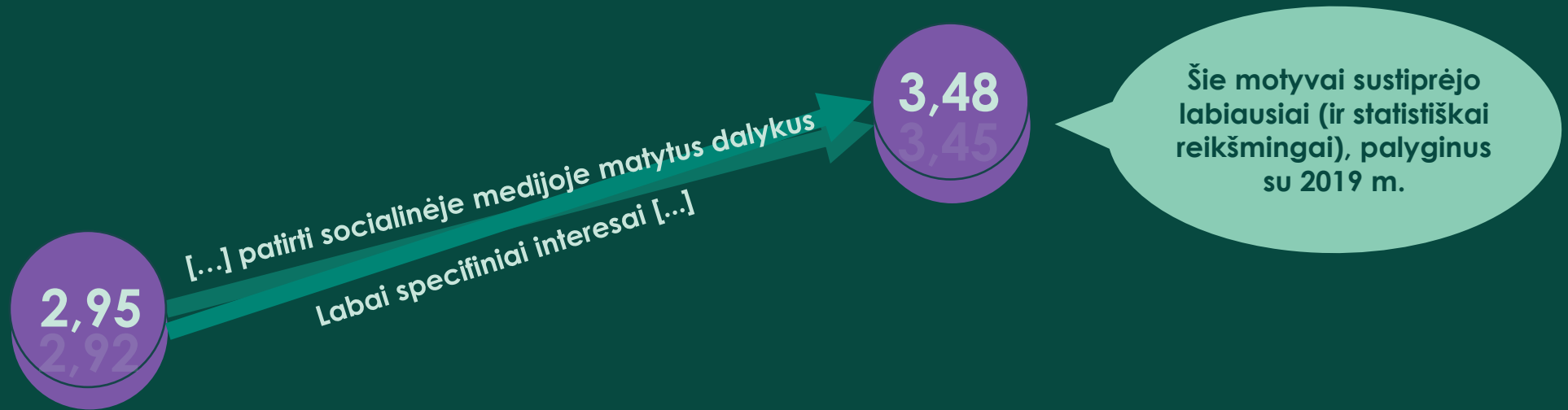
Nuo
svarbiausių
motyvų...

	Visiškai ne- motyvavo	Ne- motyvavo	Nedaug motyvavo	Motyvavo	Labai motyvavo
Lengvas atvykimas	1%	2%	23%	62%	12%
Lietuvos kultūros pažinimas	2%	9%	31%	47%	11%
Rekomendavo Lietuvą draugai / šeima	3%	8%	35%	43%	12%
Labai specifiniai interesai (pvz., paukščių stebėjimas)	3%	14%	27%	43%	13%
Lietuviško maisto ar gėrimų išbandymas	2%	9%	39%	40%	10%
Noras patirti socialinėje medijoje matytus dalykus	2%	10%	36%	43%	8%
Lietuvos gamtos tyrinėjimas	2%	9%	38%	42%	8%
Specialaus turizmo produkto išbandymas	2%	15%	34%	33%	14%
Specialus renginys (pvz., kino festivalis)	4%	28%	34%	25%	10%
Noras grįžti ir labiau pažinti šalį	2%	28%	44%	20%	5%
Nuolaida / specialus pasiūlymas	10%	24%	36%	29%	1%
Kažkas kitas išrinko kelionę	7%	34%	36%	18%	5%

... Iki
mažiausiai
svarbių.

Procentai nuo visų šalies respondentų skaičiaus.

KELIONĖS MOTYVAI – POKYTIS NUO 2019 M.



2019 2021

Pastaba: nurodytas indeksas yra klausimo „To what extent do you agree that the following factors influenced your decision to visit Lithuania [...]?” atsakymų aritmetinis vidurkis, kur 1 – labai nesutinku, o 5 – labai sutinku. 2019 m. duomenų šaltinis – Keliavik Lietuvoje, Latvijos turistų tyrimas (N=218), 2019.



VIDUTINIS TURISTAS

VIDUTINIS LATVIJOS TURISTAS LIETUVOJE 2021

Jam

40-44 metai.

Keliauja su draugais.

Nėra tikras, ar vėl apsilankys Lietuvoje, ar rekomenduos tai padaryti kitiems.

Į Lietuvą atvyko automobiliu. Lietuvoje planuoja praleisti 2-3 nakvynes.

Lietuvą pasirinko savaitgalio išvykai, nes čia paprasta atvykti.

Kelionė paliko

**GERĄ
ĮSPŪDĮ.**

Lietuvą rekomendavo pažįstami, be to, matė gerų dalykų Facebook'e.

Kelionę susiplanavo savarankiškai.

Domina Lietuvos kultūra, planuoja specifines veiklas / turi specifinių interesų.

KELIAUK LIETUVOJE

VŠĮ „KELIAUK LIETUVOJE“ – parengė apklausos anketą ir užsakė tyrimą.

UAB „EUROINTEGRACIJOS PROJEKTAI“ – surinko duomenis.

UAB „PJ LT“ – atliko analizę ir parengė tyrimo ataskaitą.

Nuotraukų autoriai: Andrius Aleksandravičius ir Giedrius Akelis.

2021-11-05