

Głabiński Zbigniew, zbigniew.glabinski@usz.edu.pl
Zakład Turystyki i Rekreacji, Uniwersytet Szczeciński

Uwarunkowania aktywności turystycznej seniorów przyjeżdżających do Innsbrucka, Krakowa i Szczecina.

Słowa kluczowe: turystyka seniorów, aktywność turystyczna, motywy podróży

Abstrakt:

Ze względu na postępujące na całym świecie, a w szczególności w krajach najbardziej rozwiniętych starzenie się społeczeństwa można zaobserwować rosnące zainteresowanie przedstawicieli nauki, praktyki jak i władz krajów i regionów. Z tego też powodu wśród częściej poruszanych problemów w literaturze międzynarodowej dotyczącej turystyki znajduje się aktywność turystyczna osób starszych. Mówi się, że w skali globalnej mamy do czynienia ze zjawiskiem szoku generacyjnego polegającego na zasadniczej zmianie zachowań seniorów. Wynika to z wkraczania w wiek emerytalny generacji urodzonej po II wojnie światowej, która cechuje się zasadniczo odmiennymi potrzebami, dążeniami i zachowaniami w stosunku do poprzednich pokoleń. Dokonano przeglądu literatury międzynarodowej i wskazano niektóre uwarunkowania wpływające na udział seniorów w turystyce na przykładach z różnych krajów. Wykorzystując istniejące koncepcje badawcze w niniejszym artykule podjęto próbę rozpoznania wybranych czynników wpływających na aktywność turystyczną seniorów na przykładzie trzech miast Innsbrucka, Krakowa i Szczecina. Wyniki badań ankietowych pozwoliły na wskazanie wybranych czynników wpływających na formy aktywności turystycznej podejmowanych przez seniorów odwiedzających wybrane miasta.

Wstęp

Współcześnie zagadnienia związane z turystyką seniorów znajdują coraz szersze odzwierciedlenie w literaturze zarówno polskiej [Bąk 2013; Głabiński 2014; 2015; 2016; Górna 2015; Graja-Zwolińska S., Spychała A., 2012; Kociszewski 2012; Kowalczyk-Anioł 2011; 2013; Śniadek 2007; Śniadek, Zajadacz 2010] jak i zagranicznej [Alen, Dominguez, Losada 2012; Balderas-Cejudo, Rivera-Hernaez, Patterson 2016; Kazeminia, Del Chiappa, Jafari 2013; Le Serre, Legohérrel, Weber 2013; Littrell, Paige, Song 2004; Möller, Weiemair, Wintersberger 2007; Nimrod, Rotem 2010; Patuelli, Nijkamp 2015; Prayag 2012].

Przyczyny zainteresowania badaczy tą problematyką są powszechnie znane i związane ze zjawiskiem starzenia się większości społeczeństw na świecie. Według danych ONZ [World Population Ageing 2013 s. XII] udział osób w wieku ponad 60 lat w skali globalnej wzrósł z 9,2% w 1990r. do 11,7% w 2013r. (841 mln) i osiągnie w 2050r. 21,1 % (ponad 2 mld ludzi). W sposób szczególny zjawisko starzenia się dotyczy krajów najbardziej rozwiniętych, w tym oczywiście Unii Europejskiej. Raport Komisji Europejskiej „Europe, the best destination for seniors” [2014] zwraca uwagę, że liczba osób powyżej 55 roku życia w UE przekroczyła 128 mln i stanowi ona 25% całej ludności Wspólnoty.

Niespotykany w historii wzrost liczby osób starszych w społeczeństwie zaczyna być zauważany w wielu dziedzinach życia społeczno-ekonomicznego. Jak twierdzi Dragan [2001 s. 6] jednym z głównych problemów odczuwanych przez ludzi starszych jest nadmiar wolnego czasu i problem jego wykorzystania. Z jednej strony czas wolny jest postrzegany jako zaleta czy nawet nagroda, a z drugiej istnieje potrzeba wypełnienia go aktywnością zastępującą dotychczasowe role społeczne (praca, obowiązki rodzinne). W związku z tym wiele osób przechodząc na emeryturę podejmuje i rozwija różne formy aktywności nie

związane z dotychczasowymi obowiązkami. Jak podkreślają Patterson i Pegg [2009 s. 259] emerytura współcześnie to coraz częściej czas, kiedy senior zaczyna doświadczać uczucia wolności, w tym podejmowania ryzyka lub próbowania czegoś czego nie można było w czasie wykonywania pracy zawodowej i obowiązków rodzinnych. Dlatego m.in. poziom aktywności społecznej seniorów uważany jest za podstawowy wskaźnik jakości ich życia [Niewiedział 2008 s. 98].

W tej sytuacji problem poznania potrzeb, motywów i zachowań turystycznych osób starszych nabiera podstawowego znaczenia nie tylko o charakterze teoretycznym, ale również praktycznym. Jeszcze niedawno osoby starsze nie były postrzegane jako obiecujący segment rynku turystycznego [Carrigan, Szmigin 2000; Dann 2001; Moscardo 2005]. Sytuacja się powoli zmienia, ale mimo upływu lat biznes turystyczny ciągle niezbyt dobrze rozumie potrzeby rynku osób dojrzałych i często rozpatruje go jako segment homogeniczny w aspekcie demograficznym, stylu życia, stanu zdrowia, psycho - i socjologicznych wzorców zachowań [Balderas-Cejudo, Rivera-Hernaez, Patterson 2016; Gonzales, Rodriguez, Miranda, Cervantes 2008; Lehto, O'leary, Lee 2002; Nimrod 2008]. Badacze zwracają uwagę, że dla znacznej części seniorów, szczególnie tych powyżej 70 roku życia, jedną z najbardziej popularnych form turystyki jest zwiedzanie miast i miejsc ważnych dla historii oraz innych walorów kulturowych, nie wymagających znacznego wysiłku fizycznego [Lehto, O'leary, Lee 2002 s. 68; Patterson, Pegg 2009 s. 260; Prayag 2012 s. 676]. Wśród szczegółowych motywów podróży seniorów odwiedzających miasta wymieniane są m.in. zwiedzanie muzeów, atrakcji kulturalnych, poznanie specjalności lokalnej gastronomii, doświadczenie lokalnego stylu życia oraz zakupy.

Wobec zasygnalizowanego ciągle nie wystarczającego zrozumienia potrzeb turystycznych seniorów celem niniejszego artykułu jest próba zaprezentowania form aktywności turystycznej osób starszych przyjeżdżających do trzech wybranych celowo miast o zróżnicowanych walorach turystycznych, wynikających z odmiennych warunków geograficznych oraz ich historii.

Czynniki wpływające na aktywność turystyczną seniorów

Problematykę aktywności turystycznej bardzo obszernie omawia w swej pracy Alejziak [2012]. Rozróżnia szerokie i wąskie rozumienie tego pojęcia. W niniejszych rozważaniach przyjęto zawężoną definicję, która mówi, że aktywność turystyczna dotyczy osób, które uczestniczą bądź uczestniczyły w ruchu turystycznym.

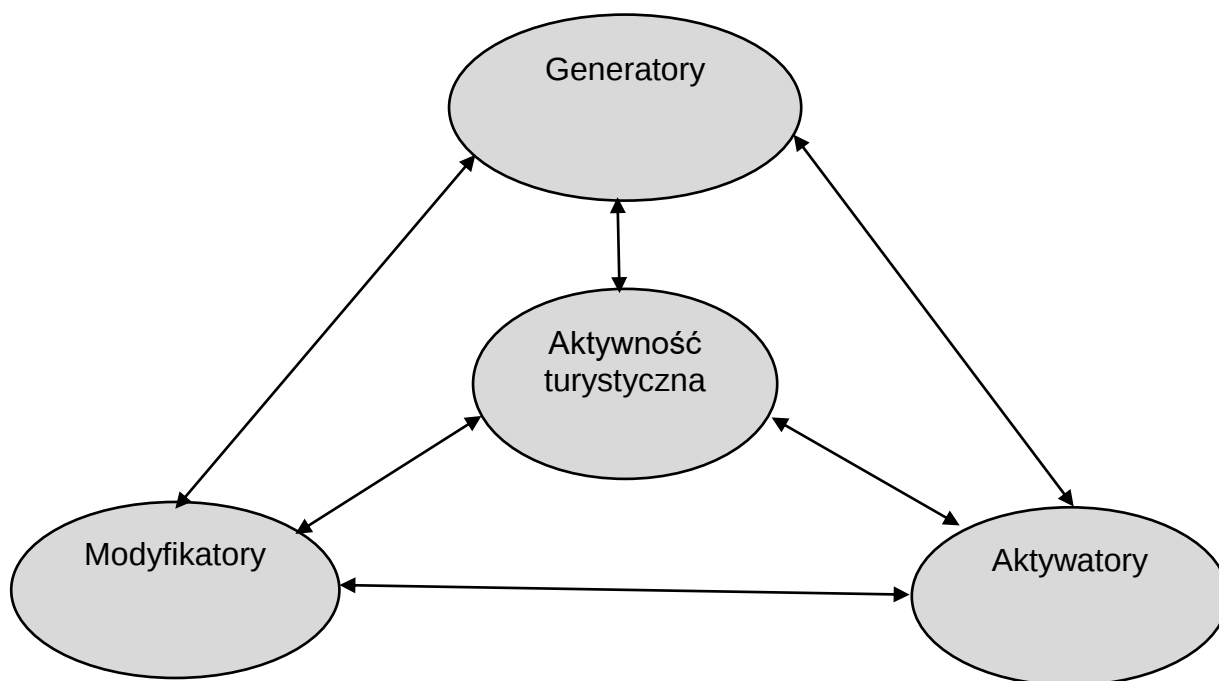
Ta problematyka w odniesieniu do seniorów jest podejmowana już od wielu lat przez badaczy z różnych krajów. Badania są realizowane w miejscach stałego zamieszkania [Gonzales, Rodriguez, Miranda, Cervantes 2008; Le Serre, Chevalier 2012; Le Serre, Legohérel, Weber 2013; Littrell, Paige, Song 2004; Nimrod 2008], w trakcie trwania podróży do miejsca docelowego lub powrotu do domu [Batra 2009, Cai, Schwartz, Cohen 2001] jak też w miejscach pobytu turystycznego [Głębiński 2016; Jonsson, Devonish 2008; Prayag 2012].

Należy zauważyć, że reprezentowane są różnorodne ujęcia badawcze zarówno empiryczne o charakterze ilościowym [Bąk 2013; Chen, Shoemaker 2014; Shoemaker 2000; Lehto, O'leary, Lee 2002] jak i jakościowym [Głębiński 2014; Kazeminia, Del Chiappa, Jafari 2013; Sedgley, Pritchard, Morgan 2006], a także rozważania teoretyczne w oparciu o analizę literatury przedmiotu [Alen, Dominguez, Losada 2012; Balderas-Cejudo, Rivera-Hernaez, Patterson 2016; Głębiński 2015; Moscardo 2006; Patterson, Pegg 2009; Patuelli, Nijkamp 2015].

Niezależnie od zastosowanego ujęcia badawczego jednym z najczęściej poruszanych problemów są czynniki wpływające na aktywność turystyczną seniorów. Jak podaje Alejziak

[2012 s. 144-152] istnieją różne rodzaje klasyfikacji czynników w tym zakresie. Wyróżniane są m.in.: uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne, określane również kolejno jako psychologiczno-socjologiczne oraz społeczno-ekonomiczne. Wśród tych pierwszych wymieniane są potrzeby, motywy, postawy, preferencje, a pośród drugich czynniki związane ze stopniem zamożności społeczeństw, poziom dochodów i ceny.

Kaczor i Zamelska sformułowały typologię zakładającą istnienie sił wypychających, przyciągających i hamujących [Alejziak 2012 s. 147]. Światowa Organizacja Turystyki proponuje również podział trychotomiczny i wymienia czynniki: społeczno-ekonomiczne, psychologiczno-socjalno-kulturowe oraz techniczne. Do interesującej konkluzji w kontekście różnych klasyfikacji dochodzi Alejziak [2012 s. 151] i stwierdza, że część czynników w różnych sytuacjach może w odmienny sposób oddziaływać na aktywność turystyczną. W związku z tym proponuje funkcjonalną typologię uwarunkowań aktywności turystycznej i wyróżnia: generatory, aktywatory i modyfikatory (Ryc. 1).



Ryc. 1. Funkcjonalna typologia aktywności turystycznej

Źródło: Alejziak W. 2012, *Determinanty i zróżnicowanie aktywności turystycznej*. s. 150.

Wśród najważniejszych generatorów wymienia potrzeby i motywy uprawiania turystyki, a spośród aktywatorów: czas wolny, dochody, wielkość i różnorodność oferty turystycznej, jakość, ceny. Modyfikatorami są najczęściej czynniki o charakterze społeczno-kulturowym: przynależność do określonej klasy społecznej, styl życia, wpływ liderów opinii. W koncepcji Alejziaka wszystkie czynniki wpływające na aktywność turystyczną są ze sobą we wzajemnych relacjach. To powoduje, że w określonych sytuacjach poszczególne uwarunkowania mogą zamieniać się rolami. W przypadku seniorów, którzy są grupą bardzo zróżnicowaną pod względem wielu cech socjodemograficznych, ekonomicznych i społecznych oddziaływanie tych bodźców jest niejednolite i zmienia się w czasie [Nielsen 2013, s. 115]. Te opinie pokazują, że problematyka aktywności turystycznej jest daleka od pełnego wyjaśnienia i niezbędne są dalsze badania w tym zakresie.

Jedną z najbardziej rozpowszechnionych w literaturze światowej koncepcji dotyczącej kształtowania się aktywności turystycznej jest teoria czynników przyciągających „pull” i wypychających „push” [Kozak 2002; Lee 2009]. Siły wypychające skłaniają turystę do opuszczenia miejsca zamieszkania i poszukiwania niesprecyzowanego kierunku podróży,

natomiast siły przyciągające nakłaniają turystę do wyboru określonego miejsca, postrzeganego jako atrakcyjne ze względu na posiadane cechy. Czynniki wypychające (*push*) są związane z indywidualnymi cechami osobowości turysty (potrzeby, motywy, popędy, skłonności), a przyciągające (*pull*) z cechami środowiska miejsca docelowego (walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne, dostępność, bezpieczeństwo, reklama, poziom usług) [Alejziak 2012; Jang, Wu 2006; Kozak 2002]. Zestaw czynników wypychających i przyciągających jest indywidualnie określony dla danego profilu osobowościowego turysty.

Ta koncepcja bardzo szeroko jest stosowana w badaniach nad aktywnością turystyczną seniorów [Boksberger, Lasser 2008; Dann 2001, Jang, Wu 2006; Jonsson, Devonish 2008; Le Serre, Legohérél, Weber 2013; Patuelli, Nijkamp 2015; Prayag 2012; Sangpikul 2008; Wang 2006]. W przypadku seniorów wśród czynników motywujących do opuszczenia miejsca stałego pobytu (*push*) wymieniane są: wypoczynek, relaks, aktywność fizyczna, poprawa stanu zdrowia, poznanie, kontakty międzyludzkie, odwiedziny krewnych i znajomych, ucieczka od codzienności, wzrost poczucia własnej wartości. Z kolei czynniki przyciągające (*pull*) mają charakter materialny i należą do nich: walory naturalne i antropogeniczne, dostępność, koszty, czystość oraz bezpieczeństwo. Niezależnie od rodzaju czynników wpływających na aktywność turystyczną seniorów dążą oni do maksymalizacji doznań związanych z podróżowaniem. Wynika to ze świadomości istnienia ograniczeń związanych z wiekiem. Dlatego też tak długo jak im pozwala stan zdrowia i kondycja psychofizyczna starają się optymalnie wykorzystać czas poświęcony na podróże [Fleischer i Pizam 2002 s. 108].

Wiek

W tym kontekście jednym z najważniejszych czynników wpływającym na aktywność seniorów jest wiek. W badaniach nad aktywnością turystyczną seniorów zdecydowanie większość badaczy stosuje tradycyjne kryterium wieku metrykalnego. Tego typu badania wykazały, że poziom aktywności turystycznej osób po 55 roku życia początkowo wzrasta aż do osiągnięcia wieku ok. 65-68 lat, a potem się obniża [Fleischer, Pizam 2002; Littrel, Paige, Song 2004; Zimmer, Brayley, Searle 1995]. Ponadto młodsi seniorzy wybierają bardziej aktywne formy zajęć w trakcie wyjazdów turystycznych, ale w miarę upływu lat preferencje się zmieniają. Starsi turyści w miarę wzrostu doświadczenia życiowego są bardziej zainteresowani wypoczynkiem, walorami środowiska naturalnego, kontaktami interpersonalnymi, a także lokalną kuchnią i rękodziełem. Zwracają również większą uwagę na bezpieczeństwo oraz wysoki standard higieny.

Bardzo ważnym faktem zaobserwowanym w Hiszpanii jest to, że średnia długość pobytu turystycznego osób powyżej 50 roku jest większa o 6 procent, a powyżej 60 roku życia nawet o 25 procent [Balderas-Cejudo, Rivera-Hernaez, Patterson 2016]. Co więcej na tym samym przykładzie stwierdzono, że osoby powyżej 60 roku życia wydają więcej o 18 procent powyżej średniej w trakcie pobytu turystycznego. Wpływ wieku na zachowania starszych konsumentów w odniesieniu do jakości usług hotelarskich badali również Callan i Bowman [2000]. Stwierdzili, że osoby w wieku powyżej 75 lat oczekują udogodnień związanych z ograniczeniami mobilności wynikającymi ze stanu zdrowia. W badaniu na terenie stanu Michigan w USA stwierdzono z kolei związek wieku i długości horyzontu czasowego dotyczącego planowania podróży. Mianowicie osoby powyżej 68 roku życia planowały swoje podróże na 94 dni do przodu, a młodzi respondenci tylko na 2 miesiące wcześniej [Huh, Park 2010, s. 267]. Prawdopodobną przyczyną było większe opanowanie młodych ludzi z korzystaniem z nowoczesnych środków komunikacji (Internet, komputer, smartfon).

Czas wolny

Mimo istnienia powszechnej opinii, że emerytura to okres życia, kiedy dysponujemy dużą ilością czasu wolnego, to przejście na emeryturę i zasadniczy wzrost ilości czasu wolnego może wiązać się z trudnością w jego zagospodarowaniu [www.pastoralna.pl, 10.06.2017]. Oderwanie od dotychczasowego zaangażowania w pracę, zerwanie więzi społecznych, utrata prestiżu związanego z wykonywanym zawodem wymusza poszukiwanie innych form aktywności. Jedną z głównych form aktywnego spędzania wolnego czasu współcześnie jest turystyka. Aktywność związana z rekreacją wśród seniorów jest oceniana bardzo pozytywnie. Należy jednak zwrócić uwagę, że poziom zaangażowania w tą działalność uzależniona od nawyków ukształtowanych w ciągu wcześniejszych lat życia [Panek 2007, s. 162]. Wyniki badań w różnych krajach wskazują, że wzrost ilości czasu wolnego przekłada się na wzrost aktywności turystycznej społeczeństwa, ale nie dotyczy to osób biernych zawodowo, a więc m.in. emerytów, gdyż czas wolny jest przez nich inaczej zagospodarowywany [Alejziak 2012, s. 193]. Znaczną część czasu emeryci poświęcają na zajęcia domowe, opiekę nad wnukami lub chorem współmałżonkiem.

Poziom dochodów

Kwestia wpływu czynników ekonomicznych na udział osób w podejmowaniu podróży turystycznych jest oczywista i uważana za jedną z najważniejszych. W przypadku turystyki międzynarodowej z trzydziestu najbardziej rozwiniętych rynków turystycznych pochodziło 92 procent wszystkich wydatków na świecie [Middleton 1996, s. 39]. Oczywiście kwestia popytu turystycznego kształtuje się pod wpływem dochodów i poziomu cen na danym rynku, a konsumpcja turystyczna jest tym większa im wyższe dochody [Alejziak 2012, s. 201]. Większość wyników badań dotyczących osób starszych wskazuje, że istnieje wyraźny pozytywny związek pomiędzy wysokością dochodów a aktywnością turystyczną [Chen, Wu 2009; Fleischer, Pizam 2002; Hsu, Cai, Wong 2007; Jang, Wu 2006; Huang, Tsai 2003; Zimmer, Brayley, Serale 1995]. W przypadku osób starszych na tę podstawową zależność nakładają się inne prezentowane w artykule czynniki.

Na związek między dochodami, a motywami podróży turystycznych wśród seniorów w Izraelu zwróciły uwagę Nimrod i Rotem [2010]. Osoby o najwyższych dochodach wskazywały najczęściej na zainteresowania związane z aktywnym wypoczynkiem, rozrywką i aktywnością fizyczną w trakcie trwania wyjazdów turystycznych. Z kolei francuscy seniorzy o niższym budżecie na podróże turystyczne, preferowali wypoczynek na plaży, spacer i pływanie [Lehto i in. 2001]. Nie byli oni zainteresowani zajęciami wymagającymi wysiłku fizycznego m.in. zwiedzaniem parków narodowych lub wędrówką po górach oraz turystyką poznawczą.

Stan zdrowia

Stwierdzono, że aktywność turystyczna wywiera pozytywny wpływ na subiektywną samoocenę stanu zdrowia seniorów, a także na satysfakcję życiową i ogólną jakość życia [Hunter-Jones, Blackburn 2007]. Ta zależność ma dwukierunkowy charakter, ponieważ stan zdrowia osób starszych ma istotny wpływ na podejmowanie decyzji związanych z kierunkami podróży i formami zajęć podejmowanych w miejscu pobytu turystycznego. Osoby dobrze oceniające swój stan zdrowia częściej ulegają motywacjom wypychającym (*push*) [Jang, Wu 2006]. Z kolei osoby gorzej oceniające swoje zdrowie, wśród których największe znaczenie mają ograniczenia mobilności, wybierają wyjazdy na bliższe odległości oraz takie, które wymagają mniejszego wysiłku fizycznego [Fleischer, Pizam 2002; Kazeminia, Del Chiappa, Jafari 2013; Zimmer, Brayley, Searle 1995] lub w ogóle rezygnują z wyjazdów [Hsu, Cai, Wong 2007]. Kwestie zdrowotne łączą się dość ściśle z wiekiem. Chen i Shoemaker [2014] stwierdzili na przykładzie badań w stanie Pensylwania, że istotne z punktu widzenia form uczestnictwa w turystyce pogorszenie stanu zdrowia i mobilności następuje po 61 roku życia.

Płeć

Wielu autorów zwraca uwagę, że występują istotne różnice w zachowaniach turystycznych pomiędzy kobietami a mężczyznami. Mężczyźni i kobiety inaczej adaptują się do starości. Panie na emeryturze starają się być aktywne w czasie wolnym i uczestniczyć różnych formach edukacji i twórczości oraz działaniach zawierających w sobie wyzwania [McCormack, Cameron, Campbell, Pollock 2008]. Badacze podkreślają znaczenie wpływu pełnionych ról społecznych przez obie płcie na motywacje i formy podejmowanych aktywności turystycznych. Kobiety zwracają większą uwagę na utrzymywanie i rozwijanie więzi społecznych, natomiast mężczyźni koncentrują się na korzyściach funkcjonalnych i instrumentalnych (poprawa stanu zdrowia i kondycji fizycznej [Patterson, Pegg 2009; Lehto, O'leary, Lee, 2002]. Ponadto kobiety częściej pierwsze przedstawiają pomysły na wyjazdy turystyczne. Jedną z przyczyn jest zapewne to, że mają one silniej rozbudowane motywacje poznawcze [Jang, Wu 2006 s. 314]. Ze względu na to, że przeciętny wiek życia kobiet jest dłuższy, to po śmierci mężów wybierają wyjazdy zorganizowane, które zapewniają możliwość kontaktów towarzyskich oraz większe bezpieczeństwo. Kobiety zwracają też większą uwagę na koszty udziału w wyjazdach turystycznych i traktują go jako ważny czynnik ograniczający [Nyaupane, Andereck 2007, s. 5]. W badaniach dotyczących postrzegania standardu usług hotelarskich stwierdzono, że kobiety posiadają wyższy poziom oczekiwań w odniesieniu do jakości usług turystycznych niż mężczyźni [Callan, Bowman 2000; Oh, Parks, DeMicco 2002]. Nie potwierdzono natomiast hipotezy, że płeć ma wpływ na długość pobytu turystycznego [Allen i in. 2014 s. 28].

Wykształcenie

Jak twierdzi Alejziak czynnikiem, który bardzo wyraźnie wpływa pozytywnie na poziom aktywności turystycznej jest wykształcenie [2012, s. 355]. Do podobnych wniosków w odniesieniu do aktywności turystycznej seniorów doszli różni badacze [Horneman, Carter, Wei, Ruys 2002; McDougal 1998; Sangpikul 2008]. Również Zimmer i in. [1995, s. 6], którzy prowadzili badania wśród osób powyżej 65 roku życia w Kanadzie wykazali istotny statystycznie związek, że wraz z wzrostem poziomu wykształcenia rośnie skłonność do podejmowania podróży turystycznych. Ponadto zauważyli taki sam wpływ wykształcenia na wybór bardziej odległych kierunków podróży. Z kolei Sangpikul [2008, s. 91] badając japońskich seniorów w Tajlandii zauważył, że poziom wykształcenia zazwyczaj wiąże się ze stanowiskiem zajmowanym w pracy, a to przekłada się na dochody, które wpływają z kolei na wysokość budżetu przeznaczanego na wyjazdy turystyczne. Z kwestią wykształcenia wiążą się również motywy podróży turystycznych. Horneman i in. [2002 s. 33] zauważyli, że osoby lepiej wykształcone poszukują nowych doświadczeń i przygód z zachowaniem jednak wysokiego poziomu bezpieczeństwa. Są zainteresowani walorami przyrodniczymi i kulturowymi, ale sami poszukują o nich informacji. Stwierdzono również, że osoby lepiej wykształcone w większym stopniu organizują podróże we własnym zakresie [Boksberger, Laesser 2008, s. 11]. Prawdopodobnie wynika, to z lepszej orientacji dotyczącej sposobów organizacji podróży.

Towarzystwo w podróży

Jedną z ważnych okoliczności wpływających na kwestię aktywności turystycznej jest problem samotności osób starszych. Badania potwierdzają, że odczuwanie braku towarzystwa narasta wraz z wiekiem [Gutkowska, Słaby 2016, s. 49]. Z samotnością często wiąże się poczucie zniechęcenia do podróżowania z powodu braku towarzystwa. Na aspekt potrzeby posiadania towarzystwa w podróży wskazują liczne przykłady [Głabiński 2016, Grzelak-Kostulska, Hołowiecka, Środa-Murawska, Biegańska 2014; Huang, Tsai 2003; Kazeminia, Del Ciappa, Jafari 2013]. Brak towarzystwa jest dla seniorów ważną przeszkodą wpływającą na udział w wyjazdach turystycznych. Z drugiej jednak strony podróż jest

doskonałą okazją do nawiązania znajomości co jest ważnym motywem podejmowania aktywności turystycznej [Chen, Shoemaker 2014; Chen, Wu 2009; Głabiński 2016, Hillman 2012, Jang, Wu 2006]. Pod tym względem Europejczycy w są mniejszym stopniu motywowani niż Chińczycy [Le Serre i in. 2013, s. 74]. Wynika to z uwarunkowań kulturowych, które powodują skłonność do zachowań kolektywnych wśród Chińczyków oraz indywidualnych wśród Europejczyków. Wyniki badań wskazują ponadto, że seniorzy wykorzystują wspólne elementy wyjazdu turystycznego (posiłki, wieczory towarzyskie, zwiedzanie) do nawiązywania i długotrwałego utrzymywania znajomości. Co ciekawe samotnie podróżujący hiszpańscy seniorzy wyjeżdżali na dłuższe pobyty [Allen i in. 2014]. Może to wskazywać na szukanie okazji do spotkań towarzyskich. Poszukując towarzystwa do wspólnej podróży osoby mieszkające samotnie wskazują, że najchętniej podróżują z osobami w podobnym wieku [Grzelak-Kostulska i in. 2014, s. 91; Hołowiecka, Grzelak-Kostulska 2013, s. 173]. Potrzeba socjalizacji związana jest ściśle z poprawą samopoczucia zarówno w aspekcie psychicznym jak i fizycznym [Hsu i in. 2007, s. 1270]. Jest to jeszcze argument, że kwestie uwarunkowań aktywności turystycznej seniorów należy rozpatrywać w możliwie szerokim kontekście, uwzględniające różne czynniki.

Cel i metody badań

Przedstawione uwarunkowania aktywności turystycznej seniorów wskazują, że dalsze badania zarówno aspekcie teoretycznym jak i aplikacyjnym powinny być dalej prowadzone. W związku z powyższym podjęto próbę przeprowadzenia badań wśród seniorów przyjeżdżających do trzech różnych, celowo dobranych miast Innsbrucka, Krakowa i Szczecina. Wybrane miasta są centrami ruchu turystycznego, jednak ze względu na różne położenie geograficzne i historię dysponują odmiennym potencjałem turystycznym. Obserwacje dotyczące aktywności turystycznej seniorów są niezwykle rzadko prowadzone w hotelach [Jönsson Devonish 2008]. Przyczyną jest trudny dostęp do respondentów i ich niechęć do uczestniczenia w badaniach (kwestia zachowania prywatności), a ponadto brak woli współpracy ze strony personelu hotelowego. Z drugiej jednak strony badania tego typu prowadzone w różnych miejscowościach mogą zapewnić znaczne zróżnicowanie cech socjodemograficznych respondentów oraz innych czynników wpływających na ich aktywność turystyczną. Wybrane trzy miasta z jednej strony spełniały przyjęte założenia, a z drugiej strony w każdym z nich znajdowały się hotele, w których możliwe było przeprowadzenie badań ze względu na bardzo dobre, osobiste relacje autora z dyrekcjami i personelem obiektów. Uwzględniając przedstawioną koncepcję czynników wpływających na zachowania turystów założono, że zróżnicowanie atrakcyjności turystycznej i związane z nią czynniki przyciągające (pull) powinny pozwolić na wskazanie związków pomiędzy motywami podróży i formami podejmowanych aktywności w miejscu pobytu turystów. Ponadto przyjęto założenie, że opracowane w ten sposób narzędzie badawcze będzie mogło być wykorzystane w przyszłości, a uzyskane w niniejszym badaniu wyniki zostaną potraktowane jako pilotażowe.

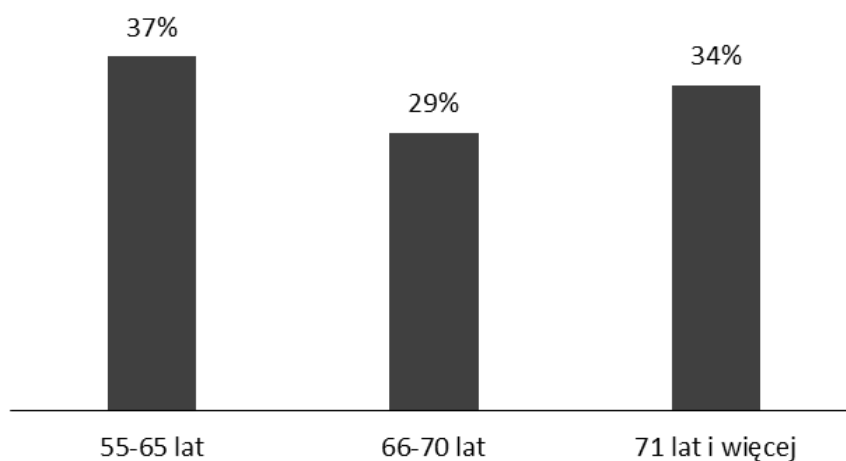
Badanie przeprowadzono w trzech hotelach, po jednym w każdym z miast. Wszystkie hotele miały wspólne cechy. Były to duże obiekty (każdy miał ponad 130 pokoi), trzy i czterogwiazdkowe z bogatym zapleczem gastronomicznym i konferencyjnym, położone blisko centrów miast, w których były zlokalizowane. Uzgodniono z dyrekcjami hoteli możliwość oraz termin przeprowadzenia badania ankietowego wśród przebywających gości. Następnie przeprowadzono rozmowy instruktażowe z pracownikami recepcji wszystkich hoteli na temat sposobu doboru respondentów. W celu zmotywowania pracowników recepcji wręczono drobne upominki w postaci słodyczy. Osoby pracujące w recepcji zostały poproszone o wręczanie wydrukowanego kwestionariusza ankiety każdemu zagranicznemu turysty w wieku powyżej 55 lat w trakcie czynności związanych z zameldowaniem w hotelu.

Procedura meldunkowa umożliwiała osobie pracującej w recepcji identyfikację narodowości oraz wieku gościa. Kwestionariusz został przygotowany w 5 językach i zawierał 10 pytań oraz metryczkę. W każdym z hoteli pozostawiono 200 kwestionariuszy (50 w języku angielskim, 50 w niemieckim, 50 po polsku i po 25 sztuk we francuskim i duńskim). Wersje językowe zostały opracowane na podstawie informacji uzyskanych z działów rezerwacji wszystkich hoteli. W pytaniach ankietowych zamkniętych zastosowano skalę Likerta. Badanie zostało przeprowadzone w okresie od kwietnia do września 2013r. Dobór respondentów miał charakter celowy i polegał na subiektywnym wyborze osób, które spełniały podstawowy warunek bycia turystą czyli korzystały z noclegu w odwiedzanej miejscowości. Na wstępie w Szczecinie przeprowadzono badanie pilotażowe na 7 wybranych turystach i wprowadzono niezbędne poprawki. Po zakończeniu badań wszystkie kwestionariusze zostały osobiście odebrane przez autora. W Szczecinie zebrano 97 kwestionariuszy z czego 42 przyjęto do dalszej analizy ze względu na liczne luki w udzielonych odpowiedziach. Podobnie było w Krakowie, gdzie z uzyskanych 47 kwestionariuszy do analizy ostatecznie przyjęto tylko 13, a w Innsbrucku z otrzymanych 45 tylko 21. Z powodu uzyskania różnej, a ponadto niewielkiej liczby kwestionariuszy w każdym z miast, zrezygnowano z przeprowadzenia analizy porównawczej. Ze względu na łączną liczbę kwestionariuszy przyjętych do analizy ($n = 76$) wnioskowanie i generalizowanie ma charakter znacząco ograniczony, choć liczba badanych przekroczyła 30, a więc zgodnie z zasadami statystyki jest to próba duża [Ostasiewicz, Rusnak, Siedlecka 1999, s. 8].

Wyniki badań

Charakterystyka badanej zbiorowości

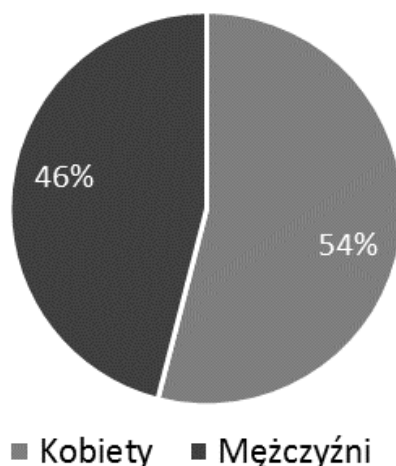
W pierwszej kolejności dokonano analizy danych socjodemograficznych respondentów. W celu oceny zróżnicowania wieku dokonano podziału na trzy kategorie (Ryc. 2). Przyjęto jako dolną granicę udziału w badaniu wiek 55 lat. Wobec zaprezentowanego w przeglądzie literatury braku jednolitej cezur, od której daną osobę uznaje się za seniora zastosowano jedną z częściej używanych granic wieku. Z dokonanej analizy wynika, że najwięcej było osób najmłodszych 37% (55 -65 lat), nieco mniej najstarszych 34% (71 lat i więcej), a najmniej w średnim przedziale (66-70 lat). Można jednak stwierdzić, że w całej próbie liczebność poszczególnych grup wiekowych była dość zrównoważona.



Ryc. 2. Struktura wieku respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych ($n = 76$).

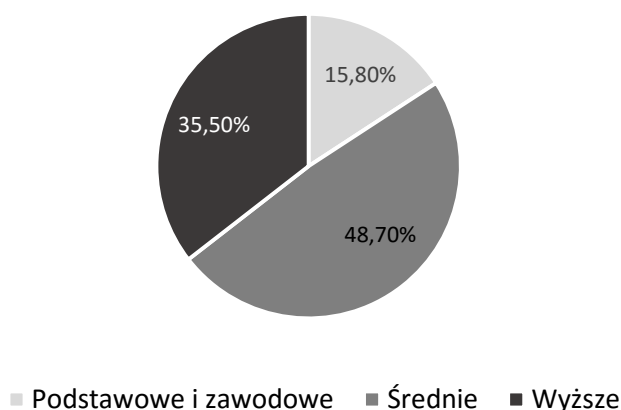
We wszystkich trzech miast w badaniu wzięło nieco więcej kobiet niż mężczyzn i ich udział wynosił 54%, a mężczyzn 46% (Ryc. 3). Można zatem stwierdzić, że pod względem płci badana grupa była dość zrównoważona.



Ryc. 3. Struktura płci respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (n = 76).

Następnym czynnikiem różnicującym badaną zbiorowość był poziom wykształcenia. W całej badanej grupie zaznacza się wyraźna dominacja osób z wykształceniem średnim (48,7%). Na drugim miejscu są osoby z wykształceniem wyższym (35,5%), natomiast najmniej było respondentów z wykształceniem podstawowym i zawodowym (15,8%).



Ryc. 4. Poziom wykształcenia respondentów

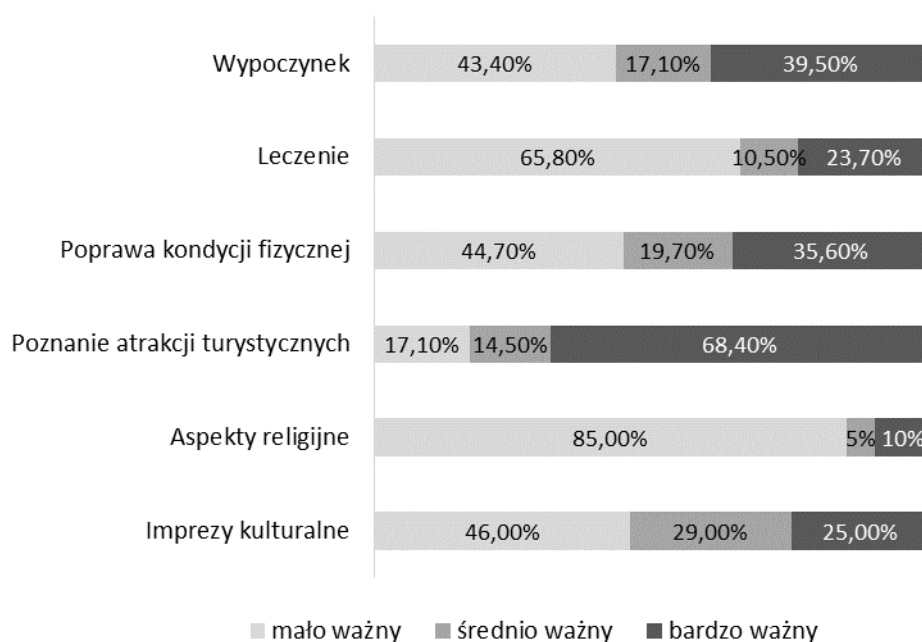
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (n = 76).

Motywy podróży turystycznych

Jak wykazano w przeglądzie literatury jednym z czynników skłaniających seniorów do podejmowania aktywności turystycznej są siły wypychające (*push*) m.in. motyw podróży. W związku z powyższym zapytano respondentów o cele ich podróży turystycznych. Uwzględniając poglądy zawarte w prezentowanej literaturze przyjęto założenie, że odpowiedzi na te pytania powinny dostarczyć informacji o tym jak respondenci postrzegają analizowane trzy miejscowości w kontekście zaspokojenia swoich oczekiwań. Oczywiście nie należy zapominać, że wybór miejsc czy obiektów, które odwiedzają turyści znajduje się pod

silnym wpływem czynników społecznych [Winiarski, Zdebski 2008 s. 58]. Kwestia tego co warto zobaczyć, bądź w jakie miejsce pojechać związana jest z powszechnym we współczesnym społeczeństwie rytuałem naśladownictwa. Dlatego prezentowane poniżej deklarowane cele podróży turystycznych prawdopodobnie są wypadkową własnych motywów podróży i powszechnie przyjętych wyobrażeń o tym, gdzie warto pojechać.

Analiza Ryc. 5 wskazuje, że najczęściej wybieranym celem podróży w przypadku ogółu turystów było poznanie atrakcji turystycznych 68,4%, a następnie wypoczynek, który jako najważniejszy wskazało 39,5% respondentów. Jako kolejny co do ważności motyw przyjeżdżający wskazali leczenie (35,6%). Porównując motywy seniorów odwiedzających analizowane miasta z wynikami badań prezentowanymi w literaturze można stwierdzić, że są z nimi znacząco zbieżne [Jang, Wu 2006; Jonsson, Devonish 2008, Patterson, Pegg 2009, Prayag 2012; Sangpikul 2008]. Może ono mieć związek z postrzeganiem miast przez turystów jeszcze przed przyjazdem. Kraków jako historyczna stolica Polski posiada utrwaloną opinię miasta atrakcyjnego turystycznie z licznymi cennymi zabytkami i unikalną atmosferą. Również Innsbruck z atrakcyjną starówką i pałacem Hofburg oraz zamkiem Ambras, a także niezwykle atrakcyjną okolicą może być traktowany jako miasto warte zobaczenia. W tej sytuacji dominacja motywów poznawczych znajduje pełne uzasadnienie. Innsbruck ponadto jako dwukrotny gospodarz zimowych igrzysk olimpijskich (1964, 1976) oraz igrzysk olimpijskich młodzieży (2012), położony w alpejskiej o korzystnych warunkach do regeneracji sił i zdrowia może być postrzegany jako miasto, gdzie można wypocząć, ale również zadbać o kondycję fizyczną. Szczecin również odpowiada profilowi zainteresowań respondentów ponieważ na rynku niemieckim i duńskim Szczecin jest promowany jako nowoczesne, atrakcyjne i malowniczo położone miasto z licznymi zabytkami (45% badanych respondentów pochodziło z Niemiec, a 55% z Danii). Struktura narodowościowa badanych seniorów w Szczecinie korespondowała z dostępnymi danymi statystycznymi, ponieważ turyści z Niemiec stanowią najliczniejszą grupę wśród turystów zagranicznych (46%), a drugą są Duńczycy (20%) [Sektor hotelowy i turystyczny 2014...]. Ponadto hotel w Szczecinie, w którym przeprowadzono badanie posiadał rozbudowane zaplecze SPA, a więc mógł być postrzegany jako miejsce sprzyjające poprawie kondycji fizycznej.



Ryc. 5. Motywy podróży turystycznych uczestników badania

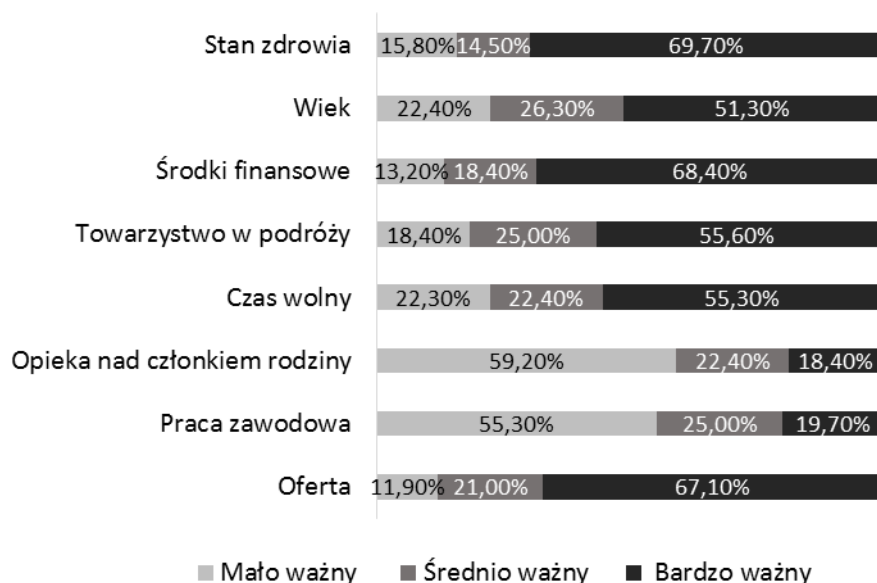
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (n = 76).

Najrzadziej wybierano jako motyw podróży aspekty religijnymi (tylko 10% podało jak najważniejszy cel podróży). Żadne z miast, w których prowadzono badania nie jest postrzegane jako centrum pielgrzymkowe. Stąd wynik badania w pełni potwierdza ta opinia.

Czynniki wpływające na udział w podróżach turystycznych

Zaprezentowana analiza literatury dotyczącej wpływu różnych czynników na aktywność turystyczną wykazała, że jest to bardzo ważne zagadnienie. W związku z tym kwestionariuszu ankiety zadano pytanie dotyczące tego problemu. Dane zaprezentowane na Ryc. 6 wskazują na znaczne zróżnicowanie czynników wybieranych przez badanych seniorów. Wśród najczęściej wymienianych były: stan zdrowia (69,7%), brak dostatecznych środków finansowych (68,4%), niedostosowanie oferty (67,10%) oraz brak odpowiednio towarzystwa (55,6%). Paradoksalnie wiek nie był wskazywany najczęściej jako istotne ograniczenie (51,3%). Potwierdza to poglądy zaprezentowane w literaturze [Gonzales i in. 2008; Kolbacher i in. 2011; Le Serre 2008; Nielsen 2013], że wiek nie jest najlepszym kryterium segmentacji seniorów w aspekcie podejmowania aktywności turystycznej, gdyż sami seniorzy wskazują inne ważniejsze w ich ocenie czynniki niż wiek. Jednakże jak dowiodły m.in. badania Chen i Shoemaker'a [2014] wraz z wiekiem pogarsza się stan zdrowia. Z drugiej strony jak dowodzą m.in. Sund i Boksberger [2007, s. 23] wiek jest kategorią pośrednio różnicującą seniorów ze względu na zmniejszanie się dochodu rozporządzalnego, który może być przeznaczony na konsumpcję turystyczną. Związane jest to ze wzrostem wydatków na opiekę medyczną wraz z wiekiem i pogarszaniem się stanu zdrowia.

Na niedostosowanie oferty turystycznej do potrzeb seniorów zwracali uwagę różni autorzy [Dann 2001; Le Serre 2008; Nielsen 2014]. W ocenie tych badaczy osoby w starszym wieku traktowane są jako homogeniczny segment rynkowy, a tak przecież jak wykazano jest zupełnie inaczej. Ten problem wskazuje na to, że polski biznes turystyczny nie dostrzega jeszcze w dostatecznym stopniu seniorów jako zróżnicowanej i ważnej części rynku turystycznego. Opinię tę w odniesieniu do seniorów w Polsce formułują m.in. Bombol i Słaby [2011]. Stwierdzają, że usługi przeznaczone dla seniorów cechują się małym dostosowaniem do ich rzeczywistych potrzeb.



Ryc. 6. Czynniki wpływające na aktywność turystyczną respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

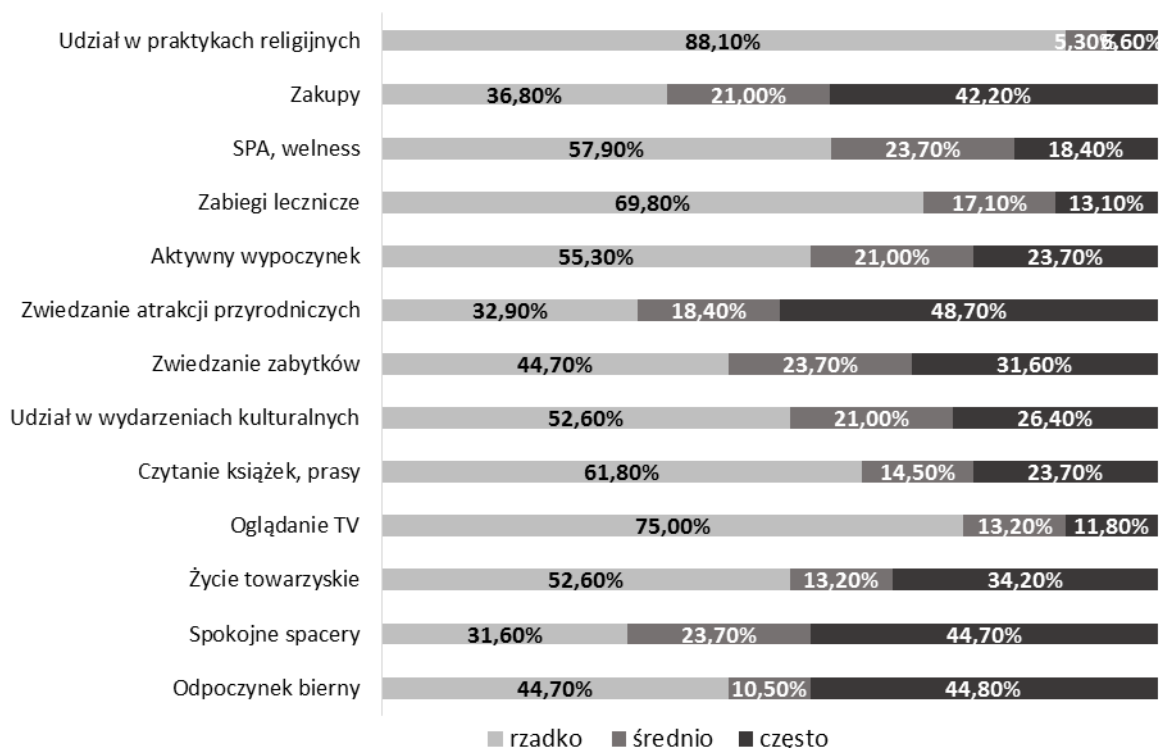
W najrzadziej wymienianych czynników ograniczających aktywność turystyczną respondenci wskazywali pracę zawodową (76%) i opiekę nad członkiem rodziny (74%).

Wynikać to może z kilku czynników. Analiza ofert badanych hoteli, w którym były prowadzone badania wykazała, że większość respondentów wybierała pobyty weekendowe lub nieco przedłużone, ale maksymalnie trzy-, czterodniowe. To mógł być czynnik, który w umożliwiał łączenie aktywności turystycznej i pracy zawodowej lub też źródłem utrzymania znacznej części respondentów mogła być emerytura. Z kolei brak konieczności opieki nad członkiem rodziny mógł być związany z tym, że 66% respondentów nie przekroczyło siedemdziesiątego roku życia i dlatego dolegliwości zdrowotne lub ograniczenia mobilności współmałżonka nie dotknęły jeszcze znacznej części badanych.

Formy aktywności turystycznej

Z punktu widzenia biznesowego, ale również polityki turystycznej danego kraju czy regionu niezwykle ważne jest poznanie preferowanych form aktywności turystów. Dostosowanie infrastruktury oraz oferowanych produktów turystycznych ma zasadniczy wpływ na wielkość dochodów sektora gospodarki turystycznej. Analiza prezentowanych danych (Ryc. 7) wskazuje, że występowało istotne zróżnicowanie form aktywności turystycznej seniorów w badanych miastach. Można zauważyć, że spędzanie czasu w dużym stopniu odpowiadało deklarowanym wcześniej motywom podróży (Ryc. 5).

Jak wykazano w przeglądzie literatury wraz z wiekiem wzrasta zainteresowanie wypoczynkiem, walorami środowiska przyrodniczego i kontaktami towarzyskimi [Fleischer, Pizam 2002; Littrel, Paige, Song 2004; Zimmer i in. 1995]. Najczęściej wskazywane przez badanych seniorów formy aktywności odpowiadały zatem wynikom wcześniejszych badań.



Ryc. 7. Formy aktywności turystycznej respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

Wysoki poziom wykształcenia znacznej części badanych seniorów (48,7% średnie i 35,5% wyższe wykształcenie) może mieć związek ze wskazywanymi najczęściej formami aktywności czyli zwiedzaniem atrakcji turystycznych (48,7%). Wyniki te korespondują z danymi uzyskanymi m.in. przez Hornemana i in. [2002], którzy stwierdzili, że wraz

ze wzrostem poziomu wykształcenia rośnie zainteresowanie walorami przyrodniczymi i kulturowymi.

Wcześniejsza bardzo niska częstotliwość wskazań dotyczących motywów religijnych znalazła potwierdzenie w bardzo niewielkim zainteresowaniu podejmowaniem praktyk religijnych w trakcie wyjazdu turystycznego. Aż 88,1% respondentów stwierdziło, że rzadko brało udział w tego typu aktywności. Oczywiście w każdym z badanych miast znajdują się liczne kościoły, ale były one raczej postrzegane jako atrakcje turystyczne, a nie miejsca kultywowania praktyk religijnych. Podobnie niskim zainteresowaniem cieszyło się oglądanie TV czyli całkowicie bierny wypoczynek. Tak niska częstotliwość wskazań tej formy aktywności może potwierdzać prawdziwość deklaracji dotyczących motywów podróżowania badanych seniorów. Najczęściej wybieranym celem podróży było poznanie atrakcji turystycznych, którego zaprzeczeniem jest bierny wypoczynek.

Interesująca jest częstotliwość wskazań zakupów (42,2%) jako formy spędzania czasu w trakcie wyjazdu turystycznego. W przypadku Szczecina mogło to być związane z przygranicznym położeniem w pobliżu Niemiec (11km od granicy) oraz dobrej dostępności komunikacyjnej z Danią (liczne połączenia autokarowe przez Niemcy oraz promowe pomiędzy Kopenhagą a Świnoujściem). Poziom cen różnego rodzaju artykułów przemysłowych oraz usług jest ciągle zdecydowanie niższy w Polsce niż Niemczech i Danii. Stąd motyw handlowy wśród seniorów odwiedzających Szczecin mógł mieć tak duże znaczenie. Niestety ze względu na niewielką liczebność próby nie było możliwości porównania form podejmowanych aktywności pomiędzy miastami, choć takie było wstępne założenie.

Podsumowując analizę form aktywności podejmowanych przez seniorów w badanych trzech miastach można zauważyć, że wybór form aktywności przez seniorów odwiedzających był bardzo zróżnicowany i nawiązywał do istniejących walorów oraz infrastruktury turystycznej i towarzyszącej oraz położenia geograficznego badanych miejscowości. Ta konstatacja nawiązuje do poglądów Kazemini i in. [2013], którzy stwierdzili, że seniorzy raczej nie rezygnują z aktywności turystycznej, ale próbują dostosowywać jej formy do istniejących ograniczeń o charakterze wewnętrznym jak i zewnętrznym.

Podsumowanie

Zaprezentowane wyniki badań pilotażowych potwierdzają znaczną część poglądów odnoszących się do zachowań seniorów w aspekcie podejmowania aktywności turystycznej i czynników na nią wpływających.

Do najczęściej wskazywanych motywów podróży należało poznanie atrakcji turystycznych, aktywny wypoczynek i poprawa kondycji fizycznej. Deklarowane cele podróży turystycznych korespondowały z podejmowanymi formami aktywności turystycznej w miejscu pobytu. Wykazano, że seniorzy w wyborze kierunków podróży starają się uwzględniać swoje wewnętrzne ograniczenia (stan zdrowia, wiek, finanse, konieczność opieki nad członkiem rodziny) i dostosowywać możliwości do istniejących obiektywnie uwarunkowań zewnętrznych (walory turystyczne, infrastruktura, dostępność komunikacyjna). Można zatem powiedzieć nawiązując do opinii Alejsiaka (Ryc.1), że motywy podróży mają charakter generatorów aktywności turystycznej, natomiast modyfikatorami są stan zdrowia, zasoby finansowe, dysponowanie czasem wolnym, konieczność opieki nad członkiem rodziny lub praca zawodowa. Z kolei rolę jednego z najważniejszych aktywatorów stanowi odpowiednio wypromowana oferta turystyczna oraz dostępność celów podróży, które budzą zainteresowanie seniorów.

Niewątpliwie istotnym ograniczeniem wnioskowania dotyczącym niniejszego opracowania jest niewielka liczba respondentów, stosunkowo krótki czas badania

i zastosowany dobór celowy dotyczący osób przebywających w hotelach. Mimo tego wykazano, że przyjęte założenia badawcze oparte o obszerną analizę literatury przedmiotu znalazły odzwierciedlenie w wynikach badań. Zrezygnowano świadomie z przeprowadzenia pogłębionej analizy statystycznej ze względu na brak podstaw do generalizowania wyników, która wynika ze szczupłości danych empirycznych.

Prezentowane wyniki badań były pierwszą częścią realizacji szerszego projektu dotyczącego analizy uwarunkowań aktywności turystycznej i miały na celu weryfikację narzędzia badawczego jakim był kwestionariusz ankiety oraz sprawdzenia możliwości badania seniorów w miejscu pobytu turystycznego. Niestety potwierdziła się opinia Podemskiego i Isańskiego [2008], że warunki prowadzenia badań ankietowych wśród turystów w miejscu krótkotrwałego pobytu ze względu na jego krótkotrwałość, plan zajęć, pośpiech nie sprzyjają rzetelności i kompletności odpowiedzi. W niniejszym badaniu skutkiem była niewielka (76) liczba kwestionariuszy nadająca się do rzetelnej analizy.

Bibliografia

- Alejsiak W., 2012, *Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej*. Studia i Monografie nr 56. AWF Kraków
- Alén E., Domínguez T., Losada N., 2012, *New Opportunities for the Tourism Market: Senior Tourism and Accessible Tourism, Visions for Global Tourism Industry - Creating and Sustaining Competitive Strategies*. Kasimoglu M. (Ed.). In Tech
- Alén, E., Nicolau, J. L., Losada, N., & Domínguez, T., 2014. *Determinant factors of senior tourists' length of stay*. *Annals of Tourism Research*, 49, 19-32
- Balderas-Cejudo, A., Rivera-Hernaez, O., Patterson, I. 2016, *The Strategic Impact of Country of Origin on Senior Tourism Demand: the Need to Balance Global and Local Strategies*. *Journal of Population Ageing*, s. 345-373
- Batra A., 2009, *Senior Pleasure Tourists: Examination of Their Demography, Travel Experience, and Travel Behavior Upon Visiting the Bangkok Metropolis*. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. Volume 10. Issue 3, s. 197-212
- Bąk I., 2013, *Statystyczna analiza aktywności turystycznej seniorów w Polsce*. Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny, Szczecin
- Boksberger P., Laesser C., 2008, *Segmenting the senior travel market by means of travel motivation – Insights from mature market (Switzerland)*. CAUTHE Council of Australian University Tourism and Hospitality Education, Gold Coast: Griffith University, s. 1-3
- Bombol M., Słaby T. 2011. *Konsument 55+ wyzwaniem dla rynku*. Oficyna Wydawnicza SGH. Warszawa
- Cai L., Schwartz Z., Cohen E., 2001, *Senior Tourist in the Holy Land*. *Journal of Teaching in Travel and Tourism*, Vol. 1 (4), s. 19-33
- Callan R. J., Bowman L., 2000, *Selecting a Hotel and Determining Salient Quality Attributes: A Preliminary Study of Mature British Travelers*. *International Journal of Tourism Research*, 2, s. 97-118
- Carrigan, M., Szmigin, I., 2000, *Advertising in an ageing society*. *Ageing and Society*, 20 (1), 217-233.
- Chen S., C., Shoemaker S. 2014. *Age and cohort effects: The American senior tourism market*. *Annals of Tourism Research* 48, s. 58-75
- Chen, C. F., Wu, C. C., 2009, *How Motivations, Constraints, and Demographic Factors Predict Seniors*. *Asia Pacific Management Review*, 14 (3), s. 301-312
- Cho, V. 2010, *A study of the non-economic determinants in tourism demand*. *International Journal of Tourism Research*, 12(4), s. 307-320
- Dann G., 2001, *Targeting Seniors the Language of Tourism*. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, Vol. 8(3/4), s. 5-35
- Dragan, A. 2011. *Starzenie się społeczeństwa polskiego i jego skutki*. Warszawa. Kancelaria Senatu, Biuro Analiz i Dokumentacji.

- Dziedzic E., Skalska T., 2012, *Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju usług turystycznych w Polsce*. Stowarzyszenie na Rzecz Badania, Rozwoju i Promocji Turystyki. Warszawa.
- Fleischer A., Pizam A., 2002, *Tourism constraints among Israeli seniors*. Annals of Tourism Research, Vol. 29, No. 1, s. 106-123
- Global Health and Aging*, 2011, Washington DC: National Institute on Aging, National Institutes of Health. NIH Publication no. 11-7737
- Glover P., Prideaux B., 2009, *Implication of population ageing for the development of tourism products and destinations*. Journal of Vacation Marketing 15.1, s. 25-37
- Głąbiński Z., 2014, *Wybrane aspekty aktywności turystycznej seniorów w świetle badań jakościowych metodą zogniskowanych wywiadów grupowych*, [w:] B. Walas, J. Sobczuk (red.), *Ewolucja podaży i popytu w turystyce*. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii, s. 69-94
- Głąbiński Z., 2015, *The Application of Social Survey Methods in Analysing the Tourist Activity of Seniors*. Bulletin of Geography. Socio-economic Series (27) s. 51-65
- Głąbiński Z., 2016, *Analysing the tourism acitivity of seniors by applying the method of participant observation*. Bulletin of Geography. Socio-economic Series (33), s. 55-70
- Gonzalez A.M., Rodriguez C., Miranda M.R., Cervantes M., 2009, *Cognitive age as a criterion explaining seniors' motivation*. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol. 3, No 2, s. 148-164
- Górna J., 2015, *Preferencje i aktywność turystyczna Polaków w wieku 50+*. Prace Naukowe Akademii i im. Jana Długosza w Częstochowie, t. XV, nr 1, s. 153-166
- Graja-Zwolińska S., Spychała A., 2012, *Aktywność turystyczna wielkopolskich seniorów*. [w:] A. Rapacz (red.), *Wyzwania współczesnej polityki turystycznej*. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Nr 259, s. 54-63
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., Środa-Murawska S., Biegańska J., 2014, *Rodzina jako czynnik kształtujący aktywność turystyczną seniorów*. [w:] J. Śledzińska, B. Włodarczyk (red.), *Międzypokoleniowe aspekty turystyki*. Wydawnictwo PTTK „Kraj”, Warszawa, s. 85-95
- Gutkowska K., Słaby T., 2016, *Możliwości rozwoju rynku usług dla rdzennej ludności wiejskiej w wieku 60 plus*. Handel Wewnętrzny, (4 (363)), s. 44-55
- Hillman W., 2012, *Grey Nomads travelling in Queensland, Australia: social and health needs*. Ageing and Society. s. 1-19. Available on CJO doi: 10.1017/S0144686X12000116
- Hołowiecka, B., Grzelak-Kostulska, E., 2013. *Turystyka i aktywny wypoczynek jako element stylu życia seniorów*. Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica 291, s. 163 - 179
- Horneman, L., Carter, R. W., Wei, S., Ruys, H., 2002, *Profiling the senior traveler: An Australian perspective*. Journal of Travel Research, 41(1), s. 23-37
- Hsu C., Cai L., Wong K. 2007. A model of senior tourism motivation – Anecdotes from Beijing and Shanghai. *Tourism Management*, 28, 1262-1273.
- Huang L., Tsai H.T., 2003, *The study of senior traveler behavior in Taiwan*. *Tourism Management*, 24, s. 561-574
- Huh C., Park S., H., 2010, *Changes in Patterns of Trip Planning Horizon: A Cohort Analytical Approach*. Journal of Hospitality Marketing & Management, 19, s. 260–279
- Hunter-Jones P., Blackburn A., 2007. *Understanding The Relationship Between Holiday Taking and Self-assessed Health: An Exploratory Study of Senior Tourism*. International Journal of Consumer Studies, 31 (5), s. 509-516
- Jang S., Wu C.- M., E., 2006, *Seniors travel motivation and the influential factors An examination of Taiwanese seniors*. *Tourism Management*, 27 (2), s. 306-316
- Jönsson C., Devonish D., 2008, *Does nationality, gender and age affect travel motivation? A case of visitors to Caribbean island Barbados*. Journal of Travel & Tourism Marketing, Vol. 25 (3-4), s. 398-408
- Kazeminia A., Del Chiappa G., Jafari J., 2013, *Seniors' Travel Constraints and Their Coping Strategies*. Journal of Travel Research. XX(X), s. 1–14
- Kociszewski P. 2012. *Produkty turystyki kulturowej dla seniorów – ewolucja i rewolucja (?)*. [w:] B. Włodarczyk, B. Krakowiak (red.), *Kultura i Turystyka wspólne korzenie*. Regionalna Organizacja Turystyczna woj. łódzkiego. Łódź. s. 293-308
- Kohlbacher F., Sudbury L., Hofmeister A., 2011, *Using Self-Perceived Age and the List of Values to Study Older Consumer in 4 Nations*. Advances in Consumer Research Volume 39, s. 341-346

- Kowalczyk-Anioł J., 2011, *Turystyka polskich seniorów – efekty programu Calypso*, [w:] B. Krakowiak, J. Latosińska, B. Włodarczyk (red.), *Warsztaty z Geografii Turyzmu. Turystyka polska w latach 1989-2009*, Wyd. UŁ, Łódź, s. 193-204
- Kozak M., 2002, *Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations*. *Tourist Management*. Vol., 23, s. 221-232
- Lee T., H., 2009, *A Structural Model to Examine How Destination Image, Attitude and Motivation Affect the Future Behavior of Tourist*. *Leisure Sciences*, 31, s. 215-236
- Lehto, X. Y., O'leary, J. T., Lee, G., 2002, *Mature international travelers: An examination of gender and benefits*. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 9 (1/2), s. 53-72
- Le Serre D., Chevalier C., 2012. *Marketing travel services to senior consumers*. *Journal of Consumer Marketing* 29/4, 262–270
- Le Serre D., Legohérel P., Weber K., 2013, *Seniors' Motivations and Perceived Risks: A Cross-Cultural Study*. *Journal of International Consumer Marketing*, 25, s. 61–79
- Littrell M.A., Paige R.C., Song K. 2004, *Senior travelers: Tourism activities and shopping behaviours*. *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 10, No 4, s. 348-362
- Losada, N., Alén, E., Domínguez, T., and Nicolau, J. L. (2016). *Travel frequency of seniors tourists*. *Tourism Management*, 53, 88-95
- McCormack, C., Cameron, P., Campbell, A., Pollock, K., 2008, *'I Want to Do More than Just Cut the Sandwiches': Female baby boomers seek authentic leisure in retirement*. *Annals of Leisure Research*, 11(1-2), s. 145-167
- McDougall L., 1998, *Aging Baby Boomers and What it Means for Domestic Travel in the 21st Century*. Travel – log. Statistics Canada - Catalogue no. 87-003-XIB, 1-9
- Middleton V.T.C., 1996, *Marketing w turystyce*. Polska Agencja Promocji Turystyki. Warszawa
- Morgan, N., Pritchard, A., Sedgley, D., 2015, *Social tourism and well-being in later life*. *Annals of Tourism Research*, 52, s. 1-15
- Moscardo G., 2006, *Third-age tourism*. [In:] D. Buhalis, C. Costa (Eds.), *Tourism Business Frontiers: consumers, products and industry*. Elsevier. Oxford. UK, s. 30-39.
- Möller C., Weiermair K., Wintersberger E., 2007. *The Changing Travel Behaviour of Austria's Ageing Population and its Impact on Tourism*. *Tourism Review*, Vol 62, No 3+4, 15-20.
- Nielsen K., 2014, *Approaches to seniors' tourist behaviour*. *Tourism Review*. Vol.. 69, No. 2, s. 111-121
- Niewiedział D., 2008, *Formalne i treściowe aspekty pojęcia aktywności ludzi starych*. *Polskie Forum Psychologiczne*, Vol. 2, No. 13, s. 96-105
- Niezgoda, A., Jerzyk, E., 2013, *Seniorzy w przyszłości na przykładzie rynku turystycznego*. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu*, (32), s. 475-489
- Nimrod G., 2008, *Retirement and tourism. Themes in Retirees' Narratives*. *Annals of Tourism Research*, Vol. 35, No 4, 859-878
- Nimrod G., Rotem A., 2010, *Between Relaxation and Excitement: Activities and Benefits Gained in Retirees' Tourism*. *International Journal of Tourism Research*, 12, s. 65–78
- Nyupane G., Andereck K., 2007, *Understanding Travel Constrains: Application and Extension of a Leisure Constraints Model*. *Journal of Travel Research*, 46(4), 433-439.
- Oh H., Parks S.C., DeMicco F. J., 2002, *Age- and Gender-Based Market Segmentation: A Structural Understanding*. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, Vol. 3(1) 2002, s. 1-20
- Ostasiewicz S., Rusnak Z., Siedlecka U., 2006, *Statystyka, Elementy teorii i zadania*, Wyd. Akad. Ekon., Wrocław.
- Panek A., 2007, *Aktywność wolnoczasowa seniorów jako profilaktyka, terapia, jako sens i styl życia*. *Państwo i Społeczeństwo*. Nr 3, 160-168
- Patterson I., Pegg S., 2009, *Marketing the Leisure Experience to Baby Boomers and Older Tourists*, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18:2-3, s.254-272
- Patuelli R., Nijkamp P., 2016, *Travel Motivations of Seniors: A Review and a Meta-Analytical Assessment*. *Quaderni - Working Paper DSE N° 1021*. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2640877>

- Podemski K., Isański J. 2008. *Niektóre problemy metodologiczne badań turystów i instytucji turystycznych*. w: Młynarczyk Z., Zajadacz A. (red.). *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*. Turystyka i Rekreacja – Studia i Prace nr 2. UAM. Poznań. s. 141-150
- Prayag G., 2012, *Senior Travelers' Motivation and Future Behavioral Intentions: Case of Nice*. Journal of Travel & Tourism Marketing, 29, s. 665-681
- Sangpikul A., 2008, *Travel Motivations of Japanese Senior Travelers' to Thailand*. International Journal of Tourism Research, 10, s. 81-94
- Sedgley D., Pritchard A., Morgan N., 2006, *Understanding older woman's leisure: The value of biographical research methods*. Tourism. Vol. 54, No. 1, s. 43-51
- Shoemaker S. 2000. *Segmenting the Mature Market: 10 Years Later*. Journal of Travel Research, Vol. 39, 11-26
- Sund, K. J., Boksberger, P., 2007, *Senior and non-senior traveller behaviour: some exploratory evidence from the holiday rental sector in Switzerland*. Tourism Review, 62 (3/4), 21-26
- Śniadek J., 2007, *Konsumpcja turystyczna polskich seniorów na tle globalnych tendencji w turystyce*. Gerontologia Polska. tom 15, nr 1-2, s. 21-30
- Śniadek J., Zajadacz A., 2010, *Senior citizens and their leisure activity: understanding leisure behaviour of elderly people in Poland*. Studies in Physical Culture and Tourism. Vol. 17, No. 2 pp. 193-204.
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, 2013. *World Population Ageing 2013*. ST/ESA/SER.A/348
- Zimmer Z., Brayley R. E., Searle M.S., 1995, *Whether to Go and Where to Go: Identification of Important Influences on Seniors' Decision to Travel*. Journal of Travel Research. 33, s. 3-9
- Europe the best destination for seniors.
<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/5977/attachments/1/translations/en/renditions/native>
[dd. 17.06.2017]
- Ostrowski M., *Pojęcie, rodzaje, rozwój historyczny pojęcia czasu wolnego*. www.pastoralna.pl [d.d. 10.06.2017]
- Sektor hotelowy i turystyczny Szczecin twoje miejsce dla biznesu
www.szczecin.eu/sites/default/files/images/userfilesfile/INVEST/Sektor_hotelowy_i_turystyczny_2014.pdf [d.d. 18.06.2017]

Determinants of tourist activity of seniors arriving in Innsbruck, Cracow and Szczecin

Keywords: senior tourism, tourist activity, travel motives

Abstract:

Due to the increasing process of aging of world's population, particularly observed in the most advanced countries, there is a growing interest in the trend from the part of scientists, practitioners and authorities in various countries and regions. For this reason, the issue of tourist activity of the elderly has become more and more frequently mentioned in the international literature on tourism. It is said that, globally, we are dealing with the phenomenon of generational shock, which is a major change in the behaviour of seniors. This is due to entering the retirement age of the post-WWII generation that is characterized by different needs, aspirations and behaviours in comparison to previous generations.

A review of international literature has been made and some of the factors influencing on the participation of seniors in tourism have been identified in examples from different countries. Using existing research concepts, the author of this article, makes an attempt to identify the selected factors affecting the tourist activity of seniors on the example of Innsbruck, Cracow and Szczecin. The survey results let determine the particular factors affecting forms of tourist activity undertaken by seniors visiting the selected cities.