



Trendy w agroturystyce w 2023 roku i oczekiwania turystów

Iwona Batyk

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Olsztyn, 27 czerwca 2023 r.



Po co chcemy podróżować w 2023 r.?



- 88%** wyjazdy nostalgiczne
- 80%** poznawanie lokalnej społeczności
- 74%** pobyt jednodniowy
- 73%** przełamywanie strefy komfortu
- 72%** posmakowanie nocnego życia
- 70%** przygoda z plecakiem
- 67%** survival

*Wyniki badania portalu Booking.com. w 2022 r.
wśród 24 179 ankietowanych z 32 krajów.*



Inne powody podróżowania w 2023 r.

- **47%** doznania kulinarne, oryginalne dania
- **44%** rozwój duchowy, wyjazdy medytacyjne, rekolekcje, pielgrzymki
- **42%** wyjazd zdrowotny
- **40%** odpoczynek w odosobnieniu
- **38%** miejsca związane ze zjawiskami paranormalnymi: nawiedzone zamki, czakramy, miejsca lądowania UFO
- **36%** poszukiwanie przyjemności
- **35%** podróże bez wychodzenia z domu, w technologii VR (ang. *virtual reality*) rzeczywistość wirtualna, komputerowy trójwymiarowy obraz



Czego pragną turyści w 2023 r.?

- **72%** oczekuje wyjazdów integracyjnych
- **58%** chce wykorzystać wyjazdy i urlopy do zwiększenia swoich zdolności przetrwania
- **50%** chce doświadczyć wrażeń kulturowych
- **48%** chce wybrać się na wakacje poza siecią, bez Internetu
- **39%** pragnie nauczyć się rozpalania ognia, pozyskiwania wody, poszukiwania pożywienia w lesie, a nawet przygotowania się na upadek cywilizacji



Trendy turystyczne 2023 pod znakiem drożyzny

- **69%** korzysta z możliwości technologicznych by zmniejszyć wydatki w czasie podróży
- **60%** zwraca większą uwagę na zniżki oferowane w ramach programów lojalnościowych



SAVE MONEY
NEXT EXIT ➤

Jak turyści będą oszczędzać pieniądze na organizację wakacji?

- **63%** wykorzystywanie promocji i podróże poza sezonem
- **61%** rezerwacje z wyprzedzeniem
- **60%** korzystanie z programów lojalnościowych
- **55%** organizacja krótkich wyjazdów

Na co turyści chcą wydać pieniądze w 2023 r.?

- **34%** przeżycia kulinarne
- **32%** wyszukane miejsce zakwaterowania
- **27%** ubezpieczenie podróżne
- **25%** pamiątki
- **19%** wyjątkowe doświadczenia, ekstremalne atrakcje
- **17%** prywatna wycieczka z przewodnikiem
- **17%** wspieranie lokalnych małych firm



Trendy w agroturystyce
w 2023 r.
i oczekiwania wobec
agrodawców





POLSKA MARKA TURYSTYCZNA

staycation - wakacje za rogiem, odkrywanie piękna miejsc i regionów, znajdujących się w pobliżu naszego miejsca zamieszkania

- ogromna szansa dla agroturystyki
- wymaga atrakcyjnej oferty pobytu
- możliwość odkrywania miejsc nieznanych, nieopisanych w przewodnikach
- konieczność zapewnienia dostępu do informacji, zarówno w Internecie czy mediach społecznościowych, ale również informacji turystycznej w miejscu docelowym

Zagroda Warmińska Pszczoła

Produkty pszczele

Pylek Pszczeli

reguluje pracę układu pokarmowego
ma właściwości odtruwające
działa antydepresyjnie
podnosi odporność organizmu

Propolis

- działa antybakteryjnie, przeciwzapalnie, antywirusowo i regeneracyjnie
- przyspiesza gojenie ran i chorób skóry
- wzmacnia odporność organizmu

Pierzga

- regeneracja podczas zwiększonego wysiłku umysłowego i fizycznego
- wzmacnia system odpornościowy
- reguluje pracę serca

Mleczko pszczele

- reguluje pracę układu nerwowego
- wzmacnia układ krążenia
- przyspiesza gojenie ran i chorób skóry

Jad Pszczeli

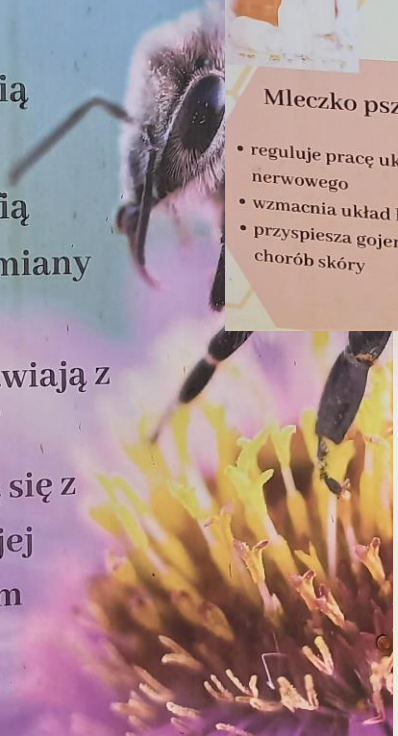
- pomaga leczyć reumatyzm
- wykorzystywany przy leczeniu nerwoból
- wspomaga on ukrwienie, wpływa na gojenie ran, blizn i chorób skóry



Zagroda Warmińska Pszczoła

Ciekawostki

- Pszczoły rozpoznają twarze swoich Pszczelarzy.
- Pszczoły potrafią liczyć do 4.
- Pszczoły potrafią przewidywać zmiany pogody.
- Pszczoły rozmawiają z Kwiatami.
- Pszczoły witają się z członkami swojej rodziny prawym czułkiem.



agro break

- turyści wyrażają chęć odwiedzenia nie tylko miast, ale i mniej popularnych miejsc/miasteczek/wsi
- konieczna jest szybka i bezpośrednia komunikacja z turystami
- wymagane jest zapewnienie wyżywienia lub zaplecza kuchennego
- potrzeba promocji nieoczywistych atrakcji, np. podchody w lesie, kąpiel w sianie
- możliwość i konieczność wykorzystania wszelkich zasobów gospodarstwa i okolicy, np. quizy o ciekawych miejscach w okolicy, warsztaty rozpoznawania ziół, miodowe wariacje, itp.



workation – praca połączona z wypoczynkiem

- konieczność stworzenia odpowiednich warunków do pracy
- szybkie łącze internetowe
- wyposażenie pokoju w biurko i wygodne krzesło
- wydzielenie miejsca na prowadzenie telekonferencji
- odrębna strefa wypoczynku w obrębie jednej jednostki mieszkalnej dla osób towarzyszących
- strefa green rest

wyjazdy wielopokoleniowe

- wymagają zapewnienia odpowiedniej struktury zakwaterowania
- wymagana jest przestrzeń do wspólnego spędzania czasu
- atrakcyjne propozycje menu dla dzieci
- udostępnienie możliwości pobytu dla zwierząt
- organizacja atrakcji, w których udział wezmą wszystkie pokolenia, np. warsztaty kulinarne podczas których uruchamiają się wspomnienia, historie i smaki dzieciństwa; takie atrakcje łączą pokolenia



podróże nastawione na doświadczenia

- tworzenie klimatu poprzez wystrój wnętrz, np. wykorzystanie naturalnych materiałów: drewna, wikliny, lnu
- umożliwienie poznania lokalnej tradycji kulinarnej
- zapewnienie warunków związanych z relaksem, poprawą samopoczucia, zachowaniem równowagi psychicznej
- dostęp do sprzętu do uprawiania sportu, organizacja wycieczek rowerowych, spływów kajakowych, survivalu
- możliwość zdobywania nowych umiejętności, np. medytacja, joga
- ... a może po prostu sianoterapia - „morfina przyrodolecznictwa”





glamping – wyjątkowe noclegi w nieprzeciętnych miejscach

- najważniejszy jest bardzo komfortowy wypoczynek na łonie natury, przytulne, domowe warunki
- atrakcją jest sama forma namiotów i ich wyposażenie, oferta atrakcji w okolicy nie jest najważniejsza
- konieczne są indywidualne strefy relaksu
- wymagana jest możliwość korzystania z wi-fi



ekologia – bliskość przyrody

- działania proekologiczne: oszczędność energii i wody, segregacja śmieci, korzystanie z energii odnawialnej, ograniczenie obecności plastiku
- prowadzenie własnych upraw ekologicznych
- rozwój lokalnych sieci pomiędzy producentami żywności a producentami usług turystycznych
- dostęp dla turystów do uprawianych warzyw i owoców
- możliwość obcowania z przyrodą
- kontakt z naturą w wystroju wnętrza, np. meble z drewna, wikliny, żywe rośliny, duże okna



zrównoważona turystyka

- silna preferencja do podróży w kraju
- planowanie infrastruktury turystycznej na otwartych przestrzeniach: place zabaw, strefy relaksu, spa
- propozycje spędzania czasu na świeżym powietrzu
- zainteresowanie turystów aktywnymi formami spędzania wakacji: wędrówki szlakami pieszymi, rajdy rowerowe, spływy kajakowe
- promocja oferty wypoczynku poza sezonem turystycznym
- unikanie dużego kontaktu z nieznajomymi



slow tourism

- wiąże się nie tylko z ulotną chwilą, ale stanowi styl życia turysty
- wymaga opracowania tras łączących lokalną bazę noclegową i atrakcje poza utartymi szlakami turystycznymi
- tworzenie i promocja pozasezonowych ofert turystycznych
- realizowanie turystyki w sposób akceptowalny dla lokalnej ludności, bez negatywnego wpływu na środowisko
- współpraca z lokalnymi grupami działania w celu zidentyfikowania sposobów na zwiększenie pozytywnej interakcji między mieszkańcami a turystami
- rozwój infrastruktury zewnętrznej, np. zajęcia na świeżym powietrzu