

**Zbigniew Ossowski, Tomasz
Taraszkiewicz, Marlena Formella**

**Aktywność turystyczna seniorów
szansą na rozwój turystyki w Polsce**

Ekonomiczne Problemy Usług nr 82, 295-306

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

ZBIGNIEW OSSOWSKI

TOMASZ TARASZKIEWICZ

MARLENA FORMELLA

**Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu im. Jędrzeja Śniadeckiego
w Gdańsku**

AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNA SENIORÓW SZANSĄ NA ROZWÓJ TURYSTYKI W POLSCE

Wprowadzenie

W stosunkowo bogatym piśmiennictwie dotyczącym profilaktyki starzenia się organizmu człowieka rzadko poruszana jest problematyka z zakresu aktywności turystycznej seniorów. Tymczasem w literaturze anglojęzycznej funkcjonuje nawet pojęcie *senior traveller*.

W obliczu zmieniającej się struktury demograficznej ludności, określanej mianem starzenia się społeczeństwa, tematyka aktywności turystycznej seniorów nabiera coraz większego znaczenia. Warto podkreślić, że w ciągu 25 lat ogólna liczba osób starszych (ponad 60-letnich) wzrośnie z 605 mln w 2000 roku do 1,2 mld w roku 2025. W związku z 2-procentową stopą rocznego przyrostu populacji, w roku 2050 liczba starszych osób wyniesie około 2 mld.

Zjawisko starzenia się populacji narasta również w Polsce, gdzie powoli, ale systematycznie zwiększa się udział populacji w wieku poprodukcyjnym (kobiet powyżej 60. roku życia i mężczyzn powyżej 65. roku życia). Według prognoz demografów, w 2000 roku odsetek tej grupy osób wynosił 14% ogółu mieszkańców, zaś w roku 2030 liczba ta wzrośnie do 24% i wyniesie 9 mln.

290 tys.¹, co oznacza, że co czwarty Polak będzie emerytem. Inne prognozy demograficzne pokazują, że od roku 2000 do 2030 przybędzie nam około 3,5 mln seniorów z liczebną przewagą kobiet².

Starzenie się społeczeństwa zmienia strukturę wydatków budżetowych kraju, wpływa na zmianę modelu produkcji, konsumpcji, systemów ubezpieczeń społecznych, rzutuje również na stosunki społeczne oraz sposoby spędzania czasu wolnego³.

Zmieniająca się struktura demograficzna ludności stawia zatem nowe wyzwania, które wymagają o wiele większego, niż miało to miejsce w przeszłości, zaangażowania nie tylko państwa, ale i sektora prywatnego w rozwiązanie problemów związanych z ochroną zdrowia fizycznego, psychicznego i społecznego seniorów.

Rozpatrując analizowane zagadnienie w kontekście makroekonomicznym, należy zauważyć, że ustawicznie rosnący odsetek seniorów stanowi coraz większy nabywczy potencjał specyficznego segmentu rynku, stając się również szansą na poprawę koniunktury przemysłu turystycznego. Pomimo że główne źródło dochodów ludzi starszych w Polsce stanowią świadczenia emerytalne, które w 2009 roku kształtowały się na poziomie 1181 zł netto na osobę⁴, ludzie starsi mają często oszczędności całego życia, np. własne mieszkania, oraz nie są obciążeni wydatkami z tytułu utrzymania dzieci⁵. Według danych GUS rodziny emerytów dysponują dochodem na osobę większym o około 11% od dochodu rodzin pracowników⁶. Ponadto dysponują dużymi zasobami czasu wolnego oraz

¹ *Rocznik Demograficzny 2010*, GUS, Warszawa 2010, s. 167.

² M. Kuchcińska, *Edukacja do starości i w starości w kontekście kamieni milowych na drodze życia seniorów*, w: *Zdrowie człowieka i jego edukacja gerontologiczna*, red. M. Kuchcińska, Akademia Bydgoska, Bydgoszcz 2004, s. 146.

³ J. Śniadek, *Konsumpcja turystyczna polskich seniorów na tle globalnych tendencji w turystyce*, „Gerontologia Polska” 2007, tom 15, nr 1–2, s. 21.

⁴ *Diagnoza społeczna 2009. Warunki i jakość życia Polaków*, red. J. Czapiński, T. Panek, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2011, s. 54, www.diagnoza.com, 28.03.2011.

⁵ P. Różyński, *Senior, klient niedoceniony*, „Dziennik Gazeta Prawna”, magazyn. 2011, nr 214 (3100), s. 5–6.

⁶ *Sytuacja gospodarstw domowych w 2004 roku w świetle wyników badań budżetów domowych*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2005.

charakteryzują się dużą świadomością turystyczną, tj. świadomością wpływu aktywności na zdrowie i sferę psychiczną człowieka⁷.

Analiza rynku usług turystycznych w krajach UE w roku 2006 pokazała, że średnio 55% ludności wyrusza przynajmniej raz do roku na wycieczkę (cztery noce i więcej), natomiast w przypadku populacji w wieku powyżej 64 lat odsetek ten był niższy i wyniósł średnio 41%. Z tych samych badań wynika, że średnio ponad 6 z 10 wybieranych podróży to podróże krajowe, natomiast w przypadku najstarszej grupy wiekowej stosunek ten wyniósł odpowiednio 7 na 10. Średnio z całej populacji turyści w wieku powyżej 64 lat częściej uczestniczą w podróżach długoterminowych⁸.

Obserwacje rynku turystycznego w Europie pokazują tendencję większego zainteresowania turystyką seniorów z krajów Europy Zachodniej (szczególnie z Francji, Niemiec i Szwajcarii) w stosunku do seniorów z Polski. Duży udział seniorów zachodnioeuropejskich w wyjazdach turystycznych wynika z wysokiego poziomu życia na emeryturze oraz dobrze rozwiniętej turystyki socjalnej. Polski turysta będący na emeryturze nie jest jeszcze podmiotem większego zainteresowania ze strony branży turystycznej, ponieważ stanowi relatywnie małą, w opinii przedsiębiorców, siłę nabywczą wspomnianego rynku⁹.

Tymczasem z badań wynika, że wydatki na turystykę w Polsce w 2010 roku wzrosły w stosunku do roku 2009 o 9,5%. Wzrost ten zauważono zwłaszcza u konsumentów powyżej 65. roku życia. Polski senior w 2010 roku na turystykę przeznaczył 14,1% więcej środków niż w roku 2009¹⁰. Powyższe dane informują, że tendencja redukcji wydatków na usługi turystyczne, mająca związek z kryzysem finansowym na świecie¹¹, w roku 2010 została zahamowana.

Sygnalizowane powyżej tendencje wskazują, że sektor usług turystycznych ukierunkowany na osoby starsze ma dużą szansę na dynamiczny rozwój.

⁷ A. Gardner, *Travel is ageing gracefully*, „Tourism Review”, online magazine 2009, s. 41, www.tourism-review.com, 05.11.2011.

⁸ J. Urhausen, *Eurostat report: Tourism in Europe: does age matter?*, „Tourism Review”, online magazine 2009, s. 44, www.tourism-review.com, 05.11.2011.

⁹ J. Śniadek, *op. cit.*, s. 21.

¹⁰ Eurostat. *Statistics. Tourism. Data. Database. Tourist expenditure – holiday trips and visit to relatives and friends – by gender, age group and trip characteristics – annual data*, epp.eurostat.ec.europa.eu, 07.11.2011.

¹¹ *European Travel Commission. Market-intelligence. Reports and Studies*, www.etc-corporate.org, 07.11.2011.

Powyższą hipotezę potwierdzają wyniki wielu raportów, z których można wnioskować, że w przyszłości osoby starsze będą się charakteryzowały coraz lepszym wykształceniem, wyższym statusem ekonomicznym oraz lepszym stanem zdrowia niż pokolenie dzisiejszych seniorów¹².

Dobrym przykładem ożywienia rynku turystycznego była kampania hiszpańskiego rządu pt. „Europejska turystyka dla seniorów” dostępna dla obywateli większości krajów UE, głównie Polski, Czech, Węgier i Słowacji. W sezonie zimowym 2009–2010 rząd hiszpański oraz autonomiczne regiony Andaluzji i Balearów dofinansowały 80 tys. miejsc dla turystów. Projekt oferował przystępne ceny oraz gotowe pakiety łączące w sobie turystykę, terapię, wellness, sport i szkolenia. Europejski turysta-senior miał możliwość wzięcia udziału w wycieczce trwającej od 1 tygodnia do prawie 1 miesiąca. Koszt tygodniowego pobytu dla klienta z Polski wynosił 343 euro. Program dopłacał do każdego gościa 150 euro. Celem unijnego projektu było wsparcie idei aktywnego starzenia się. Na realizacji powyższego programu z pewnością skorzystał rynek usług turystycznych w Hiszpanii. Program okazał się lekarstwem na przestój zimowy dla tamtejszych restauratorów i hotelarzy. Szacowano, że w czasie trwania programu (październik 2009 r. – kwiecień 2010 r.) hotele sprzedadzą 500 tys. noclegów, tj. około 5,5% więcej niż zwykle o tej porze roku.

Podobny projekt dla francuskich seniorów powyżej 60. roku życia (*Seniors en Vacances*) uruchomiła I'ANCV (*National Agency of Vacation Vouchers*) i Krajowa Agencja Turystyki. Obejmował on ponad 45 tys. miejsc we Francji. Celem było przełamanie samotności i wyizolowania, zapewnienie opieki społecznej i zapobieganie chorobom. W 2009 roku planowano udostępnienie miejsc dla 100 tys. seniorów¹³.

Także hotele coraz częściej kierują swoją ofertę do polskiego seniora-turysty, proponując zniżki na noclegi i posiłki dla osób powyżej 50. roku życia. Dostosowują też pokoje do potrzeb osób niepełnosprawnych. W Polsce zaczynają powstawać również specjalistyczne kliniki medyczne wraz z hotelami, nastawione na pobyt osób starszych, oferujące okresowe pakiety dla senio-

¹² *Starzejąca się Europa. Reagowanie na zmieniające się oczekiwania seniorów*, Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego, Wrocław 2010, s. 21.

¹³ *Starzejąca się Europa...*, s. 22.

rów. Usługi takie są o ponad połowę tańsze niż na Zachodzie, stąd często korzystają z nich goście zagraniczni¹⁴.

Pomimo rosnących potrzeb w zakresie aktywnego spędzania czasu wolnego osób w starszym wieku, można odnieść wrażenie, że potencjał wielu instytucji turystycznych w zakresie obsługi seniorów jest ciągle wysoce niewykorzystywany.

Z uwagi na aktualność problematyki odnoszącej się do turystyki osób starszych w niniejszym artykule postanowiono przybliżyć temat aktywności turystycznej polskich seniorów oraz wskazać ich preferencje w zakresie wyjazdów, bariery ograniczające udział w ruchu turystycznym oraz zainteresowanie unijnymi programami dofinansowującymi wyjazdy zagraniczne.

3. Materiał i metody badań

Badania przeprowadzono w 2011 roku wśród 110 seniorów zamieszkałych w Gdańsku i Grudziądzu; zastosowano tu dobór przypadkowy. Analiza materiału badawczego pozwoliła bliżej określić strukturę demograficzną badanych respondentów (tabela 1).

Na podstawie danych zamieszczonych w tabeli 1 widać, że statystycznym respondentem była nieaktywna zawodowo zamężna kobieta w wieku 65 lat legitymująca się wykształceniem średnim, o przeciętnym statusie materialnym, cechująca się dobrym stanem zdrowia.

W realizacji pracy zastosowano metodę sondażu diagnostycznego¹⁵ z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety, który oparto o 12 pytań oraz metrykę. Badane osoby zostały poinformowane o celu przeprowadzanego sondażu. Wypełnienie ankiety polegało na zakreślaniu lub dopisaniu odpowiedzi. Badanie odbyło się w obecności ankietera.

¹⁴ P. Różyński, *op. cit.*, s. 5–6.

¹⁵ W. Siwiński, *Metody badań pedagogicznych w dziedzinie kultury fizycznej i turystyki (zarys problematyki)*, Poznań 1997, s. 27–28.

Tabela 1

Struktura demograficzna grupy badawczej

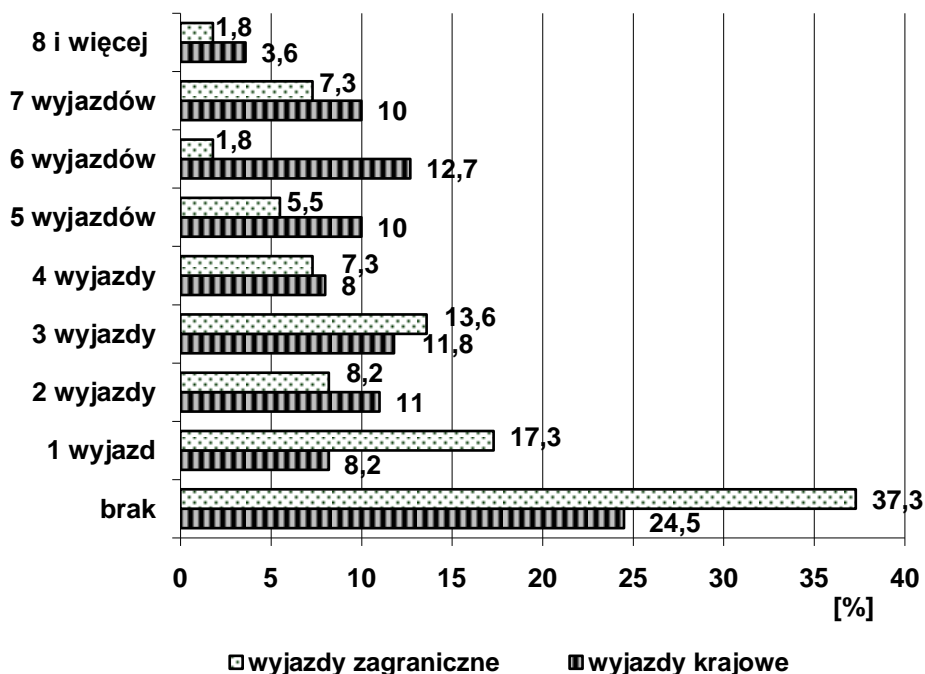
Struktura demograficzna		Ogółem badani n=110	
		liczba	(%)
Wiek	60–69 lat	81	73,6
	70–80 lat	29	26,4
Płeć	kobieta	97	88,2
	mężczyzna	13	11,8
Stan cywilny	wolny/a	20	18
	mężatka, żonaty	63	57
	wdowa/iec	27	25
Wykształcenie	zawodowe	4	3,6
	średnie	54	49
	wyższe	52	47,4
Aktywność zawodowa	aktywny/a	19	17,3
	nieaktywny/a	91	82,7
Sytuacja materialna	dobra	31	28,2
	przeciętna	63	57,3
	poniżej przeciętnej	12	10,9
	zła	4	3,6
Stan zdrowia	bardzo dobry	4	3,6
	dobry	56	51
	przeciętny	49	44,5
	zły	1	0,9

Źródło: opracowanie własne.

Zgromadzony materiał opracowano przy pomocy programu komputerowego – Microsoft Office Excel 2003. Otrzymane wyniki przedstawiono przy pomocy rysunków i tabeli.

4. Wyniki i dyskusja

Na rysunku 1 przedstawiono aktywność turystyczną badanych respondentów. Badania pozwoliły określić częstotliwość krajowych i zagranicznych wyjazdów turystycznych trwających powyżej 5 dni w okresie ostatnich 3 lat.



Rys 1. Aktywność turystyczna seniorów w okresie ostatnich 3 lat

Źródło: opracowanie własne.

Na podstawie przedstawionych danych (rysunek 1) widać, że wśród seniorów większe jest zainteresowanie wyjazdami krajowymi niż zagranicznymi. Na wybór rodzaju podróży mogły mieć wpływ m.in. czynniki ekonomiczne (relatywnie niższe koszty wyjazdów krajowych), bariera językowa oraz podeszły wiek badanych. Uzyskane wyniki są zbieżne ze spostrzeżeniami J. Nueno, według którego istotną cechą starszych konsumentów jest to, że cenią oni bliskość i niewielkie odległości. W związku z tym wydaje się, że osoby starsze stanowią szczególnie interesujący segment rynku dla oferentów krajowych, gdyż ich podstawową destynacją jest obszar Polski¹⁶.

¹⁶ J. Nueno, *Budowanie marek poprzez komunikację mediową*, referat wygłoszony 14 czerwca 2007 roku w Warszawie.

W celu ustalenia kierunków wyjazdów poproszono badanych o wskazanie miejsca najczęstszych podróży. Spośród wyjazdów krajowych największym zainteresowaniem cieszył się pobyt w górach (25,8%). Najczęściej odwiedzane były Tatry, zaś najliczniej wybieranym miastem – Zakopane. W dalszej kolejności seniorzy preferowali wyjazdy nad morze (16,5%). Osoby zamieszkałe w Gdańsku wybierały zwłaszcza pobyt w Krynicy Morskiej oraz Jastrzębiej Górze. Seniorzy z Grudziądza najczęściej wyjeżdżali do Gdańska oraz Krynicy Morskiej. Osoby w wieku starszym często decydowały się też na pobyt w dużych miastach (16,5%), a najczęściej odwiedzane były: Częstochowa, Kraków oraz Warszawa. W dalszej kolejności wskazywano na pobyt na Kaszubach (14,4%) oraz wyjazdy na Pojezierze Mazurskie (11,3%). Pozostali seniorzy (15,5%) podróżowali w inne regiony Polski.

Do krajów najczęściej odwiedzanych przez osoby w starszym wieku należały: Niemcy (24,1%), Włochy (14,6%), Słowacja i Anglia (po 6%), Hiszpania, Grecja, Francja (po 4,8%), Egipt (3,6%) oraz inne, jak: Chorwacja, Czechy, Węgry, Irlandia, Holandia. Najrzadziej odwiedzane były państwa Europy Wschodniej.

Celem określenia popytu na kompleksowe usługi turystyczne zapytano seniorów o aktywność w zakresie organizacji wyjazdów turystycznych. Analiza wyników pokazała, że 41,8% badanych korzystała z usług biur podróży lub innych organizacji społecznych. Otrzymany wynik jest zbliżony z trendem sygnalizowanym przez innych badaczy, według którego większość seniorów organizuje wyjazdy samodzielnie. Optymizmem jednak może napawać tendencja większej liczby badanych korzystających z oferty wyjazdów zorganizowanych. Dla porównania w roku 2004 odsetek osób starszych korzystających z biur podróży w przypadku wyjazdów zagranicznych wynosił 24%¹⁷. Prowadzone badania pokazały także, że respondenci najczęściej decydowali się na wyjazd z najbliższą rodziną lub korzystali z wyjazdów grupowych. Preferowanie wyjazdów grupowych może wynikać z chęci nawiązywania nowych kontaktów oraz potrzeby bezpieczeństwa. Badani najrzadziej podróżowali samotnie (7,3%).

Wyniki badania pokazały również, że niemal połowa ankietowanych (46,4%) udaje się w podróż autokarem. Na dalszych miejscach wymieniane były inne środki transportu, takie jak: samochód (30%) i samolot (17,3%). Za-

¹⁷ J. Śniadek, *op. cit.*, s. 21.

skakujący okazał się fakt, że seniorzy najrzadziej korzystali z podróży pociągiem (6,4%). Prawdopodobnie otrzymany wynik mógł być spowodowany złą sytuacją Polskich Kolei Państwowych (o czym często informują media), co mogło wpłynąć na brak zaufania do polskiego przewoźnika.

Badanych respondentów zapytano też o cele wyjazdów turystycznych. W świetle uzyskanych odpowiedzi można stwierdzić, że respondenci najczęściej wyjeżdżali w celach turystyczno-wypoczynkowych (70%). Otrzymany wynik może sugerować, że osoby starsze jako priorytet traktują poznawanie nowych miejsc oraz wypoczynek w nowym otoczeniu. Na dalszym miejscu wymieniane były: odwiedziny krewnych lub znajomych (16,4%), motywy zdrowotne (6,4%), religijne (5,4%) oraz inne cele. Nieco odmienne dane przedstawia Instytut Turystyki w Warszawie, wskazując, że głównymi celami długoterminowych podróży krajowych osób powyżej 60. roku życia były odwiedziny u krewnych i znajomych (48%) oraz turystyka i wypoczynek (44,5%). W zakresie wyjazdów zagranicznych respondenci wskazywali: wyłącznie wakacje i urlop (40,1%), odwiedziny krewnych i znajomych połączone z wakacjami i wypoczynkiem (27,9%), a 24% badanych wskazało odwiedziny krewnych i znajomych (bez wakacji)¹⁸.

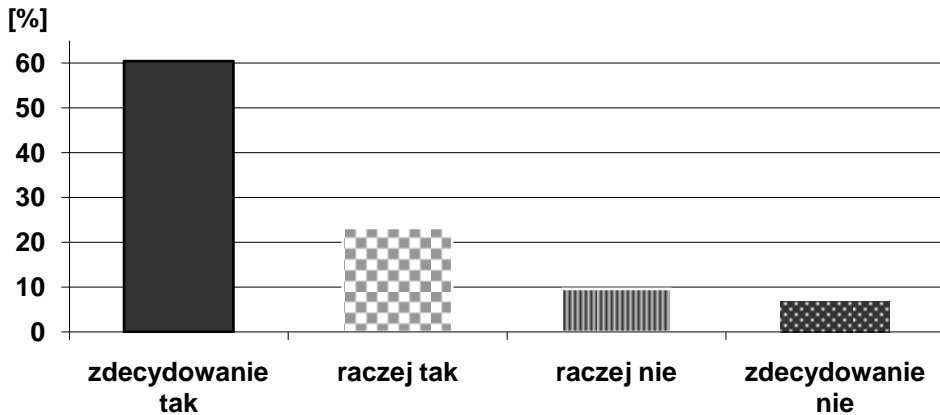
Wśród przyczyn ograniczających aktywność turystyczną niemal połowa ankietowanych (48,1%) wymieniała problemy finansowe. Podobne wyniki na poziomie 63,5% otrzymali Kulesza i Różycki¹⁹. Kolejną barierą okazał się być brak czasu wolnego (16,3%), co było dość zaskakujące z uwagi na fakt, że seniorzy powszechnie postrzegani są jako osoby o dużych zasobach wolnego czasu. Badani zapytani o przyczyny braku czasu wskazywali na pracę w organizacjach społecznych oraz edukację na Uniwersytetach Trzeciego Wieku. Ponadto należy przypomnieć, że 19% respondentów była aktywna zawodowo. Do kolejnych czynników ograniczających udział w wyjazdach turystycznych należały: brak chęci i motywacji (12,7%), opieka nad współmałżonkiem, wnukami lub domem (7,3%), podeszły wiek (4,6%), zły stan zdrowia (1%) oraz inne (10%).

W prowadzonych badaniach postanowiono również określić, jakie jest zainteresowanie seniorów unijnymi programami dofinansowującymi wyjazdy

¹⁸ *Cele długoterminowych podróży osób w wieku 60 lat i starszych w 2004 roku*, Instytut Turystyki w Warszawie, www.intur.com.pl.

¹⁹ W. Kulesza, P. Różycki, *Miejsce turystyki w sposobach wypoczywania ludzi w starszym wieku*, w: *Sprawna starość*, red. A. Dąbrowski, R. Rowiński, AWF, Warszawa 2007, s. 203.

zagraniczne. Analiza wyników pokazała, że 99,1% respondentów nigdy nie korzystała z takiego dofinansowania. Badanych zapytano też o to, czy dostęp do unijnych programów aktywności turystycznej spowodowałby wzrost ich zainteresowania turystyką zagraniczną.



Rys. 2. Zainteresowanie seniorów unijnymi programami dofinansowującymi wyjazdy zagraniczne

Źródło: opracowanie własne.

Największy odsetek ankietowanych (60,4%) deklarował, że dostępność programów unijnych zdecydowanie zwiększyłaby ich zainteresowanie turystyką. Niemal co czwarty badany twierdził, że jest raczej zainteresowany dofinansowaniem (23,2%). Spośród badanych 9,6% osób uważało, że dostępność programów raczej nie miałaby wpływu na ich aktywność turystyczną, natomiast 6,8% osób deklarowało zdecydowany brak zainteresowania programami.

Otrzymane wyniki świadczą o dużym zainteresowaniu polskich seniorów programami dofinansowującymi podróże zagraniczne, niestety z ofert UE skorzystało tylko 0,9% badanych. Taki stan rzeczy może mieć związek z niedostatecznym poziomem informacji na temat zasad korzystania z wspomnianych programów.

Celem zwiększenia zainteresowania polskiego seniora usługami turystycznymi sugeruje się wprowadzanie rozwiązań, które umożliwiłyby osobom star-

szym podróże turystyczne po relatywnie niskich kosztach. Dębski wskazuje, że rozwiązaniem mogą być zniżki emeryckie, obniżki sezonowe czy grupowe, jak również oferowanie usług w podstawowym standardzie. Priorytetem jednak wydaje się stworzenie oferty zbieżnej z oczekiwaniami i możliwościami polskiego seniora oraz wprowadzenie systemu szybkiej informacji, który umożliwiłby sprawną dystrybucję usług do wszystkich zainteresowanych²⁰.

Podsumowując powyższe rozważania, warto podkreślić, że zmieniająca się struktura społeczeństwa stanowi z jednej strony duże wyzwanie dla systemu finansowego kraju, a z drugiej – jest szansą na rozwój wyspecjalizowanych podmiotów turystycznych ukierunkowanych na obsługę ciągle rzadko dostrzeganego klienta w starszym wieku. Trzeba również pamiętać, że promowanie modelu aktywnego starzenia się człowieka, np. poprzez zachętę do udziału w aktywności turystycznej, ma pozytywne implikacje zdrowotne. Aktywne społeczeństwo w znacznym stopniu ma szansę przełożyć się na obniżenie wskaźnika obciążenia systemu zabezpieczenia społecznego²¹. Taka sytuacja skutkować może obniżeniem wydatków na ochronę zdrowia fizycznego, psychicznego i społecznego seniorów, a tym samym poprawę kondycji finansowej całego kraju.

Uwagi końcowe

1. Na podstawie przeprowadzonych badań zaobserwowano większe zainteresowanie osób starszych wyjazdami krajowymi niż zagranicznymi. Polski senior stanowi zatem szczególnie interesujący segment rynku dla przedsiębiorców krajowych.
2. Najczęściej odwiedzanymi krajami przez polskich seniorów były Niemcy i Włochy. Najczęściej wybieranym miejscem krajowych podróży turystycznych były góry i morze.
3. Statystyczny badany senior decydował się na podróż w celach turystyczno-wypoczynkowych. Zazwyczaj korzystał z autokaru. Wśród

²⁰ M. Dębski, *Marketingowe aspekty kształtowania produktu turystycznego dla osób starszych*, w: *Sprawna starość...*, s. 211.

²¹ A. Chłoń-Domińczak, *Wpływ starzenia się ludności na wydatki socjalne*, w: *Starzenie się populacji wyzwaniem dla polityki społecznej*. Materiały konferencyjne, red. M. Szlązak, Regionalny Ośrodek Pomocy Społecznej w Krakowie, Kraków 2003, s. 40.

przyczyn ograniczających aktywność turystyczną wskazywano przede wszystkim problemy finansowe.

4. Stwierdzono duże zainteresowanie polskich seniorów programami dofinansowanymi podróże zagraniczne, jednak z ofert UE skorzystało tylko 0,9% badanych. Otrzymany wynik może mieć związek z niedostatecznym poziomem informacji na temat wspomnianych programów oraz zasad korzystania z dofinansowania.
5. Systematycznie rosnący odsetek osób starszych w społeczeństwie stanowi szansę na rozwój wyspecjalizowanych podmiotów turystycznych ukierunkowanych na obsługę ciągle rzadko dostrzeganego klienta – seniora. W tym celu uwagę należy skoncentrować na stworzeniu optymalnej oferty zbieżnej z oczekiwaniami i możliwościami osób w starszym wieku. Sugeruje się wprowadzanie rozwiązań, które pozwoliłyby seniorom odbywać podróże turystyczne po relatywnie niskich kosztach. Ponadto należy wprowadzić system szybkiej informacji umożliwiającej sprawną dystrybucję usług.

TOURISM ACTIVITY OF SENIORS AS A CHANCE OF TOURISM DEVELOPING IN POLAND

Summary

The number of elderly people in society is still growing. This gives a special opportunity for developing specialized tourism services for underestimated clients – seniors. This article describes tourism market of seniors. Authors analyze tourism activity and indicate the reasons of going for holidays, barriers of tourism movement and the level of interest in European Union programs supporting abroad going.

The researches were carried out in 2011 among 110 seniors living in Gdańsk and Grudziądz. Diagnostic poll method was used. Questionnaires consisted of 12 questions and respondent's particulars.

It was significant that seniors preferred domestic than outbound trips. Statistical senior chose trip for tourism and recreation reason and decided on going by coach. Among reasons for not taking part in tourism activity the most important was financial reason. Questionnaires showed that polish seniors were very interested in European Union programs for financial founding for going abroad.

Translated by Katarzyna Ossowska