

Mirosław Marczak

Sposoby pobudzania gospodarki turystycznej na przykładzie miasta Blackpool

Ekonomiczne Problemy Usług nr 83, 463-477

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

MIROSŁAW MARCZAK

Politechnika Koszalińska

SPOSOBY POBUDZANIA GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ NA PRZYKŁADZIE MIASTA BLACKPOOL

Wprowadzenie

W artykule ukazano sposoby pobudzania gospodarki turystycznej na przykładzie działań władz brytyjskiego miasta Blackpool. Przedstawiono m.in. charakterystykę oraz strukturę produktu turystycznego analizowanego miasta. Scharakteryzowano jego potencjał turystyczny na tle ewolucji funkcji turystycznej od XVIII w. do czasów teraźniejszych. Do analizy struktury produktu turystycznego miasta przyjęto podział zaproponowany przez V.T.C. Middletona (1996). W artykule przyjęto następującą tezę badawczą: dynamiczny rozwój turystyki w warunkach globalizacji determinuje ciągłe działania zarządzających destynacjami turystycznymi w zakresie zwiększania konkurencyjności i atrakcyjności swojej oferty turystycznej.

1. Ewolucja rozwoju funkcji turystycznej miasta Blackpool

Analizowany obszar to miasto Blackpool położone u wybrzeży Morza Irlandzkiego w hrabstwie Lancashire w północno-zachodniej części Anglii. Jest to największy kurort w tym regionie przyciągający turystów przez cały rok.

Miasto rozciąga się na powierzchni 21,7 mil² (34,9 km²)¹. Najgęściej zaludnione jest w obszarze 7 mil promenady nazwanej Golden Mile, w którym głównie toczy się życie turystów.

Populacja miasta liczy 142,7 tys. mieszkańców, co stanowi 9,7% całej populacji Lancashire. Podczas szczytu wakacji liczba ta dzięki turystom zwiększa się trzykrotnie. W usługach turystycznych zatrudnione jest 50% populacji. Innymi ważnymi gałęziami gospodarki są: przemysł lotniczy, samochodowy, tekstylny i spożywczy.

Kurort posiada 90,6 tys. miejsc noclegowych w 2,6 tys. obiektach zakwaterowania turystów. Roczny przychód z gospodarki turystycznej to 545 mln funtów.

Nazwa miasta pochodzi od przepływającego na tym terenie w średniowieczu źródła, któremu torf nadał ciemne zabarwienie. Pierwszych gości przywiodły do Blackpool w XVIII w. zdrowotne przymioty Morza Irlandzkiego. Głównymi atrakcjami umilającymi pobyt gości były przejażdżki konne po plaży.

W 1780 roku dobrze sytuowani turyści mogli skorzystać z oferty czterech hoteli: Bailay (obecnie hotel Metropole), Forshaw (obecnie hotel Clifton), Hudson (obecnie w tym miejscu znajduje się sklep Woolworth) oraz Hul (znajdował się w sąsiedztwie obecnego sklepu Pricebuster`s przy promenadzie). W dodatku zakwaterowanie można było uzyskać w Bonny, Elsto (obecnie hotel York) oraz w domach okolicznych mieszkańców.

W 1785 roku w gazecie „Manchester Merkury” ukazała się pierwsza reklama promująca kurort. W tym czasie głównymi atrakcjami turystycznymi miasta Blackpool były: morze, kąpiele morskie oraz bardzo popularne wówczas picie wody morskiej². Bicie dzwonu oznaczało czas kąpieli kobiet, i jakkolwiek gentleman znajdujący w tym czasie na plaży karany był grzywną. Ciekawostką jest fakt, iż ową grzywnę stanowiła butelka wina.

Początkowo podróże do Blackpool były bardzo niewygodne. Przykładowo podróż z Yorkshire zajmowała dwa dni, a z Manchesteru jeden. Sytuacja zmieniła się częściowo w 1840 roku, gdy kolej Preston And Wyre Railway została doprowadzona do eleganckiego portu oraz nadmorskiego kąpieliska Fleetwood

¹ 1 mila = 1,609344 kilometra.

² W. Hutton, *Description of Blackpool in Lancashire frequented for sea-bathing*, 1788, re-published 1944, w: *Blackpool History*, Blackpool Brough Council Tourism Division, s. 3.

na północy Wyre³. Jednak niebawem rozwój Fletwood został zahamowany z powodu braku kapitału i bankructwa właściciela.

Dla kontrastu 29 kwietnia 1846 roku w Blackpool otwarto stację kolejową Talbot Road Stadion, a miasto przeżyło zmasowany najazd gości z Lancashire i Yorkshire, którzy teraz mogli tu dotrzeć bez przeszkód. Przedsiębiorcy – zmotywowani nagłym wzrostem liczby napływających do miasta gości – intensywnie rozbudowywali infrastrukturę turystyczną, co doprowadziło do rozkwitu przemysłu turystycznego Blackpool w latach 1850–1860.

W roku 1876 Blackpool otrzymało prawa miejskie, a jego burmistrzem został W.H. Coker, wnuk „ojca Blackpool” – Henry’ego Banksa. W roku 1878 otwarto kompleks Winter Garden, dołączając do niego dziesięć lat później Opera House – największy w tamtym czasie (poza Londynem) teatr w Wielkiej Brytanii.

W roku 1879 skonstruowano pierwszy łuk świetlny przy promenadzie, będący zwiastunem późniejszej iluminacji. Przedsięwzięcie nabrało rozgłosu wśród klasy robotniczej. Pierwszy taki pokaz obejrzało 100 tys. gapiów zgromadzonych na statkach, moło oraz promenadzie.

29 września 1885 roku otwarto w Blackpool pierwszą na świecie elektryczną szynową linię tramwajową, która kursowała wzdłuż promenady. W 1895 roku została ona rozbudowana w głąb kraju. Nowe połączenia poprowadziły na południe do St. Annes-On-Sea oraz Lytham, a także na północ do Fleetwood.

W roku 1890 miasto osiągnęło populację 35 tys. mieszkańców, a pojemność bazy noclegowej została oszacowana na 7 tys. obiektów noclegowych z możliwością obsługi 250 tys. wczasowiczów. Liczba turystów sięgnęła 3 mln rocznie. Wiele z pobyków trwało tygodni.

W 1894 roku otwarto dwie wielkie i wyróżniające się budowle – Blackpool Tower⁴ o wysokości 158 m oraz Grand Theatre.

W roku 1904 Blackpool otrzymuje status hrabstwa. Rodzi się wówczas koncepcja otwarcia parku rozrywki. W tym samym roku zostaje otwarta pierwsza z karuzel Sir Hiram Maxim’s Captive Flying Machine, a rok później projekt reklamowany jest już pod nazwą Pleasure Beach i systematycznie zwiększa się liczba karuzel i innych atrakcji.

³ Okręg administracyjny przylegający do okręgu Blackpool.

⁴ Wieża w Blackpool zbliżona jest kształtem do paryskiej wieży Eiffla.

W maju 1912 roku oficjalnie otworzono część promenady oświetlonej 10 tys. żarówek. Wydarzenie, które nazwano Illuminations, przyciągnęło wiele tysięcy turystów. Władze miasta zdecydowały powtórzyć sukces Święta Światła we wrześniu tego samego roku, przedłużając tym samym sezon turystyczny o wrzesień i październik. W okresie międzywojennym Święto Światła nie odbyło się. Na stałe zagościło w roku 1949, gdy zniesiono ograniczenia dotyczące zużycia energii i kraj zaczął „rozluźniać” się po wojnie. Illuminations odniosła komercyjny sukces i zalicza się ją do czołówki atrakcji przyciągających turystów do dziś.

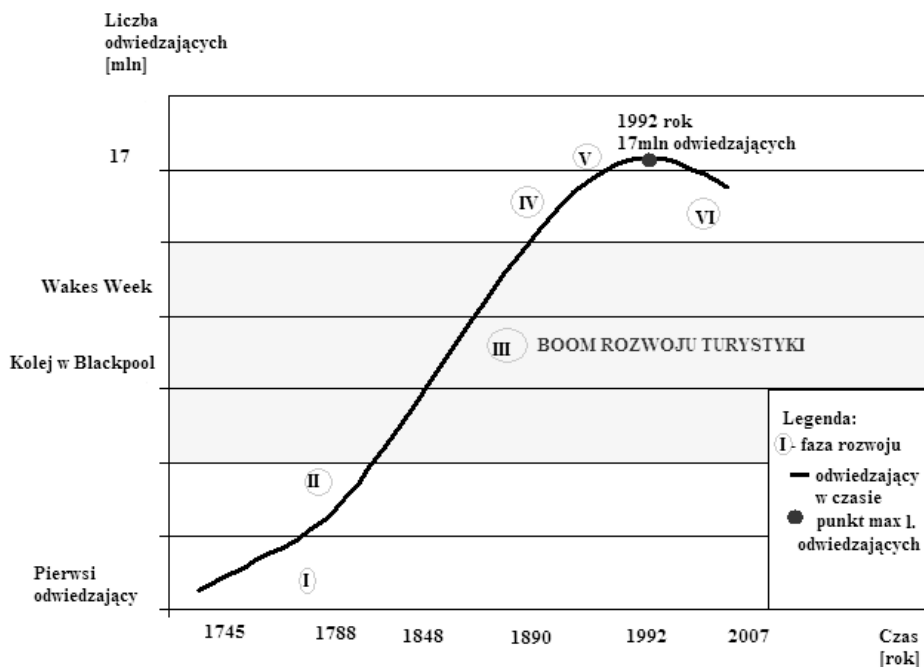
W latach 1914–1918 blisko 14 tys. żołnierzy przechodziło w Blackpool rekonwalescencję po urazach poniesionych podczas walk wojennych. Ruch turystyczny zwiększył się również, ponieważ wiele uzdrowisk na południowo-wschodnim wybrzeżu było w tym okresie zamkniętych z powodu wojny.

W roku 1923 wybudowano największy na świecie odkryty basen. W latach 1920–1930 rozbudowywano miasto. Podczas II wojny światowej ewakuowano do Blackpool 37,5 tys. obywateli Wielkiej Brytanii, w tym 2 tys. urzędników państwowych. W kolejnych latach miasto intensywnie się rozwijało, powiększając swoją ofertę turystyczną (m.in. w 1972 roku otwarto Blackpool Zoo, w 1986 roku – Sandcastle Waterpark, a w roku 1990 – Sea Life Center). W 1992 roku Blackpool osiąga szczyt swojej świetności, goszcząc 17 mln odwiedzających.

Kolejne lata to okres recesji w rozwoju turystyki analizowanego miasta. Związane było to m.in. z faktem, że dla kurortów Wielkiej Brytanii coraz bardziej konkurencyjne stały się miejscowości wypoczynkowe basenu Morza Śródziemnego. Turysta mający do wyboru spędzenie tradycyjnych angielskich wakacji w rodzimym nadmorskim kurorcie a egzotyczną wycieczkę do Włoch, Tunezji czy Chorwacji w porównywalnej cenie, coraz częściej zaczął wybierać wyjazdy za granicę.

Wykorzystując do analizy przyjętą przez R.W. Butlera teorię cyklu rozwoju (życia) obszaru turystycznego⁵, można przedstawić cykl rozwoju miasta Blackpool (rysunek 1).

⁵ Wyróżnił on sześć etapów w cyklu rozwoju obszaru turystycznego, tj.: Etap I – faza eksploracji – polega na pojawieniu się na danym terenie małej liczby turystów, których przyciągają głównie walory przyrodnicze lub kulturowe. Oddziaływanie na życie mieszkańców i lokalną gospodarkę jest niewielkie; Etap II – faza wprowadzenia – turyści odwiedzają obszar coraz częściej, a część mieszkańców zaczyna czerpać korzyści ze świadczenia usług noclegowych, gastronomicznych itp.; Etap III – faza rozwoju – na danym obszarze turystyka staje się jednym z głów-



Objaśnienia: I – faza eksploracji, II – faza wprowadzenia, III – faza rozwoju, IV – faza konsolidacji; V – faza stagnacji, VI – faza spadku

Rys. 1. Cykl rozwoju obszaru turystycznego miasta Blackpool

Źródło: opracowanie własne na podstawie: A. Kwapich, *Analiza produktu turystycznego miasta Blackpool i koncepcja jego rozwoju*, IEiZ Politechnika Koszalińska, Koszalin 2009, s. 38.

Podsumowując dotychczasowe rozważania, należy stwierdzić, że Blackpool jest silnie uzależnione od przemysłu turystycznego. Prawdziwy boom, szczyt rozwoju przypada na lata 1900–1980, kiedy to pracownicy okolicznych fabryk każdego roku spędzali w omawianym kurorcie wakacje wraz ze swoimi

nych źródeł dochodów, a liczba turystów zrównuje się z liczbą stałych mieszkańców; Etap IV – faza konsolidacji – oznacza pełny rozwój funkcji turystycznej na danym obszarze. Charakteryzuje ją zwolnienie tempa wzrostu liczby turystów, jednak turystyka staje się dominującym działem lokalnej gospodarki; Etap V – faza stagnacji – odznacza się zdecydowanym zahamowaniem dynamiki wzrostu odwiedzających, a następnie spadkiem liczby turystów. Infrastruktura turystyczna zaczyna gorzej funkcjonować, co prowadzi do wystąpienia trudności ekonomicznych, problemów społecznych i ekologicznych; Etap VI – faza spadku – charakteryzuje się dużym spadkiem liczby turystów (P. Mason, *Tourism Impacts, Planning and Management*, 2003, s. 23).

rodzinami. Fotografie z tamtego okresu pokazują tłumy turystów spędzających wolny czas na plaży lub na spacerach promenadą. W roku 1992 ruch turystyczny w mieście osiągnął wierzchołek fazy IV – tzw. fazy konsolidacji. Następujący w kolejnych latach spadek popytu na usługi turystyczne oferowane przez Blackpool wynikały głównie ze zmiany upodobań oraz stylu spędzania wakacji przez turystów. Również rozwój i ułatwienie możliwości przemieszczania się do innych miejsc, przy niewysokich cenach, spowodował, że wierni angielskim wakacjom turyści decydowali się na odwiedzenie tropikalnych miejsc z pięknymi piaszczystymi plażami i czystą turkusową wodą. Wciąż rosnąca konkurencja oraz łatwość i bezpieczeństwo przemieszczania się stały zatem się zagrożeniem dla rozwoju gospodarki turystycznej badanego miasta.

2. Struktura produktu turystycznego miasta Blackpool

W tej części artykułu scharakteryzowano poszczególne elementy produktu turystycznego miasta Blackpool. Do analizy przyjęto podział zaproponowany przez V.T.C. Middletona, który wyróżnił następujące części składowe produktu turystycznego:

- atrakcje i środowisko miejsca docelowego;
- infrastruktura i usługi miejsca docelowego;
- dostępność miejsca docelowego;
- wizerunek i postrzeganie miejsca docelowego;
- cena dla konsumenta⁶.

2.1. Atrakcje i środowisko miasta Blackpool

Powszechnie za podstawę rozwoju turystyki na danym obszarze uważa się walory turystyczne, zwłaszcza przyrodnicze. Najważniejsze obszary recepcji turystycznej świata funkcjonują przede wszystkim na wybrzeżach morskich. Tam właśnie wykształcił się specyficzny kompleks walorów turystycznych środowiska przyrodniczego, określane jako 3xS (*sea, sun, sand*). Przyjmuje się,

⁶ V.T.C. Middleton, *Marketing w turystyce*, PAPT, Warszawa 1996, s. 89.

że te trzy walory są jednocześnie tzw. rdzeniem najważniejszego produktu turystycznego świata, tj. wczasowo-rekreacyjnego⁷.

W analizowanej miejscowości, pomimo położenia nadmorskiego, głównymi czynnikami determinującymi rozwój funkcji turystycznej są walory i atrakcje pochodzenia antropogenicznego. Dopiero w drugiej kolejności jako istotny czynnik rozwoju turystyki w Blackpool podaje się walory środowiska przyrodniczego. Wynika to m.in. z faktu znacznego zanieczyszczenia wód u wybrzeży Blackpool. Należy jednak stwierdzić, że rozwój funkcji turystycznej badanego miasta z całą pewnością wykiełkował, potwierdzając regułę 3xS, jednakże z czasem działalność człowieka i globalne zanieczyszczenia zmniejszyły atrakcyjność badanego terenu. Wraz z rozwojem funkcji turystycznej Blackpool oferta zaczęła rozszerzać się o nowe walory antropogeniczne (atrakcje stworzone przez ludzi).

Swoją drugorzędną pozycję walory przyrodnicze zajęły dopiero w latach 70. XIX w. Istnieje jednak silna zależność pomiędzy nadmorskim położeniem miasta a lokalizacją walorów antropogenicznych. Jest to wiązanka szerokiego wachlarza atrakcji turystycznych w okolicy malowniczej nadmorskiej promenady Golden Mile nad Morzem Irlandzkim. Walory środowiskowe nie grają tu głównej roli motywatora przyjazdów turystycznych, lecz tworzą malownicze tło dla walorów antropogenicznych oraz innych atrakcji pochodzenia antropogenicznego, które są głównym celem przyjazdów do Blackpool (tabela 1).

Warto również podkreślić, że oprócz wyszczególnionych atrakcji turystycznych w kalendarzu wydarzeń organizowanych w Blackpool znajduje się stale około 40 różnych imprez rozrywkowych (m.in. rewia na lodzie, festiwal Elvisa Presleya, prestiżowy festiwal tańca, zawody w siatkówce plażowej, święto światła, pokazy sztucznych ogni).

⁷ A. Szwichtenberg, J. Borzyszkowski, *Audyty turystyczne miasta Kołobrzeg*, PK, Koszalin 2007, s. 7.

Tabela 1

Główne atrakcje turystyczne Blackpool

Lp.	Atrakcja turystyczna	Opis
1.	Pleasure Beach	Najpopularniejsze wesołe miasteczko w Blackpool. Rocznie odwiedza je blisko 7,8 mln turystów. Obejmuje 125 ekscytujących atrakcji
2.	Blackpool Tower, www.londontown.com/ LondonInformation/Attraction/St_Pauls_Cathedral/eac4/	Otwarta w 1894 roku wieża wzorowana na paryskiej wieży Eiffla. Wraz z masztem mierzy 158 m. Gigantyczna konstrukcja zbudowana jest z 2,9 tys. ton stali
3.	Sea Life Center	Oceanarium położone w samym centrum Golden Mile. To podwodny raj dla osób pragnących odkryć morskie życie. Znajduje się tu 50 różnych akwariów z okazami słodko-, a także słonowodnymi
4.	Louis Tussaud's Waxworks Museum	Muzeum figur woskowych posiadające setki woskowych postaci rozmieszczonych w pokojach tematycznych. Można tu zobaczyć najsłynniejszych ludzi show-biznesu, polityki, estrady, filmu, rodzinę królewską, sportowców oraz repliki monstrów z horrorów
5.	Sandcastle Waterpark, www.londontown.com/ LondonInformation/Attraction/Royal_Observatory_Greenwich/54b2/	Otwarty w 1986 roku jako najnowocześniejszy i najlepszy kryty aquapark na świecie. Nowoczesny rodzinny „wodny świat” stylizowany na tropikalne plaże z ogromną liczbą ekscytujących zjeżdżalni oraz basenem ze sztuczną falą i rwącą rzeką
6.	North Pier	Najstarsze i najdłuższe moło w Blackpool (500 m) wybudowane w 1863 roku w wiktoriańskim stylu. Idealne miejsce na romantyczny spacer. Na końcu moła znajduje się teatr Pier End Theatre. Do końca moła dojeżdża tramwaj
7.	Central Pier	Moło mające długość 339 m, wypełnione rodzinnymi atrakcjami, karuzelami i sklepikami. Zostało ono otwarte w 1986 roku po sukcesie, jaki odniosło pierwsze moło, czyli North Pier. Jedną z głównych atrakcji jest The New Big Wheel – diabelski młyn otwarty w 1990 roku, o wysokości 33 m
8.	South Pier	Najnowsze moło wybudowane w 1993 roku nazywane również Adrenalin Zone – miejsce, które dostarcza najwięcej adrenaliny
9.	Doktor Who Exhibition & Museum	Muzeum i wystawa zainspirowana najdłuższym brytyjskim serialem science fiction produkowanym przez BBC od 1963 roku
10.	Ripley's Believe it or Not! Exhibition	R.L. Ripley był oryginalnym Indianą Jonesem. Podróżował po całym świecie, kolekcjonując rzeczy dziwaczne i niewiarygodne. Jego muzea znaleźć można na całym świecie, jedyne w Wielkiej Brytanii mieści się w Blackpool
11.	Coral Island Amusement	Bajeczna piracka czaszka przyciągająca turystów do gigantycznego salonu gier komputerowych
12.	Grand Theatre	Teatr otwarty w 1894 roku, wybudowany według planów architekta F. Matchama. W repertuarze cyklicznie powtarzane są takie widowiska, jak: <i>Carmen</i> , <i>Hair</i> , <i>Wichrowe Wzgórze</i> , <i>Kopciuszek</i>
13.	Winter Garden & Opera House	Ogrody zimowe otwarto w 1878 roku jako ogród z lodowiskiem pod otwartym dachem. Obecnie jest to gigantyczne centrum konferencyjne, w którym odbywają się: konferencje, bankiety, koncerty, wystawy, targi, wesela itp.
14.	Sanuk Disco Club	Dyskoteka z pięcioma salami muzycznymi, w których grana jest różnorodna muzyka
15.	The Syndicate Super Disco Club	Największy klub w Wielkiej Brytanii goszczący czołówkę najlepszych DJ-ów z całego świata. Składa się ona z trzech poziomów – na najwyższym

		znajduje się gigantyczny ruchomy okrągły parkiet oraz oszłamiające światła i lasery
16.	Walk About Disco Pub	Disco Pub z australijską tradycją mogący pomieścić 1,5 tys. Osób. Zazwyczaj tu zaczyna się nocna wędrówka po miejskich klubach i dyskotekach
17.	Funny Girls Drag Queen Show	Zabawne Dziewczyny to bardzo specyficzny, wysokiej klasy teatr muzyczno-komediowy
18.	Multikino Odeon	Multikino z prawdziwego zdarzenia, z parkingiem na 600 samochodów oraz 10 salami kinowymi
19.	Paris Casino	Kasyno ze stołami do gry w ruletkę, pokera oraz automatami. W kasynie znajduje się również bar oraz chińska restauracja z obsługą porozumiewającą się po chińsku lub angielsku
20.	Grosvenor Casino	Kasyno znajdujące się przy promenadzie w samym sercu Blackpool
21.	Blackpool Beach Casino	Wielobarwne kasyno znajdujące się przy kompleksie parku rozrywki Pleasure Beach oraz restauracji White Tower Pleasure Beach
22.	Blackpool Park Golf Club oraz Reach Golf Club	Pola golfowe leżące przy centrum miasta, przylegające do Stanley Park; oaza spokoju i zieleni
23.	Blackpool Zoo and Dinosaur Safari	Rodzinna atrakcja rozciągająca się na terenie ok. 13 ha. Można tu zobaczyć ponad 1,5 niezwykłych i egzotycznych gatunków zwierząt. Zoo jest przystanią dla entuzjastów natury i dzikiej przyrody
24.	Stanley Park Model Village	Zielone płuca Blackpool, miejsce ucieczki od gwarnych ulic miasta. Jest to park zieleni, w którym znajdują się przystanki tematyczne związane z przygotowanymi odpowiednio informacjami na temat okazów roślin występujących w parku. Na terenie parku znajduje się jezioro, po którym można pływać łódką lub łowić ryby, a także amfiteatr oraz boisko do gry w krykieta

Źródło: opracowanie własne na podstawie: A. Kwapich, *op. cit.*, s. 30–45.

2.2. Infrastruktura turystyczna i usługi miasta Blackpool

W Blackpool funkcjonuje 21 hoteli odpowiadających brytyjskim normom kategoryzacji obiektów noclegowych. Trzy z nich posiadają 4 gwiazdki, ponieważ spełniają najwyższe kryteria jakości oferowanych usług. Pozostałe w większości należą do grupy oznaczonej 2 gwiazdkami. Ogólna pojemność bazy noclegowej badanego miasta to ok. 90,6 tys. miejsc w blisko 2,6 tys. obiektach zakwaterowania zbiorowego. Ponadto miasto może się pochwalić mnóstwem restauracji oraz przyjemnych kawiarenek. Lokale oznaczone logo Taste of Lancashire to miejsca nagrodzone za przygotowywane w nich dania. Gwarantują one wysoką jakość i wyszukany smak serwowanych potraw.

Na terenie Blackpool działają dwa Centra Informacji Turystycznej, które służą odwiedzającym informacją o atrakcjach czy też planowanych wydarzeniach w mieście. Pracownicy pomagają znaleźć zakwaterowanie w hotelach oraz kierują turystów do przyjemnych restauracji. Ponadto udzielają informacji o najbliższych w okolicy bankach, bankomatach itp. Punkty informacji prowa-

dzą działalność przez cały rok codziennie w godzinach 8.00–20.00. Ponadto miasto obsługuje kilka witryn internetowych, na których można znaleźć wszystkie niezbędne informacje dotyczące atrakcji turystycznych, infrastruktury turystycznej oraz oferowanych usług⁸.

2.3. Dostępność miejsca docelowego

W Blackpool funkcjonuje port lotniczy znajdujący się około 4 km od centrum miasta. Terminal obsługuje 400 tys. pasażerów w ciągu roku. W planie codziennych lotów znajdują się takie destynacje, jak: Londyn Stansted, Dublin, Isle of Man, Belfast, Amsterdam. Lotnisko obsługuje również loty czarterowe do takich miejscowości, jak: Malaga, Praga, Teneryfa, Barcelona. Główni przewoźnicy to: Jet2, Ryanair, British North West Airlines.

Natomiast kolej oferuje pociągi osobowe z dwóch stacji, tj.: Blackpool North oraz Blackpool South do głównego węzła kolejowego w Preston, skąd regularnie kursują pociągi pospieszne po całym zachodnim wybrzeżu oraz do Londynu, Manchesteru, a także do Glasgow. Jazda pociągiem z Preston do Londynu trwa ok. 2,5 godz., zaś do Manchesteru – ok. 1,15 godz. Podróż z Glasgow to ok. 3 godz. Pociąg osobowy z Preston do Blackpool kursuje średnio co 20 minut w ciągu doby. Podróż trwa 25 minut. Warto podkreślić, że każdego roku do Blackpool pociągiem przyjeżdża 1,25 mln pasażerów podróżujących w celach turystycznych. Blackpool jest łatwo dostępne ze wszystkich części Wielkiej Brytanii. Z krajową autostradą M6 łączy się droga M55, z której należy wjechać do miasta przez skrzyżowanie numer 32, od strony lotniska Blackpool Airport wzdłuż South Shore. W mieście znajduje się ponad 14 tys. miejsc parkingowych. Corocznie parkometry rejestrują więcej niż 2 mln samochodów.

⁸ www.visitblackpool.com – oficjalna strona miasta Blackpool, na której znajdują się wszelkie informacje niezbędne do zaplanowania wakacji; www.blackpool.com – wirtualny przewodnik po mieście oraz restauracjach, hotelach, atrakcjach itp.; www.blackpool.gov.uk – strona Urzędu Miasta Blackpool z informacjami zarówno dla turystów, jak i dla przedsiębiorców działających w mieście; www.blackpool.world-guides.com – strona z przydatnymi informacjami o różnych destynacjach, również i Blackpool. Skrót praktycznych informacji o miejscu oraz atrakcjach, transporcie, zakwaterowaniu itp.

2.4. Wizerunek turystyczny miasta Blackpool

Turysta, decydując się na wyjazd, rzadko bierze pod uwagę czynniki racjonalne, częściej zaś kieruje się emocjami, preferując te miejsca, z którymi wiąże własne wyobrażenia, wspomnienia i skojarzenia. Oznacza to, że takie miejsce jest dla turystów marką – brandem. Oprócz pozytywnego skojarzenia brandu ważna jest również jego uniwersalność. Im szersza grupa docelowa, tym większy ruch turystyczny⁹.

Zdania o Blackpool są podzielone – jedni uważają je za barwne, pełne życia i przygody miasto – brytyjskie Las Vegas – inni zaś twierdzą, że jest zabrudzone i nie posiada nic ciekawego w swojej ofercie. Warto jednak zaznaczyć, że w przypadku, gdy przez ostatnie 20 lat, kiedy liczba Brytyjczyków udająca się na nadmorskie wczasy spadła co najmniej o jedną piątą, grupa osób odwiedzających Blackpool wzrosła o całe 7%. Odwiedza je bowiem rocznie ok. 7 mln turystów. W rezultacie można stwierdzić, że miejscowość budzi dość kontrowersyjne i skrajne skojarzenia. To, co dla jednych jest niedopuszczalne, dla innych jest kwintesencją zabawy i uroku. Natomiast to, co dla jednych ciekawe i warte zobaczenia, dla innych będzie nudne i zbyteczne. Niewątpliwie należy jednak zaznaczyć, że pozytywny wizerunek stanowi istotne narzędzie walki konkurencyjnej między destynacjami turystycznymi.

2.5. Ceny w Blackpool

Ceny w analizowanej miejscowości nie są wygórowane. Dotyczy to oczywiście średnio zarabiającej rodziny brytyjskiej. Może o tym świadczyć przykładowa kalkulacja kosztów tygodniowego pobytu czteroosobowej rodziny (2 osoby dorosłe i 2 dzieci) sporządzona przez autora. Koszt pobytu uwzględniający noclegi w hotelu niższej kategorii, wyżywienie i umiarkowane korzystanie z wielu atrakcji wyniósł bowiem 1960 funtów. Dla porównania średnie dochody tego typu rodziny wynoszą około 45 tys. funtów rocznie.

⁹ J. Trębecki, *Brandy w turystyce*, „Rynek Turystyczny” 2005, nr 1, s. 27.

3. Działania władz Blackpool na rzecz pobudzenia gospodarki turystycznej miasta

W tej części artykułu podjęto próbę analizy najważniejszych działań podejmowanych przez władze Blackpool w celu ożywienia gospodarki turystycznej miasta, a w szczególności zwiększenia konkurencyjności i atrakcyjności produktu turystycznego miasta. Jak wiele przybrzeżnych miast, Blackpool jest uzależnione od wpływów z turystyki. Wzrastająca konkurencja na globalnym rynku turystycznym zmieniła jednak sytuację wielu kurortów w Wielkiej Brytanii. Również w Blackpool zaobserwowano spadek liczby turystów, choć nie tak znaczny, jak w przypadku innych kurortów. Niemniej jednak liczba odwiedzających zmniejsza się, a czas, jaki spędzają oni w Blackpool, znacznie się skraca.

Ożywienie gospodarki turystycznej Blackpool miało odbywać się na kilku płaszczyznach jednocześnie, tj.: ekonomicznej, fizycznej oraz społecznej – zarówno dla odwiedzających, jak i mieszkańców. Należało więc wykorzystać posiadany potencjał oraz eksponować już istniejące ikony miasta, m.in. Pleasure Beach, Blackpool Tower, Illumination, a także zaktywizować takie produkty, jak: Sandcastle Water Park, Blackpool Airport czy też Blackpool Zoo oraz znacznie rozbudowaną bazę konferencyjną. W *Strategii rozwoju miasta Blackpool na lata 2006–2010* przyjęto zatem następujące założenia:

- przywrócenie pozytywnego i dumnego wizerunku miasta poprzez podjęcie intensywnych działań promocyjnych;
- umocnienie gospodarki turystycznej poprzez dobrą jakość usług i bazy materialnej;
- zapewnienie bezpieczeństwa odwiedzającym, a także mieszkańcom Blackpool;
- odświeżenie dotychczasowego produktu turystycznego i bazy komunikacyjnej oraz podejmowanie działań na rzecz podnoszenia kwalifikacji i zwiększonej motywacji pracy kadr obsługujących turystów;
- inspirowanie specjalistów ds. rozwoju miasta w zakresie kreowania atrakcji turystycznych nowej generacji, a także wspieranie doświadczonych usługodawców w działaniach, które zachęcają turystów i rezydentów do korzystania z uroków miasta¹⁰.

¹⁰ C.E. Collett, J. Porter, *A strategy for Blackpool's Visitor Economy 2006–2010*, Tourism Division, Blackpool Council, s. 15.

Uzupełnieniem wymienionych działań będzie m.in. budowa centrum handlowego Debenhams, gruntowny remont centrum handlowego Houndshell, budowa Narodowego Centrum Dziedzictwa Wybrzeża Morskiego oraz wpisanie Blackpool na listę światowego dziedzictwa UNESCO. Inne planowane zadanie to próba nadania The Grand Theatre oficjalnego miana Narodowego Teatru Rozmaitości, przyznanie nagrody narodowej za artystyczno-techniczne rozwiązania architektoniczne na promenadzie oraz stworzenie Regionalnej Akademii Gier Hazardowych.

Ważnym aspektem w działaniach na rzecz ożywienia gospodarki turystycznej miasta jest również próba zjednoczenia sektora państwowego i prywatnego na rzecz realizacji założeń przyjętych w strategii w ramach tzw. partnerstwa publiczno-prywatnego. Dużą rolę w tym względzie mają odegrać lokalne media, których zadaniem jest nagłaśnianie zachodzących zmian umożliwiających odzyskanie przez mieszkańców Blackpool poczucia dumy ze swojego miasta oraz przyciągnięcie za sprawą nowego wizerunku kolejnych inwestorów i odwiedzających.

Aby ożywić popyt na usługi turystyczne, władze Blackpool skupiły się również na rozwoju corocznych wydarzeń, które mają szansę stać się ponadczasowymi, międzynarodowymi atrakcjami obejmującymi m.in. takie wydarzenia, jak: Święto Brytyjskiej Komedii, Międzynarodowy Festiwal Muzyki i Tańca, największą w Wielkiej Brytanii imprezę na plaży, Paradę Równości.

Kolejnym aspektem ożywienia gospodarki turystycznej miasta jest dążenie do wydłużenia sezonu turystycznego. Przejawem takich działań jest zwiększone wykorzystywanie istniejącej infrastruktury usługowo-rozrywkowej w tzw. martwym okresie, m.in. poprzez organizowanie imprez tanecznych, koncertów zespołów muzycznych, wystaw samochodów, teatralnych eksperymentów, festiwali jazzowych itp.

Ważnym czynnikiem rozwoju turystyki w Blackpool jest również zwiększenie udziału w przyjazdowym ruchu turystycznym sektora biznesowego zmierzające do pełnego wykorzystania zdolności Blackpool do obsługi krajowych i międzynarodowych konferencji, sympozjów, seminariów, kongresów itp. Działania te mają za zadanie zwiększenie konkurencyjności Blackpool jako ważnego ośrodka turystyki biznesowej na tle innych brytyjskich miejscowości.

W marcu 2003 roku władze Blackpool skonstruowały tzw. *Masterplan*¹¹. Zebrano w nim i opisano główne założenia i rozwiązania inwestycyjne, które mają przyczynić się do rozwoju gospodarki turystycznej miasta. Obejmuje on 15-letni plan rewitalizacji miasta, zwłaszcza infrastruktury komunikacyjnej. Działania planowane w tym dokumencie skoncentrowane zostały na obszarze 5 km², w szczególności w okolicy Golden Mile, Blackpool Tower oraz centrum miasta.

Uwagi końcowe

Podsumowując dotychczasowe rozważania, należy stwierdzić, że dokonana w artykule analiza zdaje się potwierdzać przyjętą we wstępie tezę badawczą. Dynamika zmian zachodzących na rynku turystycznym, postępująca globalizacja, zmieniające się trendy dotyczące gustów i preferencji turystów wymuszają na władzach miejscowości turystycznych szybką reakcję zmierzającą do podniesienia konkurencyjności i atrakcyjności swojej oferty. Przykładem takich działań są z pewnością starania władz Blackpool zmierzające do ożywienia gospodarki turystycznej w mieście, a tym samym – pobudzenia popytu na własne produkty turystyczne. Są one prowadzone wieloaspektowo, a szczególną rolę w tym względzie należy przypisać działaniom w zakresie kreowania pozytywnego wizerunku turystycznego miasta, zwłaszcza działaniom promocyjnym. Należy również zaznaczyć, że mimo kryzysu w przyjazdowym ruchu turystycznym na brytyjskim wybrzeżu Blackpool wciąż należy do najczęściej odwiedzanych miejscowości. Przykładowo w 2009 roku przybyło tam ok. 12 mln odwiedzających¹². Pomimo tego władze miasta cały czas starają się zwiększyć jego atrakcyjność, rozwijając i tak bogatą już infrastrukturę usługowo-rozrywkową.

¹¹ www.reblackpol.co.uk, 24.11.2010.

¹² www.bbc.co.uk, 13.11.2011.

**WAYS TO STIMULATE THE TOURIST ECONOMY
ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF BLACKPOOL**

Summary

This article presents ways to stimulate demand for tourist products on the example of the British city of Blackpool. Furthermore, the tourist potential is characterized of the city in question against the background of the evolution of the tourist function starting from the 18th century till this day. The division as proposed by V.T.C. Middleton (1996) was accepted for the purpose of an analysis of the tourist product structure. The following research thesis was accepted in the article: a dynamic development of tourism in the conditions of globalization determines continuous actions on the part of those who manage tourist destinations aimed at an increase of the competitiveness of their tourist offer.

Translated by Piotr Trojanek