

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA

ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU NA MALLORCE

Bakalářská práce

Autor: Barbora Halašková

Vedoucí práce: Ing. Et Ing. Lucie Sára Závodná, Ph.D

Olomouc 2017

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Akademický rok: 2015/2016

Studijní program: Humanitní studia
Forma: Prezenční
Obor/komb.: Španělská filologie - Aplikovaná ekonomická studia
(ŠF-AE)

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
HALAŠKOVÁ Barbora	Moravská 3096, Kroměříž	F14573

TÉMA ČESKY:

Analýza cestovního ruchu na Mallorce

TÉMA ANGLICKY:

Analysis of Tourism in Mallorca

VEDOUcí PRÁCE:

Ing. Lucie Sára Závodná, Ph.D. - KAE

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

1. Zpracujte literární rešerši dostupných zdrojů.
2. Analyzujte současný stav cestovního ruchu na Mallorce.
3. Charakterizujte prvky typické pro cestovní ruch na Mallorce.
4. Výsledky analýzy transformujte do podoby doporučení pro další rozvoj cestovního ruchu.

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

FORCADES JUAN, Alejandro. Situación actual y perspectivas del turismo en las Illes Balears [online]. Palma de Mallorca, 2003 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: http://www.cambramallorca.com/documentos/Desp_324.pdf
GOELDNER, Ch. R., RITCHIE, J. R. B. Tourism : Principles, Practices, Philosophies. 9th edition. New Jersey: John Wiley and Sons, 2008. 606 p. ISBN 0-471-40061-0.
KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
MACHOVÁ, Kornélia. Geografie cestovního ruchu se zaměřením na frankofonní a hispanofonní země [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2015 [cit. 2016-04-16]. ISBN 978 - 80 - 7464 - 753 - 6. Dostupné z: <http://dokumenty.osu.cz/ff/kro/granty/ge-c-r.pdf>
ZELENKA, Josef a PÁSKOVÁ, Martina. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

Podpis studenta: Halina

Datum: 25. 4. 2016

Podpis vedoucího práce: Závodná

Datum: 25. 4. 2016

Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: „Analýza cestovního ruchu na Mallorce“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedl/a jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne

Podpis

Poděkování

Tímto děkuji své vedoucí bakalářské práce paní Ing. & Ing. Lucii Sáře Závodné, Ph.D., za vstřícný přístup, odborné vedení a veškeré rady, které mi poskytla při vypracování bakalářské práce.

Obsah

Úvod	8
TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1. Cestovní ruch	11
1.1 Historie cestovního ruchu	12
1.2 Terminologie v cestovním ruchu	14
2. Rozdělení cestovního ruchu	16
2.1 Formy cestovního ruchu	18
2.2 Typologie účastníků cestovního ruchu	21
3. Služby cestovního ruchu	23
4. Výzkum a výzkumné metody v cestovním ruchu	25
ANALYTICKÁ ČÁST	28
5. Cestovní ruch a Španělsko	29
5.1 Cestovní ruch ve Španělsku obecně	29
5.2 Aktuální situace cestovního ruchu ve Španělsku	29
6. Ostrov Mallorca	31
6.1 Přírodní podmínky	31
6.2 Dějiny a kultura	32
6.3 Obyvatelstvo a náboženství	33
6.4 Hospodářství a politika	33
7. Cestovní ruch na Mallorce	35
7.1 Aktuální situace v cestovního ruchu na Mallorce	35
7.2 Hlavní letoviska	39
7.3 Turistické cíle	42
8. Služby cestovního ruchu na Mallorce	45
8.1 Ubytování	45
8.2 Stravování	46

8.3	Doprava	47
8.4	Průvodcovská činnost a turistické informační kanceláře	48
8.5	Cestovní kanceláře.....	49
9.	Formy cestovního ruchu na Mallorce	50
9.1	Pobytový cestovní ruch	50
9.2	Kulturní cestovní ruch	51
9.3	Gastronomický cestovní ruch	51
9.4	Párty cestovní ruch	52
9.5	Seniorský cestovní ruch.....	53
9.6	Cykloturismus.....	54
9.7	Ostatní formy cestovního ruchu	55
10.	SWOT analýza Mallorcy.....	57
10.1	Silné stránky	57
10.2	Slabé stránky.....	58
10.3	Příležitosti.....	58
10.4	Hrozby	59
11.	Případové studie na vybrané formy cestovního ruchu	60
11.1	Magaluf – image letoviska	60
11.2	Playa de Muro – cykloturismus a sezónnost letoviska	61
11.3	Cala Millor – letovisko masového turismu.....	61
11.4	Port Adriano – letovisko luxusního turismu.....	63
	Závěr.....	65
	Summary	67
	Seznam použité literatury	68
	Seznam internetových zdrojů	70
	Seznam obrázků, grafů a tabulek	78
	Seznam příloh.....	79

Příloha A: Akvárium v Ca'n Pastilla.....	80
Příloha B: Katedrála La Seu v Palma de Mallorca.....	81
Příloha C: Puerto de Sollér.....	82
Příloha D: Pohled na maják na mysu Cap de Formentor	83
Příloha E: Hornatý povrch ve vnitrozemí (konkrétně v okolí Lluc)	84
Příloha F: Opatství Lluc	84

Úvod

Baleárské ostrovy se nacházejí ve Středozemním moři a jsou jedním ze 17 autonomních společenství Španělska. Celé souostroví se těší velké oblibě nejen mezi českými, ale i mezi zahraničními turisty již po celou řadu let. Mallorca (ačkoliv je poměrně malým ostrovem) je největším z ostrovů a ročně ji navštíví velký počet turistů, někteří se zde dokonce každoročně vracejí. Tento ostrov má svým návštěvníkům rozhodně co nabídnout, každý si zde přijde na své - od vyznavačů lenošení na pláži, přes milovníky cyklistiky a jiných sportů až po ty, kteří chtějí obdivovat historické a kulturní památky.

Téma bakalářské práce jsem si zvolila proto, že jsem sama na tomto ostrově strávila nějaký čas a pohybovala jsem se především v sektoru cestovního ruchu. Za tuto dobu jsem ostrov poznala jak z pohledu turistů, tak z pohledu místních obyvatel. Dalším důvodem bylo také to, že mě samotnou sektor cestovního ruchu velmi zajímá. Myslím si, že poznatky a zkušenosti, které jsem při svých pobytech na ostrově nabyla, by mohly být přínosem pro psaní bakalářské práce. Dalším důvodem bylo také to, že ostrov je velmi oblíbenou destinací a analýza cestovního ruchu by mohla přinést zajímavý užitek a zároveň i některé nové poznatky a to jak stávajícím turistům, kteří se vrací, tak i novým. Práce by mohla upozornit na některé možnosti do budoucna či hrozby, které souvisí s již velmi rozvinutým cestovním ruchem na ostrově.

Bakalářská práce je rozdělená do dvou částí. Do teoretické a analytické. Teoretická část, která je podstatně kratší, pojednává o cestovním ruchu obecně. Je provedena literární rešerše dostupných českých i zahraničních zdrojů ohledně cestovního ruchu. Dále je popsána historie cestovního ruchu, různé formy cestovního ruchu i samotných cestovatelů. Jsou definovány pojmy, které jsou pro bakalářskou práci podstatné. V poslední kapitole teoretické části jsou popsány některé možné metody výzkumu v cestovním ruchu, především ty, které jsou pro bakalářskou práci podstatné.

Analytická část, která je podstatně delší, je zaměřena na cestovní ruch na Mallorce. V první kapitole je popsána aktuální situace cestovního ruchu ve Španělsku obecně a aktuálně. Poté je už práce zaměřena přímo na Mallorcu. Jsou popsány geografické i kulturní podmínky a historie ostrova. Další část se věnuje aktuální situaci cestovního ruchu na Mallorce. Jsou uvedena některá data a čísla související s aktuální situací cestovního ruchu na ostrově. Další kapitola se věnuje některým významným letoviskům a turistickým atraktivitám na ostrově. Dále jsou popsány a zanalyzovány služby související s cestovním ruchem, které jsou turistům

na Mallorce poskytovány. Poté jsou definovány, popsány a zanalyzovány některé specifické formy cestovního ruchu, které se na ostrově vyskytují. Jako poslední je uvedena SWOT analýza Mallorcy a 4 případové studie. Ty se vztahují k vybraným formám cestovního ruchu, které se na Mallorce vyskytují.

Cílem práce je zanalyzovat destinaci a aktuální situaci v cestovním ruchu v této destinaci. Dále shromáždit aktuální data, popsat služby a formy cestovního ruchu, které se na ostrově vyskytují a nastínit případný vývoj destinace do budoucna. Bakalářské práce by mohly využít tamější poskytovatelé služeb cestovního ruchu či investoři do tohoto sektoru. Také by se dala využít jako turistický průvodce (pokud by byla přeložená do cizích jazyků, tak i pro zahraniční turisty). Byla by vhodná především pro lidi, kteří o ostrově uvažují, jako o své budoucí destinaci pro dovolenou, ale zatím nemají o ostrově žádné informace, nebo nevědí, které letoviště by pro ně bylo nejvhodnější.

TEORETICKÁ ČÁST

1. Cestovní ruch

Pro samotný začátek a správné porozumění je důležité definovat si, co samotný pojem „*cestovní ruch*“ znamená a co si pod ním můžeme představit. Různé definice různých autorů se od sebe ať už více, či méně liší. Například Goeldner a Richie (2014, s. 4-5) definují cestovní ruch jako „*komplexní společenský jev, jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.*“ WTO (Světová organizace cestovního ruchu) definuje cestovní ruch jako „*činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.*“ (Kotíková, 2013, s. 16) Hesková (2011) uvádí, že se jedná o činnost osoby, která na přechodnou dobu cestuje na nějaké místo, které leží mimo běžné prostředí této osoby a hlavním účelem této cesty je jiná, než výdělečná činnost. Oproti tomu definice WTO nechápe cestovní ruch pouze jako volnočasovou aktivitu, ale výslovně uvádí jako možný účel cestování i obchod či jiné motivy (Kotíková, 2013).

Ekonomickými dopady cestovního ruchu na jednotlivé země a regiony se již od roku 1991 zabývá WTTC (Světová rada pro cestovní ruch a turistiku). Již v roce 1992 zveřejnila své první odhady, které indikovaly to, že cestovní ruch je jedním z nejrozsáhlejších světových odvětví zasahujících světovou ekonomiku, i zdrojem nových pracovních míst. Podle jejich prognóz má do roku 2020 vzrůst ekonomická aktivita v oblasti turismu na 11.15 bilionu USD. Dokonce zde má do té doby vzniknout také přes 303,0 milionů nových pracovních míst (Goeldner a Richie, 2014).

Vývojem cestovního ruchu do budoucna se zabývala v druhé polovině 90. let také UNWTO (Světová organizace turismu), která zpracovala dokument zvaný „*Vize 2020*“. Tato vize zahrnuje období let 1995 – 2020 a zabývá se předpokládaným vývojem mezinárodního turismu. Tato vize mimo jiné také odhaduje, jaké budou hlavní destinace i zdrojové země výjezdového turismu v roce 2020. Hlavními 5 destinacemi příjezdového turismu by v roce 2020 měla být Čína (se 130 mil. příjezdů), následovaná Francií (106 mil.), USA (102 mil.), dále Španělsko (74 mil.) a Hongkong (57. mil.). Naopak nejvýznamnějším zdrojovým trhem výjezdů by mělo být Německo (153 mil. výjezdů), Japonsko (142 mil.), USA (123 mil.), následované Čínou (100 mil.) a Velkou Británií (95 mil.) (Palatková, 2014).

Cestovní ruch jako celek přináší jednotlivým hostitelským regionům jak výhody, tak nevýhody. Působí totiž na fyzické (kde je jeho vliv nejvíce patrný), sociokulturní i ekonomické prostředí a to jak pozitivně, tak negativně (Palatková, 2014). Jako negativa turismu uvádí Goeldner a Richie (2014) například znečišťování pláží (či životního prostředí celkově), bezohlednost k potřebám a přáním místních obyvatel, problémy spojené se sezónním zaměstnáním, zvýšený výskyt kriminality, prostituce a hazardních her, komercializaci kultury či šíření chorob. Za pozitivní stránky turismu lze označit to, že je dle WTO největším zaměstnavatelem na světě, značnou mírou se podílí na tvorbě HDP, pozitivně ovlivňuje další sektory (například kulturu či sport), posiluje národní identitu a má také pozitivní vliv na rozšiřování obzorů a překračování sociálně-kulturních a jazykových bariér (Čertík, 2001).

1.1 Historie cestovního ruchu

„Počátek éry moderního cestování je určen jedním z dějinných milníků – vynálezem peněz Sumery (Babyloňany) a rozvojem trhu, který započal okolo roku 4000 př. n. l.“ (Goeldner a Richie, 2014, s. 33)

Další národy, které se zasloužily o rozvoj cestování, jsou Egypťané, Peršané a Asyřané. Úspěšný rozvoj jejich civilizací souvisel s rozvojem cestování. Jelikož s rozvojem cestovního ruchu souvisí také mořeplavectví, dalším významným národem jsou Feničané, kteří byli mistři ve stavění lodí a jejich civilizace byla založena na obchodu a cestování. Ve starověkém Řecku a Římě se již cestovalo za odpočinkem a zábavou. Staří Římané měli již svá rekreační centra (Hesková, 2011).

Dalším velkým milníkem v cestování byl vznik Hedvábné stezky. Tato starověká obchodní cesta je spojením mezi Západem a Východem a procházela napříč celou Asií od Středomoří až do čínského města Si-an. Měřila 9000 km, a proto trvalo i několik let, než se karavany dostaly skrz celou trasu. Stezka dostala svůj název po hedvábí, ačkoliv hedvábí nebylo jediným artiklem, který se po této trase přepravoval (Příbylová).

Během středověku je cestovní ruch spojován především s životním stylem šlechty, bohatých mladých kupců a měšťanů. Z této doby se dochovaly mimo jiné také popisy cest pro obchodníky a první tištění průvodci (Ryglová, 2009).

Velmi známou osobností spjatou s cestováním je Marco Polo. Tento benátský obchodník, žijící ve 13. - 14. století podnikl cestu z Benátek až do Číny. Marco se na svou první výpravu do Pekingu vydal, když mu bylo 15 let. Dostal se ke dvoru mongolského chána

Kubilaje, stal se státním úředníkem a procestoval téměř celou rozsáhlou mongolskou říši (Škvrňák, 2005).

Další slavnou osobností je rodák z italského Janova, Kryštof Kolumbus. *„Kolumbus je nesmrtelnou postavou světových dějin díky tomu, že 12. října jako první Evropan přistál u amerických břehů, objevil nový kontinent. Ale celý život se často mýlil. Jeho výpočty cest do Indie západním směrem se ukázaly jako hrubě chybné. Kreslil značně nepřesné mapy. Přesto na Salvadoru přistál a objevitelské právo mu náleží. Myslel si však, že je na jednom z ostrovů patřícím Číně. Kubu považoval za čínskou pevninu. Nenašel velké bohatství, ale do Španělska přece jen přivezl vzorky zlata a živé indiány a stal se slavným. Mohl naslibovat mnohem větší příliv bohatství do Španělska. Jeho druhá výprava už byla na tehdejší dobu „monstrpodnikem“ – 17 lodí a 1300 mužů.“* (Kryštof Kolumbus – mýlící se objevitel, 2016) Ačkoliv Kryštof Kolumbus nebyl prvním člověkem, který zavítal na tento kontinent (břehů Severní Ameriky dosáhli už kolem roku 1000 Vikingové), byly to právě jeho výpravy, které vzbudily zájem Evropy o tyto končiny (Pitronová, 2014).

Ještě koncem 15. století panoval názor, že Země není kulatá. Tento mylný postoj ale změnila až cesta kolem světa portugalského mořeplavce Fernão de Magalhãese. Jeho výprava jako první obeplula Zemi, ačkoliv on sám na této cestě zahynul. Výprava významným způsobem přispěla k rozšíření geografických vědomostí. Z výpravy, která trvala 3 roky, se vrátila pouze 1 z pěti lodí, které na cestu vypluly (Míka, 2009).

Dalším slavným mořeplavcem byl bezpochyby James Cook. Tento britský mořeplavec žijící v 18. století prozkoumal severovýchodní pobřeží Severní Ameriky. V Pacifiku se zasloužil za objevení souostroví Nová Kaledonie, objevil Nový Zéland, Austrálii i Havaj (Goeldner a Richie, 2014).

Příjmení Cook jakoby předurčovalo spojitost s cestováním. To, že se jedna z největších cestovních kanceláří současnosti jmenuje Thomas Cook, má totiž také své opodstatnění. Tento anglický truhlář stojí za vznikem první cestovní kanceláře (Historie cestování, 2013). *„Mladý Thomas se angažoval v boji proti alkoholismu, který podle něj mohl za většinu sociálních problémů. Na jedné ze schůzek abstinentů navrhl, aby se aktivisté vydali na podobnou akci konanou v sousedním městě. K tomu využil nový vynález – železnici. Tak se 5. července 1841 vydala skupina 540 lidí na první hromadný zájezd z města Leicesteru do 11 mil vzdáleného Loughborough. V ceně jízdenky byla zahrnuta cena za čaj a šunkové chlebičky a železniční společnost vyplatila Cookovi podíl ze skutečné ceny jízdného. Po tomto úspěchu začal Cook*

organizovat podobné zájezdy mezi Leicesterem, Nottinghamem, Derby a Birminghamem. I když mu tyto zájezdy nepřinesly žádný hmotný zisk, získal při nich zkušenosti, díky kterým roku 1845 založil první cestovní kancelář, kterou nazval Thomas Cook.“ (Historie cestování, 2013) V roce 1850 zorganizoval svůj první zahraniční zájezd z Leicesteru do Francie. V roce 1870 zorganizoval první cestu kolem světa. Od roku 1871 měla cestovní kancelář pobočky i na jiných kontinentech a poskytovala velmi komplexní služby (Historie cestování, 2013).

Po druhé světové válce dochází k rozvoji masového cestovního ruchu. Přispěl k tomu rozvoj civilního letectví a výstavba dálničních sítí (Ryglová, 2009). Významným znakem turismu po druhé světové válce je jeho prudký růst a to ve všech jeho formách a druzích. Cestovní ruch se tak již v této době stává se předmětem běžné spotřeby (Hesková, 2011).

1.2 Terminologie v cestovním ruchu

S celým odvětvím cestovního ruchu souvisí celá řada pojmů a termínů, které je třeba si definovat:

Destinace – místo, které účastník cestovního ruchu navštíví. Pro návštěvníky zahraniční může být destinací buď navštívená země jako celek, nebo pouze některý její region, případně jen město (Vystoupil a Šauer, 2006).

Turista – návštěvník, který se v daném místě zdrží alespoň 24 hodin (1x přenocuje) – tím se liší od **výletníka**, který v daném místě vůbec nepřespí. Podle místa trvalého pobytu se rozlišují turisté domácí a zahraniční (Čertík, 2001).

Produkt cestovního ruchu – myšleno je vše, co se nabízí na trhu cestovního ruchu a uspokojí potřeby návštěvníků. Je to především soubor služeb, které produkuje a nabízí cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu (Hesková, 2011).

Služby cestovního ruchu – služby, které uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu a jsou produkovány podniky cestovního ruchu. Patří sem služby producentů služeb (př. dopravních, ubytovacích, pohostinských) a také zprostředkovatelů služeb (př. cestovní kanceláře a agentury či informační centra). Dále se dají klasifikovat podle svých účelů.

Animace – aktivní využívání volného času, organizování a následné vykonání různých aktivit, které mají vliv na zážitek účastníka. Je to společná činnost ve volném čase během dovolené. Prvotním cílem je obohacení volného času (Orieška, 2010).

Středisko cestovního ruchu (resort) – útvar nebo komplex ubytovacích zařízení a dalších služeb souvisejících s turismem. Hlavní funkcí a ekonomickým přínosem je cestovní ruch. Útvar nabízí relativně komplexní infrastrukturu cestovního ruchu.

Letovisko – středisko cestovního ruchu (nejčastěji u vodních ploch), které se zaměřuje především na rekreaci v létě, což má za následek vysokou míru sezónnosti (Zelenka a Pásková, 2012).

Únosná kapacita – „*maximální zatížení daného území cestovním ruchem bez snížení kvality životního prostředí a ekosystémů, zážitku a spokojenosti návštěvníka, bez negativních vlivů na místní komunitu, její socio-ekonomickou strukturu a aktivity, kulturu dané oblasti.*“ (Vystoupil a Šauer, 2006, s. 160)

All-inclusive – tarif vztahující se k ubytování. Zahrnuje veškeré jídlo, vybrané nápoje a další služby či zařízení. Rozsah se u poskytovatelů liší (Beaver, 2012). Variantou je ultra all-inclusive (zahrnující více nápojů) a soft all-inclusive (zahrnující stravu a neomezené množství nealkoholických nápojů).

Cestovní kancelář – organizátor zájezdů nabízející, rezervující a prodávající vlastní zájezdy a další služby cestovního ruchu. Může je prodávat jak jednotlivcům, tak jiným cestovním kancelářím.

Cestovní agentura – zprostředkovatel jednotlivých služeb cestovního ruchu a zájezdů. Je distribučním kanálem pro zájezdy a další služby. Nemá vlastní zájezdy, pouze zprostředkovává zájezdy od kanceláří/touroperátorů (Zelenka a Pásková, 2012).

Agroturismus – forma turismu v typických venkovských podmínkách. Může být spojena i s dobrovolnou prací na venkově (nejčastěji v zemědělství), která pokryje část nákladů na pobyt (O agroturistice, 2011).

Infrastruktura cestovního ruchu – „*souhrn organizačně-technických předpokladů pro uspokojování potřeb účastníků CR v dané destinaci (doprava, komunikace, zásobování elektrinou, pitnou vodou, kanalizace, maloobchodní síť, banky, směnárny, kulturní zařízení, zábavní zařízení, sportovní zařízení atd.)*“ (Vystoupil a Šauer, 2006, s. 153)

2. Rozdělení cestovního ruchu

Cestovní ruch se dá dělit podle způsobu realizace na několik druhů. Podle délky trvání dělíme cestovní ruch na krátkodobý a dlouhodobý, přičemž kritériem je zde hranice nejčastěji tří přenocování (Zelenka a Pásková, 2012).

Členění respektující geografické hledisko rozlišuje domácí cestovní ruch a zahraniční cestovní ruch. Domácí cestovní ruch představuje pohyb a pobyt obyvatel daného státu v rámci jejich státu, bez překročení státních hranic. Jestliže se cíl cesty nachází mimo území daného státu, hovoříme o zahraničním cestovním ruchu. Zahraniční cestovní ruch se dále dělí na příjezdový a výjezdový. První zmíněný znamená příjezd zahraničních účastníků cestovního ruchu, spojený s jejich pobytem na daném území. Výjezdový cestovní ruch znamená vycestování obyvatel dané země za hranice jejich státu a následný pobyt v zahraničí (Kotíková, 2013).

Podle organizovanosti účastníků se dělí cestovní ruch na organizovaný (kdy je účast zajišťována například díky cestovní kanceláři) a neorganizovaný. Podle hromadnosti lze cestovní ruch dělit na hromadný (nebo také masový) a individuální - osoby cestují samostatně, nebo pouze se svou rodinou, nikoliv v rámci organizované skupiny (Zelenka a Pásková, 2012).

Dělení cestovního ruchu na formy je v podstatě dělení z hlediska motivace účastníků na cestovním ruchu. Každý autor a každý zdroj má toto členění rozdílné a odlišné, což plyne z odlišného chápání důležitosti motivů k účasti na cestovním ruchu (Kotíková, 2013).

Vystoupil a Šauer (2006) udávají toto dělení:

- **Rekreační cestovní ruch** – Účastník tohoto typu cestovního ruchu se chce jak fyzicky, tak psychicky zregenerovat. Jedná se o jednu z nejrozšířenějších forem. Z historického hlediska se jedná také o jednu z původních forem. Autoři udávají, že pod tuto formu spadá také lázeňský cestovní ruch (který ale spousta jiných autorů chápe jako další, specifickou formu) – u této formy je charakteristickým prvkem pobyt v lázních. Ať už za účelem regenerace, poznání nebo socializace.
- **Kulturní cestovní ruch** – Účastníci chtějí poznat jinou kulturu, zvyky, tradice, náboženství či celkově nový způsob života. *„Jednou z forem kulturního cestovního ruchu je vzdělávací cestovní ruch, který je motivován získáváním znalostí a dovedností v navštívené destinaci na vlastní náklady návštěvníka nebo organizací, institucí v zemi bydliště návštěvníka – jazykové kurzy, poznávání*

místních kultur a zvyků apod. Do vzdělávacího cestovního ruchu nejsou však zahrnuty studijní pobyty, hrazené (i částečně) z prostředků (grantů, stipendií aj.) navštívené země.“ (Vystoupil a Šauer, 2006, s. 35)

- **Společensky orientovaný cestovní ruch** – U této formy jsou návštěvníci motivováni především společenským setkáním, které bude touto formou zprostředkováno. Nejrozšířenější formou je návštěva příbuzných. Při tomto druhu cesty se návštěvníci často zajdou podívat například na nějakou významnou kulturní památku.
- **Sportovní cestovní ruch** – Tato forma cestovního ruchu se dá rozdělit na aktivní a pasivní formu. Aktivně orientovaná forma je zaměřená na pobyty se sportovní náplní, které mají udržovat či posilovat zdraví. Patří sem například horská turistika, cykloturistika či vodáctví. Pasivní formou se rozumí tzv. sportovní diváctví tj. pasivní účast na různých sportovních akcích.
- **Ekonomicky orientovaný cestovní ruch** – Při této formě jsou pro nás důležité ekonomické resp. profesní aspekty motivace účastníka. Charakteristické je, že tato forma cestovního ruchu probíhá převážně v pracovním čase účastníka (i když často obsahuje prvky volnočasového cestovního ruchu). Klasickým příkladem je obchodní cestovní ruch (zahrnuje obchodně i jinak profesně zaměřené služební cesty za účelem jednání mezi firmami či institucemi), kongresový cestovní ruch (zahrnuje účast na konferencích či seminářích sloužících k výměně informací) či veletržní a výstavní cestovní ruch.
- **Specifický cestovní ruch** – Tato forma je vymezena na základě specifických motivů účastníka. U této formy cestovního ruchu jsou rozdíly mezi jednotlivými autory ještě zřetelnější. Česká centrála cestovního ruchu, Czech Tourism, na svých stránkách (2016) udává například tyto formy specifického cestovního ruchu - náboženský cestovní ruch, zdravotní cestovní ruch (cestování za podstoupením nějakého lékařského zákroku), kulinářský cestovní ruch, filmový cestovní ruch, cestovní ruch dobrovolníků. Dále se k těmto typům často přidává seniorský cestovní ruch, cestovní ruch dětí a mládeže, venkovský cestovní ruch (Škola cestovního ruchu, 2012). Nové netradiční formy cestovního ruchu těšící se v posledních letech velké oblibě jsou také například dobrodružná turistika nebo golfová turistika (Lepková, 2009).

2.1 Formy cestovního ruchu

Téma formy cestovního ruchu bych ještě ráda podrobněji rozvedla a soustředila bych se především na ty formy cestovního ruchu, které budou pro zbytek bakalářské práce stěžejní.

- **Pobytový cestovní ruch** - Druh cestovního ruchu, jehož hlavní součástí je pobyt na jednom místě, případně doplněný o občasné (fakultativní) výlety a nejen jednodenní exkurze. Může souviset se **SS cestovním ruchem** (Sand, Sun tourism. Někdy se tento koncept rozšiřuje o další S – sex, sea), což je zpravidla masová forma cestovního ruchu. Motivem je v tomto případě konzum přímořského prostředí, zábavy a sociálních kontaktů, než touha poznávat přírodní prostředí (Zelenka a Pásková, 2012). Pobytový cestovní ruch lze vnímat také jinak. Může se na něj nahlížet jako na typ turismu, který zahrnuje skupinu movitých lidí, která dobrovolně migruje pro své potěšení (tzv. lifestyle migration) s cílem vytvořit si či získat nový domov někde jinde, v jiné zemi, a užívat si nového životního stylu, v již neproduktivní fázi jejich života (Residential tourism 2015, 2015).
- **Kulturní cestovní ruch** – Jak je již jednou uvedeno, účastníci této formy cestují za účelem poznání jiné kultury, zvyků, tradic, náboženství či celkově jiného způsobu života (Vystoupil a Šauer, 2006). Cílem návštěvníků mohou být jak kulturní atraktivity (zříceniny, zámky...) tak kulturní akce (koncerty, opery, balet...). Souvisí s poznávacím cestovním ruchem (Zelenka a Pásková, 2012). Kulturní cestovní ruch vyžaduje ochotu návštěvníků dozvědět se něco nového. Kombinuje tak prvky vzdělávání se zábavou a trávením volného času. Může se podílet na zvyšování společenské, kulturní či dokonce odborné úrovně lidí. V praxi v podstatě neexistuje v čisté formě. Často se kombinuje s jinými formami cestovního ruchu jako např. s poutním, pobytovým, či kongresovým cestovním ruchem. Může se ještě dělit na **art tourism**, který je zaměřen na poznávání umění a současných kulturních projevů a **heritage tourism**, orientovaný na historické památky a kulturní dědictví (Janouchová a Heřmanová, 2015).
- **Gastronomický/kulinářský cestovní ruch** – Stravovací služby se sice řadí mezi základní služby cestovního ruchu, mohou se však stát i samy o sobě cílem cestovního ruchu (Kotíková, 2013). „*Gastronomický/kulinářský cestovní ruch představuje takovou formu cestovního ruchu, u které je hlavním motivem gastronomie a kulinářské zážitky. Může se jednat o účast na specializovaných gastronomických akcích nebo o zážitky spojené s konzumací, s přípravou a prezentací jídla, seznámení se s gastronomickými*

tradicemi v dané destinaci.“ (Kotíková, 2013, s. 39) Je třeba si také uvědomit, že se nejedná pouze o cestování do prvotřídních exkluzivních restaurací, ale o návštěvu jakéhokoliv stravovacího zařízení, které přinese nezapomenutelný zážitek. Tento zážitek přitom umocňuje i místo i atmosféra. Zájem o kulinářský cestovní ruch zahrnuje všechny věkové skupiny. Těší se velké oblibě především i proto, že veškeré typy turistů se musí při svých cestách nějakým způsobem stravovat. Konkrétně daná stravovací zařízení bývají patrně nejčastějším cílem tohoto typu cestovního ruchu (Kotíková, 2013).

- **Párty cestovní ruch** – Forma cestovního ruchu, které se účastní lidé mladší 30 let, cestující ve skupinkách. Nejčastěji jsou to občané severní a západní Evropy. Cílem jejich cesty bývají teplé destinace nejčastěji ve Středomoří. Motivem k této cestě je zábava, alkohol, tanec a párty (Define party tourism, ©1999-2013). K již zmíněnému SS (SS) turismu tato forma přidává ještě další elementy, a to hudbu spojenou s tancem, konzumaci alkoholu, drogy a denní aktivity především ve formě vodních sportů. Tuto formu cestovního ruchu si oblíbili především klienti ze severní Evropy. Párty cestovní ruch se těší v posledních letech takové oblibě, že dokonce vedl k založení speciálních cestovních kanceláří (či jejich odnoží). Podniky, které se vážou k této formě turismu, často v hostitelských zemích vlastní majitelé ze zemí, ze kterých přijíždí většina mladých turistů. Je třeba si uvědomit, že tato forma není ryze evropskou formou. Například i studenti z USA podnikají tzv. „spring break“ (nejčastěji v Mexiku) či Australané cestují za zábavou na Bali. V Evropě jsou nejčastějšími účastníky tohoto cestovního ruchu Angličané, Němci, Holanďané a Skandinávci. Párty cestovní ruch má na samotné destinace velký dopad. Jakmile jednou destinace „obdrží tuto nálepku“ už se jí jen těžko zbavuje. Samotným destinacím přináší pozitiva (jako například ekonomické benefity) ale i nemálo negativ (konflikty s místními, světelné a hlukové znečištění, zvýšená kriminalita, zvýšený výskyt drog či prostitute). Negativa to může přinést i zemi, ze které samotní turisté přijíždí (špatná image dané země, prohloubení stereotypů) (Horner a Swarbrooke, 2004).
- **Seniorský cestovní ruch** – Senioři se jako potenciální zákazníci ve všech oblastech nabídky prodeje zboží i služeb dostávají do popředí zájmu. Je to dáno i demografickým vývojem, i tím, že se samotný jejich životní styl mění. Někdy je tato skupina turistů označována jako „turisté třetího věku“. Přesné vymezení této skupiny není jasné. Některé zdroje uvádí jako spodní hranici 50 let, některé až 55 let či dokonce 60. Hranice se liší i podle jednotlivých zemí. Senioři nejsou jednoznačně homogenní cílovou

skupinou. To se projevuje i ve vztahu k cestovnímu ruchu. Kritérii jsou tu hlavně věk, pohlaví, zdravotní stav a výše příjmů. Ekonomická situace je klíčovým faktorem pro spotřebitelské chování seniorů. Cestují pochopitelně jen ti jedinci, kteří si to mohou dovolit. Senioři z vyspělých zemích jsou v posledních letech i zdravější, vzdělanější a samostatnější. Mění se jejich životní styl. Proto čím dál častěji vyrážejí do zahraničí. Rozdílem oproti jiným skupinám turistů je také to, že senioři nejsou odkázáni na termín dovolené. Z tohoto důvodu častěji podnikají své cesty mimo hlavní sezónu. V letoviscích je méně lidí, nejsou tam extrémní horka a i ceny jsou nižší. Senioři často cestují v rámci organizovaného cestovního ruchu. Organizace jim přináší pocit určitého bezpečí. S touto formou cestovního ruchu mimo jiné souvisí také cestovní ruch osob se zdravotním postižením. Jsou to osoby, které mají nějaký handicap, dlouhodobou nevratnou změnu zdravotního stavu. Senioři často pod tuto skupinu spadají. Tito lidé musejí při cestování překonávat řadu bariér. Zařízení, která se této skupině chtějí věnovat, musejí proto respektovat odlišnosti v přístupu k těmto klientům (Kotíková, 2013). Nejen v ČR ale i po celém světě existují různé cestovní kanceláře, které se na segment seniorů specializují a nabízejí jim výhodnější a vhodnější produkty. V Evropě tento segment podporuje například program Calypso (Zelenka a Pásková, 2012).

- **Cykloturismus** – Forma cestovního ruchu, kdy klienti aktivně poznávají přírodní a společenské zajímavosti v určité oblasti, na kole. Požadavkem pro provozování je atraktivní prostředí. Cykloturisté jsou velmi heterogenní segment - liší se věkem i výkonem. V segmentu lze nalézt jak mladé, zkušené cyklisty, tak starší generaci, která provozuje cyklistiku pouze pro potěšení. Kvalita služeb pro cykloturisty se zvyšuje, stejně jako popularita této formy cestovního ruchu. Budovány jsou nejrůznější cyklostezky, cyklotrasy a naučné stezky. Extrémní formou jsou dálkové jízdy na vzdálenosti několik tisíc km. Cykloturismus se řadí mezi formy turismu, které jsou šetrné k životnímu prostředí. Na cykloturismus se dá také pohlížet z jiného úhlu pohledu. A to jako na způsob trávení volného času cestováním na jízdním kole. Přitom tyto cesty jsou jak jednodenní tak i vícedenní (Zelenka a Pásková, 2012). S touto formou cestovního ruchu souvisí také cestování za cyklistickými závody. Do dané destinace to přitáhne jak samotné účastníky, tak i diváky a rodinné příslušníky. Velkou výhodou cykloturismu je to, že oproti jiným formám sportovní turistiky není závislá na specifických přírodních či geografických vlastnostech. Na kole se dá jezdit jak na horách, tak ve městech či plážových promenádách. Záleží pouze na preferencích dané

osoby. Je to druh aktivity, kterou může nabídnout v podstatě kterýkoliv region na světě (What is bicycle tourism, 2013).

2.2 Typologie účastníků cestovního ruchu

Tak, jak se mnozí autoři neshodnou v pohledu na klasifikaci forem cestovního ruchu, neshodnou se ani při klasifikaci jednotlivých účastníků cestovního ruchu. Kotíková (2013) porovnává klasifikaci účastníků cestovního ruchu podle Cohena a podle Smithe. Dělení vycházejí ze stupně organizovanosti služeb a stupně přijímat něco nového. Prvně zmíněný je sociolog, který již v sedmdesátých letech vypracoval typologii účastníků cestovního ruchu a rozdělil je tak do 4 kategorií:

- **Organizovaný masový turista** – kupuje dovolenou jako balík, volí některou z momentálně populárních destinací, tráví většinu dovolené v hotelu nebo v jeho bezprostředním okolí.
- **Individuální masový turista** – kupuje volnější balíček, který mu umožňuje větší svobodu pohybu. Obvykle se drží vyjetých cest, ale příležitostně se pustí i do odvážnějších akcí.
- **Turista – objevitel** – plánuje si své cesty sám, záměrně se snaží vyhýbat kontaktu s jinými turisty, naopak se snaží seznamovat s místními obyvateli. Chce přitom ale mít určitý komfort a bezpečnost.
- **Turista – tulák** – chce se stát součástí místní komunity (i když jen dočasně). Nemá předem nachystaný harmonogram, snaží se distancovat od jakékoliv formy cestovního ruchu.

Segmentace turistů podle Stephena L. J. Smithe je širší, obsahuje hned 7 typů turistů:

- **Charterový turista** – samotný cíl cesty ho moc nezajímá, za předpokladu, že si užije dovolenou podle svých představ.
- **Masový turista** – očekává tytéž standardy zařízení, jaké má doma. Je součástí masového cestovního ruchu.
- **Nastávající masový turista** – vyhledává spíše to, na co je už zvyklý, než aby chtěl poznat místní kulturu. Většinou cestuje do zavedených rekreačních center, kde ale cestovní ruch není dominantní.
- **Neobvyklý turista** – podniká individuální výlety mimo organizovaný program. Činí tak proto, aby se seznámil s místní kulturou.

- **Nekonvenční turista** – snaží se především vyhýbat ostatním turistům
- **Elitní turista** – je to již zkušený cestovatel, volí drahé a často „na míru šité“ cesty
- **Objevitel** – je to malá skupina, cestující téměř jako antropologové. Jsou omezeni skutečností, že na světě je stále méně míst, kde se dá objevovat něco nového.

Hesková (2011) uvádí typologii podle Cohena a přidává k ní také Charterového turistu a Elitního turistu z dělení podle Smithe. Mimo jiné je třeba také uvést, že spotřebitelské chování účastníků cestovního ruchu je nevyzpytatelné a málo turistů je zcela vyhraněných. Pro stejného člověka může být jednou lákavá „all- inclusive“ dovolená u moře a jindy naopak expedice do Afriky bez jakýchkoliv známek luxusu. Zákazník sám si vybírá z různých možností tu, která momentálně nejlépe odpovídá jeho potřebám (Kotíková, 2013).

3. Služby cestovního ruchu

Jak uvádí Zelenka a Pásková (2012) do služeb cestovního ruchu spadají především služby ubytovací, stravovací, dopravní, průvodcovské, zábavní či kulturní. V podstatě všechny služby poskytované turistům.

Poskytování ubytování a stravování jsou jedny z nejstarších obchodních podnikání na světě. V sektoru ubytování existuje velké množství společností a mnoho hotelových řetězců. Ubytovací služby jsou základní podmínkou vzniku a existence cestovního ruchu. Ubytovací zařízení mohou být sezónní nebo celoroční. Dělí se na různé kategorie, např.: tradiční hotely, motely, penziony, apartmány, doplňkové chaty, bungalovy apod. (Cestovní ruch, 2016).

„Hotel je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených.“ (Petrunčíková, 2013) Hotely se dělí do tříd podle počtu hvězdiček od 2 až po 5. Hotely, které jsou navíc označené slovem superior, splňují vybaveností více kritérií, než jim ukládá daná třída (Petrunčíková, 2013).

Komplex stravování tvoří restaurace, stravování na cestách, výdejní automaty. Restaurace se ještě dělí na rychlá občerstvení (která se během minulých dvou desetiletí rozrostla), bufety, restaurace se specialitami, rodinné restaurace, kavárny, klasické restaurace. Pod stravováním na cestách si lze představit stravování v hotelech, motelech, stravování u dálnic, stravování poskytované v dopravních prostředcích. Se stravovacími službami úzce souvisí gastroturismus (Goeldner a Richie, 2014).

Vztah dopravy a cestovního ruchu je oboustranný a vzájemně se tyto dva sektory ovlivňují. Letecká doprava se používá především pro přepravu velkého počtu cestujících a převládá při cestách na dlouhé a střední vzdálenosti. Je jedním z nejrychleji se rozvíjejících oborů dopravy a vyvolává poptávku po nových destinacích. Momentálním trendem, který stále narůstá a ohrožuje pozici klasických leteckých přepravních je nízkonákladová přeprava. Funguje na principu omezení tradičních služeb cestujícím. Dalším trendem je silná tendence ke slučování leteckých dopravců do nadnárodních aliancí (Čertík, 2001).

U kratších cest převládají automobily, které jsou také nejoblíbenějším způsobem cestování v rámci vlastní země. Klíčovým rysem tohoto typu cestování je rychlá dostupnost a pohodlnost ale také poměrně malá kapacita. Souvisejícím prvkem jsou půjčovny aut. Jsou to specializované organizace umístěné na významných terminálech (nádraží, letiště, velká města). Největší a nejstarší půjčovnou automobilů na světě je Hertz (Orieška, 2010).

Se vznikem železniční dopravy úzce souvisí vynález parního stroje. Dalším důležitým momentem bylo nahrazení parních mašin elektrickým či dieselovým motorem. V dnešních dnech jsou vlaky konstruovány na principu magnetické levitace a mohou dosáhnout rychlosti více než 200 km/h. Primárním předpokladem pro rozvoj železniční dopravy je kvalitní železniční síť. V Evropě a v Asii lze najít vysokorychlostní koridory. Mezi země, které vlastní vysokorychlostní železnice patří například Japonsko, Francie či Německo a jejich počet i nadále narůstá (Čertík, 2001).

Autobusová doprava je jedním z nejrozšířenějších druhů dopravy již více než 50 let. Zajišťuje dopravní spojení v prakticky každém místě na světě. Významným rysem je, že zde často existuje silná konkurence. Dělí se na veřejnou (linkovou) a neveřejnou (příležitostnou). První zmíněná poskytuje své služby pravidelně na určité trase s předem určenými zastávkami. Příležitostná se uskutečňuje na objednávku a uspokojuje potřeby jen určité skupiny cestujících (Orieška 2010).

V spektru dopravy se nacházejí i stále populárnější rekreační plavby, které jsou nejrychleji se rozvíjícím segmentem cestovního ruchu. Dle mezinárodní asociace pro rekreační plavby jsou tyto plavby v současnosti nejrychleji rostoucím segmentem cestovního ruchu. Lodě sice byly využívány jako dopravní prostředek již od pradávna, nicméně rekreační plavby jsou relativně mladé. Jejich účel je spíše poskytnout zážitky z určitých letovisek, než jen pouhá doprava z místa na místo (Goeldner a Richie, 2014).

Další služba, která neodmyslitelně patří k cestovnímu ruchu, je průvodcovská činnost. *„Průvodcovská činnost je doprovázení skupiny osob nebo jednotlivců, při němž je v jazyce podle jejich výběru poskytován výklad o kulturním a přírodním dědictví země. Výklad obsahuje zejména informace o kultuře (historické, umělecké, archeologické, folkloristické, etnologické, gastronomické a podobně), životním prostředí (geologické, přírodní, klimatické a podobně), jednotlivých lokalitách (historických, průmyslových, městských centrech a podobně), místech (muzea, kostely a podobně) a oblastech (turistických regionech, krajích a podobně). Průvodcovskou činností je dále zajištění dalších nezbytných činností spojených s doprovodem skupiny osob nebo jednotlivců, vedením a kontrolou itineráře, zajištěním programu, obstaráním základních informací během cesty, včetně praktických informací vztahujících se k místu pobytu a poskytováním základní pomoci doprovázeným osobám.“* (7. Průvodcovská činnost, komentovaná procházka místními atraktivitami, 2016)

4. Výzkum a výzkumné metody v cestovním ruchu

Výzkum v cestovním ruchu je důležitá aktivita, která zrealizuje daný výzkum na dané téma za účelem vyřešení konkrétního problému. Je spíše podpůrnou metodou, která pomáhá snižovat rizika manažerům, kteří na základě výsledků rozhodují. Průzkum může provádět celá řada organizací. V minulosti to byla především federální vláda. Zapojují se také univerzity, které se zabývají výukou cestovního ruchu a potřebují tedy nejaktuálnější informace. Existují i specializované organizace. Jejich služby jsou zpoplatněné a využívají je například hotely, letecké společnosti či letoviska. Tyto společnosti nabízejí speciálně školený a vzdělaný personál a objektivní pohled na věc. Dále výzkum mohou provádět samotná ubytovací zařízení, dopravci, turistické atrakce či stravovací zařízení sami pro sebe (Goeldner a Richie, 2014).

Metody výzkumu mohou být buď kvalitativní, nebo kvantitativní. Kvalitativní metody bývají často považovány za metody podpůrné a neexistuje pro ně ucelená definice. Linderová, Scholz a Munduch (2016, s. 56) uvádí, že „*se jedná o jakýkoliv výzkum, jehož výsledků se nedosahuje pomocí statistických metod nebo jiných způsobů kvantifikace.*“ Kvalitativní výzkum lze chápat jako nenumerické šetření, používá se, pokud se potřebuje zjistit podstata, příčina či motiv daného jevu. Kvantitativní metody vychází ze statisticko-matematických metod. Tato metoda předpokládá, že všechny fenomény jsou měřitelné či tříditelné. Používá statistických analýz a snaží se ověřit platnost představ o výskytu nějakých charakteristik. Kvantitativní výzkum se především snaží odpovědět na otázky: Co?/ Kolik? Používají se při něm často softwarové nástroje (Linderová, Scholz, Munduch, 2016).

Následuje přehled a stručná charakteristika některých vybraných (existuje jich velké množství, zde je jen výčet několika z nich) výzkumných metod v cestovním ruchu. První dvě zmíněné metody jsou metody, které budou v bakalářské práci využity, třetí zmíněná je metoda, ze které dále bakalářská práce převážně čerpá data.

- **SWOT Analýza** – je univerzální metoda, ale velmi dobře se dá použít i v cestovním ruchu například k posouzení konkrétní destinace. Je zaměřená na zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů ovlivňujících úspěšnost daného subjektu. Název je akronym poskládaný z počátečních písmen anglických názvů jednotlivých faktorů. Jak již z názvu vyplývá, při této metodě se tedy zaměřujeme na S (strengths – silné stránky), W (weaknesses – slabé stránky), O (opportunities – příležitosti) a T (threats – hrozby). Zjistíme, který prvek u subjektu převažuje a můžeme zhodnotit situaci či navrhnout řešení (SWOT analýza, ©2011-2016).

- **Případová studie** – další spíše univerzální metoda, která se dá ale velmi dobře využít v cestovním ruchu. Zkoumání je zde podroben jednotlivý případ, detailně popsán a vysvětlen, takže dochází k objasnění, které by při popisu většího celku bylo obtížné. Lze hloubkově poznat podstatu případu. Výzkum tohoto jednoho konkrétního případu pomáhá k pochopení a porozumění jiných případů. Výzkum se odehrává v terénu (Chlanová, 2012).
- **Statistika v cestovním ruchu** – jedná se o oborovou statistiku, důležitou částí jsou především údaje o kapacitě a návštěvnosti ubytovacích zařízení, destinací či zemí. Podstatnou částí jsou také ekonomické údaje o spolupodílení se na HDP. V některých případech je nutné používat i metody odpočtů či expertní odhady. Důležitá je zde aktualizace standardů informačních systémů v cestovním ruchu (Legierská, 2007).
- **Standardizované dotazování** – může být písemné, nebo osobní. U písemných je výhoda anonymity. Nejčastější písemnou formou je dotazník. V cestovním ruchu se dá použít ve výzkumu v hromadných ubytovacích zařízení a spokojenosti hostů. Lze porovnat spokojenost hostů všech ubytovacích zařízení na určitém území. Aspekty, které jsou vnímány výrazně negativně, či výrazně pozitivně napomáhají určit, kde je třeba zasáhnout a kde naopak nikoliv. Dále lze dotazník využít při vytváření profilu návštěvníka určité destinace nebo při stanovení atraktivity či image destinace. Prostřednictvím tohoto profilu si pak manažer upraví marketingovou strategii. Pokud je image pozitivní využije ji v marketingové kampani (Linderová, Schulz, Munduch, 2016).
- **Výzkum konkurence** – shromáždění všech možných dostupných informací o konkurenční společnosti. Dále se získají citlivá data o konkurenčních společnostech v daném odvětví. Údaje se poté zpracují do ucelené formy. Díky tomu poté manažeři mohou lépe a rychleji reagovat na situaci na trhu a přizpůsobovat se jí (Analýza konkurence a mystery shopping, 2009)
- **Výzkum budoucího vývoje** – většinou se kombinuje s delfskou metodou a snaží se identifikovat faktory, které by mohly ovlivnit výstupy destinace a její úspěšnost v budoucnu. Využívá se při formulaci strategie a projektování destinace (Goeldner a Richie, 2014).
- **Výzkum provozu** – pomáhá určit, jak nejlépe naprojektovat vnitřní provoz různých druhů organizací v cestovním ruchu. Například řeší distribuci personálu a vybavení

tak, aby byl dosažen maximální efekt a optimální výsledek (Goeldner a Richie, 2014).

- **Prognózování** – metoda výzkumu, která přináší výpověď o budoucnosti a to na základě zjištěných empirických poznatků. Stanovuje například přibližnou míru poptávky do budoucna. Provádí se jak dlouhodobé, tak krátkodobé (Linderová, Schulz, Munduch, 2016).

ANALYTICKÁ ČÁST

5. Cestovní ruch a Španělsko

V roce 2012 realizovala Evropa 534 mil. příjezdů a průměrný příjem z jednoho příjezdu činil 860 USD. Z toho lze vyvodit, že účast na turismu je tedy nyní již nedílnou součástí životního stylu Evropanů (Palatková, 2014). Následuje popis aktuální situace cestovního ruchu ve Španělsku.

5.1 Cestovní ruch ve Španělsku obecně

Španělsko je 5. největším státem Evropy a dělí se na 17 autonomních společenství. Každá autonomní oblast používá vlastní symbol, vlajku a někdy i regionální hymnu. Španělsko je parlamentní konstituční monarchií. Oficiální měnou je od roku 2002 euro. V Madridu se dokonce nachází sídlo UNWTO.

O začátcích cestovního ruchu lze hovořit až po roce 1962. V tomto roce v zemi vznikla důležitá instituce, která má za úkol rozvoj a podporu cestovního ruchu – Institut turistických studií - Instituto de Estudios Turísticos. Španělská vláda cestovní ruch podporovala, protože v něm viděla možnost ekonomického růstu. Již koncem 60. let Španělsko zaznamenalo značný nárůst počtu turistů.

Španělsko má vhodné lokalizační faktory pro rozvoj turismu. Přírodní podmínky jsou tu velmi různorodé, plné kontrastů. Těší se velkému zájmu zahraničních turistů také díky svým lidovým slavnostem a kulturním a historickým památkám.

Na území Španělska můžeme najít pestrou nabídku ubytovacích kapacit. Pochází odsud jedny z nejvýznamnějších celosvětových hotelových řetězců - například Meliá, Barceló či Iberostar. Cestovní ruch tak tvoří jeden z nejzákladnějších pilířů španělské ekonomiky (Machová, 2015).

5.2 Aktuální situace cestovního ruchu ve Španělsku

Španělsko spadá pod turistický subregion **jižní Evropa**. V roce 2012 se Španělsko umístilo na 2. místě mezi 20 top destinacemi v Evropě s 57,7 miliony příjezdů. Ve stejném roce se dokonce umístilo na 4. místě mezi 10 top světovými destinacemi. Při srovnání výjezdů a příjezdů je Španělsko spíše přijímající země. V roce 2012 se tak turismus podílel 15,1 % na HDP Španělska (Palatková, 2014).

V roce 2015 dle španělského statistického úřadu Španělsko navštívilo 68,1 milionů zahraničních turistů. Nejvíce turistů přicestovalo z Velké Británie, Francie a Německa.

Hlavním motivem cesty byla zábava a rekreace (tzv. sand and sun tourism). Hlavním typem dopravy byla letecká doprava, kterou využilo přes 54,4 milionů turistů. Autonomní společenství Katalánsko bylo nejčastěji navštěvovanou oblastí se 17,4 miliony návštěvníků. To bylo dokonce ještě o 3,7 % více, než v roce předchozím. Na druhém místě byly Baleárské ostrovy s více než 11,6 miliony a Kanárské ostrovy se skoro 11,6 miliony návštěvníků. Přičemž obě souostroví také zaznamenaly nárůst oproti letem předchozím (INE, 2016).

V roce 2016 navštívilo Španělsko dokonce 75,3 milionů zahraničních turistů. Oproti roku předchozímu je to nárůst o 9,9 %. Celkem ve Španělsku zahraniční turisté utratili 77 000 milionů eur, což je oproti roku 2015 nárůst o 8,3 %. Nejvíce turistů přicestovalo opět z Velké Británie, Francie a Německa. Pořadí nejčastěji navštěvovaných autonomních oblastí zůstalo také stejné, jako v roce předchozím. Pouze počet přicestovalých se ve dvou ze tří nejnavštěvovanějších oblastí zvýšil. Do Katalánska zavítalo opět 17 milionů turistů, na Baleáry 13 milionů zahraničních turistů a na Kanárské ostrovy 12 milionů turistů (INE, 2017).

Španělsko disponuje mnoha památkami zapsanými na seznam UNESCO. Oblíbeným španělským produktem, který také souvisí s kulturním cestovním ruchem, je Svatojakubská cesta - Camino de Santiago.

Kontrastem k „Sand and sun“ turismu je venkovský cestovní ruch, který se snaží nastolit rovnováhu mezi málo známými oblastmi Španělska a oblastmi masového turismu. Golfový turismus se těší velké oblibě. Velkou většinu golfových hřišť můžeme nalézt přímo v turistických oblastech. Do budoucna by se měla zvyšovat kvalita golfových komplexů i samotný počet těchto komplexů (Kopecká, 2010).

vhodným místem k pozorování rozmanité populace ptactva. Nejvhodnější lokalitou na pozorování je Parc Natural de S'Albufera. Také flóra na Mallorce je velmi rozmanitá. Narazit se tady dá na divoké olivovníky, zakrslé palmy, rozmarýn, levanduli nebo 60 druhů orchidejí. Na Mallorce se nachází 4 chráněné parky. Jejich vznik napomohl stabilizaci divoké přírody. Parky jsou zpřístupněny veřejnosti.

Mallorca se potýká také s několika ekologickými problémy. Jedním z nich je intenzivní výstavba, která bujela především v 60. a 70. letech. Příklady jsou výškové hotely v některých letoviscích. Ničivý dopad má i výstavba letovisek koncipovaných jako vesnice. Ještě vážnějším problémem je nedostatek vody. Je to způsobeno kombinací nízkých srážek, zastaralým způsobem uchování zásob a i poptávkou, která značně převyšuje nabídku (Simonis, Andrews, 2008).

Na Mallorce panuje mírné středomořské podnebí. V červenci a srpnu bývá nejtepleji (denní teploty šplhají k 30° C a někdy i výše) a poměrně sucho. Dle statistik na ostrově svítí slunce v průměru 300 dní v roce. Na jaře jsou teploty příjemné (kolem 20° C). Zimy jsou zde mírné (zhruba od 6 do 15° C) i když někdy bývá chladno a vlhko. Pohoří na severozápadním pobřeží chrání ostrov před horším zimním počasím (Gostelow, Edward, Lee, 1999).

6.2 Dějiny a kultura

Celé Baleáry byly osídleny už kolem roku 4 000 př. n. l. O původu těchto prvních obyvatel nejsou zmínky, ale předpokládá se, že přišli z dnešního Španělska. Původní obyvatelé žili v jeskyních. Na Mallorce lze dodnes najít celé prehistorické osady. Kolem roku 123 př. n. l. převzali vládu nad ostrovy Římané a okupovali ostrov více než 500 let. V 11. století bylo na Mallorce nejdůležitějším zdrojem příjmů pirátství (kterému nahrávala výhodná pozice ostrova i skalnatý reliéf). V roce 1229 vedl Jaime I. Aragonský úspěšnou výpravu proti mallorským pirátům, po vítězné bitvě u města Santa Ponça vstoupil do Palmy. Ve 13. století se dařilo obchodu i zámořským plavbám. Význam obchodního ruchu klesl až v 16. století po objevení Ameriky Kryštofem Kolumbem (HISTORIA & CULTURA DE MALLORCA, 2008). A jak uvádí průvodce Lonely Planet: „*Osud Mallorcy v 18. a 19. století kopíroval osud zbytku Španělska. Největší událostí prvních dekád 20. století bylo stržení většiny palmových hradeb a rychlé rozrůstání města.*“ (Simonis, Andrews, 2008, s. 30)

22. února 1983 získalo celé souostroví autonomní statut „Comunidad Autónoma de las Islas Baleares“. Dochází tak k dalšímu rozvoji místního jazyka i kultury (Landsperský, Škvor, 1999).

Mallorca má svou osobitou kulturu, stejně jako Španělsko. Každé město pořádá alespoň jednou do roka velkolepou oslavu na počest svého svatého ochránce - něco jako české hody.

6.3 Obyvatelstvo a náboženství

Dle španělského národního statistického úřadu je aktuální počet obyvatel Mallorcy (k 1. 1. 2016) 861 430 obyvatel, což je více než ve dvou předchozích letech. 402 949 obyvatel žije v hlavním městě Mallorcy (INE, 2016). Jak lze vidět, skoro polovina obyvatelstva žije v hlavním městě. Rozložení obyvatelstva je tedy velmi nerovnoměrné.

Zbytek obyvatelstva se soustřeďuje především na pobřeží a do několika málo vnitrozemských středisek, jako jsou například města Manacor a Inca. Je tu také značné množství přistěhovalců, ať už cizinců (hlavně Němci, Britové, Maročané a Latinoameričané) nebo z pevninského Španělska (Simonis, Andrews, 2008).

Každodenním rituálem i dodnes zůstávají odpolední siesty, kterým se podřizuje i otevírací doba. Stejně jako Španělé, i obyvatelé Baleárských ostrovů jsou přátelští lidé, svou osobitost a vřelost rádi projevují také vůči cizincům.

Stejně jako v celém Španělsku i na Mallorce je úředním a obchodním jazykem španělština. Hovorovým jazykem ostrovanů je však mallorština (mallorquí). V turistických oblastech mluví lidé zaměstnaní v cestovním ruchu anglicky, někteří také německy, francouzsky či rusky. Hlavním náboženstvím je katolictví. Hlásí se k němu asi 80 % populace. Je zde také protestantská a muslimská menšina, která se rekrutuje především z mimo španělského obyvatelstva (Simonis, Andrews, 2008).

6.4 Hospodářství a politika

Hlavním zdrojem příjmů na Mallorce je jednoznačně cestovní ruch následovaný průmyslem. *„Více než polovina celkového daňového příjmu v autonomní oblasti Baleáry přinášejí turistická zařízení, jež se nacházejí především v pobřežní zóně. Kromě ubytovacích kapacit a pohostinství sem dále patří podniky, které poskytují různé doprovodné služby, jako jsou doprava a zásobování, a továrničky vyrábějící suvenýry. V neposlední řadě z masové turistiky profitují i stavební firmy výstavbou, opravami a údržbou rekreačních zařízení, zábavních a pohostinských podniků.“* (Landsperský, Škvor, 1999, s. 21) Z průmyslu je to především výroba kožených výrobků, umělých perel či keramiky. Významnými centry zpracování kůži jsou hlavně města Palma de Mallorca, Inca a Lluçmajor. Známé umělé perly jsou perly z města Manacor (Gostelow, Edward, Lee, 1999).

V úrodné ale uměle zavlažované centrální nížině Es Pla a také v jihovýchodní pahorkatině se nachází sady ovocných stromů. Pověstné jsou mandloně. Každoročně se zde sklídí několik tisíc tun mandlí. Problémem posledních několika let je, že pověstné mandlové sady nahrazují sady s olivami. Na úkor oliv, jejichž produkce zhruba od roku 2005 každoročně narůstá, produkce mandlí klesá (Mallorca pierde mitad cultivos almendras, 2011).

Ačkoliv hlavou celého Španělska je král, od roku 1983 byly mnohé pravomoci převedeny do kompetence 17 autonomních společenství. Regionální hlavní město autonomního společenství Baleáry i ostrova Mallorca je Palma de Mallorca. Nejdůležitější politickou institucí celého ostrova je Consejo Insular de Mallorca. Sídlo tohoto institutu se nachází v Palmě (Consell de Mallorca.net, 2016).

7. Cestovní ruch na Mallorce

Cestovní ruch se zde pomalu začal rozvíjet ve 20. letech 20. století. Masový turismus se začal rozvíjet od 60. let 20. století. Nutná byla výstavba velkého letiště a rozmohla se stavební činnost jako celek. Hospodářská struktura se začala měnit (Landsperský, Škvor, 1999).

Důvodem, proč si tak často evropští turisté volí Mallorcu jako cíl své dovolené, může být například i ten, že je tento ostrov lehce dostupný skoro ze všech zemí Evropy.

Lítají sem přímé spoje (z některých letišť dokonce vícekrát denně- příkladem může být Vídeň či Kolín) a cesta zabere od 50 minut - z Madridu, do 4 hodin - z Moskvy (Garín-Muñoz, Montero-Martín, 2006).

7.1 Aktuální situace v cestovního ruchu na Mallorce

Baleáry byly v roce 2015 druhou nejnavštěvovanější autonomní oblastí Španělska. Dle Statistického ústavu Baleárských ostrovů na Mallorcu za celý rok 2015 přicestovalo celkem 9,95 milionů turistů. Z toho skoro 8,8 milionů turistů přicestovalo ze zahraničí (IBESTAT, © 2017). Z toho plyne, že Mallorca je destinací oblíbenou více u zahraničních turistů, než u Španělského obyvatelstva.

Dle údajů, které na svých stránkách udává Statistický ústav Baleárských ostrovů, za rok 2015 na ostrov přicestovalo nejvíce turistů z Německa a Velké Británie. Některé údaje ale na stránkách nejsou k dispozici. Jak uvádí sám ústav, buď data skrývá z důvodů jejich nízké kvality, nebo údaje zkrátka nejsou k dispozici (IBESTAT, © 2017). Přehledný seznam mezinárodních příjezdů za rok 2015, vycházející alespoň z dat, které ústav poskytuje, uvádí tabulka č. 1. Severskými státy se zde rozumí: Dánsko, Finsko, Norsko a Švédsko.

Z níže uvedené tabulky vyplývá, že jednoznačně nejvíce turistů na Mallorcu přilétá z Německa a Velké Británie. Ačkoliv je Mallorca i u Čechů oblíbená, počet turistů, kteří ostrov navštíví, není natolik vysoký, neboť statistický institut návštěvníky z České republiky započítává spolu s ostatními zeměmi do posledního řádku.

Tabulka č. 1: Počet zahraničních turistů na Mallorce za rok 2015

Stát	Počet turistů za rok 2015
Rakousko	161 676
Francie	370 947
Irsko	104 446
Itálie	203 520
Velká Británie	2 228 805
Německo	3 734 427
Švýcarsko	325 241
Země Beneluxu	368 304
Severské země	704 141
Ostatní státy	533 815

Zdroj: IBESTAT, © 2017.

V roce 2016 zůstaly Baleáry i nadále druhou nejnavštěvovanější oblastí Španělska. Dle Statistického úřadu Baleárských ostrovů v roce 2016 na Mallorcu přicestovalo 10,9 milionů turistů, z toho 9,7 milionů byli turisté zahraniční (IBESTAT, 2017). Z toho vyplývá, že Mallorca byla v roce 2016 oblíbenější destinací než v roce přechozím a to nejen mezi turisty ze zahraničí, ale také mezi španělským obyvatelstvem.

Tabulka číslo 2 na následující stránce poskytuje přehledný seznam mezinárodních příjezdů na ostrov za rok 2016. Pro rok 2016 neposkytuje Statistický úřad tak detailní rozdělení států, jako v roce předchozím i tak je patrné, že nejvíce turistů opět přicestovalo z Německa (jejich počet dokonce oproti roku předchozímu stoupl o více než 400 tisíc). Některá data Statistický úřad opět záměrně neposkytuje, či skrývá. Severskými státy se i zde rozumí: Dánsko, Finsko, Norsko a Švédsko.

Tabulka č. 2: Počet zahraničních příjezdů za rok 2016

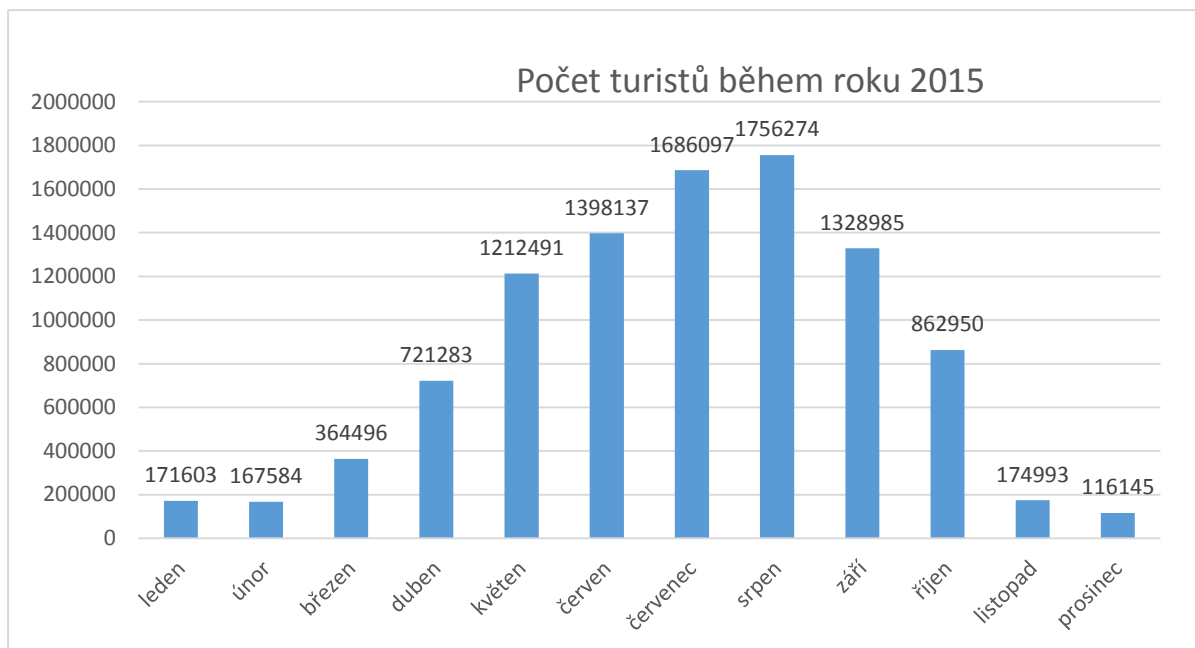
Stát	Počet turistů za rok 2016
Francie	410 207
Itálie	189 665
Velká Británie	2 332 398
Německo	4 164 211
Země Beneluxu	547 599
Severské země	768 290
Ostatní státy	1 302 418

Zdroj: IBESTAT, © 2017

Mallorca je destinací, která se vyznačuje vysokou sezónností. Lze pozorovat značný rozdíl mezi počtem turistů přijíždějících během hlavní turistické sezóny (zhruba od května do září) a během vedlejší turistické sezóny (po zbytek roku). Mnohé hotely a podniky tomu přizpůsobily svůj provoz a nejsou tak otevřené po celý rok, ale pouze přes sezónu. Po celý rok jsou otevřené především větší, či luxusnější hotely ve velkých letoviscích.

Graf č. 1 na následující stránce, vycházející z dat Statistického úřadu Baleárských ostrovů, ukazuje celkový počet turistů (zahraničních i španělských) a jejich rozložení během roku 2015. Z grafu je patrné, že v hlavní sezónu přicestovalo na Mallorcu každý měsíc více než 1 milion turistů. V období letních prázdnin to bylo dokonce více než 1,6 milionu turistů měsíčně. V zimních měsících počet turistů nepřesáhl 200 tisíc, a nejméně turistů ostrov navštívilo v prosinci.

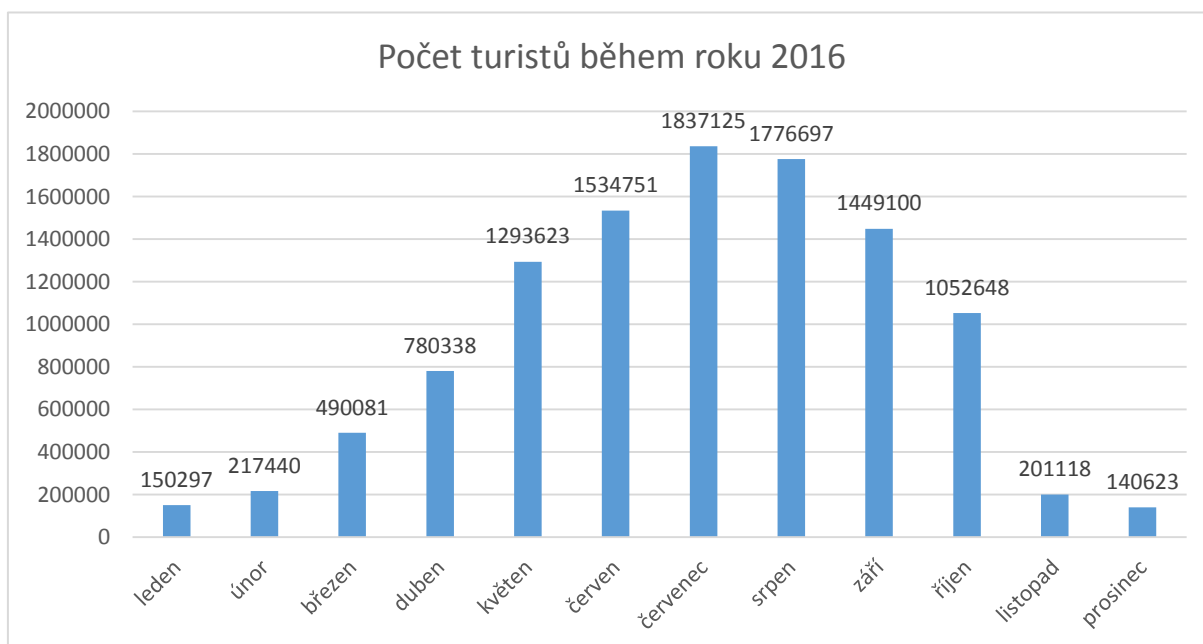
Graf č. 1: Celkový počet turistů přijíždějících na Mallorcu během roku 2015



Zdroj: IBESTAT, © 2017

Graf č.2 vycházející taktéž z dat Statistického úřadu Baleárských ostrovů ukazuje rozložení příjezdů během roku 2016. Z grafu je patrné, že pouze v lednu na ostrov přicestovalo méně turistů než v roce 2015. Každý následující měsíc byl již ale počet turistů vyšší než v roce předchozím. Nejvíce turistů přicestovalo, stejně jako v roce 2015, v červenci a nejméně v prosinci. Největší rozdíl oproti roku předchozímu je v měsíci říjnu.

Graf č. 2: Celkový počet turistů přijíždějících na Mallorcu během roku 2016



Zdroj: IBESTAT, © 2017

7.2 Hlavní letoviska

Na to, jak je Mallorca rozlohou relativně malým ostrovem (je více než 21 krát menší než ČR), lze na ní najít velké množství turistických letovisek. Některá letoviska jsou rušná a živá, vhodná pro mladé lidi hledající zábavu. Jiná jsou poklidnější, vhodná pro páry či rodiny hledající hlavně odpočinek a místo k načerpání sil.

Následuje přehled hlavních a turisty oblíbených letovisek. Tato letoviska nabízí ve svých nabídkách a katalozích jak velké množství českých, tak i zahraničních cestovních kanceláří. Kritérium výběru právě těchto letovisek je doporučení na stránkách CK Fisher (jako zástupce české CK), Thomas Cook a Tui (jako zástupci CK zahraničních trhů, které na Mallorcu vysílají největší počet turistů) a turistický portál Tripadvisor (Tripadvisor, © 2017; Fisher © 1999-2016; TUI.com; Thomas Cook) :

- **Playa de Palma** – Záliv Bahía de Palma se táhne na východ i na západ od centra hlavního města na jihu ostrova. Obě strany jsou oblastí určené masové turistice. Na východní části zálivu se rozprostírá 6 km dlouhá pláž - Playa de Palma. Nejvyhlášenějšími částmi tohoto letoviska jsou části Ca'n Pastilla a S'Arenal. Po celé délce pláže se táhne široká promenáda, na které lze najít mimo spousty barů, obchodů a půjčoven také speciální plážové bary či stánky (tzv. Balnearios). Každé Balneario je očíslované od 1 do 15 a usnadňuje nejen orientaci na promenádě, ale slouží také jako restaurace, bary, veřejné WC a další služby spojené s turismem. Pomyslný konec Playa de Palma tvoří část S'Arenal, nebo také El Arenal (Simonis, Andrews, 2008). Tuto oblast doporučuje na svých stránkách jako cíl párty dovolené společnost Tui. Klientela je zde tedy z tohoto důvodu především německá či nizozemská.
- **Magaluf** – Nachází se v západní části Palmského zálivu. Od Palmy je vzdálené zhruba 30 km. Je spojené s letoviskem Palmanova, které je klidnější a větší. Tyto 2 letoviska byly vytvořeny jako prototyp místa vhodného pro prázdniny typu „SS“ v 60. letech 20. století. Dle statistik sem 85 % turistů přijíždí z Velké Británie a Irska za nočním životem. Ten se zde soustředí kolem severního konce ulice Carrer de Punta Ballena (Simonis, Andrews, 2008). Dle dokumentu BBC je Magaluf považován za problémové letovisko. Jsou tu častá úmrtí zákazníků hotelů, kteří v opilosti vypadli z balkónu, neplatí taxikářům za služby, ničí hotelové pokoje. V tomto letovisku se také nachází klub BCM. Je to největší noční klub na Mallorce (pojme více než 4 000 lidí) a byl nominován na 5.

nejlepší taneční klub na světě. Každé léto tady (i několikrát) vystupují velká jména světové taneční hudby (BCM Planet dance).

- **Cala d'Or** – V překladu název znamená „Zlatá zátoka“ a nachází se na východním pobřeží ostrova. Ve skutečnosti tohle letovisko tvoří hned více menších zátok, které mají každá svou hlavní ulici. Ačkoliv je tu celkem 5 pláží, jsou malé a přes hlavní sezónu jsou dle místních obyvatel přeplněné. Nejširší pláž tu má na šířku pouze 40 metrů (See Mallorca, © 1998-2016). Dle cestovatelského portálu Tripadvisor.com se v tomto letovisku nachází celkem 67 ubytovacích zařízení. Mnoho z nich nabízí svým hostům pobyty all-inclusive a v rámci svých služeb i bohaté animační (denní i večerní) programy a hlídání dětí. Dle návštěvníků tohoto portálu je nejlepším hotelem v letovisku Cala d'Or čtyř a půl hvězdičkový hotel španělské společnosti Inturotel. Tento hotel se specializuje především na rodiny a je dokonce vítězem ocenění „Travelers' choice 2016“ (Tripadvisor, © 2017).
- **Cala Millor** – Cala Millor je letoviskem vhodným pro masový turismus. Tohle letovisko je dle hodnocení návštěvníků na portálu Tripadvisor oblíbené u rodin s dětmi, pro které je tu několik dětských hřišť a atrakcí. I nabídka hotelů, barů a restaurací je dle stejného portálu této klientele přizpůsobena. Ačkoliv přes hlavní sezónu čelí letovisko velkému náporu turistů, místní pláž není tolik přečpaná, jako například v Cala d'Or ani tolik znečištěná, jako například v Magalufu. Cala Millor je největším turistickým letoviskem na východním pobřeží Mallorcy. Ačkoliv je letovisko živé a plné turistické infrastruktury, nelze zde najít uličky plné nočních barů a diskoték. Turisté hledající destinaci pro párty dovolenou se tomuto letovisku vyhýbají. Cala Millor je tak častou destinací rodin s dětmi, párů, nebo jedinců, kteří chtějí svou dovolenou strávit aktivně. Je zde také široká nabídka vodních sportů (zdejší pláž je téměř 2 km dlouhá a 50 metrů široká), půjčoven kol či aut (See Mallorca, © 1998-2016).
- **Cala Rajada** – Je nejvzdálenějším místem ostrova, kam se lze po souši z Palmy dostat. Nachází se na severu východního pobřeží Mallorcy. Přímo v letovisku jsou omezené možnosti koupání. Nacházejí se zde sice 2 pláže – Son Moll u stejnojmenného ikonického hotelu a Cala Agulla, ale obě jsou velmi malé, přes hlavní sezónu nedostačující. Jsou však i přes nápor turistů velmi čisté a udržované. Infrastruktura je zde přizpůsobená pro všechny - pro rodiny, seniory i pro mladé. V letovisku převládá (mladá) německá klientela. Tvrdí to tak

informační portál ABC Mallorca (©2017), recenze od turistů na Tripadvisor i místní obyvatelé zaměstnaní v cestovním ruchu. Mnoho turistů zde provozuje pěší či cyklo turistku, neboť jsou zde pro to speciálně upravené stezky do vedlejších letovisek či kolonií (Simonis, Andrews, 2008). Na pěší turisty se zde specializuje přímo jeden hotel – Hotel Bella Playa. Tento hotel pořádá od února do května exkurze pro pěší turisty prakticky denně, pokud je vhodné počasí (See Mallorca, © 1998-2016).

- **Port d'Alcúdia** - je pomyslným západním koncem zálivu Bahía de Alcúdia a největším letoviskem na severozápadě ostrova. Dnes je z něj velký přístav, sloužící pro obchodní, výletní, sportovní a i na Menorcu mířící lodě (Gostelow, Edward, Lee, 1999). Playa de Muro i její západní část Playa de Alcúdia dostaly ocenění Modré vlajky. *„Modrá vlajka je mezinárodní ocenění za čistotu moře a jeho okolí, úpravnost, vybavení, kvalitní sanitární a bezpečnostní podmínky na plážích a v marinách (jachtařských přístavech).“* (Modrá vlajka) Tuto část proto vyhledávají milovníci vodních sportů, protože jim vyhovuje velikost celého zálivu – již z mapy lze vyzorovat, že Bahía de Palma je druhý největší záliv na ostrově. Dle uživatelů portálu Tripadvisor je velmi oblíbeným letoviskem mezi rodinami, páry, seniory i těmi, kteří hledají aktivní dovolenou. Vybavení města je přizpůsobené klientele, proto je zde možné najít největší akvapark na severu Mallorcy – Hidropark a spoustu dalších aktivit a atrakcí nejen pro děti (See Mallorca, © 1998- 2016).
- **Puerto de Sollér** – zástupce přímořského letoviska na západním pobřeží. Puerto de Sollér bylo v roce 2007 plně zrekonstruováno. Ačkoliv je to největší záliv na západním pobřeží ostrova, letovisko je v porovnání s jinými letovisky velmi malé (Simonis, Andrews, 2008). Puerto de Sollér spojuje s pět kilometrů vzdáleným prosperujícím městem Sollér vláček historického stylu. Jezdí každou půlhodinu. V horách obklopujících přístav v roce 2011 otevřela jeden ze svých luxusních hotelů mezinárodní hotelová společnost Jumeriah. Tato společnost je provozovatelem jedněch z nejluxusnějších hotelů na světě. Má pod sebou například ikonický dubajský hotel Burj Al Arab, který je hodnocen jako nejluxusnější hotel světa. Jumeriah Port Soller Hotel and Spa nabízí dle svých oficiálních stránek 121 pokojů a je otevřen od konce března do začátku listopadu (Jumeriah).

- **Santa Ponsa** – nachází se v západní části Bahía de Palma, na jižním pobřeží ostrova. Dle místních obyvatel zaměstnaných v cestovním ruchu sem mimo sezónu přijíždějí hlavně turisté senioři. Podobně je tomu v blízkém letovisku Peguera, které má se Santou Ponsou velmi společného. Ačkoliv se nachází letovisko v jižní části ostrova, která by se dala považovat za rušnější a živější, je od letovisek jako Magaluf nebo S'Arenal dostatečně vzdálená, takže je letovisko klidnější. Zdejší pláž, která je 1,3 km dlouhá, dostala ocenění Modré vlajky. Ačkoliv Santa Ponsa vypadá, jako další obyčejné prázdninové letovisko byla dějištěm důležité historické události a z toho těží i dodnes. Král Jaume I se zde v roce 1229 vylodil a započal znovudobývání v té době muslimské Mallorcey. Každý rok se tak na konci srpna nebo začátku září slaví tato událost (See Mallorca, © 1998- 2016).

7.3 Turistické cíle

Mimo široké nabídky letovisek Mallorca láká své turisty také na jiné atraktivity. Nejen na zábavní a tematické parky, ale také na historické a kulturní památky, přírodní zajímavosti či na prozkoumání vnitrozemí. Zde je přehled některých z nich. Kritériem výběru byly turistické cíle, které doporučuje informační brožura pro turisty od Thomas Cook (k dostání na letišti v Palmě) z roku 2014, portál pro turisty na Mallorce See Mallorca (© 1998-2016) a mezinárodní turistický portál Tripadvisor (©2017) :

- **Zábavní a tematické parky** – Na Mallorce se nachází 3 aquaparky (mimo 2, které jsou v podstatě součástí hotelů v Magalufu). Hidropark, jak je již zmíněno v kapitole 7.2, se nachází v Port d'Alcúdia a je jediným aquaparkem na severu ostrova. Zbylé 2 se nachází na jihu. V S'Arenalu se nachází Aqualand. Jeho součástí je i mini-zoo a vystoupení papoušků. V Magalufu se nachází Western Water Park vybudovaný celý ve stylu divokého západu. Nabízí také vystoupení potápěčů. Na Mallorce se nachází pouze 1 tematický park. Je jím Katamandu park. Návštěvníkům nabízí hry, kouzla, atrakce, či minigolf a je zaměřený především na rodiny. Jediný park, který nabízí show delfínů, lachtanů a papoušků je Marineland na jihu ostrova v Portals Nous. Celkové vybavení parku je velmi podobné s ostatními Marinelandy ve Španělsku. V C'an Pastilla se nachází akvárium. V tomto akváriu lze vidět nejen několik druhů mořských tvorů na vlastní oči, s některými z nich lze přijít do přímého kontaktu. Uvnitř se nachází největší nádrž se žraloky v Evropě (See Mallorca, © 1998 - 2016).

- **Cap de Formentor** – Mys vybíhá 13 km do moře a tyčí se 400 metrů nad mořem. Je to nejsevernější část ostrova, lze z ní za jasných dní vidět Menorcu. Po cestě na mys se nachází několik „miradorů“ (vyhlídkových míst) označených cedulí s fotoaparátem. Z těchto míst se naskýtají krásné pohledy na Středozemní moře a útesy (Gostelow, Edward, Lee, 1999). Na Cap de Formentor se často vydávají také trénovaní cyklisti. Na vrcholu mysu se nachází starý maják, který momentálně slouží jako restaurace a obchod se suvenýry.
- **Vnitrozemí** – Planina Es Pla je ideální pro pěší či cykloturistku a pozorování ptáků. Lze navštívit vnitrozemská města - například město Inca. Je známé především díky svým koženým výrobkům (především botám), které zde lze pořídit. Dalším oblíbeným cílem ve vnitrozemí je městečko Sineu. V městečku se nachází 2 kláštery, jeden z 16. a druhý ze 17. století (Simonis, Andrews, 2008). Další zajímavé vnitrozemské městečko, které turisté často navštěvují je Valldemossa. Nachází se v severozápadní části ostrova. Turisté zde míří především, aby shlédli místní klášter. Klášter je proslavený tím, že zde pobýval Frédéric Chopin a George Sand v 19. století. V srpnu se zde dokonce koná kulturní akce na počest tohoto hudebního skladatele (Městečko a klášter Valldemossa, 2012). Opatství Lluc ze 13. století je největší opatství na Baleárech. Každou neděli zde vystupuje mallorský dětský sbor. Děti studují a trénují přímo v klášteře, kde také bydlí. Existuje zde tedy něco jako internátní škola, která mimo zpěv děti učí kulturu, historii a náboženství. Od roku 2006 začala tato škola přijímat také děvčata. Funguje bez přestávky již od svého založení a je druhou nejstarší školou svého typu v Evropě, hned po „Escuela coral de Montserrat“ (El monasterio de Lluc en Mallorca, © 2012 - 2017).
- **Coves del Drac** – Největšími jeskynními komplexy na ostrově jsou „Dračí jeskyně“ nacházející se v Porto Cristu na východním pobřeží. Tvoří skoro 2 kilometrový komplex obrovských síní. Uvnitř jeskyní se nachází 177 metrů dlouhé podzemní jezero. Coves del Drac se nachází v hloubce 25 metrů pod zemí. U podzemního jezera se pořádají koncerty vážné hudby (Simonis, Andrews, 2008). Dle Infomallorca.net (oficiálního portálu cestovního ruchu na Mallorce) je na ostrově celkem 5 jeskynních komplexů.
- **Národní park Cabrera** – Malý ostrůvek Cabrera leží přibližně 17 km jihozápadně od Mallorcy. Má rozlohu 17 km². Česky by se dal přeložit jako „Kozí ostrov“, neboť po dlouhé období zdejší porost spásaly kozy. Jelikož je to národní park, nikdo tu trvale nežije a návštěvníci se sem pouze vždy doplávají na lodi nebo člunu. Důvodem návštěvy ostrůvků je čisté moře, možnost k potápění a šnorchlování (Landsperský, Škvor, 1999).

- **Majorica** – Manacor je 2. největší město na Mallorce a čítá přes 30 000 obyvatel. Hlavním zdejším vývozním artiklem jsou umělé perly. Samotné město nemá žádná turistická lákadla. Návštěvníci sem jezdí především pro umělé perly, jejichž výrobou se zde zabývá hned několik firem. Společnost Majorica byla založena na přelomu 19. a 20. století. Nelze navštívit skutečnou továrnu, ale pouze předváděcí místnost a obchod. Prohlídka je zdarma a lze si dokonce domluvit odvoz přímo z hotelu. Výrobky lze zde zakoupit za zvýhodněnou cenu (See Mallorca, © 1998 – 2016).
- **Alcúdia** – Nachází se na severu ostrova blízko letoviska Port d'Alcúdia. Ve městě se nacházejí pozůstatky římského amfiteátru, středověké hradby či pozůstatky římského města Pollentia. Ve městě je zřízeno také muzeum, ve kterém jsou vystaveny některé z nejdůležitějších vykopávek, které zde byly objeveny (Landsperský, Škvor, 1999).
- **Palma de Mallorca** – Dominantou hlavního města je mohutná gotická katedrála a palác Almudaina. Ten dřív obývali králové, část je zpřístupněna veřejnosti a lze zde obdivovat architekturu 13. a 16. století. Hned naproti stojí zmíněná mohutná gotická katedrála, která je palmskou dominantou. Jmenuje se „La Seu“ a výstavba začala již na začátku 13. století, ale díky válkám a častým přerušením stavby byla dokončena až v roce 1601. Katedrálu si lze prohlédnout i zevnitř. Ve městě lze navštívit několik dalších muzeí, ulici Avignuda del Rei Jaume III (která je na ostrově známá pro své luxusní obchody), bývalé arabské lázně, budovu vlády Baleárských ostrovů a mnoho dalších památek a kulturních zajímavostí (Gostelow, Edward, Lee, 1999). Lze také využít možnosti organizovaných prohlídek. Jednou z nich je Palma City Sightseeing, což je vyhlídkový autobus - podobný těm v Londýně.

8. Služby cestovního ruchu na Mallorce

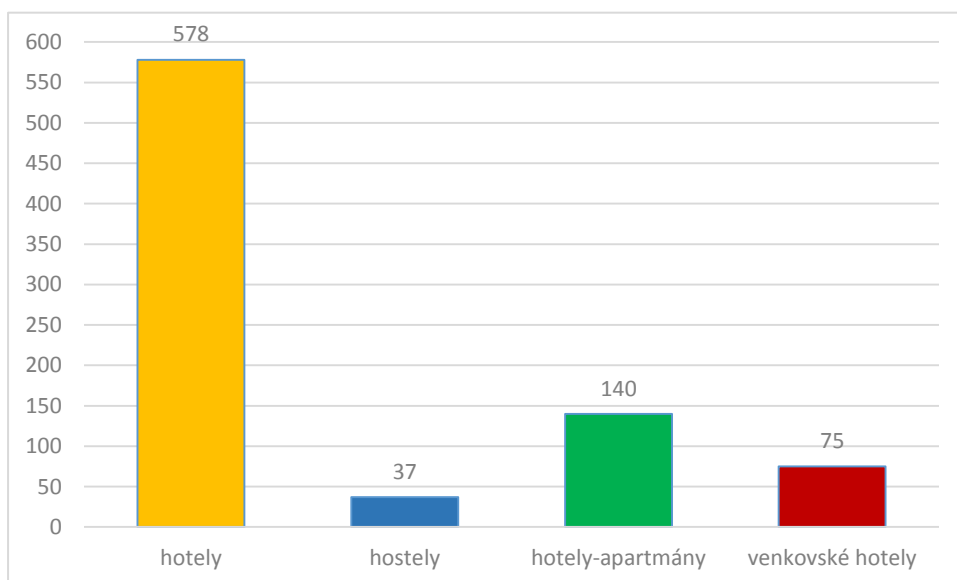
Služby spojené s cestovním ruchem na Mallorce jsou na poměrně vysoké úrovni a jsou dostatečně rozvinuté. Následuje přehled služeb souvisejících s turismem na Mallorce a popis aktuální situace v daných službách.

8.1 Ubytování

Kvůli značné sezónnosti destinace většina hotelů přes zimu zavírá. Po zbytek roku je ale nabídka hotelů pestrá. Landsperský a Škvor (1999) uvádí, že hotely na Mallorce jsou úředně rozčleněny do kategorií podle jakosti vybavení a kvality služeb: hotely, hostely, penziony, hotely-apartmány. I novější Simonis a Andrews (2008) píše to samé. Dodávají, že lze také využít například ubytování v soukromých apartmánech, jednoduchých ubytovnách či si jen postavit stan. Stany se na Mallorce mohou oficiálně postavit pouze u opatství v Lluc a v Porto Cristo, či na soukromých pozemcích, pokud to dovolí jejich majitel.

Dle Mallorské federace hotelnictví se na Mallorce nachází 830 ubytovacích zařízení. Federace je dělí na hotely, hotely-apartmány, hostely a venkovské hotely. Ubytování v soukromých apartmánech či jednoduchých ubytovnách federace do tohoto seznamu nezapočítává. Složení ubytovacích zařízení dle jejich databáze uvádí graf č. 3 (Guía de alojamientos turísticos de Mallorca).

Graf č. 3 Rozložení ubytovacích zařízení na Mallorce



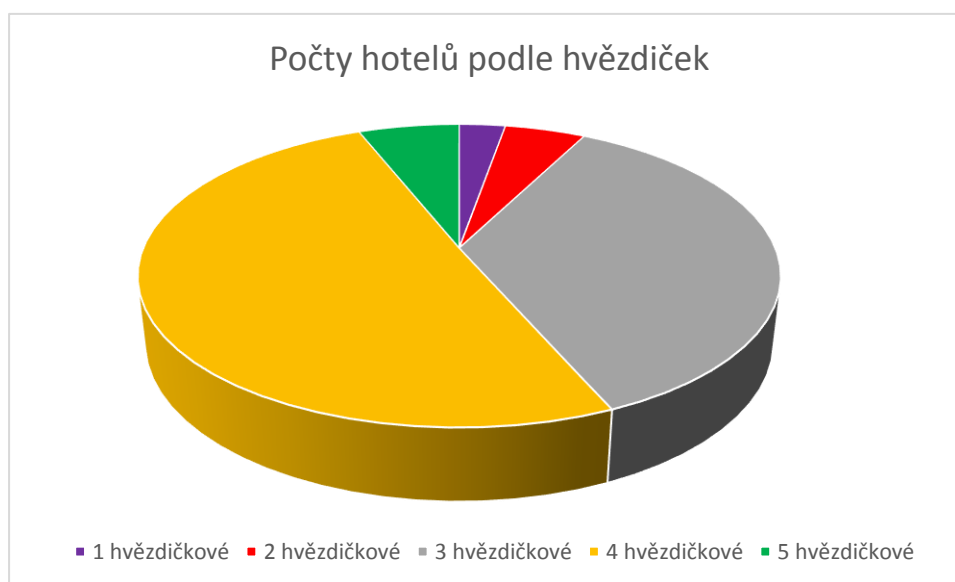
Zdroj dat: Guía de alojamientos turísticos de Mallorca

Lze vidět, že na Mallorce jednoznačně převažují hotely, kterých je zde přesně 578. Naopak nejméně je na Mallorce hostelů, jejichž počet dosahuje pouhých 37.

Rozdělení hotelů podle hvězdiček udává graf č. 4. Mallorská federace uvádí, že na Mallorce je pouze 16 jednohvězdičkových hotelů, 28 dvouhvězdičkových a 207 tříhvězdičkových. Největší zastoupení mají hotely se 4 hvězdičkami, kterých je na ostrově 292. Pětihvězdičkových hotelů (tedy hotelů, které vyhledávají lidé požadující luxus) se na Mallorce nachází 35 (Guía de alojamientos turísticos de Mallorca).

Kvalita hotelů s 1 či 2 hvězdičkami, by se dala srovnat s kvalitou hostelů, jejichž vybavení je často srovnatelné. Hostely proto občas v některých oblastech mohou „nahradit“ funkci prostších hotelů určených pro nenáročnou klientelu. Ve finále tedy na ostrově rozhodně není větší počet luxusních ubytovacích zařízení, než jednodušších. Z grafu je patrné, že 4 hvězdičkové hotely představují cca 50 % hotelů na Mallorce.

Graf č. 4 Rozložení hotelů podle počtu hvězdiček



Zdroj dat: Guía de alojamientos turísticos de Mallorca

Samozřejmě lze také využít ubytování přes Airbnb.com nebo Couchsurfing.com. Tyto trendy v ubytování nabízí noclehy v soukromí lidí. První zmíněný je server, který nabízí nocleh za peníze. Druhý zmíněný je sociální síť, kde lidé hledají bezúplatně nocleh podle kladných hodnocení a charakteristik uživatelů. Odměnou hostiteli často bývá například suvenýr ze země, ze které nocležník pochází.

8.2 Stravování

Obchodní komora Mallorcy dělí stravovací zařízení do 3 kategorií: restaurace, nápojové podniky a hromadné jídelny/poskytovatelé již připraveného jídla. Na celých Baleárských

ostrovech bylo v roce 2010 celkem 9500 stravovacích zařízení (Estudio sobre productos emergentes en las Illes Balears, 2010).

Na Mallorce se dle Cómitemallorca.com (©2017) nyní nachází celkem 3000 stravovacích zařízení. Z toho 132 zařízení se specializuje na typické španělské „tapas“. Ty by se daly přirovnat k jednohubkám. Celkem 167 restaurací se specializuje na španělskou a mallorskou kuchyni. Lze v nich tedy ochutnat typické pokrmy jako pa amb oli (chleba s olejem) – kterým v podstatě začíná každé jídlo na Mallorce, frit mallorquí (smažená směs různých jehněčích drobů) či paellu, která je typická pro celé Španělsko.

Na ostrově se nachází 7 restaurací nesoucích ocenění michelinské hvězdy. Tyto restaurace jsou rozptýleny po celém ostrově. Restaurace Zaranda, nacházející se cca 24 kilometrů západně od Palmy má dokonce 2 michelinské hvězdy (Infomallorca.net).

700 stravovacích zařízení z celého ostrova spadá pod Mallorskou asociaci kaváren, barů a restaurací. Tato asociace s názvem Restauración Mallorca vznikla v roce 1982 a prohlašuje se za asociaci s největším počtem členů na celém ostrově (Restauración Mallorca, © 2017).

Do stravování lze zahrnout i víno. Dle Infomallorca.net se na ostrově nachází 49 podniků souvisejících s vinařstvím – vinotéky, rodinné vinice, vinné sklípky. Lze si v nich zamluvit degustaci či exkurzi.

8.3 Doprava

Jak je uvedeno v úvodu kapitoly 7, nejpohodlněji se lze na Mallorcu dopravit letecky. Druhou možností je kombinace automobilu a lodi (či pouze lodi).

Na Mallorcu vyjíždějí trajekty z Valencie a Barcelony. Plavba trvá cca 8 hodin a nejčastěji se uskutečňuje přes noc. Spojení mezi pevninským Španělskem a Mallorcou provozuje trajektová společnost Acciona Trasmediterránea. Na ostrovech funguje také společnost Baleária, která provozuje spoje mezi jednotlivými baleárskými ostrovy (Gostelow, Edward, Lee, 1999).

Na Mallorce se nachází pouze jedno letiště a to v Palmě de Mallorca. Jmenuje se letiště Son Sant Joan. Nejdůležitější spoje jsou mezi Palmou a Barcelonou, Palmou a Madridem a Palmou a Düseldorfem, které ročně operují s milionem cestujících. Následuje je trasa Palma-Kolín s více než 800 tisíci cestujících ročně. V roce 2015 letiště odbavilo přes 23,7 milionů cestujících (Aeropuerto de Palma de Mallorca, © 2017).

Hromadná doprava na Mallorce se skládá z autobusové a železniční, která je v podstatě spojená s metrem. Tyto způsoby dopravy jsou zde dobře dostupné. Mallorca je směrem od Palmy rozdělena na 5 oblastí a každé oblasti odpovídají jiné linky označená příslušným počátečním číslem podle oblasti pro snadnější orientaci. Ještě zde navíc existují spoje označené počátečním číslem 8, které se specializují na dopravu na trhy v příslušné dny konání trhů. Ne všechny spoje jsou k dispozici po celý rok, některé z nich fungují pouze přes turistickou sezónu. Linky železniční dopravy jsou 3 a v Palmě splývají s linkami metra, které jsou na Mallorce dvě. Poslední možností hromadné dopravy jsou městské autobusy, označené písmenem E. Spojují Palmu a její nejbližší okolí. Lze se nimi dovést až do některých turistických letovisek na jihu ostrova. Těchto linek je v provozu celkem 29 (Transport públic de Mallorca).

Na Mallorce samozřejmě také funguje taxi služba, která umožňuje pohodlnější přesun z místa na místo. Cenu lze ujednat ještě před jízdou, většinou bývají vyvěšené na hlavním stanovišti v daném městě.

Pokud turista vlastní minimálně 6 měsíců řidičský průkaz a je mu 21 let a více, může si na Mallorce pronajmout auto. Velká většina autopůjčoven nabízí především malé osobní vozy, hodící se na místní komunikace. Některé půjčovny nabízí i pronájem motocyklů. Na Mallorce poskytuje své služby celkem 14 společností půjčujících auta. Lze zde najít mezinárodní společnosti jako například Europcar, Hertz, Sixt, nebo španělské poskytovatele jako například Recordgo a Goldcar.

Na Mallorce lze najít také půjčovny kol. Pobočky mají ve všech letoviscích a poskytovatelů je tu velké množství. Někteří poskytovatelé zároveň nabízí k pronájmu i skútry či menší motocykly. Dle informačního webu pro turisty se na Mallorce nachází 21 společností půjčujících kola (See Mallorca, © 1998-2016).

8.4 Průvodcovská činnost a turistické informační kanceláře

Turisté, kteří na Mallorcu přicestovali v rámci zájezdu od CK, mají ve většině případů možnost během výletů využít služeb průvodce dané cestovní kanceláře. Ostatní turisté mají možnost objednat si vlastního. Oficiální asociace turistických průvodců Baleárských ostrovů nabízí na svých stránkách vyhledávání průvodců, na které přímo uvádí kontakt. Lze se zde spojit s průvodci hovořícími bulharsky, česky, francouzsky, anglicky, německy, maďarsky, italsky, holandsky, norský, polsky, portugalsky, rumunsky, rusky, švédsky a ukrajinsky. Všichni průvodci zapsaní do této asociace dle stránek ovládají také španělštinu a katalánštinu (Colegio oficial de guías turísticos de las Illes Balears). Mallorca private tour guides nabízí

možnost zarezervovat si tematické prohlídky ostrova, přizpůsobené dané skupině turistů. Dle stránek jejich průvodci ovládají hned několik cizích jazyků a lákají turisty na to, že jim ukážou „pravou Mallorcu“ (Mallorca private tour guides).

Na Mallorce se nachází 42 oficiálních informačních center. Lze je najít prakticky v každém letovisku. Poskytují informace o daném letovisku a okolí. Na ostrově lze dále najít 3 pobočky, které se dle oficiálního portálu cestovního ruchu na Mallorce specializují mimo jiné i na informace o celém ostrovu. Dvě pobočky tohoto typu lze najít v Palmě, třetí pobočka se nachází přímo na letišti. Oficiální informační centra spolupracují se Španělskou centrálou cestovního ruchu (Infomallorca.net). Informace svým klientům poskytnou také recepční v ubytovacích zařízeních, samotní delegáti cestovních kanceláří či informační knihy cestovních kanceláří, které lze najít na recepci hotelů.

8.5 Cestovní kanceláře

Na Mallorce se nachází celkem 56 cestovních kanceláří poskytujících služby turistům, kteří na ostrov přicestovali. Hned 6 z nich má svou pobočku i na letišti v Palmě. Existují zde jak „univerzální“, tak specializované kanceláře. Některé kanceláře se specializují na výlety ve městě své působnosti (například Alcudia Tours, Bellavista Travel – výlety po Palmě, Jequil Tours – výlety v okolí S'Arenal). Jiné nabízí výlety po celé Mallorce - například Mallorca Viajes. Při hotelovém řetězci Barceló na ostrově působí také Barceló Viajes. Balear Reisen se soustředí na cykloturisty a pěší turisty z německy hovořících zemí a poskytuje jim výlety na sever ostrova. Mallorca Farmhouse Holidays Ltd a Davimar Tours, SL se specializují na agroturismus (Mallorcaweb.com, © 1996-2017).

Pro Voyages Vacances se na svých stránkách prohlašují jako největší expert na výlety a exkurze po Baleárských ostrovech. Jejich cílovým trhem jsou mezinárodní turisté, především turisté z Francie. V nabídce mají specializované exkurze – noční exkurze, výlety do zábavních parků, sportovní výlety, výlety lodí, kulturní prohlídky Palmy, výlety do jeskyní a jiné (Pro Voyages Vacances).

9. Formy cestovního ruchu na Mallorce

Následuje přehled forem cestovního ruchu, které se na Mallorce vyskytují. Výskyt právě těchto forem turismu uvádí Forcades Juan (2003) i Cardona (2015).

9.1 Pobytový cestovní ruch

Na Mallorce je skoro 300 pláží (Infomallorca.net). Má tedy ideální podmínky pro rozvoj pobytovému cestovnímu ruchu (či Sand and Sun turismu). Některá z letovisek, která jsou častým cílem SS turismu, jsou uvedena v kapitole 7.2.

Velkým trendem jsou all-inclusive pobyty, ačkoliv se poskytovatelé služeb snaží tento trend omezovat. Na Baleárských ostrovech se model all-inclusive pobytů poprvé objevil v roce 1950. Francouzská společnost Club Mediterranee někdy zkráceně Club Med otevřela první all-inclusive resort na Baleárech v letovisku Alcúdia na severu ostrova. Po tom, co se all-inclusive pobyty staly oblíbenějšími, se rozmohla výstavba a přestavba hotelů přizpůsobených tomuto typu pobytů (Anderson, 2012).

Ještě v roce 2010 se na Mallorce nacházelo 165 ubytovacích zařízení nabízejících all-inclusive pobyty. To tvořilo 18 % z celkové nabídky ubytování v té době. V červnu roku 2015 ale podíl zařízení nabízejících all-inclusive poklesl pouze na 12 %. Vyplývá tak z průzkumů Conselleria de Turisme (něco jako Ministerstvo cestovního ruchu). Důvodem údajně bylo to, že se některým hotelům tato nabídka nekompenzovala (J.L. Ruiz Collado, 2015). I přes tento pokles je ale nabídka all-inclusive pobytů více než pestrá. Lze to zjistit díky široké nabídce nejen českých CK ale i těch zahraničních.

Jak vyplívá z některých hovorů s místními i jak uvádí Jose Ramón Cardona (2015) all-inclusive pobyty nejsou mallorským obyvatelstvem vnímány pozitivně. Vadí jim, že turisté mnohokrát „nevystřídí paty z hotelu“ a chybí jim tak přímý kontakt s ostrovem. Také jim vadí negativní ekonomický dopad na jiná zařízení poskytující služby cestovního ruchu. Turisté nemají potřebu utrácet v restauracích a barech mimo svůj hotel. Jak dále J. R. Cardona (2015) uvádí – místní se mnohem pozitivněji dívali například na kulturní cestovní ruch.

9.2 Kulturní cestovní ruch

Web Spain.info (© 2016) spolupracující se Španělskou centrálou cestovního ruchu láká turisty na kulturní bohatství ostrova. Mezi největší lákadla řadí katedrálu v Palmě, palác Almudiana, náměstí Plaza Mayor, vnitrozemská městečka a vesničky jako například Valldemossa. Některé z kulturních turistických cílů jsou popsány v kapitole 7.3.

Katedrála v Palmě je nejčastěji navštěvovanější památkou v hlavním městě Mallorcey. V roce 2014 navštívilo katedrálu 875 tisíc návštěvníků. To ovšem tvořilo pouze 9 % ze všech turistů, kteří ten rok na ostrov přicestovali. Třicet procent z nich již katedrálu navštívilo někdy předtím. Přesto to ale bylo ještě o 15 tisíc návštěvníků méně, než v roce předchozím. Přitom devět turistů z deseti opustí Mallorcu bez návštěvy katedrály (Más de 875.000 turistas visitaron la catedral de Mallorca en 2014, 2015).

Dle portálu Tripadvisor se na Mallorce nachází 26 muzeí. Některá z nich se zaměřují na historii některá na umění a jiná jsou specializovaná pouze na určitý artikl (Tripadvisor, © 2017). Oficiální stránky cestovního ruchu na Mallorce (Infomallorca.net) udávají, že na ostrově lze navštívit celkem 75 různých kulturních atraktivit. Započítávají mezi ně historické památky, muzea, stálé expozice, významná místa, botanické zahrady apod.

Dle statistiky realizované Institutem ekologických studií z roku 2005 pouze 1,54 % turistů, kteří ostrov navštívili, byli motivováni kulturou (INESE). Aktuálnější data ohledně přesné situace v kulturním cestovním ruchu tento institut ani statistický úřad Baleárských ostrovů nepodává. Tendence zachovat alespoň tohle malé procento turistů motivovaných kulturou přesto zůstává.

Na posledním ročníku mezinárodního veletrhu cestovního ruchu FITUR se totiž Mallorca prezentovala právě jako destinace vhodná pro kulturní a mimo něj i pro gastronomický cestovní ruch. Vyplývá tak ze zprávy z tohoto veletrhu (20 minutos, 2016).

9.3 Gastronomický cestovní ruch

Strava v hotelích a restauračních zařízeních v letoviscích je většinou přizpůsobená mezinárodní klientele (na ostrově lze dokonce najít hned několik podniků specializujících se například výhradně na britskou kuchyni – ukazuje tak web Cómetemallorca.com). Ale i přes to se na Mallorce rozjíždí trend gastronomického cestovního ruchu. Vyplývá tak ze zprávy z turistického festivalu FITUR. Na posledním ročníku tohoto festivalu se Mallorca prezentovala jako vhodná destinace pro gastronomický cestovní ruch (viz výše).

Oficiální web cestovního ruchu na Mallorce (infomallorca.net) uvádí seznam potravin pocházejících z Mallorcy, které by mohly být lákadlem pro cestovatele zajímající se o gastro turismus. Je to olivový olej, na vzduchu sušený salám (sobrasada) a jiné vepřové uzeniny, med, mandle, víno a ensaïmada – pochutina ze sladkého těsta ve tvaru spirály, sypaná cukrem. U každého z těchto produktů web uvádí lokální značky daných produktů, a také to, kde je lze na ostrově pořídit.

Jak je uvedeno v kapitole 8.2, na ostrově se nachází celkem 7 restaurací s michelinskou hvězdou, z toho jedna restaurace má od roku 2016 hvězdy dokonce dvě.

Na ostrově je také možnost zarezervovat si výlet či prohlídku spojenou s gastronomií. Web Mallorca private tour guides má ve své nabídce „gurmánskou prohlídku města Palmy“. Dle jejich stránek se jedná o kulturní a historickou prohlídku Palmy oživenou o gastronomické zážitky. Turisté si sami zvolí, co by raději navštívili (a ochutnali) a průvodce jim přizpůsobí trasu (Mallorca private tour guides).

S gastronomickým cestovním ruchem souvisí také návštěva místních trhů. Dle Infomallorca.net jsou pouze v Palmě 3 pravidelné trhy. V dalších městech se trhy konají alespoň 1 týdně (někde i víckrát). Trhy se konají jak ve vnitrozemských městech, tak v přímořských. Nejvíce se jich koná v sobotu (Infomallorca.net). Jak je uvedeno v kapitole 8.3 na trhy se lze dopravit speciální linkou autobusů.

9.4 Párty cestovní ruch

Pod společností Thomas Cook (druhý největší evropský tour operátor) funguje na Mallorce (a nejen tam) tour operátor specializovaný na párty dovolenou. Jmenuje se Club 18-30 (Palatková, 2014). Club 18-30 ale není jediným tour operátorem specializujícím se na párty pobyty na Mallorce. V zahraničí lze nalézt poskytovatelů hned několik. Dalším poskytovatelem je společnost Tui. Společnost Tui na svých stránkách prezentuje jako nejvhodnější oblast pro párty dovolenou oblast S'Arenalu a letovisko Cala Rajada (TUI.com). Naopak Thomas Cook Club 18-30 nabízí na svých stránkách především pobyty v letovisku Magaluf (Magaluf clubbing holidays). To potvrzuje fakt, který vnímá místní obyvatelstvo a to je ten, že majoritní většina párty turistů v Magalufu je z Velké Británie a v oblasti S'Arenalu a Playa de Palma z Německa či Nizozemí.

V České republice existují pouze 2 společnosti specializující se na párty dovolenou na Mallorce. První je společnost Párty kýbl, která má v nabídce 3 hotely v Magalufu (Party kýbl,

© 2017). Další možností je cestovní agentura Impuls. Tato agentura doporučuje jak letovisko Magaluf tak S'Arenal (Impuls cestovní agentura).

Ačkoliv neexistuje žádná oficiální statistika ohledně přesného počtu párty turistů na ostrově již samotná nabídka tour operátorů potvrzuje, že hlavními oblastmi párty turismu na Mallorce jsou hlavně Playa de Palma a Magaluf.

Dle portálu infomallorca.net se na ostrově nachází 14 diskoték, z toho pouze 2 se nachází na severu ostrova (Infmallorca.net). Z toho lze vyvodit, že jih ostrova je jednoznačně vhodnější lokalitou pro tento typ turismu. Na ostrově se samozřejmě nachází mnoho jiných zařízení, které fungují jako diskotéky či taneční kluby, infomallorca.net se o nich ale nezmiňuje.

Heslo: „Pař, dokud nepřijde doktor!“, které na svých stránkách uvádí Tui (TUI.com) berou účastníci této formy cestovního ruchu často doslova. Na Mallorce účastníci tohoto typu cestovního ruchu provozují často tzv. „balconing“ – skáčou v podnapilém stavu z jednoho balkónu na druhý (Carretero, 2015). Dle dokumentu BBC je třeba ve 20-40 případech ročně zavolat lékařskou pomoc. V průměru ve 12 případech za rok to končí dokonce i smrtí. Ve stejném dokumentu je řečeno, že dalším problémem spojeným s touto formou turismu je také nedostatek sanitek v Palmě během hlavní turistické sezóny. Většina sanitek se přes noc rozjede k centřům nočního života (ačkoliv mnohokrát ji turisté volají zbytečně) a v Palmě jich zůstává jen velmi málo, což může mít až fatální následky (The truth about Magaluf, 2013).

9.5 Seniorský cestovní ruch

Mnoho seniorů, kteří volí každoročně Mallorcu jako svou prázdninovou destinaci se sem v podstatě vrací do svých nemovitostí. Někteří z nich zde vlastní domy a tráví zde část roku. Jsou to údajně především senioři ve věku 60-70 let pocházející ze západního Německa. Celkově je seniorský segment turistů rozložen po celém ostrově a nelze specifikovat, které letovisko je pro tento segment typické. Co je pro seniory ovšem charakteristické, je to, že volí tuto destinaci mimo hlavní sezónu. (La colonia alemana en Mallorca, 2009; Travel digest, 2016). Z rozhovorů s místními i se samotnými turisty seniory vyplývá, že ojedinelé nejsou ani případy, kdy senior nevládní na ostrově nemovitost, ale několikrát za rok se vrací do stejného hotelu a velkou část roku (či alespoň dobu, po kterou je hotel otevřený) tráví v tomto hotelu. Je to pro ně často pohodlnější a komfortnější.

Dle Institutu výzkumu v turismu je to především seniorský segment turistů, který na ostrově utrácí nejvíce peněz. Oproti mládeži, která dle výzkumu, utratila v roce 2014 v průměru

877 euro na osobu za svůj pobyt, senioři utratili v průměru až 981 euro na osobu (¿Qué turistas gastan más?, 2014).

Pro turisty seniory má specializovanou nabídku na Mallorcu jak mnoho zahraničních, tak také českých CK. Senioři pocházející ze zemí EU mají výhodu. Program „Europe senior tourism“ nabízí obyvatelům členských států EU starším 55 let dovolenou v některé autonomní oblasti Španělska, mimo sezónu, za zvýhodněnou cenu. Jedná se o organizovaný zájezd s dopravou, ubytováním ve čtyřhvězdičkových hotelích, s kompletní stravou, různými rekreačními aktivitami i pojištěním. Španělská vláda a daná autonomní oblast uhradí část nákladů na tuto cestu. Cílem toho programu je čelit problémům daných sezónností. Rezervace tohoto pobytu je možná přes jednotlivé CK, které mají tento program zahrnutý ve svých nabídkách. Mallorca je mezi nabízenými destinacemi (Europe senior tourism, 2014).

9.6 Cykloturismus

Po Mallorce vede 1250 kilometrů silnic, z toho 675 kilometrů jsou silnice druhé třídy, z toho 20 % se nachází v horách. Během zimy se sem sjíždějí profesionální cyklisté z celé Evropy, na soustředění a tréninky. Zdejší klima v zimě je pro ně ideální. Skupinky a týmy amatérských cyklistů se sem sjíždějí především od února do května, kdy je ostrov ještě bez záplavy masových turistů.

Díky rozmanitému reliéfu se dá přizpůsobit trasa všem věkovým kategoriím i všem úrovním trénovanosti. Web o Baleárských ostrovech nabízí možnost vybrat si z 9 doporučených tras, u kterých nabízí i mapu ke stažení (Mallorca Illes Balears).

Dle A. Alemany Schmidt je typologie cykloturistů, kteří zavítají na Mallorcu následující. Věkově se pohybují mezi 30-50 lety. Ze 70 % jsou to muži. Z 65 % mají vysokoškolské vzdělání. Jedná se jak o Španěly, tak i o zahraniční turisty. Nejvhodnější oblastí pro cyklistiku je údajně severní část ostrova v okolí Alcúdie a C'an Picafort.

Ciclismoenmallorca.com (2015) uvádí na svých stránkách doporučené hotely pro cyklisty. Doporučené hotely nabízejí ubytovaným často speciální stravu vhodnou pro sportovce, wellness aktivity pro odpočinek, úschovnu kol, nářadí pro opravu kol. V některých případech ubytovací zařízení nabízí i specialisty na opravu kol či na konzultaci ohledně tras či samotné cyklistiky. Celkem se dle této stránky na ostrově nachází 101 ubytovacích zařízení, které nabízí alespoň některé z vybraných služeb vhodných pro cyklisty.

Mallorca momentálně zažívá boom v oblasti cykloturistiky. Jak vyplývá z výzkumu, celkem 85 tisíc cykloturistů navštívilo Mallorcu v roce 2010. Průměrně utratili více než 100 eur na osobu a den (El cicloturismo crecerá un 5 % según la Fundación Mallorca Turismo, 2011). Dle výzkumu profesorů Univerzity Baleárských ostrovů to v roce 2013 bylo již 150 000 cykloturistů, s tím, že do roku 2016 byl očekáván opětovný nárůst (Alemany Schmidt). Pro rok 2017 se dle odhadů agentury pro cestovní ruch Baleárských ostrovů čeká nárůst ještě o dalších 15-20 % než v roce 2016.

Dle průvodce Lonely Planet existuje hned několik společností, které nabízejí cyklozájezdy na Mallorcu. Například britské společnosti Headwater, německé Bitou, Vuelta a Bikesport (Simonis, Andrews, 2008). Mezi české společnosti patří například Alltraining.cz, která nabízí 10 denní tréninkové kempy pro všechny úrovně cyklistů. Centrum nabízí pobyty v rozmezí únor-květen (Alltraining.cz, © 2007-2017). Další možností je například Bondo cyklocestovka. Nabízí termíny v květnu nebo v září. Bondo nabízí při svých pobytech trasy na 4 úrovních trénovanosti (Bondo.cz, © 2017).

9.7 Ostatní formy cestovního ruchu

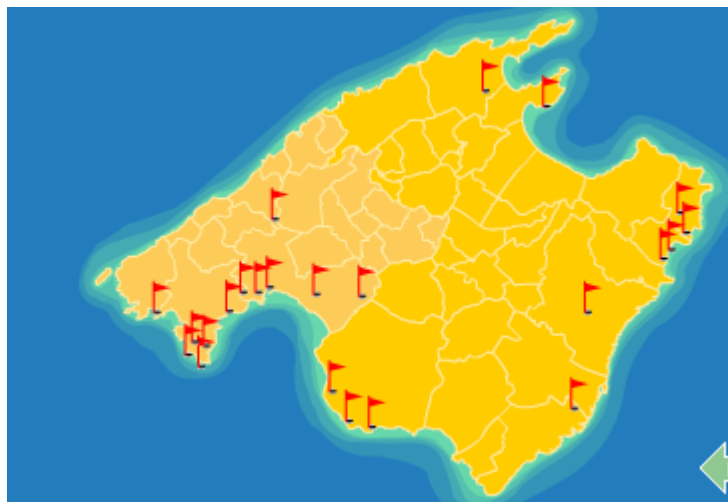
Luxusní cestovní ruch nebo také cestovní ruch bohatých, jak je nazývají některé španělské zdroje, má na ostrově také své místo. Svědčí o tom samotná přítomnost hotelu značky Jumeirah (viz kapitola 7.2) i počtu pětihvězdičkových hotelů (viz kapitola 8.1).

Dle španělské asociace „Luxury Spain“ je Mallorca mezi pěti nejlepšími španělskými destinacemi pro luxusní cestovní ruch. Mallorská federace hotelnictví se dohromady s dalšími 24 podniky spadajícími pod cestovní ruch spojily a vytvořili asociaci Essentially Mallorca. Tento projekt má za úkol představit ostrov jako destinaci luxusního cestovního ruchu. V asociaci se spolčily jednotlivé segmenty z oblasti služeb cestovního ruchu a dohromady vytvořily komplex nabízející luxusní služby (Mallorca crea un cluster de turismo de lujo, 2015). K luxusnímu cestovnímu ruchu neodmyslitelně patří golfová turistika.

Na Mallorce se nachází 23 golfových hřišť. Jejich rozložení na ostrově ukazuje obrázek č. 2. Jak ukazuje obrázek, největší koncentrace golfových hřišť je na jihu ostrova, západně od Palmy. Turisté přijíždějící za golfem většinou přicestují mimo hlavní sezónu. Nejlepšími měsíci pro golf jsou údajně září, říjen, březen a duben. Tito turisté na ostrově utratí výrazně více peněz, než průměrný turista. V roce 2014 činila průměrná útrata golfového turistu na ostrově 160 euro za den. Oproti tomu průměrný „obyčejný turista“ v roce 2014 utratil pouze 138 euro za den. Neexistuje aktuální statistika počtu golfových turistů na Mallorce, ovšem dle propočtů a

kalkulací se odhaduje, že v roce 2015 navštívilo ostrov více než 150 tisíc golfových turistů. Co se týče národností, největší zastoupení tu mají opět Němci, Britové a Skandinávci (Verger, 2016).

Obrázek č. 2 Rozložení golfových hřišť na ostrově



Zdroj: Mallorca Illes Balears

Agroturismus a venkovský turismus jsou na Mallorce také rozšířené. Existuje zde více než 200 venkovských ubytovacích zařízení a dohromady nabízí kapacitu více než 2 000 míst. Turisté, kteří vyhledávají tento typ turismu, jsou lidé vnímající životní prostředí, utíkají před stresem, chtějí být v přímém kontaktu s přírodou a chtějí poznat něco nového. Zařízení věnující se tomuto typu cestovního ruchu se na Mallorce vyskytují především v oblasti Serra de Tramuntana (západní část ostrova zahrnující především pohoří) a v oblasti Pla de Mallorca což je plošina ve středu ostrova, zahrnující i oblast Playa de Muro (Infomallorca.net).

10. SWOT analýza Mallorce

Následuje SWOT analýza Mallorce. Popisuje faktory, které ovlivňují cestovní ruch na Mallorce a jeho vývoj a může tak sloužit k posouzení destinace. Cílem této SWOT analýzy je sestavit seznam slabých a silných stránek a dále odhalit hrozby a příležitosti s těmito stránkami spojené. Analýza se zaměřuje především na faktory, které ovlivňují (nebo by v budoucnu ovlivnit mohly) cestovní ruch na Mallorce a jeho budoucí vývoj.

10.1 Silné stránky

- **Rozmanitost** – Ostrov může nabídnout každému návštěvníkovi něco. To je důvod, proč se zde daří tolika formám cestovního ruchu. Ostrov může nabídnout kilometry silnic pro cyklisty, krásné pláže pro SS turisty, kulturní a historické památky a pozoruhodnosti pro účastníky kulturního cestovního ruchu, velké množství aktivit a sportů pro mládež či rodiny s dětmi a spoustu golfových hřišť pro golfové turisty. Díky této rozmanitosti nemusí ostrov spoléhat pouze na jeden segment turistů a může profitovat hned z několika typů.
- **Známost destinace** – Mallorca má své stálé místo mezi nejoblíbenějšími destinacemi v Evropě – svědčí o tom počet turistů, kteří každý rok ostrov navštíví. Zájezdy na Mallorcu poskytuje většina tuzemských i zahraničních CK, lze si vybrat z mnoha letovisek, hotelů či tematických zájezdů. Není třeba vynakládat velké množství zdrojů na zviditelnění ostrova, neboť už jako turistická destinace v povědomí lidí je.
- **Množství a čistota pláží** – Jak již bylo uvedeno, na Mallorce se nachází skoro 300 pláží (různých druhů). Cca 30 z nich bylo oceněno modrou vlajkou. I přes velké množství lidí na plážích přes vrcholnou sezónu, jsou pláže většinou uklizené. I moře je čisté, na většině míst je vstup do vody pozvolný, na některých místech ostrova lze provozovat šnorchlování či potápění. Mallorské pláže proto i nadále zůstávají velkým lákadlem.
- **Infrastruktura** – Na ostrově je velmi dobře rozvinutá infrastruktura. Počínaje dopravní infrastrukturou – lze se velmi pohodlně přepravovat po ostrově. Také občanské vybavení a infrastruktura cestovního ruchu je na vysoké úrovni. Je zde velké množství hotelů, stravovacích zařízení a zařízení poskytujících zábavu. Služby související s cestovním ruchem se zde formovaly již od počátků turismu a díky tomu si lze na Mallorce vybrat z široké nabídky. Není třeba vynakládat velké množství zdrojů na zásadní rozvíjení infrastruktury. Stačí ji udržovat a přizpůsobovat době.
- **Dopravní dostupnost z Evropy** – Rozvinutá dopravní infrastruktura souvisí také s velmi dobrou dopravní dostupností ostrova z Evropy. Z pevninského Španělska se

sem lze dopravit nejen letadlem, ale také trajekty. Z většiny evropských zemí létají na ostrov přímé spoje. Z některých letišť dokonce několikrát denně.

10.2 Slabé stránky

- **Přelidnění v hlavní sezónu** – V hlavní turistickou sezónu musí většina letovisek čelit velkému množství turistů. Kapacita je na některých místech nedostačující. To má za následek přelidněné pláže, hotely, zábavní parky i jiná zařízení související s cestovním ruchem. Turisty hledající liduprázdná místa a pláže tak Mallorca v hlavní turistickou sezónu rozhodně nepřiláká.
- **Problémy související s pártý turismem** – Párty cestovní ruch není oblíbený místními obyvateli. S jeho rozvojem totiž souvisí celá řada problémů. Prodej drog, krádeže, prostituce, úrazy, potyčky a incidenty v opilosti, což „zbytečně“ zaměstnává záchrannou službu i policii. Největším problémům rozhodně čelí letovisko Magaluf. Může existovat spousta lidí, kteří si myslí, že taková situace panuje na celém ostrově, což může být důvodem, proč se při plánování své dovolené Mallorce vyhýbají.
- **All-inclusive** – Díky all-inclusive pobytům spousta turistů po celou dobu své dovolené nemá potřebu opustit hotelový areál. To vede k tomu, že turisté na ostrově utrácejí méně peněz a také nepoznají z daného ostrova vůbec nic. I přesto, že ostrov navštívili, mohou mít o něm mylnou představu. Jako největší problém to vnímají zaměstnanci a majitelé lokálních barů a restaurací, kterých se tento problém týká nejvíce.

10.3 Příležitosti

- **Jeskyně** – Mallorca by mohla v budoucnu nalákat novou skupinu turistů, a to zájemce o speleologii. Jak je již uvedeno, na Mallorce se nachází hned několik jeskyní. Pokud by se o jejich přítomnosti dozvědělo více lidí, nalákalo by to speleology (amatéry i odborníky) a zájemce o jeskyně celkově. Mohla by se zde rozvinout nová, specifická forma cestovního ruchu.
- **Konverze masového turismu v luxusní turismus** – Pokud by se projekt Essentially Mallorca rozvíjel dle plánů, mohla by se Mallorca představit v novém světle. A to především jako destinace luxusního cestovního ruchu. Samotná přítomnost velkého počtu golfových hřišť na relativně malém ostrově, několika restaurací oceněných michelinskou hvězdou i několika hotelů s 5 hvězdičkami by tomu mohla pomoci. To by mohlo vyřešit problémy s přelidněností v hlavní sezónu, či tím, že turisté utrácejí méně peněz.

10.4 Hrozby

- **Nedostatek vody** – Mallorca čelí především v létě nedostatku pitné vody. Nabídka je nedostatečná a to může vést k dramatickému růstu cen vody či k environmentálním problémům. Vzhledem k tomuto problému by se Mallorca nadále nemohla prezentovat jako turistická destinace nejvyšší třídy. Nemusela by (vzhledem k pitné vodě) zvládat každoroční nápor turistů. Je tedy nutná změna v udržitelnosti zdrojů vody.
- **Ztráta národní identity** – S neustálým náporem zahraničních – především německých - turistů (kteří zde skupují také nemovitosti) by mohl v budoucnu souviset problém ztráty národní identity, která je pro každý národ unikátní. Mísily by se zde charakteristické rysy „zahraničních obyvatel“ a místních. Národní identita Španělů by na tomto ostrově mohla zcela vymizet, nebo se změnit k nepoznání, což by mohlo vést ke změně celého charakteru ostrova.

11. Případové studie na vybrané formy cestovního ruchu

Následují 4 případové studie související s vybranými formami cestovního ruchu na Mallorce. Kritériem výběru právě těchto letovisek byly rozhovory s místními obyvateli (zaměstnanci v cestovním ruchu) i dostupné zdroje – především oficiální portály jednotlivých letovisek (Playademuro.net, Visticalamillor.com, Portadriano.com). Rozhovory i zdroje potvrdily, že právě v těchto letoviscích je daná forma cestovního ruchu, či problém spojený s danou formou cestovního ruchu výrazný a aktuální.

11.1 Magaluf – image letoviska

Přes 20 let je Magaluf centrem párty turismu na Mallorce. Každou noc se zde dle dat poskytnutých hoteliéry za zábavou vydá přes 20 000 turistů. Po roce 2014 se zde snažila španělská vláda i organizace jako Úřad cestovního ruchu Španělska snižovat procento party turistů a navyšovat procento rodin a „bezproblémových turistů“. Činili tak s cílem zachovat zdravý vztah mezi turisty a obyvateli letoviska Magaluf.

Od léta 2015 vláda zakázala konzumaci alkoholu na ulici mezi 22 hodinou večerní a 8 hodinou ranní, „tour de bar“ čítající více než 20 lidí. Za tzv. balconing (skákání z jednoho hotelového balkónu na druhý) je od léta 2015 stanovená pokuta mezi 750-1500 eury, je zakázané chodit nahý po ulici, je zakázané kupovat si v obchodech alkohol mezi půlnocí a 8. hodinou ranní. Pokuta mezi 750-1500 eury od 9. června 2015 čeká také na ty, kteří by se vyprazdňovali na ulici (Vera, 2015).

Již v srpnu 2015 bylo dle statistik jasné, že v Magalufu bylo méně párty turistů a více „bezproblémových turistů“. Za léto 2015 bylo dle údajů poskytnutých hoteliéry v Magalufu o 50 000 párty turistů méně a naopak se zvýšilo přenocování rodin a párů. Rodin bylo o 3,2 % více a párů o 2 % více. Ovšem už v červnu 2016 bylo v Magalufu o 6,41 % párty turistů více, než ve stejném měsíci v roce 2015. V měsíci červenci to bylo dokonce o 8,75 % párty turistů více než v roce předchozím.

Dalším plánem úřadu cestovního ruchu, jak změnit image destinace, je od listopadu 2016 projekt nového hotelu. Ten by zde měla do roku 2018 postavit prestižní hotelová společnost Meliá. Hotel by měl mít 4 hvězdičky a nabízet nadstandartní služby. Dále je v plánu výstavba nového obchodního centra. Vidinou je ukázat Magaluf jako inovativní letovisko, které nabízí něco pro každou generaci a každou sociální třídu, a nejen jako jedno z mnoha letovisek párty turismu.

11.2 Playa de Muro – cykloturismus a sezónnost letoviska

Letovisko Playa de Muro se samo prohlašuje jako specializované právě na cykloturismus. Je to dáno jeho polohou (sever ostrova, lze se snadno napojit na hlavní cyklistické trasy na ostrově) i samotným vybavením letoviska, přizpůsobeným cykloturistům. Cykloturistům jsou k dispozici specializované obchody, hotely i několik fyzioterapeutických ordinací. Své hlavní sídlo tady mají hned 4 půjčovny kol a 2 touroperátoři specializující se na cykloturistiku – Max Hürzeler a Easy Tours. V Playa de Muro se nachází 14 hotelů nabízejících speciální služby pro cyklisty jako například garáž a úschovnu kol zdarma, dílnu s náradím pro opravu kol a prostory pro očistu kol. Během měsíců říjen – květen sem dle výzkumu, který realizovali na Univerzitě Baleárských ostrovů, přicestuje 80 - 140 000 cykloturistů.

Každý rok se zde koná hned několik mezinárodních cyklistických festivalů, akcí a závodů. V říjnu se zde každoročně koná závod pro handicapované cyklisty na specializovaných kolech. Má 3 etapy a každá z etap trvá jeden den. Pokud by se o něm do budoucna dozvědělo více zahraničních turistů, mohla by to být pro letovisko ještě velká příležitost.

Mallorca 312 je jednodenní mezinárodní akce, kdy se cyklisté z různých zemí vydají na trať dlouhou 312 kilometrů napříč celým ostrovem. Termín akce bývá většinou stanoven na jednu sobotu v rozmezí duben – květen. Spousta účastníků přijede už o pár dní dříve, takže potřebují ubytování, stravu i zábavu ve volném čase.

Akce se koná každoročně již od roku 2010, kdy se jí zúčastnilo pouhých několik stovek účastníků. Od té doby si získala větší oblibu i mezi zahraničními cyklisty a tak se jí nyní účastní již více než 3 000 cyklistů z více než 13 zemí. Start i cíl cesty jsou v hotelu Iberostar Playa de Muro.

Konání všech těchto akcí má pozitivní ekonomický dopad na celé letovisko. Vyplývá tak z výzkumu profesorů z Univerzity Baleárských ostrovů. V roce 2013 činily příjmy z konání akce Mallorca 312 v Playa de Muro více než 2 miliony eur. Důležitý fakt je, že tento příjem letovisko zaznamenalo mimo hlavní sezónu. To je pro letovisko značná výhoda. Jiná, přibližně stejně velká letoviska mají mimo sezónu zavřenou většinu či všechna svá zařízení. To ale není případ Playa de Muro.

11.3 Cala Millor – letovisko masového turismu

Cala Millor je ukázkovým příkladem letoviska, které je univerzální. Letovisko se začalo stavět již v 50. letech a od té doby se neustále rozvíjí a rozšiřuje. V letovisku, které je největší

na východě ostrova (a jak se samo deklaruje - 3. nejoblíbenější na ostrově), se nachází celkem 48 hotelů a aparthotelů, které celkem disponují kapacitou 38 000 lůžek.

Cala Millor se přímo nespécializuje na určitý typ turistů, každému může nabídnout něco. To by se dalo považovat za negativní rys, neboť díky tomu, že je tohle letovisko „vhodné pro každého“ čelí každý rok velkému tlaku ze strany masových turistů. Negativních dopadů, které by nápor turistů mohl mít nejen na přírodní zdroje, ale také celkově na stav přírody v okolí letoviska si všimla obecní rada, majitelé hotelů i další zainteresované strany.

Městský úřad použil jako doplněk k masovému turismu především sport a jiné zájmové činnosti. Dvakrát do týdne se začaly pořádat sportovní akce (plážový fotbal, tenis a badminton) pod dohledem kvalifikovaných lektorů. Cílem bylo podpořit sportovní aktivity a dosáhnout toho, aby pláže v Cale Millor byly více ekologické a udržitelné.

Některé hotely v Cala Millor, prošly před sezónou 2015 rekonstrukcí. Byly nainstalovány prvky, které přispívají k šetření energií a vody a zvětšila se také snaha o využívání lokálních potravin v hotelových kuchyních.

Zhoršenou situaci životního prostředí (a možné negativní následky v budoucnosti, pokud by věci zůstaly při starém) v okolí letoviska si uvědomila také rada Mallorcy. Rada začala uvažovat o změnách, které bude třeba provést. Dle jejich plánu z března 2015, by se měla zlepšit především ochrana přírody v okolí letoviska a rozvržení celého letoviska. Dále je třeba přejít z monotónního pobytového turismu k turismu, který bude více specifikovaný, více diverzifikovaný a více spjatý s přírodou.

Možné příklady jsou specializace na cykloturismus, pěší turistiku či turismus spjatý s jízdou na koních. Další vidinou může být vytvoření agro-turistického parku v centru města, ve kterém by se daly provozovat sportovní aktivity a zároveň by tak byl vložen prvek zeleně do centra „města“ (letoviska), vysázení více zeleně a změna hranice mezi ulicí a samotnou pláží.

Ačkoliv není jasné, do kdy mají být změny v Cale Millor dokončeny, znamenají pro letovisko zajímavou vidinu budoucnosti a snad by mohly přispět ke zlepšení problémů spojených s masovým turismem.

11.4 Port Adriano – letovisko luxusního turismu

Na místě, kde se nachází Port Adriano, tak jak je známý dnes, se dříve nacházel zcela obyčejný přístav. Jeho jedinou konkurenční výhodou byla strategická poloha, která byla pravděpodobně důvodem toho, proč se zrovna toto místo změnilo v superluxusní přístav.

Vidinou bylo přitáhnout nový segment turistů - bohaté turisty, hledající luxus a nadstandardní služby. Port Adriano se sám deklaruje jako nejmodernější luxusní sportovní přístav ve Středozemním moři. Budování luxusního přístavu, nacházejícího se na jihozápadě Mallorcy, začalo v roce 2007 a bylo plně dokončeno v roce 2012. Za dnešní podobou přístavu stojí známý francouzský architekt Phillipe Starck.

Do přestavby bylo investováno celkem 90 milionů eur. Pozitivní dopad mělo zbudování luxusního přístavu také na zaměstnanost. Vzniklo zde 285 pracovních míst (Naveda, 2012).

V přístavu se nachází kolem 40 módních butiků, barů, obchodů a restaurací. Také nabídka kulturních akcí je přizpůsobena místní klientele. Během letních prázdnin se v přístavu od úterý do neděle konají mnohé koncerty, regaty a vystoupení umělců. Dále letovisko nabízí lekce jógy, vaření s experty, gastronomické festivaly, přehlídky automobilových veteránů či aktivity pro děti.

Od doby znovuotevření se zaplnily také zdejší nemovitosti. Mnohé z nich jsou nyní pronajímány jako prázdninové domy. Dokonce za cenu vyšší než na jiných místech na ostrově. Dle nabídky rezervačního portálu prázdninových domů Rentalia.com je průměrná cena prázdninového domu v oblasti Port Adriano 142 eur za noc. V jiných oblastech se cena pohybuje kolem 100 eur za noc.

Pláž je zde pravidelně uklížena (přístav je dokonce součástí ekologického projektu The Seabin project) a výhodou je, že z Port Adriano je to blízko hned na několik golfových hřišť, což právě místní klientela dokáže ocenit.

V přístavu Port Adriano se nachází pouze jeden hotel. Jmenuje se Hotel Pure Salt Port Adriano a patří k luxusnímu řetězci hotelů Pure Salt Luxury Hotels. Tento pětihvězdičkový hotel je přístupný pouze dospělým. Vybavení pokojů i samotné služby hotelu jsou nadstandardní.

Port Adriano je ukázkovým příkladem toho, jak lze z obyčejného přístavu, udělat místo, které bude každoročně lákat několik tisíc turistů. A to navíc segmentu turistů, který na ostrově

každoročně zanechá více peněz, než masoví turisté. Tento segment tak může do budoucna představovat velkou příležitost. Dle výzkumu realizovaného obchodní komorou Mallorcy nechá tento segment turistů na ostrově v průměru 1 000 euro na osobu a den, což je přibližně 7x více, než útrata masového turisty. Přístav by tak mohl sloužit jako ukázkový příklad pro další letoviska.

Závěr

Mallorca nabízí nepřehledné množství možností, jak zde strávit svůj pobyt. Je to dáno nejen výhodnou polohou, ale také tím, že infrastruktura spojená s cestovním ruchem je zde už značně rozvinutá. Každý turista si zde najde to své. Díky svému klimatu láká ostrov turisty po celý rok, ačkoliv rozdíl mezi počtem turistů v hlavní sezóně a vedlejší sezóně je značný.

Cílem bakalářské práce na téma Analýza cestovního ruchu na Mallorce bylo zanalyzovat destinaci a její aktuální situaci v cestovním ruchu a shromáždit aktuální data vztahující se k turismu na ostrově. Dále zanalyzovat služby spojené s cestovním ruchem a popsat nejvýraznější formy turismu, které se na ostrově vyskytují a také nastínit případný možný budoucí vývoj této destinace.

Práce se skládá ze dvou částí – z teoretické a analytické. V teoretické části byl charakterizován cestovní ruch jako celek. Byla provedena literární rešerše především tištěných publikací věnujících se cestovnímu ruchu. Byla stručně popsána historie cestovního ruchu a definovány nejdůležitější, základní pojmy spojené s cestovním ruchem. Byly charakterizovány formy cestovního ruchu a také určité typy turistů. V poslední kapitole teoretické části byly popsány některé výzkumné metody, používané v cestovním ruchu.

Analytická část začíná krátkým popisem aktuální situace cestovního ruchu v celém Španělsku a poté už pokračuje situací na Mallorce.

Analýza byla provedená na základě jak tištěných zdrojů (především dostupných turistických průvodců) tak internetových zdrojů - oficiálních stránek turismu ve Španělsku i na Mallorce, oficiálních portálů jednotlivých letovisek a jiných portálů souvisejících s cestovním ruchem. Data byly čerpány ze statistik oficiálního Statistického úřadu Baleárských ostrovů či statistik a výzkumů hoteliérských asociací. Některé údaje na svých stránkách statistický úřad záměrně skrývá či neudává a to byl hlavní problém při psaní práce. Byla popsána a zanalyzována současná situace cestovního ruchu na Mallorce jako celek. Poté byly zanalyzovány jednotlivé služby související s cestovním ruchem – ubytovací, stravovací, průvodcovské, dopravní a služby spojené s činností cestovních kanceláří. Dále byla popsána některá významná letoviska a turistické cíle, na které láká hned několik turistických průvodců (jak českých tak zahraničních). Byly zanalyzovány také formy cestovního ruchu, které se na ostrově vyskytují.

V předposlední kapitole analytické části byla provedena SWOT analýza destinace. Silnými stránkami je jednak známost a rozvinutost destinace, ale také výhodná poloha. Největší slabou stránkou destinace je velká přelidněnost, které ostrov čelí během hlavní sezóny. Největší příležitostí ostrova je, pokud vejde ve známost jako destinace pro luxusní cestovní ruch a změní se tak z destinace masového turismu na destinaci luxusního turismu. Těchto lidí by sem sice přicestovalo méně, ale mohli by utratit větší množství peněz, než velký počet masových turistů. Jako největší hrozba je vnímán nedostatek vody, se kterým se ostrov potýká během hlavní turistické sezóny.

Poslední kapitolou analytické části jsou 4 krátké případové studie, které se věnují určitým formám cestovního ruchu. Jsou v nich popsána 4 letoviska a aktuální problémy či situace v těchto letoviscích. Jsou v nich srovnány dopady, které na letovisko má specializace na určitý typ turismu. Dvě ukazují negativní dopady a dvě ukazují naopak pozitivní dopady.

První případová studie je věnována negativním dopadům specifické formy turismu (párty turismus) především na image letoviska. Druhá případová studie ukazuje, jak lze bojovat proti sezónnosti v letovisku. Třetí případová studie ukazuje možný negativní dopad masového turismu na letovisko, které se nespécializuje na žádný typ turismu a na to, jak lze těmto negativním dopadům zabránit. Poslední případová studie ukazuje letovisko, které si během pár let prošlo obrovskou rekonstrukcí a změnilo se tak z dalšího nespécializovaného a neznámého letoviska na jedno z nejluxusnějších letovisek ve Středomoří.

Bakalářská práce Mallorcu ukázala jako vhodnou turistickou destinaci, která má i do budoucna co nabídnout. Byla provedena analýza především současné situace cestovního ruchu na Mallorce a také služeb spojených s turismem. Destinace byla přiblížena čtenářům. Byl nastíněn možný budoucí vývoj některých letovisek. Práce by mohla být využita jako turistický průvodce pro případné zájemce o pobyt v této destinaci nebo jako informační zdroj pro investory do sektoru cestovního ruchu, či samotné hoteliéry.

Summary

The aim of this bachelor thesis was to analyse tourism in Mallorca. Mallorca is the biggest of the Balearic Islands, belonging to Spain. The island is a favourite holiday destination and offers a wide range of possibilities how to spend your holiday.

In my bachelors thesis I've tried to describe and analyse the current situation in the tourism in Mallorca. One of the aims was present the island as a perspective and ideal tourist destination and describe the main forms of tourism which we can find in this island.

Thesis is divided into two parts – the theoretical and the analytical. The first part is a research of available literature dedicated to the topic of tourism. This part serves as an introduction and it deals with the main concepts of the field of tourism. It describes a history of tourism and some basic terms. Next part divides tourism into different kinds and forms and describes them shortly. The last chapter of the theoretical part was devoted to some methods of analysis in tourism.

Analytical part begins with the description of the current situation in tourism in Spain. Next chapters are devoted to the description of Mallorca, current situation in the tourism and analysis of this situation. It also defines main forms of tourism in Mallorca. For the analysis there were used mainly data from official statistical office of Balearic Islands.

The penultimate chapter of the analytical part is SWOT analysis of Mallorca. The very last chapter of this thesis are 4 case studies devoted to the certain types of tourism in Mallorca. Two of them show the positive aspects and results, two of them show the negative aspects or possible negative results.

In conclusion we can say that Mallorca is still on the top of the list of favourite destinations in Europe and probably will be also in the future. This work could be used as a touristic guide for people who want to visit this island but don't know which resort would suit them better or for the investors into the tourism in Mallorca.

Seznam použité literatury

ČERTÍK, Miroslav. *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF, 2001, 352 s. ISBN 8023862758.

GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RICHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0298-2.

GOSTELOW, Martin, Judith EDWARD a Brigitte LEE. *Mallorca a Menorca*. 1. vyd. Bučovice: RO-TO-M, 1999. ISBN 80-85840-34-0.

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011, 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

LANDSPERSKÝ, Hanuš a Josef ŠKVOR. *Mallorca, Menorca: turistický průvodce*. 1. vyd. Praha: Slovart, 1999. ISBN 80-7209-139-5.

LEPKOVÁ, Hana. *Nové netradiční formy cestovního ruchu*. Brno, 2009. Bakalářská práce. MUNI. Vedoucí práce Doc. RNDr. Jiří Vystoupil, CSc.

LINDEROVÁ, Ivica, Petr SCHOLZ a Michal MUNDUCH. *Úvod do metodiky výzkumu* 1. vyd. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2016. ISBN 978-80-88064-23-7.

ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. V Praze: Idea servis, 2010, 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.

PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4862-7.

RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009, 187 s. Management. ISBN 978-80-7418-028-6.

SIMONIS, Damien a Sarah ANDREWS. *Mallorca*. 1. vyd. Praha: Svojtka & Co., 2008. ISBN 978-80-7352-947-5.

Travel Digest. Praha: 1. distribuční společnost, 2016, 10(12). ISSN 1211-5312.

THOMAS COOK. Entdecken Sie Mallorca [propagační brožura] Thomas Cook, © 2014

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. *Základy cestovního ruchu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-2104205-2.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

Seznam internetových zdrojů

¿Qué turistas gastan más? *Diario de Mallorca* [online]. 2014 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://www.diariodemallorca.es/mallorca/2014/07/22/turistas-gastan/948639.html>

11. specifické formy cestovního ruchu. *Škola cestovního ruchu* [online]. 2012 [cit. 2016-11-06]. Dostupné z: <http://skola-cr.webnode.cz/news/a11-specificke-formy-cestovniho-ruchu/>

20 minutos [online]. 2016 [cit. 2017-03-23]. Dostupné z: <http://www.20minutos.es/noticia/2647991/0/turismo-cultural-gastronomia-centraran-promocion-baleares-fitur-2016/>

7. Průvodcovská činnost, komentovaná procházka místními atraktivitami. *Czechtourism* [online]. 2016 [cit. 2016-11-13]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/7-pruvodcovska-cinnost-komentovana-prochazka-mistnimi-atraktivitami/>

ABC Mallorca [online]. c2017 [cit. 2017-03-22]. Dostupné z: <https://www.abc-mallorca.es/>

Aeropuerto de Palma de Mallorca. *Aena* [online]. © 2017 [cit. 2017-01-09]. Dostupné z: <http://www.aena.es/es/aeropuerto-palma-mallorca/presentacion.html>

ALEMANY SCHMIDT, Alexandra. *Impacto del cicloturismo en Mallorca y el caso de Mallorca 312* [online prezentace]. [cit. 2017-01-20]. Dostupné z: <http://www.viasverdes.com/vvandalucia/pdf/Jornada01/ALEXANDRAALEMANY.pdf>

Alltraining.cz [online]. © 2007-2017 [cit. 2017-01-17]. Dostupné z: <https://www.alltraining.cz/kempy/mallorca/>

Analýza konkurence a mystery shopping. *Výzkumy Soukup* [online]. 2009 [cit. 2017-03-16]. Dostupné z: <http://www.vyzkumysoukup.cz/marketingovy-vyzkum/analyza-konkurence-a-mystery-shopping/>

ANDERSON, Wineaster. ANALYSIS OF “ALL -INCLUSIVE” TOURISM MODE IN THE BALEARIC ISLANDS [online]. 2012 [cit. 2017-01-13]. ISSN 1792-6521. Dostupné z: http://www.chios.aegean.gr/tourism/VOLUME_7_No1_art16.pdf

BCM Planet dance [online]. [cit. 2017-01-03]. Dostupné z: <http://www.bcplanetdance.com/the-club/>

BEAVER, Allan. *A dictionary of Travel and Tourism* [online]. Oxford University Press, 2012 [cit. 2017-02-22]. ISBN 9780191733987. Dostupné z: <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780191733987.001.0001/acref-9780191733987>

Bondo.cz [online]. © 2017 [cit. 2017-01-17]. Dostupné z: http://www.bondo.cz/mallorca_na_kole.htm

CARDONA, Jose Ramón. *Comparativa entre islas de la valoración de distintos tipos de oferta turística por parte de los residentes: el caso de las Islas Baleares* [online]. 2015 [cit. 2017-01-13]. ISSN 1983-5442. Dostupné z: <http://revistas.ufpr.br/turismo/article/viewFile/37718/26476>

CARRETERO, Rodrigo. El mapa del turismo de borrachera en España: "Es una vergüenza". *El Huffington post* [online]. 2015 [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: http://www.huffingtonpost.es/2015/08/22/mapa-turismo-de-borracher_n_7937828.html

Cestovní ruch - ubytovací služby. *Cestovní ruch: Vše co student potřebuje vědět* [online]. 2016 [cit. 2016-11-13]. Dostupné z: <http://cestovniruch.studentske.cz/2009/11/cestovni-ruch-ubytovaci-sluzby.html>

Cicloturismo. *Mallorca Illes Balears* [online]. [cit. 2017-01-17]. Dostupné z: <http://www.illesbalears.es/esp/mallorca/cicloturismo.jsp?SEC=CTU>

Colegio oficial de guías turísticos de las Illes Balears [online]. [cit. 2017-01-10]. Dostupné z: <http://colegioguiasib.com/>

Cómetemallorca.com [online]. ©2017 [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://www.cometemallorca.com/?page=300>

Consell de Mallorca.net [online]. © 2016 [cit. 2016-12-29]. Dostupné z: http://www.conselldemallorca.net/?id_section=269

Czech tourism [online]. 2016 [cit. 2016-11-06]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>

Define party tourism. *Travel industry dictionary* [online]. 2013 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <http://www.travel-industry-dictionary.com/party-tourism.html>

El cicloturismo crecerá un 5 % según la Fundación Mallorca Turismo. *Hosteltur* [online]. 2011 [cit. 2017-01-17]. Dostupné z: http://www.hosteltur.com/112340_cicloturismo-crecera-5-fundacion-mallorca-turismo.html

El monasterio de Lluc en Mallorca [online]. ©2002-2017 [cit. 2017-01-08]. Dostupné z: http://viagallica.com/baleares/lang_es/monastere_lluc.htm

Estudio sobre productos turísticos emergentes en las Illes Balears [online]. 2010 [cit. 2017-03-24]. Dostupné z: http://www.cambramallorca.com/documentos/Desp_1862.pdf

Europe senior tourism [online]. 2014 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://www.europesenortourism.eu/cs/queesest/>

Fisher [online]. © 1999-2016 [cit. 2017-01-06]. Dostupné z: <http://www.fischer.cz/spanelsko/mallorca/>

FORCADES JUAN, Alejandro. *Situación actual y perspectivas del turismo en las Illes Balears* [online]. 2003 [cit. 2017-01-25]. Dostupné z: http://www.cambramallorca.com/documentos/Desp_324.pdf

GARÍN-MUÑOZ, Teresa a Luís F. MONTERO-MARTÍN. *Tourism in the Balearic Islands: A dynamic model for international demand using panel data* [online]. Madrid, 2006 [cit. 2016-12-30]. Dostupné z: <http://www2.uned.es/dpto-analisis-economico2/fichprof/garin/Baleares.TManagement.pdf>

Guía de alojamientos turísticos de Mallorca [online]. [cit. 2017-01-09]. Dostupné z: <http://www.mallorcahotelsonline.es/index.php?t=tots&i=es>

HISTORIA & CULTURA DE MALLORCA. *Pro voyages* [online]. 2008 [cit. 2017-03-15]. Dostupné z: <http://agencebalear.com/es/mallorca-cultura-historia.html>

Historie cestování. In: *Toulky Anglií* [online]. 2013 [cit. 2016-10-30]. Dostupné z: <http://www.toulkyanglii.cz/historie-cestovani/>

HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *International cases in tourism management* [online]. 1. vyd. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004 [cit. 2016-11-20]. ISBN 0750655143. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?id=0sTmjLINB2kC&pg=PA239&lpg=PA239&dq=party+and+clubbing+tourism&source=bl&ots=59Njfg3Cnh&sig=oxCpkiWka7->

wbClKiqUjvgAs&hl=cs&sa=X&ved=0ahUKEwi9q_Lc3rfQAhXHbhQKHeMODSAQ6AEIKjAC#v=onepage&q=party%20and%20clubbing%20tourism&f=false

CHLANOVÁ, Jana. Případová studie. In: *Wikiknihovna.cz* [online]. 2012 [cit. 2017-02-23]. Dostupné z: http://wiki.knihovna.cz/index.php/P%C5%99%C3%ADpadov%C3%A1_studie

IBESTAT [online]. © 2017 [cit. 2017-01-03]. Dostupné z: <http://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/economia/turisme/0b70b294-81e0-413a-b7b2-3cc3a33593a8>

INE [online]. © 2016 [cit. 2016-12-27]. Dostupné z: <http://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.html?padre=517&dh=1#>

INESE [online]. [cit. 2017-03-24]. Dostupné z: <http://www.inesedata.es/opac/busca.php?materia=PROYECTOS+DE+INVESTIGACION&formTipo=0&codopac=OPGEN>

Infomallorca.net [online]. [cit. 2017-01-10]. Dostupné z: <http://www.infomallorca.net/?te=sec&e=17015>

JANOUCHOVÁ, Veronika a Eva HEŘMANOVÁ. Turismus kulturní (cultural tourism). *Arts lexikon* [online]. 2015 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: http://www.artsllexikon.cz//index.php?title=Turismus_kulturn%C3%AD

Jumeriah [online]. [cit. 2017-01-06]. Dostupné z: <https://www.jumeirah.com/en/hotels-resorts/mallorca/jumeirah-port-soller-hotel-and-spa/>

KOPECKÁ, Romana. *Nové formy CR ve Španělsku se zaměřením na českou klientelu* [online]. Praha, 2010 [cit. 2016-12-24]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/67342/>

Kryštof Kolumbus - mýlící se objevitel. *Světvědy.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-10-30]. Dostupné z: <http://svetvedy.cz/krystof-kolumbus/>

La gran colonia alemana en Mallorca. *Absolut viajes* [online]. 2009 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://www.absolutviajes.com/la-gran-colonia-alemana-en-mallorca/>

LEGIERSKÁ, Yvona. *Statistika v cestovním ruchu* [prezentace]. 2007 [cit. 2017-02-23]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/d99c234e-7624-4a22-9638-7688dd1040e8/Statistika-v-cestovnim-ruchu.pdf>

Magaluf clubbing holidays. *Club18-30.com* [online]. [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <https://www.club18-30.com/magaluf-mallorca>

MACHOVÁ, Kornélia. Geografie cestovního ruchu se zaměřením na frankofonní a hispanofonní země [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2015 [cit. 2016-12-24]. ISBN 978–80-7464-753-6. Dostupné z: <http://dokumenty.osu.cz/ff/kro/granty/ge-c-r.pdf>

Mallorca crea un cluster de turismo de lujo. In: *Hosteltur* [online]. 2015 [cit. 2017-01-17]. Dostupné z: http://www.hosteltur.com/195310_mallorca-crea-cluster-turismo-lujo.html

Mallorca Illes Balears [online]. [cit. 2017-02-15]. Dostupné z: <http://www.illesbalears.es/esp/mallorca/golf.jsp?SEC=GLF>

Mallorca ostrov soukromých párty. *Impuls cestovní agentura* [online]. [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://www.caimpuls.cz/dovolena-na-mallorce-pro-mlade.html>

Mallorca pierde mitad cultivos almendras. *Diariodemallorca.es* [online]. 2011 [cit. 2016-12-29]. Dostupné z: <http://www.diariodemallorca.es/mallorca/2011/12/05/mallorca-pierde-mitad-cultivos-almendras/725721.html>

Mallorca private tour guides [online]. [cit. 2017-01-20]. Dostupné z: <http://www.mallorcaprivatetourguides.com/about/>

Mallorcaweb.com [online]. ©1996-2017 [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://www.mallorcaweb.com/directorio/viajes/agencias-de-viajes/alph/>

Más de 875.000 turistas visitaron la catedral de Mallorca en 2014. In: *Última hora.es* [online]. 2015 [cit. 2017-01-13]. Dostupné z: <http://ultimahora.es/noticias/economico/2015/04/10/149115/mas-875-000-turistas-visitaron-catedral-mallorca-2014.html>

Městečko a klášter Valldemossa. *E-mallorca.cz* [online]. 2012 [cit. 2017-01-08]. Dostupné z: <http://www.e-mallorca.cz/index.php/co-videt-na-mallorce/mestecko-a-klaster-valldemossa>

MÍKA, Robert. Magalhaesova výprava před 490 lety dokázala, že Země je kulatá. In: *Plavidla.cz* [online]. 2009 [cit. 2016-10-30]. Dostupné z: <http://www.plavidla.cz/view.php?cislocianku=2009080803&PHPSESSID=a8f41f72d60557fe9e7bf78563167cdf>

Modrá vlajka [online]. [cit. 2017-01-06]. Dostupné z: <http://www.modravlajka.cz/>

NAVEDA, Cristina. Phillipe Starck diseña un puerto de lujo en Mallorca. In: *CERODOSBE* [online]. 2012 [cit. 2017-02-12]. Dostupné z: http://www.cerodosbe.com/es/destinos/philippe-starck-disena-un-puerto-de-lujo-en-mallorca_2681_102.html

O agroturistice. *Agroturistika a agrofarmy v České republice* [online]. 2011 [cit. 2017-02-22]. Dostupné z: <http://www.agroturistika.thoendel.cz/o-agroturistice.html>

Orange smile [online]. © 2002-2017 [cit. 2017-02-15]. Dostupné z: <http://www.orangesmile.com/travelguide/mallorca/high-resolution-maps.htm>

Party kybl [online]. © 2017 [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://rezervace.partykybl.cz/destinace/mallorca/>

PETRUNČÍKOVÁ, Dana. Kategorie ubytovacích zařízení. In: *Hotely hotelům: Vše pro hotely a restaurace* [online]. 2013 [cit. 2016-11-13]. Dostupné z: <http://www.hotely-hotelum.cz/kategorie-ubytovacich-zarizeni/>

PITRONOVÁ, Pavlína. Kryštof Kolumbus, lesk a bída nejslavnějšího mořeplavce. *National Geographic Česko* [online]. 2014 [cit. 2016-10-30]. Dostupné z: <http://www.national-geographic.cz/clanky/krystof-kolumbus-lesk-a-bida-nejslavnejsiho-moreplavce.html#.WBZG2cmH7aU>

Playademuro.net [online]. [cit. 2017-02-11]. Dostupné z: <http://www.playademuro.net/quehacer.php?idioma=es>

Portadriano.com [online]. [cit. 2017-02-12]. Dostupné z: <http://www.portadriano.com/sobre-nosotros/>

Pro Voyages Vacances [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://agencebalear.com/es/mallorca-agencia-receptiva-viajes.html>

PŘIBYLOVÁ, Jana. Hedvábná stezka. In: *Čína.svetadily.cz* [online]. [cit. 2016-10-30]. Dostupné z: <http://cina.svetadily.cz/clanky/Hedvabna-stezka>

Rentalia.es [online]. c2002-2017 [cit. 2017-03-25]. Dostupné z: <https://es.rentalia.com/>

ResidentialTourism 2015 : Residential Tourism. *WikiCFP* [online]. 2015 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <http://www.wikicfp.com/cfp/servlet/event.showcfp?eventid=46917>

Restauración Mallorca [online]. © 2017 [cit. 2017-03-24]. Dostupné z: <http://www.restauracionmallorca.com/>

RUIZ COLLADO, J.L. Mallorca registra el menor número de hoteles de todo incluido desde 2007. In: *Ultimahora.es* [online]. 2015 [cit. 2017-01-13]. Dostupné z: <http://ultimahora.es/noticias/local/2015/06/10/153873/mallorca-registra-menor-numero-hoteles-todo-incluido-desde-2007.html>

See Mallorca [online]. ©1998-2016 [cit. 2017-01-04]. Dostupné z: <https://www.seemallorca.com/>

Spain.info [online]. © 2016 [cit. 2017-01-13]. Dostupné z: <http://www.spain.info/es/>

SWOT analýza. *Management mania* [online]. © 2011-2016 [cit. 2017-02-23]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>

ŠKVRŇÁK, Jan. Cesta Marca Pola. In: *E-středověk.cz* [online]. 2005 [cit. 2016-10-30]. Dostupné z: <http://www.e-stredovek.cz/view.php?cisloclanku=2005101501>

The truth about Magaluf [online dokument]. Great Britain: BBC, 2013 [cit. 2017-02-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=aRAPHBs8j4o>

Thomas Cook [online]. [cit. 2017-01-25]. Dostupné z: <https://www.thomascook.com/>

Transport públic de Mallorca [online]. [cit. 2017-01-09]. Dostupné z: <https://www.tib.org/portal/es/web/ctm/>

Travel industry dictionary [online]. © 1999-2013 [cit. 2017-02-22]. Dostupné z: <http://www.travel-industry-dictionary.com/index.html>

Tripadvisor [online]. © 2017 [cit. 2017-01-05]. Dostupné z: <https://www.tripadvisor.cz/>

TUI.com [online]. [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://www.tui.com/>

VERA, Alberto. Coto al turismo de borrachera. In: *El mundo* [online]. 2015 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.elmundo.es/baleares/2015/05/21/555debffe2704e6c588b457a.html>

VERGER, Pep. Mallorca acoge al mundo del golf. In: *Última hora* [online]. 2016 [cit. 2017-01-17]. Dostupné z: <http://ultimahora.es/noticias/economico/2016/11/11/230568/mallorca-acoge-mundo-del-golf.html>

Visitcalamillor.com [online]. © 2017 [cit. 2017-02-11]. Dostupné z: <https://visitcalamillor.com/alojamiento/>

What is bicycle tourism. In: *The path less pedaled* [online]. 2013 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <http://pathlesspedaled.com/2013/02/what-is-bicycle-tourism/>

Seznam obrázků, grafů a tabulek

Obrázek 1 Mapa Mallorcy.....	31
Tabulka 1 Počet zahraničních turistů na Mallorce za rok 2015.....	36
Tabulka 2 Počet zahraničních turistů na Mallorce za rok 2016.....	37
Graf 1 Celkový počet turistů přijíždějících na Mallorcu během roku 2015.....	38
Graf 2 Celkový počet turistů přijíždějících na Mallorcu během roku 2016.....	38
Graf 3 Rozložení ubytovacích zařízení.....	45
Graf 4 Rozložení hotelů podle hvězdiček.....	46
Obrázek 2 Rozložení golfových hřišť na ostrově.....	56

Seznam příloh

Příloha A: Akvárium v C'an Pastilla	80
Příloha B: Katedrála La Seu v Palma de Mallorca.....	81
Příloha C: Puerto de Sollér.....	82
Příloha D: Pohled na maják na mysu Cap de Formentor.....	83
Příloha E: Hornatý povrch ve vnitrozemí (konkrétně v okolí opatství Lluc).....	84
Příloha F: Opatství Lluc.....	84

Příloha A: Akvárium v Ca'n Pastilla



Zdroj: vlastní fotografie

Příloha B: Katedrála La Seu v Palma de Mallorca



Zdroj: vlastní fotografie

Příloha C: Puerto de Sollér



Zdroj: vlastní fotografie

Příloha D: Pohled na maják na mysu Cap de Formentor



Zdroj: vlastní fotografie

Příloha E: Hornatý povrch ve vnitrozemí (konkrétně v okolí Lluc)



Zdroj: vlastní fotografie

Příloha F: Opatství Lluc



Zdroj: vlastní fotografie