

METODYKA BADAŃ NAD STARSZYMI KONSUMENTAMI – SYSTEMATYCZNY PRZEGLĄD LITERATURY

METHODOLOGY OF RESEARCH ON OLDER CONSUMERS – A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Katarzyna Bałandynowicz-Panfil^{1(A,B,C,D,E,F,G)}

¹Uniwersytet Gdański, Polska
University of Gdańsk, Poland

Bałandynowicz-Panfil, K. (2019). Metodyka badań nad starszymi konsumentami systematyczny przegląd literatury/ Methodology of research on older consumers - a systematic literature review, *Rozprawy Społeczne/Social Dissertations*, 13(4), 70-82.
<https://doi.org/10.29316/rs/114183>

Wkład autorów/
Authors' contribution:
A. Zaplanowanie badań/
Study design
B. Zebranie danych/
Data collection
C. Dane – analiza i statystyki/
Data analysis
D. Interpretacja danych/
Data interpretation
E. Przygotowanie artykułu/
Preparation of manuscript
F. Wyszukiwanie i analiza
literatury/
Literature analysis
G. Zebranie funduszy/
Funds collection

Streszczenie

Cel pracy: Proces starzenia się społeczeństwa odmienia relacje społeczne. Dynamiczne zmiany demograficzne prowadzą do istotnego wzrostu zainteresowania badaczy poszczególnymi obszarami życia seniorów, w tym konsumpcji osób starszych. Celem opracowania jest usystematyzowanie dotychczasowych badań dotyczących starszych konsumentów.

Materiał i metody badawcze: Zastosowaną metodą jest systematyczny przegląd literatury. Przedmiotem badań były artykuły naukowe, dotyczące starszych konsumentów, opublikowane przez polskich autorów. W celu doboru przedmiotu badań wykorzystano bazę Google Scholar. Dodatkowo, uzupełniono zestawienie z zastosowaniem metody kuli śnieżnej. Ostatecznie do badania przyjęto 94 publikacje naukowe z bazy 1900 wyświetleń.

Wyniki: Analiza frekwencyjności w dwóch obszarach: stosowanych metod badawczych oraz problemów badawczych, pozwoliła na weryfikację postawionych hipotez, które dotyczą w szczególności: interdyscyplinarnego podejścia do zagadnienia starszych konsumentów; preferowania określonych kierunków badań – opieka zdrowotna, teleopieka, farmakologia, turystyka; braku powtarzalności badań.

Wnioski: Publikacje naukowe dotyczące starszych konsumentów w Polsce noszą znamiona wczesnego rozwoju badań, w szczególności dotyczy to niewystarczającej ich kumulatywności, powtarzalności i możliwości porównywania.

Słowa kluczowe: starzenie się społeczeństw, osoba starsza, starszy konsument, zachowania konsumpcyjne, systematyczny przegląd literatury

Summary

Purpose of the work: The aging process of society changes social relations. Dynamic demographic changes lead to a significant increase in researchers' interest in particular areas of seniors' lives, including the consumption of older people. The aim of the study is to systematize current researches on older consumers.

Material and methods: The method used is a systematic review of literature. The subject of the research were scientific articles concerning older consumers, published by Polish authors. In order to select the object of research, the Google Scholar database was used. In addition, a comparison with "the snowball method" was completed. Finally, 94 scientific publications were accepted from the database with 1,900 views.

Results: The analysis of attendance in two areas: applied research methods and research problems, allowed to verify the hypotheses that were set, in particular: interdisciplinary approach to the issue of older consumers; preferring specific research directions; no repeatability of studies.

Conclusions: Scientific publications on older consumers in Poland are on the early development of research stage, in particular, their insufficient cumulativeness, repeatability and comparability.

Key words: aging population, elderly person, older consumer, consumer behavior, systematic review of literature

Tabele/Tables: 1

Ryciny/Figures: 3

Literatura/References: 20

Otrzymano/Submitted:
sierpień/August 2019

Zaakceptowano/Accepted:
listopad/November 2019

Adres korespondencyjny: dr Katarzyna Bałandynowicz-Panfil, Katedra Zrównoważonych Procesów Rynkowych, Uniwersytet Gdański, ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot, e-mail: ekokbp@ug.edu.pl, [ORCID.org/0000-0003-1492-7117](https://orcid.org/0000-0003-1492-7117)

Copyright by: Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, Katarzyna Bałandynowicz-Panfil

Czasopismo Open Access, wszystkie artykuły udostępniane są na mocy licencji Creative Commons Uznanie autorstwa-użycie niekomercyjne-na tych samych warunkach 4.0 Międzynarodowe (CC BY-NC-SA 4.0, <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

Wstęp

Konsekwencje postępującego procesu starzenia się ludności są wyraźne dla społeczeństw i gospodarek poszczególnych krajów i regionów. Osoby starsze stanowią bardziej liczną, a zarazem znaczącą część społeczeństwa. Ich rola, znaczenie i potencjał stanowi coraz częściej przedmiot debat, zainteresowania instytucji publicznych i podmiotów gospodarczych. Nie dziwi, zatem dynamicznie rosnąca liczba opracowań z zakresu zmian demograficznych. Środowisko naukowe, w tym akademickie, podejmuje debatę publiczną w zakresie różnych aspektów starzenia się społeczeństwa. Należy zauważyć, że sam proces ma charakter interdyscyplinarny. Ma to miejsce zarówno w odniesieniu do przyczyn, jak i skutków rosnącego udziału osób starszych w populacji oraz współistniejącej, często obserwowanej, depopulacji ludności. Bieżące publikacje przyjmują różnorodny charakter i akcentują odmienne aspekty towarzyszące zmianom demograficznym. Dodatkowo, powstają także opracowania, które mają charakter publicystyczny bądź czyśto aplikacyjny.

Mnogość publikacji z zakresu starzenia się ludności rzutuje również na rosnącą ich liczbę w węższych obszarach tematycznych. Jednym z nich jest opisywanie starszych konsumentów, jako coraz bardziej liczebnej i atrakcyjnej grupy nabywców. Ich znaczenie dla przedsiębiorstw produkcyjnych, usługowych i pośredników handlowych staje się oczywiste. Stąd też zainteresowanie badaczy i specjalistów do spraw marketingu kierowane jest na diagnozę specyficznych zachowań konsumpcyjnych osób starszych oraz charakterystykę czynników, najsilniej oddziałujących na tę grupę nabywców na każdym z etapów procesu podejmowania decyzji zakupowych. Zwiększa to tym samym liczbę dostępnych opracowań. Wymaga to podjęcia działań porządkujących i podjęcie prac nad usystematyzowaniem wiedzy z tego zakresu.

Przegląd literatury¹ o charakterze systematycznym pozwala na określenie istniejącego stanu wiedzy. Jako podstawę do stworzenia zestawu analizowanych artykułów posłużyła baza Google Scholar. Przegląd zakwalifikowanych artykułów został oparty o analizę frekwencyjności w dwóch wymiarach. Pierwszym była częstotliwość stosowania określonych metod badawczych dla scharakteryzowania zachowań konsumpcyjnych osób starszych. Drugim obszarem były najczęściej podejmowane przez autorów problemy badawcze. Pozwoliło to na weryfikację postawionych hipotez:

¹ Różne publikacje nieco odmiennie charakteryzują systematyczny przegląd literatury. Niniejsze opracowanie w kategoriach części autorów może być zakwalifikowane raczej do nurtu przeglądu literatury, gdyż nie nosi wszystkich znamion systematyczności, które opisują, np.: (Bukowska, Kołasiński, 2010; Hart, 1998). W odróżnieniu jednak od tradycyjnego, narracyjnego artykułu przeglądowego niniejsze rozważania oparte są o z góry określone, szczegółowe metody gromadzenia materiału empirycznego oraz sposobu weryfikacji jasno sprezyzowanego celu, co z kolei stanowi przesłankę do zakwalifikowania badania, jako bardziej systematycznego, o cechach powtarzalności (Matera, Czapska, 2014).

Introduction

The consequences of progressive process of population ageing are clear for the societies and economies of particular countries and regions. Older people represent a more numerous and significant part of the society. Their role, importance and potential are more often a matter of debate and interest for public institutions and economic entities. Therefore, it is not surprising that the number of studies on demographic change grow rapidly. The scientific community, including academics, debates publicly on various aspects of population ageing. It should be noted that the process itself is interdisciplinary in nature. It concerns both the causes and effects of the growing proportion of older people in the population and the coexisting, often observed, depopulation. Current publications are of a varied character and highlight different aspects that accompany demographic change. In addition, studies which are either journalistic or application-based are created.

The multitude of publications on ageing also has an impact on their increasing number in narrower subject areas. One of them is describing older consumers as an increasingly large and attractive group of buyers. Their importance for manufacturing, service providers and traders is becoming apparent. Therefore, the interest of researchers and marketing specialists is directed towards the diagnosis of specific consumption behaviours of older people and the characteristics of the factors that have the strongest impact on this group of buyers at each stage of the purchase decision making process. This increases the number of available studies and requires actions and work on systematizing knowledge in this area.

A systematic literature review¹ allows to determine the existing state of knowledge. The Google Scholar database was used as a basis for the set of analysed articles. The review of qualified articles was based on the analysis of attendance in two dimensions. The first one was the frequency of using specific research methods to characterise the consumption behaviour of older people. The second area involved most frequently undertaken research problems by the authors. This made it possible to verify the formulated hypotheses:

- H1: There is an interdisciplinary approach to the issue of older consumers (although publications have been narrowed down to socioeconomic and scientific texts);
- H2: The popularity of different lines of enquiry

¹ Different publications characterize the systematic review of literature in a slightly different way. The present study, in terms of some authors, can be classified rather as a literature review, as it does not have all the features of regularity that they describe, e.g.: (Bukowska, Kołasiński, 2010; Hart, 1998). However, as opposed to the traditional, narrative review article, these considerations are based on predetermined, detailed methods of collecting empirical material and the way of verifying a clearly defined goal, which then provides a premise for qualifying the study as more systematic, with features of repetitiveness (Matera, Czapska, 2014).

- H1: Istnieje interdyscyplinarne podejście do zagadnienia starszych konsumentów, (mimo iż dokonano zawężenia publikacji do tekstów o charakterze społeczno-ekonomicznym i naukowym);
- H2: Popularność poszczególnych kierunków badań w zakresie starszych konsumentów jest zróżnicowana;
- H3: Brak jest powtarzalności badań nad zachowaniami nabywczymi osób starszych w Polsce.

Opracowanie ma charakter analityczny i może służyć, jako punkt wyjścia do badań innych autorów. Jednocześnie stanowi ono samodzielną procedurę, nadającą porządek oraz regularność w publikacjach ukierunkowanych na charakterystykę starszych wiekiem konsumentów. Pierwsza część opracowania szczegółowo prezentuje zastosowaną do przeglądu literatury metodę badawczą. Daje to możliwość weryfikacji zasadności końcowych wniosków oraz pozwala na wykorzystanie ich do dalszych badań nad starszymi konsumentami. Kolejna część charakteryzuje zakwalifikowane do badania publikacje naukowe. Punkt następny w całości poświęcony został na weryfikację postawionych hipotez. Całość podsumowuje zakończenie, w którym zwrócona została uwaga na możliwe kierunki rozwoju wiedzy w przyjętym temacie.

Systematyczny przegląd literatury – opis zastosowanej metody

Weryfikacja stawianych hipotez badawczych oraz osiągnięcie stawianego celu wymagały dokonania analizy wtórnej dostępnych opracowań naukowych w zakresie starszych konsumentów. W tym celu zastosowano przegląd literatury o charakterze systematycznym, który jest definiowany, jako: „przegląd podporządkowany jasno sprecyzowanemu pytaniu, z zastosowaniem jawnych metod identyfikacji, selekcji i krytycznej oceny istotnych badań oraz zbioru i analizy danych z badań zakwalifikowanych do tego przeglądu” (Booth, Papaioannou Sutton za: Matera, Czapska, 2014, s. 16). Nadanie formy ustrukturyzowanej może prowadzić również do generowania nowej wiedzy o stanie nauki w przyjętym zakresie. Jest to szczególnie istotne, kiedy weźmie się pod uwagę znaczne rozproszenie publikacji zarówno w periodykach drukowanych, jak i źródłach internetowych (Cisek, 2010).

Metoda ta posłużyła do zgromadzenia materiału empirycznego (Cisek 2010), opisywanego w niniejszym opracowaniu badania. Dało to również możliwość ustalenia zasadności stawianych hipotez, co w pełni wpisuje się w katalog podstawowych celów systematycznego przeglądu literatury². Aby

² Przyjęte w opracowaniu cele wpisują się w listę celów, jakie realizowane są przy wykorzystaniu systematycznego przeglądu literatury, jednak jej nie wypełniają. Przedmiot badania został ograniczony do analizy frekwencyjności, bez elementów krytycznej oceny, jakości prowadzonych badań (w wymiarze jednostkowym), znaczenia zarówno podejmowanej perspektywy badawczej, jak i samych badań oraz jasności sformułowanych wniosków. Wynika to ze wstępnego etapu badań oraz celu opracowania.

- on older consumers varies;
- H3: There is a lack of research repeatability on purchasing behaviour of older people in Poland.

The study is of an analytical nature and can be treated as a starting point for other authors' research. At the same time, it is an independent procedure, which provides order and regularity to publications focused on the characteristics of older consumers. The first part of the study presents in detail the research method used for literature review. It gives an opportunity to verify the validity of the final conclusions and allows to use them for further research on older consumers. The next part is characterized by scientific publications qualified for the study. The next section is entirely devoted to the verification of the hypotheses. The whole paper is summed up by the conclusion, in which attention was paid to possible directions of knowledge development in the topic.

Systematic literature review - description of the method used

The verification of the research hypotheses and the achievement of the objective required a secondary analysis of available scientific studies on older consumers. To do this, a systematic literature review was used, which is defined as: “a review complies with a clearly defined question, using non-confidential methods of identification, selection and critical assessment of relevant studies and the collection and analysis of data from studies qualified for this review”. (Booth, Papaioannou Sutton za: Matera, Czapska, 2014, p. 16). Structured form can also lead to new knowledge about the state of science in the adopted scope. This is particularly important when considering the significant dispersion of publications in printed periodicals and Internet sources (Cisek, 2010).

This method was used to gather empirical material (Cisek 2010), described in this study. It also provided an opportunity to establish the validity of the hypotheses, which fully fits into the basic objectives of a systematic literature review². However, in order for such a method of material analysis to have cognitive value, it is required here to present how the literature analysis was designed

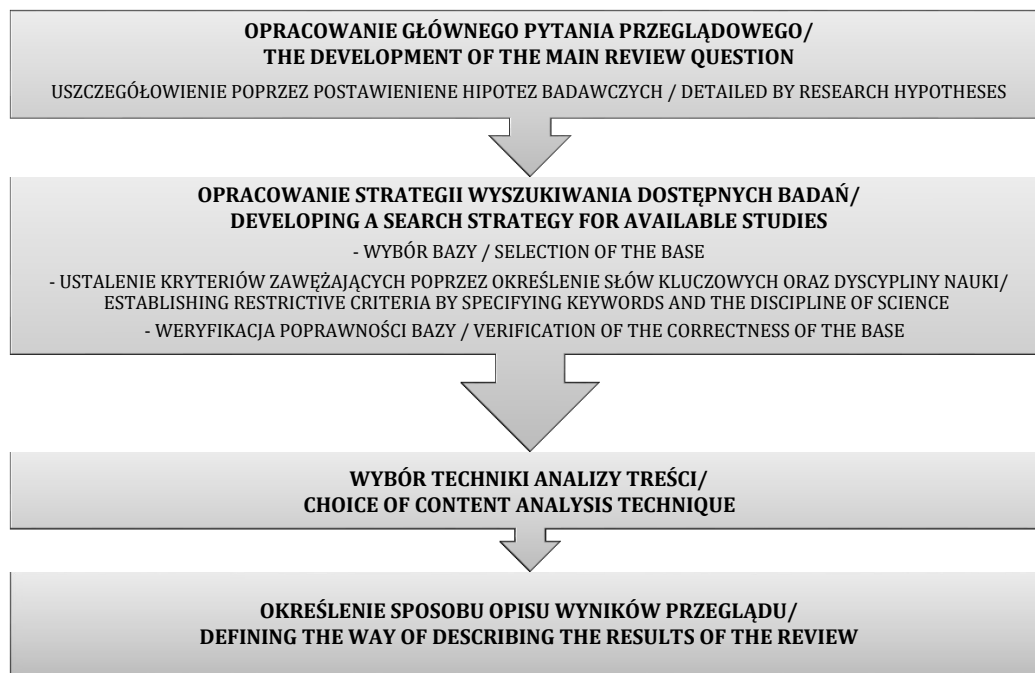
² The objectives adopted in the study are part of the list of objectives that are implemented using a systematic literature review, but do not fulfill it. The subject matter of the study has been limited to the analysis of attendance, without elements of critical assessment of the quality of conducted research (in the unit size), the importance of both the research perspective and the research itself and the comprehensibility of formulated conclusions. It results from the initial stage of the research and the purpose of the study.

jednak taki sposób analizy materiału miał wartości poznawcze, wymagane jest w tym miejscu przedstawienie jak zaprojektowano i przeprowadzono analizę literatury (Boote, Beile, 2005). Opis metody badawczej jest, bowiem warunkiem koniecznym, aby niniejsze opracowanie stanowiło podstawowy raport z przeprowadzonego przeglądu literatury (Hart, 1998).

Przegląd literatury został wykonany w procesie, składającym się z kilku etapów (ryc. 1).

and conducted (Boote, Beile, 2005). The description of the research method is a necessary condition for this study to become the basic report of the conducted literature review (Hart, 1998).

The literature review was performed in a process consisting of several stages (Fig. 1).



Rycina 1. Etapy przeglądu literatury odnoszącej się do starszych konsumentach

Figure 1. Stages of literature review concerning older consumers

Źródło: opracowanie własne.

Source: Own study.

Pierwszym krokiem było opracowanie głównego pytania przeglądowego, które zostało zdefiniowane z uwzględnieniem celu pracy. Przegląd miał prowadzić do odpowiedzi na pytanie: Jaki jest najczęściej stosowany sposób określania i badania aspektów związanych ze starszymi konsumentami w literaturze naukowej? Postawione pytanie jest pytaniem koncepcyjnym z elementami metodologii, co jest jednym ze sposobów budowania tego typu przeglądów (Matera, Czapska, 2014). Uszczegółowieniem przyjętego pytania są postawione hipotezy badawcze.

Kolejnym podjętym krokiem było opracowanie strategii wyszukiwania dostępnych badań. Jako wyjściową uznano bazę Google Scholar, która jest podstawowym źródłem większości badań literaturowych (Matera, Czapska, 2014; Czakon, 2011). Wybór bazy podyktowany został przede wszystkim jej dostępnością. W świecie nauki coraz częściej (jedynym) źródłem wiedzy są zasoby dostępne online. Badacze częstokroć dokonują analizy literatu-

The first step was to develop the main review question, which was defined taking into account the purpose of the work. The review led to the answer to the question: What is the most common way to identify and study aspects related to older consumers in the scientific literature? The question is conceptual with elements of methodology, which is one of the ways of creating such reviews (Matera, Czapska, 2014). The question is specified by research hypotheses.

The next step was to develop the search strategy for available research. The Google Scholar database, which is the primary source of literature research, was considered to be the starting point (Matera, Czapska, 2014; Czakon, 2011). The choice of the database was primarily dictated by its availability. In the world of science, more and more often (the only) source of knowledge are resources available online. Researchers often analyse literature using widely available channels, which include the Google Scholar database - a free, fast and dynamically

ry przy użyciu kanałów powszechnie dostępnych, do których należy zaliczyć bazę Google Scholar – bezpłatną, szybką i dynamicznie rozwijającą się przeglądarkę, umożliwiającą dostęp do materiałów poprzez prostą w obsłudze wyszukiwarkę. Zbiór tekstów zawężono do pełnych tekstów dostępnych w Internecie, lub tych, których abstrakty i streszczenie dostępne były online, a same artykuły dostępne powszechnie w wersji papierowej. Weryfikacji dokonano w oparciu o słowa kluczowe, które wskazywały na tematykę starszych konsumentów. Bazę uzupełniono częściowo według procedury „kuli śnieżnej” o publikacje ujęte w bibliografiach załącznikowych (Czakon, 2011) oraz cytowanych recenzowanych periodykach naukowych. W kolejnym etapie zastosowano kryteria wyłączenia, ograniczając bazę do tekstów o charakterze naukowym ekonomicznym, oraz socjologicznym, w których publikowane są prace z obszaru tematyki seniorów, jako konsumentów. Ostatnim etapem była weryfikacja poprawności bazy w oparciu o analizę abstraktów i zawężenie badanych tekstów do warstwy bezpośrednio dotyczącej badanego zagadnienia.

Jako technikę analizy treści wybrano analizę frekwencyjności, dla ustalenia częstotliwości, powszechności występowania poszczególnych metod badawczych odnoszących się do starszych wiekiem konsumentów oraz kierunków przyjmowanych obrotów badawczych z tego zakresu tematycznego.

Dla opisu wyników oraz weryfikacji stawianych hipotez przyjęto styl narracyjny, syntetyzujący otrzymane rezultaty. W ich konsekwencji możliwe okazało się również wyznaczenie potencjalnych kierunków rozwoju badań nad starszymi konsumentami w nurcie nauk ekonomicznych i społecznych.

Charakterystyka badanych publikacji naukowych

Badanie literatury przeprowadzono w styczniu 2018. W wyniku zastosowania hasła „starszy konsument” w bazie Google Scholar wskazano na 1990 pozycji, odpowiadających temu kryterium. Następnie dokonano analizy pierwszych 1000 publikacji, zgodnie z kolejnością ich wyświetleń. Przegląd został zatrzymany na tysięcznym wyświetleniu, ze względu na spadającą trafność sugerowanych pozycji. Od około 700-800 pozycji do analizy kwalifikowano coraz mniejszą liczbę wyświetleń. W końcowej fazie była to jedna na trzydzieści-czterdzieści pozycji. Jedynym kryterium zawężającym pierwotne wyszukiwanie była rezygnacja z opcji „uwzględniaj patenty” i „uwzględniaj cytaty”, które nie spełniały podstawowego kryterium przeglądu literatury, a które zwiększyłyby bazę do 2010 pozycji.

Zastosowanie kolejnych opisanych powyżej kryteriów doprowadziło do stworzenia bazy 94 tekstów, które odpowiadały stawianym wymogom. Wśród nich 10 artykułów nie pochodziło z czasopism naukowych, a z opracowań zbiorczych, często pokonferencyjnych monografii. Ich treść i forma

developing browser that allows access to materials through an easy-to-use search engine. The collection of texts was narrowed down to full texts available on the Internet, or those which abstracts were available online and the articles themselves were available widely in paper form. The verification was based on keywords, which indicated the subject of older consumers. The database was partly completed according to the snowball sampling with publications included in the bibliographies (Czakon, 2011) and the cited peer-reviewed scientific periodicals. In the next stage, exclusion criteria were applied, limiting the database to texts of a scientific, economic and sociological character, in which works on the subject of seniors as consumers are published. The last stage was the verification of the accuracy of the database based on the analysis of abstracts and narrowing the examined texts to the works directly related to the examined issue.

As a content analysis technique, a frequency analysis was chosen to determine the frequency, universality of particular research methods relating to older consumers and the directions of the adopted research areas in this field.

To describe the results and verify the hypotheses, a narrative style was adopted, synthesizing the obtained results. As a result, it was also possible to determine potential directions for the development of research on older consumers in the current economic and social sciences.

Characteristics of the studied scientific publications

A literature research was conducted in January 2018. As a result of using the slogan “older consumer” in the Google Scholar database, 1990 items corresponding to this criterion were indicated. Then the first 1000 publications were analysed, according to the order they appear. The review was paused on the thousandth view, due to the decreasing accuracy of the suggested items. From about 700-800 items, the number of views was decreasing. In the final phase it was one in thirty-fourty items. The only criterion narrowing the original search was the exclusion of the “include patents” and “include quotes” options, which did not meet the basic criterion of the literature review, and which would have increased the base by 2010.

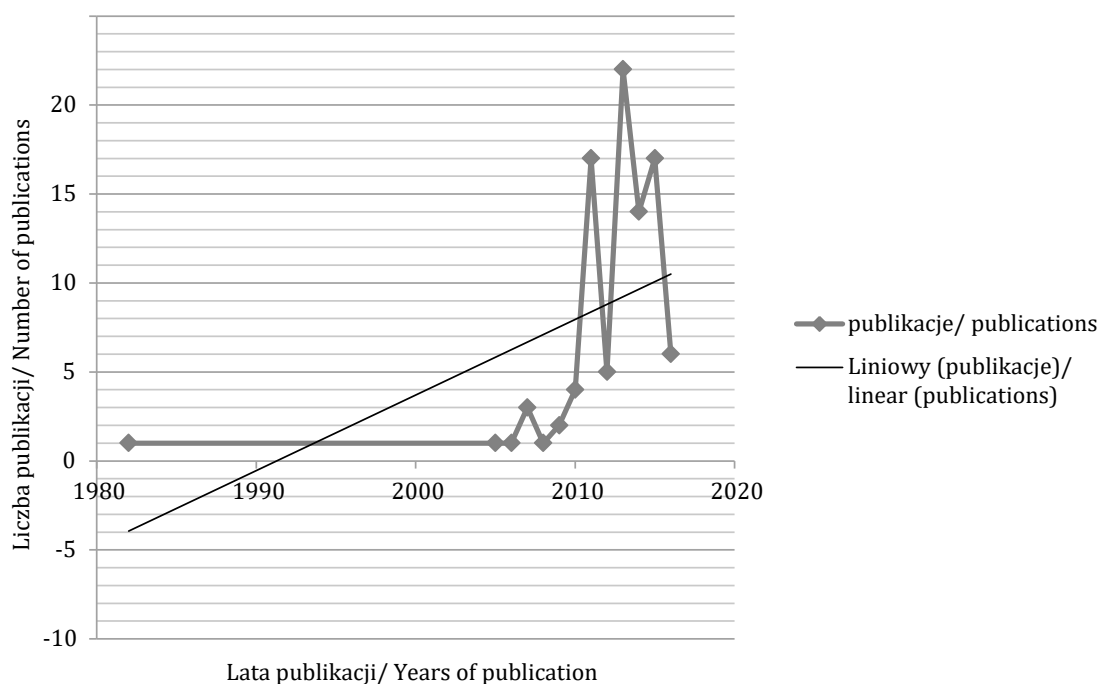
The application of the next criteria described above led to the creation of a database of 94 texts that met the requirements. Among them, 10 articles did not come from scientific journals, but from collective studies, which were often post-conference monographs. However, their content and form met the requirements for the articles and were therefore

spełniały jednak wymagania stawiane artykułom, a zatem zostały zakwalifikowane do badania. Kolejnych osiem opracowań spośród wszystkich 94 zostało dobranych w wyniku zastosowania uzupełnienia metodą „kuli śnieżnej”.

Na wstępie analizy można dokonać oceny rozwoju wiedzy ze względu na liczbę publikacji w poszczególnych latach. Opierając się na adaptacji teorii cyklu życia produktu, można oszacować stopień nasycenia socjoekonomicznymi publikacjami z zakresu starszych konsumentów (Czakoń, 2011). Tego typu metoda daje jasne do interpretacji wyniki. Rosnąca dynamika wskazywałaby na wczesny etap rozwoju nauki w danym obszarze, następujący etap stagnacji sugeruje nasycenie tematyką i stopniowy zanik zainteresowania badaczy tym aspektem, spadająca liczba publikacji może z kolei wskazywać na archaiczność tematyki. Rycina 2 prezentuje wyniki analizy publikacji dotyczących starszych konsumentów według daty ich wydania.

qualified for research. The next eight studies out of all 94 were selected as a result of using the snowball sampling.

At the beginning of the analysis, the development of knowledge can be assessed in terms of the number of publications in each year. Based on the adaptation of the product life cycle theory, it is possible to estimate the degree of socio-economic saturation with older consumer publications (Chakoń, 2011). This type of method gives clear results for interpretation. Increasing dynamics would indicate an early stage of development of science in a given area, the following stage of stagnation suggests saturation with the subject matter and gradual disappearance of interest of researchers in this aspect, while a decreasing number of publications may indicate archaic nature of the subject matter. Figure 2 presents the results of the analysis of publications concerning older consumers by date of their publication.



Rycina 2. Liczba opracowań dotyczących starszych konsumentów według daty publikacji

Figure 2. Number of studies on older consumers by publication date

Źródło: opracowanie własne.

Source: Own study.

Analiza bazy według daty publikacji zakwalifikowanych opracowań wskazuje na rosnącą liczbę artykułów naukowych poświęconych tematyce starszych wiekiem konsumentów. Z dokonanej analizy liczebności dostępnych artykułów z uwzględnieniem daty ich publikacji wnioskować należy, że tendencja wzrostowa zostanie utrzymana i liczba publikacji będzie rokrocznie rosła. Jest to zgodne z ogólnymi obserwacjami zwiększającego się zainteresowania tematyką starszych konsumentów wśród badaczy, co przeja-

Analysis of the database according to the date of publication of the qualified studies indicates a growing number of scientific articles devoted to the subject of older consumers. From the analysis of the number of available articles by date of their publication it can be concluded that the upward trend will be maintained, and the number of publications will increase every year. It complies with general observations of the growing interest of researchers in the subject of older consumers, which is reflected

wia się we wzroście liczby konferencji i seminariów oraz prowadzonych badań nad zachowaniami rynkowymi osób starszych. Jest to, zatem wczesny etap rozwoju wiedzy w tym zakresie w Polsce.

Znaczenie poszczególnych opracowań zależy od ich dostępności, jakości, wszechstronności, autorytetu autora i miejsca publikacji. Poszukując odpowiedniej literatury do cytowania we własnych badaniach, naukowcy często posługują się wyszukiwaniem poprzez tzw. słowa kluczowe. Słowa kluczowe stanowią swoistą ramę, która ma nakreślić obszar analizy, której wyniki opisywane są w danej publikacji. Odpowiedni dobór słów kluczowych może zapewnić większy stopień rozpoznawalności danego artykułu (i jego autora) oraz dotarcia do najbardziej odpowiedniej grupy docelowej. W większości analizowanych opracowań (70 publikacjach) słowa kluczowe były podawane przez autorów. Analiza frekwencyjności występowania poszczególnych terminów pozwala na wyłonienie najbardziej popularnych słów kluczowych, występujących w publikacjach naukowych, których podmiotem badawczym są starsi konsumenci (Tab. 1).

in an increase in the number of conferences and seminars and research on market behaviour of older people. It is therefore an early stage of knowledge development in this field in Poland.

The importance of individual studies depends on their availability, quality, versatility, author's authority and place of publication. When looking for suitable literature to quote in their own research, scientists often use keyword searches. Keywords are a kind of framework that outlines the area of analysis, which the results are described in a given publication. Appropriate selection of key words can ensure greater recognition of a given article (and its author) and reach the most appropriate target group. In the majority of analysed studies (70 publications) keywords were provided by the authors. The analysis of the frequency of occurrence of particular terms allows to select the most popular keywords, occurring in scientific publications concerning older consumers (Table 1).

Tabela 1. Najczęściej występujące słowa kluczowe
Table 1. Most frequent keywords

Słowa kluczowe/ Key words	Liczba / Number
ludzie starsi / ludzie starzy / osoby starsze/ elderly people	25
senior/seniorzy/ senior/seniors	14
zachowania konsumenckie / zachowania konsumenta / zachowania konsumentów/ consumer behaviour	14
konsumenci/konsument (np. 50+, 60+, seniorzy, w wieku starszym)/ consumer/consumers (e.g. 50+, 60+, seniors, elderly people)	14
starzenie się/ starzenie się społeczeństw / starzenie się ludności / starość/ ageing/ageing population	13
turystyka (np. uzdrowskowa, wiejska, społeczna)/ tourism (e.g. spa, rural, social)	12
usługi (np. bankowe, społeczne, ubezpieczeniowe...)/ services (e.g. banking, social, insurance...)	10
metody badawcze (konkretnie zastosowana metoda badawcza)/ test methods (specific test method used)	8
konsumpcja (np. turystyczna, symboliczna)/ consumption (e.g. touristic, symbolic)	7
starsi konsumenci / starsi nabywcy/ elderly consumers / senior buyers	6
aktywizacja, aktywność/ activation, activity	5
rynek (z określeniem segmentu lub branży)/ market (with segment or industry definition)	5
wiek (np. chronologiczny, kognitywny)/ age (e.g. chronological, cognitive)	5

Źródło: opracowanie własne.
Source: Own study.

Analiza słów kluczowych używanych przez autorów zakwalifikowanych do badania publikacji pozwala na wyciągnięcie szeregu wniosków. Przede wszystkim należy podkreślić, że występuje znacz-

The analysis of keywords used by the authors of publications qualified for the study allows to draw a number of conclusions. First of all, it should be stressed that there is a significant disagreement

na rozbieżność wskazywanych terminów pomiędzy autorami, zarówno pod względem stosowanych pojęć, jak i stopnia ich szczegółowości. Zależy to w znacznym stopniu od podjętych obszarów badawczych, ale również nastawienia samych autorów (w publikacjach tych samych autorów słowa kluczowe są często zbieżne). Wyniki analizy pozwalają na klasyfikację najbardziej popularnych słów kluczowych. Najczęściej występujące słowa kluczowe nawiązywały do zdefiniowania podmiotu badawczego. Stąd w większości publikacji można odnaleźć odniesienia typu: ludzie starsi, osoby starsze, seniorzy, starzenie się lub dopełnienie określające wiek, a także bezpośrednie odniesienia do wieku, np. chronologicznego. Drugą najbardziej popularną grupę słów kluczowych stanowiły odwołania do perspektywy, z jakiej badane są osoby starsze. Są to, zatem określenia: konsument, konsumpcja, zachowania konsumpcyjne. Niektórzy autorzy łączą te dwie kategorie i stosują zwroty: starszy konsument, starsi konsumenci, konsument 50+. Kolejną wyłonioną kategorią są słowa kluczowe uszczegóławiające obszar badawczy (usługi, turystyka). W kilku zbadanych publikacjach wśród słów kluczowych można odnaleźć również wskazanie na zastosowaną metodę badawczą. W wielu opracowaniach zaobserwowano współwystępowanie słów kluczowych, odnoszących się do osób starszych/seniorów oraz konsumpcji i zachowań konsumpcyjnych.

Zbytne rozproszenie słów kluczowych i brak konsekwentnej terminologii dotyczącej wieku granicznego starości (starszych konsumentów) prowadzi do rozmycia publikacji i utrudnia dotarcie do wartościowych opracowań. Wczesny etap budowania dyskursu publicznego potrzebuje względnej łatwości dotarcia do wiarygodnych wyników badań. Wnioski płynące z tej części analizy mogą posłużyć, jako wskazówka do odpowiedniego oznakowania opracowań. W tym ostatnim mogą pomóc między innymi instrukcje American Economic Association (AEA, 2018). Stowarzyszenie to w przewodniku dotyczącym klasyfikacji JEL³, podaje przykładowe obszary badawcze oraz najbardziej trafne słowa kluczowe w poszczególnych kategoriach. Jest to tym bardziej istotne, że również polska nauka zmierza w kierunku globalizacji wiedzy i rozpowszechnienia jej na skalę światową. Warto, zatem zadbać, aby odpowiednio dobrane słowa kluczowe pozwalały na odszukanie danej publikacji nie tylko przez polskich czytelników, ale również tych poza granicami kraju.

Weryfikacja hipotez badawczych – wyniki badania literatury

Dokonany przegląd literatury pozwolił na wyciągnięcie wniosków w dwóch poruszanych problemach badawczych. Pierwszym była częstotliwość stosowania określonych metod badawczych dla scharakteryzowania zachowań konsumpcyjnych

in the terms indicated between the authors, both in the terms used and their details. It depends on the research areas undertaken to a large extent, but also on the attitude of the authors themselves (in publications of the same authors the keywords are often concurrent). The results of the analysis allow to classify the most popular keywords. The most common keywords referred to the definition of the research subject. Hence, the majority of publications referred to: elderly people, seniors, aging or an object defining age, as well as direct references to age, e.g. chronological. The second most popular group of keywords were references to the perspective from which older people are studied. Thus, these are the terms: consumer, consumption, consumption behaviour. Some authors combine these two categories and use phrases: older consumer, older consumers, consumer 50+. Another selected category are keywords detailing the research area (services, tourism). In several studied publications, among the keywords you can also find an indication of the research method used. Many studies have observed the co-occurrence of keywords referring to older people/seniors, consumption and consumption behaviour.

Excessive dispersion of keywords and lack of consistent terminology regarding the boundary of old age (older consumers) leads to vanishing of publications and makes it difficult to reach valuable studies. The early stage of a public discourse needs relative easiness to access reliable research results. The conclusions of this part of the analysis can serve as a guideline for the appropriate labelling of studies. Among other things, instructions from the American Economic Association (AEA, 2018) can help in the latter part of the analysis. In the guide to JEL classification³, this association gives examples of research areas and the most relevant keywords in each category. This is all important because Polish science is moving towards the globalization of knowledge and its distribution on a global scale. Therefore, it is worth keeping in mind that appropriately selected keywords allow to find a given publication not only by Polish readers, but also those outside the country.

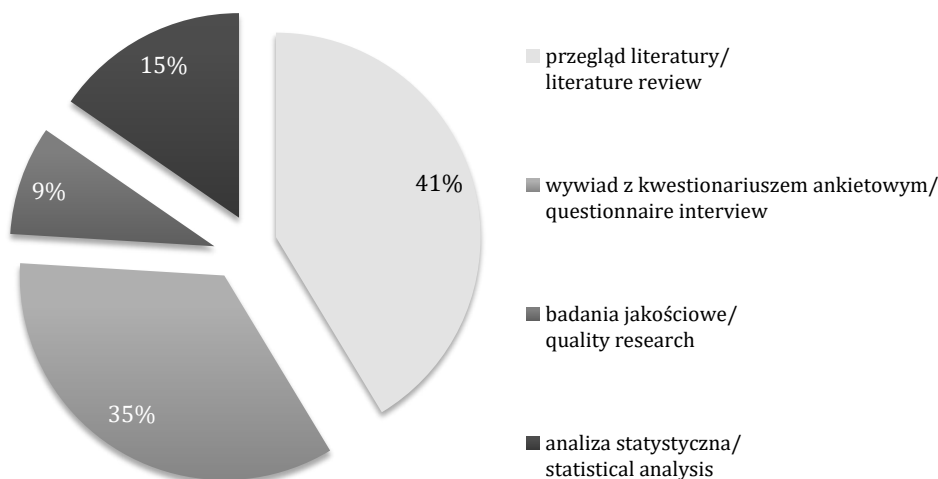
Verification of the research hypotheses - results of literature research

The literature review allowed to draw conclusions in the two research problems raised. The first was the frequency of application of specific research methods to characterise the older people's consumption behaviour. As a result of the study,

³ Klasyfikacja ta jest coraz częściej wykorzystywanym systemem opisu opracowań naukowych.

³ This classification is a more and more used system for describing scientific studies.

osób starszych. W wyniku badania wyłoniono cztery podstawowe grupy metod stosowane przez autorów analizowanych publikacji. Były to: badania ilościowe z wykorzystaniem kwestionariuszy ankietowych, badania jakościowe, niesystematyczny przegląd literatury oraz analiza statystyczna. Wyniki zobrazowano na poniższym wykresie (ryc. 3).



Rycina 3. Główne metody badawcze

Figure 3. Main test methods

Źródło: opracowanie własne.

Source: Own study.

Metody badawcze określano na podstawie wskazań autorów w abstraktach, streszczeniach, wstępach lub w treści opracowań. W przypadku, gdy autor nie określił tego bezpośrednio, klasyfikacji dokonano w oparciu o własną analizę tekstu. W części publikacji wskazywano na więcej niż jedną metodę badawczą. Miało to miejsce przede wszystkim przy współwystępowaniu przeglądu literatury i analizy statystycznej. W przypadku opracowań zawierających wyniki badań empirycznych, była to najczęściej jedyna wskazana metoda, choć nie ulega wątpliwości, że wszystkie analizowane publikacje podparte były mniej lub bardziej pogłębionym przeglądem literatury.

Opracowania, w których podstawową, i najczęściej jedyną, metodą badawczą był niesystematyczny przegląd literatury stanowiły najbardziej liczną reprezentację. Należy tu podkreślić, że brak systematyki w doborze literatury może zaburzać osiągnięte wyniki, gdyż prowadzi do doboru subiektywnego. Przeglądy dotyczyły różnorodnej tematyki i prezentowały wiedzę zaczerpniętą zazwyczaj z około 15-30 cytowanych publikacji.

Istotną grupę stanowiły artykuły, w których prezentowano wyniki badań empirycznych. W przeważającej części były to badania ilościowe oparte na kwestionariuszach ankietowych. Respondentami były osoby w wieku powyżej 50, 55 lub 60 roku życia, co potwierdza wcześniejszy wniosek o braku zgodności, co do wieku granicznego starszych

four basic groups of methods used by the authors of the analysed publications were identified. These were: quantitative research using questionnaires, qualitative research, non-systematic literature review and statistical analysis. The results are shown in the diagram below (Fig. 3).

Research methods were defined on the basis of the authors' indications in abstracts, summaries, introductions or in the content of studies. If the author did not specify it directly, the classification was based on one's own analysis of the text. In a part of the publication more than one research method was indicated. This was done primarily with the co-occurrence of literature review and statistical analysis. In the case of studies containing results of empirical research, it was often the only method indicated, although there is no doubt that all analysed publications were supported by a more or less explored literature review.

Studies in which the basic and most often the only research method was a non-systematic review of literature were most common. It should be stressed here that the lack of regularity in the selection of literature may disrupt the results achieved, as it leads to subjective selection. The reviews concerned various topics and presented knowledge usually found in about 15-30 quoted publications.

An important group were articles presenting the results of empirical research. For the most part, these were quantitative studies based on questionnaires. Respondents were people over 50, 55 or 60 years of age, which confirms an earlier conclusion about the boundary age of older consumers. Usually they were residents of selected agglomerations or voivodeships. The sample size varied and ranged from 100 to over 1000 people. Respondents for

konsumentów. Zazwyczaj byli to mieszkańcy wybranych aglomeracji lub województw. Liczebność próby była zróżnicowana i wahała się od 100 do ponad 1000 osób. Respondentów do badania w kategorii „starsi konsumenci” bardzo często wybierano spośród słuchaczy Uniwersytetów Trzeciego Wieku (15 badań). W niektórych opracowaniach wybór ten nie został dodatkowo uzasadniony (Bylok, 2013), w innych z kolei (Badowska, Rogala, 2016) oprócz dostępności podkreśla się wysoki poziom zwrotu ankiet oraz specyficzne cechy tej grupy, tj. wiek, zakończona aktywność zawodowa⁴, ponadprzeciętna aktywność społeczna oraz otwartość na wiedzę i nowości.

Rzadziej publikowane były wyniki badań jakościowych. Wśród nich wymieniano eseje, case study, wywiady grupowe zogniskowane oraz wywiady swobodne. Najczęściej występowały one samodzielnie i nie stanowiły uzupełnienia dla badań ilościowych.

Ostatnią kategorią są opracowania, których podstawową metodą była analiza statystyczna, częściej niepogłębiona, choć w przypadku kilku publikacji wprowadzono bardziej zaawansowane techniki analityczne.

Drugim obszarem poddanym analizie były podejmowane przez autorów problemy badawcze. Sposób opisu tematyki i przyjęte cele badawcze pozwoliły na weryfikację postawionych we wstępie hipotez badawczych.

Pierwsza hipoteza nie została potwierdzona. Publikacje miały charakter przede wszystkim ekonomiczny, a nie – jak zakładano – interdyscyplinarny, co miałyby stanowić odzwierciedlenie charakteru samego procesu starzenia się populacji, która oddziałuje na wiele dziedzin życia społecznego. Opracowania publikowane były najczęściej w czasopiśmie ekonomicznych, tj. *Handel wewnętrzny, Marketing i rynek* oraz w zeszytach i czasopiśmie naukowych uniwersytetów w Poznaniu, Łodzi, Wrocławiu i Szczecinie. Dwa opracowania pochodziły z *Gerontologii Polskiej*. Teksty, które swoją tematyką były bardziej sprofilowane częściej publikowane były w czasopiśmie specjalistycznych, dotyczących zdrowia, edukacji, czy prawa. Nosiły one znamiona interdyscyplinarności, jednak ich niska liczba i stopień korzystania z dorobku innych dyscyplin nie pozwala na wyciągnięcie bardziej optymistycznych wniosków w tym zakresie. Opracowania były wynikiem pracy zazwyczaj pojedynczych autorów, czasami dwójki naukowców, rzadko zespołu badawczego, co również utrudnia realizację podejścia interdyscyplinarnego.

Druga stawiana hipoteza zakładała wyraźną przewagę pewnych kierunków badań. Wstępnie założono, że będą to teksty w dużej części odnoszące się do tematyki opieki zdrowotnej, farmakologii i turystyki. Hipoteza ta została potwierdzona. Najczę-

the study in the category “older consumers” were very often chosen from among the students of Universities of the Third Age (15 studies). In some studies this choice was not additionally justified (Bylok, 2013), in others (Badowska, Rogala, 2016), in addition to availability, a large number of answered questionnaires and the specific characteristics of this group, i.e. age, accomplished professional activity⁴, above average social activity and openness to knowledge and novelties, are highlighted.

Results of qualitative research were published rarely. Among them one could encounter essays, case studies, focused group interviews and casual interviews. They often occurred independently and were not an addition to quantitative research.

The last category are studies which basic method was cursory statistical analysis, although more advanced analytical techniques were introduced for several publications.

The second area of analysis involved research problems undertaken by the authors. The way the subject was described, and the research objectives adopted made it possible to verify the research hypotheses formulated in the introduction.

The first hypothesis was not confirmed. The publications were primarily economic, rather than - as it was assumed - interdisciplinary, which would reflect the nature of the process of population ageing, which affects many areas of social life. The studies were most often published in economic journals, i.e. *Internal Trade, Marketing and Market*, and in notebooks and scientific journals of universities in Poznań, Łódź, Wrocław and Szczecin. Two studies came from Polish gerontology. Texts that were more oriented on their subject matter were more often published in specialist journals concerning health, education or law. They were interdisciplinary, but their low number and the use of the achievements of other disciplines does not allow to draw more optimistic conclusions in this respect. The studies usually were the result of the work of individual authors, sometimes two scientists, rarely a research team, which also makes it difficult to implement an interdisciplinary approach.

The second hypothesis assumed an explicit advantage of certain research directions. It was initially assumed that these would be texts largely related to health care, pharmacology and tourism. This hypothesis was confirmed. Most often the studies were of a general character and their aim was to determine the character of older consumers' behaviour. However, a very important group, as many as 21 of the qualified studies, was carried out in the area of tourism services, the tourism market, and the behaviour of older consumers in relation to the tourism, recreation and spa. A number of publications also concerned pro-health issues in the context of health and rehabilitation services,

⁴ Choć z badań wynika, że regulaminy Uniwersytetów Trzeciego Wieku nie są spójne w tym względzie i często dopuszczają do uczestnictwa osoby pracujące, jak również nie wprowadzają żadnych ograniczeń wiekowych (Bałandynowicz-Panfil, 2016).

⁴ Although research shows that the rules and regulations of the Third Age Universities are not consistent in this respect and often allow working people to participate, as well as do not introduce any age limits. (Bałandynowicz-Panfil, 2016).

ściej opracowania miały, co prawda charakter ogólny, a ich celem było określenie specyfiki zachowań konsumentów w wieku starszym. Jednak bardzo istotną grupę, bo aż 21 zakwalifikowanych opracowań stanowiły badania w obszarze usług turystycznych, rynku turystycznego, zachowań starszych konsumentów w odniesieniu do oferty turystycznej, rekreacyjnej i uzdrowiskowej. Szereg publikacji dotyczyło również tematyki prozdrowotnej zarówno w kontekście usług zdrowotnych, rehabilitacyjnych, jak również nawyków żywieniowych. Zresztą, temat rynku spożywczego jest również silnie akcentowany w opracowaniach. Kolejną, znaczną grupę stanowiły publikacje dotyczące sektora bankowego, instytucji finansowych i ich ofert skierowanych bezpośrednio do starszych wiekiem konsumentów.

Potwierdzona została również ostatnia hipoteza, zakładająca brak powtarzalności realizowanych badań. Nawet w obszarach, które zostały wymienione, jako najbardziej popularne, badania realizowane są niezależnie i nie stanowią kontynuacji lub weryfikacji wyników wcześniejszych analiz empirycznych. Pewna dyskusja jest realizowana, co prawda na polu przeglądu literatury, jest ona jednak niewystarczająca dla zapewnienia kumulatywności badań, co prowadzi do istotnych ograniczeń poznawczych. Autorzy, konstruując badania własne i interpretując ich wyniki, rzadko zestawiają je z podobnymi badaniami. Problemem jest również niepełny opis metodologii zrealizowanych badań, co uniemożliwia ich powtórzenie przez innych naukowców. Daje to obraz jednostkowy i wymusza na autorach powielanie działań koncepcyjnych. Jest to dość istotne ograniczenie dla spójnego rozwoju nauki w analizowanym obszarze.

Dyskusja i wnioski

Wyraźnie widoczny wzrost liczby publikacji naukowych, dotyczących starszych konsumentów koresponduje z rosnącą liczbą naukowców i polityków zainteresowanych tą tematyką (Komisja Europejska, 2015). Obecnie można mówić o wczesnym etapie rozwoju tej gałęzi nauki w Polsce.

Przeprowadzona analiza prowadzi do szeregu wniosków. Po pierwsze, podsumowując powyższe rozważania, podkreślić należy, że realizowane badania obejmują jak dotąd stosunkowo wąskie spektrum problemów badawczych, wśród których dominuje ogólne zainteresowanie specyfiką zachowań konsumpcyjnych w starszym wieku lub bardziej szczegółowymi zagadnieniami dotyczącymi turystyki, czy zdrowia. Brak wspólnej definicji starszych konsumentów (jak i osób starszych) potęguje problemy poznawcze. Różnorodne pułapy graniczne wieku są zresztą wskazywane, jako utrudnienie w polskiej, jak i zagranicznej literaturze przedmiotu, przykładowo: Kowaleski (2008), Stroud, Walker (2013); Gunter (1998). Brak jednoznaczności terminologicznej znacznie zawęża możliwości poszerzenia wiedzy, co ma istotne znaczenie w rozwoju

as well as eating habits. In addition, the subject of the food market is also strongly emphasized in the studies. Another significant group were publications concerning the banking sector, financial institutions and their offers addressed directly to older consumers.

The last hypothesis, assuming the lack of repetitiveness of the studies carried out, was also confirmed. Even in the areas which have been mentioned as the most popular, the research is carried out independently and they are not a continuation or verification of the results of previous empirical analyses. Although some discussions are carried out in the field of literature review, it is insufficient to provide cumulative research, which leads to significant cognitive limitations. When the authors work on their own studies and interpret their results, they rarely compare them with similar studies. The problem is also an incomplete description of the methodology of research carried out, which makes it impossible to repeat it by other scientists. This gives a single picture and forces the authors to duplicate their conceptual actions. This is quite a significant limitation for the consistent development of science in the analysed area.

Discussion and conclusions

The clearly visible increase in the number of scientific publications concerning older consumers corresponds to the growing number of scientists and politicians interested in this topic (European Commission, 2015). Currently, we can speak about the early stage of development of this branch of science in Poland.

The analysis leads to a number of conclusions. Firstly, to sum up the above deliberations, it should be stressed that the research conducted so far covers a relatively narrow spectrum of research problems, among which there is a general interest in the character of consumption behaviour in old age or more specific issues concerning tourism or health. The lack of a common definition of older consumers (as well as elderly people) escalates cognitive problems. Various age limits are also indicated as an obstacle in Polish and foreign literature, for example: Kowaleski (2008), Stroud, Walker (2013); Gunter (1998). The lack of terminological unambiguity significantly limits the possibilities of improving knowledge, which is important in the development of a relatively new area of Polish

stosunkowo nowego obszaru polskiej debaty publicznej, jakim jest znaczenie osób starszych w nowoczesnym społeczeństwie (Baładynowicz-Panfil, 2016; Czekanowski, 2012).

Po drugie, podejmowany zakres tematyczny dotychczasowych badań jest zgodny z ogólną w Polsce tendencją. Obserwowane jest znaczne uproszczenie postrzegania osób starszych, jako konsumentów, mających udział jedynie w nielicznych branżach (farmaceutycznej, medycznej, turystycznej). Tym samym nie dostrzega się ich znaczenia na pozostałych rynkach dóbr i usług. Powoduje to szereg konsekwencji, wśród których najważniejszym wydaje się niski poziom wiedzy o specyfice starszych konsumentów nie tylko w środowisku naukowym, ale przede wszystkim w przestrzeni gospodarczej i publicznej. Badania powinny stanowić stymulator zmian, a im bardziej dogłębne będą analizy, tym pełniej przedsiębiorstwa będą mogły dostosować swoją ofertę i strategię komunikacji rynkowej do potrzeb i możliwości starszych konsumentów (Meiners, 2014; Szmigin, Carrigan, 2001).

Po trzecie, należy zakładać, że, wzorem badań podejmowanych w innych krajach, publikacji będzie przybywać, a poruszana tematyka będzie coraz bardziej uszczegóławiana, aż do analizy bardzo wąskich obszarów tematycznych. Można również prognozować wzrost liczby publikacji dotyczących starszych e-konsumentów, analizy schematu lojalności, otwartości na innowacje w zakresie technologii oraz technik sprzedażowych, kanałów i narzędzi marketingowych, zakupu dóbr luksusowych (Yoon, Cole, Lee, 2009; Kohlbacher, Herstatt, 2011; Sane, 2017). Ze względu na dynamiczny charakter procesu starzenia się ludności w Polsce, należy jednak zadbać o intensywny rozwój badań w analizowanym obszarze (np. poprzez kierunkowe finansowanie, promowanie interdyscyplinarnych zespołów badawczych) oraz o ich jak najwyższą, jakość. Dotychczasowe badania opierają się w dużym stopniu na analizie wtórnej. *Desk research* jest oczywiście ważnym etapem pogłębiania zagadnienia, jednak zbyt ubogie badania empiryczne niwelują wartość poznawczą i nie rozwijają warsztatu metodycznego w zakresie analizy zachowań rynkowych starszych konsumentów.

Badacze powinni zwracać również większą uwagę na możliwość porównywania badań, bardziej precyzyjnego opisu wykorzystywanych metod badawczych oraz stosowania szerszego wachlarza narzędzi badawczych. Wpłynie to z pewnością na szybszy rozwój wiedzy w zakresie zachowań nabywczych starszych konsumentów i podniesienie, jakości realizowanych w tym zakresie badań. Będzie to korzystne zarówno dla świata nauki, jak i biznesu. Na końcu, nie należy zapomnieć o samych osobach starszych. Rozwój wiedzy w odniesieniu do ich potrzeb, możliwości, sposobu podejmowania decyzji nabywczych i właściwych kanałów komunikacji wpłyną na bardziej adekwatne dopasowanie oferty przedsiębiorstw, racjonalności zakupów, jak i na podniesienie poziomu jakości życia seniorów.

public debate, namely the importance of the elderly in modern society (Baładynowicz-Panfil, 2016; Czekanowski, 2012).

Secondly, the thematic scope of research undertaken so far is consistent with the general trend in Poland. A significant simplification of the perception of elderly people as consumers is observed, with their participation in only a few sectors (pharmaceutical, medical, tourism). Thus, their importance in the remaining markets of goods and services is not recognized. This leads to a number of consequences, among which the most important seems to be the low level of knowledge about the character of older consumers not only in the scientific community, but above all in the economic and public field. Research should provoke changes, and the more in-depth analyses are carried out, the more companies will be able to adapt their offer and market communication strategy to the needs and capabilities of older consumers (Meiners, 2014; Szmigin, Carrigan, 2001).

Thirdly, it should be assumed that, as in the case of research undertaken in other countries, the number of publications will increase, and the subject matter will be more and more detailed, until the analysis of very narrow thematic areas. We can also predict an increase in the number of publications concerning older e-consumers, analysis of the loyalty programs, openness to innovation in technologies and sales techniques, marketing channels and tools, purchase of luxury goods (Yoon, Cole, Lee, 2009; Kohlbacher, Herstatt, 2011; Sane, 2017). However, due to the dynamic nature of the population ageing process in Poland, it is necessary to ensure intensive development of research in the analysed area (e.g. through directional funding, promotion of interdisciplinary research teams) and its highest quality. The foregoing research is based on secondary analysis to a large extent. *Desk research* is obviously an important stage of developing the issue, but insufficient empirical research eliminates the cognitive value and does not develop a methodological workshop for analysing market behaviour of older consumers.

Researchers should also pay more attention to the possibility of comparing research, a more precise description of the research methods used and a wider range of research tools. This will certainly result in a faster development of knowledge in the area of purchasing behaviour of older consumers and an increase in the quality of research conducted in this area. This will be beneficial for both the world of science and business. Finally, the elderly themselves should not be forgotten. The development of knowledge in relation to their needs, capabilities, purchasing decisions and appropriate communication channels will result in a more adequate matching of business offers, rational purchases, as well as an increase in the quality of life of seniors.

Literatura/ References:

1. American Economic Association (2018). Pobrane z: www.aeaweb.org/jel/guide/jel.php.
2. Badowska, S., Rogala, A. (2016). Nabywanie i użytkowanie produktów technologicznych przez konsumentów 50+ na przykładzie telefonów komórkowych – wyniki badań w Polsce. *Handel wewnętrznym, nr 2(361)*, s. 17-30.
3. Bałandynowicz-Panfil, K. (2016). Interdyscyplinarne dylematy granicy starszego wieku – wstęp do rozważań nad wiekiem granicznym starszych konsumentów. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica, 3(321)*, s. 21-33.
4. Boote, D.N., Beile, P. (2005). Scholars Before Researchers: On the Centrality of the Dissertation Literature Review in Research Preparation. *Educational Researcher, Vol. 34, No. 6*, s. 3-15.
5. Bukowska, E., Kołasiński, A. (2010). *Systematyczny przegląd literatury – szczegółowy opis realizacji*. Pobrane z: www.madeyski.e-informatyka.pl.
6. Byłok, F. (2013). Zachowania konsumpcyjne seniorów na rynku dóbr i usług. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica, 291*, s. 139-151.
7. Cisek, R. (2010). Metoda analizy i krytyki piśmiennictwa w nauce o informacji i bibliotekoznawstwie w XXI wieku. *Przegląd Biblioteczny, t. 78, z. 3*, s. 273-284.
8. Czakon, W. (2011). Metodyka systematycznego przeglądu literatury. *Przegląd organizacji, nr 3*, s. 57-61.
9. Czekanowski, P. (2012). *Społeczne aspekty starzenia się ludności w Polsce: perspektywa socjologii starości*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
10. Gunter, B. (1998). *Understanding the Older Consumer: The Grey Market*. New York: Routledge.
11. Hart, Ch. (1998). *Doing a Literature Review. Releasing the Social Science Research Imagination*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
12. Kohlbacher, F., Herstatt, C. (red.). (2011). *The Silver Market Phenomenon. Marketing and Innovation in the Aging Society*. Berlin: Springer.
13. Komisja Europejska (2015). *Growing the European Silver Economy*. Background Paper, 23 lutego 2015 r.
14. Kowaleski, J.T. (2008). Struktura demograficzna starszego odłamu ludności (rozważania metodologiczne i elementy obrazu sytuacji w województwach i powiatach na przełomie stuleci). W: J.T. Kowaleski, P. Szukalski (red.), *Starzenie się ludności Polski – między demografią a gerontologią społeczną* (s. 11-25). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
15. Matera, J., Czapska, J. (2014). *Zarys metody przeglądu systematycznego w naukach społecznych*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych.
16. Meiners, N. (2014). Economics of Ageing: Research Area and Perspectives. *Indian Journal of Gerontology, Vol. 28, No. 1*, s. 139-68.
17. Sane, S. (2017). Older consumers and their need recognition. *International Journal of Business Quantitative Economics and Applied Management Research, Vol. 3, Issue 12*, s. 76-81.
18. Stroud, D., Walker, K. (2013). *Marketing to the Ageing Consumer. The Secrets to Building and Age Friendly Business*. New York: Palgrave Macmillan.
19. Szmigin, I., Carrigan, M. (2001). Learning to love the older consumer. *Journal of Consumer Behaviour, Vol. 1, 1*, s. 22-34.
20. Yoon, C., Cole, C.A., Lee, M.P. (2009). Consumer decision making and aging: Current knowledge and future directions. *Journal of Consumer Psychology, 19 (2009)*, s. 2-16.