

Katarzyna Bielecka, Anna J. Parzonko

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Preferencje osób starszych uczestniczących w wyjazdach turystycznych

Streszczenie. Zwiększająca się liczba osób starszych w społeczeństwie sprawia, że jest to znacząca grupa konsumentów stanowiąca odrębny segment odbiorców w każdej dziedzinie, w tym w turystyce. Aby stworzyć atrakcyjne oferty dla seniorów, należy dokładnie rozpoznać i przeanalizować ich potrzeby oraz preferencje. Przeprowadzono badania empiryczne za pomocą metody sondażu diagnostycznego przy zastosowaniu techniki ankietowej wśród 49 uczestników Pikniku „Seniorada” zorganizowanego przez Europejskie Stowarzyszenie Aktywności Ruchowej 50+ wraz z Akademią Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie. Pozyskany materiał empiryczny umożliwił ocenę częstotliwości wyjazdów seniorów, preferencji dotyczących zagospodarowania czasu wolnego podczas wyjazdu m.in. preferowanych form uprawiania turystyki czy też sposobu organizacji wycieczek.

Słowa kluczowe: turystyka, seniorzy, wypoczynek

Wstęp

W ciągu ostatniego pięćdziesięciolecia, zarówno w europejskim, jak i polskim społeczeństwie, zauważono wzrost liczby osób w starszym wieku. Grupa ta zaczyna być traktowana jako oddzielny segment odbiorców usług turystycznych. Jednak zbyt mała wiedza na temat potrzeb seniorów oraz ich chęci w nabywaniu produktów turystycznych powoduje trudności w tworzeniu atrakcyjnych ofert, co ma swoje odzwierciedlenie w ich aktywności turystycznej.

Zjawisko starzenia się występuje zarówno w Polsce, jak i w innych krajach Europy. Dane gromadzone na ten temat prognozują, iż liczba osób w starszym wieku w najbliższych latach stale będzie wzrastać. Oznacza to więc również wzrost ich znaczenia w wielu sferach. W 2010 roku Komisja Europejska wydała komunikat do Parlamentu Europejskiego, Rady Europy, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów „Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego”, który jako jedno z wyzwań stojących przed europejskim sektorem turystycznym wskazał zmiany demograficzne odnotowywane w Europie, a także wynikające z nich nowe zachowania i oczekiwania turystów. Zmiany te wymagają od sektora turystyki szybkiego dostosowania się, tak by mógł on utrzymać swój poziom konkurencyjności. Jedną z najwyraźniejszych zmian jest to, iż do 2020 r. grupa osób w wieku powyżej 65 lat stanowić będzie 20% społeczeństwa europejskiego. Ta grupa społeczna, składająca się z osób dysponujących zarówno siłą

nabywcą, jak i wolnym czasem, niesie ze sobą ogromny potencjał pod względem gospodarczym, lecz wymaga również pewnego dopasowania ze strony sektora, ze względu na jej specyfikę. Podobnie jest w przypadku rosnącej liczby turystów o ograniczonej mobilności (według niedawnych szacunków grupa ta liczy 127 mln osób), których szczególne potrzeby także należy uwzględnić w ofercie usług turystycznych¹.

Baza danych eye@RIS3 (działająca na Platformie inteligentnej specjalizacji), która dokumentuje rodzącą się sieć regionalnych specjalności w całej Europie, pokazuje, że wiele regionów w ramach swoich strategii wyróżnienia wprowadza do turystyki unikatowe usługi i modele biznesowe, zamierzając przeznaczyć dla nich duże wsparcie finansowe. Na przykład chcą one skoncentrować wysiłki na stworzeniu konkurencyjnych niszowych rynków i marek, takich jak turystyka dla osób starszych lub ekoturystyka, unowocześnienie infrastruktury mające przyciągnąć bogatszych gości oraz zdywersyfikowanie oferty turystycznej mającej zmniejszyć uzależnienie od krótkiego sezonu².

Osoby starsze stanowią coraz większą grupę konsumentów. Są one atrakcyjnymi odbiorcami wszelkich dóbr i usług, w tym usług turystycznych. Aby stworzyć jak najlepszą ofertę dla tej grupy klientów, należy przyjrzeć się ich potrzebom, zainteresowaniom, obawom skierowanym wobec producentów i usługodawców oraz możliwościom komunikowania się z nimi jako odrębną grupą odbiorców. Zarówno przy zakupie dóbr podstawowych, czyli takich, które niezbędne są im do życia i niedających się w żaden sposób zastąpić, jak i przy zakupie dóbr dodatkowych, niekiedy nawet luksusowych, osoby starsze jako odrębny segment kierują się pewnymi konkretnymi kryteriami³. Wśród nich wyróżnić można: utrzymanie dobrego stanu zdrowia, zwiększenie komfortu życia, praktyczność zakupionych dóbr, łatwość korzystania z wybranego dobra, dostępność dobra. Znajomość tych kryteriów jest pomocna przy tworzeniu dóbr i usług kierowanych do seniorów. Warto pamiętać, że faza starości to czas, w którym osłabiają się funkcje życiowe organizmu, dlatego też wpływ zakupu danego dobra na zdrowie seniora jest dla niego tak znaczący⁴.

Ludzie starsi to osoby z ogromnym bagażem doświadczeń, przeżyli wiele, co skutkuje tym, iż jako wartość nadrzędną stawiają komfort życia. Szanują spokój, stabilność oraz pewność, że nic tego nie zaburzy. Ponadto seniorzy cenią sobie praktyczność dóbr, które zakupują. Wynika to z tego, że często nauczeni doświadczeniem starają się z rozsądkiem zagospodarować swoje pieniądze i nie wydawać ich na produkty bądź usługi, które nie będą dla nich korzystne i użyteczne. Ważne jest również, aby sposób korzystania z wybranego przez nich dobra bądź usługi był prosty. Aż w końcu jeden z najważniejszych

¹ Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów „Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego”, Bruksela 2010.

² www.ec.europa.eu (dostęp 20.12.2016).

³ J. Plak: Senior jako konsument dóbr i odbiorca usług rynkowych. Wyższa Szkoła Pedagogiczna TWP w Warszawie, www.gu.com.pl (dostęp 10.06.2016).

⁴ J. Kozłowski: Psychologia starzenia się, www.psyjk.strony.ug.edu.pl (dostęp 10.06.2016).

aspektów, jakim jest dostęp do danego dobra bądź usługi. W dzisiejszych czasach różnorodność umiejętności posługiwania się elektronicznymi możliwościami w pozyskiwaniu dóbr jest bardzo duża. Część seniorów świetnie radzi sobie z zakupem za pomocą Internetu czy też telefonicznie, jednakże pozostała część mimo wszystko wybiera tradycyjne formy nabycia produktów i usług poprzez fizyczne pójście do sklepu lub punktu obsługi. Wynika to z faktu, iż nie wszyscy seniorzy posiadają możliwość korzystania ze sprzętu elektronicznego czy też umiejętność jego wykorzystania. Dodatkowo ważne jest, aby określić sposób, w jaki dotrzeć można do seniorów jako segmentu odbiorców. Jest to grupa docelowa sprawiająca reklamodawcom dóbr oraz usług wiele trudności. Do podstawowych problemów należy brak zrozumienia struktury tej grupy oraz zróżnicowanie jej potrzeb⁵.

Cel i metodyka badań

Celem badań było rozpoznanie preferencji osób starszych uczestniczących w wyjazdach turystycznych. W 2016 roku przeprowadzono badania empiryczne za pomocą metody sondażu diagnostycznego przy zastosowaniu techniki ankietowej. Wykorzystano anonimową formę kwestionariusza ankiety. Skierowano ją do uczestników Pikniku „Seniorada” zorganizowanego przez Europejskie Stowarzyszenie Aktywności Ruchowej 50+ wraz z Akademią Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie na terenie dzielnicy Żoliborz w Warszawie. Ankieta składała się z 23 pytań zamkniętych, na które odpowiedzi udzieliło 49 respondentów. Pozwoliło to na ocenę częstotliwości wyjazdów seniorów, preferencji dotyczących zagospodarowania czasu wolnego podczas wyjazdu czy też sposobu organizacji wycieczek.

Wśród respondentów większość stanowiły osoby w wieku 60–69 lat (39%). Drugie miejsce zajęły osoby w wieku 70–74 lata (27%), na trzecim uplasowali się seniorzy w przedziale wiekowym 55–60 lat (16%). Mniejszość wśród badanych stanowili najstarsi seniorzy w wieku 75–84 lat (14%) i 85 lat i więcej (4%). Analizując grupę badawczą, należy stwierdzić, że zdecydowaną większość wśród respondentów stanowiły osoby o średnim wykształceniu (50%), na drugim miejscu znalazły się osoby z wykształceniem zasadniczym (28%), najmniej liczną zaś grupę respondentów stanowili seniorzy z wykształceniem wyższym (22%). Najlicniejszą grupą respondentów były osoby oceniające własną sytuację materialną jako średnią. Stanowili oni prawie połowę badanych (46%). Jako dobrą i bardzo dobrą sytuację materialną wskazało odpowiednio 28 i 20% badanych, a jako złą 6%.

Podmioty zajmujące się organizacją wyjazdów turystycznych dla seniorów

Obserwacja ofert zamieszczonych w katalogach internetowych najbardziej rozpoznawalnych biur turystycznych w Polsce dowiodła, iż brakuje wyspecjalizowanej oferty skierowanej do seniorów, a jeśli nawet oferta taka się pojawia to jest ona dość ograni-

⁵ Marketing dla seniorów, czyli jak formułować przekaz do osoby starszej, www.alterweb.pl (dostęp 10.06.2016).

czona. Przykładowo w 2016 roku biuro podróży Rainbow skierowało do seniorów ofertę o nazwie „Wakacje po 50-tce”, która obejmowała tylko 2 miesiące: marzec i kwiecień⁶. Powstają jednak już biura podróży zajmujące się tworzeniem ofert skierowanych stricte do osób starszych. Na przykład polskie biuro podróży Watra Travel z siedzibą w Lublinie specjalizuje się między innymi w organizacji wczasów dla seniorów⁷. Podróżni udający się na wycieczkę z tym biurem mogą wybrać się zarówno nad południowo- oraz zachodnioeuropejskie wybrzeża, jak i na wypoczynek lub pobyt leczniczy w Polsce. W swojej ofercie biuro podróży Warta Travel dysponuje również wyjazdami o charakterze religijnym, takimi jak pielgrzymka do Ziemi Świętej bądź pielgrzymka do sanktuariów w Hiszpanii i Portugalii.

Poza biurami podróży także inne podmioty stwarzają osobom starszym możliwość wyjazdów o charakterze turystycznym. Można do nich zaliczyć samorządy lokalne. Wiele z nich zajmuje się aktywizacją ludzi starszych poprzez organizowanie im eventów, takich jak np. „Dzień seniora” czy „Piknik seniora”. Mieszkańcy powyżej 55 roku życia chętnie udają się na imprezy zorganizowane na miejscu gdyż nie wiąże się to z dużymi kosztami, mogą sobie pozwolić na udział bez obawy o zdrowie czy bezpieczeństwo. Jest to forma spędzania czasu wolnego niekoniecznie powiązana z turystyką, jednakże może zachęcać do udziału w podobnym wydarzeniu nawet na drugim końcu Polski.

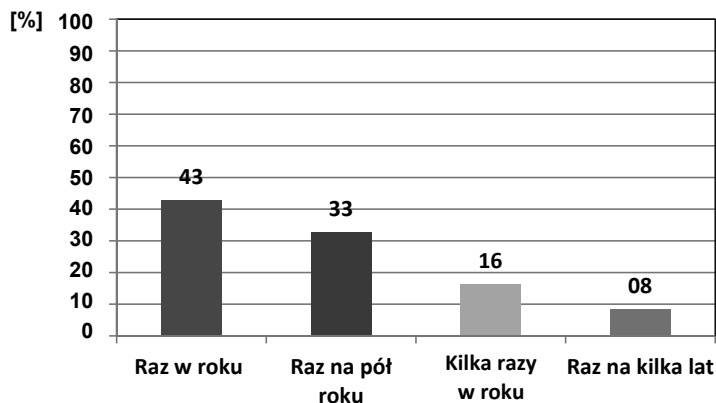
Organizacją wyjazdów turystycznych skierowanych dla seniorów zajmują się także parafie. Wyjazdy o charakterze pielgrzymek cieszą się dużą popularnością wśród osób starszych ponieważ społeczność parafialna to często grupa, w której seniorzy czują się swobodnie, posiadają znajome i bliskie im osoby. Organizacje zrzeszające seniorów w ramach swojej działalności również stwarzają możliwość aktywnego ich uczestnictwa w wyjazdach o różnym charakterze. Przykładem takiej organizacji jest Europejskie Stowarzyszenie Aktywności Ruchowej 50+ działające od 2007 roku. ESAR 50+ zajmował się pierwotnie organizacją programów ruchowych oraz pikników rekreacyjnych na terenie Warszawy. W obecnym czasie organizacja ta ma zasięg ogólnopolski. Współpracuje ona również z Ministerstwem Sportu i Turystyki.

Aktywność turystyczna ludzi starszych

Aby dowiedzieć się czego wymagają ludzie starsi w dziedzinie turystyki, poddano analizie m.in. ich częstotliwość wyjazdów, czas trwania wypoczynku, preferowane formy spędzania czasu wolnego. Seniorzy uczestniczący w badaniu zostali poproszeni o wskazanie liczby wyjazdów w ciągu roku. Większość z ankietowanych zaznaczyła, że wyjeżdżała raz w roku, znaczna część respondentów odpowiedziała, że zazwyczaj udawała się na wyjazd turystyczny raz na pół roku, kilka razy w roku wyjeżdżała zaledwie co szósta osoba, co przedstawiono na rysunku 1.

⁶ Wczasy dla seniorów Hiszpania, www.r.pl (dostęp 12.06.2016).

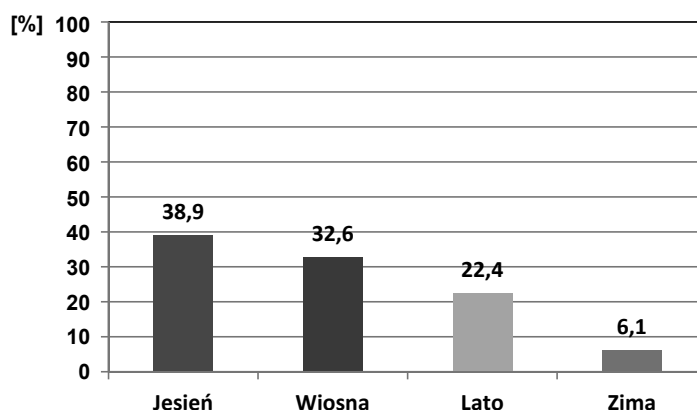
⁷ Biuro Podróży WATRA TRAVEL, www.senior.watra-travel.pl, dostęp 12.06.2016.



Rysunek 1. Częstotliwość wyjazdów turystycznych badanych seniorów w ciągu roku [%]

Źródło: badanie własne.

W badaniu zapytano respondentów, w jakiej porze roku najczęściej udawali się na wyjazd turystyczny. Do najczęściej wybieranych przez seniorów pór roku należą zarówno jesień, jak i wiosna. Najprawdopodobniej jest to spowodowane brakiem wysokiego sezonu w tym czasie. Osoby starsze cenią sobie spokój oraz brak zbędnego tłumu w miejscowościach turystycznych. Ponadto w tym czasie ze względu na mniejszy popyt ze strony turystów ceny wycieczek, noclegów i innych usług turystycznych są niższe niż latem czy zimą. Co piąty respondent najczęściej na wyjazd wybierał się latem. Do tej grupy badanych osób zaliczyć możemy między innymi seniorów wyjeżdżających na wakacje z wnukami. Szczegółowe zestawienie wyników badań w tym obszarze przedstawiono na rysunku 2.



Rysunek 2. Pory roku najczęściej wybierane na wyjazd turystyczny przez badane osoby [%]

Źródło: badanie własne.

Następnie poproszono respondentów o wskazanie najczęstszej długości trwania ich wyjazdów turystycznych. Z badania wynika, iż osoby starsze najchętniej decydowały się na wyjazdy krótkotrwałe: najczęściej na kilka dni i weekend. Niewiele mniejszym powodzeniem cieszyły się również wyjazdy trwające od 1 do 2 tygodni. dłuższe wyjazdy wskazywał zaledwie co dziesiąty badany.

Respondenci zostali poproszeni również o wskazanie osób, z którymi najczęściej udają się na wyjazd. Aż 46,9% badanych wskazało, że najczęściej na wyjazd turystyczny udaje się z małżonkiem/małżonką. Reszta odpowiedzi rozkładała się na wyjazd z rodziną i wyjazd ze znajomymi – odpowiednio 34,6 i 18,5%. Nikt z zapytanych nie zadeklarował wyjazdów odbywających się samotnie. Wynika z badań, że seniorzy wybierają najbliższe sobie osoby, jako towarzyszy wypoczynku – osoby, z którymi czują się swobodnie i mogą na nie liczyć w trakcie wyjazdu.

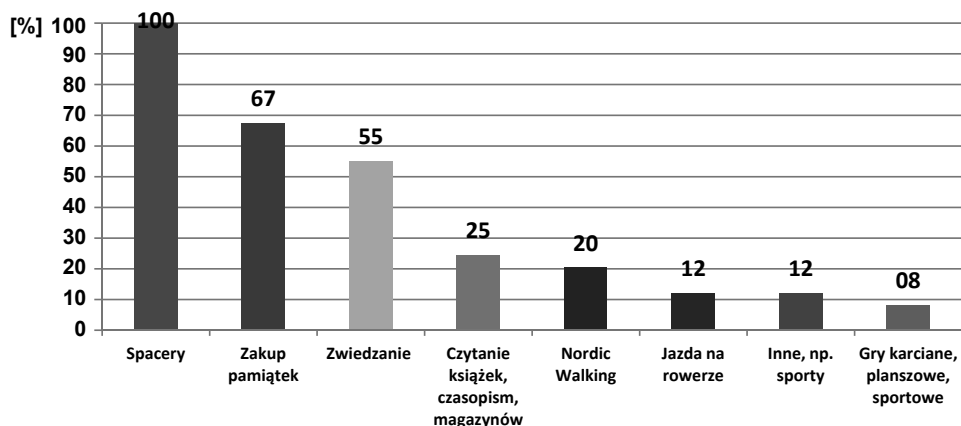
Zdecydowana większość respondentów decydowała się na wyjazd krajowy, co trzeci badany wyjeżdżał za granicę, lecz nie przekraczał granic Europy. Nikt z ankietowanych nie zadeklarował wyjazdów w obrębie swojego województwa czy też zagranicą z wyszczególnieniem reszty świata poza Europą.

Do najchętniej odwiedzanych obszarów kraju przez osoby starsze uczestniczące w badaniu należały tereny nadmorskie – 46,9% wskazanych odpowiedzi oraz Pojezierza – 34,7%. Najmniejszą popularnością wśród respondentów cieszyły się góry – tylko 18,4% wskazań.

Grupę badawczą zapytano także o wybierane formy noclegu, z których korzystano podczas wyjazdów turystycznych. Seniorzy nocowali najczęściej w pensjonacie – 34,7%. Kolejną z form zakwaterowania cieszącą się powodzeniem wśród seniorów były kwatery prywatne – 28,6% wskazań. Ponadto respondenci korzystali z usługi noclegowej w hotelach (20,4%), ale także w gospodarstwach agroturystycznych (16,3%).

W badaniu rozpoznano jakie formy spędzania czasu wolnego podczas wyjazdów turystycznych były najczęściej wybierane przez seniorów. Okazuje się, że największym zainteresowaniem wśród respondentów cieszyły się spacer, które uznali za jedną z najchętniej podejmowanych form spędzania czasu. Za atrakcyjne zajęcie podejmowane w czasie wolnym wskazano również zakup pamiątek, mniejszą popularnością cieszyło się czytanie książek, czasopism i magazynów oraz Nordic Walking. Najrzadziej w czasie wolnym seniorzy podejmowali się jazdy na rowerze oraz innych zajęć, w tym sportów. Niewielka część zadeklarowała, że w wolnym czasie lubi grać w gry karciane, planszowe oraz sportowe (rys. 3).

Analizując poszczególne rodzaje turystyki uprawiane przez seniorów, najlepiej w zestawieniu wypadła turystyka wypoczynkowa (30,6%). Chętnie uprawiana przez ankietowanych była turystyka uzdrowskowa (22,4%), następnie jednakowo uplasowały się turystyka krajoznawcza oraz pielgrzymkowa (18,4%). Najmniejszym zainteresowaniem wśród ludzi starszych cieszyła się turystyka kwalifikowana (10,2%). Uzyskane wyniki mogą wskazywać na to, iż osoby starsze ceniły sobie przede wszystkim spokój i dbanie o zdrowie. Udając się na wyjazd turystyczny, pragnęły odpocząć oraz zadbać o swoją kondycję fizyczną oraz psychiczną.



Rysunek 3. Preferowane formy spędzania czasu wolnego przez badanych seniorów [%]*

*Respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: badanie własne.

Seniorzy ze względu na swój wiek napotykać wiele barier oraz trudności związanych z ich uczestnictwem w turystyce. Respondentów poproszono o wskazanie czynników, od których uzależniony był ich udział w wyjazdach turystycznych. Większość ankietowanych wskazało, że swój wyjazd uzależnia od sytuacji materialnej (40,8%), równie ważny w tej kwestii był stan zdrowia seniorów (38,8%). Mniejszy wpływ na udział ludzi starszych w turystyce miało bezpieczeństwo w wybranej destynacji (12,2%) czy też inne czynniki, takie jak na przykład sytuacja rodzinna (8,2%).

Ponieważ przede wszystkim to sytuacja materialna wpływa na decyzje o wyjeździe, więc interesujące jest, jaką kwotę seniorzy są w stanie przeznaczyć w skali roku na wyjazdy o charakterze turystycznym. Najczęściej deklarowane przez respondentów były kwoty w przedziale 800–1200 zł (46,9 wskazań), 38,8% badanych przeznaczało na wyjazd około 500–800 zł, a 10,2% – tylko 300–500 zł. Powyżej 1200 zł wskazywało 4,1% osób.

Jakie oczekiwania seniorzy zgłaszali pod kierunkiem potencjalnych organizatorów wypoczynku? Dla połowy respondentów (51%) ważny był dostęp do opieki medycznej bądź pielęgniarstwa. Ponadto ankietowani za ważne uznali: ciszę i spokój (18,4%), dostęp do ośrodków kultury (16,3%) oraz dostęp do ośrodków rekreacyjno-sportowych (14,3%).

Podsumowanie

Zachodzące przemiany demograficzne wymuszają na podmiotach świadczących usługi turystyczne dostosowywanie oferty do potrzeb osób starszych. Preferencje seniorów uczestniczących w badaniu przedstawiały się następująco:

- seniorzy preferowali wyjazdy z rodziną lub ze znajomymi. Jako wartości nadrzędne stawali na bezpieczeństwo oraz zdrowie, a szczególną rolę podczas wyjazdów odgrywała

dla nich opieka medyczna i pielęgnarska. Ponadto według badanych w ofertach turystycznych kierowanych do seniorów powinny być uwzględnione specjalne diety czy dostosowane do osób starszych wygodne pomieszczenia. W zakresie form spędzania wolnego czasu podczas wyjazdów seniorzy preferowali spacer, zakupy pamiątek i zwiedzanie. Mniejsze oczekiwania wiązały się z aktywnością sportową;

- do największych barier uczestnictwa ludzi starszych w turystyce badani zaliczyli brak finansów, problemy ze zdrowiem i obowiązki związane z sytuacją rodzinną i domem, na przykład opiekę nad bliskimi.

Ludzie starsi stanowią w dzisiejszych czasach swoisty segment odbiorców usług, w tym usług turystycznych. Są oni grupą wymagającą, lecz bardzo aktywną. Mając świadomość zachodzących procesów demograficznych, można wnioskować, że zapotrzebowanie na oferty kierowane do seniorów będzie coraz większe.

Literatura

Biurow Podróży WATRA TRAVEL, www.senior.watra-travel.pl.

Blecharz J., Siekańska M.: Psychologiczna charakterystyka starzenia się i starości, [w:] Fizjologia starzenia się. Profilaktyka i rehabilitacja. Red. naukowa A. Marchewka, Z. Dąbrowski i J. Żołądź. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.

Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów „Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego”, Bruksela 2010.

Kozłowski J.: Psychologia starzenia się, www.psyjk.strony.ug.edu.pl

Marketing dla seniorów, czyli jak formułować przekaz do osoby starszej, www.alterweb.pl

Plak J.: Senior jako konsument dóbr i odbiorca usług rynkowych. Wyższa Szkoła Pedagogiczna TWP w Warszawie, www.gu.com.pl.

Trafiałek E.: Starzenie się i starość. Wszechnica Świętokrzyska, Kielce 2006.

Wczasy dla seniorów Hiszpania, www.r.pl

www.ec.europa.eu

Preferences of senior tourists

Summary. The number of seniors in society is on the rise which makes them an increasingly significant group of consumers which forms a distinct segment of clients in various areas, including tourism. To create attractive offers for older travelers, it is necessary to identify and analyze their needs and preferences. This paper presents the results of an empirical study involving the method of a diagnostic survey using a questionnaire technique. The respondents were 49 participants of “Seniorada” picnic organized by the European Association of Physical Activity 50+ and Józef Piłsudski Academy of Physical Education in Warsaw. The collected empirical material provides data on the frequency of seniors’ travels, their preferences regarding the tour attractions, preferred forms of travelling and tour organization.

Key words: tourism, seniors, leisure