

# SENIORZY POD BABIĄ GÓRĄ



RAPORT DOT. SPOŁECZNEJ TURYSTYKI

# WSTĘP

Podczas realizowanego przez nas projektu „Seniorzy pod Babią Górą”, współfinansowanego przez Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, zorganizowaliśmy dla małopolskich seniorek i seniorów turnusy wypoczynkowe w Folwarku Toporzysko.

Na każdy turnus składał się określony zestaw turystyczno-rekreacyjnych aktywności. W ten sposób promowaliśmy wśród starszych mieszkańców Małopolski aktywne spędzanie wolnego czasu oraz specjalny rodzaj turystyki, dostosowanej do fizycznych, zdrowotnych oraz kulturowych potrzeb osób starszych.

Seniorzy uczestniczyli w warsztatach fotograficznych (teoretycznych i praktycznych), poznawali i rozwiązywali questy, brali udział w spacerach po okolicy, mieli możliwość pieczenia chleba w ponad stuletnim piecu, a także odbyli serię przejażdżek na końskim grzbiecie.

Na podstawie ankiet wypełnionych przez seniorów (ankiety wypełniło 19 seniorów, z czego 13 to kobiety, a 6 to mężczyźni), a także w trakcie przeprowadzonych z nimi rozmów, powstał niniejszy raport. Dokument ma stanowić odpowiedź czy wskazówkę dla małopolskich władz przy dalszym rozwoju społecznej turystyki ukierunkowanej na seniorów.

# CZĘSTOTLIWOŚĆ PODRÓŻY I ICH DESTYNACJA

Mężczyźni najczęściej (4 wskazania) w ciągu ostatniego roku podróżowali 2-5 razy. Żaden z respondentów nie był w podróży więcej niż 10 razy – w przeciwieństwie do kobiet, które tę opcję wskazały 4 razy. Seniorki także częściej wskazały na częstotliwość 2-5 podróży (5 razy).

Zarówno kobiety, jak i mężczyźni najczęściej podróżują po Polsce (odpowiednio 11 i 6 razy), opuszczając tym samym województwo małopolskie. Seniorki częściej decydowały się na zagraniczne wojaże (4 wskazania przy 3 wskazaniach mężczyzn).



# PODRÓŻNICZE MOTYWACJE

Dla kobiet najważniejszą determinantą przy wyborze danego miejsca na wyjazd turystyczny był czynnik ekonomiczny. Na cenę wyjazdu jako ostatecznego bodźca wskazało 10 kobiet. Tę samą odpowiedź wybrało 3 mężczyzn. Minimalnie mniej istotne w opinii senierek było to, jakie atrakcje turystyczne (rozumiane jako zabytki, muzea etc.) można zobaczyć w danym miejscu. Odpowiedź ta uzyskała 9 wskazań. Tyle samo razy kobiety wybierały walory krajobrazowe jako jedną z najważniejszych rzeczy wpływających na podjęcie decyzji odnośnie miejsca wypoczynku.

Dla mężczyzn większe znaczenie od turystycznych atrakcji miał zapewniany na miejscu program wydarzeń (4 wskazania), a także walory krajobrazowe (4 wskazania), którymi można nacieszyć oko w trakcie pobytu.



# PODRÓŻNICZE MOTYWACJE

Zaledwie trzy osoby (dwie seniorki i jeden senior) wskazały, że planując wyjazd kierowałyby się możliwością skorzystania z usług rehabilitacyjnych. Co ciekawe ani dla kobiet, ani dla mężczyzn odległość od miejsca zamieszkania nie ma żadnego wpływu na wybór miejsca turystycznego wyjazdu.

Najczęstszą motywacją do turystycznego wyjazdu jest motywacja rekreacyjna. Tak rozumiany cel podróży został wskazany przez 16 osób (11 kobiet oraz 5 mężczyzn). Równie często uprawiano turystykę z powodu chęci kontaktu z przyrodą. Na taką opcję wskazało 10 kobiet oraz 3 mężczyzn. Trzeba jeszcze nadmienić, że dla kobiet ważne było również połączenie turystyki ze spotkaniami z mieszkającą daleko rodziną czy znajomymi (6 wskazań) oraz dostępna oferta kulturowa, rozumiana jako muzea, zabytki czy skanseny (4 wskazania).

# PODRÓŻNICZE MOTYWACJE

Relatywnie niewielką popularnością cieszyły się wyjazdy rehabilitacyjne (3 wskazania seniorek, 1 wskazanie seniorów), a nikt nie wymienił motywacji religijnej jako tej, która przesądza o wyborze miejsca turystycznego wyjazdu.



# ŹRÓDŁO INFORMACJI O TURYSTYCE

Kolejny segment raportu stanowi część dotycząca tego, skąd seniorki oraz seniorzy uczestniczący w projekcie czerpali wiedzę o potencjalnym miejscu podróży. W obu grupach, wśród kobiet i mężczyzn, najczęściej to opinia znajomych czy rodziny traktowana jest jako najważniejsze źródło turystycznej informacji (12 wskazań seniorek, 4 wskazania seniorów). Internet jako kluczowy zasób, do którego sięgano przed podjęciem decyzji o organizacji turystycznego wyjazdu, wskazało 15 osób (10 seniorek, 5 seniorów). Część starszych osób sięgało także po materiały publikowane w mediach społecznościowych. Na taką opcję pozyskiwania informacji wskazało 6 seniorek oraz 2 seniorów.

# ŹRÓDŁO INFORMACJI O TURYSTYCE

Katalogi biur podróży mają większe znaczenie dla kobiet (4 wskazania) niż dla mężczyzn (1 wskazania). Jeszcze mniej istotne dla seniorów była reklama radiowa (1 wskazanie), reklama na billboardach (1 wskazanie), reklama telewizyjna (1 wskazanie) czy reklama prasowa (1 wskazanie).





# PODEJMOWANIE DECYZJI O TURYSTYCZNYM WYJEŹDZIE

Ostatnia część raportu dotyczy tego, jak wśród seniorek i seniorów przebiega proces podejmowania decyzji o turystycznym wyjeździe. Odpowiedzią najczęściej wskazywaną przez kobiety była ta, że dokładnie, ale szybko analizują one wszystkie „za” i „przeciw”, dzięki czemu nabierają przekonania: jechać czy nie jechać (5 wskazań). Seniorzy wskazali inne odpowiedzi. Równie często porównują oni oferty kilku biur podróży, a także naradzają się z rodziną odnośnie planowanego wyjazdu (3 wskazania).

Kobiety częściej od rodzinnych narad (3 wskazania) preferują narady ze znajomymi (5 wskazań). Podobną moc co rekomendacje z grona bliskich osób mają te, które można obejrzeć w telewizyjnych programach podróżniczych lub o których można przeczytać w prasie (4 wskazania). Kobiety przyznają także, że emocje mają duży wpływ na podejmowanie turystycznych decyzji (3 wskazania) – żaden z seniorów takiej opcji nie wybrał.

# PODEJMOWANIE DECYZJI O TURYSTYCZNYM WYJEŹDZIE

Ostatnim pytaniem, na które odpowiadały seniorki i seniorzy, było pytanie dotyczące okoliczności mogących wpłynąć na podjęcie decyzji o rezygnacji z zakupu usługi turystycznej. Dla obu grup kluczowy był stan zdrowia: choroba własna (11 wskazań senierek, 3 wskazania seniorów) lub członka rodziny (10 wskazań senierek, 2 wskazania seniora) były najczęściej wybierane przez seniorki i seniorów jako te zdarzenia, które przyczynią się do odwołania turystycznego wyjazdu.

W obu grupach równie istotny był poziom cen. Seniorki i seniorzy wskazywali (odpowiednio 8 i 3 razy), że wzrost cen z pewnością przyczyniłby się do odwołania przez nich swoich turystycznych planów.



# WPŁYW ZADANIA NA PROMOCJĘ PODBABIOGÓRZA

Podbabiogórze wciąż pozostaje mało odkrytym przez turystów fragmentem Małopolski. Mimo swojego atrakcyjnego położenia, a także niewątpliwych walorów turystycznych, kulturowych i historycznych, teren ten nie może poszczycić się satysfakcjonującą turystyczną rozpoznawalnością.

Realizacja zadania „Seniorzy pod Babią Górą” służyła także pokazaniu starszym mieszkankom i mieszkańcom Małopolski Podbabiogórze jako miejsca godnego ich uwagi.

Tym, co czyni Podbabiogórze miejscem szczególnie atrakcyjnym dla tej części społeczeństwa jest fakt, że dostępny jest tu ogrom turystycznych pieszych tras, których łagodny profil zachęca do spacerów czy uprawiania nordic walking.

Dla aktywniejszych seniorów ciekawą opcją będą dłuższe, bardziej wymagające trasy z przewyższeniami oraz czekającymi na zdobycie wierzchołkami.

# WPŁYW ZADANIA NA PROMOCJĘ PODBABIOGÓRZA

Dodatkowo, rozległe lasy obfitują w leśne owoce czy grzyby, przez co w całym sezonie wiosna-jesień wyprawy do lasu wiążą się z aktywnościami tak lubianymi przez seniorki i seniorów.

Podbabiogórze wyróżnia się także swoją bogatą historią. To tu odbyła się sławna bitwa pod Wysoką, zwana też bitwą pod Jordanowem (1-3 września 1939 roku).

W programie każdego turnusu przewidziane były spacery po okolicznych lasach, grzybobranie (które cieszyło się wyjątkową popularnością wśród beneficjentów zadania), prelekcja połączona z prezentacją zdjęć dotycząca historii Podbabiogórze, a także żywe spotkanie z lokalną kulturą (pieczenie chleba w okolicznym skansenie).

Tym samym, zadanie przyczyniło się do wielowątkowego upowszechnienia turystycznych walorów Podbabiogórze.

# O NAS

Organizatorem projektu jest **Stowarzyszenie na Rzecz Dziedzictwa TOPO**. Jesteśmy organizacją pozarządową działającą społecznie i na zasadzie non-profit.

Naszym celem jest upowszechnianie tradycji narodowych, popularyzacja i rozwój turystyki i rekreacji, integracja społeczna i rehabilitacja osób niepełnosprawnych oraz pochodzących ze środowisk niewydolnych, marginalizowanych i zagrożonych, a także rozwój i wspieranie współpracy społeczności lokalnych regionu Podbabiogórza.





Srebrna  
**MAŁOPOLSKA**

Projekt zrealizowano przy wsparciu finansowym  
Województwa Małopolskiego.