

*Katarzyna Balandynowicz-Panfil\**

## INTERDYSCYPLINARNE DYLEMATY GRANIC STARSZEGO WIEKU – WSTĘP DO ROZWAŻAŃ NAD WIEKIEM GRANICZNYM STARSZYCH KONSUMENTÓW

**Streszczenie.** W zakresie badań nad współczesnymi zmianami demograficznymi istnieje wiele dylematów metodologicznych. Jednym z nich jest zróżnicowanie progów wiekowych, przyjmowane w różnych dyscyplinach, jak również dziedzinach nauki. Przedmiotem rozważań w niniejszym opracowaniu jest analiza różnic podejść do granicy tzw. wieku senioralnego w ujęciu interdyscyplinarnym. Opracowanie ma stanowić odpowiedź na pytanie: kim jest, z chronologicznego punktu widzenia, osoba starsza dla ekonomistów, socjologów, demografów czy przedstawicieli nauk medycznych? Na podstawie studiów literaturowych, analizy porównawczej metodyki, publikowanych badań empirycznych, jak również w oparciu o praktykę rynkową podjęta zostanie próba określenia granicy wieku starszego w odniesieniu do badań nad zachowaniami nabywczymi osób starszych. Celem artykułu jest wykazanie braku spójności w podejściu do progu starości, zarówno w poszczególnych dyscyplinach, jak i w odniesieniu do węższego obszaru badawczego, jakim są starsi konsumenci. Obecny nurt jest bardzo zróżnicowany. Jako starszych konsumentów określa się osoby w wieku powyżej 50., 55., 60. czy 65. roku życia. Brak jest jednoznacznej podstawy w przyjmowaniu danej granicy (Bondos 2013: 31–36; UOKiK 2009; Bombol, Słaby 2011; Stroud, Walker 2013; Gunter 1998). Artykuł dowodzi, iż ujednoczenie podejścia w analizowanym aspekcie pozwoliłoby na większą dostępność badań porównawczych, danych statystycznych, a zatem bardziej dynamiczny rozwój nauki nad osobami starszymi jako konsumentami.

**Słowa kluczowe:** próg starości, starzenie się społeczeństw, starszy konsument

JEL: J14, D10, M30

### 1. WPROWADZENIE

Rozważania nad pułapem wieku, od którego daną jednostkę zalicza się do grupy osób starszych są prowadzone od wielu dekad. W literaturze przedmiotu można odnaleźć rozważania nad problemem braku jednego kryterium wieku, zarówno w analizach naukowych, jak i w praktyce (Rusanova 2014: 80–92; Rosset 1959: 133–134; Kowaleski 2008: 11–26; Czekanowski 2012).

Współcześnie wskazuje się na dwa główne podejścia do progu starości, w których pierwszorzędne znaczenie odgrywają nauki demograficzne. Są to: 60.

---

\* Instytut Handlu Zagranicznego, Uniwersytet Gdański.

i 65. rok życia. Granicę oddzielającą osoby starsze od reszty populacji na poziomie 60. roku życia można odnaleźć przede wszystkim we wcześniejszych opracowaniach statystycznych, m.in. u Rosseta (1959: 133–134). Współcześnie badacze częściej skłaniają się do przyjęcia progu starości określanego na wiek 65 lat, co jest zgodne z definicją wprowadzoną przez Organizację Narodów Zjednoczonych (ONZ), Organizację Współpracy Gospodarczej i Rozwoju czy Unię Europejską. Jest to zarówno podejście o charakterze fizjologicznym, jak i ekonomicznym (związanym z przejściem w stan bierności zawodowej). Z kolei w rozważaniach gerontologicznych prowadzonych przez Światową Organizację Zdrowia (WHO) proponowaną granicą jest już nawet wiek 75 lat (Kurkiewicz 1992: 55–56). Analiza różnorodnych podejść do opisywanego pułapu w ujęciu historycznym (począwszy od Pitagorasa) wskazuje, że w zależności od autora danej koncepcji oraz okresu i obszaru, na którym prowadził swoje rozważania, próg starości waha się pomiędzy 45. a 70. rokiem życia (Rosset 1959: 107–143; Kurkiewicz 1992: 55–56).

Tak znaczna rozpiętość skutkuje istotnymi problemami w analizach porównawczych i przy założeniu chęci czerpania z badań (nie tylko z innych dyscyplin naukowych, ale również wewnątrz jednej z nich). Także do analiz statystycznych wykorzystuje się różnorodne podejścia, oparte zwyczajowo o bazy opracowywane przez: ONZ (Eurostat), WHO czy – w Polsce – GUS, jak również liczne raporty, np. w odniesieniu do osób w wieku powyżej 45., 50. czy 65. roku życia.

Przedmiotem rozważań w niniejszym opracowaniu jest wiek, stanowiący granicę, od której można daną jednostkę kwalifikować do grupy tzw. starszych konsumentów. Celem artykułu jest wykazanie braku spójności w podejściu do progu starości, zarówno w poszczególnych dyscyplinach, jak i w obszarze badawczym, dotyczącym starszych konsumentów. Porównano zarówno podejścia o charakterze naukowym, jak i praktyki rynkowe w tym zakresie. W tym celu dokonano szerokiego przeglądu literatury, tak, aby nie tylko zaznaczyć znany już badaczom problem, ale go udowodnić oraz uzasadnić potrzebę ujednoczenia ujęć i precyzji w tym zakresie.

Autorka niniejszej publikacji zdaje sobie również sprawę z wielu aspektów, które nie będą stanowiły przedmiotu rozważań i to nie ze względu na bagatelizowanie ich znaczenia dla kategoryzacji jednostki w ujęciu zachowań konsumpcyjnych, a wyłącznie z uwagi na przyjęty charakter opracowania. Są to w szczególności rozważania ustalające:

– czy wiek chronologiczny (kalendarzowy) jest właściwym kryterium wyznaczania granicy starości w badaniach naukowych, a także jak bardzo heterogeniczna jest populacja osób starszych, a w związku z tym jakie jest podejście do segmentacji grup docelowych i określenia kim jest starszy konsument;

– względną zamienność/tożsamość terminów odnoszących się do osób starszych (osoba starsza, senior, trzeci wiek, starsze pokolenie itp.);

- który z poziomów – przy założeniu, że próg wyznaczony w oparciu o kategorię wieku jest zasadny – jest właściwy, a także czy któraś z dyscyplin ma wyższą rangę w narzucaniu przyjętego pułapu innym;
- czy rację w rozważaniach nad tym, kto to jest starszy konsument mają ujęcia teoretyczne, badawcze czy praktyka rynkowa.

## 2. PRÓG STAROŚCI W RÓŻNYCH DYSCYPLINACH NAUKI

Wielowątkowość zagadnienia roli osób starszych w społeczeństwie skłania do bliższej analizy pod względem tego, kim jest osoba starsza w poszczególnych dziedzinach/dyscyplinach naukowych. Poniżej zaprezentowane zostały wyniki rozważań, które ukierunkowane są na próbę zdefiniowania w poszczególnych naukach tzw. progu starości czy też bardziej ogólnie – granicy wieku, od której jednostka zaliczana jest do grupy osób starszych, niezależnie od ujęcia<sup>1</sup>. Prześledzono zatem podejścia do omawianego pułapu w ujęciu dyscyplinarnym, w odniesieniu do demografii, nauk medycznych, społecznych i ekonomicznych. Analizę dodatkowo uzupełniono o obszary szczególnego zainteresowania osobami starszymi, tj. Uniwersytetu Trzeciego Wieku.

W opracowaniach z zakresu demografii widoczny jest dyskurs w zakresie omawianej granicy wieku. Prof. J.T. Kowaleski (2008: 16–17) przytacza wiodący niegdyś podział Rosseta, ale również odnosi się do współczesnych demografów. Podkreśla on, że najczęściej przyjmowaną granicą jest wiek 65 lat (rzadziej 60 lat) i to zarówno w publikacjach źródłowych, jak i opracowaniach o charakterze analitycznym. Konkludując, Kowaleski odnosi się do postulatu podwyższenia progu starości, w wyniku postępującego procesu starzenia się społeczeństw oraz pewnego ujednoczenia podejścia, co miałyby charakter przede wszystkim porządkujący. Również inne opracowania (Szymańczak 2012: 9) wskazują na różnice w podziałach na subgrupy wiekowe w ramach szerszej kategorii starości, która w demografii i gerontologii rozpoczyna się w wieku 60–65 lat. Analizując tego typu opracowania (m.in. Abramowska-Kmon 2011: 3–25), można również zauważyć, że same miary starzenia się społeczeństw są tak skonstruowane, że do ich zastosowania potrzebne są odmienne kohorty wiekowe (dla osób powyżej 60., 65. roku życia lub z rozróżnieniem płci, zgodnie z ustawowym wiekiem emerytalnym jednostki).

Z kolei w ujęciu nauk medycznych nie jest aż tak widoczna spójność podejścia. Najczęściej przyjmowaną granicą wieku w Polsce jest 65. rok życia, na świecie często jest to 60 lat. Są to przedziały, od których dany pacjent jest uprawniony do korzystania z usług czy badań w ramach programów profilaktycznych skierowanych do osób starszych/seniorów. Jednak sięgając do piśmiennictwa medycznego,

---

<sup>1</sup> Autorka opracowania przytacza odniesienia do przeanalizowanej literatury z poszczególnych obszarów nauki, zdając sobie jednocześnie sprawę, że nie jest to lista kompletna.

ponownie wyraźnie zauważyć można utrudnienia w analizie, wynikające z rozbieżnych granic wieku starszego. Można to zaobserwować zarówno w zdefiniowaniu osób starszych/seniorów w opracowaniach i cytowanych źródłach wtórnych, jak również w wynikach badań empirycznych. Przyjmowane wartości wahają się od 50. do 65., a nawet 80. roku życia (przykładowo Żak, et al. 2014: 9–13; Ołdak et al. 2013: 75–82; Wysokiński et al. 2013: 89–97; Kościńska 2011: 133–153). Dość często pojawia się odniesienie do definicji WHO tzw. pacjenta geriatrycznego, który – obok dodatkowych warunków – powinien być w wieku co najmniej 60 lat (Bień et al. 2013: 34). Natomiast w badaniach epidemiologicznych częściej jest to 65. rok życia (Makara-Studzińska, Kryś-Noszczyk 2012: 82–83).

Podjęcie ekonomiczne jest dość ujednoczone w oparciu o podział na populację w wieku produkcyjnym i nieprodukcyjnym (poprodukcyjnym), czyli odnoszącym się przede wszystkim do relacji rynku pracy. Jest to uzasadnione ze względu na istotną różnicę we wkładzie w rozwój gospodarczy i znaczenie dla finansów publicznych państwa osób pracujących oraz osób otrzymujących świadczenia emerytalne. Zwyczajowo, przyjmując wartości graniczne jako 15 i 65 lat, wyróżnia się trzy grupy wiekowe ludności: osoby w wieku przedprodukcyjnym, produkcyjnym i poprodukcyjnym. Problemy z zastosowaniem tej zasady pojawiają się natomiast przede wszystkim w dwóch przypadkach. Po pierwsze w momencie, gdy tzw. wiek emerytalny jest różny dla poszczególnych grup społecznych, np. dla kobiet i mężczyzn, a po drugie w sytuacji przyjęcia w danym kraju elastycznego systemu emerytalnego, który nie daje podstaw do określenia jednoznacznej granicy w tym zakresie. Dodatkowe problemy wynikają z przyjętych rozwiązań terminologicznych. W Polsce nadal dość powszechnie używane są (GUS 2015) określenia mobilnego i niemobilnego wieku produkcyjnego (przy granicy 45 lat) i to właśnie ta druga grupa stanowi przedmiot rozważań w kontekście starszych pracowników (Grotkowska 2013), co często utożsamiane jest z pojęciem osób starszych na rynku pracy. Ponadto charakter polityki aktywizacyjnej Unii Europejskiej skłania często, również polskich autorów, do przyjmowania wieku granicznego starszych pracowników na poziomie 50. roku życia (Szukalski 2014: 103–115). Z kolei w odniesieniu do osób starszych jako konsumentów częściej stosuje się granicę 50. czy 55. roku życia (o czym więcej w dalszej części opracowania).

Bardzo liczne raporty z badań i programy aktywizacyjne dostarczają dodatkowego materiału do analizy porównawczej w podejściu do wyznaczania granicy wieku osób starszych. Przyjmowane terminy dla określenia omawianej grupy (Czekanowski 2014: 52–59) to: osoby starsze, osoby w wieku podeszłym, seniorzy, osoby w wieku senioralnym (MOPR 2012), osoby w wieku poprodukcyjnym, emeryci czy nawet „najstarsi mieszkańcy” (tu w odniesieniu do wieku ponad 60 lat, zob. CRIS 2012: 4). W opracowaniach o charakterze bardziej ogólnym, dotyczącym szeroko pojętych kwestii społecznych związanych z osobami starszymi, można zaobserwować podejście do zamiennego traktowania pojęć: osoba starsza,

senior oraz osoba w wieku poprodukcyjnym, przy jednoczesnym przyjmowaniu konkretnej kategorii wieku, np. 65 lat (Błędowski et al. 2012). Nie brakuje również postulatów co do wyznaczenia umownej granicy, od której daną jednostkę będzie kwalifikować się jako osobę starą/starszą (Czekanowski 2012).

Z uwagi na złożoność zjawiska starzenia się ludności, dość często widoczne jest w badaniach naukowych podejście interdyscyplinarne, analizujące nie tylko konsekwencje starzenia się czy specyfikę osób starszych z punktu widzenia jednej dyscypliny, ale w szerszym wielokontekstowym wymiarze, np. związku pomiędzy stanem zdrowia a aktywnością zawodową. Powszechnie znane są badania międzynarodowe, np. SHARE (2015) i krajowe, np. PolSenior (2015), które dostarczają bogaty materiał analityczny w omawianym obszarze. Również analizy prezentowane przez mniejsze zespoły badawcze obejmują często więcej niż jedną dyscyplinę naukową (Rogozin 2014: 27–67; Layte et al. 2013: 299–305). Na polu tych rozważań ponownie nie ma zgodności co do progu wieku starszego.

Dość homogenicznymi z natury instytucjami powinny być, jak się wydaje, Uniwersytety Trzeciego Wieku (UTW)<sup>2</sup>. Ta analiza jest o tyle zasadna, że słuchacze tych placówek dydaktycznych stanowią bardzo często grupę respondentów w badaniach nad osobami starszymi i to nie tylko w ujęciu pedagogicznym, ale również w szerszym kontekście społeczno-ekonomicznym, jak i medycznym. Nie dziwi taki fakt ze względu na relatywnie łatwą dostępność tych osób oraz ich pozytywny, aktywny stosunek do udziału w życiu społecznym. Jednak również tutaj widoczne są istotne rozbieżności w stosunku do tego, kto może zostać słuchaczem tego typu placówek. Jak wynika z analizy regulaminów wybranych UTW, granica uprawniająca do rozpoczęcia edukacji może się wahać od 50.<sup>3</sup> do 60.<sup>4</sup> roku życia, być określona w bardziej elastycznych kategoriach, np. ukończenie aktywności zawodowej (np. UTW Uniwersytetu Śląskiego) czy też niczym nieograniczona (bez podania jakichkolwiek warunków<sup>5</sup>). Powyższe rozważania potwierdzają wyniki badań (Gołdys et al. 2012: 45; Ziębińska 2007: 226–227), które wskazują, że uczestnikami UTW są przede wszystkim osoby w wieku do 65. roku życia w dość szerokim przedziale wiekowym: do 50 lat – 5%, 51–65 lat – 55%, powyżej 65 lat – 40% (Gołdys et al. 2012: 45).

---

<sup>2</sup> Ten fragment odnosi się również do ostatniej części opracowania, gdyż stanowi przykład z praktyki rynkowej.

<sup>3</sup> Uniwersytet Trzeciego Wieku przy Wydziale Zamiejscowym w Tychach Krakowskiej Akademii im. Frycza Modrzewskiego.

<sup>4</sup> Jagielloński Uniwersytet Trzeciego Wieku, Uniwersytet Trzeciego Wieku w Uniwersytecie Wrocławskim.

<sup>5</sup> Jako „każdy” (Gdański Uniwersytet Trzeciego Wieku), „każda osoba dorosła” (Uniwersytet Trzeciego Wieku przy Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi) lub bez sprecyzowania granicy wieku, mimo wyraźnego zapisu w Regulaminie, że UTW jest przeznaczone dla osób starszych (Uniwersytet Trzeciego Wieku w Uniwersytecie Pedagogicznym im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie).

Jak wskazują powyższe rozważania, nie ma zgody co do jednego pułapu, więc być może należałoby przyjąć jako granicę wieku starszego wartość pozostającą w świadomości społeczeństwa. Z badania CBOS<sup>6</sup> (2012a) wynika, że granicą przejścia do kategorii osób starszych jest wiek 63 lata i 3 miesiące. Jednak należy zauważyć, że wiek ten jest kategorią dynamiczną i np. ankietowani w 1998 roku średnio określali tę samą granicę na poziomie nieco poniżej 61. roku życia. Oczywiście należy zaznaczyć, że z badań jasno wynika, iż im jest młodsza jednostka badana, tym – średnio rzecz biorąc – wskazuje niższą granicę wieku starszego w porównaniu ze starszymi kohortami badanych. Dodatkowo istnieje wiele badań nad czynnikami subiektywnego postrzegania wieku, dowodzącymi istnienia omawianej zależności nie tylko w odniesieniu do wieku, lecz również stanu zdrowia, poziomu wykształcenia, aktywności społecznej i zawodowej czy choćby osobowości (Canada et al. 2013: 1037–1043).

### 3. PUŁAP WIEKU STARSZEGO KONSUMENTA W PODEJŚCIU NAUKOWYM

Jeśli w ujęciu wielu dziedzin nie ma widocznej jednolitości co do podejścia do osób starszych i tego, jaka jest dolna granica ich wieku, ciekawa wydaje się odpowiedź na pytanie: czy w ujęciu węższym, w odniesieniu do starszych konsumentów, istnieje jakaś spójność w tym zakresie? Ponadto interesujące z punktu widzenia prowadzenia współczesnych rozważań interdyscyplinarnych jest to, czy przyjmowane granice w poszczególnych dyscyplinach pokrywają się z podejściem do osoby starszej jako nabywcy. A jeśli nie, to jakie konsekwencje rodzi to dla jakości prowadzonych badań?

Stosowane granice wieku starszych konsumentów oraz pojęcia z nimi związane opisywane są w literaturze odnoszącej się do zachowań konsumpcyjnych (przykładowo RPO 2014). Wiele uwagi poświęca się segmentacji klientów, w tym starszych z uwzględnieniem ich psychofizycznej charakterystyki (Bone 1991: 19–32; Sudbury, Simcock, 2009: 251–262; Moschis 2003: 516–525). W większości rozważań to wiek stanowi decydującą kategorię kwalifikacji osoby do kategorii starszych konsumentów. Również tutaj brak jest widocznej spójności podejścia, a przyjmowane wartości wahają się zazwyczaj od wieku 50 do 65 lat (Bondos 2013: 31–36; UOKiK 2009; Bombol, Słaby 2011; Stroud, Walker 2013; Gunter 1998), czyli właściwie stanowią powielenie różnic widocznych w ujęciach innych dyscyplin. Dodatkowo można również odnaleźć rozważania o charakterze bardziej „buntowniczym”, niezgadającym się na przyjmowane kategoryzacje wieku i niejaki „szufladkowanie” danej osoby (Baron 2008:

---

<sup>6</sup> Ciekawe jest i to, że w samych badaniach CBOS nie ma jednej przyjętej granicy wieku starszego/progu starości. Por. CBOS 2010; CBOS 2012b; CBOS 2007.

313–328). Biorąc pod uwagę terminologię stosowaną w odniesieniu do osób starszych jako nabywców, można zauważyć, że najczęściej wykorzystywanym pojęciem jest „starszy konsument”, natomiast coraz częściej w publikacjach unika się tego terminu (jako mającego „zły” wydźwięk) i zastępuje się go innymi określeniami, m.in. terminami: konsument senioralny, trzeciego wieku czy dojrzwały<sup>7</sup> (PARP 2013).

Choć zjawisko starzejących się konsumentów nie jest nowe, to nadal widoczna jest istotna dysproporcja w liczbie artykułów naukowych poświęconych starszym i młodszym konsumentom. Przykładowo w bazie BazEkon na 270 pełnotekstowych publikacji<sup>8</sup>, które wśród słów kluczowych posiadały co najmniej słowo „konsument” jedynie 12 z nich bezpośrednio odnosiło się do badań starszych konsumentów, natomiast 41 do młodszych nabywców. Dodatkowo, podczas wyszukiwania publikacji według słów kluczowych, baza nie wskazywała na żadne opracowanie zawierające hasła „starszy konsument”, „starsi konsumenci”, „starszy nabywca”, „starsi nabywcy”. Dostępne w opisywanej bazie artykuły dotyczące starszych konsumentów odnosiły się do: poziomu świadomości praw i wiedzy konsumenckiej (Dąbrowska 2012: 175–188), seniorów – klientów banków (Grzybek, Szopiński 2012: 201–210; Szlis 2011: 643–652), seniorów na rynku żywności ekologicznej (Grzybowska-Brzezińska 2012: 211–222), zachowań konsumpcyjnych w odniesieniu do mlecznych produktów spożywczych (Moskalik, Wielicka 2005: 59–65), seniorów na rynku dóbr luksusowych (Newerli-Guz, Długosz 2012: 223–232) i turystycznych (Seweryn 2011: 627–641; Niezgodna, Jerzyk 2013: 95–103), seniorów jako odbiorców usług kulturalnych (Szymańska 2012: 257–270), generalnych zachowań rynkowych osób starszych (Grzybowska-Brzezińska, Szmyt 2011: 591–603; Ławicki 2011: 605–612; Śnihur 2011: 653–663; Muszyńska 2013: 459–473; Baładynowicz-Panfil 2012: 83–101).

Analiza publikacji dostępnych w bazie BazEkon pod kątem granicy wieku, od którego autorzy kwalifikowali jednostkę do grupy starszych konsumentów (względnie seniorów) ponownie potwierdza znaczne rozbieżności. Przyjmowane pułapy to: 50+ (Szymańska 2012: 591–603), 55+ (Dąbrowska 2012: 175–188; Ławicki 2011: 605–612), 60+ (Moskalik, Wielicka 2005: 59–65; Grzybowska-Brzezińska 2012: 211–222; Grzybowska-Brzezińska, Szmyt 2011: 591–603; Szlis 2011: 643–652), 65+ (Grzybek, Szopiński 2012: 201–210; Newerli-Guz, Długosz 2012: 223–232; Seweryn 2011: 627–641; Baładynowicz-Panfil 2013: 124–136), wiek poprodukcyjny (jak pisze Muszyńska (2013: 461) – emeryci).

<sup>7</sup> Co należałoby zapewne wiązać z powszechnie używanym w literaturze amerykańskiej określeniem: *mature consumer*.

<sup>8</sup> Stan na 31 lipca 2015 r. (BazEkon 2015). Obliczenia własne mają charakter poglądowy i stanowią jedynie dodatkowe tło rozważań.

#### 4. STARSZY KONSUMENT – PODEJŚCIE RYNKOWE

Skoro analiza ujęć teoretycznych zarówno w ogólnej interdyscyplinarnej perspektywie, jak i bardziej szczegółowe rozważania nad zagadnieniem kwalifikacji wiekowej starszego nabywcy nie przynoszą rozstrzygnięcia co do granicy wieku, być może rozwiązaniem byłoby skorzystanie z ujęcia praktycznego. W końcu to rynek jest ostatecznie areną, na której stykają się zachowania konsumpcyjne z jednej strony, a z drugiej działania marketingowe przedsiębiorstw.

Jednym z przykładowych rynków, na jakich widoczna jest segmentacja klientów z wyróżnieniem osób starszych, jest sektor usług finansowych. W dostępnych na rynku polskim opracowaniach (m.in. Kubicki 2013) zauważane są również rozbieżności w przyjmowaniu niskiej granicy wieku starszego w przypadku komunikacji z klientem bankowym. W tym przypadku, przyjmowany jest zazwyczaj pułap 50. roku życia, który stanowi granicę ofert dla seniorów. Widać to także na przykładach ofert bankowych. Najczęściej konta dedykowane są osobom w wieku 50+ (np. BZ WBK), choć również zdarzają się oferty dla osób, które ukończyły 55 (np. Getin Bank, BPH) i 60 lat (np. PKO Bank Polski) lub których głównym źródłem dochodów stała się emerytura bądź renta<sup>9</sup>. Zarówno w samych nazwach, jak i opisach ofert najczęściej używa się określenia „senior”, choć niektórzy posługują się również dość infantylną terminologią, np.: Konto Pogodne, Konto Słoneczne czy Kapitalne Konto<sup>10</sup> dla Klientów ZUS<sup>11</sup>. W wydanym pod auspicjami Rzecznika Praw Obywatelskich tekście *Usługi finansowe. Poradnik dla osób starszych* (Mielczarek 2012) nie została podana co prawda żadna granica wieku, ale najczęściej używanym terminem jest słowo „senior”.

Innym rynkiem jest segment produktów kosmetycznych. Rynek ten dość swobodnie posługuje się kategoryzacją wiekową, stąd poszczególne grupy klientów są jasno określone. W odniesieniu do produktów i usług skierowanych do osób starszych najczęstszymi, podawanymi granicami są pułapy 50. i 60. roku życia. Zazwyczaj informacja rynkowa odnoszona jest do tzw. „skóry dojrzałej”. Tego typu kosmetyki ma w swojej ofercie większość firm kosmetycznych, jak również gabinetów kosmetycznych, w których specjalne linie zabiegów przeznaczone są dla osób starszych.

Kolejnym, dość często analizowanym obszarem szczególnego zainteresowania starszym konsumentem jest rynek usług turystycznych. Początkowo ograniczany wyłącznie do wyjazdów o charakterze sanatoryjnym i pielgrzymkowym, później w odniesieniu do pozasezonowych „wczasów dla seniorów”, obecnie

<sup>9</sup> Na podstawie własnej analizy ofert wiodących w Polsce banków.

<sup>10</sup> Choć ta nazwa nie powstała z myślą o konsumentach w starszym wieku.

<sup>11</sup> Oferta powstała w wyniku współpracy Zakładu Ubezpieczeń Społecznych oraz Banku BPH. Preferencyjne warunki są skierowane do osób w wieku 55 lat i więcej, które mogą zapewnić stałe wpływy z tytułu świadczenia emerytalno-rentowego.



obejmujący całe spektrum usług turystycznych. I tutaj analiza oferty poszczególnych biur podróży dostarcza względnie jednolitego materiału badawczego, jednocześnie o stosunkowo najniższym, spośród wykazanych w niniejszym opracowaniu, pułapem – określonym najczęściej na poziomie 50 lat (choć zdarzają się również oferty dla osób, które ukończyły 54. lub rzadziej 59. rok życia). Pułapy te są dość powszechne ze względu na programy dofinansowania wyjazdu, m.in. Europe Senior Tourism, który od 2009 oferuje promocyjne wyjazdy do Hiszpanii w okresie od października do maja obywatelom jednego z wybranych krajów Unii Europejskiej (EST 2015).

## 5. PODSUMOWANIE

Podsumowując powyższe rozważania należy zauważyć, że czym innym jest koncepcja teoretyczna, przyjmowana przez wiodące organizacje międzynarodowe czy towarzystwa naukowe, a czym innym praktyka i to nie tylko gospodarcza, społeczna, ale również praktyka akademicka/naukowa. Właściwie we wszystkich głównych dyscyplinach, w kręgu zainteresowań których pozostają osoby starsze, widoczne są rozbieżności w kategoryzacji wiekowej tej grupy odniesienia oraz w przyjmowanych granicach wieku badanych w diagnozach empirycznych. Stąd obserwowane są przypadki, kiedy autor danego opracowania definiuje osoby stare/starsze/seniorów z wykorzystaniem konkretnej kategorii wieku chronologicznego, jednak swoje wnioski opiera na znacznie szerszym (bądź węższym<sup>12</sup>) spektrum wiekowym. Dzieje się tak przede wszystkim w wyniku:

- braku dostępnych danych statystycznych w przyjętym przedziale wiekowym;
- braku zgodności co do jednego pułapu;
- znacznym zróżnicowaniu „granicy starości” we wtórnie cytowanych opracowaniach.

Jednym z dodatkowych wniosków, płynących z obserwacji i przeglądu piśmiennictwa może być uwaga o swoistym „narzucaniu” obszarów działań, wynikającym na przykład z finansowania bądź współfinansowania danego badania czy analizy w ramach projektu skierowanego na konkretną kategorię wiekową beneficjentów. W takiej perspektywie, uczestnicy są niejako zmuszeni do przyjęcia danego pułapu. Utrwała się w ten sposób wśród badaczy oraz wśród organizacji społecznych schemat myślenia o osobach starszych w konkretnym odniesieniu do wieku chronologicznego.

Czekając na bardziej dynamiczną dyskusję środowiska naukowego nt. zasadności i możliwości wprowadzenia umownej granicy wieku starszego, można raz jeszcze powtórzyć postulat niektórych autorów o większą precyzję i dyscyplinę językową badaczy w tym zakresie. Jednak z drugiej strony, skoro zdajemy sobie

<sup>12</sup> Choć jest to rzadziej spotykane.

sprawę z obecnych ograniczeń w definiowaniu starszych osób i starszych konsumentów, właściwe wydawałoby się promowanie pewnej elastyczności w ocenie dorobku innych naukowców i nienegowanie osiągnięć jedynie ze względu na przyjęcie odmiennego niż nasz własny pułapu wieku starszego.

## BIBLIOGRAFIA

- Abramowska-Kmon A. (2011), *O nowych miarach zaawansowania procesu starzenia się ludności*, „Studia Demograficzne”, 1(159), s. 3–22.
- Baładynowicz-Panfil K. (2012), *The Role of Older People as Consumers – the Comparative Analysis of Old and New Member States of European Union*, „Comparative Economic Research”, Volume 15, Issue 1, 83–101.
- Baładynowicz-Panfil K. (2013), *Relacje starzejący się konsumenci – starsi pracownicy na przykładzie rynku dóbr konsumpcyjnych*, „Ekonomia. Economics”, 2(23), s. 124–136.
- Baron S. (2008), *The elder’s reflection on marketing to the elderly*, „The Marketing Review”, vol. 8, No. 4, pp. 313–328.
- BazEkon (2015), oficjalna strona bazy BazEkon, [http://kangur.uek.krakow.pl/bazy\\_ae/bazekon/nowy/advanced.php](http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/advanced.php), (dostęp: 31.07.2015 r.)
- Bień B. et al. (2013), *Standardy postępowania w opiece geriatrycznej. Stanowisko Polskiego Towarzystwa Gerontologicznego opracowane przez ekspertów Zespołu ds. Gerontologii przy Ministrze Zdrowia*, „Gerontologia Polska”, Tom 21, nr 2, s. 33–47.
- Błędowski P., Szatur-Jaworska B., Szweda-Lewandowska Z., Kubicki P. (2012), *Raport na temat sytuacji osób starszych w Polsce*, Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa.
- Bombol M., Słaby T. (2011), *Konsument 55+ wyzwaniem dla rynku*, Szkoła Główna Handlowa, Oficyna Wydawnicza, Warszawa.
- Bondos I. (2013), *Dlaczego stanowią wyzwanie dla marketingu?*, „Marketing i rynek”, nr 3, s. 31–36.
- Bone P. F. (1991), *Identifying mature segments*, „Journal of Consumer Marketing”, vol. 8, Issue 4, pp. 19–32.
- Canada B., Stephan Y., Caudroit J., Jaconelli A. (2013), *Personality and subjective age among older adults: the mediating role of age-group identification*, „Aging & Mental Health”, vol. 17, No. 8, pp. 1037–1043.
- CBOS (2007), *Czy zmienia się stosunek Polaków do starości*, Komunikat z badań, BS/33/2007, Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa.
- CBOS (2010), *Obraz typowego Polaka w starszym wieku*, Komunikat z badań, BS/2/2010, Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa.
- CBOS (2012a), *Polacy wobec własnej starości*, Komunikat z badań, BS/94/2012, Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa.
- CBOS (2012b), *Społeczna solidarność z osobami w starszym wieku*, Komunikat z badań, BS/83/2012, Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa.
- CRIS (2012), *Raport z badania „Diagnoza sytuacji osób starszych w Rybniku i Wodzisławiu Śląskim”*, Centrum Rozwoju Inicjatyw Społecznych, Rybnik.
- Czekanowski P. (2012), *Społeczne aspekty starzenia się ludności w Polsce: perspektywa socjologii starości*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Czekanowski P. (2014), *Wieloznaczność określeń odnoszonych do ludzi starych*, [w:] *O sposobach mówienia o starości. Debata, analiza, przykłady*, Szatur-Jaworska B. (red.), Rzecznik Praw Obywatelskich, Warszawa.

- Dąbrowska A. (2012), *Poziom świadomości praw konsumentów osób starszych w świetle badań własnych*, [w:] „Problemy zarządzania, finansów i marketingu” nr 25, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, nr 711.
- EST (2015), oficjalna strona Europe Senior Tourism, [www.europeseniortourism.eu](http://www.europeseniortourism.eu), (dostęp: 31.07.2015 r.)
- Gołdys A., Krzyżanowska Ł., Stec M., Ostrowski Ł. (2012), *Zoom na UTW. Raport z Badania, Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „ę”*, Warszawa.
- Grotkowska G. (2013), *Analiza porównawcza zmian sytuacji osób 45+ na rynkach pracy w Polsce oraz w wybranych krajach UE intensywnie promujących politykę zarządzania wiekiem*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
- Grzybek M., Szopiński W. (2012), *Młodzi oraz starsi klienci banku – ich zachowania i ocena działań marketingowych*, [w:] „Problemy zarządzania, finansów i marketingu” nr 25, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 711.
- Grzybowska-Brzezińska M. (2012), *Zachowania młodych konsumentów i seniorów na rynku żywności ekologicznej*, [w:] „Problemy zarządzania, finansów i marketingu” nr 25, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 711.
- Grzybowska-Brzezińska M., Szymt M. (2011), *Wybrane obszary zachowań rynkowych seniorów*, [w:] „Ekonomiczne Problemy Usług” nr 72, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 660.
- Gunter B. (1998), *Understanding the Older Consumer: The Grey Market*, Routledge, New York.
- Kościńska E. (2011), *Profilaktyka chorób przewlekłych (na przykładzie cukrzycy typu 2), w okresie późnej dorosłości*, „Acta Pomerania”, nr 3, s. 133–153.
- Kowaleski J.T. (2008), *Struktura demograficzna starszego odłamu ludności (rozważania metodologiczne i elementy obrazu sytuacji w województwach i powiatach na przełomie stuleci)*, [w:] *Starzenie się ludności Polski – między demografią a gerontologią społeczną*, J.T. Kowaleski, P. Szukalski (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Kubicki P. (red.) (2013), *Osoby starsze na rynku usług finansowych. Analiza i zalecenia*, Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich, Warszawa.
- Kurkiewicz J. (1992), *Podstawowe metody analizy demograficznej*, PWN, Warszawa.
- Layte R., Sexton E., Savva G. (2013), *Quality of Life in Older Age: Evidence from an Irish Cohort Study*, “Journal of the American Geriatrics Society”, vol. 61, No. S2, pp. 299–305.
- Ławicki J.S. (2011), *Zachowania rynkowe seniorów w Polsce*, [w:] „Ekonomiczne Problemy Usług” nr 72, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 660.
- Makara-Studzińska M., Kryś-Noszczyk K. (2012), *Oblicza starości – przegląd piśmiennictwa*, „Psychogeriatrya Polska”, 9(2), s. 69–76.
- Moskalik B., Wielicka A. (2005), *Age influence on dairy products consumption habits*, „Rocznik Akademii Rolniczej w Poznaniu”, CCCLXVII, pp. 59–65.
- Mielczarek J. (2012), *Usługi finansowe. Poradnik dla osób starszych*, Rzecznik Praw Obywatelskich, Warszawa.
- MOPR (2012), *Program Wsparcia i Aktywizacji Seniorów na terenie Miasta Lublin w latach 2013–2015*, Miejski Ośrodek Pomocy Rodzinie, Lublin.
- Moschis G.P. (2003), *Marketing to older adults: an updated overview of present knowledge and practice*, “Journal of Consumer Marketing”, vol. 20 Issue 6, pp. 516–525.
- Muszyńska W. (2013), *Wpływ aktywności rynkowej seniorów na jakość życia gospodarstw domowych*, [w:] *Problemy zarządzania, finansów i marketingu* nr 32, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, 777.
- Newerli-Guz J., Długosz D. (2012), *Zachowanie młodych konsumentów i seniorów na rynku spożywczych produktów luksusowych*, [w:] „Problemy zarządzania, finansów i marketingu” nr 25, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 711.

- Niezgoda A., Jerzyk E. (2013), *Seniorzy w przyszłości na przykładzie rynku turystycznego*, [w:] *Problemy zarządzania, finansów i marketingu* nr 32, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, 777.
- Oficjalne strony internetowe banków: BZ WBK, Banku PBH, Getin Banku, PKO Bank Polski.
- Oficjalne strony internetowe i regulaminy: *Uniwersytet Trzeciego Wieku Uniwersytetu Śląskiego, Gdański Uniwersytet Trzeciego Wieku, Uniwersytetu Trzeciego Wieku w Uniwersytecie Wrocławskim, Uniwersytetu Trzeciego Wieku przy Wydziale Zamiejscowym w Tychach Krakowskiej Akademii im. Frycza Modrzewskiego, Uniwersytet Trzeciego Wieku w Uniwersytecie Pedagogicznym im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie*.
- Óldak K., Ostrowska B., Nowakowska A., Giemza Cz. (2013), *Ocena ryzyka upadku u starszych kobiet aktywnych fizycznie pochodzących z różnych środowisk zamieszkania*, „Gerontologia Polska”, Tom 21, nr 3, s. 75–82.
- PARP (2013), *Raport końcowy z badań MMP dostawcą usług dla osób starszych*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Wrocław.
- PolSenior (2015), oficjalna strona projektu *PolSenior*. Aspekty medyczne, psychologiczne, socjologiczne i ekonomiczne starzenia się ludzi w Polsce, [www.polsenior.iimcb.gov.pl](http://www.polsenior.iimcb.gov.pl), dostęp z dnia 31.07.2015 r.
- Rogozin D. M. (2014), *The Liberation of Aging – or Work, Knowledge, and Health in Older Age*, “Russian Social Science Review”, vol. 55, no. 3, pp. 27–67.
- Rosset E. (1959), *Proces starzenia się ludności*, Polskie Wydawnictwo Gospodarcze, Warszawa.
- RPO (2014), *O sposobach mówienia o starości, Debata, analiza, przykłady*, Szatur-Jaworska B. (red.), Rzecznik Praw Obywatelskich, Warszawa.
- Rusanova N. E. (2014), *The Concept of Age in Demography and Today’s Older Generation*, “Sociological Research”, vol. 53, no. 4, pp. 80–92.
- Seweryn r. (2011), *Turystyka polskich seniorów na tle wybranych krajów Europy Zachodniej*, [w:] „Ekonomiczne Problemy Usług” nr 72, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 660.
- SHARE (2015), oficjalna strona projektu *SHARE: 50+ w Europie* (ang. Survey of Health, Ageing and Retirement in Europe), [www.share50plus.pl](http://www.share50plus.pl), dostęp z dnia 31.07.2015 r.
- Stroud D., Walker K. (2013), *Marketing to the Ageing Consumer. The Secrets to Building and Age Friendly Business*, Pulgrave Macmillan, New York.
- Sudbury L., Simcock P. (2009), *A multivariate segmentation model of senior consumers*, “Journal of Consumer Marketing”, vol. 26, Issue 4, pp. 251–262.
- Szlis I. (2011), *Juniorzy vs. seniorzy na rynku detalicznych usług bankowych*, [w:] „Ekonomiczne Problemy Usług” nr 72, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 660.
- Szukalski P. (2014), *Inicjatywy i działania na rzecz podwyższania aktywności zawodowej osób w wieku 50+ w wybranych krajach Europy Południowej*, [w:] *Starzenie się ludności a solidarność międzypokoleniowa*, red. P. Szukalski, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Szymańczak J. (2012), *Starzenie się polskiego społeczeństwa – wybrane aspekty demograficzne*, „Studia BAS”, nr 2(30), s. 9–28.
- Szymańska K. (2012), *Seniorzy na rynku usług kulturalnych na przykładzie kin studyjnych*, [w:] „Problemy zarządzania, finansów i marketingu” nr 25, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 711.
- Śnihur J. (2011), *Senior jako istotny klient – uczestnik współczesnego rynku*, [w:] „Ekonomiczne Problemy Usług” nr 72, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 660.
- UOKiK (2009), *Badanie konsumentów III wieku*, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Warszawa.
- Wysokiński M., Fidecki W., Gębala S. (2013), *Ocena samodzielności osób starszych hospitalizowanych na oddziałach internistycznych*, „Gerontologia Polska”, Tom 21, nr 3, s. 89–97.

Ziębińska B. (2007), *Uniwersytety Trzeciego Wieku jako instytucje przeciwdziałające marginalizacji osób starszych*, praca doktorska, Uniwersytet Śląski, Katowice.

Żak M., Krupnik Sz., Puzio G., Staszczak-Gawęda I., Stopa A., Czesak J. (2014), *Wykorzystanie wirtualnej rzeczywistości i gier konsolowych w profilaktyce upadków osób starszych*, „Gerontologia Polska”, Tom 22, nr 1, s. 9–13.

*Katarzyna Balandynowicz-Panfil*

**THE INTERDISCIPLINARY DILEMMAS  
OF CHRONOLOGICAL CRITERION OF OLD AGE  
– PRELIMINARY STUDIES ON OLDER CONSUMERS**

**Abstract.** In terms of researches on contemporary demographic changes, there are many methodological dilemmas. One of them is the old age criterion, adopted in different disciplines, as well as fields of a study. The subject of the paper is to analyze the differences of approaches to boundaries of senior age in an interdisciplinary perspective. The aim of the study is to answer the question: Who is, from a chronological point of view, an older person for economists, sociologists, demographers, and medicine. The base for that are literature studies, comparative analysis of methodology of previous empirical studies, as well as market practices. Next step is the attempt to specify the age cutoff in studies on seniors purchasing behaviours. The aim of this paper is to demonstrate the lack of consistency in the approach to the threshold of old age, both in specific disciplines as well as in relation to a narrower research area, which are older consumers. The current trend is very diverse (Bondos 2013: 31–36; OCCP 2009; Bombol, Słaby 2011; Stroud, Walker 2013; Gunter 1998). Older consumers are defined as persons aged over 50, 55, 60, or 65 years. The paper proves that the unified approach to this issue would allow for greater availability of comparative studies, statistics, and therefore more dynamic development of researches in the field of older consumers.

**Keywords:** old age criterion, ageing of societies, older consumer