

# Zygmunt Kruczek

---

## Parki tematyczne jako flagowe atrakcje turystyczne : rozwój i globalizacja

---

Turystyka Kulturowa nr 3, 29-40

---

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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Zygmunt Kruczek,

Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

## Parki tematyczne jako flagowe atrakcje turystyczne. Rozwój i globalizacja

**Słowa kluczowe:** atrakcje turystyczne, parki rozrywki, frekwencja, rankingi, globalizacja, kierunki rozwoju.

### Streszczenie:

W artykule autor definiuje atrakcje turystyczne, a wśród nich tzw. flagowe, do których zalicza parki tematyczne/rozrywki. Przyciągają one w skali świata ponad 200 mln odwiedzających. Przedstawiono ich rozwój i rankingi wg liczby odwiedzających w 2010 r. (Top 25) na świecie, i (Top 20) w Europie. Analizie poddano tendencje rozwojowe i zachodzący proces globalizacji. Tworzenie i działanie parków rozrywki pokazano na przykładzie Euro Disney Resort, a proces globalizacji na przykładzie działania światowego lidera parków rozrywki - korporacji Walta Disneya. Omówiono również proces tworzenia parków rozrywki w Polsce.

### Wprowadzenie

Atrakcje turystyczne stanowią jeden z głównych celów podróży turystycznych. Pojęcie „atrakcje turystyczne” wprowadził do literatury fachowej E. Cohen [1972, s.165]. Od tego czasu powstało wiele definicji tego fenomenu. Przegląd dotychczasowych definicji [Kruczek 2010 s. 18] był inspiracją dla autora do sformułowania własnego poglądu w kwestii definiowania atrakcji. Za atrakcje turystyczne uważam, „wszystkie elementy składowe produktu turystycznego (walory miejsca i wydarzenia, obiekty i autentyczne wytwory kultury wyższej), oznaczone jako szczególne, mające zdolność przyciągania turystów i decydujące o tym, że wybierają oni dany obszar, a nie inny. Połączone z usługami turystycznymi tworzą produkt turystyczny”. Powyższa definicja ujmuje zarówno naturę wartości atrakcji jako obiektu osobliwego, wartościowego, wyróżnionego poprzez dodanie oznaczenia, jak i zdolność atrakcji do kreowania produktu turystycznego. Użyta w tytule artykułu „atrakcja flagowa” (*Flagship*) rozumiana jest jako „najlepsza i najważniejsza” [Weidenfeld, 2010]. Przypisuje się jej takie cechy, jak wyjątkowość miejsca, międzynarodowe znaczenie, duże rozmiary i znaczne efekty ekonomiczne (np. Euro Disney w Francja czy Lego Land w Danii).

Na uwagę zasługuje proces powstawania wokół atrakcji tzw. „*tourist trap*” – czyli „pułapek turystycznych” – obiektów i działań mającym wyciągnąć od turystów pieniądze [Kruczek 2010, s. 146]. Obok uznanych atrakcji, jak np. Wodospad Niagara czy Park Narodowy Monument Valley powstaje mnóstwo kiczowatych obiektów – muzeów figur woskowych, domów wypełnionych duchami ze znanych horrorów, pełne wątpliwych pamiątek np. po Elvisie Presley’u czy postaci z bajek.

W klasyfikacji atrakcji turystycznej Sworbrooka [2002, s. 5] wśród czterech grup atrakcji spotkamy kategorie „miejsca zaprojektowane i zbudowane od podstaw jako atrakcje, przykładem tej grupy są parki rozrywki”. W artykule zdefiniowano parki rozrywki, opisano ich rozwój oraz znaczenie dla przemysłu turystycznego. Współczesne parki rozrywki przyciągają w skali świata największą liczbę turystów. W 2010 r. odwiedziło je ponad 320 mln gości [Theme index 2011]. Analiza frekwencji pozwala na wykazanie najbardziej popularnych parków rozrywki na świecie i w Europie, a także na uchwycenie podstawowych tendencji rozwojowych. Tworzenie i działanie parku rozrywki pokazano na przykładzie Euro Disney Resortu.

## Powstanie i rozwój parków tematycznych

Pierwowzorem parków tematycznych [*Theme Park*] zwanych też parkami rozrywki<sup>1</sup> [*Amusement Park*] były wesołe miasteczka z fascynującymi kolejkami typu „diabelski młyn” [ang. *roller coaster*] oraz różnymi interesującymi eksponatami do oglądania. Główna różnica między nimi a obecnymi parkami, to ich skala. Parki rozrywki rozciągają się na ogromnych terenach, często zajmują obszar porównywalny z małymi miastami [z tych powodów większość parków jest usytuowana na terenach wiejskich]. W parkach rozrywki jest więcej atrakcji, na ogół bardziej ekscytujących i technicznie bardziej zaawansowanych niż w tradycyjnych wesołych miasteczkach.

Park rozrywki to kombinacja różnego rodzaju atrakcji, które mogą być pogrupowane w kilka kategorii: przejażdżki z dreszczykiem, roller coastery, rodzinne kolejki, wodne atrakcje lub przejażdżki w ciemności krytą kolejką. Większa część dochodów w parkach rozrywki pochodzi ze sprzedaży biletów wstępu. Standardowa opłata wynosi od 30 do 70 dolarów, stosowane są zniżki dla dzieci, studentów oraz seniorów. Większość parków pobiera także opłatę za parking, a bilety wstępu nie obejmują wyżywienia, które nie należy do tanich. Prawie wszystkie parki rozrywki działają według dwóch zasad: „*Pay as you go*” (indywidualna opłata za każdą atrakcję) lub „*Pay one price*” (jedna większa opłata za wstęp obejmująca wszystkie atrakcje).

Największe parki przyciągają każdego roku kilkanaście milionów gości, co może powodować długie kolejki do poszczególnych atrakcji w szczycie sezonu. Niektóre z nich zapewniają dodatkowe rozrywki, jak na przykład muzykę na żywo, aby zabawić gości stojących w kolejce. Wśród poszczególnych atrakcji kusi klientów wiele sklepów z pamiątkami i barów szybkiej obsługi.

Wg P.L. Pearce’a<sup>2</sup> „parki rozrywki to kapitałochłonne, wysoko rozwinięte, samodzielne przestrzenie rekreacyjne, które niezmiennie pobierają opłatę za wstęp. Rozrywka, przejażdżki, specjalna gastronomia i obiekty rozrywkowe są zazwyczaj skoncentrowane wokół parków lub podobnych tematycznych kompleksów nawiązujących do szczególnego okresu w historii lub wyjątkowych obszarów geograficznych. Te tematy/motywy są kluczowe dla funkcjonowania parków, które kreują poczucie jedności z otoczeniem, stanowiące zarazem jaskrawy kontrast dla codziennego życia. Należy odróżniać komercyjne parki rozrywki, które charakteryzuje tematyczność oraz wspomniane elementy rozrywkowe od muzeów i historycznych parków tematycznych poza obiektem muzealnym, które w swym przekazie są mniej komercyjne, ale stawiają sobie za cel zachowanie dziedzictwa oraz edukację publiczną.

Największą sieć parków rozrywki tworzą Disneylandy zaprojektowane z przez wytwórnię filmową Disneya. Głównymi atrakcjami parku są postacie z filmów Disneya, różnego rodzaju baśniowe budynki oraz niektóre formy zabaw jak np. kolejka górską. Inspiracją dla projektu zamku, będącego symbolem każdego Disneylandu. (z wyjątkiem parku w Paryżu) jest zamek Neuschwanstein. Pierwszy z parków wytwórni powstał w 1955 r. niedaleko Anaheim w Kalifornii. Aby podtrzymać frekwencje, Disneyland stale dodaje nowe, jeszcze bardziej ekscytujące atrakcje<sup>3</sup>. Oczywiście popularność niektórych atrakcji powoduje, że są do nich najdłuższe kolejki. Do najbardziej ekscytujących atrakcji w parkach rozrywki zaliczane są jazdy zapierające dech w piersiach (ang. *white knuckle*) np. kolejka górską czy rakietą kosmiczną.

<sup>1</sup> Economics Research Associates (ERA) definiuje park rozrywki jako „publiczną atrakcję obejmującą kolejki i/lub wydarzenia w środowisku rozrywki, który oferuje swoim gościom bilet w ustalonej cenie oraz przyciąga co najmniej 500 tys. odwiedzających rocznie” (ERA, 2007).

<sup>2</sup> Przytaczam za Jafari J., (2000), *Encyclopedia of Tourism*, Routledge, London/New York, s.124-125.

<sup>3</sup> Pod koniec XX wieku pojawiły się takie atrakcje jak Kapitan Eo i Gwiezdne Wojaże. Kapitana Eo gra Michael Jackson w trójwymiarowym filmie muzycznym, w którym wykorzystywana jest najnowocześniejsza technika filmowa. Gwiezdne Wojaże rozgrywają się w kabinie pilota, kontrolowanego przez komputer, statku powietrznego zaprojektowanego przez Stevena Spielberga. Uczestnicy mają wrażenie, że podróżują w statku kosmicznym, który wymknął się spod kontroli i błądzi w kosmosie.

Parkiem rozrywki przyjęło się określać zespół urządzeń technicznych typu kolejki czy inne rozrywkowe atrakcje, które razem wzięte mają na celu zabawić odwiedzających. Park rozrywki jest bardziej złożony niż prosty park miejski czy obszar rekreacyjny, utrzymany bywa w jednym bądź wielu klimatach (np. Amerykański Daleki Zachód czy Piraci z Karaibów). Parki rozrywki w Europie zrodziły się z ogrodów wypoczynkowych. Najstarszy park zabaw na świecie, który nadal funkcjonuje (od 1583 r.) to "Bakken" w Klampenborg w Kopenhadze [De Groot, 2009 s. 13]. W okresie rewolucji przemysłowej powstały takie parki jak Parki rozrywki, takie jak: Vauxhall Gardens (1661 r.) w Londynie, Prater (1766 r.) w Wiedniu W 1894 r. Paul Boynton Water Chutes otworzył pierwszy na świecie park zabaw z opłatą za przejażdżki. W 1895 r. wybudował też działający do dzisiaj park na wyspie Coney (Coney Island, Nowy Jork), Na początku XX wieku na całym świecie były już setki parków rozrywki. Ich rozwój zawdzięczamy wzrostowi dochodów i skracaniu czasu pracy. W czasie wielkiego kryzysu w latach 30-tych ubiegłego wieku jak i w czasie II wojny światowej popularność parków zmalała [De Groot, 2009, s.14].

W latach 70-tych obserwujemy znaczne ożywienie przemysłu rozrywkowego w wyniku nowych projektów finansowanych. Większość parków rozrywki została wybudowana w latach 70-tych i należy dziś do dużych zglobalizowanych kompleksów. W 1971 r. powstały na terenie zajmującym 43 mile kwadratowe parki na Florydzie niedaleko Orlando. W skład tego kompleksu, najczęściej odwiedzanych parków rozrywki na świecie wchodzi kilka obiektów. Największy z nich to „Magiczne Królestwo” z ponad 40 atrakcjami, 70 restauracjami i sklepami. Drugi obiekt to „Epcot Centre” nastawiony na prezentowanie przyszłości. Atrakcjami są tutaj cuda nauki i techniki, ekspozycja robotów, odkrycia z zakresu produkcji energii, telekomunikacji oraz transportu. Rozrywki odwiedzającym dostarcza także „Studia Disney – MGM” oraz park „Zwierzęce Królestwo Disneya”. Później powstały park w Tokio (1983), Disneyland Resort Paris (Marne-la-Vallée, 1992) oraz Hong Kong Disneyland (2005).

## Analiza frekwencji w światowych i europejskich parkach rozrywki

**Tabela 1. Najczęściej odwiedzane parki rozrywki na świecie w 2010 r.**

No	Park name and localization	No of visitors	Changes 2009/2010
1	MAGIC KINGDOM at Walt Disney World Lake Buena Vista, FL, USA	16 972 000	-1,5 %
2	DISNEYLAND Anaheim, CA, USA	15 980 000	0,5%
3	TOKYO DISNEYLAND Tokyo, Japonia	14 452 000	5,9%
4	TOKYO DISNEYSEA Tokyo, Japonia	12 663 000	5,5%
5	EPCOT at Walt Disney World Lake Buena Vista, FL, USA	10 825 000	-1,5%
6	DISNEYLAND PARK at Disneyland Paris Marne-la-Vallee, Francja	10 500 000	-2,6%
7	DISNEY'S ANIMAL KINGDOM at Walt Disney World Lake Buena Vista, FL, USA	9 686 000	1,0%
8	DISNEY'S HOLLYWOOD STUDIOS at Walt Disney World Lake Buena Vista, FL, USA	9 603 000	-1.0%
9	UNIVERSAL STUDIOS JAPAN Osaka, Japonia	8 160 000	2,0%
10	EVERLAND Gyeonggi-Do, Korea Południowa	6 884 000	11,6%
11	DISNEY CALIFORNIA ADVENTURE Anaheim, CA, USA	6 278 000	3,0%
12	ISLANDS OF ADVENTURE at Universal Orlando Orlando, FL, USA	5 949 000	30,2%
13	UNIVERSAL STUDIOS at Universal Orlando Orlando, FL, USA	5 925 000	6,1%
14	LOTTE WORLD Seul, Korea Południowa	5 551 000	22,4%
15	HONG KONG DISNEYLAND Hong Kong, SAR	5 200 000	13,0%
16	SEAWORLD FLORIDA Orlando, FL, USA	5 100 000	-12,1%
17	OCEAN PARK Hong Kong, SAR	5 100 000	6,3%
18	UNIVERSAL STUDIOS HOLLYWOOD Universal City, CA, USA	5 040 000	26,0
19	WALT DISNEY STUDIOS at Disneyland Paris Marne-la-Vallee, Francja	4 500 000	-2,6%

20	NAGASHIMA SPA LAND Kuwana, Japonia	4 465 000	-5,0%
21	EUROPA PARK Rust, Niemcy	4 250 000	0,0%
22	BUSCH GARDENS TAMPA BAY Tampa, FL, USA	4 200 000	2,4%
23	YOKOHAMA HAKKEIJIMA SEA PARADISE Yokohama, Japonia	4 023 000	-6,0%
24	DE EFTELING Kaatsheuvel, Holandia	4 000 000	0,0%
25	SEAWORLD CALIFORNIA San Diego, CA, USA	3 800 000	-9,5%

Źródło: opracowanie własne na podstawie, *Theme index. The Global Attractions Attendance Report. 2011.*  
TEA/AECOM, opracowanie własne.



**Ryc. 1. Najstarszy Disneyland w Anaheim, Kalifornia**

Źródło: Z. Kruczek

Tabela 1 ilustruje całkowitą liczbę odwiedzających w 25 [Top 25] czołowych parkach rozrywki na świecie w 2010 roku. Najbardziej popularnym parkiem od wielu lat jest Magiczne Królestwo Disneya [*Disney's Magic Kingdom*] w Orlando z liczbą 16.972 tys. odwiedzających. Wyprzedza on najstarszy, kalifornijski Disneyland w Anaheim z frekwencją 15.980 tys. odwiedzających oraz Tokio Disneyland [14.452 tys. odwiedzających]. Wśród 10 najbardziej frekwentowanych parków rozrywki na świecie 8 pierwszych to parki Disneya<sup>4</sup>. Najwięcej parków rozrywki znajduje się w Ameryce Północnej [USA i Kanada]. Pod względem frekwencji odwiedzających obserwujemy, że drugim kontynentem po Ameryce Północnej stała się Azja, za sprawą wysokiej pozycji Japonii wśród potęg gospodarczych świata i spektakularnego rozwoju gospodarki w Chinach, który doprowadził do powstania w

<sup>4</sup> Walt Disneya funkcjonuje jako korporacja łącząca firmy rozrywkowe na całym świecie. Dział *Media Networks* (Sieci Mediów) obejmuje sieci Internetowe, sieci komórkowe, radio, telewizję. Branża *Parks and Resorts* (Parki i Ośrodki) kontroluje ośrodki Disneya na całym świecie, w skład których wchodzi parki, hotele, punkty gastronomiczne, rozrywkowe jak również kompleksy sportowe, centra konferencyjne, parki wodne oraz inne udogodnienia rekreacyjne. Zarządza także *Disney Cruise Line*, *Disney Resort Paris* (1992), *Hong Kong Disneyland* (2005) oraz *Tokyo Disney Resort* (1983). Dział *Studio Entertainment* (Studio Rozrywkowe) produkuje, kupuje oraz umieszcza animacje, nagrania muzyczne, domowe rozrywki, video, posiada zarówno płatną jak i darmową telewizję (De Groot, 2009).

tym kraju klasy średniej. Na liście „Top 25” znalazły się 4 parki europejskie: Disneyland Park i Walt Disney Studio pod Paryżem oraz Europa Park w Niemczech i De Efteling w Holandii.

Liczba odwiedzających w parkach „Top 25” w 2010 r. osiągnęła 123,6 mln i zwiększyła się o 1,9% w porównaniu z 2009 r. Największa dynamika wzrostu miała miejsce w azjatyckich parkach (7,5%), oraz na terenie Meksyku i Ameryki Łacińskiej (8,9%). Parki europejskie odnotowały natomiast niewielki spadek odwiedzających (-1,8%). Podobne tendencje zanotowano w parkach wodnych, które zanotowały w latach 2006 - 2010 wzrost o 25% odwiedzających.

W 2010 r. do najbardziej udanych pomysłów na zwiększenie frekwencji w parkach rozrywki należał pokaz „Czarodziejski Świat Harry Potera” (pokazywany w Studio w Orlando, odwiedziło go 1,7 mln widzów). Inne nowatorskie realizacje to „Świat kolorów” w Disney California Adventure i „Świat Ferrari” w Abu Dhabi.

**Tabela 2. Najczęściej odwiedzane europejskie parki rozrywki w 2010**

No	Name of park and its localization	No of visitors	Changes 2009/2010
1	DISNEYLAND PARK at Disneyland Paris Marne-la-Vallee, Francja	10 500 000	-2,6%
2	WALT DISNEY STUDIOS at Disneyland Paris Marne-la-Vallee, Francja	4 500 000	-2,6%
3	EUROPA PARK Rust, Niemcy	4 250 000	0,0%
4	DE EFTELING Kaatsheuvel, Holandia	4 000 000	0,0%
5	TIVOLI GARDENS Kopenhaga, Dania	3 690 000	-4,5%
6	PORT AVENTURA Salou, Hiszpania	3 050 000	1,7%
7	LISEBERG Gothenberg, Szwecja	2 900 000	-7,9%
8	GARDALAND Castelnuovo del Granda, Włochy	2 800 000	-3,4
9	ALTON TOWERS Staffordshire, Wielka Brytania	2 750 000	3,8%
10	LEGOLAND WINDSOR Windsor, Wielka Brytania	1 900 000	0,0%
11	THORPE PARK Chertsey, Wielka Brytania	1 850 000	3,4%
12	PHANTASIALAND Brühl, Niemcy	1 850 000	-5,1%
13	FUTUROSCOPE Jaunay-Clan, Francja	1 825 000	7,4%
14	PARC ASTERIX Plailly, Francja	1 663 000	-8,6%
15	LEGOLAND BILLUND Billund, Niemcy	1 650 000	0,0%
16	MIRABILANDIA Savio, Włochy	1 505 000	-7,3%
17	SLAGHAREN Hardenberg, Holandia	1 464 000	-6,9%
18	FLAMINGOLAND Malton, Wielka Brytania	1 400 000	-1,3%
19	HEIDE PARK Soltau, Niemcy	1 350 000	-3,6
20	PARQUE DE ATRACCIONES Madryt, Hiszpania	1 347 000	-10,2

*Źródło: opracowanie własne na podstawie. Theme index. The Global Attractions Attendance Report. 2011. TEA/AECOM.*

Tabela 2 ilustruje frekwencje w europejskich parkach rozrywki w 2010 r. oraz dynamikę zmian w porównaniu z 2009 r. Oprócz wymienionych już w tabeli TOP 25 światowych parków rozrywki należy wymienić Park Tivoli w Kopenhadze (niecałe 4 mln odwiedzających), Port Aventura w Salou, Liseberg w Gothenberg, Gardaland, w Castelnuovo del Garda, oraz największy park w Wielkiej Brytanii - Alton Towers w Staffordshire.

W 2010 r. tylko 4 z 20 europejskich parków zanotowały wzrost odwiedzających, najwyższy w parku Futuroscope (Francja) – 7,4%, brytyjskich parkach Alton Towers [3,8% i Thorpe Park – 3,4% oraz hiszpańskim Port Adventure – 1,7%. Największy spadek odnotowano natomiast w madryckim Parque Atracciones (-10,2%) oraz francuskim Parc Asterix (-8,6). Ma to prawdopodobnie związek ze spadkiem ruchu turystycznego w Europie w 2010 r. powiązany z kryzysem finansowym, i zakłóceniami w komunikacji lotniczej spowodowanej wybuchem wulkanu na Islandii.

Europejskie parki rozrywki przechodzą proces wydłużania sezonu (czasu funkcjonowania), który w pewnym stopniu wiąże się ze świętami Bożego Narodzenia czy Wielkanocy. Park rozrywki Tivoli Gardens – Kopenhaga, jest czołowym obiektem w Europie

w zakresie sukcesywnie wydłużanie sezonu dzięki świętowaniu Halloween od października aż do świąt Bożego Narodzenia. Oba wydarzenia w znacznym stopniu zwiększają liczbę odwiedzających, jak i dochody. Europejskie parki rozrywki są relatywnie stabilne w porównaniu z amerykańskimi czy azjatyckimi. Lista najbardziej frekwentowanych parków (Top 20) w zasadzie się nie zmienia. Głównymi czynnikami wpływającymi na funkcjonowanie europejskich parków są uwarunkowanie geograficzne oraz ich silny narodowy charakter. Zilustrować to można ciekawym przypadkiem dotyczącym paryskiego Euro Disney Resort.

### Studium przypadku: Euro Disney Resort

Disney planował budowę europejskiego kompleksu ośrodków i parków Disneyland od wczesnych lat 80-tych, inwestycje rozpoczęto w 1988 roku a park otwarto 12 kwietnia 1992 roku. Nazwę zmieniono w 1994 roku na Euro Disney Resort<sup>5</sup>, aby pasowała do romantycznego obrazu związanego z Paryżem, także ze względu na złą reputację, jaka przylgnęła do starej marki. Kompleks położony jest na przedmieściach Paryża w miejscowości Marne-la-Vallée - 30 km na wschód od centrum miasta. Zarządzany jest przez spółkę Euro Disney SCA, w której udziały posiada The Walt Disney Company

Otwarcie parku spotkało się z dużym sprzeciwem części Francuzów, którzy obawiali się, że amerykański park rozrywki zaszkodzi ich tradycji i wartościom. Kiedy w 1992 roku otwarto Disneyland, okazało się, że nie cieszy się on takim zainteresowaniem, jakiego oczekiwano. Dyrekcja parku zorientowała się, że Europejczycy mają inne gusta niż Amerykanie - na przykład chcą większej ilości restauracji z miejscami siedzącymi i krytych ścieżek spacerowych. Przyczyna słabej frekwencji i dużych strat (przez pierwsze 2 lata działalności Euro Disney stracił blisko 1,03 mld dolarów) była również recesja w Europie i spadek PKB oraz relatywne zubożenie wielu Francuzów. Od 1995 r Grupa Euro Disney SCA



stała się w świetle prawa francuskiego Société en Commandite par Actions i zarządza parkiem. Korporacja Disney jest największym akcjonariuszem Euro Disney mającym 39,8% udziałów. 10% akcji należy do Księcia Alwaleeda (siostrzeńca Saudi King Abdullah, największego muzułmańskiego biznesmena w Arabii Saudyjskiej) oraz jego rodziny. Inni udziałowcy posiadają 50,2% akcji. Od 1 listopada 2005 r. akcje Euro Disney SCA są notowane na Paryskiej Giełdzie [De Groote, 2009].

Po wprowadzeniu pewnych zmian, paryski Disneyland zaczęło odwiedzać więcej gości. Zmieniono kolorystykę obiektów, zamiast ostrych kolorów zastosowano pastelowe. Wzorem dla centralnie położonego baśniowego zamku stało się opactwo Mont-Saint-Michel.

### Ryc. 2. Euro Disney Resort

Źródło.: Z. Kruczek

<sup>5</sup> Z wielu propozycji wybrano okolice Paryża, mając na uwadze dostęp do tej lokalizacji turystów nie tylko z Francji ale i z Niemiec, krajów Beneluksu i Wielkiej Brytanii.

Park położony jest na 57 hektarach ziemi. Jego teren podzielony jest na 5 "krain". Cały park dysponuje 53 atrakcjami utrzymanymi w stylu disneylandowskich parków oraz dodatkowo Walt Disney Studios Park z prezentacją produkcji filmów. Kompleks zawiera park rozrywkowy *Disneyland Paris Theme Park*, kilka hoteli tematycznych, obiekty konferencyjne, centrum rozrywki Wioska Disneya (*Disney Village.*, która obejmuje 15 kin, ekrany przyrodnicze 3D oraz ośrodek nauki gry w golfa.

W 2010 r. paryski Disneyland Park odwiedziło 10,5 mln gości, w ten sposób jest on najczęściej odwiedzaną atrakcją turystyczną w Europie, a pod względem liczby klientów największym francuskim touroperatorem. Więcej niż połowa (51%) gości to Francuzi, 12% obywatel Wielkiej Brytanii, tyle samo z krajów Beneluxu, 9% z Hiszpanii, 4% z Włoch i tylko 2% z Niemiec. Cały park generuje 56 tysięcy miejsc pracy, w tym 14,5 tysiąca zatrudnionych bezpośrednio w parku.

Tabela 3 zawiera informacje o 10 największych łańcuchach (korporacjach) parków rozrywki. W 2010 r. najwięcej osób, bo ponad 120 mln, odwiedziło parki należące do grupy Walta Disneya. Drugi na liście gestor parków - Merlin Entertainments Group zanotował ich 3 razy mniej (41 mln). Te dwa łańcuchy skupiają 50% światowej frekwencji w parkach rozrywki. Wymienione w tabeli największe łańcuchy parków rozrywki notują łączną frekwencję na poziomie 320 mln. Większość z nich wykazuje tendencję wzrostową, najwyższa w 2010 r. była w Oct Parks China (22,2%), a tylko w Campaigne des Alpes w 2010 r. frekwencja spadła o 9,1%. Dane te sugerują, że w najbliższych latach można się spodziewać dalszego wzrostu gości w parkach rozrywki.

**Tabela 3. Frekwencja w 10 największych łańcuchach parków rozrywki na świecie w 2010 r.**

LP	Nazwa łańcucha [korporacji]	Liczba odwiedzających	Dynamika zmian 2009/2010
1.	Walt Disney	120.6	1.3
2	Merlin Entertainments Group	41.0	6.5
3	Universal Studios Recreation Group	26.3	11.0
4	Parques Reunidos	25.6	4.0
5	Six Flags	24.3	2.1
6	Cedar Fair Entertainments Group	22.8	8.1
7	Bush Entertainments	22.4	4.9
8	Oct Parks China	19.3	22.2
9	Herschend Entertainment	9.6	Nowy obiekt
10	Campaigne des Alpes	9.0	- 9.1

Źródło: opracowanie własne na podstawie. Theme index. The Global Attractions Attendance Report. 2011. TEA/AECOM.

### **Polskie Parki Tematyczne**

Podobnie jak w innych krajach stawiających na turystykę również w Polsce obserwujemy w ostatniej dekadzie zachodzący na dużą skalę proces tworzenia parków tematycznych, których zadaniem jest głównie zabawić ludzi. Teoretycznie ich misją jest również niesienie głębszego przekazu niż zabawa i rozrywka, jednakże w praktyce okazuje się, jak wykazały przeprowadzone badania, że trudno jest wynieść coś więcej z wizyty w takim parku niż poczucie miło (lub nie) spędzonego czasu, bez głębszych przeżyć i refleksji.

„Polski Portal Parków Rozrywki” – [www.parkrozrywki.pl](http://www.parkrozrywki.pl) [data dostępu: 22.07.2011 r.] – wylicza wśród rekomendowanych 3 parki nazwane lunaparkami: Śląskie Wesołe



Miasteczko zlokalizowane na terenie Wojewódzkiego Parku Kultury i Wypoczynku w Chorzowie, Rodzinny Park Rozrywki „Rabkoland” w Rabce i Łódzki Lunapark na Zdrowiu. Na portalu tym znalazły się również ogrody zoologiczne i parki safari (np. w Świerkocinie), kilkanaście parków wodnych oraz klasyczne parki rozrywki, w tym Park Jurajski w Bałtowie, Park Miniatur Zabytków Dolnego Śląska. Ostatnia dekada przyniosła fenomenalny rozwój parków z dinozaurami w temacie. Jest ich w Polsce 18<sup>6</sup>. Oprócz wspomnianego już Bałtowa powstały: „Dinolandia” w Inwałdzie, „Dinozatorland” w Zatorze, „Jura Park” Solec, „Mega Park” w Grudziądzu, „Park Dinozaurów” w Karłowie, Ustroniu, „Park Jurajski Krasnobrodzkie”, „Woliński Park Dinozaurów”, „Dinopark” w Kołacinie i Szklarskiej Porębie, „Jura Park” w Krasiejowie, Łebie i Wasilkowie, „Park Dinozaurów” Nowiny Wielkie i „Zaurolandia” w Rogowie.



**Ryc. 3. Stanowisko młodego geologa we Dinozatorland**

Źródło: Z. Kruczek

Podobna tendencja dotyczy parków miniatur, których wg stanu na lipiec 2011 r. znajdziemy w Polsce 11: Skansen Miniatur w Pobiedziskach, Jurajski Gród w Janowie, Miniaturowe Świątynie w Częstochowie i Myczkowcach, Park Miniatur „Świat Marzeń” w Inwałdzie, Park Miniatur Zabytków Dolnego Śląska w Kowarach, Park Miniatur Zamków Krzyżackich w Chełmnie, Kaszubski Park Miniatur, Park Miniatur Zamków Jurajskich w Ogródzieńcu, Park Miniatur Warmii i Mazur w Gierłozu, Park Miniatur Zabytków Podlasia w Hajnówce i Park Miniatur Zielony Dwór w Chocielewku. Należy dodać jeszcze 3 miasteczka westernowe (choć kulturowo zupełnie obce dla naszego kraju cieszą się ogromnym powodzeniem) – w Karpaczu, Mrągowie i Sońsku; bajkowe parki św. Mikołaja, liczne esplanady i parki ekstremalne (linowe).

<sup>6</sup> <http://www.parkmania.pl/parki-rozrywki-w-polsce.html> (data dostępu: 22.07.2011 r.).



**Ryc. 4. Park Miniatur „Świat Marzeń” w Inwałdzie**

Źródło: Z. Kruczek

W ostatniej dekadzie obserwujemy szybki rozwój nowego rodzaju atrakcji, jakim są parki linowe zwane u nas powszechnie „małpimi gajami”. Powstały z inwencji francuskich grotolazów i alpinistów w Alpach. Pierwszy profesjonalny polski park linowy powstał w 2005 r. w Złotym Stoku. Zbudowano go na terenie nieczynnego kamieniołomu na powierzchni 7 ha. Wyposażony został w akrobatyczne przejścia między drzewami, balansujące pomosty, powietrzne surfingi i zjazdy na linach zwanych „tyrolkami”. Obecnie w Polsce działa ponad 150 parków linowych zlokalizowanych w popularnych miejscowościach turystycznych (np. Jurata, Władysławowo, Wisła), wielkich miastach (np. Warszawa) czy miejscach pozbawionych innych atrakcji (np. Wodzisław Śląski). Parki zlokalizowane nad morzem mogą liczyć na liczną klientelę spragnioną emocji w czasie braku pogody do plażowania. Inwestycje w parki linowe biją rekordy rentowności. Budowa parku linowego nie jest droga, cała inwestycja z 50 atrakcjami zamyka się kwotą 200 000 zł. Każda zainwestowana złotówka zwraca się po 3 latach, a eksploatacja takiego parku jest łatwa i tania. Koszty eksploatacji nie przekraczają 25–30% wpływów z biletów, co daje rentowność na poziomie 200%<sup>7</sup>.

W najbliższych latach planuje się otwarcie kilkunastu nowych parków tematycznych : w tym Miasteczko Twin Peaks w Żorach i Western City w Kielcach oraz budowę ogromnego parku rozrywki w stylu Disneylandu – Adventure World Warsaw w Grodzisku Mazowieckim<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> Grzegórska L., Zysk wisi na linie, „Newsweek”, nr 29/2011, s. 30–31

<sup>8</sup> Budowa Adventure World Warsaw (AWW) rozpocząć ma się już w 2012 r. To olbrzymie wesołe miasteczko pierwszych gości przyjmie na wiosnę 2014 r. Na 240 ha powstanie największy w naszym kraju park wodny, do tego wesołe miasteczko z górskimi kolejkami, zadaszona część całoroczna z placami zabaw, kinami, restauracjami, dwoma hotelami na 800 osób. Inwestycja wyniesie około 400 mln EUR. Do budowy i zarządzania AWW powołano Spółkę „Las Palm”.

Do przyszłości wszelakich atrakcji turystycznych trafna jest refleksja o braku planowania i rozstrzygnięcia na szczeblu regionu czy kraju o kierunkach rozwoju atrakcji<sup>9</sup>. Efektem tego jest np. lokalizacja dwóch parków z gadami jurajskim w Małopolsce w odległości kilkunastu kilometrów (Zator i Inwałd) czy też wydawania ogromnych środków na budowę sztucznego „Miasteczka Galicyjskiego”. W odniesieniu do tego ostatniego projektu, spotkałem jednak opinie w gronie fachowców, że im się on podoba i będą go polecać. Czyli wszystko jest względne, a rynek zapewne będzie decydował jakie atrakcje będą powstawały, jakie się utrzymają a jakie będą musiały zmienić swój profil albo upadną.



**Ryc. 5. Miasteczko Galicyjskie w Nowym Sączu**

*Źródło: Z. Kruczek*

### **Podsumowanie**

Parki rozrywki na świecie są przykładem postępującej globalizacji przemysłu rozrywki, mają one zbliżoną formę, podobne tematy, urządzenia i system organizacji. W każdym Disneylandzie spotkamy np. „Kraję pogranicza”, „Świat przygód”, „Kraję przyszłości”. Możemy się spodziewać podobnej aranżacji przestrzeni, lokalizacji usług, sposobu obsługi zwiedzających. Mimo tej standardyzacji powodzenie projektu czasem zależy od odmienności. Jak dowodzi przykład Euro Disney Resortu twórcy parku muszą zadbać o specyficzne potrzeby odwiedzających związane z lokalną kulturą, odmiennym systemem wartości czy nawet siłą nabywczą. Zmusza to gestorów parków do ciągłego monitorowania frekwencji i badania potrzeb odwiedzających z użyciem narzędzi marketingowych. Nawet warunki klimatyczne mogą mieć znaczenie dla prowadzonych inwestycji w przemyśle rozrywki. W Abu Dhabi np., ze względu na gorący klimat pustyni nad budowanym parkiem „Świat Ferrari” wzniesiono największy na świecie dach kosztem 1,2 miliarda dolarów.

Światowym potentatem w przemyśle rozrywki jest korporacja Disneya. Jej siła wiąże się z doświadczeniem w biznesie rozrywkowym oraz strategią niskich kosztów. Co więcej, w ciągu 80 lat firma rozwinęła silną i dobrze znaną markę. W ostatnich latach korporacja w swojej strategii położyła nacisk na parki rozrywki, tworząc je poza Stanami Zjednoczonymi w Europie i Azji. Korporacja zatrudnia innowacyjną kadre, która w ciągu ostatnich kilku lat stworzyła wiele nowych produktów. W dzisiejszym agresywnym biznesie rozrywkowym każda korporacja bez nowych pomysłów popada w tarapaty. Firma panuje nad wydatkami

<sup>9</sup> wypowiedź Ł. Gawła na Gnieźnieńskim Forum Ekspertów, listopad 2011.

zachowując wysoką jakość produktów i usług. Ryzyko finansowe zostało zredukowane poprzez podział wstępnych kosztów inwestycji pomiędzy dużą liczbę inwestorów z zewnątrz.

Obecnie obserwujemy pewien paradoks rozbieżności pomiędzy potrzebą oryginalności i autentyzmu (zawarta w przesłaniach 3xE i będącej na topie turystyki kulturowej) a eklektyzmem i pastiszem. Kreowanie sztucznych atrakcji nie mających związku z miejscem, historią i kulturą dało początek nowej generacji tzw. post-turystów, osób zadowolających się replikami słynnych obiektów. Tworzenie sztucznych atrakcji stanowiących alternatywę dla tradycyjnych destynacji turystycznych, które przejmują coraz większą część ruchu turystycznego, jest zjawiskiem coraz bardziej powszechnym. Powstające coraz liczniej parki rozrywki, sztuczne światy fantazji, iluzji i przygody, w których fikcja miesza się z rzeczywistością, a zabawa towarzyszy zwiedzaniu, świadczą o ogromnym zapotrzebowaniu na tego typu atrakcje. Powstające nowe atrakcje mają zarówno bawić, ekscytować, w pewnym sensie straszyć, podnosić poziom adrenaliny, ale i edukować poprzez pobudzanie do myślenia, refleksji. Takim celom rozrywkowo-edukacyjnym służą powstałe parki tematyczne oraz rozrywki z siecią Disneylandów na czele. Parki rozrywki są najszybciej rozwijającym się typem atrakcji. Nazywane są przez to „flagowymi atrakcjami” decydującymi o rozwoju turystyki w regionach ich lokalizacji. Oczywiście, parki te rozwijają się bardzo szybko, przynoszą bowiem prywatnym inwestorom szybki zwrot zainwestowanych kapitałów i niemałe zyski.

I na koniec jeszcze refleksja skierowana do środowiska naukowego - osób zajmujących się badaniem zjawisk turystycznych. Współczesna turystyka potrzebuje ciągle nowych atrakcji jako celów podróży dla milionów uczestników, którzy zwiedzili już uznane obiekty, wszędzie byli, niewiele jest im w stanie zaimponować. Bogata i wszechstronna oferta turystyczna (a tylko taka ma szansę być zauważona wśród tysięcy innych) oparta powinna być na poszukiwaniu oryginalnych atrakcji, a gdy ich nie starcza - na kreowaniu nowych. Tworzenie nowych atrakcji, efektywne zarządzanie nimi wymaga systematycznych badań i ocen. Prowadzeniem takich badań zainteresowana winna być zarówno rządowa, jak i lokalna administracja turystyczna, narodowe i regionalne organizacje turystyczne, a przede wszystkim gestorzy atrakcji i ich stowarzyszenia. Inicjatywa prowadzenia takich badań powinna wychodzić również ze środowiska naukowego.

## Literatura

- Cohen E.**, 1972, *Towards a Sociology of International Tourism*, „Social Research”, 39, s. 164–182.
- De Groote P.**, 2009. *Globalisation of Commercial Theme Parks Case: The Walt Disney Company*. [in:] 4th Aspects and Visions of Applied Economics and Informatics. Debrecen.
- Jafari J.**, 2000. *Encyclopedia of Tourism*, Routledge, London/New York,
- Jolliffe L.**, 2000. *Theme Parks as Flagship Attractions in Peripheral Areas*. *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, No. 1, pp. 250-252.
- Kruczek Z.**, *Między atrakcją a pułapką turystyczną. Dylematy turystyki kulturowej XXI w.*, [w:] *Kultura i turystyka, razem ale jak*, praca zbiorowa pod red. A. Stasiaka, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2009, s.71–80.
- Kruczek Z.**, 2010. *Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań*. Monografia 10. Proksenia, Kraków 2011.
- Kruczek Z.**, 2011. *Amusement Parks As Flagship Tourist Attractions. Development and Globalization*. *Economic Review of Tourism*. Faculty of Economics, Matej Bela Univeristy, University nr 3/2011.
- Theme index. The Global Attractions Attendance Report**. 2011. TEA/AECOM.
- Weidenfeld A.**, 2010. *Iconicity and Flagshipness of Tourist Attractions*. *Annals of Tourism Research*, Vol. 37, No. 3, pp. 851–854.

## Theme parks as flagship tourist attractions. Development and globalization

**Key words:** tourist attractions, theme parks, attendance, rankings, globalization, developments.

### **Abstract**

In the article, the author defines the term of tourist attractions, including the so-called flagship ones, among which he ranks theme/amusement parks. They attract over 200 million visitors worldwide. The author presents their development and rankings, according to the number of visitors in the year 2010 (Top 25) in the world, and (Top 20) in Europe. The analysis focuses on the developmental trends and the ongoing process of globalization. The process of creation and operation of amusement parks has been illustrated on the example of the Euro Disney Resort, whereas the process of globalization has been shown on the example of the operation of the world leader in the sphere of amusement parks – the Walt Disney corporation. The article also discusses the creation of amusement parks in Poland.