

AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNA SŁUCHACZY UNIWERSYTETU TRZECIEGO WIEKU NA PRZYKŁADZIE WYBRANYCH PLACÓWEK W WIELKOPOLSCE

JOANNA ŚNIADEK¹, JOWITA GÓRKA²

AWF w Poznaniu

¹ e-mail: j.sniadek@gmail.com

² e-mail: jowitabera@op.pl

SŁOWA KLUCZOWE

seniorzy, populacja 60+, aktywność turystyczna, Uniwersytet Trzeciego Wieku

STRESZCZENIE

Na tle krajów wysokorozwiniętych, Polacy należą wciąż do jednych z najmłodszych społeczeństw ze średnią wieku wynoszącą 39 lat, ale coraz szybciej przebiegające procesy starzenia się populacji sprawiają, iż w perspektywie roku 2050 już co trzeci mieszkaniec naszego kraju będzie w wieku seniorskim. Lata życia na emeryturze, w związku z polepszeniem się warunków bytowych, rozwojem medycyny i świadomości społecznej w zakresie higieny, wynosić mogą nawet kilkadziesiąt lat. W tym kontekście niezwykle istotne staje się skuteczne promowanie zdrowego i aktywnego starzenia się, albowiem długie życie w dobrym zdrowiu oznacza jego lepszą jakość, większą niezależność oraz możliwość zachowania sprawności. Istotną rolę w tym zakresie mogą odegrać Uniwersytety Trzeciego Wieku (UTW), propagujące aktywny styl życia, zarówno w jego wymiarze intelektualnym (geragogika), jak i fizycznym. Celem podjętych badań było określenie poziomu aktywności turystycznej słuchaczy Uniwersytetów Trzeciego Wieku. Badania przeprowadzono w pięciu placówkach UTW działających na terenie województwa wielkopolskiego (Poznań, Leszno, Kalisz, Konin i Śrem). Stwierdzono, że słuchaczy UTW charakteryzuje wyższy niż przeciętny poziom aktywności turystycznej, co jest z jednej strony efektem aktywizującej działalności placówek, ale z drugiej – może być także rezultatem ukształtowanego jeszcze przed wkroczeniem w wiek seniorski aktywnego i towarzyskiego stylu życia. Przykład tych osób może skutecznie zachęcać szersze kręgi seniorów do włączenia się w ruch UTW.

Wprowadzenie

Pozytywny wpływ aktywności ruchowej na zdrowie, samopoczucie i satysfakcję z życia osób w starszym wieku potwierdzają liczne wyniki badań. Niestety, dowodzą one również, że wraz z wiekiem maleje zainteresowanie aktywnymi formami spędzania czasu wolnego, co uwarunkowane jest zarówno zachodzącymi zmianami w sferze potrzeb i motywacji człowieka, jak również

obiektywnymi czynnikami, takimi jak pogarszający się stan zdrowia, spadająca wydolność organizmu czy mniejsze dochody wynikające z ustania aktywności zawodowej (McGuire, Norman, 2005; Klimczuk, 2012; Nimrod, Shrira, 2014). W związku z polepszaniem się ogólnych warunków bytowych społeczeństwa, rozwojem medycyny oraz wzrastającą świadomością w zakresie zdrowia i higieny, okres życia na emeryturze liczyć może w rozwiniętych, europejskich społeczeństwach nawet kilkadziesiąt lat (Gibson, Singleton, 2012; Wellner, 2015). W tym kontekście szczególnie istotne staje się tzw. pomyślne starzenie się, rozumiane jako proces optymalizacji możliwości zachowania zdrowia (fizycznego, społecznego i psychicznego). Zdaniem Gryglewskiej (2007) pomyślne starzenie się zdefiniować można jako osiągnięcie wieku starości z małym ryzykiem chorób i niedołężności, z wysoką sprawnością umysłową i fizyczną oraz utrzymaną aktywnością życiową. Wśród podstawowych warunków pomyślnego starzenia się Kozdroń (2006) wymienia:

- utrzymanie zadowalającego stanu zdrowia (niezależności funkcjonalnej),
- utrzymanie niezależności finansowej i mieszkaniowej,
- utrzymywanie więzi rodzinnych i społecznych,
- możliwość kształcenia się i samorealizacji.

Aktywności czasu wolnego takie jak sport, rekreacja ruchowa czy turystyka są konieczne dla zaistnienia przynajmniej dwóch spośród wymienionych warunków pomyślnego starzenia się, tj. niezależności funkcjonalnej oraz samorealizacji, albowiem to właśnie sprawność ruchowa i ogólna wydolność decydują o samodzielnym uczestnictwie w codziennych czynnościach życiowych, zajęciach ruchowych, w życiu społecznym czy towarzyskim. Wyniki badań dowodzą m.in., że aktywność turystyczna w starszym wieku wykazuje zarówno pozytywny związek z postrzeganiem własnego zdrowia (fizycznego i psychicznego), jak i oceną własnej samodzielności, zaradności oraz jakości życia (Carretero, Ferri, Garcés, 2013). Warto w tym miejscu zauważyć, że segmentacja rynku seniorskiego w turystyce i rekreacji powinna być dokonywana właśnie z uwzględnieniem subiektywnego poczucia wieku, zdrowia i własnej sprawności (González i in., 2009; Awdziej, 2014; Wellner, 2015), a w mniejszym stopniu w oparciu o kryterium wieku chronologicznego czy rozpoznanych poprzez testy sprawności – cech motorycznych.

Zdaniem Kozdroń (2006), zwiększona aktywność ruchowa osób starszych, oprócz efektów biologicznych i psychologicznych, skutkuje także:

- zmniejszeniem kosztów opieki zdrowotnej,
- zwiększeniem zdolności do podejmowania różnego rodzaju wysiłków,
- kreowaniem pozytywnego i aktywnego wizerunku osób starszych w naszym społeczeństwie,
- przeciwdziałaniem ubóstwu i wykluczeniu.

Jak zauważają Grzelak-Kostulska, Hołowiecka i Kwiatkowski (2011), problematyka włączenia starszej części populacji Polski w konsumpcję turystyczną stanowi w ostatnich latach dość często podejmowany temat badawczy. Jest to związane zarówno z koniecznością prowadzenia odpowiedniej polityki społecznej, jak i chęcią „zagospodarowania” potencjału nabywczego osób w wieku poprodukcyjnym, wyraźnie dostrzeganego już przez przemysł czasu wolnego, w tym przez sektor

turystyczny. Warunkiem skuteczności podejmowanych w każdym z tych obszarów działań jest precyzyjne rozpoznanie czynników determinujących zachowania konsumpcyjne tej jakże niejednorodnej grupy społecznej (Śniadek, 2007). Należą do nich:

- w grupie czynników demograficznych m.in.: płeć, wiek, stan zdrowia, wielkość i struktura gospodarstwa domowego, faza cyklu życia rodziny,
- w grupie czynników psychograficznych m.in.: subiektywne poczucie własnego wieku (wiek kognitywny), a także wyglądu i zdrowia, styl życia, motywacje, zainteresowania, osobowość,
- w grupie czynników ekonomicznych m.in.: poziom dochodów gospodarstw domowych emerytów, poziom cen dóbr i usług, ogólna sytuacja gospodarcza kraju,
- w grupie czynników społecznych m.in.: wykształcenie, wykonywany wcześniej zawód, status społeczny, rola społeczna, grupa odniesienia,
- w grupie czynników kulturowych m.in.: obowiązujące w danej społeczności normy i wzorce postępowania, przyjęte postawy, wyznawane wartości, moda,
- w grupie czynników organizacyjnych i infrastrukturalnych m.in.: polityka społeczna państwa i samorządów terytorialnych, dostępność infrastruktury usługowej i jej oferta.

Jak zauważa Bylok (2013), dotychczasowy stereotyp osoby starszej – biednej, schorowanej i skupionej na zaspokojeniu życiowych potrzeb ulega w Polsce stopniowej, ale wyraźnej zmianie. Podobne zmiany w społeczeństwach zachodnich dokonały się już kilkadziesiąt lat temu. Na emeryturę przechodzi obecnie generacja Polaków, która mimo odmiennych doświadczeń życiowych wykazuje wiele wspólnych cech ze swoim zachodnioeuropejskim czy amerykańskim odpowiednikiem. Polscy emeryci, podobnie jak ich rówieśnicy z pokolenia *baby boomers* w krajach wysoko rozwiniętych, zwracają większą uwagę na życie kulturalne i towarzyskie, poszerzanie zainteresowań, hobby, rekreację czy podróże (Śniadek, 2006; Motylewski i in., 2011; Bombol, Słaby, 2011; Bylok, 2011; Bondos, 2013). Zdaniem Borczyk (2009, s. 34) kształcący się seniorzy to polski fenomen XXI wieku.

Celem przeprowadzonych przez autorki badań sondażowych było rozpoznanie ogólnego poziomu aktywności turystycznej słuchaczy Uniwersytetu Trzeciego Wieku. Badania przeprowadzono w okresie styczeń–maj 2014. Wzięli w nich udział słuchacze UTW w Poznaniu, Koninie, Lesznie, Kaliszu i Śremie, uczestniczący w zajęciach w dniu przeprowadzania badania. Wykorzystano autorski kwestionariusz ankiety, przygotowany w związku z prowadzonymi badaniami na temat aktywności rekreacyjnej i turystycznej słuchaczy Uniwersytetów Trzeciego Wieku. Uzyskano 200 prawidłowo wypełnionych ankiet. Badania zawarte w kwestionariuszu (łącznie 29 pytań plus metryczka) dotyczyły aktywnych form spędzania czasu wolnego przez słuchaczy UTW (sport, rekreacja ruchowa, turystyka), na potrzeby niniejszego opracowania wykorzystano część z uzyskanych wyników. Do analizy statystycznej materiału zastosowano program Statistica 10.0. Związki między zmiennymi oceniono testem chi-kwadrat, przyjęto poziom istotności statystycznej $p < 0,05$.

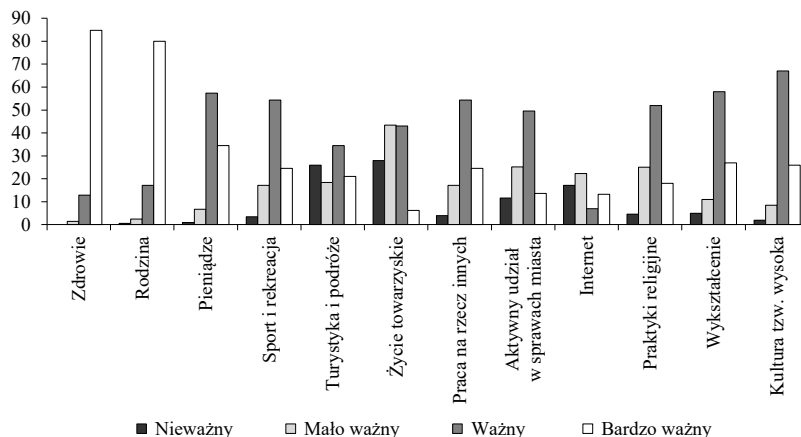
Uniwersytet Trzeciego Wieku jako forma aktywizacji osób w wieku 60+

Odpowiedzią na kulturalno-towarzyskie potrzeby osób kończących swoją aktywność zawodową stają się Uniwersytety Trzeciego Wieku, tworzone już w latach siedemdziesiątych XX wieku. Pierwszy taki uniwersytet został założony przez Pierre'a Vellasa we Francji w 1972 roku, przy uniwersytecie w Tuluzie. Celem zapoczątkowanego przez Vellasa ruchu było z jednej strony wykorzystanie intelektualnego i administracyjnego potencjału uniwersytetów dla kształcenia osób starszych, a z drugiej strony – seniorzy byli wspieraną grupą do prowadzenia badań naukowych z dziedziny gerontologii. Ideą Vellasa było także umożliwienie wymiany kulturalnej pomiędzy generacjami, przełamanie uprzedzeń oraz rozwój wzajemnej empatii (Borczyk, 2009, s. 32–33). Zainteresowanie tego typu instytucjami było tak znaczne, że w krótkim czasie powstały podobne placówki w innych państwach europejskich. Uniwersytety Trzeciego Wieku od lat działają w Austrii, Belgii, Niemczech, Słowenii, Hiszpanii, Portugalii, Irlandii, Finlandii, Szwecji, Danii, Holandii, Szwajcarii. Polska była trzecim krajem po Francji i Belgii, w którym przyjął się i rozwijał ruch UTW. Pierwszy powstał w 1975 roku w warszawskim Centrum Medycznym Kształcenia Podyplomowego z inicjatywy prof. Haliny Szwarc. Do końca lat 80. rozwój placówek UTW w Polsce następował bardzo powoli (do roku 1989 utworzono zaledwie 9 placówek), gwałtowny wzrost ich liczby nastąpił dopiero po roku 2002. Według danych Ogólnopolskiej Federacji Stowarzyszeń UTW, obecnie funkcjonuje w Polsce ponad pół tysiąca placówek, a w zajęciach uczestniczy ponad 100 tys. osób. Tak dynamiczny rozwój ruchu wskazuje na istnienie znaczącego zapotrzebowania na tego typu ofertę. Działalność konkretnej placówki UTW zależy od jej statusu organizacyjnego, sposobu finansowania i lokalizacji. Niektóre UTW działają w formie stowarzyszeń i fundacji, inne funkcjonują w ramach uczelni lub struktur samorządów lokalnych. W wielu polskich UTW, zwłaszcza z długim stażem i umiejscowionych w uczelni, realizowany jest tzw. francuski model kształcenia, charakteryzujący się wysokim poziomem działalności dydaktycznej i współpracą z wyższymi uczelniami (zajęcia prowadzone są przez nauczycieli akademickich). W pozostałych instytucjach jest on w dużym stopniu uzupełniany elementami modelu brytyjskiego, opartego na samopomocy członków (słuchacze mogą być jednocześnie uczniami i nauczycielami) (Ziębińska, 2007). Niestety, jak dotąd UTW powstają głównie w miastach, a na obszarach wiejskich funkcjonuje tylko 11% spośród wszystkich tego typu placówek (*Zoom na UTW*, 2012). W ujęciu regionalnym, najwięcej oddziałów znajduje się w województwach: mazowieckim, śląskim, dolnośląskim i wielkopolskim, najmniej w świętokrzyskim, podlaskim i podkarpackim. Zasadniczym celem działalności polskich UTW jest stymulowanie aktywności intelektualnej słuchaczy w wieku starszym, poprzez podstawowe formy zajęć, takie jak: wykłady audytorskie bądź modułowe, zajęcia seminaryjne, zajęcia warsztatowe, lektoraty, zajęcia z kultury fizycznej oraz zajęcia o charakterze okazjonalnym, takie jak turystyka (wycieczki, wyjścia do placówek kulturalnych), rekreacja ruchowa czy zajęcia inspirujące do działań na rzecz środowiska lokalnego. Bardzo często programy i treści zajęć uwzględniają specyfikę terytorialną i zainteresowania słuchaczy (Hasińska, Tracz, 2013).

Aktywność turystyczna słuchaczy UTW w świetle wyników badań własnych

W grupie dwustu osób uczestniczących w badaniach znaczącą większość stanowiły kobiety (75%), dominującą grupą były osoby w wieku do 65 lat (41%), wśród respondentów było także 14 osób w wieku powyżej 80 lat. Prawie połowa respondentów posiadała wyższe wykształcenie. Mniej więcej połowa badanych osób pozostawała w związkach małżeńskich, prowadząc dwuosobowe gospodarstwa domowe. W badanej grupie tylko 16 osób (8%) było aktywnych zawodowo. Pod względem wielkości miesięcznych dochodów na osobę w gospodarstwie domowym, ponad 2/3 ankietowanych deklaroowało dochody mieszczące się w przedziale 1001–2500 zł. Mieszkańcy Poznania stanowili 30% badanej grupy.

Wśród wartości życiowych, rozumianych jako wszelkie aspekty egzystencji ważne w ludzkim życiu, słuchacze UTW oceniali turystykę relatywnie wysoko – dla ponad połowy respondentów stanowi ona bardzo ważny lub ważny aspekt życia (rys. 1).

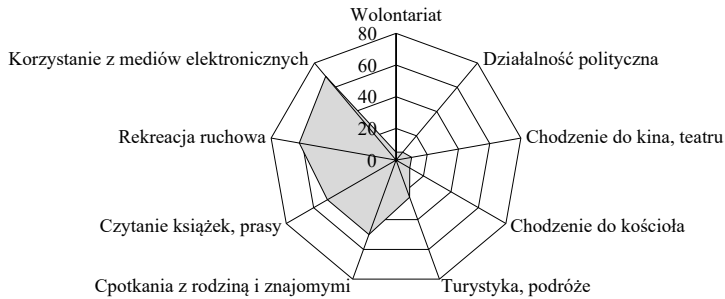


Rysunek 1. Ocena ważności wybranych aspektów życia (%)

Źródło: badania własne.

Słuchacze uczestniczący w badaniu najczęściej spędzają czas wolny korzystając z mediów elektronicznych (oglądanie telewizji, słuchanie radia, słuchanie muzyki, oglądanie filmów wideo, internet) (rys. 2). Popularną formą wypoczynku jest także rekreacja ruchowa (np. spacer, piesze wycieczki czy uprawa ogródka działkowego), czytelnictwo oraz spotkania towarzyskie. Z kolei najrzadziej wybieranymi formami spędzania czasu wolnego są: działalność społeczna, wolontarystyczna i polityczna.

Turystyka, podróże – jako najczęściej praktykowane formy spędzania czasu – zadeklarowane zostały przez 1/4 respondentów. Podejmowanie podróży w celach turystycznych (z minimum 1 noclegiem) deklaruje ponad 2/3 badanych, przy czym ponad 70% z nich wyjeżdża na ogół kilka razy w roku, 18% raz w roku, a 3% nawet kilka razy w miesiącu.

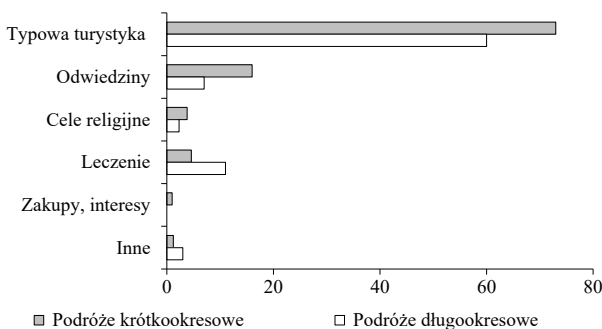


* Respondenci mogli wskazać trzy najczęściej podejmowane aktywności czasu wolnego.

Rysunek 2. Najczęściej podejmowane przez respondentów sposoby spędzania czasu wolnego (%)

Źródło: badania własne.

Analiza uzyskanych odpowiedzi wykazała statystycznie istotną zależność pomiędzy wykształceniem respondentów a udziałem w turystyce ($p = 0,2027$), pomiędzy liczbą osób w gospodarstwie domowym a udziałem w turystyce ($p = 0,1008$) oraz pomiędzy dochodami a udziałem w turystyce ($p = 0,0424$). Głównymi przyczynami braku aktywności turystycznej pozostałej 1/3 respondentów są: brak pieniędzy (33%), brak ochoty na wyjazd (30%), powody zdrowotne (12%) oraz brak towarzysza wyjazdu (9%). Najważniejszym motywem podejmowania podróży krótkookresowych (do 4 dni) i długookresowych (5 dni i więcej) jest typowa turystyka (wypoczynek, zwiedzanie) (rys. 3). Drugim w kolejności motywem, w przypadku podróży krótkookresowych, są odwiedziny, a w przypadku podróży długookresowych – leczenie. Cele religijne oraz handlowe i biznesowe wyjazdów deklaruje zaledwie kilka procent respondentów.



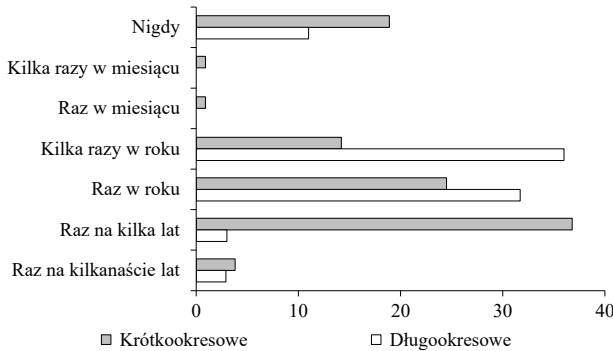
Rysunek 3. Motywy podróży turystycznych (%)

Źródło: badania własne.

Większość respondentów (60%) organizuje wyjazdy samodzielnie, a 1/4 badanych osób korzysta w tym zakresie z usług biur podróży. W przypadku krajowych długookresowych, z usług

organizatorów turystyki korzysta 1/3 respondentów. Podejmując podróże w celach turystycznych, respondenci kierują się przede wszystkim wskazówkami udzielanymi przez rodzinę i znajomych (45%), 1/3 badanych osób poszukuje informacji w internecie, a 1/4 korzysta w tym zakresie z usług biur podróży.

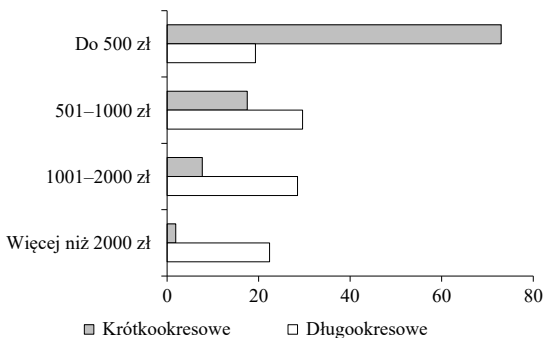
Relatywnie duża grupa słuchaczy UTW podróżuje za granicę i to nawet kilka razy w roku, są to zarówno wyjazdy krótkookresowe, jak i długookresowe (rys. 4). Ich celem jest zarówno typowa turystyka, jak i odwiedziny u krewnych i przyjaciół.



Rysunek 4. Wyjazdy zagraniczne respondentów (%)

Źródło: badania własne.

Wydatki respondentów na podróże krótkookresowe są na ogół niższe niż 500 zł na jeden wyjazd (rys. 5). Na podróże długookresowe ponad połowa respondentów wydaje więcej niż 1000 zł na jeden wyjazd.



Rysunek 5. Wydatki respondentów na wyjazdy turystyczne (%)

Źródło: badania własne.

Większość osób uczestniczących w badaniu wyraża opinię, że ich własna sytuacja materialna ma znaczący lub umiarkowany wpływ na możliwości uprawiania turystyki. Respondenci wyrażają opinię, że w sytuacji, gdyby turystyka seniorska była wspierana finansowo, częściej podejmowałyby wyjazdy w celach turystycznych. Nieco ponad połowa osób jest przekonana, że w związku z takim wsparciem z całą pewnością zwiększyłyby swoją aktywność turystyczną, a ponad 20%, że prawdopodobnie tak by się stało.

Podsumowanie

Badania naukowe potwierdzają, że osoby w wieku emerytalnym mogą i coraz częściej pragną być aktywne i twórcze, zwłaszcza jeśli zapewni się im troskliwą i profesjonalną opiekę rodziny, przedstawicieli ochrony zdrowia, a także różnego rodzaju instytucji (Wróblewska, Błaszczuk, 2012). Instytucjami, które w szczególności wpisują się w ten nurt, są Uniwersytety Trzeciego Wieku. Wykorzystując wyniki przeprowadzonych badań, jak również źródła wtórne, w tym: dane statystyki publicznej GUS, badania opinii społecznej (CBOS), badania jakości życia Polaków (Czapiński, Panek, 2015), badania realizowane na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki oraz badania innych autorów prowadzone wśród słuchaczy Uniwersytetów Trzeciego Wieku można sformułować wniosek, że w stylu życia tej społeczności turystyka odgrywa znacząco większą rolę, aniżeli w analogicznej pod względem wieku populacji generalnej. Słuchacze UTW uczestniczący w badaniu relatywnie wysoko cenią sobie takie wartości, jak sport i rekreacja, turystyka, kontakty towarzyskie, kultura tzw. wysoka (opera, teatr) czy zaangażowanie społeczne. Należy jednak zauważyć, że porównywanie uzyskanych w tym zakresie informacji z danymi dla całej populacji seniorów jest utrudnione, albowiem zazwyczaj autorzy badań koncentrują się na ustaleniu wagi takich wartości, jak zdrowie, rodzina, religia, pieniądze, miłość, dzieci, patriotyzm czy szacunek otoczenia (zob. m.in. badania *Diagnoza społeczna*; CBOS, 2014; GUS, 2015), a rzadko poddają pod ocenę znaczenie podróży i turystyki, ruchu, sportu i rekreacji czy kultury i rozrywki w życiu seniora. Nielicznych informacji w tym zakresie dostarczają badania CBOS z 2004 roku wskazujące, że podróże, poznawanie kraju i świata są ważne tylko dla 7% osób w wieku emerytalnym, kontakt ze sztuką i muzyką dla 5%, a barwne i pełne rozrywek życie tylko dla 3% tej populacji. Według autorów *Diagnozy społecznej* (Czapiński, Panek, 2015), populacja 60+ przypisuje niewielkie znaczenie takim wartościom, jak: przyjaciele (jedynie 2% osób uważa przyjaciół za istotną wartość życiową), wykształcenie (2,2%) czy wolność i swoboda (2%). Wyniki tych badań mogą w jakimś stopniu odzwierciedlać wagę, jaką seniorzy przywiązują do kontaktów towarzyskich, rekreacji, podróży czy samorealizacji.

Preferowane przez respondentów formy spędzania czasu wolnego można uznać za typowe dla całej populacji seniorskiej, o czym świadczą między innymi badania GUS (2014, 2015), badania oglądalności telewizji (Kurdupski, 2015) czy badania opinii społecznej (CBOS, 2012; Nawrot, 2013). Dowodzą one, że większość osób w wieku 60+ najczęściej spędza czas wolny oglądając telewizję (w zależności od autorów i metodologii badań będzie to nawet ponad 90% populacji seniorskiej), słuchając radia, muzyki (60–70%) czy czytając prasę (40–50%). Przeprowadzone badania wskazują jednak, że słuchacze UTW wykazują mniejsze zainteresowanie oglądaniem telewizji

w czasie wolnym aniżeli ich rówieśnicy. W badanej grupie jedynie 36% respondentów wskazało telewizję jako jedną z najczęściej wybieranych form spędzania czasu, podczas gdy w skali kraju oglądanie telewizji jest najczęstszym wyborem około 80% starszych osób. Podobne spostrzeżenia formułują także autorzy badań zrealizowanych wśród słuchaczy innych UTW w Polsce (zob. Skawina, Błaszczuk, 2010, Motylewski i in., 2011 czy Rutkowska, Prośniewska, 2013).

Słuchaczy UTW charakteryzuje wyższy niż przeciętny dla tej grupy wiekowej poziom aktywności turystycznej i rekreacyjnej (częściej podejmują wyjazdy turystyczne, w tym zagraniczne, cechuje ich także ogólnie wyższy poziom aktywności fizycznej i kulturalnej), co jest związane z wyższym poziomem wykształcenia tej społeczności, wyższymi dochodami oraz z prowadzonym we wcześniejszym okresie aktywnym stylem życia. W tym zakresie, badana grupa wyróżnia się na tle ogółu populacji seniorskiej, gdzie odsetek osób deklarujących bardzo częste podejmowanie aktywności turystycznej wynosi na ogół kilka procent (wg badań CBOS z 2012 zaledwie 2%). Cykliczne badania GUS na temat „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” (realizowane co 3–4 lata) wskazują, że imprezy objazdowe, odwiedzanie muzeów, wystaw, zabytków i zwiedzanie są ulubionym sposobem spędzania czasu wolnego znikomej grupy starszych osób (w roku 2013 było to zaledwie 1,1% populacji seniorskiej). Wyniki badań prowadzonych przez Instytut Turystyki w Warszawie w latach 2007–2012 (Łaciak, 2013a) wskazują, że w populacji 60+ odsetek osób podejmujących wyjazdy krajowe krótkookresowe wynosił we wspomnianym okresie przeciętnie ok. 13%, a wyjazdy długookresowe przeciętnie ok. 18%. Z kolei badania turystyki zagranicznej Polaków wskazują, że rocznie za granicę wyjeżdża na ogół mniej niż 10% seniorów (Łaciak, 2013a; GUS, 2013).

Najważniejszą przyczyną braku aktywności turystycznej, zarówno w badanej grupie słuchaczy UTW, jak i w całej populacji seniorskiej jest brak pieniędzy. Liczne badania wskazują, że niewystarczające środki finansowe są podstawową przeszkodą w podejmowaniu podróży turystycznych dla ok. 1/3 populacji 60+ (Grzelak-Kostulska, Hołowiecka, Kwiatkowski, 2011; Graja-Zwolińska, Spychała, 2012; Łaciak, 2013a). Dlatego też wielu słuchaczy UTW wyraziło pogląd, że finansowe wsparcie turystyki seniorskiej z pewnością wpłynęłoby na zwiększenie ich aktywności turystycznej. Wyniki badań zrealizowanych przez Korporację Badawczą Pretendent (2011) również wskazują, że wsparcie finansowe skłoniłoby osoby nieaktywne turystycznie do podjęcia wyjazdu zagranicznego.

Słuchacze UTW wyróżniają się na tle ogółu swoich rówieśników deklarowanym głównym motywem wyjazdu. Większość respondentów, zarówno w przypadku podróży krótkookresowych, jak i długookresowych, wyjeżdża w celach typowo turystycznych (tj. wypoczynek, zwiedzanie), podczas gdy w ogólnej populacji seniorów są to odwiedziny u krewnych i znajomych (Łaciak, 2012a). Co ciekawe, podobne wyniki badań uzyskano na wielkopolskim rynku „srebrnych głów” (Graja-Zwolińska, Spychała, 2012). Wskazują one, że najlicniejsza grupa ankietowanych Wielkopolan deklarowała krajoznawcze motywy wyjazdów, natomiast w przypadku podróży długookresowych na kolejnej pozycji znalazły się motywy zdrowotne, a następnie odwiedziny.

Wielkość wydatków ponoszonych przez ankietowanych na podróże w celach turystycznych jest porównywalna z przeciętnymi wydatkami ogółu Polaków (zob. m.in. Łaciak, 2012;

Janczak, Patelak, 2014), szacowanymi na kwotę ok. 1000 zł na wyjazd krajowy długookresowy i na ok. 500 zł na wyjazd krajowy krótkookresowy. W tym miejscu warto zwrócić uwagę na kwestię zróżnicowanej metodologii badań wydatków na wyjazdy turystyczne oraz sposobu prezentowania wyników (np. zróżnicowana metodologia badań GUS i badań realizowanych na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki czy różne sposoby agregacji danych). W literaturze przedmiotu brak jest zgodności co do dolnej granicy wieku seniorskiego (55, 60 albo 65 lat). Stanowi to istotne ograniczenie dla prowadzenia badań czy porównywania wyników i formułowania wniosków, stąd też konieczne jest podjęcie działań na rzecz wypracowania standardów w tym zakresie (Głąbiński, 2015).

Respondenci z UTW chętniej aniżeli ich rówieśnicy korzystają z usług biur podróży w zakresie organizacji podróży, zarówno krótkookresowych, jak i długookresowych. Wyniki badań GUS wskazują, że niewiele osób w starszym wieku korzysta z usług biur podróży, zwłaszcza w związku z wyjazdami krajowymi (GUS, 2014). Danych na temat korzystania przez seniorów z oferty biur podróży w związku z podróżami za granicę dostarczają wyniki badań J. Łaciaka (2013b). Dowodzą one, iż w 2012 roku z usług biur podróży skorzystało ogółem 12% osób w wieku 60+.

Obserwowany w badanej grupie relatywnie niski poziom zaangażowania w działalność wolontarystyczną jest charakterystyczny dla całej populacji seniorskiej. Wg badań CBOS (2012) 98% seniorów nie angażuje się w ogóle w wolontariat, a 2% jedynie sporadycznie, co więcej, nie odnotowano w ogóle osób angażujących się w tę działalność regularnie. W populacji Polaków powyżej 15 roku życia odsetek wolontariuszy szacowany jest na ok. 18% (Adamiak, 2014). Warto jednak zwrócić uwagę na fakt, że słuchaczom UTW uczestniczącym w badaniu zadano pytanie o trzy najczęściej praktykowane aktywności czasu wolnego. Uzyskane odpowiedzi wskazują, że dla 5% respondentów wolontariat jest właśnie taką aktywnością. Pytania zawarte w ankiecie nie pozwoliły natomiast na pozyskanie informacji o liczbie osób angażujących się w tę działalność rzadziej czy w ogóle. W tym miejscu warto podkreślić, że problematyka wolontariatu seniorów wymaga dalszych, pogłębionych badań, służących rozpoznaniu przyczyn znacznie niższego, aniżeli w wielu innych krajach UE, zaangażowania seniorów.

Cechy charakteryzujące zachowania turystyczne badanej grupy osób uzasadniają stwierdzenie, że mogą one być przykładem pomyślnego starzenia, zgodnie z podkreślanymi w literaturze przedmiotu uwarunkowaniami. Konieczne jest jednak prowadzenie dalszych, pogłębionych analiz, służących rozpoznaniu możliwości aktywizowania osób starszych, uwzględniającego preferencje, oczekiwania, a także specyficzne cechy tego segmentu rynku (Śniadek, Majchrzak, 2008).

W chwili obecnej, najważniejszym wyzwaniem dla UTW jest dotarcie do szerokich kręgów seniorów, zwłaszcza do mężczyzn, którzy w strukturze słuchaczy stanowią zdecydowanie mniejszy odsetek, jak również do społeczności wiejskich, a także wdrażanie innowacyjnych metod kształcenia (np. systemów kształcenia na odległość, vlogów, podcastów) oraz zarządzania placówkami UTW (np. ich usieciowienie, fundraising czy e-wolontariat słuchaczy).

Literatura

Adamiak, P. (2014). *Zaangażowanie społeczne Polek i Polaków. Wolontariat, filantropia i 1%. Wizerunek organizacji pozarządowych*. Warszawa: Stowarzyszenie Klon/Jawor.

- Awdziej, M. (2014). Granice rynku „starszych konsumentów” w Europie – wiek chronologiczny a wiek kognitywny nabywców. *Handel Wewnętrzny*, 1 (354), 17–25.
- Bombol, M., Słaby, T. (2011). *Konsument 55+ wyzwaniem dla rynku*. Warszawa: SGH.
- Bondos, I. (2013). Dlaczego seniorzy stanowią wyzwanie dla marketingu? *Marketing i Rynek*, 3, 31–36.
- Borczyk, W. (2009). Edukacja osób starszych. Rola i znaczenie Uniwersytetów Trzeciego Wieku. *Małopolskie Studia Regionalne*, 2 (17), 31–37.
- Byłok, F. (2011). Strategie zachowań konsumpcyjnych seniorów na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych. *Problemy Zarządzania*, 11, 1 (40), 124–142.
- Byłok, F. (2013). Zachowania konsumpcyjne seniorów na rynku dóbr i usług. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica*, 291, 139–151.
- Carretero, S., Ferri, M., Garcés, J. (2013). Accessible social tourism as a social policy strategy for healthy ageing: the relationship between tourism and functional health in older adults. W: L. Minnaert, R. Maitland, G. Miller (red.), *Social tourism. Perspectives and Potential*, s. 89–102. Abingdon: Routledge.
- CBOS (2004). *Wartości życiowe. Komunikat z badań*, BS 98/2004. Warszawa. Pobrano z: <http://www.cbos.pl> (10.09.2015).
- CBOS (2010). *Co jest ważne, co można a czego nie wolno – normy i wartości w życiu Polaków. Komunikat z badań*. BS 99/2010. Warszawa. Pobrano z: <http://www.cbos.pl> (10.09.2015).
- CBOS (2012). *Sposoby spędzania czasu na emeryturze. Komunikat z badań*. BS 106/2012. Warszawa. Pobrano z: <http://www.cbos.pl> (10.09.2015).
- CBOS (2014). *Co stanowi o udanym życiu? Komunikat z badań*. 167/2014. Warszawa. Pobrano z: <http://www.cbos.pl> (10.09.2015).
- Czapiński, J., Panek, T. (red.) (2015). *Diagnoza społeczna. Wartości i jakość życia Polaków*. Raport. Warszawa: Rada Monitoringu Społecznego.
- Gibson, H.J., Singelton, J.F. (red.) (2012). *Leisure and Aging. Theory and Practice*. Champaign: Human Kinetics.
- Głabiński, Z. (2015). The application of social survey methods in analysing the tourist activity of seniors. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 27, 51–65.
- González, A.M. i in. (2009). Cognitive age as a criterion explaining senior tourists’ motivations. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3 (2), 148–164.
- Grzelak-Kostulska, E., Hołowiecka, B., Kwiatkowski, G. (2011). Problem aktywności turystycznej seniorów. W: A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju polityki społecznej w Polsce*, s. 265–280. Łódź: Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa.
- GUS (2014). *Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych*. Warszawa: Informacje i Opracowania Statystyczne.
- GUS (2015). *Wartości i zaufanie społeczne w Polsce w 2015 roku*. Notatka informacyjna. Warszawa.
- Hasińska, E., Tracz, E. (2012). Rola uniwersytetów trzeciego wieku w aktywnym starzeniu się. *Nauki Społeczne – Social Science*, 1 (7), 91–102.
- Janczak, K., Patelak, K. (2014). *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2013 roku*. Łódź: Activ Group.
- Kozdroń, E. (2006). *Zorganizowana rekreacja ruchowa kobiet w starszym wieku w środowisku miejskim. Propozycja programu i analiza efektów prozdrowotnych*. Warszawa: AWF.
- Klimczuk, A. (2012). *Kapitał społeczny ludzi starych, na przykładzie miasta Białystok*. Lublin: Wiedza i Edukacja.
- Kurdupski M. (2015). *Coraz dłużej oglądamy telewizję. Najwięcej czasu przed szklanym ekranem spędzają seniorzy (raport)*. Pobrano z: <http://www.wirtualnemedial.pl> (10.09.2015).
- Łaciak J. (2013a). *Aktywność turystyczna mieszkańców Polski w wyjazdach turystycznych w 2012 roku*. Warszawa: Instytut Turystyki.
- Łaciak J. (2013b). Zagraniczne podróże Polaków organizowane przez biura podróży. *Problemy Turystyki i Rekreacji*, 4, 30–45.
- Nawrot, A. (2013). *Jesień życia to czas na żniwa. Diagnoza partycypacyjna potrzeb osób starszych i prezentacja modelowych rozwiązań*. Ruda Śląska: Proethica.
- Nimrod, G., Shrira, A. (2016). The Paradox in Leisure in Later Life. *Journals of Gerontology, series B. Psychological Sciences and Social Sciences*, 71 (1), 106–111.

- Motylewski, S. i in. (2011). Aktywność fizyczna studentek Uniwersytetu Trzeciego Wieku przy Uniwersytecie Medycznym w Łodzi. *Kwartalnik Ortopedyczny*, 1, 37–43.
- Preferencje osób starszych dotyczące wyjazdów turystycznych* (2011). Wrocław: Korporacja Badawcza Pretendent. Pobrano z: <https://www.pretendent.eu> (12.04.2015).
- Rutkowska, V., Prośniewska, S. (2013). *Raport z badań socjologicznych – wyniki badań ilościowych. Strategia rozwoju miasta Kutno na lata 2014–2020*. Kutno: Urząd Miasta Kutno. Pobrano z: <http://www.um.kutno.pl> (12.04.2015).
- Skawina, I., Błaszczuk, J. (2010). Zachowania zdrowotne seniorów wrocławskiego Uniwersytetu Trzeciego Wieku. W: A. Kobylarek, E. Kozak (red.), *Starość u progu XXI wieku. Uniwersytety Trzeciego Wieku wobec problemów starzejącego się społeczeństwa*, s. 125–132. Wrocław: Uniwersytet Wrocławski.
- Śniadek, J. (2006). Age of seniors – a challenge for tourism and leisure industry. *Studies of Physical Culture and Tourism*, 13, 103–106.
- Śniadek, J., Majchrzak, K. (2008). Senior market – a new challenge for marketers. *Service Management*, 3 (499).
- Śniadek, J. (2007). Konsumpcja turystyczna polskich seniorów na tle globalnych tendencji w turystyce. *Gerontologia Polska*, 15 (1–2), 21–30.
- Wellner, K. (2015). *User Innovators in the Silver Market. An Empirical Study among Camping Tourists*. Wiesbaden: Springer.
- Wróblewska, I., Błaszczuk, J. (2012). Uniwersytet Trzeciego Wieku jako instytucja aktywizująca osoby starsze – badania własne. *Nowiny Lekarskie*, 81 (1), 31–35.
- Ziębińska, B. (2007). *Uniwersytety Trzeciego Wieku jako instytucje przeciwdziałające marginalizacji osób starszych*. Katowice: Uniwersytet Śląski.
- Zoom na UTW* (2012). Raport z badania. Pobrano z: <http://zoomnautw.pl> (10.09.2015).

TOURIST ACTIVITY OF UNIVERSITY OF THE THIRD AGE'S STUDENTS ON THE EXAMPLE OF SELECTED INSTITUTIONS IN WIELKOPOLSKA (GREATER POLAND)

KEYWORDS | seniors, population 60+, tourist activity, University of the Third Age

ABSTRACT | The Polish, with an average age of 39, are still one of the youngest societies in Europe. However, the fast aging processes of the population, in 2050 will result in a situation where every fifth citizen of the country will be in the senior age group. The retirement period may last for decades, mostly due to the advancements in living conditions, medical progress as well as societal hygiene awareness. Therefore it has become vital to effectively promote healthy and active ageing, since long life in good health means better quality of life, bigger independence and longer retention of mobility. An important role in this process may be played by Universities of the Third Age, which promote every aspect of an active lifestyle – both physical and intellectual (geragogics). The aim of this paper is to assess the tourist activity of the University of the Third Age's students. The research was conducted in five UTA facilities in the voivodeship of Greater Poland (Poznań, Leszno, Kalisz, Konin, Śrem). The authors noted that students of UTA display greater than average tourist activity. This could have been caused by the activation initiatives of UTA but the reason may also lay with prior (before retirement) highly developed social and active lifestyle. It is by following the example of such persons, that other seniors might join the UTA movement.

Translated by Adrianna Śniadek