

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Marta Rojko

## **Staranje prebivalstva in turizem**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Marta Rojko

Mentor: izr. prof. dr. Marjan Hočevar

## **Staranje prebivalstva in turizem**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

*Zahvaljujem se vsem, ki so pripomogli k nastanku pričujočega diplomskega dela, predvsem  
bi se pa zahvalila mentorju,izr. prof. dr. Marjanu Hočevanju za usmerjanje in strokovno  
pomoč.*

## **Staranje prebivalstva in turizem**

Staranje prebivalstva je hiter in prežemajoč proces, ki se odvija v veliko svetovnih državah. Vpliva na družbo kot celoto ter na posamezna področja v njej; na gospodarstvo, politiko, prosti čas, delovno sfero, turizem, itd. Danes je obseg potovanj ogromen, zdi se, kot da je ves svet v gibanju, starejši, mlajši, študentje, celo teroristi. Delež starejših v turizmu je vedno večji, tudi povprečna starost turistov je iz leta v leto višja. V začetnih fazah upokojitve je trenutno povojna generacija »baby boom«, ki ni pomembna le zaradi svoje razsežnosti, temveč tudi zato, ker je drugačna od vseh predhodnih. Današnji starejši so bolj zdravi, dejavnejši, bogatejši in bolj izobraženi, pred sabo pa imajo še četrtno življenja. Turistična industrija se je začela s polno paro pripravljati na bogate starejše, ki bodo v prihodnosti svoj denar porabljali za igranje golfa, nadaljnje izobraževanje o oddaljenih kulturah, križarjenja in razkošna potovanja. Pametni turistični ponudniki so že začeli svoje ponudbe prilagajati in jih oblikovati v skladu z željami in potrebami starejših turistov, vedno pomembnejše ciljne skupine. V diplomskem delu je prav tako predstavljeno, kako se vedno večjemu deležu starejših turistov prilagajajo v eni naših bolj znanih turističnih agencij, agenciji Relax.

**Ključne besede: staranje, turizem, generacija »baby boom«, produktivno staranje**

## **Population Ageing and Tourism**

Ageing of the population is a fast and permeating process taking place in many countries of the world. It impacts the society and individual areas within it: economy, politics, leisure time, working time, tourism etc. Nowadays the extent of travels is enormous – the whole world seems to be on the move: older people, younger ones, students, even terrorists. In tourism the share of older population is increasing, the average age of tourists is higher every year. Now the post-war »baby boom« generation is starting to retire, which is important because of its size and because it differs from all the preceding ones. Today's old people are healthier, more active, more affluent, better educated, and expecting to live longer. Accordingly, the tourist industry has started to prepare intensely for this rich old people, who intend to spend their money on golf, further education about distant cultures, for cruising and luxury travels. Clever tourist agents have adapted their offers and design them in line with the wishes and needs of older population, their increasingly important target group. The graduate thesis presents how Relax, one of our more renowned tourist agencies, is adapting to the constantly growing share of older tourists.

**Key words: ageing, tourism, »baby boom« generation, productive ageing**

## KAZALO

1 UVOD.....	6
2 DRUŽBENI FENOMEN STARANJA PREBIVALSTVA: DEMOGRAFSKE IN SOCIOLOŠKE PERSPEKTIVE.....	9
2.1 Osnovni demografski trendi.....	9
2.2 Proces staranja prebivalstva po svetu; njegov vpliv na področja v družbi, specifično na turizem; biološko staranje.....	10
2.3 »Produktivno« in »aktivno« staranje.....	15
3 »NOVI« STAREJŠI V TURIZMU.....	18
3.1 Opredelitev turizma in razvoj turizma v konceptu staranja in starosti.....	18
3.2 Generacija »baby boom« v kontekstu potovanj – »novi potrošniki«.....	22
3.2.1 Teorija kontinuitete.....	25
4 STARANJE PREBIVALSTVA IN TURIZEM: TRENUTNA SITUACIJA IN POGLED VNAPREJ.....	26
4.1 Življenjski slog in turizem.....	27
4.2 Smeri razvoja bodočega turizma glede na staranje prebivalstva in primeri uspešnega pristopa na vedno večji trg starejših turistov.....	29
5 EMPIRIČNI DEL.....	36
5.1 Analiza intervjuja.....	36
6 SKLEP.....	41
7 LITERATURA.....	46
8 PRILOGA A: INTERVJU.....	48

## KAZALO TABEL

Tabela 2.1: Pričakovana življenjska doba ob rojstvu in stopnja rodnosti za izbrane države, med leti 1950-1955, 2000-2005, 2045-2050.....	10
Tabela 2.2: Izbor statistik in napovedi staranja prebivalstva.....	11
Tabela 2.3: Populacije starostnih skupin na svetovni ravni in v posameznih državah, v letih 1950, 1975, 2005, 2025 in 2050.....	13
Tabela 4.1: Primeri storitev v turizmu za starejše.....	32

## 1 UVOD

Družbeni fenomen staranja prebivalstva<sup>1</sup> je najznačilnejši pojav sodobne družbe. Zmanjšanje umrljivosti in s tem daljšanje življenjske dobe ter posledična rast deleža starejših prebivalcev je predvsem značilna za razviti svet, kjer postajajo starejši ljudje z vso svojo specifikko vedno bolj pomembna demografska skupina. Mnogi avtorji in raziskovalci napovedujejo, da bo staranje prebivalstva dominantna tema 21. stoletja. Ta proces je po vsej verjetnosti eden izmed največjih dosežkov modernih družb in odsev uspeha v človeškem razvoju. Poleg vsega pa lahko zagotovi tudi nove priložnosti, ki izhajajo iz dejavne udeležbe starejših generacij v gospodarstvu ter v družbi. Večje izpopolnitve v prehrani, čistoči, medicini, zdravstveni oskrbi, izobrazbi, znanju in gospodarskem blagostanju so ljudem omogočile, da živijo dlje.

Na vedno večji delež starajočega se prebivalstva po svetu vpliva tudi staranje t.i. generacije »baby boom«, številčno ogromne populacijske skupine ljudi, ki je danes na prehodu v upokojitev in je bogatejša, bolj zdrava, aktivnejša in bolj izobražena od svojih predhodnikov. Ti ljudje so živeli v dobrih časih in imajo po vsej verjetnosti pred seboj še desetletja življenja, ki jih nameravajo preživeti aktivno in produktivno. Tako sta v zadnjih letih v ospredje stopila koncepta »aktivnega« in »produktivnega« staranja, ki v družbeni gerontologiji in sociologiji predstavljata pomemben vidik ter se osredotočata na boljše fizično in mentalno zdravje starejših, vključno s promocijo več fizičnih dejavnosti ter tudi več sodelovanja pri gospodarskih, družbenih, prostočasnih, kulturnih, duhovnih in državnih zadevah.

Staranje prebivalstva pomembno vpliva na vsa področja človekovega življenja, tako na gospodarstvo, družbeno sfero, zdravstvo, politiko, kot tudi na prostočasno industrijo in turizem. Rastoči delež starejših prebivalcev v Evropski skupnosti in ostalih industrializiranih državah, kot sta ZDA in Japonska, postaja eden največjih marketinških izzivov za turistično industrijo, s katerim se bo spopadala v 21. stoletju. Tržniki so si za demografsko zrel trg že domislili več oznak, kot so »novi seniorski prebivalci«, »mlada seniorska generacija«,

---

<sup>1</sup> »Staranje prebivalstva«, ali njegovo »sivenje«, kot ga nekateri imenujejo, »je proces brez primere ter brez vzporednice v zgodovini človeštva. Prebivalstvo se stara, ko rastoči delež starejših oseb (osebe starejše od 60 let) spremljata zmanjševanje deleža otrok (mladostniki pod 15 let) in upadanje deleža oseb v delovni dobi (osebe stare od 15 do 59 let)« (United Nations 2009).

»whoopies« (»well-off older people« - bogati starejši), »upokojeni baby-boom-erji«, »siv trg« ter »vmesna generacija«.

Glavno vprašanje diplomskega dela je:

- V kolikšni meri in na kakšen način staranje prebivalstva vpliva in bo v prihodnje vplivalo na turizem?

Kako se bo turistična industrija spoprijela s povečujočim deležem starejših potnikov, se bo nanje osredotočila kot na pomembno ciljno skupino in svoje ponudbe prilagajala njihovim letom primerno ali bo vzela v zakup, da morda ni toliko pomembna sama kronološka starost teh potnikov, kot generacija kateri pripadajo, njene značilnosti ter značilnosti časa v katerem so živeli? Dejstvo je, da danes vedno več starejših potuje in se vključuje v različne turistične aktivnosti in glede na to, da imajo ti ljudje pred seboj še četrtno življenja, ki ga nameravajo preživeti aktivno, je skrajni čas, da se turistična industrija pripravi na te starejše tržne segmente.

Podvprašanja, ki si jih v diplomskem delu zastavljam, so:

- V kakšnih pogledih je današnja generacija starejših ter še zlasti generacija »baby boom«, drugačna od predhodnih generacij?
- Kako bodo lastnosti generacije »baby boom« vplivale na turistične trende v prihodnosti?
- Katere bodo smeri razvoja turizma zaradi staranja prebivalstva?

Predpostavke v diplomskem delu pa so:

- Staranje prebivalstva pomembno vpliva na turizem.
- Generacija »baby boom« bo v prihodnje krojila turistične trende.
- Starostniki postajajo vedno pomembnejša ciljna skupina turističnih delavcev.
- Turistični sektor razvija mnogo ponudb, namenjenih starejši populaciji, in jih oblikuje ter prilagaja v skladu z njihovimi potrebami.

Odgovore na vprašanja bom v teoretičnem delu diplomskega dela poskušala najti z analizo primarnih in sekundarnih virov ter obstoječih kvantitativnih in kvalitativnih raziskav na področju turizma in staranja prebivalstva. V empiričnem delu pa bom preko delno strukturiranega oz. pol-strukturiranega intervjuja z direktorico ene izmed bolj znanih

turističnih agencij pri nas, agencije Relax, Karmen Kosec, dipl.upr.org., poskušala ugotoviti, kako in če sploh, vedno večji delež starega prebivalstva v praksi vpliva na oblikovanje turističnih ponudb in storitev ter kolikšno pomembnost pripisuje staranju prebivalstva, potrebam starejših turistov in novim generacijam starejših (predvsem generaciji »baby boom«), ki se pomembno razlikujejo od svojih predhodnikov.

Cilji diplomskega dela so predstaviti trenutne demografske trende po svetu s poudarkom na družbenem pojavu staranja prebivalstva, predstaviti današnjo generacijo starejših (generacijo »baby boom«) ter njene značilnosti, opredeliti pojem turizma, ga povezati s staranjem prebivalstva in pojasniti vpliv staranja prebivalstva na turizem danes in v prihodnosti. Naprej želim opredeliti današnje starejše potnike, njihove potrebe in želje ter smeri razvoja turizma glede na vedno večji delež le-teh. Ugotovitve in sklepe iz teoretičnega dela želim povezati z ugotovitvami iz empiričnega dela in na koncu vse strniti ter dodati zaključne misli v sklepnem delu naloge.



## **2 DRUŽBENI FENOMEN STARANJA PREBIVALSTVA: DEMOGRAFSKE IN SOCIOLOŠKE PERSPEKTIVE**

### **2.1 Osnovni demografski trendi**

Družbena struktura se neprenehoma spreminja. Prebivalstvo na svetu raste, se stara, rodnost upada, življenjska doba se podaljšuje, spreminjajo se trendi migracij, itd. Stopnja rodnosti in pričakovana življenjska doba sta dva izmed ključnih dejavnikov, ki vplivajo na globalno demografijo. Pričakovana življenjska doba<sup>2</sup> se, gledano s svetovne perspektive, iz desetletja v desetletje podaljšuje (glej Tabela 2.1), na kar pomembno vpliva več dejavnikov, kot sta na primer razvoj medicine in nižja stopnja umrljivosti. Iz tega procesa so izključene le nekatere afriške države, v katerih se je zaradi razširjenosti virusa HIV in AIDS-a življenjska doba močno skrajšala. Na upad rodnosti, ki je značilen za večji del sveta, je močno vplival napredek na vseh področjih družbenega življenja, kar je podaljšalo življenjsko dobo in zmanjšalo stopnjo umrljivosti (Bond in drugi 1993, 4; World Tourism Organization in European Travel Commission 2010, 3).

Tako je v začetku 21. stoletja večina držav na svetu, ali bila v procesu izkušnje ali že izkusila demografsko tranzicijo, prehod z visokih na nizke ravni rodnosti in umrljivosti. Razvite države so v tem času že dosegle tretjo fazo tranzicije, ko se struktura prebivalstva že močno spremeni in kjer je staranje prebivalstva hitro in prežemajoče. Večina držav v razvoju ter svet kot celota se nahaja v drugi fazi tranzicije, kjer ugodna starostna porazdelitev omogoča potencialni demografski bonus. Kljub vsemu pa ostajajo nekatere države, ki so še na začetku tranzicije ter nekatere posameznice, ki upada rodnosti še niso izkusile (Vos in drugi 2008, 11).

---

<sup>2</sup> Pričakovana življenjska doba ob rojstvu je število let, ki naj bi jih rojeni otrok v določenem obdobju preživel, če bodo starostno specifične stopnje umrljivosti v obdobju ostale nespremenjene (Vos in drugi 2008, 13).

**Tabela 2.1: Pričakovana življenjska doba ob rojstvu in stopnja rodnosti za izbrane države, med leti 1950-1955, 2000-2005, 2045-2050**

	<i>PRIČAKOVANA ŽIVLJENJSKA DOBA (V LETIH)</i>			<i>STOPNJA RODNOSTI (ŠT. OTROK NA ŽENSKO)</i>		
	1950-1955	2000-2005	2045-2050	1950-1955	2000-2005	2045-2050
<b>SVET</b>	47	65	75	5,0	2,6	2,0
<b>RAZVITE DRŽAVE</b>	67	78	84	2,8	1,6	1,8
Evropa	66	78	83	2,5	1,4	1,8
Japonska	64	82	88	2,8	1,3	1,9
ZDA	69	77	82	3,4	2,0	1,9
Kanada, Avstralija, Nova Zelandija	69	80	85	3,5	1,6	1,9
<b>GOSPODARSTVA V TRANZICIJI</b>	63	65	74	3,1	1,6	1,8
Blaginja samostojnih držav	63	65	74	3,1	1,6	1,8
Jugovzhodna Evropa	57	74	80	3,7	1,6	1,8
<b>DRŽAVE V RAZVOJU</b>	41	63	74	6,2	2,9	2,1
Latinska Amerika in Karibi	51	72	79	5,9	2,5	1,9
Vzhodna Azija in Pacifik	41	70	78	6,1	1,9	1,9
Južna Azija	39	63	75	6,1	3,2	1,9
Zahodna Azija	43	68	78	7,0	3,5	2,0
Afrika	38	49	65	6,7	5,0	2,5

Vir: United Nations (2005) v Vos, Ocampo in Cortez (2008, 13).

## **2.2 Proces staranja prebivalstva po svetu; njegov vpliv na področja v družbi, specifično na turizem; biološko staranje**

Delež starih oseb, gledano globalno, v zadnjih nekaj desetletjih stalno narašča (glej Tabela 2.2), z 8 odstotkov leta 1950, na 11 odstotkov leta 2009, pričakujemo pa, da bo leta 2050 ta delež zrasel na 22 odstotkov. Na svetovni ravni naj bi leta 2045 število starih oseb prvič v zgodovini preseglo število otrok, v razvitejših regijah, kjer je staranje prebivalstva najhitrejše, pa se je to zgodilo že leta 1998. Leta 2000 je bila populacija oseb starih 60 let ali več na svetovni ravni ocenjena na 600 milijonov, kar je trikrat toliko kot leta 1950. Leta 2009 je število starih oseb preseglo 700 milijonov, za leto 2050 pa napovedujejo, da bo starih oseb

dve milijardi, kar pomeni, da se bo število v obdobju 50 let ponovno potrojilo (United Nations 2009).

**Tabela 2.2: Izbor statistik in napovedi staranja prebivalstva**

<i>Referenca</i>	<i>Povzetek statistik staranja</i>
<u>Fleischer in Pizam, 2002</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L. 1996 v Izraelu 16 odstotkov prebivalstva starega 55+ in 9,6 odstotka prebivalstva starega 65+</li> <li>• L. 2020 naj bi stopnji dosegli 22 odstotkov in 13,2 odstotka</li> </ul>
<u>Hossain, 2003</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Med leti 2001 in 2011 v Avstraliji pričakovana 44 odstotna rast prebivalstva starega med 55 in 64 let</li> <li>• V tem obdobju naj bi skupina 65+ zrasla za 26 odstotkov (z 2,4 na 3 milijone)</li> </ul>
<u>Ritchie in drugi., 2003</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leta 2009 globalno prebivalstvo staro 60+ ocenjeno na 600 milijonov, število naj bi do leta 2050 zraslo na 2 milijardi (takrat bo delež starih oseb prvič v zgodovini večji od deleža otrok starih od 0 -14 let)</li> <li>• Odstotki prebivalstva leta 1997 v nekaterih državah: ZDA - 21 odstotkov, Tajvan - 15 odstotkov, ZK - 26 odstotkov, Francija - 25 odstotkov, Nemčija – 28 odstotkov in Italija – 28 odstotkov</li> </ul>
<u>Sakai in drugi., 2000</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Japonska najhitreje starajoča družba na svetu</li> <li>• Do leta 2025 naj bi število prebivalcev starih pod 30 let upadlo za 11 milijonov, število prebivalcev starih 50+ naj bi se zvišalo za 15 milijonov</li> </ul>

Vir: Moscardo v Buhalis in Costa (2005, 31).

Danes je povprečna starost prebivalcev na svetu 28 let. Država z najmlajšim prebivalstvom je Niger s povprečno starostjo 15 let, država z najstarejšim prebivalstvom pa Japonska, kjer povprečna starost znaša 44 let. Napovedujejo, da se bo vsako desetletja povprečna starost dvignila in leta 2050 dosegla 38 let (glej Tabelo 2.3) (United Nations 2009).

Staranje prebivalstva kot družbeni fenomen vpliva na vsa področja človekovega življenja. Tako bo na ekonomskem področju vplival na gospodarsko rast, varčevanja, vlaganja, potrošnjo, trge delovne sile, pokojnine, sistem obdavčevanja in medgeneracijske izmenjave; v družbeni sferi vpliva na sestavo družine in stanovanjsko ureditev, stanovanjske zahteve,

migracijske trende, epidemiologije in potrebe po zdravstvenih storitvah. Medtem pa lahko v politični areni staranje prebivalstva oblikuje vzorce glasovanj in politično zastopanost. Sodobnim družbam proces staranja postavlja tudi pomembne izzive, predvsem v zvezi s finančno uspešnim delovanjem pokojninskih sistemov, stroški zdravstvene oskrbe in popolno integracijo starejših ljudi kot dejavnih agentov v družbenem napredku (Vos in drugi 2008, 1).

Kot že rečeno, je staranje prebivalstva proces, ki vpliva na vsa področja v družbi, tako tudi na turizem. Lahko namreč oblikuje turistično povpraševanje, ponudbe in razvoj ter vpliva na vzorce potovalnih ponudb. V prihodnjih desetletjih bo vedno večji delež starejših ljudi še naprej močno vplival na turizem, na tipe turistov, ki bodo potovali, iz katerih delov sveta bodo ti turisti izhajali, kam bodo potovali, kakšne vrste nastanitev bodo zahtevali, na katere ponudbe se bodo najbolj odzivali in v katere dejavnosti se bodo na potovanjih vključevali. Spreminjajočo se svetovno demografijo pa po drugi strani nekateri avtorji dojemajo kot ključni problem tako za prihodnost turizma kot tudi več ostalih sektorjev. Tema je bila v zadnjem desetletju razlog za precejšnjo zaskrbljenost, ki se je stopnjevala predvsem z upokojevanjem generacije »baby boom« v zahodnih državah in premajhnim deležem zaposlenih odraslih v populaciji, ki bi jih lahko podpirali. Pomembnost demografskih trendov in njihov vpliv na turizem in prosti čas so posebej izpostavili na delavnici v Sloveniji februarja leta 2009, ko se je izkazalo, da je na lestvici »top deset« trendov, ki so še posebno pomembni za turizem, pet trendov demografskega izvora. Kot najpomembnejša so na delavnici izpostavili staranje prebivalstva in zdravo staranje prebivalstva (World Tourism Organization in European Travel Commission 2010, 11).

**Tabela 2.3: Populacije starostnih skupin na svetovni ravni in v posameznih državah, v letih 1950, 1975, 2005, 2025 in 2050**

Starostna skupina	Populacija (v milijonih)					Odstotki				
	1950	1975	2005	2025	2050	1950	1975	2005	2025	2050
<b>Svet</b>										
0-14	864	1.498	1 821	1 909	1 833	34,3	36,8	28,2	24,2	20,2
15-24	459	757	1 159	1 211	1 225	18,2	18,6	17,9	15,3	13,5
25-59	991	1.469	2 812	3 593	4 051	82	8,6	10,4	15,1	21,7
60+	205	350	672	1 193	1 968	8,2	8,6	10,4	15,1	21,7
<b>Skupaj</b>	<b>2.519</b>	<b>4.074</b>	<b>6 465</b>	<b>7 905</b>	<b>9 076</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
65+	131	232	476	832	1 465	5,5	5,7	7,4	10,5	16,1
80+	14	31	87	160	394	0,5	0,8	1,3	2,0	4,3
<b>Razvite države</b>										
0-14	175	202	170	165	167	27,0	24,3	17,3	15,8	15,6
15-24	105	137	128	118	116	16,2	16,5	13,0	11,2	10,8
25-59	289	360	483	472	440	44,6	43,3	49,1	45,1	41,2
60+	79	131	203	293	345	12,2	15,8	20,6	28,0	32,3
<b>Skupaj</b>	<b>647</b>	<b>830</b>	<b>984</b>	<b>1.047</b>	<b>1.067</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
65+	53	93	153	224	280	8,2	11,2	15,5	21,4	26,2
80+	7	16	39	61	105	1,1	1,9	4,0	5,8	9,8
<b>Gospodarstva v tranziciji</b>										
0-14	56	71	57	51	43	29,0	26,6	19,0	17,7	16,5
15-24	39	49	53	36	29	20,4	18,4	17,6	12,3	11,0
25-59	78	113	144	141	113	40,6	42,2	47,8	48,6	43,2
60+	19	34	47	62	76	10,0	12,8	15,7	21,5	29,3
<b>Skupaj</b>	<b>191</b>	<b>268</b>	<b>302</b>	<b>289</b>	<b>261</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
65+	13	23	37	44	56	6,7	8,5	12,4	15,3	21,4
80+	2	3	6	8	14	1,0	1,2	1,9	2,7	5,4
<b>Države v razvoju</b>										
0-14	634	1.224	1.593	1.693	1.623	37,7	41,1	30,8	25,8	20,9
15-24	316	571	978	1.058	1.080	18,8	19,2	18,9	16,1	13,9
25-59	624	996	2.186	2.980	3.498	37,1	33,5	42,2	45,4	45,1
60+	107	184	422	838	1.547	6,4	6,2	8,1	12,8	20,0
<b>Skupaj</b>	<b>1.681</b>	<b>2.975</b>	<b>5.179</b>	<b>6.569</b>	<b>7.748</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
65+	65	116	286	564	1.129	3,9	3,9	5,5	8,6	14,6
80+	5	13	41	91	275	0,3	0,4	0,8	1,4	3,5

Vir: Vos in drugi (2005, 16).

Staranje prebivalstva je treba ločevati od individualnega biološkega staranja, saj se lahko, medtem ko se posameznik stara, prebivalstvo tudi pomlajuje. Biološko staranje nastane »kot posledica kombiniranega delovanja tistega dela dedne mase – genov, ki se izrazijo šele, ko organizem preživi dlje časa, kot bi sicer v primitivnem življenjskem okolju, kjer bi bil kadarkoli lahko žrtev nasilne smrti« (Pentek 1995, 22). Zanj poznamo mnogo različnih opredelitev. Ena od njih na primer trdi, da je biološko staranje »...akumulacija naključne škode v gradnji blokov življenja – predvsem škode v DNK-ju, določenih proteinih, ogljikovih hidratih in lipidih (maščobah), ki se začne zgodaj v življenju in končno preseže telesne sposobnosti samo-obnovitve« (Olshansky in drugi 2002 v Healy 2004, 8). Normalno biološko staranje spremlja vrsta starostnih sprememb, tako zunanjih (sprememba videza) kot notranjih (spremembe v zmogljivosti), za katere velja, da napredujejo postopoma in se ne izrazijo pri vseh starejših ljudeh enako. Marsikoga katera izmed njih celo zaobide. Starostniki so posledično zelo raznoliki, tako bo nekdo pri 65. letih zdrav in poln energije in bo staranje doživljal povsem drugače kot nekdo drug, ki mu bo pri teh letih že popuščalo srce ali pešal spomin. Zdrav 65 letnik bo v upokojitvi videl priložnost, da se posveti osebnim interesom, stvarim, ki so ga od vedno zanimale, pa jih je zaradi drugih obveznosti zapostavil, nekdo drug pa se bo brezvoljen prepustil usodi. Ob vseh težavah, s katerimi se srečujejo starostniki (smrt partnerja, prijatelja, itd.), bo ogroženo tudi njihovo duševno stanje (Healy 2004, 7-8).

Glede na raznoliko problematiko in različen pomen v različnih družbah, so tudi opredelitve starejšega prebivalstva, staranja, starih ljudi, poznega življenjskega obdobja, ali, kar se je v zadnjem času uveljavilo, »tretje starosti«<sup>3</sup>, zelo različne. V demografski analizi, na primer, raziskovalci označijo starost 60 let kot razdelitveno linijo med starejšimi in mlajšimi kohortami populacije. Po drugi strani pa mnogo ljudi, predvsem iz razvitih držav, dojema 65. leto kot »odrezno točko«, saj pri tej starosti večina ljudi prestopi v obdobje upokojitve, začne prejemati polne pokojnine in je deležna socialnih ugodnosti za starejše osebe. Z zdravstvenega vidika pa so »stari« vsi tisti, ki potrebujejo kakršnokoli oskrbo. »Na splošno stare ljudi danes tako opredeljuje starostna meja 65 let, ki se sčasoma seveda spreminja.

---

<sup>3</sup> Oznaka »tretja starost« izhaja iz sociologije, kjer opisuje spremembo v načinu, na katerega upokojeni ljudje dojemajo sami sebe. Osnovna zamisel je, da z večjim bogastvom in višjimi življenjskimi standardi, ljudje začnejo svojo upokojitev dojemati kot priložnost za osebnostni razvoj in izpolnitev. Vendar pa ne bodo vsi starostniki oz. seniorji na vseh koncih sveta ter v različnih okoliščinah svojih upokojenskih let dojemali kot »tretjo starost« (Moscardo v Buhalis in Costa 2005, 31).

Pred stotimi leti so bili na primer prebivalci, starejši od 65 let, izjema, kot so to zdaj stoletniki. Z daljšanjem življenjske dobe lahko pričakujemo, da se bo ta meja mogoče premaknila še navzgor. Zato tudi v demografiji pogosto kot posebno starostno skupino že prikazujejo tudi starejše prebivalstvo od 85 let« (Pentek 1995, 16).

Skratka, staranje je neizogiben dejavnik v življenju vsakega posameznika, študije pa so pokazale, da zaskrbljenost glede staranja posamezniku skrajša življenje. Tako je ameriška raziskava na vzorcu 660 ljudi starih 50 let ali več, pokazala, da so ljudje, ki so v mladosti staranje dojemali kot nekaj pozitivnega, povprečno živeli 7,5 let dlje kot tisti z negativnimi pogledi na starost (Healy 2004, 8).

### **2.3 »Produktivno« in »aktivno« staranje**

Čeprav velja družbeno sprejeto prepričanje, da večina posameznikov višek svoje ustvarjalnosti doseže do svojega 40. leta starosti, pa staranje ne pomeni nujno zmanjšanja produktivnosti ali padca ustvarjalnosti. »Za mnoge znanstvenike je najplodnejše obdobje med 50. in 70. letom, ko lahko izrabljajo modrost in življenjske izkušnje« (Pentek 1995, 82). Čeprav telesne zmogljivosti pešajo, lahko človekov um ostane neokrnjen tudi v pozni starosti. Tako je na primer Platon pri svojih 80. letih napisal Dialog, Tiziano pa jih je imel 96, ko je dokončal sliko Kristusa s trnovo krono.

Tako kot same opredelitve starosti, se tudi pogledi nanjo, naj so to pozitivni ali negativni, razlikujejo glede na čas in kulturo ter odsevajo demografske, gospodarske in družbene razmere. Nekateri avtorji menijo, da ekonomska moč določa družbeni status starejših in vpliva na zaznavo o njihovih prispevkih v družbi. V 18. stoletju v Ameriki so starejše ljudi izredno spoštovali, delno zato, ker so ljudje na splošno redko doživeli 70 let, delno pa zato, ker so starejši moški v agrikulturni družbi nadzorovali posest in prav ta ekonomski nadzor jim je dajal moč, da so nadzorovali vse ključne družbene institucije (Healy 2004, 10). Zdaj se ta ekonomska nadvlada nekako ponavlja, saj podatki kažejo, da se bo prihodnja generacija upokojila z znatnim premoženjem, vključno s stanovanjsko lastnino, prihranki in delnicami, kar jim bo omogočilo višje prihodke, kot so jih imele generacije pred njimi. Več avtorjev trdi, da bodo ti segmenti starejšega prebivalstva živeli dlje, bili bolj zdravi in dejavnejši, imeli višji dohodek in več časa. Posledično bodo pričakovali višjo kakovost življenja kot iste starostne skupine v preteklih desetletjih. Avtorji preobrate v značilnostih, dejavnostih in motivacijah

opisujejo kot osnovne elemente koncepta »tretje starosti« (Moscardo v Buhalis in Costa 2005, 31).

Pretekle teorije staranja, kot so »teorija vlog« in »teorija umika«, so danes zamenjale teorije z bolj pozitivnimi pogledi na staranje, ki temeljijo na tezah, da psihološki, družbeni, gospodarski, okoljski, in drugi dejavniki določajo poti staranja. Tako se danes srečujemo z izrazi, kot so: »produktivno« staranje, »aktivno« staranje, koncept »zdravega staranja«, »vseživljenjsko učenje«, itd. V ospredje so stopili: koncepta »aktivnega« in »produktivnega«<sup>4</sup> staranja, ki v družbeni gerontologiji in sociologiji predstavljata pomemben vidik ter promovirata boljše fizično in mentalno zdravje, vključno s promocijo več fizičnih dejavnosti ter tudi več sodelovanja pri gospodarskih, družbenih, kulturnih, duhovnih in državnih zadevah, kakor tudi koncept »zdravega staranja«, ki posameznike poziva, da vajeti življenja vzamejo v svoje roke in za svoje zdravje poskrbijo sami. Raziskovalce, ki se ukvarjajo s konceptom »produktivnega« staranja, zanimajo dejanski in potencialni prispevki starejših, ki izzovejo obstoječi »mit neproduktivnosti«. Koncept tako lahko dojemamo kot »novo formulacijo starih vprašanj o poznem življenjskem obdobju« (Morrow-Howell in drugi 2001, 6). Še pomembnejši je zaradi medsebojnega vpliva treh velikih trendov: demografskega, gospodarskega in družbeno-kulturnega. Danes ljudje živijo dlje, so bolj zdravi in večini bi bilo ljubše, da so v poznem življenjskem obdobju vključeni v družbo in lahko prispevajo svoj del (demografski trend). Tehnološka doba spreminja način človeškega mišljenja, večina gospodarsko produktivnega dela je povezanega s kreacijo in aplikacijo človeškega kapitala, tako lahko tudi starostniki enako prispevajo kot mlajši (gospodarski trend) (Morrow-Howell in drugi 2001, 6).

Danes želijo številni starejši ohraniti svojo identiteto<sup>5</sup> tako, da so produktivni in počnejo kaj koristnega za druge in družbo kot celoto. Vendar pa mnogi po upokojitvi ne vedo, kaj bi počeli, da bi bilo koristno tako za njih same kot tudi za njihovo skupnost, soljudi in družbo. Tako bi bilo »za upokojence nekaj let pred upokojitvijo primerno uvesti programe priprave na

---

<sup>4</sup> Koncept »produktivnega staranja« je prvi predstavil Robert N. Butler, prvi direktor Nacionalnega inštituta za staranje (National Institute of Aging) in prejemnik Pulitzerjeve knjižne nagrade. S konceptom se je skozi obdobje zadnjih dveh desetletij ukvarjalo mnogo avtorjev, ki so zanj podajali različne definicije. Najbolj splošno produktivno staranje predstavlja »selekcijo dejavnosti, ki jih izvajajo starejši ljudje in, ki so produktivne – imajo družbeno in gospodarsko vrednost« (Morrow-Howell in drugi 2001, 7).

<sup>5</sup> Identiteta kot notranja psihološka kontinuiteta, že ustaljeni vzorci vedenja.



upokojitev, na katerih bi jih seznanili o značilnostih staranja, s preventivnimi ukrepi za zdravo starost in možnostjo socialne interakcije po upokojitvi« (Pentek 1995, 108). Starejše je potrebno spodbujati, da čim dlje ostanejo dejavni na številnih področjih. Poleg dejavnosti, povezanih z zaposlitvijo in družinskim življenjem, je zelo dobrodošlo tudi vključevanje v različne družbene dejavnosti, ki preprečujejo osamljenost in izolacijo. Tudi potovanja so dejavnost, ki lahko pomembno obogati življenje starostnika. Res je tudi, da vedno več starejših potuje. Povprečna starost potnikov in turistov je iz leta v leto višja. V Evropi je med odraslimi potniki več kot 8 odstotkov starejših od 60 let. Visoka starost sama po sebi ni omejitev za potovanja (Starostniki – seniorji na potovanju 2009).

### 3 »NOVI« STAREJŠI V TURIZMU

#### 3.1 Opredelitev turizma in razvoj turizma v konceptu staranja in starosti

Turizem je nenehno razvijajoč se, večrazsežnosten in raznovrsten družbeni pojav, tako da se v njegovo proučevanje nenehno vključujejo nove discipline, zaradi česar ga je tudi zelo težko jasno opredeliti. John Urry turizem opredeljuje kot »prostočasno dejavnost, nasprotje reguliranemu in organiziranemu delu. Je ena izmed manifestacij načina, kako sta organizirana delo ter prosti čas kot ločeni in regulirani sferi družbene prakse v »modernih« družbah. Vesti se kot turist je ena izmed značilnosti biti »moderen« in je vezana na velike spremembe znotraj plačljivega dela« (Urry 2002, 2).

Danes si ljudje pravzaprav ne moremo več predstavljati življenja brez potovanj in počitnic, verjamemo celo, da so potovanja nujno potrebna, saj naj bi obnavljala psihično in fizično zdravje. Potujejo pravzaprav vsi. »Včasih se zdi, kot da je ves svet v gibanju. Kot da so vsi, od zgodaj upokojenih, mednarodnih študentov, teroristov, članov diaspor, beguncev, »backpacker-jev«, organizatorjev počitnic, poslovnežev, sužnjev, športnih zvezd, iskalcev azilov, mladih mobilnih profesionalcev, prodajalk ljubezni in mnogih drugih, v sodobnem svetu našli biser iz školjke ali vsaj sodobni svet pojmujejo kot svojo usodo« (Urry 2007, 3).

Obseg potovanj je ogromen. Dnevno je v zračni promet vključenih 4 milijone potnikov, v zračnem prostoru ZDA se jih vsak trenutek nahaja 360 tisoč, kar lahko primerjamo z malo večjim mestom (na primer mestom Ljubljana). V svetovnem merilu potovanja in turizem predstavljajo največjo industrijo na svetu, vredno 6,5 milijarde dolarjev, kar predstavlja 10,3 odstotka svetovnega BDP-ja (bruto domačega proizvoda), 8 odstotkov izvoza ter 8 odstotkov celotne zaposlitve (Urry 2007, 3-4). Znatna rast turističnih dejavnosti jasno označuje turizem kot enega od najbolj izjemnih gospodarskih in družbenih pojavov prejšnjega stoletja. Število mednarodnih prihodov je v zadnjih nekaj desetletjih znatno raslo, s 25 milijonov mednarodnih prihodov leta 1950, na 806 milijonov prihodov leta 2005, kar znaša 6,5-odstotno povprečno letno rast. Napovedujejo, da bodo mednarodni prihodi leta 2020 na svetovni ravni dosegli 1,6 milijarde (World Tourism Organization). Kljub finančnemu zlomu in sledeči recesiji v sredini leta 2008 ter neodpornosti na gospodarski krč, je turizem gospodarski padec zaenkrat prenesel bolje od ostalih sektorjev, kot so gradbeništvo, nepremičnine in avtomobilska proizvodnja. Svetovna gospodarska kriza je od vseh regij na svetu najbolj prizadela evropski turistični

sektor, ki je sicer največji in najbolj zrel od vseh (World Tourism Organization). Vendar pa za obdobje naslednjih nekaj let kljub močnemu udarcu napovedujejo rast na vseh področjih turizma (World Travel and Tourism Council). Takšna je namreč dolgoročna napoved Svetovne turistične organizacije, Vizija turizma 2020<sup>6</sup> (»Tourism 2020 Vision«), katere utrjeni trendi naj bi se bistveno ne spreminjali. Pravzaprav je rast kljub upadu v zadnjih dveh letih celo rahlo preseгла pričakovanja. Sedaj se Svetovna turistična organizacija že ukvarja z dolgoročnim projektom napovedi turizma za leto 2030 (World Tourism Organization).

Kot je razvidno, je turizem v zadnjih šestih desetletjih doživel postopno rast in diverzifikacijo ter postal eden največjih in najhitreje rastočih svetovnih gospodarskih sektorjev. Ob boku tradicionalnim destinacijam, kot sta Zahodna Evropa in Severna Amerika, se je pojavilo mnogo novih. V državah v razvoju je delež mednarodnih turističnih prihodov nespremenljivo rasel, od 31 odstotkov leta 1990 na 45 odstotkov leta 2008. Potrošnja turistov je pomemben steber gospodarstev mnogih destinacij, predvsem določenih držav v razvoju, ker ustvarja veliko potrebnih delovnih mest ter priložnosti za napredek. Več kot 80 držav na svetu je leta 2008 zaslužilo več kot milijardo dolarjev le z mednarodnim turizmom (World Tourism Organization).

Najbolj obiskane destinacije in destinacije z najvišjimi prihodki od mednarodnega turizma se uvrščajo med »top deset« svetovnih turističnih destinacij. Na prva mesta so se leta 2008, kot že leta prej, uvrstile ZDA, Španija in Francija. Takoj za njimi pa so mesta zavzele Kitajska, Združeno Kraljestvo, Nemčija, Turčija ter Ukrajina in Mehika. Kot prejemnice so se na lestvico uvrstile tudi Avstralija in Avstrija (World Tourism Organization).

Biti turist je značilnost »moderne« družbe, saj dandanes ne dopustovati pomeni isto kot ne posedovati avtomobila ali lepe hiše. Je pokazatelj statusa in je potrebno za dobro fizično ter psihično zdravje. Čeprav je torej biti turist značilnost »moderne« družbe in je moderni turizem mlad pojav, ki je nastal kot posledica urbanizacije in industrializacije, pa ne pomeni, da v predmodernih družbah ni bilo organiziranih potovanj. Mnogi celo predpostavljajo, da je turizem star toliko kot samo človeštvo. Oblike turizma so namreč obstajale že v antični Grčiji

---

<sup>6</sup> Vizija turizma 2020 (»Tourism 2020 Vision«) je dolgoročni pogled in ocena razvoja Svetovne turistične organizacije (UNWTO) za prvih 20 let 21. stoletja. Bistveni rezultat te vizije je količinska napoved za obdobje 25 let, z letom 1995 kot osnovnim letom in napovedmi za leti 2010 in 2020 (World Tourism Organization).

in Rimu, kjer je obstajal širok vzorec potovanj z namenom preživljanja prostega časa in širjenja kulture. Med takšne turistične prakse bi lahko šteli obiskovanje termalnih kopališč, ki so bila zelo priljubljena zaradi toplih vrelic, počitka, zabave in sklepanja poslov. Vendar tedanja potovanja niso bila množičen pojav. Omejena so bila na najbogatejše sloje vladajoče elite in domena moških (Urry 2002, 4).

Začetke sodobnega turizma naj bi predstavljala industrijska revolucija konec 18. stoletja, kljub vsemu pa na splošno velja, da se je ta začel v Angliji v 17. stoletju z uveljavitvijo »Grand Tour«<sup>7</sup> za mlade aristokrate. V 18. stoletju je omenjena kulturna preizkušnja postala dostopna tudi sinovom srednjega razreda. Sledilo je obdobje industrializacije, v katerem je prišlo do velikih gospodarskih in družbenih sprememb, ki so pomembno vplivale na turizem. V Angliji se je začel organizirani turizem, kot ga poznamo danes in za katerega sta značilni množičnost in organiziranost. Tu je prve paketne počitnice organiziral Thomas Cook, leta 1845 pa je ustanovil tudi prvo turistično agencijo, imenovano »Cook & Son«. V tem času se je začela potovanj postopno udeleževati vedno večja populacija ljudi, vendar pa začetke množičnega turizma pripisujemo 30. letom 20. stoletja v ZDA, ko so začeli proizvajati na milijone avtomobilov in omogočili širitev prostočasnih priložnosti urbanim in suburbanim prebivalcem. Dejavniki, kot so povečanje števila lastnikov avtomobilov na več kot 2 milijona leta 1939 ter močno naraščanje letalskega transporta z več kot 200 milijoni prepotovanih milj leta 1938 ter liberalizacija, tehnološki napredek, gospodarska blaginja, razmah množičnih medijev, želja po avanturizmu in globalizacija, so vodili v največji razcvet turizma v petdesetih letih 20. stoletja. Tedaj so začeli potovati vsi, tako mladi kot tudi starejši, družine, pari in posamezniki. To je tudi obdobje razcveta množičnega turizma v Evropi, ki je na tej celini postal razširjen fenomen šele po drugi svetovni vojni (Urry 2002, 4-7).

Danes potujejo vsi, vključuje se tudi vedno več starejših, kar v preteklosti ni bil množičen pojav. Ena od najpogostejših napovedi o starejših potnikih je ta, da so ti dandanes drugačni od prejšnjih generacij in bodo tudi v prihodnje drugačni od današnjih. Avtorji večkrat trdijo, da boljše kot je zdravje ljudi in višji kot je življenjski standard, dejavnejši in bogatejši so starejši turisti. Vendar pa so študije in podatki o spremembah skozi čas med starejšimi v turizmu zelo redki. Četudi raziskave kažejo, da imajo starejši danes na splošno višje prihodke od preteklih generacij, in bodo več denarja vlagali v prostočasne dejavnosti, s čimer se bo delež starejših v

---

<sup>7</sup> Potovanja mladih aristokratov na celino z namenom pridobivanja novega znanja pred vstopom v svet odraslih (Urry 2002, 4).

turizmu le večal, pa je malo podatkov, ki bi omogočali obsežno primerjavo med današnjimi in preteklimi starejšimi potniki. Shoemaker zagotovi eno izmed redkih študij, ki primerja starejše potnike skozi čas. Rezultati primerjave starejših potnikov leta 1986 in leta 1996 pokažejo, da so starejši desetletje kasneje bolj vključeni v delo s skrajšanim delovnim časom, bolj se zanimajo za golf ter dietne obroke ter plačujejo s kreditnimi karticami. Manj pa jih zanima obiskovanje novih destinacij, nove izkušnje in ogledovanje lepih pokrajin (Moscardo v Buhalis in Costa 2005, 37). Povprečna starost potnikov in turistov je iz leta v leto višja. V Evropi je med odraslimi potniki več kot 8 odstotkov starejših od 60 let. Kot že rečeno, visoka starost sama po sebi ni omejitev za potovanja, res pa je, da starejši večkrat doživljajo omejitve glede mobilnosti, prav tako jih do večje vključenosti v potovanja omejuje slab dostop do različne zdravstvene oskrbe in posledično strah pred nezgodami. Nekateri se od doma ne odpravijo tudi zaradi osamljenosti po, na primer, izgubi partnerja, kar jih še bolj prikuje na domač kavč. Vendar pa potovanja tem starostnikom, ki se soočajo z raznimi izgubami, prinašajo tudi možnost še kako potrebnega družabnega stika. Turistični delavci sicer že odpravljajo omejitve glede mobilnosti in slabo dostopnostjo zdravstvenih storitev, kar bo starejšim omogočilo, da se bodo počutili varnejše in se posledično še več vključevali v potovalne in turistične dejavnosti. Tako lahko v prihodnje pričakujemo, še zlasti v Evropi in tudi na drugih celinah, vedno več starejših potnikov (Carter 2010).

Tudi ponudniki potovanj v turističnih agencijah in sami turistični delavci ugotavljajo, da so upokoјenci zanimiva, čeprav dokaj zahtevna družbena skupina. Raziskave kažejo, da se starejši ljudje čedalje pogosteje odločajo za potovanja, pri čemer navadno ne želijo, da bi jih agencije obravnavale drugače kot ostale potnike, saj bi kaj takšnega po njihovem mnenju imelo slabšalni prizvok nemoči in s tem krepek psihološki učinek. Pametne glave pri turističnih agencijah se še posebej potrudijo za upokoјence zunaj glavne turistične sezone, saj je ta skupina znana po obilici prostega časa in prihranjenega denarja. Če jih bodo uspešno privabili medse, pa lahko njihovi cekini znatno prispevajo k izboljšanju letne bilance. Tisti, ki so v jeseni življenja še vedno dejavni in imajo v povprečju nekoliko višje dohodke od drugih družbenih skupin, si lahko privoščijo daljša in razkošnejša potovanja (Carter 2010).

### 3.2 Generacija »baby boom« v kontekstu potovanj – »novi potrošniki«

Na vedno večji delež starejšega prebivalstva, predvsem v razvitih državah, vpliva tudi staranje t.i. generacije »baby boom«<sup>8</sup>. Ta številčno ogromna generacija je na prehodu v upokojitev, pripadniki prvega vala so leta 2006 dopolnili 60 let, tako da smo od tega leta dalje priča še hitrejši rasti v skupini starejših. Med leti 1946 in 1964 se je samo v Ameriki rodilo 76 milijonov otrok, ki predstavljajo kohorto, pomembno že zaradi svoje razsežnosti. To je generacija, ki je živela v dobrih časih, njeni pripadniki posedujejo več kapitala od predhodnih generacij, so bolj zdravi, bolj izobraženi in dejavnejši.

Leta 2004 so pripadniki te generacije v Združenem kraljestvu posedovali 80 odstotkov bogastva, kupili 80 odstotkov najboljših avtomobilov, 80 odstotkov križarjenj in 50 odstotkov vseh proizvodov za nego kože. V avstralskih raziskavah, ki jih je opravil raziskovalni center NATSEM na Univerzi v Kanberi, so ugotovili, da se je povprečno bogastvo starejših Avstralcev med leti 1986 in 1997 podvojilo, na kar kaže visoka stopnja lastniških domov in delnic v tej skupini ter visoke vrednosti pokojninskih prispevkov (Healy 2004, 11). Pripadniki te generacije so tudi bolj zdravi od predhodnikov, saj je bilo v zadnjih nekaj desetletjih ogromno napredka doseženega na zdravstvenem področju, kar se bo zagotovo nadaljevalo in še naprej daljšalo življenjsko dobo in vplivalo na kakovost življenja starejših. Prav tako so bolj izobraženi od predhodnikov, kar pomeni, da bodo več potovali, saj so izobrazba in potovanja povezani, ljudje z višjo izobrazbo namreč več potujejo (Statistics Canada).

»Staranje prebivalstva nudi mnogo priložnosti za gospodarstvo, da se odzove na potrebe starejših ljudi. Potrošniški trg bo zaradi večjega deleža starejših spremenil poudarek na ponudbah, prodanih bo na primer več golf palic kot surfarskih desk, vendar pa trendi kažejo, da bo »novi« starejši potrošnik porabil manj denarja za luksuzne dobrine in več za vnuke, prostočasne dejavnosti in rekreacijo« (Healy 2004, 40). Glede na nenehno večanje deleža starejšega prebivalstva bo potrošnja odraslih oz. starejših potrošnikov v naslednjih desetih letih zrasla na 61 odstotkov v primerjavi z današnjim povprečjem 32 odstotkov. Rast,

---

<sup>8</sup> Med pripadnike generacije »baby boom« štejemo osebe, rojene med demografskim »baby boom-om« po drugi svetovni vojni. Glede na to, da se izraz uporablja tudi v drugačnih, kulturnih kontekstih, je natančno definicijo težko opredeliti, ne le v svetovnem kontekstu, temveč tudi v ozkem kontekstu določenega področja. V uradih za popis prebivalstva pripadnike »baby booma« označujejo izključno kot osebe, rojene med leti 1946 in 1964 (Healy 2004, 35).

uspešnost in potrošniške navade starejših potrošnikov bodo oblikovale proizvodnjo in maloprodajne trge. »Srebrni trg se spreminja v platinastega« (Healy 2004, 37). »Skupina raziskovalcev pričakuje, da bo generacija »baby boom« v svojih upokojskih letih prej poskušala ohraniti svoj bogat način življenja, kot pa svoje bogastvo prenesla na naslednje generacije...« (The Australian Institute 2002 v Healy 2004, 37).

Pomembnost starejših kot tržnega segmenta v turizmu že nekaj let priznavajo tako sama turistična industrija kot tudi raziskovalci tega področja. Prebivalci v ZDA stari nad 50 let so že postali primarni tržni segment. Kombinacija višjega kapitala in več razpoložljivega časa pri ljudeh, ki se bolj vključujejo v prostočasne dejavnosti, prispeva k pojavu generacije zrelih potnikov. Ta generacija je prispevala k bledenju podobe homogene skupine, katere možnosti počitniških dejavnosti so opredeljene z omejitvami, ki jih prinaša kronološka starost in z njo povezane invalidnosti. Njen prihod je začel spreminjati podobo precejšnjega deleža zrelega trga (Lehto in drugi 2008, 238). Starejši potrošniški trg se pogosto dojema kot enotna skupina od generacije do generacije. Tem ljudem se zagotavljajo paketne počitnice in usluge, ki so vsesplošno privlačne. Več raziskav na področju gerontologije pa je pokazalo, da starejši potrošniki niso vsi enaki. Različne tipe potrošniškega vedenja v poznem obdobju je mogoče opredeliti z več dejavniki (Lehto in drugi 2008, 238).

Ko se generacija »baby boom« upokojuje, njihova »prezaposlenost« s samoizpolnjujočimi prostočasnimi dejavnostmi in izkušnje, kot tudi njihova sofisticiranost glede potovalnih produktov in uslug potovalno industrijo sooča z novimi izzivi in priložnostmi. Organizacija destinacij zahteva boljše razumevanje potreb in kupovalnih motivov prihajajočega zrelega trga, saj na področju ni dovolj raziskav, ki bi omogočile vse informacije o starejših potnikih in kaj je tisto, kar jih v določenih ponudbah pritegne. Predhodne raziskave določenih starostnih skupin pa glede na kohortne razlike ne bodo relevantne za današnje potrošnike enake starosti (Lehto in drugi 2008, 238). Zgodovinski, politični, gospodarski in družbeni dogodki določenega časa kot tudi tehnološki napredek, izobrazbene priložnosti in spremembe v življenjskem slogu posameznikov lahko namreč igrajo pomembnejšo vlogo v vplivu na držo, preference in vedenje starostnih kohort kot pa sama kronološka starost. Posledično nam razumevanje teh različnih dogodkov generacij lahko bolj pomaga razumeti potrebe in preference starejših. Tu lahko primerjamo generacijo »baby boom« ter »tiho generacijo«<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Strauss in Howe sta generacijo ljudi, rojenih med leti 1925 in 1945, ki so živeli v času Velike depresije in druge svetovne vojne, poimenovala »tiha generacija« (»Silent Generation«) (Lehto in drugi 2008, 238).

(»Silent Generation«). Pripadniki »tihe generacije« so zaradi težkih dogodkov, ki so jih doživeli (gospodarska kriza 30. let, druga svetovna vojna, itd.), previdnejši, manj se odzivajo na avanturizem in eksperimentiranje v potovalnih ponudbah. Pripadniki generacije »baby boom« pa so za razliko od svojih predhodnikov imeli dobre življenjske pogoje in so posledično bolj odprti glede političnih, kulturnih, rasnih, spolnih, itd., tabujev. Bolj se zanimajo za eksotične destinacije in avanturizem, za dejavnejše in samoizpopolnitvene prostočasne aktivnosti in izkušnje v poznem življenjskem obdobju. Podatki kažejo, da bo 73 odstotkov pripadnikov te generacije v svojih upokojskih letih veliko časa posvetilo hobijem in drugim osebnim interesom, vključno s potovanji. Ti starejši poudarjajo, da se na potovanjih morajo zabavati, iščejo bolj aktivne ponudbe, ki vključujejo več fitnesa in z zdravjem povezanih dejavnosti. Torej, predhodni starejši potniki so bolj iskali pasivne potovalne ponudbe in aktivnosti, današnji in prihodnji starejši pa se zanimajo za bogatejše izkušnje v dimenzijah kulture, zgodovine, narave, izobraževanja, avantur, avtentičnosti, itd. Pomembna jim je kvaliteta izkušenj na potovanjih. Ta nova generacija zrelih potnikov je glede na zanimanja za določen tip potovalnih izkušenj, bližje mlajšim generacijam, kot je na primer »generacija x«<sup>10</sup>, kot pa tradicionalnemu zrelemu trgu. Ko ta generacija v celoti prevzame segment, se bodo produkti in usluge starejšega turizma premaknili proti »divji« strani – dejavnejši starejši bo postal osrednji starejši potnik. Poleg prostočasne, potovalne in turistične industrije, bi se morale blagostanju starejše populacije posvetiti tudi industrije, predvsem v razvitih državah. »Soft nature« turizem (mehki turizem) in kulturni turizem ter ogledovanje znamenitosti, so turistične dejavnosti, priljubljene med zreliimi potniki, ki bodo tudi v prihodnje med in mleko tega turističnega segmenta (Lehto in drugi 2008, 239-249).

Raziskave, ki so jih izvedli v Nemčiji, so pokazale, da današnji starejši potujejo veliko več kot so starejši v zgodnjih 70ih letih prejšnjega stoletja. To je sprememba, ki jo pogosto imenujejo »novo vedenje«, skupino starejših pa »novi starejši«. Kljub vsemu so to le prerezni podatki, ki niso zadostni, da bi lahko odgovorili na vprašanje, ali so se vzorci teh ljudi dejansko res spremenili. Pomembno se je namreč vprašati, ali je to dejansko »novo potovalno vedenje« - predvsem v primerjavi z vedenjem iste generacije, istih ljudi deset ali 20 let prej. Ali pa je to le »nov vzorec« v primerjavi z drugimi starejšimi ljudmi eno ali dve desetletji prej? Pomembno si je ogledati spreminjajoče se potovalno vedenje iste generacije v procesu staranja. Leta 1971 je, na primer, potovalo 55 odstotkov ljudi, starih 25 let. Deset let kasneje,

---

<sup>10</sup> Ljudje rojeni med leti 1965 in 1976.



ko so bili ti ljudje dopolnili 35 let, jih je potovalo 63 odstotkov, leta 1990 pa 79 odstotkov. V letu 1999, ko so dopolnili 54 let, je 79 odstotkov te skupine še vedno potovalo. Vidimo, da se nagnjenje k potovanjem do srednjih let povišuje, ob dosegu srednje faze življenjskega cikla pa se vključenost v potovanja nekako stabilizira. Nekje pri 75. letu starosti je na splošno viden majhen upad števila starostnikov, ki potujejo. Podatki kažejo, da je razlog za drugačno potovalno vedenje današnjih starejših potnikov od predhodnih le to, da je to danes druga generacija. Razlog za razvoj trga »novih« starejših so različni vedenjski vzorci vsake nove generacije, ki se razlikuje od predhodne (Lohmann in Danielsson 2001, 360-361).

### 3.2.1 Teorija kontinuitete

Teorija kontinuitete<sup>11</sup> predpostavlja, da so ljudje v procesu staranja nagnjeni k ohranjanju dolgo obstoječih vzorcev vedenja, ki so jim najbližji. Tako zgodnja socializacija, povezana s skupnimi izkušnjami »mega« dogodkov in okoliščin v življenju vsake generacije, oblikuje skupne generacijske drže, ki ostajajo, ko se kohorte starajo. Generacijske vrednote, drže in preference se upirajo spremembam, ki jih prinaša starostni življenjski slog, saj predhodna leta pomagajo opredeliti to prednostno naravnost posameznika skozi življenje (Lehto in drugi 2008, 239-240).

Več longitudinalnih raziskav je potrdilo, da potovalne vzorce in vedenja različnih kohort starejših potnikov bolj usmerjajo medgeneracijske razlike in življenjske izkušnje kot pa razlike v skupinah različnih kronoloških starosti. Ta tip raziskav lahko turistični industriji pomaga pri oblikovanju produktov, dejavnosti in potovalnih izkušenj, ki jim bodo v prihodnje naklonjeni starejši, predvsem »baby boom« generacija, ki se korenito razlikuje od predhodnikov. Če se tega ne bodo lotili, jim verjetno ne bo uspelo (Lehto in drugi 2008, 240).

---

<sup>11</sup> Teorija kontinuitete (Atchley) trdi, da ko se ljudje starajo, ohranijo že dolgo obstoječe vzorce vedenja, ki so jim najbližji (Lohmann in Danielsson 2001, 240).

#### **4 STARANJE PREBIVALSTVA IN TURIZEM: TRENUTNA SITUACIJA IN POGLED VNAPREJ**

Prebivalstvo na svetu doživlja proces revolucionarne rasti, povezane z množičnim preseljevanjem, hitrim staranjem in vse večjo urbanizacijo in zgoščanjem prebivalstva, naraščajočo neenakomerno porazdelitvijo bogastva in življenjskih priložnosti, položajem žensk ter samim potekom življenja. Eden najboljširnejših demografskih trendov na svetu je staranje prebivalstva, predvsem v razvitih državah. Ta družbeni pojav je vzbudil precejšnje zanimanje akademskih, vladnih in medijskih krogov. Oblikovale so se številne napovedi glede vpliva tega trenda na različne sektorje, vključno s turizmom (Moscardo v Buhalis in Costa 2005, 30). Starost se je dokazala kot pomemben dejavnik človeškega vedenja in ekonomskega povpraševanja. Globoke demografske spremembe, kot je trend staranja in prevlada velike generacije »baby boom«, globalno vplivajo tako na turizem kot na pristočasno in potovalno industrijo ter na ostale sektorje v družbi. Dejavnije udejstvovanje v prostem času, pogostejša potovanja in spremenjene potrebe starejših spodbujajo razvoj novih proizvodov. David Foot, ki raziskuje pomembnost in potrebe starajoče populacije v pristočasnih dejavnostih, trdi, da »so se starejši potniki razvili v hitro rastoči in perspektivni segment, posledično pa so se oblikovali novi pristočasni in turistični proizvodi, da lahko ustrezajo njihovim specifičnim potrebam. Takšen primer so hoteli v Avstriji in Nemčiji za ljudi stare nad 50 let« (Weiermair, Mathies 2004, 19).

Demografija je eden izmed zunanjih dejavnikov, ki oblikujejo turistične zahteve in razvoj. Tako se spremembe v svetovni demografiji štejejo kot ključne za prihodnost turizma. Potrebno je poudariti, da kljub pomembnosti demografskih sprememb ni mogoče trditi, da vse demografske spremembe vplivajo na vzorce potovanja in turizma. Poročilo nemškega zveznega ministrstva za gospodarstvo in tehnologijo poudarja, da »demografske spremembe vplivajo na turizem le, če se pojavijo v tistih skupinah (starejši ljudje, otroci samohranilci, itd.), ki so bodisi veliko večje bodisi veliko manjše po obsegu, in katerih vedenje se razlikuje od ostalih skupin« (Svetovna turistična organizacija in Evropski potovalni in turistični svet 2010, 19). Rast svetovnega prebivalstva ter njegovo staranje bosta tako v prihodnje pomembno vplivala na turistične številke in oblikovanje ponudb. Z razcvetom in bogatenjem gospodarstva si večji del prebivalstva lahko privošči potovanja. Število mednarodnih turističnih prihodov, kot delež svetovnega prebivalstva, se je s 6,2 odstotka leta 1980, dvignilo na 13,7 odstotka leta 2008. Napovedan dvig bogastva v prihodnjih letih bo še večjemu številu ljudi, predvsem tistim v razvitem delu sveta, omogočil, da se bodo lahko vključevali v

mednarodna potovanja (World Tourism Organization and European Travel Commission 2010, 15).

S spreminjanjem demografskega profila držav po svetu prihajajo v ospredje zadeve, ki so večinoma le posredno povezane s samimi demografskimi spremembami. To so uporaba tehnologije, okoljski pomisleki, avanturizem, odnos ljudi do turizma in potovanj, itd. Če bodo stari in mladi ljudje imeli različne poglede in odnos do njih, se bo tudi turizem temu prilagajal. Višanje dohodka po svetu vpliva na vse demografske skupine, tako na stare kot mlade. Ljudje si ne le lahko privoščijo vedno več izdelkov in storitev, spreminja se tudi pogled na delo, prosti čas ter odnos med obema. V zadnjem času je mogoče opaziti skrajševanje delovnega časa in posledično več prostega časa, ki ga ljudje lahko namenijo potovanju, osebostnemu razvoju in prostočasnim dejavnostim. Ta trend ni viden le v Evropi in ZDA, temveč tudi v južni Aziji in Latinski Ameriki. Krčenje delovnih ur bo znatno podprlo rast svetovne turistične industrije. Seveda je recesija v zadnjih dveh letih v velikem delu sveta utrdila vrednost denarja in časa v zavesti ljudi, kar bo po vsej verjetnosti privedlo do bolj razvejane turistične ponudbe, poceni turističnih ponudb ter turistov, ki bodo potovali ob koncu tedna (World Tourism Organization and European Travel Commission 2010, 47).

#### **4.1 Življenjski slog in turizem**

S spreminjanjem demografskega profila držav po svetu prihajajo v ospredje zadeve, ki so večinoma le posredno povezane s samimi demografskimi spremembami. To so uporaba tehnologije, okoljski pomisleki, avanturizem, odnos ljudi do turizma in potovanj, itd. Če bodo stari in mladi ljudje imeli različne poglede in odnos do njih, se bo tudi turizem temu prilagajal. Višanje dohodka po svetu vpliva na vse demografske skupine, tako na stare kot mlade. Ljudje si ne le lahko privoščijo vedno več izdelkov in storitev, spreminja se tudi pogled na delo, prosti čas ter odnos med obema. V zadnjem času je mogoče opaziti skrajševanje delovnega časa in posledično več prostega časa, ki ga ljudje lahko namenijo potovanju, osebostnemu razvoju in prostočasnim dejavnostim. Ta trend ni viden le v Evropi in ZDA, temveč tudi v južni Aziji in Latinski Ameriki. Krčenje delovnih ur bo znatno podprlo rast svetovne turistične industrije. Seveda je recesija v zadnjih dveh letih v velikem delu sveta utrdila vrednost denarja in časa v zavesti ljudi, kar bo po vsej verjetnosti privedlo do bolj razvejane turistične ponudbe, poceni turističnih ponudb ter turistov, ki bodo potovali ob koncu tedna (World Tourism Organization and European Travel Commission 2010, 47).

Med vrednote in stališča, najbolj povezana s starostnimi razlikami, sodijo: vzpon »kozmpolitanskih mednarodnikov«<sup>12</sup>, rast etičnih pomislekov (povezana z mlajšimi generacijami, čeprav se vključujejo posamezniki vseh starosti, ki so neposredno povezani z mednarodnim kozmpolitanskim pogledom), zavedanje o okoljskih problemih (zanje so pomembni »zeleni« dejavniki potovanja in turizma, »eko« turizem; tu so predvsem pomembni mlajši posamezniki, ki bodo leta 2030 stari okrog 50 let) ter avanturizem (v zadnjem času je bil v razvitih državah viden porast t.i. avanturnega turizma, ki naj bi ga staranje prebivalstva prej upočasnilo kot pa kaj drugega, res pa je tudi, da se današnji starejši zanj vedno bolj zanimajo) (World Tourism Organization and European Travel Commission 2010, 54-55).

Vsi omenjeni dejavniki, vsak na svoj način, vodijo v razdrobljenost okusov. Vse večja raznolikost potrošniških okusov je jasen trend v razvitih državah, počasi pa se seli tudi v države v razvoju. S povečanjem prostega časa, vedno večjim dohodkom držav, bolj ustvarjalnimi ponudbami in globalizacijo prihajajo ljudje do novih zamisli in priložnosti. Pri trženju in komunikacijah je danes in v prihodnosti pomembna sposobnost prepoznavanja potreb turistov ter vedno novih segmentov, za katere bo potrebno poskrbeti (World Tourism Organization and European Travel Commission 2010, 55).

Če se osredotočimo na generacijo »baby boom«, ki je trenutno na prehodu v upokožitev in predstavlja trenutne in prihodnje starejše, lahko povemo, da bo njihov življenjski slog, ki se izredno razlikuje od življenjskega sloga preteklih generacij starejših v dobri meri oblikoval turistične ponudbe. Ti ljudje so živeli v dobrih časih, bili so priča vsestranskemu napredku na več družbenih področjih (enakopravnost spolov, ras, tehnološki napredek, napredek v zdravstvu, boljše izobraževalne priložnosti, liberalizacija, itd.), kar jim je omogočilo višjo stopnjo izobrazbe, višje dohodke, bolj liberalno razmišljanje in boljše fizično zdravje. To so ljudje, ki so se naučili uživati, že imajo potovalne izkušnje in ki bodo v prihodnosti iskali vedno nove potovalne možnosti, ostali dejavni in osebno še naprej rasli. Posledično bo moral turizem iskati vedno nove rešitve in oblikovati ponudbe, ki bodo v skladu z njihovo sofisticiranostjo okusov.

---

<sup>12</sup> »Kozmpolitanski mednarodniki« so tisti posamezniki, ki sami sebe dojemajo kot svetovne državljane, ter tisti, ki so vključeni v mednarodne državne mreže preko humanitarnih in drugih organizacij, ki se potegujejo za globalne človekove pravice.

#### **4.2 Smeri razvoja bodočega turizma glede na staranje prebivalstva in primeri uspešnega pristopa na vedno večji trg starejših turistov**

Rastoči delež starejših prebivalcev v Evropski skupnosti in ostalih industrializiranih državah, kot sta ZDA in Japonska, postaja velik marketinški izziv za turistično industrijo. Z njim se bo spopadala v 21. stoletju. Glede na napovedano rast trga starejših bo postalo posebej pomembno oblikovati specifične tržne strategije za zadovoljitev potreb starejših turistov. Nekateri zatrjujejo, da obstaja tesna povezava med potovalnimi navadami današnjih in prihodnjih starejših. Drugi pa predpostavljajo, da turistično povpraševanje in potovalne navade niso nujno starostno določeni, temveč generacijsko (Lohmann in Danielsson 2001, 357).

Staranje prebivalstva bo pripeljalo do mnogih novih trendov na področju turizma. Že danes je viden preobrat od družinskih potovanj k potovanjem skupin starejših odraslih, za kar je predvsem odgovorna generacija »baby boom«, katere otroci so odrasli in potujejo brez svojih staršev. Trenutno je na turističnem trgu močno povpraševanje s strani starejših. Shoemaker trdi, da »v ZDA prebivalci, stari od 55 do 64 let, porabijo povprečno 7,1 odstotka gospodinjanskega dohodka za potovanja, prebivalci, stari nad 65 let, pa za potovanja namenijo 10,8 odstotka gospodinjanskega dohodka« (Moscardo v Buhalis in Costa 2005, 32).

Tako kot je malo podatkov o starejših v turizmu skozi čas, je bilo opravljenih tudi malo raziskav, ki bi potrjevale značilnosti, ki starejše turiste ločijo od ostalih starostnih skupin. Veliko raziskav namreč ne zagotovi primerjave med različnimi starostnimi skupinami, temveč le opiše starejše potnike oz. seniorje, vključene v turizem. Večinoma se osredotočijo le na določen tip starejših turistov, na primer na tiste, ki se odločajo za paketne počitnice. Horneman s kolegi (Horneman in drugi v Buhalis in Costa 2005, 32) pripravi enega od redkih pregledov, ki razlikuje med študijami, ki so le označile starejše turiste, in tistimi, ki so jih primerjale z ostalimi starostnimi skupinami. Ta pregled poudari, da starejši turisti v primerjavi z ostalimi starostnimi skupinami:

- dlje ostanejo na določeni destinaciji,
- zapravijo več denarja in
- pogosteje obiskujejo prijatelje in sorodnike.

Starejše potnike naj bi privlačil določen tip potovanj. Tako Pearce trdi, da se

*...starejši pogosteje odpravijo na potovanje, ki vključuje dolgo vožnjo na zeleno destinacijo, kjer ostanejo daljše časovno obdobje. Ponavadi so to toplejše destinacije v zimskem času. Fleischer in Pizam poročata o močni povezavi med starejšimi potniki in paketnimi počitnicami, ki zlasti vključujejo na primer križarjenja (Moscardo v Buhalis in Costa 2005, 32).*

Raziskava »The Travel Activities and Motivation Survey« - TAMS v ZDA in Kanadi je potrdila, da se pripadniki generacije »baby boom« od predhodne generacije starejših razlikujejo po zanimanju za določen tip ponudb. Pokazala je tudi naslednje skupne značilnosti, pomembne za vse starejše na potovanjih ne glede na generacijo: počitek, sprostitve in obnovitev (81 odstotkov), obisk prijateljev in sorodnikov (74,1 odstotek) in preživljanje kakovostnega časa z družino (68,5 odstotka) (Lehto in drugi 2008, 240).

Sicer se vključenost v športne dejavnosti s starostjo zmanjšuje, vendar pa so golf, hoja in pohodništvo dejavnosti, pri katerih se vključenost s starostjo povečuje. Predvsem starejše ljudi pritegne igranje golfa, saj sta ključna vidika tega športa prosti čas in denar, ki se ga lahko zanj porabi, kar za današnje starostnike ne predstavlja težave. Raziskovalci menijo, da je povezava golfa in turizma zmagovalna kombinacija za prihodnost. Vključenost v športe, kot sta smučanje in kolesarjenje, pa se s starostjo zmanjšuje, tako da se bodo v prihodnje ti trgi glede na celotno populacijo zmanjšali. Podatki razkrivajo, da se današnja generacija starejših bolj zanima za dejavnejše potovalne ponudbe, ki vključujejo npr. fitness in športne dejavnosti na prostem (Statistics Canada).

Današnji starejši so izobraženi, izkušeni potniki, ki lahko postanejo zahtevnejše, zrele potovalne stranke 21. stoletja. Izdelki in storitve, ki lahko ustrezajo prefinjenim okusom teh potnikov in se znajo obenem približati občutljivosti starejših, so danes in v prihodnosti lahko zmagovalna kombinacija (Statistics Canada).

Čeprav podatki kažejo, da so današnji starejši bolj zdravi in dejavnejši ter se veliko vključujejo v potovanja, pa ostajajo določene omejitve, ki starejšim preprečujejo še večjo vključenost v turizem. Tem omejitvam se mora turistični sektor še posebej posvetiti. Poleg omejitev v povezavi z mobilnostjo (starejši katerekoli generacije so kljub vsemu manj mobilni kot mlajše kohorte) so dejavniki, ki omejujejo potovanja pri starejših, naslednji:

- pomisleki glede varnosti,
- zdravstvene težave,
- razpoložljiv čas,
- stroški,
- družinske obveznosti,
- pomanjkljive informacije o primernih možnostih.

Fleischer in Pizam menita, da se eden od nizov omejitev, značilnih za starostnike, navezuje na sprejemanje in obravnavo s starostjo povezanih omejitev. Starostniki se namreč lahko pretirano obremenjujejo z mnenjem drugih ljudi o njihovem vedenju. To vpliva tudi na njihovo zaupanje v lastne zmožnosti (Moscardo v Buhalis in Costa 2005, 35).

Kljub omejeni dostopnosti do informacij o značilnostih starejših potnikov in problemom, povezanim z natančnostjo in podrobnostim napovedi glede turističnega trga, je trenutno očitna visoka stopnja povpraševanja znotraj skupine starejših. Tabela 4.1 (glej Tabela 4.1) prikazuje nekatere načine, s katerimi se je turistični segment odzval na ta povpraševanja in zahteve z razvojem turističnim izkušenj za ljudi v tretji starosti. Kot je razvidno iz tabele, je v ponudbah za starejše močan poudarek na izobraževalnih dejavnostih, »all-inclusive« ponudbi ter majhnih skupinah z organiziranim vodenjem, vključno s križarjenji in izleti. Nekatera podjetja so celo začela ponujati usluge, ki pomagajo neodvisnim potnikom. Večina podjetij določi svojo starostno mejo pri 50 let ali več.

Omembe vredna primera oblikovanja turističnih ponudb za starejše sta zagotovo tudi »One stop shop« za dostopen turizem v Evropi (vse na enem mestu) in zdravstveni turizem v Indiji. S podaljševanjem pričakovane življenjske dobe je velik delež sedanjih turistov starejši kot v preteklosti, kar pomeni vedno več turistov z omejeno mobilnostjo. Tu je razvidna tržna niša kakor tudi potreba po storitvah, ki bi poskrbele za te skupine in odprle turizem za tiste, ki so bili prej izvzeti. Evropske potovalne agencije so že začele upoštevati staranje evropskega prebivalstva ter oblikovale mnogo kampanj, katerih ciljna skupina so starejši in invalidi. Tako je na primer Evropska komisija uveljavila projekt »One Stop Shop for Accessible Tourism in Europe«<sup>13</sup> (OSSATE, vse na enem mestu), ki zagotavlja informacije ter različne vire za starejše in invalidne turiste, da bi povečali njihovo vključenost v turistične dejavnosti. Projekt ima dve sestavini. Na eni strani spodbuja boljše ustanove in dostopnosti starejšim in

---

<sup>13</sup> OSSATE- »vse na enem kraju«, ki zagotavlja informacije ter različne vire za starejše in invalidne turiste, da bi povečali njihovo vključenost v turistične priložnosti.

invalidnim turistom po svetu, kot je na primer izboljššan dostop za invalidske vozičke. Tu se poudarja pristop menedžerjev in ostalih delavcev ter drugih v storitvenem sektorju, ki naj bi bil prijazen do invalidov. Druga sestavina pa je širjenje informacij o teh storitvah po Evropi (World Tourism Organization and European Travel Commission 2010, 23).

**Tabela 4.1: Primeri storitev v turizmu za starejše**

<i>Podjetje/ organizacija</i>	<i>Ključne značilnosti</i>
1. »Elderhostel« (večnacionalni hostel za starejše) <a href="http://www.elderhostel.org/welcome//home.asp">http://www.elderhostel.org/welcome//home.asp</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neprofitna organizacija, ki zagotavlja izobraževalna potovanja za starejše stare 50 let in več</li> <li>• Skoraj 10 tisoč »all-inclusive« programov vsako leto v 100 različnih državah</li> <li>• Primeri trenutnih programov: programi učenja jezikov v centralni Ameriki, itd.</li> </ul>
2. »50Plus Expeditions« (ZDA, odprave za ljudi starejše od 50 let), <a href="http://www.50plusexpeditions.com/">http://www.50plusexpeditions.com/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dejavna, avanturna, »all-inclusive« potovanja v majhnih skupinah za potnike stare 50+</li> <li>• Primeri trenutnih programov: afriški safariji, križarjenja po Antarktiki ter gorsko kolesarjenje po Evropi</li> <li>• Neodvisne potovalne možnosti</li> </ul>
3. »Odyssey Travel« (Avstralija), <a href="http://odysseytravel.com.au/">http://odysseytravel.com.au/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izobraževalna potovanja za ljudi stare 50+</li> <li>• »All-inclusive« paketi v Avstraliji in Novi Zelandiji</li> <li>• Neodvisne potovalne možnosti</li> </ul>
4. »50+ Travel & Learn« (Nova Zelandija), <a href="http://www.newzealandeniortravel.com/">http://www.newzealandeniortravel.com/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• »All-inclusive« izobraževalna potovanja v majhnih skupinah v Novi Zelandiji za odrasle stare 50+</li> </ul>
5. »SAGA Holidays« (ZK), <a href="http://sagaholidays.com/">http://sagaholidays.com/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mednarodna križarjenja in paketi počitnic s poudarkom na starejših potnikih</li> </ul>
6. »Valor Tours« (ZDA), <a href="http://valortours.com/">http://valortours.com/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• »All-inclusive« potovanja, ki se osredotočajo na vojaško zgodovino za vojne veterane</li> </ul>
7. »Canyon Reach Health Resort« (ZDA – optimalni programi staranja), <a href="http://canyonranch.com/optimal_ageing/">http://canyonranch.com/optimal_ageing/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Specifični enotedenski programi, ki jih ponuja Resort za razvoj zdravja in daljše življenje</li> </ul>

Vir: Moscardo v Buhalis in Costa (2005, 38).

Primer uspešnih in stroškovno učinkovitih prizadevanj za pridobitev starejšega prebivalstva je tudi zdravstveni turizem. Starajoče se zahodne populacije, preobremenjeni zdravstveni sistemi in ugodni menjalni tečajji so vedno več ljudem omogočili potovanje v tujino na poceni operacije. Indija je znana po številnih visoko usposobljenih zdravstvenih specialistih in



zgodovini, ko je zagotavljala zdravnike in kirurge na Zahodu, zaradi česar se je sposobna uveljaviti kot zanesljiva država s cenejšimi alternativami za medicinske operacije, ki bi v Evropi stale več deset tisoč evrov. »Operacija na srcu v Franciji stane približno 13 tisoč funtov, medtem ko enaka operacija v Bangalorju stane 4.300 funtov«. Leta 2005 je 15 tisoč turistov obiskalo Indijo zaradi operacij in ostalih posegov. Medtem ko se evropsko prebivalstvo stara, trg zdravstvenega turizma na tem koncu sveta hitro raste (World Tourism Organization and European Travel Commission 2010, 16).

Vedno daljša življenjska doba zagotovo podaljšuje obdobje, v katerem so starejši ljudje dejavni potniki in turisti. To potencialno pomeni povečan prihodek z učinkovitimi tržnimi tehnikami (zlasti programov o upravljanju odnosov), ki turiste pritegnejo v zgodnji dobi in tako kar najbolj podaljšajo »življenjsko vrednost« odnosa. Tako bomo morali začeti lateralno razmišljati glede programov lojalnosti (npr. lojalnostne sheme, ki se uporabljajo v več sektorjih, do celo nacionalnih shem). Končno bodo »življenjska stopnja« in »življenjski dogodki« lahko pomembni kazalniki potreb in želja turistov in ne le kazalniki staranja. Ker ljudje živijo dlje in so izpostavljeni vrsti socialnih sprememb (ločitve, druga družina, več dostopa do izobraževanja, spremembe v karieri), postaja življenjski potek manj linearen. V teh okoliščinah bodo segmentacije, ki temeljijo na starosti manj uporaben kazalnik verjetnih potreb turista kot tiste, ki temeljijo na življenjski stopnji ali na najbolj nedavnih pomembnih dogodkih v življenju (World Tourism Organization and European Travel Commission 2010, 57-59).

Turizem »tretje starosti« pa nudi tudi nekatere zanimive priložnosti za razvoj destinacij. Kljub vedno večji vključenosti starejših v zaposlitev, bodo namreč starejši potniki še naprej imeli manj časovnih omejitev od ostalih starostnih skupin in posledično nudili destinacijam možnost, da bodo rešile sezonske težave. Podatki kažejo, da se starejši v veliki meri zanimajo za kulturo in izobraževalne sloge potovanj, kar zagotavlja potencialni trg za razvoj ruralnih in perifernih destinacij. Medtem ko je individualno turistično trgovanje, predvsem na področju skupinskih potovanj in nastanitve, začelo raziskovati in se osredotočati na ta razvijajoči se turistični trg, se zdi, da je le malo destinacij razmislilo o načinih, na katere bi lahko postale bolj »seniorsko« usmerjene. Končno morajo biti raziskovalci in turistični praktiki previdni glede posvojitve stereotipov, ki temeljijo na starosti. Vendar pa vseeno ne smejo prezreti resničnih omejitev, ki izhajajo iz fizičnega staranja. Tako bodo morali turistični delavci razviti zdravstvene usluge kot del turističnih proizvodov. Najobširnejši izziv za raziskovalce na tem

področju bo v prihodnosti preiskati ustanove in usluge, ki pritegnejo starostnike, vendar istočasno ne ustvariti občutka negativne izolacije (Moscardo v Buhalis in Costa 2005, 39).

Težko je dobiti veljavne in zanesljive podatke o prihodnosti starejših v turizmu. Mnogo tržnih raziskovalcev se je trudilo pridobiti prihodnje potovalne vzorce starejših prebivalcev. Takšni projekti niso le poskušali določiti, koliko starejših bo potovalo, temveč so poskušali oceniti in določiti nekatere vidike prihodnjega vedenja starejših potnikov. Vendar pa so vse te raziskave temeljile na preprosti predpostavki, da obstaja tesen odnos med potovalnimi navadami preteklih, sedanjih in prihodnjih starejših turistov. Tu se poraja vprašanje, ali je to veljavna predpostavka. Za podroben odgovor na to vprašanje bi se morala izvesti longitudinalna kohortna študija, ki bi lahko spremljala posameznikove potovalne vzorce čez celotni življenjski cikel. Vendar bi se takšen raziskovalni projekt srečal z več praktičnimi problemi. Njegova izvedba bi bila izredno draga in za kakršnokoli obdelavo podatkov bi morali čakati desetletja (Lohmann in Danielsson 2001, 359).

Ugotovili smo torej, da potovalne navade ljudi niso v tolikšni meri odvisne od same starosti, temveč se značilnosti današnjega novega trga starejših ujemajo z vzorci, po katerih so se ti ljudje ravnali pred 15 leti. Z drugimi besedami, današnji 50-letniki bodo še naprej potovali v enaki meri kot danes. Te informacije omogočajo zanesljivejše napovedi za prihodnost. Tako vidimo, da se nagnjenje starejših k potovanjem v prihodnosti ne bo zmanjšalo, kvečejmu se bo povečevalo. Prihodnja generacija starejših bo pa zagotovo imela drugačen sklop potovalnih preferenc od sedanje generacije. Ti ljudje bodo namreč bolj izkušeni potniki. Verjetno bodo potovali na druge destinacije kot pretekli starejši in želeli videti druge stvari ter s potovanj odnesti drugačne izkušnje (Lohmann in Danielsson 2001, 362).

Ob upoštevanju izredno naglega povečevanja deleža oseb starih 60 let ali več v razvitih državah si bo le malo turističnih ponudnikov lahko privoščilo, da ne bi vlagali truda in vzbujali interesa v tej starostni skupini. Tako bodo rezultati raziskav o starejših v prihodnje zanimivi za vse vključene v turistično industrijo. Tako si bodo turistični ponudniki lahko odgovorili na vprašanje, ali se bodo ti »novi seniorji« vedli kot pretekli starejši prebivalci, bodo prevzeli enake potovalne navade od predhodnih generacij, ali postali trg »oldies but goldies« (»bogati starejši«) za turistično in pristočasno industrijo?

Vsak turistični ponudnik se mora odzvati na prihodnji razvoj in ugotoviti, kaj zanje pomeni ta razvoj starostne strukture, ter razviti posamezne rešitve za uskladitev in zadovoljitev potreb prihodnjih generacij starejših prebivalcev. Zagotovo pa generacije 60 +, ki bodo leta 2025 tvorile petino prebivalstva na Kitajskem, četrtno v ZDA ter celo tretjino v Nemčiji, na Japonskem in v Italiji, ne bodo sprejele, da se jih dojema kot eno samo ciljno skupino. Do njih bo potrebno pristopiti na več načinov glede na njihove interese in zdravje. Večina se ne bo sprijaznila s preprosto oznako »senior«.

## 5 EMPIRIČNI DEL

### 5.1 Analiza intervjuja

V empiričnem delu diplomskega dela sem uporabila kvalitativno metodo zbiranja podatkov s pol-strukturiranim intervjujem.

Kvalitativno raziskovanje temelji na poglobljenem pridobivanju informacij o določenem družbenem pojavu. Kvalitativni podatki so, za razliko od kvantitativnih, ki so v številčni obliki, navadno predstavljeni z besedami. »To je lahko opis skupine ljudi, ki živijo v revščini, in zagotavlja celovito ter poglobljeno poročilo o njihovem načinu življenja ali posnetek intervjuja, v katerem ljudje opisujejo in razlagajo svoje stališče do religije in svoje religiozno izkustvo« (Haralambos in Holborn 2001, 822-823).

Za analizo kvalitativne metode je pomembno oblikovati določeno predpostavko, ki jo nato uporabimo v interpretaciji, oblikovani na podlagi odgovorov, iz katerih izpeljemo kvalitativno razlago preučevanega problema. Intervju je najbolj značilna oblika kvalitativne metode družboslovnega raziskovanja. Lahko je različnih oblik, odvisno od njegove strukture. Strukturiran intervju je vprašalnik, ki ima predvidena vprašanja, od katerih se nikakor ne sme odstopati. Nestrukturiran intervju je druga skrajnost, ko spraševalec nima vnaprej pripravljenih vprašanj. Večina intervjujev se uvršča med ti dve skrajnosti. Tak intervju imenujemo pol-strukturiran intervju, ki je prožen in omogoča zastavljanje novih vprašanj med samim intervjujem glede na odgovore intervjuvanca (Haralambos in Holborn 2001, 847).

V svoji kvalitativni raziskavi sem za intervjuvanko izbrala predstavnico oz. direktorico turistične agencije Relax, Karmen Kosec. To agencijo sem izbrala, ker je ena redkih agencij pri nas, ki se posebej osredotoča na starejše potnike in ponuja posebne turistične ponudbe za »seniorje«.

Iz intervjuja z direktorico Relaxa sem želela izvedeti čim več o tem, kako se turistični sektor v praksi spoprijema s staranjem prebivalstva. Zanimalo me je, ali se na starejše turiste osredotočajo posebej in jih dojemajo kot pomembno ciljno skupino ter zanje pripravljajo posebne ponudbe, ki so prilagojene njihovim interesom in potrebam. Zanimalo me je tudi, katera starostna skupina je zanje najpomembnejša. Zato sem intervjuvanki postavila vprašanja: *Delež starejšega prebivalstva je vsako leto večji, predvsem v razvitih državah, kar velja tudi*

*za Slovenijo. Ali to vpliva na vaše turistične ponudbe? Imate ponudbe, ki jih pripravljate le za starejše ljudi? Ali ima vaša agencija ciljno starostno skupino, ki se ji najbolj prilagaja ob oblikovanju ponudb, ali poskušate zajeti vse starostne skupine v enaki meri?*

Na prvo izmed zgornjih dveh vprašanj mi je odgovorila pozitivno, torej, da se v njihovi agenciji posebej osredotočajo na starejšo populacijo turistov, zanje namreč vsako leto izdajo posebne ponudbe, ponudbe za srednje-starejšo generacijo. To so senior programi (gre za populacijo 40+). Ponudbe za starejše so v agenciji usmerjene v dve področji. Eno predstavljajo klubi (klubska druženja, animacija, itd.), drugo pa počitnice (tisti, ki želijo preživeti počitnice individualno). V njihovi senior ponudbi so prav tako organizirani ali lastni prevozi in predvsem termini pred in po sezoni.

Iz odgovora na drugo vprašanje sem ugotovila, da se v turistični agenciji Relax osredotočajo na vse starostne skupine in jih želijo zajeti v svoje ponudbe, najbolj pa se osredotočajo na družine, za katere imajo razvit produkt poletnih počitnic, ter starejšo populacijo, za katero izdajo poseben katalog »senior počitnic«. Osredotočanje na skupino starejših potnikov, ki postaja vedno pomembnejša potrošniška skupina na tem področju, je v skladu z ugotovitvami iz teoretičnega dela diplome. Kot pravi Healy (Healy 2004, 40), bo: »potrošniški trg zaradi vse večjega deleža starih ljudi spremenil poudarek na ponudbah, prodanih bo na primer več golf palic kot surfarskih desk...«. Tako tudi industrija za prosti čas in rekreacijo prilagaja svoje ponudbe zdravim starejšim z več kapitala. Posledica je razcvet potovanj za starejše. Podatki naprej kažejo, da se mnogo turističnih ponudnikov posebej potrudi za starejše, predvsem s ponudbami zunaj glavne turistične sezone, saj je ta skupina znana po tem, da ima veliko prostega časa in vedno več denarja, tako da si lahko privoščijo tudi daljša in razkošnejša potovanja. Avtorji menijo, da imajo podjetja, ki znajo prepoznati starejše potrošnike ter jim svoje proizvode tržiti s pozitivnimi podobami o njih, veliko konkurenčne prednosti (Long 1993; Canning 2004 v Buhalis in Costa 2005, 36).

V teoretičnem delu naloge sem z analizo sekundarnih virov ugotovila, da se vključenost v športne dejavnosti s starostjo zmanjšuje, vendar pa so golf, hoja in pohodništvo dejavnosti, pri katerih se vključenost s starostjo povečuje (Statistics Canada). Ugotovila sem tudi, da sta izobrazba in zanimanje za kulturno dediščino povezana. Glede na to, da so današnje generacije starejših bolj izobražene, bo v prihodnje tako več zanimanja za potovanja z namenom izobraževanja o sami kulturi določene destinacije (Statistics Canada). G. Moscardo

je z analizo primerov storitev v turizmu za starejše prišla do zaključkov, da se v tej skupini potnikov močno poudarjajo izobraževalne dejavnosti, »all-inclusive« ponudbe ter majhne skupine z organiziranim vodenjem, vključno s križarjenji in izleti. Nekatera podjetja so celo začela ponujati storitve, ki pomagajo neodvisnim potnikom. Večino podjetij določi svojo starostno mejo pri 50 let ali več (Moscardo v Buhalis in Costa 2005, 38).

Turistični sektor mora kljub vsemu vzeti v zakup, da starejša populacija ni tako mobilna kot mlajša. Tako bodo verjetno hoteli biti bližje obali ter vsem ostalim zanimivostim. Ker starejši slabše prenašajo vročino, bodo morale ponudbe zajemati dobro urejene klimatizirane hotelske objekte. Po drugi strani pa je generacija »baby boom« bolj zdrava, aktivna in bolje telesno pripravljena, tako da bodo želeli starejši na potovanjih imeti tudi možnost za rekreacijo in zabavo, za kar so idealni na primer kraji z golf igrišči s pestrim programom dejavnosti, kot so tradicionalni večeri, vodena telovadba, fitness, aktivnosti na prostem, itd. (Statistics Canada).

Te ugotovitve sem želela podpreti še z empirijo, zato se naslednji vprašanji v intervjuju glasita: *Ste morda opazili kakšno razliko med povpraševanji različnih starostnih skupin? Se mlajši odločajo za bolj avanturistična potovanja, kjer je prisotnih več športnih dejavnosti, starejši pa za bolj umirjene ponudbe, ki vključujejo na primer »golf resorte«?; Na katere ponudbe se največkrat odzove starejša populacija?*

Iz odgovora sicer nisem prejela vseh zelenih informacij, sem pa ugotovila, da se tudi v praksi potrebe in želje posameznih starostnih skupin razlikujejo. Starejši se predvsem navdušujejo nad organiziranimi potovanji s slovensko govorečim vodnikom, ki vključujejo čajanke in sprehode z ogledi, mlajše družine pa potrebujejo organizirano varstvo.

Glede na to, da raziskave kažejo, da se starejši danes veliko bolj vključujejo v turizem kot nekoč, sem naslednje vprašanje oblikovala na to temo. Vprašanje se glasi: *Se je delež starejših turistov glede na preteklost kaj spremenil?* Iz odgovora: *»Delež starejših, ki potujejo se je spremenil. Več starejših potuje in gre na počitnice organizirano«*, lahko navedem pozitivno povezavo med teorijo in empirijo, saj so podatki pokazali, da je povprečna starost potnikov in turistov vsako leto višja. Samo v Evropi je med odraslimi potniki že več kot 8 odstotkov starejših od 60 let. Trenutno obstajajo dokazi o močnem turističnem povpraševanju s strani starejših (Moscardo v Buhalis in Costa 2005, 32).

Raziskave kažejo, da je današnja starejša populacija (predvsem generacija »baby boom«) na splošno bolj izobražena, bogatejša, bolj zdrava in dejavnejša od svojih predhodnikov. Ker sem želela iz intervjuja izvedeti, ali se akterji v turistični sferi pri oblikovanju ponudb osredotočajo na te dejavnike, sem postavila vprašanje: *Ste opazili kakšno razliko med današnjimi in preteklimi starejšimi turisti glede izbora ponudb, povpraševanja in želja, ki bi jih lahko povezali s temi dejavniki?*

Iz odgovora nisem prejela vseh zelenih informacij. Glede na to, da je intervjuvanka odgovorila, da se današnja starejša generacija bolj odloča za potovanja kot za počitnice, pa lahko naredim povezavo med temi dejavniki in večjim zanimanjem za potovanja, saj so potovanja v osnovi večinoma dražja od počitnic, trajajo dlje in so dejavnejša kot počitnice, ki so večinoma statične. Res je tudi, da so študije in podatki o spremembah starejših v turizmu skozi čas zelo redki. Četudi raziskave kažejo, da imajo starejši danes na splošno višje dohodke od prejšnjih generacij, in bodo več denarja vlagali v prostočasne dejavnosti, s čimer se bo delež starejših v turizmu le večal, pa je malo podatkov, s katerimi bi se dalo obsežno primerjati današnje in pretekle starejše potnike (Moscardo v Buhalis in Costa 2005, 37).

Z naslednjim vprašanjem: Predvsem na kakšen način želite pritegniti starejšo populacijo? Z oglasi, kampanjami, zanimivimi, manj »napornimi« ponudbami potovanj in počitnic, itd.?, sem želela ugotoviti, kaj je tisto v predstavitvi ponudb in v samih ponudbah, na kar se starejša populacija najbolj odzove. Iz odgovora: »Starejša populacija se najbolj odziva na ustno reklamo (od ust do ust), direktni marketing in dobro predstavitev.«, sem razbrala, da so starejši pri izbiri ponudb previdnejši. Raje vse preverijo pri ljudeh, ki imajo s ponudbami lastne izkušnje, in vedo, da bo vse v redu in dobro organizirano. To lahko povežem s trditvijo Carterja (Carter 2010), ki pravi, da

*...na turističnih agencijah radi povedo, da so upokojeanci ena izmed najzahtevnejših skupin, ki se nikakor ne puščajo zavajati. Za svoj denar glasno zahtevajo kakovostno ponudbo in udobno namestitev. Natančni so tudi glede vsebine izletov, ki ne smejo biti preveč naporne. Največ jim pomeni kakovostna izvedba potovanja, gastronomska ponudba v regiji in sposoben ter zanesljiv vodič, razjezili pa jih boste z raznimi doplačili in spremembami programov, najverjetneje se jim ne bodo niti želeli prilagoditi.*

Te trditve lahko prav tako povežem z odgovorom na zadnje vprašanje v intervjuju, ki se glasi: *Ste morda opazili kakšne zanimivosti, posebnosti pri starejših turistih?* Gospa Kosec mi je namreč odgovorila, da so posebnosti starejših potnikov, da so bolj redoljubni, zelo hvaležni ter želijo imeti vse dobro organizirano.



## 6 SKLEP

Sodoben svet, predvsem industrializirane države, danes doživlja demografsko tranzicijo, ki vodi v »bolj sivo« družbo. To je proces, ki vključuje upad stopenj rodnosti in umrljivosti ter posledično podaljševanje življenjske dobe in staranje prebivalstva. Mnogi raziskovalci napovedujejo, da bo staranje prebivalstva po svetu prevladujoča tema 21. stoletja. Delež starih oseb namreč hitro narašča. Za leto 2050 napovedujejo že dve milijardi starih oseb na svetovni ravni. Na vedno večji delež starejših vpliva tudi staranje številčno pomembne generacije »baby boom«. Pripadniki prvega vala te generacije so namreč leta 2006 dopolnili 60 let. To pa še ni vse. To je populacijska skupina ljudi, ki je bolj izobražena, bolj zdrava, bogatejša in dejavnejša od vseh predhodnih generacij. Izziv vsem nam je promocija zdravega in produktivnega staranja v dodatnih letih življenja in poskus prilagoditve družbenih praks in struktur, ki starejše ljudi vključijo kot »sodelavce«, ki v družbi prispevajo svoj delež.

Pojav staranja prebivalstva je dejavnik, ki vpliva na mnogo področij v družbi, vključno s turizmom, kjer oblikuje turistično povpraševanje, ponudbe in razvoj ter vzorce potovalnih ponudb. Skratka, ta pojav bo močno vplival na turizem, na tipe turistov, ki bodo potovali, predele sveta, iz katerih bodo ti turisti izhajali, kam bodo potovali, kakšne vrste nastanitev bodo zahtevali in v katere dejavnosti se bodo na potovanjih vključevali.

Dandanes so potovanja in počitnice sestavni del vsakdanjega življenja posameznikov v razvitih državah ter tudi že posameznikov v državah v razvoju. Kot pravi Urry, se včasih zdi, da je celoten svet v gibanju. Obseg potovanj je ogromen. Dnevno je v zračnem prometu 4 milijone potnikov. V zračnem prostoru ZDA se jih vsak trenutek nahaja okoli 360 tisoč. Potovanja in turizem predstavljajo največjo industrijo na svetu, vredno 6,5 milijarde dolarjev, kar predstavlja 10,3 odstotke svetovnega bruto domačega proizvoda, 8 odstotkov svetovnega izvoza in 8 odstotkov celotne zaposlitve (Urry 2007, 3-4). Čeprav je turizem mlad pojav in predvsem značilen za moderne družbe, pa nekateri celo predpostavljajo, da je turizem star toliko kot samo človeštvo. Za obdobje, v katerem se je odvil največji razcvet turizma, označujemo 50. leta 20. stoletja. K temu so najbolj pripomogli dejavniki, kot so povečanje števila lastnikov avtomobilov, močno naraščanje letalskega transporta, liberalizacija, tehnološki napredek, gospodarska blaginja, razmah množičnih medijev, želja po avanturizmu in globalizacija. To je bil čas, ko so začeli potovati vsi, mladi in starejši, družine, pari ter posamezniki.

Povprečna starost potnikov in turistov je iz leta v leto višja. Že samo v Evropi je med odraslimi potniki več kot 8 odstotkov ljudi, starejših od 60 let, kar pomeni, da ta skupina postaja vedno pomembnejši ciljni segment na več trgih, vključno s turističnim. Ta že usmerja svoje ponudbe in jih prilagaja bogatim in zdravim starejšim, rezultat tega pa je razcvet upokojenskih ali seniorskih potovanj. David Foot, ki raziskuje pomembnost in potrebe starajoče se populacije v okviru prostočasnih dejavnosti, trdi, da so se zaradi hitro rastočega in obetavnega segmenta starejših potnikov razvili novi turistični proizvodi, ki lahko ustrezajo njihovim specifičnim potrebam. Takšen je primer hotelov v Avstriji in Nemčiji za ljudi stare 50 let ali več. Industrija za prosti čas in rekreacijo, kot vidimo, že usmerja svoje ponudbe in jih prilagaja bogatim in zdravim starejšim, posledica tega pa je razcvet »upokojenskih potovanj« ali »seniorskih potovanj«, kot jih nekateri imenujejo. Raziskave so pokazale, da več kot tri četrtine starejših ljudi potuje ter zapravi ogromno denarja za potovanja, kar nameravajo početi tudi v prihodnje. Turistični sektor se je že začel s polno hitrostjo pripravljati na te »seniorske trge«.

S temi trditvami iz teoretičnega dela diplomske naloge lahko potrdim predpostavki: a) *staranje prebivalstva pomembno vpliva na turizem* in b) *starostniki postajajo vedno pomembnejša ciljna skupina turističnih delavcev*.

Predpostavki lahko potrdim tudi z razgovorom, ki sem ga z direktorico turistične agencije Relax, Karmen Kosec, opravila v empiričnem delu diplomskega dela. V agenciji se na starejšo populacijo turistov še posebej osredotočajo, zanjo namreč vsako leto izdajo posebne ponudbe, ponudbe za srednje-starejšo generacijo. To so senior programi (gre za populacijo 40+).

Ena najpogostejših trditev o starejših potnikih je, da so ti danes drugačni od preteklih generacij starejših, in da bodo tudi v prihodnosti drugačni od današnjih. Vendar pa so študije o spremembah med starejšimi skozi čas v turizmu zelo redke. Le malo je podatkov o tem, katere so tiste značilnosti, ki današnje starejše potnike razlikujejo od preteklih. Vseeno pa lahko vzpostavimo nekatere povezave. Današnje starejše potnike predvsem pritegne igranje golfa, saj sta ključna vidika tega športa prosti čas ter denar, kar zanje glede na višje dohodke in daljše obdobje upokojenskih let ne predstavlja problema. Tako nekateri raziskovalci celo menijo, da je povezava golfa in turizma zmagovalna kombinacija za prihodnost (Statistics Canada). Prav tako obstaja povezava med višjo izobrazbo, večjo vključenostjo v potovanja in

večjim zanimanjem za kulturo. Glede na to, da je današnja generacija starejših bolj izobražena kot vse predhodne generacije, bo vedno več starejših potovalo in vedno več bo povpraševanja po potovanjih, povezanih z namenom ogleda in izkustva kulture določene destinacije. Današnji starejši so zaradi izrednega napredka na področju medicine in nekaterih ostalih dejavnikov bolj zdravi kot nekoč in posledično bolj aktivni. Rezultat tega je bolj dejavno preživeto starejše obdobje, kar prinese tudi večjo vključenost v turizem. S tega vidika lahko potrdim naslednjo predpostavko: *generacija »baby boom« s svojimi značilnostmi, kot je dobro fizično zdravje, višji kapital, višja izobrazba, itd., kroji turistične trende tako danes kot v prihodnosti.*

To predpostavko lahko zaradi bolj skopih informacij o značilnostih današnjih starejših potnikov, ki bi jih lahko povezali z značilnostmi generacije »baby boom«, z analizo razgovora le delno potrdim, glede na to, da v agenciji Relax opažajo le, da se današnji starejši bolj ogrevajo za razkošnejša in dražja potovanja kot v preteklosti, ko so se zadovoljili s počitnicami. Tu pa vendarle lahko izhajam iz dejstva, da se ti starejši za dražja potovanja odločajo, ker imajo več denarja in ker potovanja pomenijo tudi vključitev razgibanosti in dejavnosti. Za počitnice, za katere so se zanimale pretekle generacije starejših, pa velja, da so bolj statične in večinoma cenejše.

Ta generacija je, kot že povedano, bolj izobražena. Izkušen in izobražen potnik pa lahko postane zahtevnejša, zrela potovalna stranka 21. stoletja. Izdelki in storitve, ki lahko ustrezajo prefinjenim okusom starejših potnikov in ki se znajo istočasno približati občutljivosti le-teh, so lahko danes in v prihodnosti zmagovalni. Kljub vsemu pa obstajajo dejavniki, ki starejše pri potovanjih omejujejo. To so na primer: pomisleki glede varnosti, zdravstvene težave, problemi z mobilnostjo, družinske obveznosti, pomanjkljive informacije o primernih možnostih, negativni stereotipi, itd. Tu imajo veliko konkurenčno prednost tista podjetja, ki so in bodo v prihodnosti znala prepoznati starejše potnike in njihove pomisleke in omejitve ter svoje proizvode oblikovala temu primerno. Tržiti jih morajo s pozitivnimi podobami o njih samih. Veliko ponudnikov se tega že zaveda in svoje ponudbe prilagaja povpraševanju starejših. Tako je trenutno na trgu prisoten močan poudarek na izobraževalnih dejavnostih, »all-inclusive« ponudbi ter majhnih skupinah z organiziranim vodenjem, vključno s križarjenji. Na podlagi obdelane teorije v diplomskem delu lahko potrdim predpostavko: *turistični sektor razvija mnogo ponudb, namenjenih starejši populaciji, in jih oblikuje ter prilagaja v skladu z njihovimi potrebami.*

Iz analize razgovora sem ugotovila, da se tudi v praksi ponudbe prilagajajo starejšim potnikom, njihovim željam in potrebam. Ponudbe za starejše so v turistični agenciji Relax usmerjene v dve področji. Eno predstavljajo klubi (klubska druženja, animacija, itd.), drugo pa počitnice (za tiste, ki želijo preživeti počitnice individualno). V njihovi senior ponudbi so prav tako organizirani lastni prevozi in predvsem termini pred in po sezoni. Starejši se predvsem navdušujejo nad organiziranimi potovanji s slovensko govorečim vodnikom, ki vključujejo čajanke in sprehode z ogledi, mlajše družine pa potrebujejo organizirano varstvo. Tako lahko predpostavko potrdim tudi z ugotovitvami v empiričnem delu naloge.

Skratka, z analizo sekundarnih in primarnih virov in kvalitativne metode raziskovanja s polstrukturiranim intervjujem sem v diplomskem delu iskala odgovor na glavno vprašanje naloge: *v kolikšni meri in na kakšen način staranje prebivalstva vpliva in bo v prihodnje vplivalo na turizem?*

Predvsem me je zanimalo, kako je družbeni pojav staranja prebivalstva v zadnjih desetletjih, danes in kako bo v prihodnosti, vplival na turizem. V diplomskem delu sem iskala tudi odgovore na vprašanja: a) *v kakšnih pogledih je današnja generacija starostnikov ter še zlasti generacija »baby boom« drugačna od predhodnih generacij*, b) *kako bodo lastnosti generacije »baby boom« vplivale na turistične trende v prihodnosti* ter c) *katere bodo smeri razvoja turizma zaradi staranja prebivalstva?*

Prišla sem do zaključkov, da staranje prebivalstva na svetu v veliki meri vpliva na turistične trende. Današnji starejši so bolj zdravi, bogatejši, bolj izobraženi ter živijo dlje, upokojenska leta se spreminjajo v desetletja, ki jih nameravajo preživeti produktivno in aktivno. To so ljudje, ki so živeli v dobrih časih in jih je manj »strah« novih izkušenj in eksperimentiranja. Na potovanjih so pripravljeni eksperimentirati in iskati vedno nove načine samoizpopolnitve, osebnostnega razvoja in nadaljnjega izobraževanja. Turistični ponudniki se že pripravljajo na te trge »novih« starejših, ki so zahtevna, vendar izredno pomembna potovalna stranka tega in verjetno tudi naslednjega stoletja. Oblikujejo se nove ponudbe za starejše potnike, za katere bodo ti potrošniki pripravljani odšteti več, bodo pa zagotovo natančno hoteli vedeti, kaj bodo za svoj denar dobili. Verjetno ne bodo več zadovoljni s klasičnimi paketnimi počitnicami. Želeli bodo obiskati manj turistične destinacije z bogato kulturo, kjer si bodo še naprej razširjali svoja obzorja. Iskali bodo dejavnejše ponudbe, ki se bodo verjetno bolj nagibale na »divjjo« avanturistično stran. Predvsem pa se ne bodo zadovoljili s tem, da jih turistična

industrija obravnava kot homogeno skupino seniorjev. Ta mora ponudbe prilagajati posameznim skupinam znotraj generacije in njihovim prefinjenim okusom. Pomembno je, da turistični sektor upošteva trenutne in bodoče (predvsem longitudinalne) raziskave, saj na potovalno vedenje bolj kot kronološka starost vplivajo pomembni dogodki v življenju določene generacije. Tako se trenutna in prihodnje generacije starejših ne bodo obnašale enako kot pretekle generacije, saj imajo drugačne življenjske izkušnje, ki so oblikovale njihov življenjski slog in s tem tudi potovalne navade in okuse. Pomembnejši kot same starostne značilnosti je pregled preteklega potovalnega vedenja te generacije, ki se sedaj stara, saj se potovalni vzorci ljudi skozi življenje se bistveno ne spreminjajo (Lohmann in Danielsson 2001, 250). Kljub vsemu pa so starejši manj fizično zmogljivi in tu se bo moral turistični sektor spoprijeti z več fizičnimi omejitvami, ki kljub vsemu preprečujejo starejšim, da bi potovali. To so na primer težave z mobilnostjo, občutkom varnosti ter problemi negativnih stereotipov, ki odganjajo starejše potnike.

Nadaljnje raziskovanje in odkrivanje vedno novih rešitev problemov in prilagajanje potrebam ter željam starejših potnikov ter iznajdljivost bodo v visoko konkurenčni potovalni industriji zmagovalne za pristop do strank na teh »seniorskih« trgih.

## 7 VIRI IN LITERATURA

1. Bond, John, Peter G. Coleman in Sheila M. Peace, ur. 1993. *Ageing in Society: an introduction to social gerontology*. Great Britain: The Cromwell Press Ltd.
2. Haralambos, Michael in Martin Holborn. 2001. *SOCIOLOGIJA: Teme in pogledi*. Ljubljana: DZS.
3. Healy, Judith. 2004. *The benefits of an ageing population*. The Australia Institute. Dostopno prek: [https://www.tai.org.au/documents/dp\\_fulltext/DP63.pdf](https://www.tai.org.au/documents/dp_fulltext/DP63.pdf) (15. maj 2010).
4. Kosec, Karmen. 2010. Intervju z avtorico. Ljubljana, 3. avgust.
5. Lohmann, Martin in Johanna Danielsson. 2001. Predicting travel patterns of senior citizens: How the past may provide a key to the future. *Journal of Vacation Marketing* (7): 357. Dostopno prek: <http://jvm.sagepub.com/content/7/4/357> (9. september 2010).
6. Morrow-Howell, Nancy, James Hinterlong in Michael Sherraden. 2001. *Productive Aging: Concepts and Challenges*. The John Hopkins University Press. Dostopno prek: <http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=sayz5dbGTBcC&oi=fnd&pg=PR7&q=aging+population+sociologically&ots=4rsViYRXQ&sig=fcTcvuitZyhfJ5wjCcO3dXLK9CE#v=onepage&q&f=false> (20. junij 2010).
7. Moscardo, Gianna. 2005. Third-age Tourism. V *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry*, ur. Dimitrios Buhalis in Carlos Costa, 30-39. Dostopno prek: [http://www.download-it.org/free\\_files/filePages%20from%204%20Third-age%20tourism.pdf](http://www.download-it.org/free_files/filePages%20from%204%20Third-age%20tourism.pdf) (20. julij 2010).
8. Olszewska, Anna in K. Roberts. 1989. *Leisure and Life-style: A Comparative Analysis of Free Time*. Worcester, Great Britain: Billing and Sons Ltd.
9. Pentek, Metka. 1995. *Zdravo staranje: 1. nacionalna konferenca o promociji zdravja v Sloveniji*. Ljubljana: Gerontološko društvo Slovenije: Inštitut za varovanje zdravja RS.
10. Rojek, Chris in John Urry. 1997. *Touring Cultures: Transformation of Travel and Theory*. New York, London: Routledge.
11. Seniorji.info. 2009. *Starostniki- seniorji na potovanju*. Dostopno prek: <http://www.seniorji.info> (4. julij 2010).
12. Sheller, Mimi in John Urry. 2004. *Tourism Mobilities: places to play, places in play*. Great Britain: TJ International Ltd, Padstow, Cornwall.

13. *Statistics Canada*. Dostopno prek: <http://dsp-psd.communication.gc.ca/Collection-R/Statcan/87-003-XIE/0039887-003-XIB.pdf> (26. junij 2010).
14. *Statistics Finland*. Dostopno prek: <http://www.stat.fi/> (25. junij 2010).
15. United Nations. 2009. *World Population Ageing 2009*. Dostopno prek: [http://www.un.org/esa/population/publications/WPA2009/WPA2009\\_WorkingPaper.pdf](http://www.un.org/esa/population/publications/WPA2009/WPA2009_WorkingPaper.pdf) (23. junij 2010).
16. Urry, John. 2002. *The Tourist Gaze*. Great Britain: Cromwell Press Limited, Townbridge, Wiltshire.
17. --- 2007. *Mobilities*. United Kingdom: Polity Press.
18. Vos, Rob, Jose A. Ocampo in Ana L. Cortez, ur. 2008. *Ageing and Development*. United Nation Publications.
19. Weiermair, Klaus in Christine Mathies. 2004. *The Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future*. Binghamton, NY: The Haworth Press, Inc. Dostopno prek: <http://www.google.com/books?hl=sl&lr=&id=l670IiPYPxcC&oi=fnd&pg=PR13&dq=aging+and+tourism+statistics&ots=aezkuThXT4&sig=Lworcfhgzyf5tM5ZU02TQX XbcVc#v=onepage&q=aging%20and%20tourism%20statistics&f=false> (5. julij 2010).
20. *World Tourism Organization (UNWTO)*. Dostopno prek: <http://www.unwto.org/index.php> (20. junij 2010).
21. World Tourism Organization and European Travel Commission. 2010. *Demographic Change and Tourism*. Madrid: World Tourism Organization.
22. *World Travel and Tourism Council*. Dostopno prek: <http://www.wttc.org/> (20. junij 2010).
23. Lehto, Y. Xinran, SooCheong (Shawn) Jang, Francis T. Achana in Joseph T. O'Leary. 2008. Exploring tourism experience sought: A cohort comparison of Baby Boomers and the Silent Generation. *Journal of Vacation Marketing* (14): 237. Dostopno prek: <http://jvm.sagepub.com/content/14/3/237> (10. september 2010).

## 8 PRILOGA A: INTERVJU

Pozdravljeni, moje ime je Marta Rojko. Tema moje diplomske naloge je staranje prebivalstva in turizem. Glede na to, da ste ena izmed bolj znanih turističnih agencij pri nas, in da sem že večkrat potovala z vami, in ste ena redkih turističnih agencij pri nas, ki pripravlja posebne ponudbe za starejšo generacijo potnikov, sem se odločila, da svoje teoretične podatke o staranju prebivalstva in turizmu v empiričnem delu podprem z intervjujem z vami. Spodnja vprašanja se nanašajo na vpliv staranja prebivalstva na turizem in sedanjo generacijo starostnikov, ki se v mnogih pogledih razlikuje od svojih predhodnikov (generacija baby boom, ki je pred upokojitvijo in na splošno uživa boljše življenjske pogoje kot predhodne generacije). Hvala za odgovore.

- 1. Delež starejšega prebivalstva je vsako leto večji, predvsem v razvitih državah, kar velja tudi za Slovenijo. Ali to vpliva na vaše turistične ponudbe? Obstajajo ponudbe, ki jih pripravljate le za starejše ljudi?*

V naši agenciji poleg katalogov za potovanja in počitnice vsako leto izdamo tudi ponudbe za srednje-starejšo generacijo. To so senior programi (gre za populacijo 40+). Ponudbe za starejše so usmerjene v dve področji. Eno predstavljajo klubi (klubska druženja, animacija, itd.), drugo pa počitnice (tisti, ki želijo preživeti počitnice individualno). V senior ponudbi so organizirani ali lastni prevozi in predvsem termini pred in po sezoni.

- 2. Ali ima vaša agencija ciljno starostno skupino, po kateri se najbolj ravna ob oblikovanju ponudb, ali poskušate zajeti vse starostne skupine v enaki meri?*

S ponudbo poskušamo zajeti kar največ ciljne populacije. Tako imamo razvit produkt poletnih počitnic, ki zajema družine ter katalog senior počitnic, ki zajema malo starejšo populacijo. Nimamo pa obdelane populacije študentov.

- 3. Ste opazili kakšno razliko med povpraševanji različnih starostnih skupin? Se mlajši odločajo za bolj avanturistična potovanja, kjer je prisotnih več športnih dejavnosti, starejši pa za bolj umirjene ponudbe, ki vključujejo na primer »golf resorte«?*



Potrebe in želje različnih starostnih skupin se seveda razlikujejo, zato smo začeli z organizacijo klubskih aktivnosti. Mlajše družine, na primer, potrebujejo organizirano varstvo, starejši gostje pa so zadovoljni s čajankami in sprehodi.

*4. Kateri dejavniki se v vaši ponudbi najbolj spreminjajo?*

Naše ponudbe se spreminjajo glede na trende na trgu in pripombe in izpolnjene vprašalnike gostov. Vsak gost namreč na destinaciji izpolni vprašalnik, kjer navede tudi želje za naslednje leto.

*5. Se povpraševanje spreminja, ali obstaja izbor najbolj priljubljenih ponudb in destinacij, ki ostaja enak?*

Povpraševanje kupcev se seveda spreminja, tako se spreminjajo tudi trendi. Nekaj časa so bili zanimivi hoteli s polpenzioni, sedaj pa vedno več ljudi želi »all-inclusive« ponudbo.

*6. Se je delež starejših turistov glede na preteklost kaj spremenil?*

Delež starejših, ki potujejo, se je spremenil. Več starejših potuje in gre na počitnice organizirano.

*7. Na katere ponudbe se največkrat odzove starejša populacija?*

Starejši populaciji so predvsem zanimiva organizirana potovanja s slovensko govorečim vodnikom.

*8. Današnja starejša populacija (generacija »baby boom«) je na splošno bolj izobražena, bogatejša in bolj zdrava ter dejavnejša od predhodnih generacij. Ste opazili kakšno razliko med današnjimi in preteklimi starejšimi turisti glede izbora ponudb, povpraševanja in želja, ki bi jih lahko povezali s temi dejavniki?*

Današnja generacija starejših se morda bolj odloča za potovanja, prejšnji so bolj ustrezale počitnice. Glede na to, da so potovanja v osnovi dražja, lahko rečemo, da imajo današnji starejši turisti več denarja.

*9. Predvsem na kakšen način želite pritegniti starejšo populacijo? Z oglasi, kampanjami, zanimivimi, manj »napornimi« ponudbami potovanj in počitnic, itd.?*

Starejša populacija se najbolj odziva na ustno reklamo (od ust do ust), direktni marketing in dobro predstavitev.

*10. Ste morda opazili kakšne zanimivosti, posebnosti pri starejših turistih?*

Starejši potniki so predvsem zelo hvaležni in redoljubni. Želijo pa imeti vse dobro organizirano.