

VI Forum POT-ROT-LOT
Kraków
29-30. 10. 2018 r.

Praktyczne działania na rzecz wspierania i rozwoju aktywności turystycznej seniorów



Prof. WSB dr hab.
Jacek Borzyszkowski
Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku





Plan wystąpienia

1. Senior - ważny segment społeczeństwa
2. Senior na rynku turystycznym
3. Polityka turystyczna na rzecz seniorów
4. Propozycje rozwiązań w Polsce

1. Senior - ważny
segment
społeczeństwa



Senior - ważny segment społeczeństwa

1

ŚWIAT

Liczba osób w wieku
60+ na świecie

1980 r.

378 mln

2010 r.

759 mln

2050 r.

2 mld

2000 – 10% populacji
2050 – 21%

*Current Status Of The Social Situation, Wellbeing, Participation In Development And Rights Of Older Persons Worldwide,
Department of Economic and Social Affairs, New York: United Nations, 2011*

Global megatrends ...and their impact on the Middle East's travel and tourism industry, PwC, 2017.

1

Senior - ważny segment społeczeństwa **EUROPA**

Odsetek Europejczyków
w wieku **65+**

2012 r.

17,4%

2020 r.

28,0%

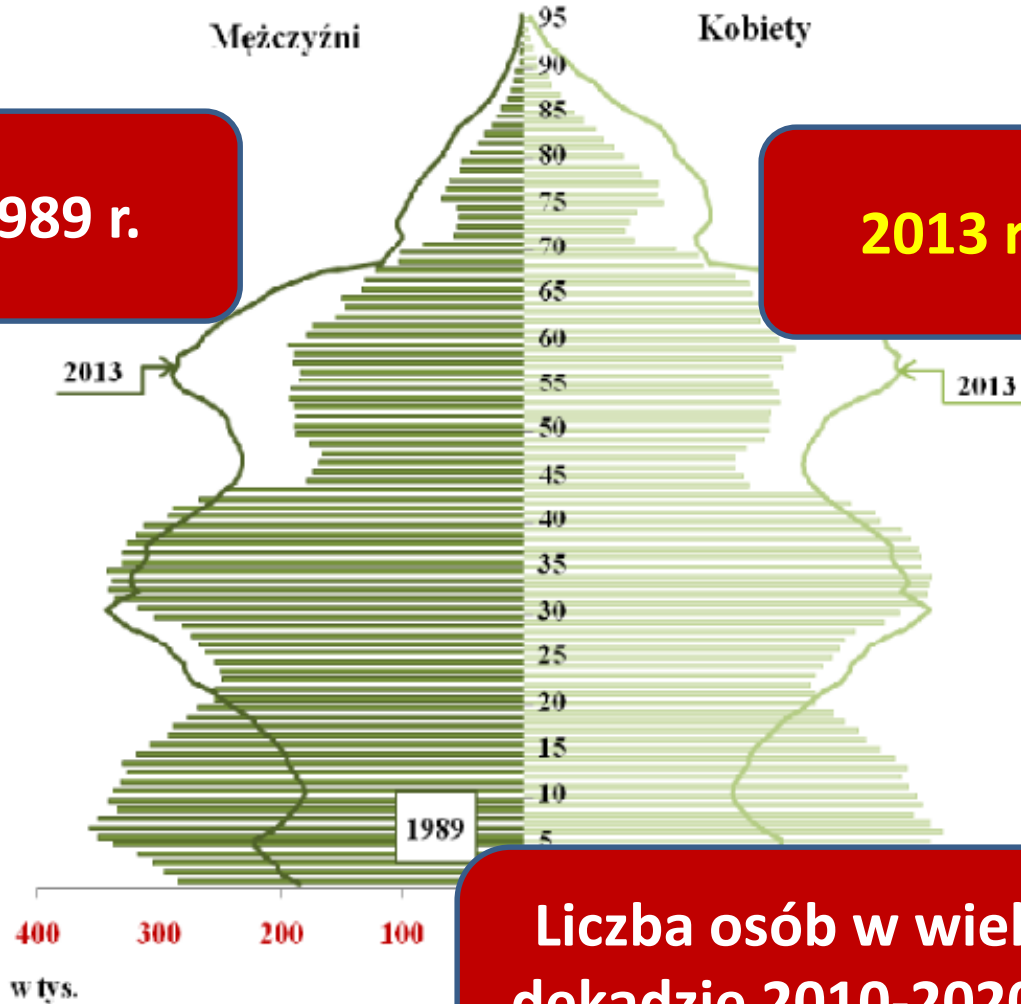
Zmiana
+10,6 p.p.

Senior - ważny segment społeczeństwa **POLSKA**

1

1989 r.

2013 r.



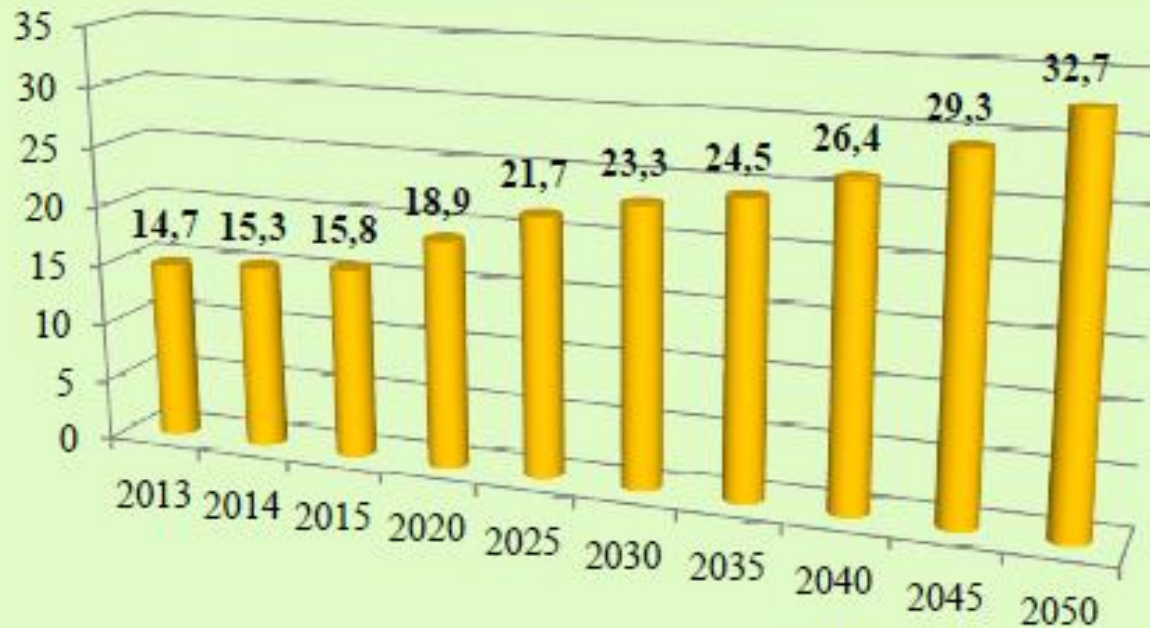
Liczba osób w wieku poprodukcyjnym w dekadzie 2010-2020 zwiększa się o prawie 200 tys. osób rocznie

Dane GUS

1

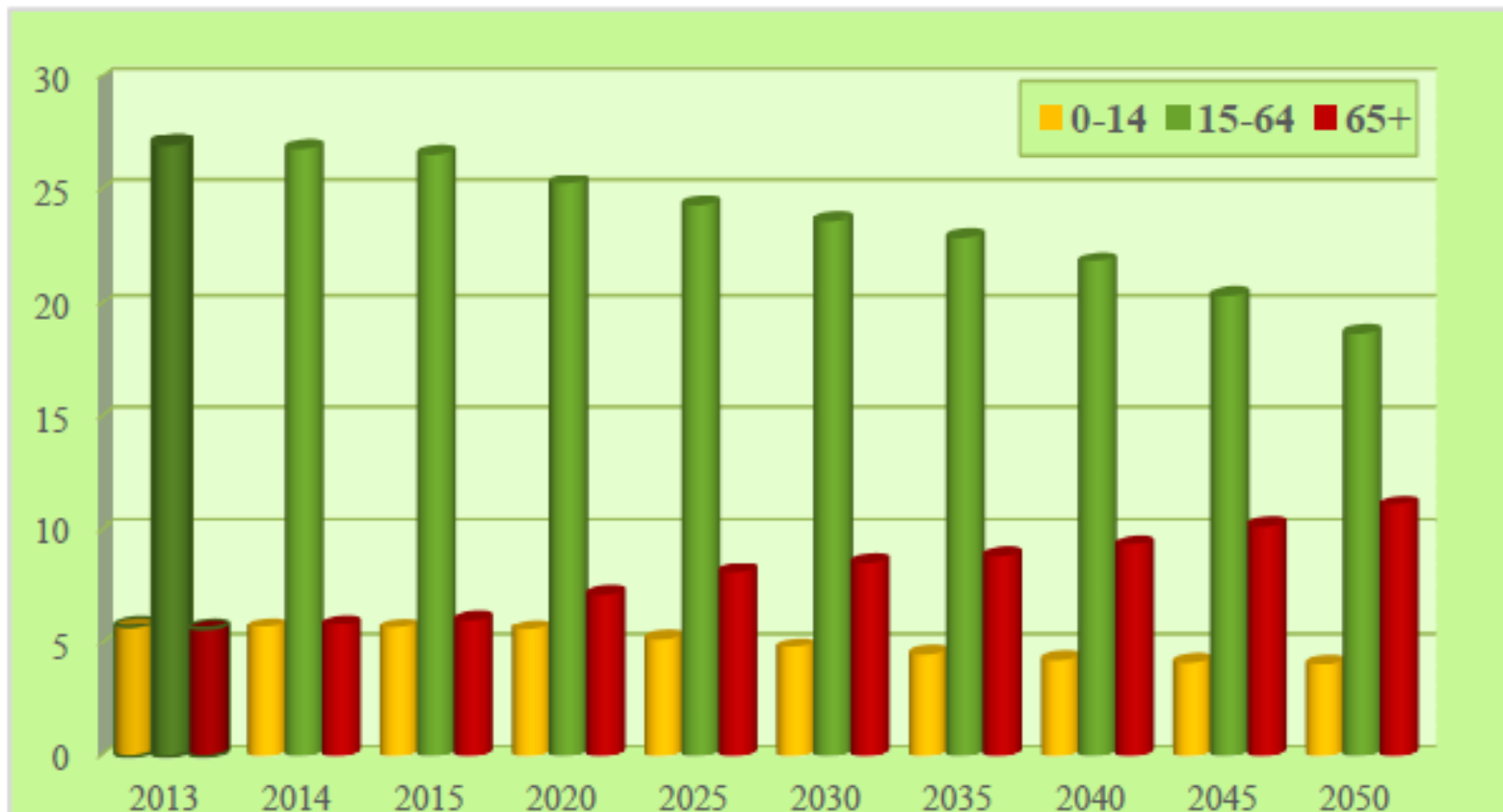
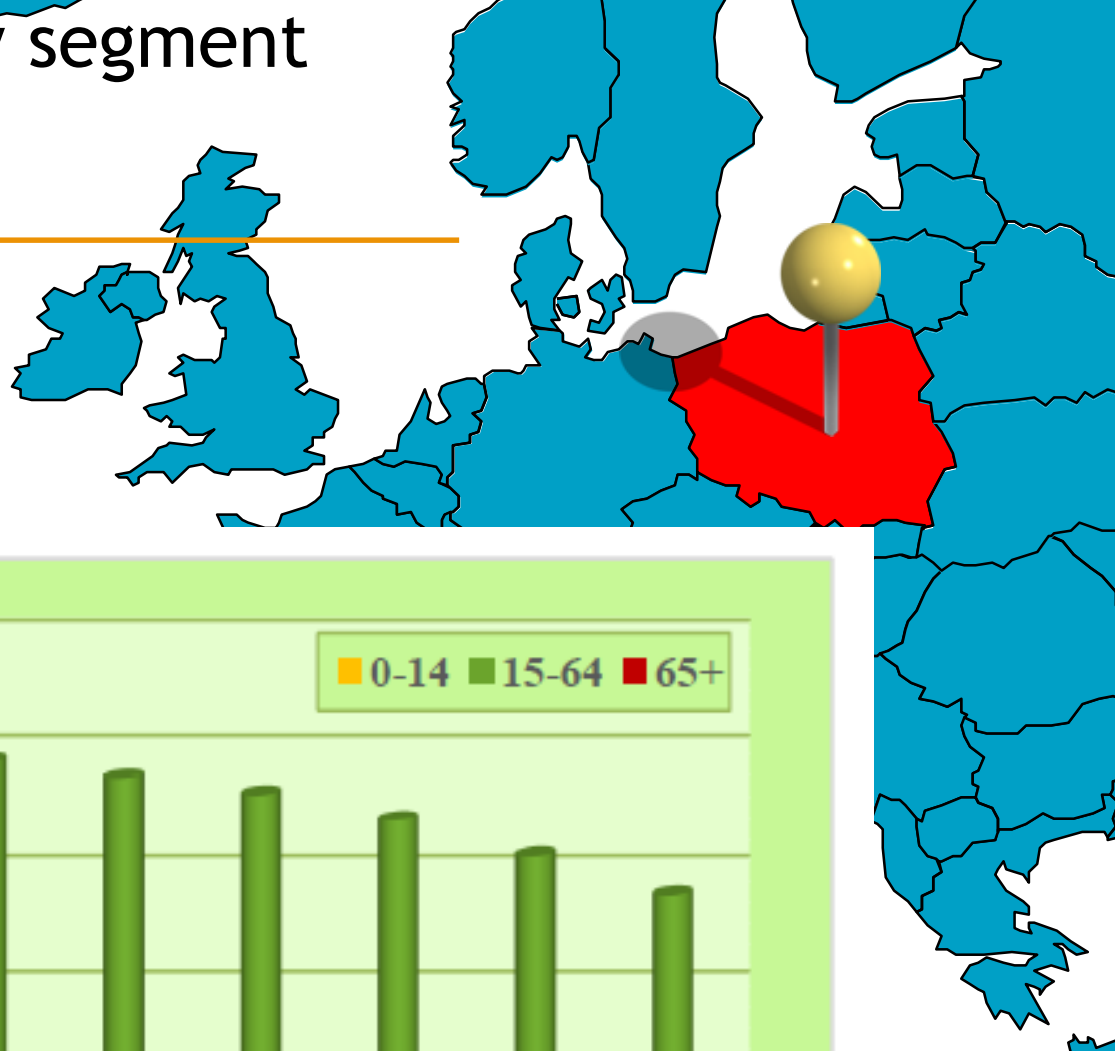
Senior - ważny segment społeczeństwa **POLSKA**

Udział ludności w
wieku 65+ (w %)



1

Senior - ważny segment społeczeństwa **POLSKA**



1

Senior - ważny segment społeczeństwa

Coraz więcej seniorów

Coraz dłużej żyją

Poprawa stanu zdrowia

Większe zainteresowanie podróżowaniem

Konsekwencje dla turystyki???

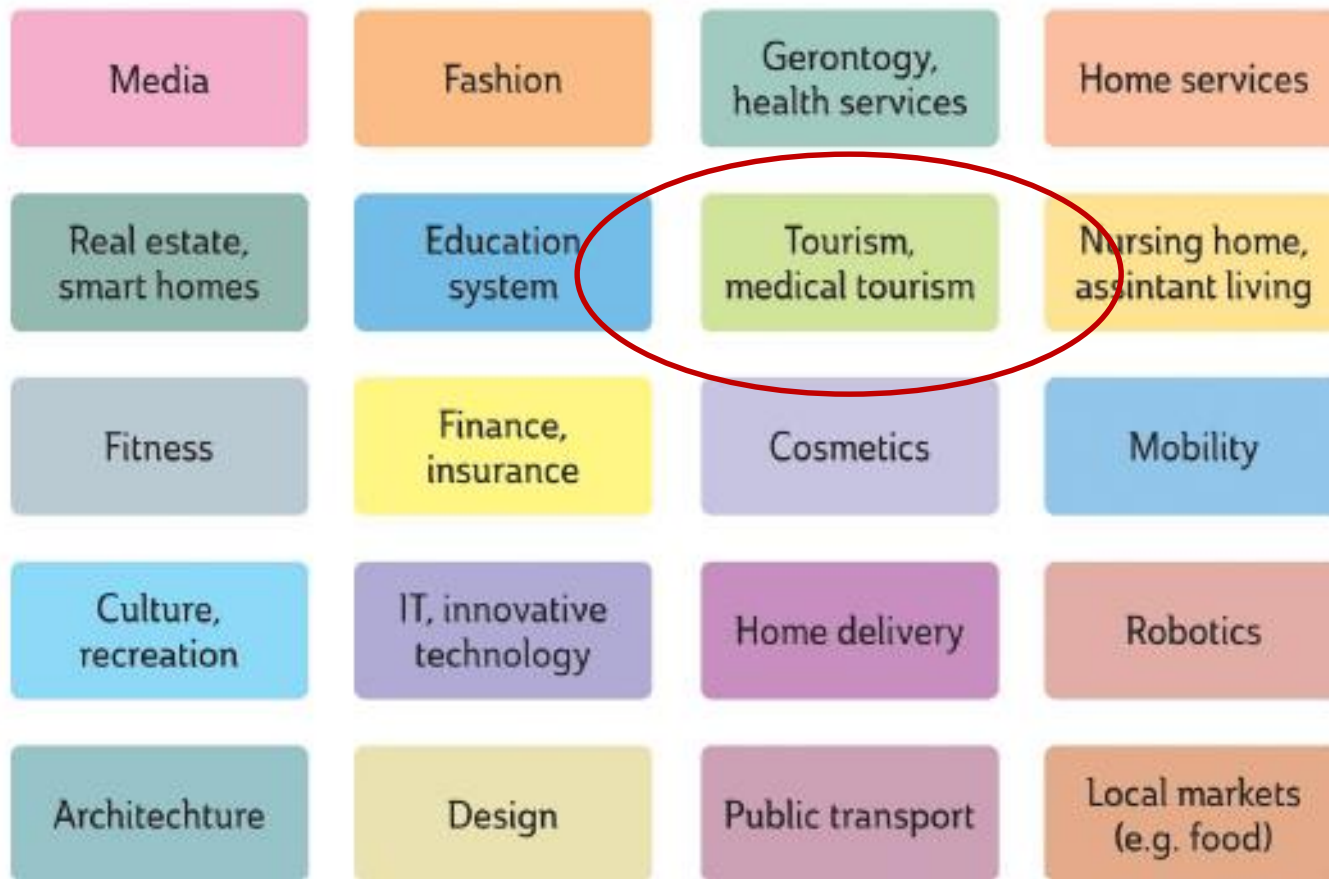
2. Senior na rynku turystycznym



2

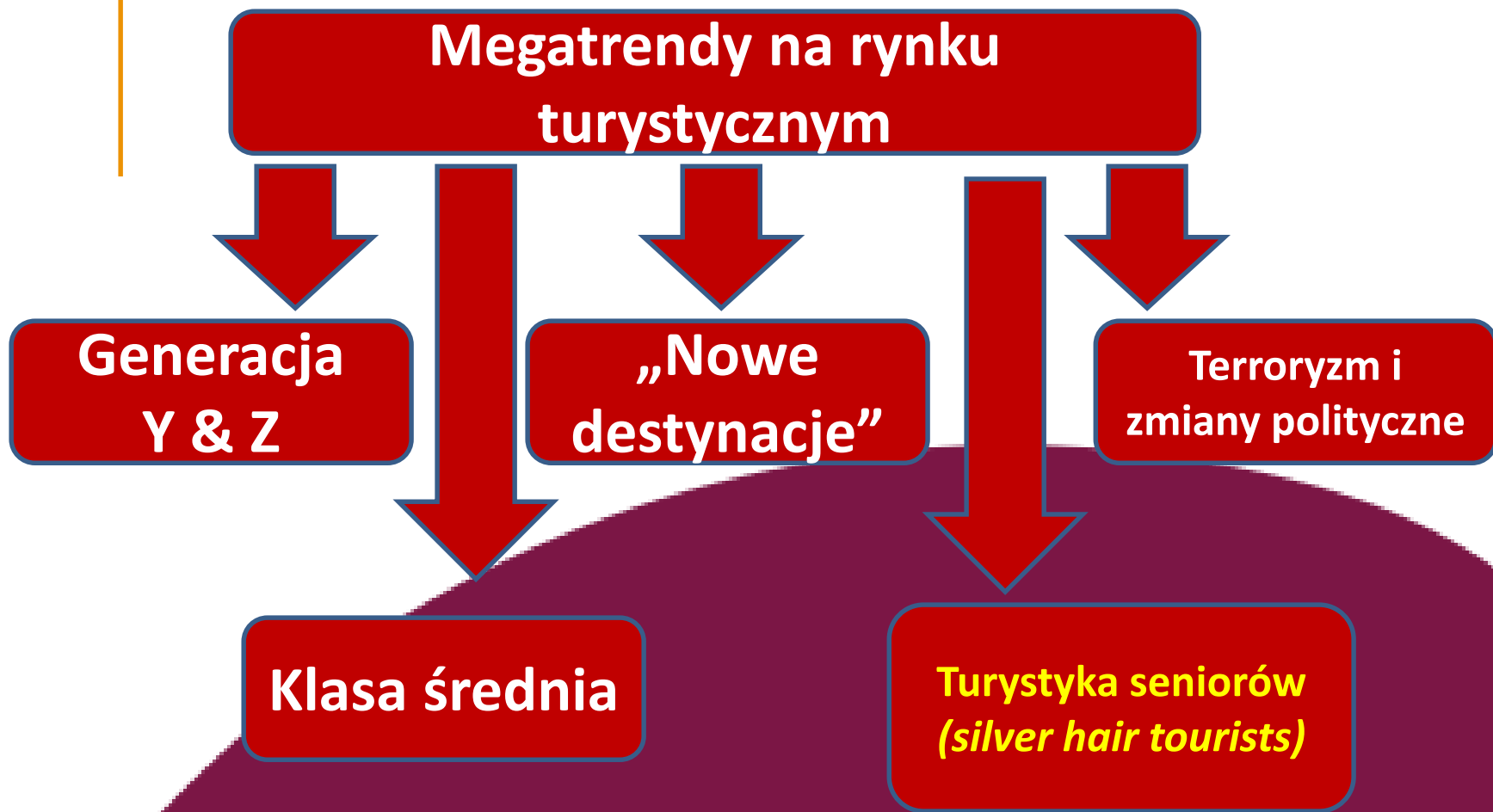
Senior na rynku turystycznym

Economic segments of the silver economy



2

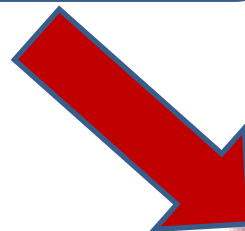
Senior na rynku turystycznym



2

Senior na rynku turystycznym

25% seniorów to: „aktywni i młodzi seniorzy”
(A. van der Steina)



Uwielbiają spędzać czas w sposób aktywny, są zainteresowani kulturą i lubią odkrywać nowe rzeczy



2

Senior na rynku turystycznym

Europejczycy, udział najstarszej grupy wiekowej, 2008 r.



17% ogółu turystów

2

Senior na rynku turystycznym **POLSKA**

Segment 65+
2016 r.:
2,42 mln
podróży turystycznych,
tj. **13,1%** ogółu

2015 r.:
2,23 mln
(12,8%)

2014 r.:
2,12 mln
(12,3%)

2

Senior na rynku turystycznym

Oferty zdrowotne i wellness

Turystyka morska

Wycieczki kulturowe;
wędrowki

Wycieczki objazdowe

Pobyty w miastach

3. Polityka turystyczna na rzecz seniorów



3

Polityka turystyczna na rzecz seniorów

The EU Senior Initiative

Zwiększenie popytu turystycznego na terenie Unii Europejskiej i poza jej granicami

Dywersyfikacja oferty turystycznej

Promocja skierowana do seniorów

Finansowanie inicjatyw

3

Polityka turystyczna na rzecz seniorów

The eCalypso Platform and SENTour Project

Pomoc w organizowaniu wyjazdów turystycznych poza sezonem

Zwiększenie współpracy i wymiany turystów pomiędzy regionami i krajami UE

Promowanie mniej znanych destynacji

Zwiększenie zatrudnienia w turystyce



SENTour Connect Project

3

Polityka turystyczna na rzecz seniorów - projekt Calypso

„(...) inicjatywa Komisji Europejskiej, która ma szansę poprawić jakość życia obywateli znajdujących się w niekorzystnej sytuacji ekonomicznej lub społecznej z całej Europy

Jej celem jest umożliwienie podróżowania do europejskich ośrodków wypoczynkowych tym, którzy zwykle nie mogą sobie na to pozwolić, jednocześnie pomagając gospodarkom lokalnym uporać się z pozasezonowym zastojem”

3

Polityka turystyczna na rzecz seniorów - projekt Calypso

Posezonowe przepływy turystów dla 4 grup docelowych turystyki społecznej:

- Seniorzy
- Młodzież
- Niepełnosprawne osoby dorosłe
- Rodziny w trudnej sytuacji

3

Polityka turystyczna na rzecz seniorów

Ameryka Płd.

Program	Państwo	Koordynator projektu	Główne założenia i cele
Travel More at Your Best Age	Brazylia	Ministerstwo Turystyki	<ul style="list-style-type: none">• Promocja turystyki społecznej wraz z segmentem seniorów (60+)• Położenie nacisku na podróże poza głównym sezonem turystycznym• Podczas pierwszej edycji (2007-2010) sprzedano 599 000 ofert



3

Polityka turystyczna na rzecz seniorów

Ameryka Płd.

Program	Państwo	Koordynator projektu	Główne założenia i cele
Holiday Program for the Third Age	Chile 	SERNATUR (National Tourism Service)	<ul style="list-style-type: none">• Oferty pakietów turystycznych dla seniorów w trakcie średniego i niskiego sezonu• Promocja nastawiona również na podróżowanie na terenie regionu zamieszkania seniorów• Z projektu skorzystało 405 000 osób (2 690 000 osobonoclegów)

3

Polityka turystyczna na rzecz seniorów

Ameryka Płd.

Program	Państwo	Koordynator projektu	Główne założenia i cele
Tourism Program for the Elderly	Urugwaj 	Ministerstwo Sportu i Turystyki	<ul style="list-style-type: none">• Oferty pakietów trzydniowych (2 noclegi) dla seniorów• Dofinansowanie na poziomie 30-60% kosztów (przeciętnie 110 USD)

3

Polityka turystyczna na rzecz seniorów - Europe Senior Tourism Program

• „(...) obywatele Europy, którzy ukończyli 55 lat, będą mieć do dyspozycji kompletny program pozwalający na spędzenie wakacji w Hiszpanii poza sezonem turystycznym”



3

Polityka turystyczna na rzecz seniorów - Europe Senior Tourism Program

Korzyści:

- umożliwia wykorzystanie turystyczne popularnych destynacji poza głównym sezonem turystycznym (ograniczanie sezonowości)
- umożliwia dostęp do turystyki szerszemu gronu odbiorcom (seniorom)

3

Polityka turystyczna na rzecz seniorów - Europe Senior Tourism Program

Korzyści:

- Program zapoczątkowany w 2009 r.
- 150 000 uczestników z 16 krajów
- Szacuje się, że każde 1 EUR przeznaczone przez rząd wygenerowało 1,3 EUR w postaci podatków
- Kwota dofinansowania dla seniora waha się od 90 do 150 EUR w zależności od kraju pochodzenia

3

Polityka turystyczna na rzecz seniorów - inicjatywy prywatne

Biuro podróży **ElderTreks** w swojej ofercie posiada produkty przeznaczone jedynie dla osób powyżej 50. roku życia



Biuro **Kavaliero Viajes** proponuje wycieczki dla osób od 55. roku życia do wybranych krajów europejskich, np. Grecji, Cypru, Hiszpanii, Portugalii i Wielkiej Brytanii

3

Polityka turystyczna na rzecz seniorów - inicjatywy prywatne

Cultural Volunteers Programme of Parque de las Ciencias Sciences Park (Hiszpania) – zakłada m.in. możliwość pełnienia funkcji przewodnika turystycznego na terenie interaktywnego muzeum przez osoby starsze

Dotacje dla emerytów w Słowacji – spółka hotelowa SOREA oferuje seniorom rabaty (za pośrednictwem programów „senior fit” i „senior relax-fit”) na m.in. zabiegi odnowy biologicznej, pobyty relaksacyjne i inne

3

Polityka turystyczna na rzecz seniorów - inne przedsięwzięcia

pakiety turystyczne i zniżki dla seniorów w mieście Harkány (Węgry) – tamtejsza lokalna organizacja turystyczna wspólnie z przedsiębiorcami przygotowała szereg ofert z atrakcyjnymi cenami dla seniorów, możliwe do zrealizowania poza głównym sezonem turystycznym



3

Polityka turystyczna na rzecz seniorów - ogólne wnioski

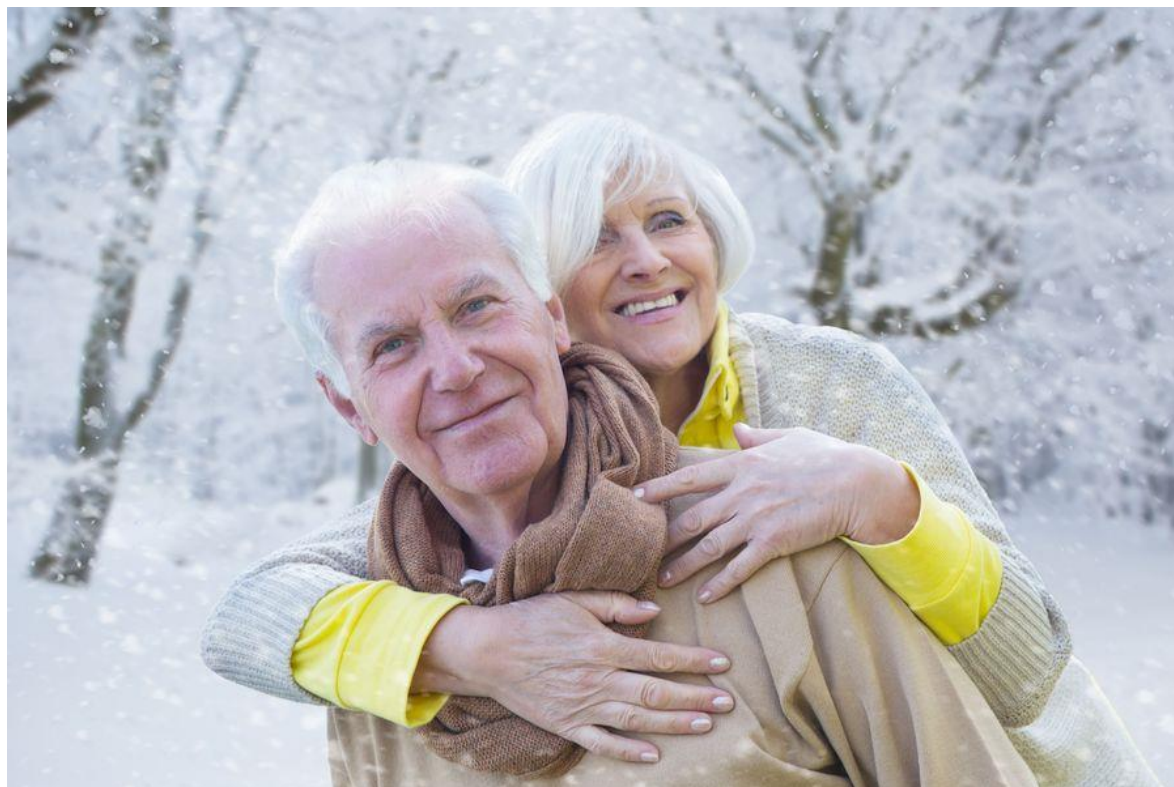


4. Propozycje rozwiązań w Polsce



4

Propozycje rozwiązań w Polsce



Obecnie **BRAKUJE** zorganizowanych i kompleksowych form wspierania aktywności turystycznej seniorów

(jedynie pojedyncze przykłady ofert różnych usługodawców, bądź lokalnych organizacji)

4

Propozycje rozwiązań w Polsce

Europe Senior Tourism Program

- Trudno mówić o możliwości implementacji założeń np. programu *Europe Senior Tourism Program*
- O tego typu rozwiązaniach można pomyśleć w dalszej perspektywie



4

Propozycje rozwiązań w Polsce

Dużo prostszym rozwiązaniem byłoby wspieranie aktywności turystycznej seniorów poprzez

możliwości skorzystania ze specjalnych zniżek wśród usługodawców

Inne rozwiązania?



4

Propozycje rozwiązań w Polsce

- Projekt mógłby w założeniach nawiązywać do programu „**Polska Zobacz Więcej – Weekend za pół ceny**”
- Seniorzy korzystaliby z preferencyjnych ofert (zniżkowych) u usługodawców, którzy dla tego segmentu byliby skłonni obniżyć ceny swoich ofert



4

Propozycje rozwiązań w Polsce

- W przeciwieństwie do programu „*Polska Zobacz Więcej – Weekend za pół ceny*” nie proponowano by dwóch weekendów w ciągu roku, ale zdecydowanie **dłuższy okres** obowiązywania projektu
- Mogłoby to być nawet **całe miesiące** o wyraźnie niższym obłożeniu (z wykluczeniem terminów akcji „*Polska Zobacz Więcej...*”)



weekend
za pół
ceny

POLSKA
ZOBACZ WIĘCEJ

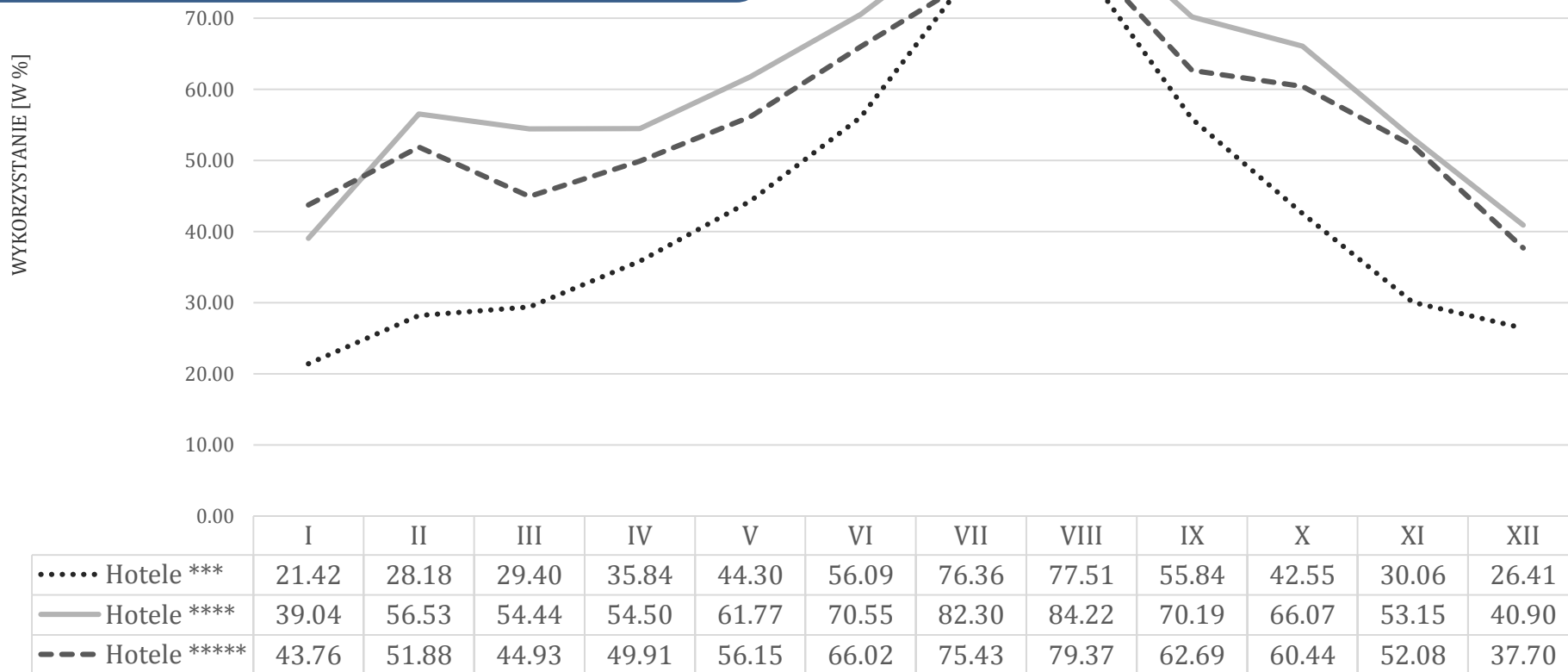
WEEKEND
ZA PÓŁ CENY

-50%

4

Propozycje rozwiązań w Polsce

Obłożenie miejsc noclegowych w hotelach 3*, 4* i 5* w miejscowościach nadmorskich



S. Dudziak, J. Borzyszkowski, *Problem sezonowości popytu w turystyce na przykładzie wykorzystania bazy noclegowej w hotelach nadmorskich*, „Studia i Prace WNEiZ US”, nr 43/3, „Zarządzanie”, tom 3, 2016, s. 79-88

4

Propozycje rozwiązań w Polsce

Obłożenie miejsc noclegowych w regionach górskich w sezonie 2011/2012

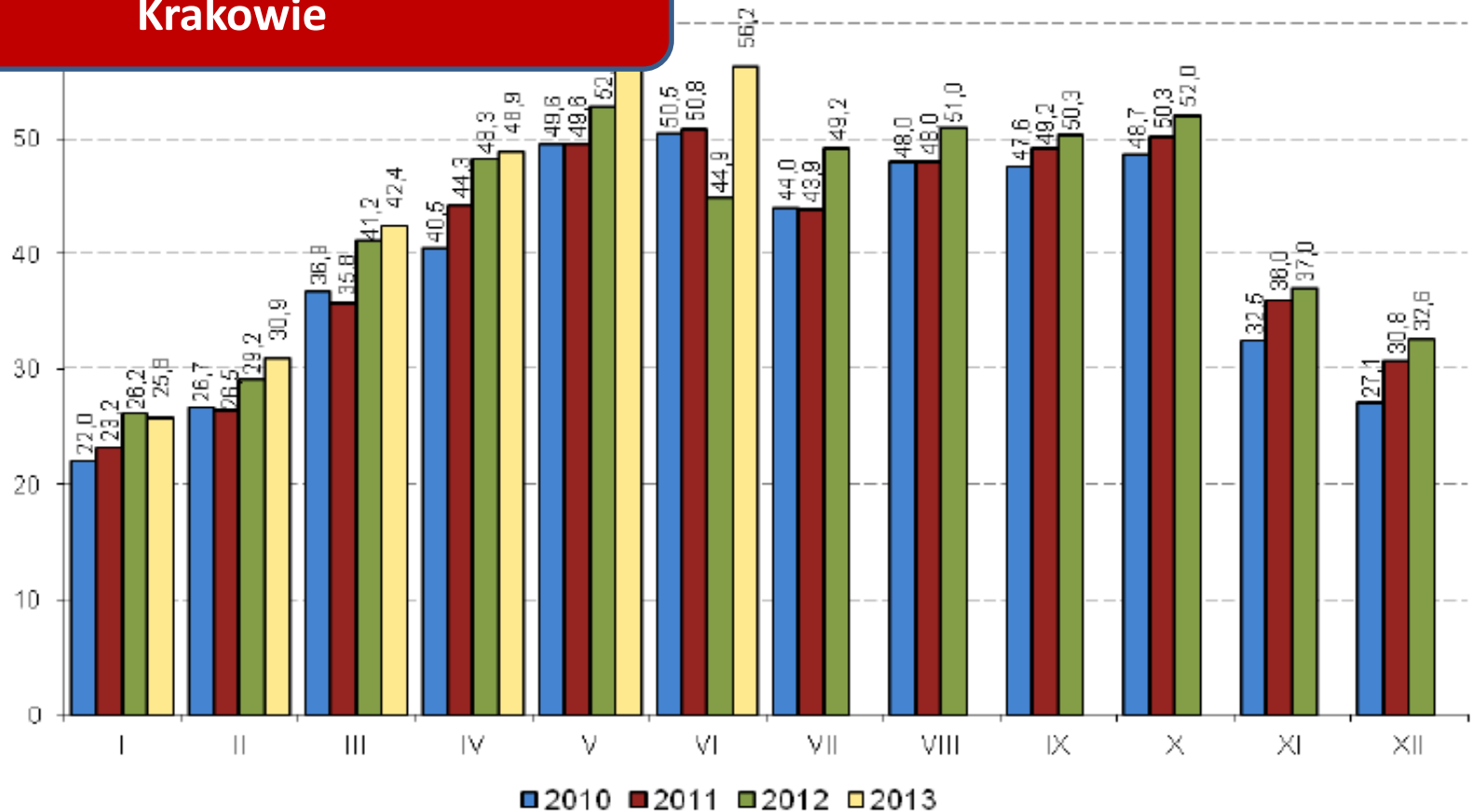


Wykorzystanie turystycznych obiektów noclegowych w regionach górskich w sezonie zimowym 2011/2012, Urząd Statystyczny w Rzeszowie, Rzeszów 2012

4

Propozycje rozwiązań w Polsce

Obłożenie miejsc noclegowych w Krakowie



4

Propozycje rozwiązań w Polsce

- Możliwy termin obowiązywania akcji mógłby obejmować miesiące od **października do kwietnia** (z ewentualnym wyłączeniem terminów, w których obłożenie jest naturalnie wyższe, np. okres Świąt Bożego Narodzenia; terminy ferii zimowych itd.)

Termin?



4

Propozycje rozwiązań w Polsce

- Usługodawca **sam decydowałby** o terminie obowiązywania zniżek dla seniorów

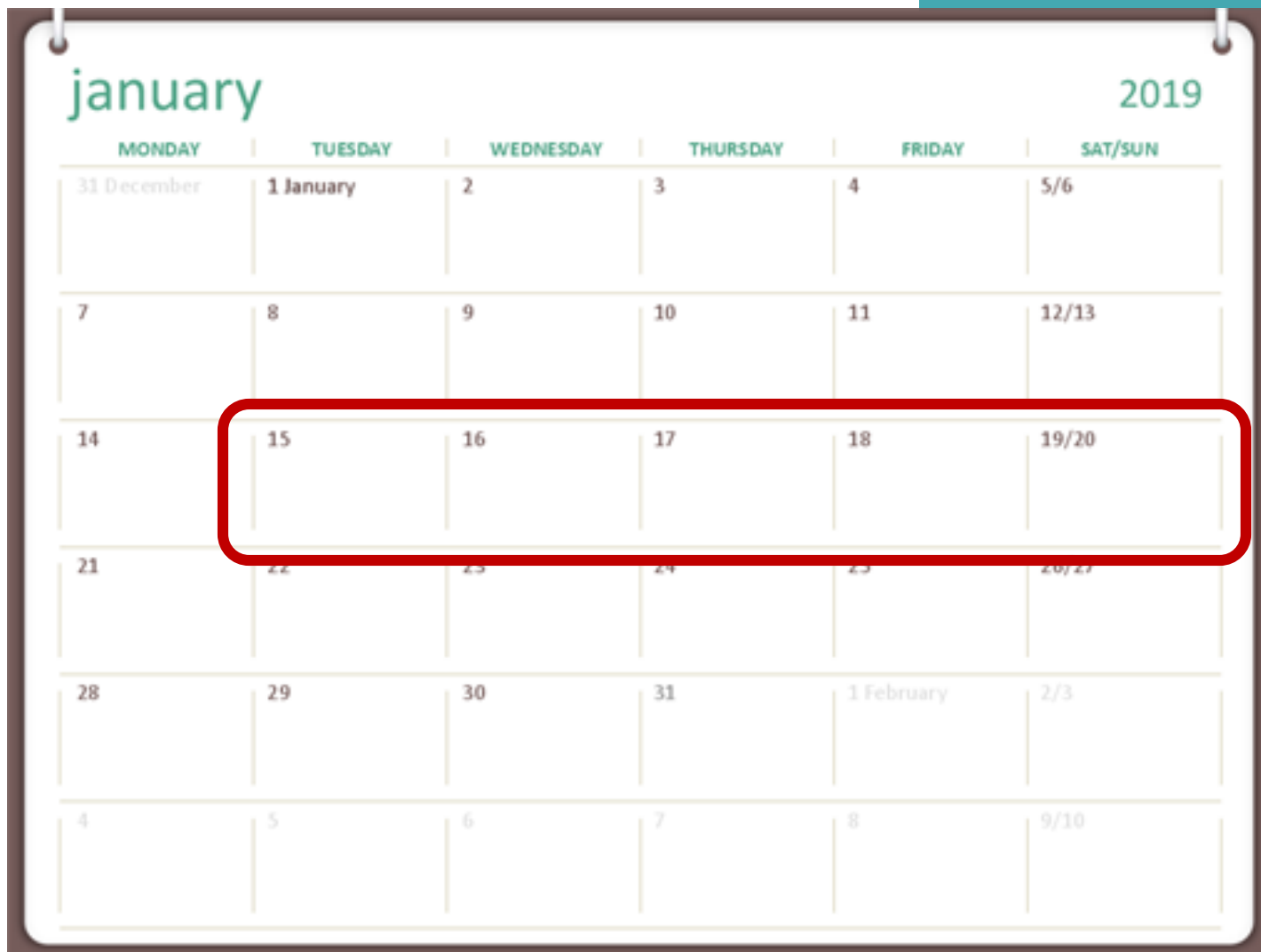
Termin?



4

Propozycje rozwiązań w Polsce

Termin?



4

Propozycje rozwiązań w Polsce

- Jako grupę docelową proponuje się segment osób w wieku **60+**

(ewentualnie **55+** lub **65+**)

Grupa
docelowa?



4

Propozycje rozwiązań w Polsce

- Akcja powinna być skierowana do **seniorów polskich**, z ewentualnym rozważaniem jej promocji na **rynkach zagranicznych** (m.in. poprzez ZOPOT-y)

Grupa docelowa?



4

Propozycje rozwiązań w Polsce

- Głównymi usługodawcami powinny zostać **obiekty noclegowe**
- Projekt powinien obejmować też **inne przedsiębiorstwa**, np. przewoźników turystycznych; obiekty rozrywki i rekreacji, obiekty gastronomiczne itd.;

Usługodawcy?



4

Propozycje rozwiązań w Polsce

- Należy rozważyć **minimalny poziom zniżek**
- Trudno liczyć na **50%** obniżki, tak jak w akcji „*Polska Zobacz Więcej...*”
- Może zasada: min. **25-30%** obniżki od podstawowej (*obowiązującej w danym okresie*) ceny usług?

Zniżki?



4

Propozycje rozwiązań w Polsce

- Akcja powinna mieć charakter **ogólnokrajowy**

Zasięg?



4

Propozycje rozwiązań w Polsce

- Szczególnie ważna byłaby kwestia **promocji projektu**, tak aby dotrzeć do potencjalnie zainteresowanego segmentu
- Należy rozważyć wykorzystanie **instrumentów komunikacji, z których obecnie korzystają seniorzy** (prasa; TV, radio, ale również Internet itd.)

Promocja?



**Don't
Forget My
SENIOR
DISCOUNT!**

4

Propozycje rozwiązań w Polsce

Korzyści?

Seniorzy



Możliwość skorzystania z różnych **form turystyki**

Możliwość skorzystania z **preferencyjnych cen** na usługi turystyczne

Usługodawcy



Zwiększenie obłożenia (wykorzystania usług)

Zwiększenie przychodów, szczególnie z punktu widzenia **sezonowości** w sektorze turystycznym

Możliwość **promocji** oferowanych ofert, m.in. poprzez umieszczania ich na stronie internetowej projektu

BENEFITS



4

Propozycje rozwiązań w Polsce

Organizator akcji



Realizacja **ustawowych i statutowych założeń**, m.in. w zakresie propagowania aktywności turystycznej seniorów, promocji turystyki krajowej itd.

Przyczynienie się do realizacji założeń **rozwoju turystyki społecznej**

Zwiększenie **rozpoznawalności** organizacji na rynku krajowym

Korzyści?

Inne podmioty



Benefity ekonomiczne dla jednostek samorządu terytorialnego, budżetu Państwa i inne



**Dziękuję za
uwagę!**

