

TEMATYCZNE PARKI ROZRYWKI W EUROPIE I POLSCE W PERCEPCJI TURYSTÓW

ZUZANNA TCHOREK¹, OLENA KULYKOVETS²,
HANNA GÓRSKA-WARSEWICZ³

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

¹ e-mail: mz.tchorek@gmail.com

² e-mail: olena_kulykovets@sggw.pl

³ e-mail: hanna_gorska_warsewicz@sggw.pl

SŁOWA KLUCZOWE

turystyka kulturowa, tematyczny park rozrywki, konsument, destynacja

STRESZCZENIE

W artykule przedstawiono istotę parku rozrywki ze szczególnym uwzględnieniem tematycznych parków rozrywki jako elementu tworzącego i uzupełniającego turystykę kulturową. Obszar zainteresowań objął Polskę i Europę. W części teoretycznej opisano wybrane aspekty badanego zagadnienia dotyczące koncepcji, definicji, modelu i charakteru funkcjonowania. W części praktycznej przedstawiono wyniki badań własnych dotyczących m.in. zachowań turystów, percepcji odwiedzanych atrakcji turystycznych oraz profilu odwiedzających.

Wprowadzenie

Rozwój światowej turystyki, nasilenie działań konkurencyjnych oraz zmieniające się upodobania turystów determinują konieczność zapewnienia atrakcji postrzeganych w kategoriach przyjemności, zaciekawienia i rozrywki. Taką rolę spełniają parki rozrywki i wyodrębniona ich specjalna kategoria, tj. tematyczne parki rozrywki. Powszechność i sukces parków rozrywki stały się

powodem specjalizacji i powstawania parków o określonej tematyce, przyciągających określone grupy turystów.

Celem niniejszej pracy jest analiza wybranych tematycznych parków rozrywki w Polsce i w Europie z uwzględnieniem zachowań turystów, percepcji atrakcji turystycznych itp. Szczególną uwagę zwrócono na kształtowanie oferty usługowej w zakresie dostępnych atrakcji oraz zagospodarowania turystycznego.

Material i metodyka

Niniejsza praca ma charakter badawczy z wyodrębnioną kwerendą literatury w zakresie analizowanego zagadnienia. Opisano zagadnienie parków rozrywki i tematycznych parków rozrywki w ujęciu historycznym, zwracając uwagę na specyfikę oferowanych produktów i usług.

Badania empiryczne przeprowadzono w dwóch etapach. Pierwszy¹ dotyczył analizy zachowań turystów w trzech wybranych parkach rozrywki na terenie Polski: Jura Park w Bałtowie, Śląskie Wesołe Miasteczko w Chorzowie i Western City w Karpaczu w okresie między 27 lipca a 16 września 2012 roku. Głównym celem badania było zidentyfikowanie grupy docelowej odwiedzającej wymienione obiekty, typu wyjazdu, miejsca pochodzenia turysty, jak również cech badanych obiektów, które są dla turysty najbardziej atrakcyjne. W badaniu wzięło udział 300 respondentów. Liczniejsza była populacja kobiet (56%). Pod względem struktury wiekowej przeważały osoby w wieku 26–35 lat (32%) oraz 46–55 lat (23%), mniej było osób w wieku 18–25 lat (15%), 36–45 lat (18%) oraz powyżej 56 roku życia (12%).

Drugi etap badań dotyczył wybranych europejskich parków rozrywki², a celem badawczym była percepcja tematycznych parków rozrywki jako atrakcji turystycznych. Badania zostały przeprowadzone w maju 2015 roku z wykorzystaniem formularzy przeglądarki internetowej Google. Ankieta została wypełniona przez 65 anonimowych osób, jako kryterium przyjęto znajomość zagadnienia tematycznych parków rozrywki. Większość ankietowanych w przeprowadzonym badaniu stanowiły kobiety (78,5%). W badanej populacji przeważały osoby do 25 roku życia (77,5%). Respondentów w wieku 26–35 lat było 15%, 36–50 lat – 5%. Odzwierciedla to strukturę polskich turystów znających i odwiedzających te parki rozrywki – głównie są to młodzi ludzie podróżujący samodzielnie lub w grupach rówieśniczych.

Parki rozrywki i tematyczne parki rozrywki – wybrane aspekty teoretyczne

Koncepcja parku rozrywki bazuje na idei „supermarketu wypoczynku”, miejsca, gdzie dokonuje się produkcja i konsumpcja czasu wolnego, ceny są zróżnicowane i następuje tzw. integracja

¹ Badania wykonano w ramach pracy magisterskiej mgr Oleny Kulykovets: *Parki tematyczne i parki rozrywki – pułapki turystyczne czy nowe atrakcje w turystyce kulturowej* na kierunku Turystyka i Rekreacja na Wydziale Nauk Ekonomicznych SGGW w Warszawie w 2013 r. (promotor dr inż. Katarzyna Grałak).

² Badania wykonano w ramach pracy licencjackiej Zuzanny Tchorek: *Europejskie tematyczne parki rozrywki jako atrakcja turystyczna* na kierunku Turystyka i rekreacja na Wydziale Nauk Ekonomicznych SGGW w Warszawie w 2015 r. (promotor dr hab. Hanna Górńska-Warsewicz).

technologii, zarządzanie sztuką i spektaklem. Jednym z pierwszych popularnych parków rozrywki był park wytwórni Walta Disneya, otwarty 17 lipca 1955 roku. Obecne parki rozrywki nastawione są na konsumpcję masową (Kruczek, 2012, s. 2).

Jedną z powszechnie przyjętych interpretacji parku rozrywki jest definiowanie danego zjawiska jako miejsca do rekreacji i wypoczynku. Bardziej rozbudowana definicja mówi, że jest to miejsce zapewniające relaks i tymczasową ucieczkę od życia codziennego (Ho, Ap, 2009, s. 26). Inna definicja odnosi się do określenia parku rozrywki jako wydzielonego obszaru o stosunkowo dużej powierzchni, wyposażonego w specjalistyczne urządzenia służące rozrywce połączonej z edukacją, ewentualnie aktywnym wypoczynkiem (Palusiński, 2014, s. 2). Park rozrywki musi posiadać atrakcje wzbudzające określone emocje (strach, przyjemność, rozbawienie, satysfakcję) (Bigné, 2005, s. 842). Parki rozrywki, jako atrakcje turystyczne, uznawane są w klasyfikacji przedstawionej przez J. Swabrooke'a za miejsca lub obiekty zaprojektowane oraz wybudowane od podstaw, jako atrakcje (Kruczek, 2009, s. 3).

Jako model idealnego parku rozrywki uważa się Disneyland, jednak pierwszym parkiem tego typu był Coney Island, powstały w 1893 roku i podzielony niedługo po otwarciu na cztery parki, działające pod jedną marką. Jego głównym celem było przeniesienie odwiedzających w inną rzeczywistość, nierealistyczną codzienność, gdzie odbywał się bajkowy spektakl wśród symulowanego krajobrazu.

Park rozrywki jest produktem opartym na pokazaniu alternatywy dnia powszedniego, w kreowaniu którego uczestniczy technologia, iluzja i psychologia. Coney Island stał się miejscem nie tylko kulturalnej rozrywki dla klasy robotniczej, ale także alternatywą dla zagranicznych podróży egzotycznych klasy średniej i wyższej. Europejskim odpowiednikiem amerykańskiej kultury rozrywki był park Blackpool Pleasure Beach, otwarty w 1896 roku. W odróżnieniu od Stanów Zjednoczonych, w Europie zwracano uwagę na widoki – park powstał na plaży.

Kryzys w 1929 roku i II wojna światowa przyczyniły się do spadku zainteresowaniem parkami rozrywki. Efekt ten szczególnie był widoczny w Stanach Zjednoczonych. W latach 1930–1950 odnotowano mniejsze zainteresowanie parkami ze względu na ubogi asortyment i powtarzające się spektakle. Park rozrywki przestał się kojarzyć z rozrywką i zabawą, coraz częściej jawił się jako miejsce brudne i niebezpieczne. W tabeli 1 ukazano dynamikę rozwoju parków rozrywki według regionów świata (Clave, 2007, s. 16–53).

Tabela 1. Dynamika rozwoju parków rozrywki według regionów świata

Rok	USA i Kanada	Europa	Azja i Pacyfik	Reszta świata
1950	start			
1960	rozwój	start		
1970	rozbudowa	rozwój	start	
1980	dojrzałość	rozbudowa	rozwój	start
1990	stężenie	dostosowanie	rozbudowa	rozwój
2000	zróżnicowanie	repozycjonowanie	selektywny wzrost	rozbudowa

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Clave (2007), s. 49.

A.S. Clave (2007, s. 28–30) wyróżnił 4 typy parków rozrywki:

1. Parki destynacje – specjalnie zaprojektowane, aby przyciągnąć jak największą liczbę turystów z pobliskich miast i dalszych miejscowości, których pobyt nastawiony jest także na nocleg w danej destynacji, a odwiedziny obiektu są głównym powodem przyjazdu turysty. Przykładem jest Disney World.
2. Regionalne parki – funkcjonujące w określonym terminie, przyciągające znaczącą liczbę turystów w przeciągu kilku godzin dziennie. Większość odwiedzających park pochodzi z miejscowości oddalonych o 100–200 km. Przykładem takiego parku może być Ocean Park w Hong Kongu.
3. Parki lokalne – odwiedzane głównie przez mieszkańców pobliskich miejscowości. Są uboższe tematycznie, czasem zorientowane na tematykę lokalną. Przykładem jest Enchanted Kingdom na Fillipinach.
4. Niszowe parki rozrywki – nieprzystosowane do dużej liczby odwiedzających. Ich funkcjonowanie uwarunkowane jest poziomem rozwoju miejscowej infrastruktury. Potencjał turystyczny parku jest niewielki, a lista atrakcji – uboga. Często takie parki zorientowane są na ofertę wakacyjną.

Zapamiętanie parku rozrywki przez konsumenta determinowane jest przez jego wielkość – im większy, tym bardziej rozpoznawalny. W parkach stosuje się określony podział atrakcji: *thrill ride* (tzw. atrakcje z dreszczykiem emocji, np. karuzele, huśtawki, wieże swobodnego spadania i diabelskie młyny), *rollercoaster* (kolejki górskie), *water attractions* (atrakcje wykorzystujące wodę i obiekty pływające), *indoor dark rides* (przejażdżki w zadaszonych miejscach, np. domy strachów) oraz *family ride* (atrakcje dostępne dla wszystkich grup wiekowych, np. kolejki i karuzele) (De Groot, 2009, s. 21).

Tematyczne parki rozrywki to kapitałochłonne, wysoko rozwinięte, samodzielne obszary rekreacyjne pobierające opłaty za wstęp. Atrakcje, infrastruktura gastronomiczna i hotelarska oraz specjalne budynki parku są zazwyczaj zorganizowane wokół jednego głównego tematu lub zbioru powiązanych ze sobą pomysłów, takich jak np. szczególny okres z historii czy określony rejon geograficzny. Motywy te są szczególnie istotne dla parków, których celem jest oderwanie gości od świata codziennego oraz stworzenie silnego powiązania między turystą a wykreowanym w danym miejscu światem. Wyróżnić można parki komercyjne (z ogromnymi nakładami finansowymi i liczbą odwiedzających) oraz mniejsze obiekty, takie jak kompleksy muzealne czy zabytkowe parki tematyczne mające na celu zachowanie dziedzictwa i edukowanie raczej niż rozrywkę i zysk (Jafari, 2000, s. 124–125).

Większość tematycznych parków ma rodzinny charakter, zawiera jeden lub kilka światów tematycznych. Oprócz typowych atrakcji, zapewniają one rozrywkę przy pomocy osób występujących na żywo, np. muzyków, artystów cyrkowych lub osób w przebraniach. Ponadto mają wysoki poziom inwestycji w przeliczeniu na jednostkę pojemności jazdy lub pokazu przy wysokim standardzie obsługi, konserwacji i utrzymania czystości (Jones, 1998, s. 17). Najczęściej spotykane są parki odnoszące się do filmów, obszarów geograficznych czy książek (komiksów) (Mitrasinovic, 2006, s. 35). Temat parku jest też podstawą do działań marketingowych (Clave, 2007, s. 34).

Pierwowzorem parków tematycznych (nazywanych parkami rozrywki) były wesołe miasteczka z atrakcjami, tj. „diabelski młyn”, i eksponatami do oglądania. Jednym z podstawowych kryteriów, różnicujących parki kiedyś i dzisiaj jest ich wielkość (skala). Kiedyś były to małe tradycyjne obiekty z prostymi eksponatami dla niewymagającej publiczności, dzisiaj parki rozciągają się na ogromnych obszarach, oferują wiele atrakcji, na ogół ekscytujących, niezwykłych i zaawansowanych technicznie (Kruczek, 2012, s. 2).

Parki, by osiągnąć sukces, muszą posiadać wizję rozwoju. Ważne jest odpowiednie rozplanowanie, zarządzanie i ocena sytuacji ekonomicznej prowadzona na bieżąco. Parki muszą być przygotowane na zmiany zachodzące w gospodarce oraz w upodobaniach klientów. Dodatkowym atutem może być doświadczony zarządca i przynależność do sieci parków oraz wymienianie między nimi dobrych praktyk (Braun, 1998).

Parki tematyczne zawdzięczają popularność rozwojowi kina, a szczególnie kinematografii w Hollywood. Teraźniejsze parki i ich tematyka inspirowane są scenami z filmów i bajek.

Różnice między parkiem rozrywki a parkiem tematycznym odnoszą się do liczby i rodzaju atrakcji. Park rozrywki dysponuje w ofercie określoną liczbą atrakcji na dużej powierzchni. Natomiast park tematyczny ma mniejszą ofertę atrakcji na relatywnie dużej powierzchni, co determinuje mniejszy zysk. Do wspólnych cech zaliczyć należy:

- zbieżność tematyczną, która stanowi alternatywę dla rekreacji,
- łączenie jednego albo kilku wystylizowanych obszarów,
- zorganizowanie jako zamkniętych przestrzeni z kontrolowanym wstępem,
- zdolność do przyciągania rodzin,
- wystarczającą liczbę atrakcji, efektów świetlnych, efektów specjalnych, aby zatrzymać konsumenta na dłuższy pobyt trwający od pięciu do siedmiu godzin,
- przesycenie atmosferą rozrywki,
- komercyjną oprawę (baza gastronomiczna, noclegowa, sklepy),
- wysoką zdolność do inwestowania i tworzenia atrakcji na najwyższym poziomie,
- oferowanie produktów o wysokiej jakości i wysokim standardzie bezpieczeństwa,
- funkcjonowanie systemu *pay-one-price* (opłata dokonywana jest raz, co zapewnia korzystanie z dowolnej liczby atrakcji).

Przegląd literatury wskazuje, że wiodącym tematem parków rozrywki jest tematyka komiksów (Asterix Park), nauka i przyszłość (Epcot), historia (IslaMagica), baśnie dla najmłodszych (Efteling), świat zabawek (Legoland), podróże (Port Aventura), przyroda (Sea World), kino (Warner Bros), lokalna mitologia (Dragon World of Singapore) albo muzyka (SixFlags New Orleans). Kluczowym elementem przy wyborze parku tematycznego przez konsumenta jest tematyka (Clave, 2007, s. 35).

Tematyczne parki rozrywki w Europie w percepcji turystów

Pierwszym z badanych tematycznych europejskich parków rozrywki jest Legoland w Billund w Danii. Został otwarty 7 czerwca 1968 roku jako wystawa budowli z klocków przeniesiona

z siedziby firmy w tej miejscowości. Koncepcja parku powstała w pierwszej połowie lat 60. ubiegłego wieku w wyniku pomysłu właściciela przedsiębiorstwa, Godtfreda Kirka Christiansena. Głównym założeniem było połączenie placu zabaw dla dzieci z miejscem, gdzie można zobaczyć możliwości tworzenia, jakie niosą klocki Lego. Do budowy parku zatrudniono wykwalifikowanych projektantów Lego, którzy w ciągu 5 lat wykorzystali ponad 6 mln klocków dla stworzenia Minilandu, czyli modeli budynków, krajobrazów z różnych stron świata, ruchomych statków oraz maszyn budowlanych.

Obecnie Legoland podzielony jest na sekcje tematyczne odpowiadające produkowanym przez Lego zestawom klocków i zajmuje powierzchnię 140 000 m² (*Legoland...*) Legoland Billund podzielony jest na 8 części tematycznych. Są to: Miniland, Legoredo Town, Imagination Zone, Adventure Land, Knights' Kingdom, Duplo Land, Pirate Land i Polar Land. Każda z tych stref posiada charakterystyczne atrakcje przeznaczone dla całych rodzin lub dla dzieci z podziałem na młodsze i starsze (*Legoland...*).

Od 2005 roku Legoland Billund należy do Merlin Entertainments Group, która zarządza licznymi parkami rozrywki na kilku kontynentach. Do grupy tej należą wszystkie Legolandy na świecie: Windsor (otwarty w 1996), Kalifornia (1999), Niemcy (2002), Floryda (2011), Maleszja (2012) oraz Dubaj (planowane otwarcie w 2016) (Carr, 2011, s. 126).

Disneyland Resort Paris znajduje się w miejscowości Marne-La-Velle położonej w odległości ok. 30 km na wschód od centrum Paryża. Oficjalne otwarcie Disneylandu odbyło się 12 kwietnia 1992 roku. Do dyspozycji gości oddany został park rozrywki, hotele oraz Disney Village – centrum rozrywki z kilkunastoma kinami i polem golfowym. Wszystko inspirowane jest bajkowym światem znanym z filmów animowanych. Mimo ogromnego doświadczenia w prowadzeniu parków, początkowo ponoszono straty finansowe (Kruczek, 2012, s. 34). Po wprowadzeniu zmian park zaczął zdobywać popularność i uznanie, otwarto drugi park tematyczny Walt Disney Studios związany z tajnikami produkcji filmowych (www.corporate.disneylandparis.com).

Obecnie Disneyland Resort Paris zajmuje 19 km², na których mieszczą się 2 parki (łącznie 58 atrakcji), sklepy i restauracje, 7 hoteli oraz wioska rozrywki. Disneyland podzielony jest na 5 sekcji tematycznych związanych z bajkami, a Walt Disney Studios na 4 części odnoszące się do produkcji filmowej. Kompleks jest częścią ogólnoświatowej sieci parków mieszczących się m.in. w Tokio, Hong Kongu, Kalifornii i na Florydzie.

Park Asterixa położony ok. 30 km na północ od Paryża w miejscowości Plailly, poświęcony jest bohaterom z komiksów René Gosciniego i Alberta Uderzo, wydawanego od 1961 roku. Park został otwarty 30 kwietnia 1989 roku, przyciągając 2 mln odwiedzających w ciągu pierwszego roku swojego działania. Popularność zawdzięcza zróżnicowanym atrakcjom oraz oryginalnemu tematowi przewodniemu – jest to jedyny park na świecie o tej tematyce i nie należy do żadnej sieci łączącej podobne obiekty. Obecnie park zajmuje powierzchnię 40 ha, podzielony jest na 6 krain tematycznych, posiada jeden obiekt noclegowy oraz kilka sklepów i restauracji. W 2012 roku została otwarta najnowsza część parku o tematyce Egiptu. Park posiada 35 atrakcji, w tym 6 kolejek górskich (*Parc Asterix...*)

Spółród trzech badanych europejskich tematycznych parków rozrywki najbardziej znany był Disneyland (98,5%) oraz Legoland (90,8%). Najmniej znanym parkiem okazał się Park Asterixa (32,3%). Tematyczne parki rozrywki odwiedziło 30,8% ankietowanych, najwięcej osób Disneyland Resort Paris (57,1%), następnie Legoland Billund (19%) i Park Asterixa (14,3%). Ponad 2/3 badanych (67,7%) uznało, że tematyczne parki rozrywki są bardziej atrakcyjne niż zwykle. Przeciwnego zdania było 10,8% ankietowanych. Pozostali nie potrafili wyrazić opinii w tym zakresie.

Wśród ankietowanych 95,4% wyraziło chęć odwiedzenia tematycznego parku rozrywki w przyszłości. Disneyland Resort Paris chciałoby odwiedzić 80,6%, następnie Legoland Billund (59,7%) i Park Asterixa (51,6%).

Znajomość oferty atrakcji turystycznych kształtowała się na różnym poziomie: od 58,5% w przypadku Dinseylandu, przez 24,6% dla Legolandu, do 18,5% w odniesieniu do Parku Asterix. Ankietowani w pytaniu wielokrotnego wyboru zostali poproszeni o wybór najbardziej interesujących – w ich opinii – atrakcji. Bez względu na rodzaj parku najczęściej wybierano kolejki górskie (84,6–86,2%), atrakcje wodne (80–81,5%) oraz atrakcje z dreszczykiem emocji (72,3–75,4%). Najmniej osób wybrało wystawy (24,6–30,8%) oraz atrakcje rodzinne (16,9–24,6%).

Tabela 2. Zainteresowanie atrakcjami turystycznymi w tematycznych parkach rozrywki (w %)

Wyszczególnienie	Legoland	Disneyland	Park Asterixa
Kolejki górskie	86,2	87,7	84,6
Atrakcje z dreszczykiem emocji	72,3	75,4	73,8
Atrakcje wodne	80,0	81,5	80,0
Atrakcje rodzinne	16,9	21,5	24,6
Zadaszone atrakcje interaktywne	43,1	44,6	47,7
Wystawy	27,7	30,8	24,6
Występy i pokazy na żywo	33,8	38,5	35,4

Możliwe wielokrotne odpowiedzi.

Źródło: badanie własne 2015, N = 65.

Specyfika europejskich tematycznych parków rozrywki oraz fakt ich odwiedzania przez turystów z Polski determinuje konieczność korzystania z zagospodarowania turystycznego: bazy noclegowej i gastronomicznej.

Chęć skorzystania z noclegu w Legolandzie wyraziło 21,5%. Jednocześnie 43,1% ankietowanych wyraziło chęć wybrania dłuższego niż jednodniowy wstępu do parku. Taką możliwość zapewniają dwa obiekty noclegowe: Hotel Legoland oraz Legoland Holiday Village. Hotel Legoland (czterogwiazdkowy) oferuje apartamenty oraz pokoje tematyczne, np. Lego Friendsroom (pokój w wystroju domku na drzewie), Pirateroom (styl piratów), Adventure room (styl poszukiwaczy przygód), Princessroom (styl księżniczek), Knight room (styl komnaty rycerskiej), Kingdomroom (styl średniowiecznego zamku królewskiego). Drugi z obiektów, Legoland Holiday Village, podzielony jest na 3 części: Pirates Inn, Wild West Cabins i Campsites (*Legoland...*).

Z oferty noclegowej Disneylandu chciało skorzystać 20% ankietowanych. Dłuższy niż 1-dniowy pobyt w Disneylandzie wybrałoby 52,3% respondentów. Dla 47,7% pobyt jednodniowy byłby wystarczający. Disneyland Resort Paris oferuje gościom nocleg w siedmiu hotelach należących do parku: Disneyland Hotel, 5-gwiazdkowy obiekt w wiktoriańskim stylu położony przy wejściu do parku, Disney's Hotel New York nawiązujący stylistyką do drapaczy chmur (4 gwiazdki), Disney's Newport Bay Club, 3-gwiazdkowy hotel w stylu nadmorskiej posiadłości z lat 20. ubiegłego wieku, Disney's Sequoia Lodge, hotel 3-gwiazdkowy, stylowo nawiązujący do drewnianych górskich ośrodków, Disney's Hotel Cheyenne, 2-gwiazdkowy w stylu drewnianych budynków z Dzikiego Zachodu, Disney's Hotel Santa Fe, 2-gwiazdkowy w stylu amerykańskich moteli w tematyce motoryzacyjnej oraz Disney's Davy Crockett Ranch, który składa się z małych drewnianych domków sypialnianych (www.disneylandparis.com).

Tylko 21,5% badanych było zainteresowanych skorzystaniem z oferty noclegowej w Parku Asterixa. Park posiada niewielki drewniany Hotel Des Trois Hiboux, klasyfikowany na 3 gwiazdki. Na dłuższy niż jednodniowy wstęp do parku zdecydowałoby się 36,9% ankietowanych. Pozostali nie byłiby zainteresowani.

Tematyczne parki rozrywki w Polsce – perspektywa turystów

Pierwszym badanym tematycznym parkiem rozrywki w Polsce był Bałtów – największy kompleks turystyczny w kraju i najczęściej odwiedzana atrakcja województwa świętokrzyskiego. Kompleks podzielono na 12 obszarów tematycznych, które co roku odwiedza ponad 200 tysięcy turystów (Kotal, Rościszewska). Obszar obiektu to ponad 40 ha, na których można zobaczyć ekosafari, oceanarium prehistoryczne, jurajską ścieżkę edukacyjną, krainę koni i park rozrywki. Obiekt jest całoroczny. W czasie zimowym funkcjonuje stacja narciarska, oferująca sześć tras o różnej długości, trzy wyciągi i wioskę Świętego Mikołaja. Na bazę noclegową składają się domki turystyczne typu schroniskowego i rodzinnego oraz 4 domki typu willowego.

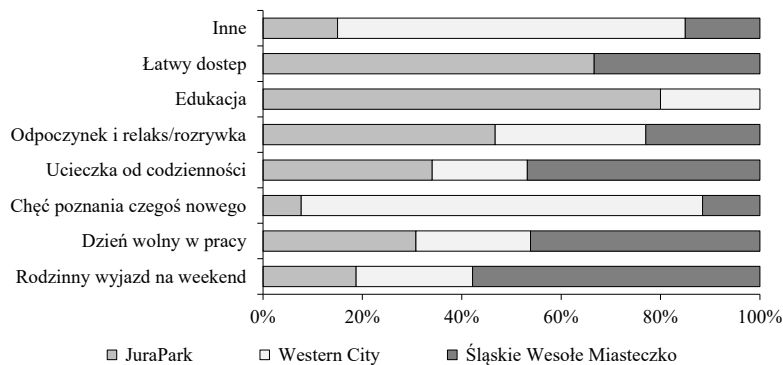
Drugi obiekt to Western City usytuowany w Karpaczu. Jest to park tematyczny, którego temat przewodni to western i kowboje. Park rozciąga się na powierzchni 65 ha, w tym 5 ha to tereny rekreacyjne, reszta – rozległe pastwiska dla koni i bydła. Główne atrakcje parku to stadnina koni (ok. 40 sztuk), saloon – jako główny obiekt bazy gastronomicznej – prowadzony przez prawdziwe „saloonowe” dziewczyny, sklep kolonialny i poczta. Obiekt jest całoroczny: w okresie letnim organizowane są wydarzenia rodzinne i zawody jazdy konnej, a w okresie zimowym – Mistrzostwa Polski w skiringu, kuligi, nauka jazdy konnej czy bal sylwestrowy w stylu country. Na bazę noclegową składają się Pensjonat Palomino oraz domki typu rodzinnego.

Ostatnim badanym obiektem było Śląskie Wesołe Miasteczko w Chorzowie. Obiekt zajmuje powierzchnię 26 ha, a oferta skierowana jest do odwiedzających w każdym wieku. Atrakcjami są m.in. karuzele, dmuchane zamki, rollercoaster, ześlizg do wody, gwiazda duża i inne. Obiekt działa sezonowo od końca maja do końca września. Wejście na teren parku odbywa się na zasadzie *pay-for-one*, czyli jeden bilet daje możliwość korzystania ze wszystkich atrakcji. Możliwy jest też zakup tzw. *season pass* (karnet sezonowy), biletu seniora lub dla grup zorganizowanych. Na bazę

gastronomiczną składają się punkty typu fast food. Park z ponad 50-letnią tradycją dzisiaj potrzebuje jedynie unowocześnień wyposażenia i modernizacji oferty.

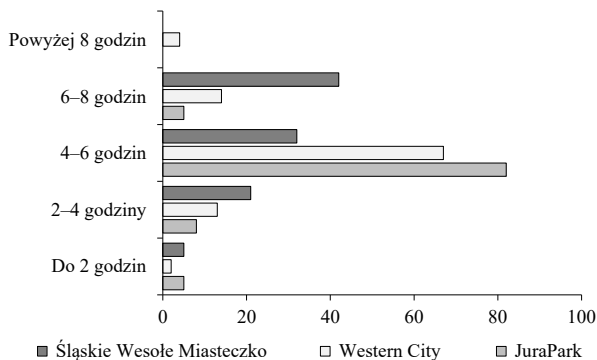
Korzystanie z polskich parków cechuje przede wszystkim indywidualny charakter wyjazdów (94,3% badanych). W badanej populacji przeważały wyjazdy z rodziną, w tym z dziećmi (69% respondentów) oraz ze znajomymi (11%) (rys. 1). Liczna frekwencja rodzin z dziećmi wynika z oferty nastawionej na atrakcje skierowane do dzieci. Wśród badanych dominowali turyści polscy (99%), w tym prawie połowa (48%) to turyści lokalni, z najbliższej okolicy; mniej odwiedzających było z sąsiednich województw (22%) i dalszych regionów (30%).

Głównym źródłem informacji na temat odwiedzanych obiektów były doświadczenia i relacje znajomych (34%), doświadczenia własne (29%) i internet (23%). Mniejszym zaufaniem cieszyła się literatura, w tym przewodniki, ulotki (ok. 13%); tylko 1% osób korzystało z usług biura podróży.



Rysunek 1. Główne motywy przyjazdu do parku

Źródło: badanie własne 2013, N = 300.



Rysunek 2. Długość pobytu na terenie obiektu

Źródło: badanie własne 2013, N = 300.

Badane parki (Jura Park, Western City i Śląskie Wesołe Miasteczko) stanowiły główny cel podróży dla 70% odwiedzających, dla pozostałych były raczej „obiektami po drodze” w trakcie odwiedzin lub podróży do innej destynacji.

Dominującym motywem przyjazdu do badanych obiektów była potrzeba relaksu i odpoczynku, potrzeba ucieczki od codzienności. Wskazywano również na rodzinny wyjazd na weekend oraz konieczność odwiedzenia danego obiektu, co określano jako „must see”.

Czas spędzony w badanych obiektach wynosił około 5–6 godzin (rys. 2). Wskazywano na optymalność tak długiego pobytu ze względu na konieczność zobaczenia lub skorzystania z najbardziej pożądanых atrakcji.

Podsumowanie

Dynamiczne zmiany zachodzące w światowej turystyce determinują działania zmierzające do zapewnienia turystom atrakcji postrzeganych jako sposób na przyjemne spędzenie wolnego czasu, wywołanie zaciekawienia, propagowanie edukacji i zapewnienie rozrywki. Ewolucja parków rozrywki i ich subkategorii, jaką są tematyczne parki rozrywki, wskazuje na postępującą specjalizację i koncentrację tematyczną. Jednocześnie obserwuje się dążenie do oferowania pobytów dłuższych niż jeden dzień, co jest możliwe dzięki zmieniającemu się zagospodarowaniu turystycznemu. Takie działania, odnoszące się do specjalizacji i koncentracji, należy przyjąć jako imperatyw dla zwiększenia ruchu turystycznego i promocji określonych destynacji.

Literatura

- Bigné, J. (2005). The theme park experience: an analysis of pleasure, arousal and satisfaction. *Tourism Management*, 26 (6).
- Braun, R. (1998). Theme Park Development case study – Fiesta Texas. *Economic Research Associates*. Pobrano z: <http://www.hotel-online.com> (10.10.2015).
- Carr, N. (2011). *Children's and families' Holiday experience*. New York: Routledge.
- Clave, S.A. (2007). *The Global Theme Park Industry*. Buffalo: CABI.
- De Groote, P. (2009). Globalisation of Commercial Theme Parks: case The Walt Disney Company. *Acta Geographica Lovaniensia: Liber Amicorum Etienne Van Hecke*, 38.
- Ho, P., Ap, J. (2009). *Manual on Elective II – Theme Parks and Attractions*. The Government of the Hong Kong Special Administrative Region. Pobrano z: www.edb.gov.hk/.../themeparksenGLISH.pdf (27.07.2015).
- Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of tourism*. London: Routledge.
- Jones, C.B., Robinett, J. (1998). The Future of Theme Parks in international tourism. *Economic Research Associates*.
- Koral, J., Rościszewska, E. (red.). *W poszukiwaniu polskiego modelu ekonomii społecznej. Atlas Dobrych Praktyk Ekonomii Społecznej*. Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych. Pobrano z: www.ekonomiaspoleczna.pl (19.06.2013).
- Kruczek, Z. (2009). Między atrakcją a pułapką turystyczną. Dylematy turystyki kulturowej XXI wieku. W: A. Stasiak (red.), *Kultura i turystyka, razem, ale jak*. Łódź: Wydawnictwo WSTH.
- Kruczek, Z. (2012). Parki tematyczne jako flagowe atrakcje turystyczne. Rozwój i globalizacja. *Turystyka Kulturowa*, 3. *Legoland. Press kit 2014*. Pobrano z: www.legoland.dk (30.03.2015).
- Mitrasinovic, M. (2006). *Total landscape, theme parks, public space*. Hampshire: Ashgate Publishing Company.

Palusiński, R. *Turystyka rozrywkowa w Krakowie – klasyfikacja form oraz inwentaryzacja oferty miasta*. Pobrano z: bip.krakow.pl/zalaczniki/dokumenty/16966 (20.09.2015).

Parc Asterix Paris. Our offers. Pobrano z: www.parcasterix.fr (19.10.2015).

www.corporate.disneylandparis.com.

www.disneylandparis.com.

THEME PARKS IN EUROPE AND POLAND IN THE TOURISTS PERCEPTION

KEYWORDS | cultural tourism, theme park, consumer, destination

ABSTRACT

The article presents the essence of theme park with particular emphasis on the theme parks as a complementary element forming and complementing a cultural tourism. Area of interest took over Poland and Europe. The theoretical part describes drafted aspects of the examined issues concerning concepts, definitions, models and the character of the functioning. The practical part presents the results of own research concerning tourist behavior, the perception of visited tourist attractions and profile of visitors.

Translated by Olena Kulykovets