**Vietinio turizmo tyrimas: lietuviai išlieka ištikimi savo šaliai, tačiau jaunimas formuoja naują kelionių kultūrą**

Jau ne pirmi metai lietuviai išlieka ištikimi savo šaliai rinkdamiesi kelionių kryptį, tačiau skirtingų kartų lūkesčiai vis labiau išsiskiria. Nacionalinės turizmo skatinimo agentūros VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ užsakymu atliktas vietinio turizmo tyrimas atskleidė, kad jaunoji karta formuoja kitokius keliavimo įpročius – aktyviau naudojasi socialiniais tinklais, renkasi privačius būstus ir ieško ne tik gražių vaizdų, bet ir prasmingų, dalijimosi vertų patirčių.

Šiemet atliktas tyrimas parodė, kad per praėjusius 12 mėnesių bent su viena nakvyne po Lietuvą keliavo 69 proc. šalies gyventojų o, pagrindines metų atostogas gimtojoje šalyje praleido net 64 proc. gyventojų.

„Tai rodo, kad pandemijos išugdytas įprotis atostogauti artimesnėse vietose įsitvirtino ir tampa ilgalaike tendencija – žmonės vis dažniau renkasi kokybę vietoje egzotikos, o vietinis turizmas tampa ne alternatyva, bet ir pirmu pasirinkimu. Tai ypač svarbu regionams – augant vidaus keliautojų skaičiui, stiprėja vietos verslai, kuriasi naujos darbo vietos ir atsiranda paskata investuoti į infrastruktūrą. Kitaip tariant, keliaudami po Lietuvą, žmonės ne tik ilsisi, bet ir kuria pridėtinę vertę šalies ekonomikai“, – sako ekonomikos ir inovacijų viceministrė Agila Barzdienė.

**„Instagramiškumas“ tampa kelionių kriterijumi**

Šiųmetiniame tyrime dėmesys buvo skiriamas vaikų neturinčių 18–30 metų asmenų, keliavusių po Lietuvą su nakvyne, įpročių analizei.

„Ši demografinė grupė yra potencialiai aktyviausia, bet ir reikliausia turizmo rinkos dalis. Jų keliavimo įpročiai dažnai diktuoja ateities turizmo madas, todėl šių gyventojų poreikių supratimas yra itin svarbus viso svetingumo sektoriaus plėtrai“, – pabrėžia VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ vadovė Olga Gončarova.

Tyrimas atskleidė, kad jauniausių keliautojų prioritetai gana ryškiai išsiskiria bendrame kontekste. Pavyzdžiui, 18–30 metų keliautojai žymiai dažniau renkasi privačius būstus (41 proc., palyginti su 32 proc. visų keliautojų) ir reikšmingai dažniau naudojasi „Airbnb“ paslaugomis (28 proc., palyginti su 11 proc. visų keliautojų). Taip pat jie dvigubai aktyviau informacijos paieškai naudojasi „Instagram“ ir seka nuomonės formuotojų rekomendacijas.

„Socialinių tinklų įtaka kelionių planavimui auga eksponentiškai. Jaunimas aktyviai seka nuomonės formuotojus, ieško ne tik informacijos, bet ir įkvėpimo. Vieta turi būti ne tik populiari ir graži, bet ir suteikti patirčių, vertų dalytis socialiniuose tinkluose. Tai verčia mus iš esmės permąstyti, kaip pristatome Lietuvos turistines vietas“, – pripažįsta „Keliauk Lietuvoje“ vadovė.

**Jaunimas ieško aktyvių patirčių**

Dar vienas ryškus skirtumas – jaunimo kelionių motyvacija. Jie ieško ne tik ramaus poilsio, bet ir aktyvių patirčių: žygių, dviračių maršrutų, barų, festivalių. Tačiau paradoksas tas, kad šie keliautojai rodo žymiai mažesnį pasitenkinimą kelionėmis – tik 71 proc., palyginti su 83 proc. visų keliautojų.

„Matome, kad jaunimas turi aukštesnius lūkesčius kelionėms, ieško ne tik gražių vaizdų, bet ir aktyvaus turinio, prasmingų patirčių. Kartu jie yra kritiškai nusiteikę ir mažiau linkę aplankytas vietas rekomenduoti“, – teigia „Keliauk Lietuvoje“ Vyriausioji analitikė Jogilė Miežienė.

Kokybinis tyrimas atskleidė, kad jaunimo kelionės dažnai gimsta impulsyviai – iš draugų rekomendacijų socialiniuose tinkluose, pamatytų nuotraukų ar staigiai pasirodžiusių akcijų. FOMO (*Fear of Missing Out –* baimės praleisti) efektas taip pat tampa reikšmingu veiksniu priimant kelionių sprendimus.

Tačiau šis spontaniškumas neretai susiduria su realybe – trūksta vieningos, intuityvios platformos, kur būtų galima greitai surasti visą reikiamą informaciją apie kelionę. Jaunimas ieško ne tik apgyvendinimo, bet ir veiklų, maršrutų rekomendacijų vienoje vietoje.

„Matome, kad klasikinis kelionių planavimas keičiasi. Jaunimas nori greitų, patogių sprendimų, bet kartu tikisi aukštos kokybės. Čia slypi ir galimybės, ir iššūkiai mūsų turizmui“, – pažymi J. Miežienė.

**Kainų šuolis keičia kelionių pobūdį**

Finansinis aspektas tapo vienu iš didžiausių iššūkių vietiniam turizmui. Vidutinės kelionių su nakvyne išlaidos, palyginti su prieš metus atlikto tyrimo duomenims, išaugo nuo 177 iki 207 eurų, o tai yra 17 proc. padidėjimas per metus. 36 proc. po Lietuvą su nakvyne nekeliavusių gyventojų kaip pagrindinę to priežastį nurodė būtent per dideles kainas.

Trumpųjų vienos dienos kelionių sumažėjo nuo 48 iki 35 procentų, o lietuviai vis dažniau renkasi ilgesnių savaitgalių keliones – jų populiarumas išaugo nuo 37 iki 45 procentų.

Visgi „Keliauk Lietuvoje“ vadovė O. Gončarova pabrėžia, kad nors toks pokytis tapo iššūkiu, kartu jis atveria ir galimybių atrasti naujas turizmo paslaugas: „Kainų augimas yra neišvengiamas, tačiau jis taip pat skatina tiek keliautojus, tiek turizmo paslaugų teikėjus kūrybiškai prisitaikyti. Ilgesnės kelionės tapo populiaria alternatyva, nes žmonės ieško kokybės ir patirčių už prieinamesnę kainą.“

**Auga susidomėjimas mažiau žinomais regionais**

Nors šalies gyventojai keliaudami po Lietuvą vis dažniau ieško unikalių patirčių, rinkdamiesi kelionių kryptis jie išlieka gana konservatyvūs – Palanga, Druskininkai, Klaipėda, Birštonas, Šventoji išlieka nepajudinamais lyderiais. Tiesa, susidomėjimas mažiau populiariais regionais taip pat auga – po juos šių metų duomenimis keliavo 43 proc. gyventojų, kai 2024 m. šis skaičius siekė 33 procentus.

Populiariausiomis veiklomis kelionių metu išlieka gamtos objektų lankymas, kurį renkasi 40 proc. keliautojų, ir ramus poilsis – 40 proc. Įdomu tai, kad kelionių metu besilankančiųjų kavinėse ir restoranuose sumažėjo nuo 39 iki 31 proc., o tai taip pat gali signalizuoti apie siekį mažinti išlaidas.

„Lietuvos keliautojai vertina artumą, saugumą, prieinamumą. Kartu jie vis dažniau ieško autentiškų patirčių – nori atrasti mažiau žinomas, bet įdomias vietas, paragauti tikros vietinės virtuvės ir vis dažniau renkasi vietas, kurios siūlo unikalią atmosferą. Keliautojams nebeužtenka tiesiog gražių vaizdų ar populiarių lankytinų objektų, ypač tai pastebima keičiantis kartoms“, – akcentuoja VšĮ „Keliauk Lietuvoje vadovė O. Gončarova.

Pasak jos, ši tendencija mažesniems miestams ir miesteliams suteikia daugiau galimybių pritraukti turistų, ieškančių autentiškos patirties, kurios kitur gauti neįmanoma.

Vietinio turizmo tyrimą VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ užsakymu atliko bendrovė „Rait“. Kiekybinėje internetinėje apklausoje dalyvavo 1020 18-74 metų amžiaus Lietuvos gyventojų, papildomai su tiksline 18–30 metų grupe atliktos dvi fokusuotos diskusijos. Rezultatai reprezentuoja visos Lietuvos gyventojų nuomones pagal amžių, lytį ir gyvenamąją vietą.