

# **SZAKDOLGOZAT**

**Lustyik Bernadett**

**2015**



**Budapesti Gazdasági Főiskola  
Kereskedelmi, Vendéglátóipari  
és Idegenforgalmi Kar**

**Mallorca turisztikai kínálatának elemzése, az odalátogató  
vendégkör összetételének felmérése spanyol szállodai példákon  
keresztül**

**Konzulens:**

Sipos Erika

Adjunktus

**Készítette:**

Lustyik Bernadett

Turizmus-vendéglátás

Nappali tagozat

2015

# IGAZOLÁS

## Szakdolgozati konzultációkról

A szakdolgozat címe: *Mallorca turisztikai kínálatának...*

*elemzése az adalátogatói vendégház összetételének felmérése...*

*spanyol szállodai példáron keresztül*  
(A leadott szakdolgozat címének pontosan meg kell egyeznie az itt megadottal.)

Dátum	Téma	Alíírás
2015. 10.12.	Külföldi pontszámok, a dolgozat témája	E
2015. 10.19.	Részletek és a hivatás	E
2015. 11.12.	Részletek pontszámok	E
2015. 11.24.	Részletek és a dolgozat egy- ezetét	C

(Minimum 3 alkalommal kell a konzulenssel egyeztetni. A dátum mellett szerepelnie kell, hogy miről volt szó az adott időpontban.)

## Nyilatkozat

Igazolom, hogy *Kusttyik Bernadett* hallgató

(*BA* képzés *Tur.-vend.* szak, *idegenforgalmi irányítás* specializáció;

*IV* évfolyam; *Nappali* tagozat)

a konzultációkon ..... alkalommal megjelent. Valamint igazolom, hogy a szakdolgozat általam látott legutolsó – értelemszerűen nem a végső, a hallgató által leadni kívánt – változata a még javasolt kisebb változtatásokat figyelembe nem véve, kielégíti egy szakdolgozattal szemben támasztott formai és tartalmi követelményeket.

Budapest, 20*15*. december *9*...

*Sip El*

Belső konzulens aláírása

### Hallgatói nyilatkozat a szakdolgozat leadásához

Alulírott..... Andrija Bernadett .....

a Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

..... Turizmus - Vendéglátás .....

..... szakos idegenforgalom és szállás szakirányos napközi .....

tagozatos hallgatója nyilatkozom, hogy

a..... Mallorca turisztikai kínálatának elemzése .....

..... az odalátogató vendégek ösztöneinek .....

..... felmérése Spanyol szállodai példákon keresztül .....

..... címmel bírálatra és védésre beadott szakdolgozat saját munkám eredménye, amelynek elkészítése során a felhasznált irodalmat a szerzői jogi szabályoknak megfelelően kezeltem (a szükséges lábjegyzet / végjegyzet hivatkozásokat, valamint az ábrák hivatkozását megfelelően helyeztem el).

Budapest, 20. 15. .. december hónap 9. .. nap

  
hallgató aláírása

## **Köszönetnyilvánítás**

Ezúton szeretném megragadni az alkalmat, hogy köszönetet mondjak és tiszteletemet fejezzem ki azon személyeknek, akik a diplomamunkám elkészítéséhez hozzájárultak.

Szeretném megköszönni Sipos Erika adjunktus tanárnőnek a mérhetetlen nagy biztatását, türelmét és mindezek mellett a témához kapcsolódó szakértelmét, ötleteit, segítségét, melyekkel a helyes úton tudtam folytatni az írást, mindig megújuló lendülettel és ötletekkel.

Emellett szeretném megköszönni a diplomamunkám témája kapcsán kapott elengedhetetlen szakértői segítséget, Antonio Montoro és Fernando Forteza Miro személyében, akik szakértelmükkel, szakmai tudásukkal, ötleteikkel, konkrét adatokkal, a témához való személyes kapcsolatukkal és saját véleményükkel emelték a munka hitelességét, érdekességét és sikerét.

Valamint a Budapesti Gazdasági Főiskola valamennyi tanárának és tanárnőjének is szeretnék köszönetet mondani, hogy a diplomamunkám írása közben felmerült kérdések megválaszolásával segítették a munka folytatását.

Végezetül pedig szeretném kifejezni megbecsülésemet, hálámat, szívből jövő szeretetemet és köszönetemet családtagjaimnak és barátaimnak, akik igyekeztek segítő kezet nyújtani minden pillanatban mind szakmailag, mind érzelmileg. Köszönöm a bizalmat, a sok biztatást és fáradalmat, az ötleteket, a belém vetett hitüket és a mérhetetlen nagy szeretetüket, hogy mindig ott voltak mellettem, hittek bennem mind a szakdolgozat írása alatt, mind a külföldön töltött szakmai gyakorlatom ideje alatt, mind pedig a Budapesti Gazdasági Főiskolán töltött évek alatt, nélkülük nem tartanék itt. Köszönöm.

Ezen kívül pedig köszönet illeti azokat, akik a diplomamunkámat olvasták vagy olvasni fogják, ezúton remélem, hogy sok új és releváns információval szolgálhatok nekik.

## Tartalomjegyzék

1. Bevezető.....	2
2. Szakirodalmi áttekintés.....	4
2.1. A turizmus Európában.....	4
2.2. Spanyolország turisztikai jellemzői.....	8
2.2.1. A turisztikai kínálat jellemzői Spanyolországban .....	10
2.2.2. A turisztikai kereslet jellemzői Spanyolországban.....	11
2.3. Baleár-szigetek .....	14
2.3.1. A szigetcsoport legnagyobb tagjai Mallorca kivételével.....	15
2.3.2. A Baleár-szigetek turisztikai kínálata és kereslete .....	17
2.4. Mallorca, az ezerarcú sziget .....	20
2.4.1. Az idegenforgalom fejlődése Mallorcán.....	21
2.4.2. Mallorca turisztikai vonzerői .....	22
2.4.3. A sziget turizmusának kínálati és keresleti oldala .....	23
2.4.4. A sziget előnyei, problémái, problémáinak kezelése.....	28
2.4.5. A sziget jövőképe, imázsának javítása .....	35
2.5. Grupo Iberostar szállodalánc.....	39
2.5.1. Két Mallorcán található Iberostar szálloda bemutatása .....	42
3. Alkalmazott kutatási módszerek.....	45
4. Kutatás .....	46
5. Eredmények .....	54
6. Konklúziók, javaslatok .....	56
7. Összefoglalás .....	57
Mellékletek.....	62
Irodalomjegyzék.....	77

## 1. Bevezető

A turisztikai trendek folyamatos változásban vannak, az utazók igényei átalakulnak, és nem elégszenek meg az eddig kínált termékajánlatokkal, hanem többre vágynak, új dolgok elsajátítására, új helyek felfedezésére, új vonzerők felkutatására, új termékek kipróbálására, új kultúrák, új ízek, új nyelvek, és új emberek megismerésére. Mindezek mellett az utóbbi időben a legfontosabb igény az utazók számára, hogy minél rövidebb idő alatt minél több élménnyel gazdagodjanak, így tehát azok a turisztikai célpontok versenyképesebbek a piacon, amelyek szélesebb programkínálattal rendelkeznek.

Témaválasztásom azért esett Mallorcára, mert a fél éves szakmai gyakorlatomat ezen a csodálatos szigeten töltöttem egy spanyol szállodában. A sziget is és a szállodák is nagyon megihlettek és szerettem volna olyan témát választani, ami közel áll hozzám, amit magaménak tudhatok és örömmel írok róla. A szigetet, a mentalitást, a kultúrát és a szállodát is napról napra egyre jobban megismertem és megszerettem, így remélem, szakdolgozatommal hiteles képet tudok adni Mallorcáról és az ott megszerzett ismereteimről.

Szakdolgozatom elkészítése során szeretném felmérni Európa turizmusán keresztül Spanyolország jelentőségét a turizmusban, ezután a változó turisztikai trendeken keresztül a Baleár-szigetek tagjaként szeretném bemutatni Mallorca turisztikai kínálatát, keresletét és a turizmusban betöltött szerepét. Dolgozatomban kifejtem a sziget valamennyi előnyét és problémáját, a tömegturizmus jelenséget és elemzem a szigetet meglátogató vendégkör összetételét is. Szakdolgozatomban bemutatom az általam megismert Iberostar szállodák működését, céljait, versenytársait, a minőség emelése érdekében tett intézkedéseit, valamint a vendégforgalom nagyságát, a vendégelégedettség mértékét és a vendégkör összetételét két szállodai interjúalany segítségével.

Dolgozatommal arra a kérdésre szeretnék választ kapni, miszerint Mallorca turizmusában változás következett be: a tömegturizmus elhatalmasodásának megfékezésére tett intézkedések hatására a sziget idegenforgalmi szolgáltatásainak és turisztikai kínálatának színvonala emelkedésnek indult, a mennyiség helyett a minőség került előtérbe. Végezetül szeretném megtudni Mallorca népszerűségének okait a turisztikai piacon, melyet szállodai példákön keresztül szám szerinti adatokkal fogok illusztrálni.



Ezen adatok segítségével új ötletek meríthetők a sziget népszerűségének fenntartására és fokozására, valamint a természeti kincsek megőrzése mellett a turizmus fellendítésére. A feltárt ismereteket statisztikai adatokkal, táblázatokkal és diagrammokkal támasztom alá.

## 2. Szakirodalmi áttekintés

### Változó turisztikai trendek a turizmusban

A trendek kutatásának tekintetében rögtön ellentmondásba ütközünk, miszerint nem csak a turisztikai trendek és tendenciák változnak, hanem a társadalom rendelkezésére álló szabadidő is. A történelem során a munka-szabadidő aránya teljes mértékben megváltozott, és a korábbi időkhöz képest jelentős szabadidőtöbblet keletkezett. Míg a különböző korok turistáit a kevés szabadidő ellenére a lassú turizmus jellemezte, ez legfőképpen a lassú mobilitással magyarázható, de az utazási idők hosszán és az utazási motivációkon keresztül is megfigyelhető volt ez a jelenség. Az ősi turisztikai motivációk közé tartoztak a fürdőlátogatások, a különböző kultúrák megismerése, az olimpiai játékok megnézése, a zarándokutak felkeresése, tehát a vallási turizmus és az örökségturizmus is fontos szerepet játszott, de ezek napjaink turizmusára is jellemzőek. Ezzel ellentétben a jelenkor turizmusát egyre inkább a gyorsaság, az élményközpontúság és a tömegturizmus jellemzi, így a kínálatot is ennek megfelelően kell kialakítani. Ezen jelenségek kifejtésére a későbbi fejezetekben kerül sor. (PÉCSEK B., 2014)

### 2.1. A turizmus Európában

Ezen fejezet a legjelentősebb turisztikai adatokat mutatja be Európában, majd ezen belül elemzésre kerül Spanyolország turisztikai részvétele az Európai Unióban. A nemzetközi turizmus immáron ötödik éve gyorsabban növekszik, mint ahogy azt korábban előre jelezték, állapítja meg a European Travel Commission (ETC). A növekedést a távoli küldő piacok és a stabil európai piac generálja.

A 2013-as statisztikai adatok megmutatják, hogy a turizmusban állandó növekedés áll fenn, mind a keresleti, mind a kínálati oldalon.

A kínálati oldal felől megközelítve 2013-ban az EU-28-ban az aktív turisztikai szálláshelyek száma közel 562 000 volt, amely 30 millió fölötti férőhelyet kínált a látogatóknak.

Az 1. számú táblázat a turisztikai szálláshelyek és férőhelyek számát mutatja be az Európai Unió 28 vizsgált országában.

**1. sz. táblázat: Turisztikai szálláshelyek és férőhelyek száma az EU-28 országában (2011, 2012)**

	Number of establishments (units)	Number of bed places (thousands)	Nights spent by residents and non-residents (millions)
EU-28	561 988	30 289.6	2 641.4
Belgium	5 005	372.9	31.4
Bulgaria	2 953	302.4	21.6
Czech Republic	9 970	740.7	43.3
Denmark	1 102	417.6	28.5
Germany	51 954	3 481.6	354.9
Estonia	1 320	55.5	5.7
Ireland (*)	7 712	213.3	28.9
Greece	33 986	1 227.2	91.9
Spain	46 488	3 437.4	389.2
France	28 246	5 049.7	403.6
Croatia	62 026	867.1	64.4
Italy	157 521	4 728.2	376.7
Cyprus	795	87.1	14.0
Latvia	628	38.4	3.8
Lithuania	1 837	69.3	6.1
Luxembourg	457	66.7	2.6
Hungary	4 000	422.0	24.4
Malta	170	43.4	8.5
Netherlands	9 126	1 404.9	96.1
Austria	20 334	981.1	110.7
Poland	9 775	679.4	63.0
Portugal	3 357	491.1	49.9
Romania	5 344	291.2	19.3
Slovenia (*)	997	105.6	9.5
Slovakia	2 803	190.3	11.3
Finland	1 443	254.1	20.2
Sweden	4 261	805.0	49.7
United Kingdom (*)	86 597	3 464.4	303.6
Iceland	916	:	4.3
Liechtenstein	89	:	0.1
Norway (*)	2 170	516.2	29.9
Montenegro (*)	524	149.3	9.2
FYR of Macedonia	430	42.5	1.5
Serbia	891	101.7	6.4

(\*) Nights spent by residents and non-residents: 2012.

(\*) Number of establishments: 2011.

(\*) 2012.

Source: Eurostat (online data codes: tour\_cap\_nat and tour\_occ\_ninat)

Forrás: Eurostat (2011, 2012)

Az 1. számú táblázatból látható, hogy Spanyolország kiemelkedő szerepet játszik Európa turizmusában. A szálláshelyek számát illetően 2011-es adatok szerint 5. helyen szerepelt a legtöbb szálláshellyel rendelkező országok között, Olaszország, Egyesült Királyság, Horvátország és Németország után. A férőhelyek számában szintén az 5. helyet, a vendégéjszakák számában pedig a 2. helyet foglalta el Franciaország után.

A 2. számú táblázatban pedig a a tíz legnépszerűbb turisztikai célpont kerül elemzésre az Európai Unió 28 országának vendégéjszakái alapján.

**2. sz. táblázat: A tíz legnépszerűbb turisztikai célpont — turisztikai szálláshelyeken töltött vendégéjszakák száma (2012)**

		Nights in country
EU-28		1 192.2
Top 10		1 018.3
1	Spain	252.4
2	Italy	184.8
3	France	131.3
4	United Kingdom (*)	105.5
5	Austria	78.4
6	Greece	71.5
7	Germany	71.2
8	Croatia	59.4
9	Portugal	32.1
10	Netherlands	31.8

(\*) 2012.

Source: Eurostat (online data code: tour\_occ\_ninat)

Forrás: Eurostat (2012)

A 2. számú táblázat illusztrálja, hogy a külföldi szállóvendégek 2012-ben a legkedveltebb turisztikai úti céljuknak Spanyolországot választották, ahol 252 millió vendégéjszakát töltöttek el. Ezután a 2. helyen Olaszország közel 185 millió vendégéjszakával, a 3. helyen pedig Franciaország szerepelt 131 millió vendégéjszakával. Az Európai Unió 28 országából a vendégéjszakák tekintetében az első 10 helyen végzett országok vendégéjszakáinak száma a 28 ország 85 %-át teszik ki, Spanyolország vendégéjszakáinak száma pedig a 21 %-át.

A 3. számú táblázat az utazási bevételeket sorolja fel a fizetési mérleg szerint az Európai Unió 28 vizsgált országában.

**3. sz. táblázat: Utazási bevételek a fizetési mérleg alapján (2005, 2009, 2013)**

	Receipts (million EUR)		
	2005	2009	2013
<b>EU-28 (*)</b>	<b>66 260</b>	<b>68 989</b>	<b>101 352</b>
Belgium	7 934	8 465	10 166
Bulgaria	1 956	2 681	3 057
Czech Republic	3 879	5 017	5 307
Denmark	4 248	4 037	5 247
Germany	23 449	24 842	31 030
Estonia	784	780	1 049
Ireland	3 863	3 555	3 335
Greece	11 037	10 400	12 115
Spain	38 558	38 125	45 305
France	35 385	35 510	42 239
Croatia	5 961	6 367	7 182
Italy	28 400	28 856	33 063
Cyprus	1 875	1 561	2 181
Latvia	279	514	652
Lithuania	742	696	1 105
Luxembourg	2 904	2 969	3 629
Hungary	3 300	4 064	3 848
Malta	611	640	1 056
Netherlands	8 421	8 867	11 732
Austria	12 904	13 895	15 139
Poland	5 056	6 422	8 594
Portugal	6 199	6 908	9 250
Romania	849	883	1 083
Slovenia	1 451	1 804	2 101
Slovakia	972	1 675	1 884
Finland	1 757	1 994	3 042
Sweden	5 970	5 817	8 647
United Kingdom	24 672	21 722	30 565
Iceland	332	397	788
Norway	2 680	2 909	4 255
Switzerland (*)	8 058	10 183	12 431
Montenegro (*)	.	.	666
FYR of Macedonia (*)	72	156	201
Turkey (*)	15 426	16 475	19 967
Japan (*)	10 018	7 397	11 348
United States (*)	85 708	88 478	125 103

(\*) Extra EU-28 flows.

(\*) 2012 instead of 2013.

(\*) Relative to GDP: 2012 instead of 2013.

Source: Eurostat (online data codes: bop\_q\_eu, bop\_its\_det and nama\_gdp\_

Forrás: Eurostat (2005, 2009, 2013)

A 3. számú táblázatban megtekinthető, hogy Spanyolország gazdasági jelentősége is kiemelkedik. A többi európai országhoz viszonyítva Spanyolország rendelkezett a legmagasabb nemzetközi turisztikai bevétellel 2013-ban, amely számokban mérve elérte a 45.5 milliárd eurót.

A 2013-as évet követően 2014-ben is, folyamatos növekedés jellemezte a nemzetközi turizmust mind világszinten, mind Európában. A rendelkezésre álló adatok szerint 2014-ben világszinten a nemzetközi turistaérkezések száma 51 millióval nőtt, így 1138 millióra volt tehető. Ezzel szemben Európában szintén növekedés ment végbe, 588,4 millió nemzetközi turistaérkezést regisztráltak. Az

Európai Unió 28 vizsgált országában a turistaérkezések száma pedig elérte a 457 millió főt. (www.szakmai.itthon.hu, www.azutazo.hu)

A European Travel Commission (ETC) 2014-es jelentéseiben megfigyelhető, hogy Lettorszáiban, Szerbiában, Romániában és a Cseh Köztársaságban egyaránt nőtt a külföldi vendégek száma, s ezekben az országokban a növekedési ütem meghaladta a 10%-ot, de a hagyományos desztinációk, mint például a mediterrán országok (Spanyolország, Málta, Szlovénia, Horvátország és Törökország) iránt sem csökkent a kereslet. Az is megfigyelhető volt a vizsgálatban szereplő országok között, hogy jelentős mértékben nőtt a német vendégforgalom a különböző területeken (Egyesült Királyság, Spanyolország, Lettország). A brit vendégéjszakák száma is nagy emelkedést mutatott Lettország mellett Spanyolországban, Olaszországban és Hollandiában emelkedett a legnagyobb mértékben. A brit turisták növekvő keresletét jelzi az is, hogy Olaszországban, Portugáliában és Spanyolországban a vendégéjszakák száma nagyobb mértékben nőtt, mint a vendégek száma. (www.itthon.hu)

Az idei 2015-ös évben a desztinációk többségében pozitív eredmények mutatkoztak, növekedés ment végbe a vendégek és a vendégéjszakák számában is.

A legjelentősebb vendégszám-növekedés Izlandon (+30,4%), Montenegróban (+19,3%), Romániában (+16,0%), Írorszáiban (+12,1%) és Szerbiában (+10,3%) volt jelen, de Európa legnépszerűbb desztinációjába is több turista érkezett, mint 2014-ben. Ezek közül kiemelkedő volt a külföldi turistaérkezések számának növekedése: Németországban 5,1%-kal, Spanyolországban 4,4%-kal, Olaszországban 4,3%-kal, az Egyesült Királyságban pedig 3,0%-kal. (www.aktiv.itthon.hu, www.itthon.hu)

## **2.2. Spanyolország turisztikai jellemzői**

“Az igazi jó kalandokat mindig a véletlen hozza, de ritkán hozza helybe. El kell indulni valamerre, hogy találkozzunk velük.” (Varga Domokos)

Varga Domokos Kossuth-díjas magyar író és újságíró idézetével indul ezen fejezet, melynek lényege, hogy ahhoz, hogy kalandokban lehessen része az embernek, útra kell kelnie. Ehhez pedig kitűnő célpont Spanyolország, a Baleár-szigetek és Mallorca.

Spanyolország a természeti adottságaival, kulturális nevezetességeivel, világörökségi helyszíneivel, hosszan elnyúló homokos tengerpartjaival az egyik legkedveltebb úti cél Európában. A lakosok híresek vendéglátásukról,

gasztronómiájukról, mentalitásukról. Szébbnél-szebb tengerpartjaival, kiváló klímájával egész évben, de különösen nyáron számos látogatót fogad. A látnivalók mellett izgalmas programok, túrák, sportolási és kikapcsolódási lehetőség is várja a látogatókat. ([www.utazas.info](http://www.utazas.info))

A mediterrán ország nem csak gyönyörű helyszíneknek, hanem sok színes és érdekes rendezvénynek, ünnepnek ad otthont. Minden településen nagy ünnepek közepette zajlik a település védőszentjének ünnepe, s ilyenkor a védőszent szobrát körmenetben viszik körül. Spanyolországban a katolikus vallás erőteljesen van jelen, s a vallás nagy ünnepeihez számos rendezvény, felvonulás kapcsolódik. Idegenforgalmi szempontból fontos látványosság Sevilla húsvétja. A vallás mellett kiemelkedő és egyedülálló érdekességei Spanyolorzágnak, a bikaviadalok. (BALOGH F., 2004) A bikával való foglalatzkodás hosszú múltra tekint vissza, már az ősi spanyol pásztornépekre is jellemző volt a bikák szeretete, s ez a tulajdonság a spanyolokban még máig is él. (GAJDOS Zs. SZÁRAZ M. GY., 2007)

Spanyolorzágra nem csak a látogatók számának növekedése jellemző, hanem területe és lakossága is nőtt az elmúlt évek során. Területe 2000-ben 504 782 km<sup>2</sup> volt (BOKOR J., 2004), 2014-re pedig 505 970 km<sup>2</sup>-re emelkedett. Népességében szintén jelentős változás látható, míg 2000-ben a lakosság 39 970 000 fő volt, addig 2014-ben ez a szám elérte a 46 507 760-et. 2014-es adatok szerint a bruttó hazai termék értéke 1,058 trillió euróra tehető. Fővárosa Madrid, államformája alkotmányos parlamentáris monarchia. Az állam feje a király, jelenleg VI. Fülöp (spanyolul Felipe VI). 1986. január 1. óta az Európai Unió tagja és 54 képviselői hellyel rendelkezik az Európai Parlamentben. Az ország pénzneme 1999. január 1. óta az euró. 1995. március 26-án pedig tagjává vált az útlevélmentes utazást biztosító schengeni térségnek. ([www.europa.eu](http://www.europa.eu))

Spanyolország gazdaságának kiemelkedő ágazata a szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás. Az előző évek gazdasági zsugorodása után 2014-ben a spanyol statisztikai hivatal adatai 1,4 %-os növekedésről számoltak be Spanyolországban, amely az euró zóna negyedik legnagyobb gazdasága, írja az euronews 2015-ös januári cikkében. 2008 óta ez a legjobb eredmény, ugyanis a válság hatására több cég ment csődbe és ezáltal a munkanélküliség 25%-ra emelkedett. Az építőipar javuló teljesítménye és a belföldi kereslet növekedése gazdasági növekedést eredményezett. ([www.euronews.com](http://www.euronews.com))

Az euronews 2014 júliusában megjelentetett cikkében olvasható, hogy a gazdasági növekedés mellett egyre többen találtak munkát Spanyolországban. A munkaerő-piaci adatok is javultak, részben a szezonális munkák miatt. 2014-ben több mint 16,5 millióan dolgoztak és 4,5 millióan kerestek állást. (www.euronews.com)

A 2015-ös évben a spanyol minisztérium további növekedést remél, amely eléri a 2,5%-ot, mindemellett csökkenteni szeretnék a munkanélküliséget, amely jelenleg 23%-kal az egyik legmagasabb az Európai Unióban.

### 2.2.1. A turisztikai kínálat jellemzői Spanyolországban

A turisztikai kínálat jellemzőit a turisztikai szálláshelyek és férőhelyek száma adja meg, amelyet a következő táblázat mutat Spanyolország tekintetében.

#### 4. sz. táblázat: A turisztikai szálláshelyek és férőhelyek száma Spanyolországban (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Szálláshely</b>	39002	40754	41953	44397	45740	46488	47689
<b>Férőhely</b>	3159053	3237810	3301576	3390704	3414798	3437362	3482983

Forrás: Saját szerkesztés az Eurostat 2008-2014-es adataiból

Az 4. számú táblázatból leolvasható, hogy a szálláshelyek száma 2014-ben elérte a 47 000 fölötti számot, a férőhelyek száma pedig a közel 3 500 000-et, mindkét szám növekedést mutat 2008-hoz képest.



### 2.2.2. A turisztikai kereslet jellemzői Spanyolországban

Spanyolországban a vendégérkezések számát figyelembe véve növekedés volt tapasztalható az elmúlt években, melyet az 1. számú diagram is illusztrál.

#### 1. sz. diagram: A vendégérkezések száma a turisztikai szálláshelyeken Spanyolországban (2008-2014)



Forrás: Saját szerkesztés az Eurostat 2008-2014-es adataiból

Az 1. számú diagram alapján megállapíthatjuk, hogy Spanyolország iránt nőtt a kereslet, mind a külföldi turistákat, mind az összes Spanyolországba érkező turistát figyelembe véve, s ezt a növekedést a belföldi turisták csökkenése sem gátolta meg.

A diagramból látható, hogy több belföldi vendég érkezett Spanyolországba, mint külföldi, de a számuk az utóbbi években csökkent, ezzel szemben a külföldiek kevesebben jöttek, de az érkezések számában növekedés volt tapasztalható. 2014-ben 55 185 879 belföldi, 52 359 130 külföldi és összesen pedig 107 545 009 vendég érkezett Spanyolországba. Bár a több érkezést generáló belföldi vendégkör száma csökkent, ennek ellenére összesítve növekedett a vendégérkezések száma.

A növekedés a vendégéjszakák tekintetében is megmutatkozik az Eurostat statisztikai hivatal adatai szerint. 2013-ban Franciaország után Spanyolországban volt a legtöbb, szám szerint 387 millió vendégéjszaka. ([www.hvg.hu](http://www.hvg.hu))

Az ezt követő évben 2014-ben is növekedés volt tapasztalható a vendégek által a turisztikai szálláshelyeken eltöltött éjszakák számában.

Az 5. számú táblázat a turisztikai szálláshelyen eltöltött vendégéjszakák számát mutatja az Európai Unió 28 vizsgálat alá vont országában.

**5. sz. táblázat: A turisztikai szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma az EU28 országában (2014)**

	2014*, in millions			Share of nights spent by non-residents in total nights spent, 2014, %	Change 2014/2013, %		
	Total	of which:			Total	of which:	
		Non-residents <sup>1</sup>	Residents			Non-residents	Residents
EU28**	2 700	1 200	1 500	44	1.7	2.3	1.1
Belgium	33.6	17.5	16.1	52	7.2	6.4	8.1
Bulgaria	21.7	14.0	7.7	65	0.4	-2.3	5.9
Czech Republic	43.1	22.4	20.6	52	-0.6	1.3	-2.5
Denmark	30.0	10.7	19.3	36	5.3	8.3	3.7
Germany	366.2	74.5	291.7	20	2.9	4.7	2.5
Estonia	5.8	3.9	1.9	67	1.7	0.6	4.0
Ireland	:	:	:	:	:	:	:
Greece	98.3	77.3	21.0	79	6.9	8.0	3.2
Spain	401.3	259.5	141.8	65	3.1	2.8	3.7
France	402.9	131.0	272.0	33	-1.2	-1.0	-1.4
Croatia	66.1	61.0	5.1	92	2.6	2.8	0.6
Italy	369.9	183.9	186.0	50	-1.8	-0.5	-3.1
Cyprus	13.9	13.1	0.8	94	-1.0	-0.6	-6.3
Latvia	4.2	2.9	1.3	69	11.1	9.9	13.9
Lithuania	6.0	3.0	3.0	50	-1.5	3.8	-6.3
Luxembourg	2.8	2.4	0.3	88	5.3	5.4	4.9
Hungary	25.7	12.2	13.5	48	5.0	1.8	8.2
Malta	8.8	8.4	0.4	96	3.3	3.0	11.2
Netherlands	101.1	35.0	66.1	35	5.2	10.2	2.8
Austria	110.2	77.9	32.3	71	-0.4	-0.7	0.2
Poland	66.6	13.0	53.6	19	5.8	4.1	6.2
Portugal	53.4	34.7	18.7	65	7.1	8.3	4.9
Romania	20.4	3.8	16.6	18	5.5	8.3	4.9
Slovenia	9.2	5.8	3.4	63	-0.9	0.8	-3.7
Slovakia	10.7	3.8	6.9	36	-5.5	-10.6	-2.5
Finland	19.8	5.8	14.1	29	-1.9	-1.4	-2.1
Sweden	51.3	12.0	39.2	23	3.1	5.0	2.6
United Kingdom	:	:	:	:	:	:	:
Liechtenstein	0.1	0.1	0.0	98	-2.5	-1.9	-28.4
Norway	30.3	8.1	22.2	27	3.4	5.7	2.6
Serbia	5.9	2.1	3.9	35	-6.6	10.1	-13.6

Forrás: Eurostat (2014)

Az 5. számú táblázatban megfigyelhető, hogy 2014-ben szintén a második helyen végzett Spanyolország a vendégéjszakák tekintetében 401,3 millió vendégéjszakával. Ebből 259,5 millió fő külföldi turista volt, ez a szám a legmagasabb az Európai Unió 28 vizsgált országába érkező külföldi turisták között, így megállapíthatjuk, hogy Spanyolország a külföldiek által a 2014-ben legkedveltebb desztináció volt és ide érkeztek legtöbben külföldről.

A turisztikai szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák számát illusztrálja a 2. számú diagram.

**2. sz. diagram: A turisztikai szálláshelyen eltöltött vendégéjszakák száma Spanyolországban (2008-2014)**



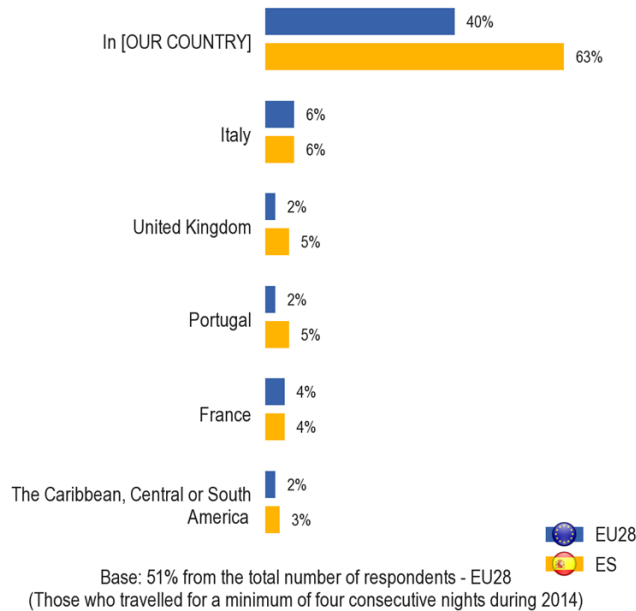
Forrás: Saját szerkesztés az Eurostat 2008-2014-es adataiból

A 2. számú diagramról leolvasható, hogy hogyan alakultak a vendégéjszakák 2008 és 2014 között. Míg 2008-ban a belföldi turisták által eltöltött vendégéjszakák száma 151 937 093, a külföldieké 223 756 216, az összes pedig 375 693 309 vendégéjszaka volt, ezzel szemben 2014-ben a belföldi turisták számának csökkenése figyelhető meg, 144 327 228 vendégéjszakával. A külföldiek által eltöltött vendégéjszakák száma 259 635 794-re az összes Spanyolországban eltöltött vendégéjszaka szám pedig 403 963 022-re növekedett 2014-ben.

Spanyolország mind a külföldiek mind a belföldiek tekintetében közkedvelt úti célnak számít, melyet a következő ábra is szemléltet.

### 1. sz. ábra: A 6 legkedveltebb nyaralási desztináció az Európai Unió 28 vizsgált országában (2014)

To which country did you go for your main holiday in 2014? By 'main holiday' we mean the holiday that was the most important for you in 2014. (Top 6 destinations)



Forrás: European Commission-Flash Eurobarometer (2014)

Az 1. számú ábrán egy felmérés látható, melyben az EU28 országaiból 21 051 főt, Spanyolországból pedig 1500 főt kérdeztek meg, akik minimum 4 éjszakára mentek nyaralni, arról, hogy melyik desztinációba utaztak. A válaszadók közül, mind az EU28 országaiból, mind Spanyolországból a legtöbben Spanyolországot választották nyaralási úti célként. A másik 5 kedvelt úti cél: Olaszország, Egyesült Királyság, Portugália, Franciaország és a Karib-térség és Közép-és Dél-Amerika volt.

### 2.3. Baleár-szigetek

Spanyolország után az ország egyik gyöngyszeme ismerhető meg, a Baleár-szigetek, amely nagy népszerűségnek örvend az ország turisztikai célpontjai körében. A szigetcsoport a látogatók valamennyi igényét lefedi, az érintetlen környezettől, az aktív sportoláson, a megannyi természetes és turisztikai vonzerőn és látnivalón keresztül egészen az exkluzív minőségi szolgáltatásokig és a fiatalok számára közkedvelt szórakozóhelyekig minden megtalálható.

Katalánul Illes Balears, spanyolul Islas Balears, tehát a Baleár-szigetek Spanyolország egyik tartománya, egyben autonóm (független) közössége. Az 5000 km<sup>2</sup> nagyságú sziget a Földközi-tenger nyugati részén helyezkedik el, az Ibériai-félszigettől alig 100-200 km távolságra, keletre. A szigetcsoporthoz első elnevezése, a „Baleárides”, az ókori görögöktől származik, amely az őslakosokra utalt, akik parittyával védekeztek az ellenséges hajók ellen. (www.wikipedia.org)

A Baleár-szigetcsoporthoz összesen 94 sziget sorolható, melyből a legnagyobbak: Mallorca, Menorca, Ibiza (Eivissa), Formentera és sokan sorolják még ide Cabrera szigetét is. Mallorcához 42 sziget, Menorcához 13, Cabrerához 10 sziget, a maradék szigetek pedig Ibiza-hoz és Formenterához tartoznak. (NOVÁK B., 2004)

A hivatalos nyelv a spanyol (castellano) és a katalán (català), de emellett a szigetcsoporthoz különböző részeit: a mallorcai (mallorquí), a menorcai (menorquí) és az ibizai (eivissenc) dialektus, a keleti katalán dialektus helyi változatai is megjelentek.

A Baleár-szigetek számos látnivalójával és kellemes klímájával napjainkban az egyik legnépszerűbb üdülőhely Európában. Népszerűségét az is mutatja, hogy a spanyol területek közül a külföldi turisták, akik elsősorban Európából s ezen belül Németországból és az Egyesült Királyságból érkeznek, Katalónia után a Baleár-szigeteket keresik fel leggyakrabban. (www.wikipedia.org)

### 2.3.1. A szigetcsoporthoz legnagyobb tagjai Mallorca kivételével

A következő alfejezetben megismerésre kerülnek a szigetcsoporthoz tagjai és elemzésre kerül a szigetcsoporthoz erős turisztikai vonzereje is. A Baleár-szigetek lakossága különböző arányban oszlik meg a szigetek között.

#### 6. sz. táblázat: A Baleár-szigetek és 4 legnagyobb tagjának népessége főben (2014)

<b>Mallorca</b>	858 313
<b>Ibiza</b>	140 271
<b>Menorca</b>	93 313
<b>Formentera</b>	11 545

Forrás: Instituto Nacional de Estadística (2014)

Amint a 6. számú táblázat mutatja a Baleár-szigetek népessége 2014-es adatok szerint meghaladta az 1 millió főt. A sziget 4 legnagyobb tagja közül a legtöbben Mallorcán laknak, közel 860 000-en, ezután nagyságrendi sorrendben Ibiza, Menorca és Formentera következik, melyek már jóval csekélyebb lakossággal rendelkeznek.

### **Menorca**

Menorca a Baleár-szigetek második legnagyobb tagja, fővárosa Mahón, területe 701,80 km<sup>2</sup>, amely csendesebb és nyugodtabb, mint Mallorca vagy Ibiza. Csendes strandok, tiszta víz, kis öblök várják az ide látogatókat. Közel egy teljes évszázadig brit fennhatóság alá tartozott, amely különféle nyomokat hagyott Menorcán. A sziget mintegy 75 százaléka az UNESCO védelme alatt áll, számos növény-és állatfaj él itt, amelyek máshol nem találhatók meg. Menorca több része pedig érintetlen, romlatlan. Legfőképpen kulturális és természeti adottságaival vonzza a turistákat, ezáltal inkább a pihenni vágyók körében népszerű. (BOKOR J., 2004), ([www.geoturizmuscentrum.hu](http://www.geoturizmuscentrum.hu))

### **Ibiza**

Ibiza szigetét sokan egyenlővé teszik a „bulisziget” kifejezéssel, s úgy vélik, hogy csak a végeláthatatlan bulik otthona. A közhiedelemmel ellentétben Ibiza jóval több ennél. A kis sziget, amely 575 km<sup>2</sup> területű, a bulizáson és a színvonalas szórakozóhelyeken kívül számos kincset rejteget a turisták számára. 210 km hosszú partszakasszal rendelkezik, amely megannyi fürdési és strandolási lehetőséget kínál. Ibiza változatos élővilága és kultúrája 1999 óta az UNESCO Világörökség része. A szigeten lévő hófehérre festett hangulatos középkori házak és a tengerpartjain lévő homok miatt, gyakran nevezik „Fehér-szigetnek. Fővárosa Eivissa (Ibiza város), két jelentősebb városa pedig San Antoni de Portmany és Santa Eulària des Riu. A sziget 140 km-re található Mallorcától és 3 km-re Formenterától, így könnyen megközelíthető hajóval vagy repülővel. Széles választékával sokrétű vendégkört elégít ki, amely kedvező hatással van a sziget turizmusára. (BOKOR J., 2004), ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org), [www.unesco.org](http://www.unesco.org))

### **Formentera**

Az Ibizától 20 km-re délre fekvő sziget fővárosa Sant Francesc, s területe mindössze megközelítőleg 83 km<sup>2</sup>. Mivel a sziget nem túl nagy területű inkább egynapos kirándulások helyszíne, nem pedig üdülőterület. Itt a legromlatlanabb a természet, növényzete gazdag, füge-és mandulafák, valamint szőlőskertek és búzamezők otthonául is szolgál. Formentera Ibizáról hajóval könnyen megközelíthető, s a menetidő is igen csekély, maximum egy óra, de akár 20 perc alatt is áthidalható a távolság a két sziget között. (BOKOR J., 2004)

A világgjáró utazási magazin idej, 2015-ös cikkében jobbnak nyilvánították a szigetet, mint a világ legdrágább wellness-kúráját. Formenteráról egy kincses szigetként nyilatkoznak, melyet nehéz megközelíteni, ezáltal is különlegessé válik a látogatók körében. A sziget zsúfolatlansága, melyet építkezési korlátozásokkal érnek el és a kristálytisza smaragdzöld és indigókék színű víz látványa megannyi turistát vonz. Gyönyörű természeti értékei mellett a sportolás, a kultúra és a gasztronómia iránt érdeklődők számára is tartogat meglepetést Formentera. (www.vjm.hu)

### **Cabrera**

A Baleár-szigetek öt nagy szigetének legkisebbike, melynek fővárosa Es Port, területe pedig a 16 km<sup>2</sup>-t sem éri el. Itt található Spanyolország első Földi és Tengeri Nemzeti Parkja, az El Parque Nacional Marítimo Terrestre del Archipiélago de Cabrera. A szigetre csak szervezeten lehet utazni és hajóval lehet megközelíteni. (NOVÁK B., 2004)

Az Origo 2015 nyarán megjelent cikkében szerepet kap Cabrera szigete is, miszerint nem muszáj a legfelkapottabb helyeken nyaralni. A cikkben megemlítik, hogy az egész terület egy nemzeti park része, ezáltal szépsége vetekszik Mallorcáéval. Naponta csupán 50 turista köthet ki Cabrera kikötőjében és nézheti meg a szigetet, ezáltal is védve a természeti kincseket. A szigeten egészen 2014-ig nem lehetett megszállni, mivel egyetlen szálláshely sem rendelkezett, de 2015-ben a mallorcai környezetvédelmi minisztérium kezdeményezésére létrehozták az első szálláshelyet. Cabrera első szálláshelyén 12 volt katonai barakkból átalakult kétszemélyes szobák találhatóak. Júniustól szeptemberig a természet védelmének megőrzése érdekében a szigeten mindössze egyetlen éjszakát tölthetnek a turisták. (www.origo.hu)

### **2.3.2. A Baleár-szigetek turisztikai kínálata és kereslete**

A Baleár-szigetekre a legtöbben Nagy-Britanniából és Németországból érkeznek, az érkezések száma pedig évente körülbelül 13,5 millió főre tehető, írja az Origo egyik 2015 őszi közéleti cikkében. (www.origo.hu)

A nagy kereslet számára elegendő férőhelyet kell biztosítani a szigeteknek, amely új szállodák építésével vagy a már meglévő szállodák kapacitásának bővítésével érhető el.

A turisztikai szálláshelyek és férőhelyek számát, valamint a szobafoglaltságot, illetve a turizmusban dolgozók számát a Baleár-szigeteken az alábbi táblázat szemlélteti.

**7. sz. táblázat: Turisztikai szálláshelyek száma, férőhelyek száma, szobafoglaltság (%), a turizmusban dolgozók száma a Baleár-szigeteken (2008-2014)**

<b>Establishment, capacity, occupancy and employed personnel</b>					
<b>Illes Balears</b>	Number of open estimated establishm. according to survey*	Number of estimated bedplaces according to survey*	Level of occupancy		Employed personnel*
			Per bedplaces **	Per bedplaces at weekend	
2008	770	185 016	70,44	70,78	25 407
2009	734	182 456	66,24	67,49	23 993
2010	708	183 436	68,96	69,88	24 166
2011	717	188 265	73,81	74,17	25 175
2012	719	188 402	74,35	75,17	25 537
2013	739	188 544	74,91	75,69	25 438
2014	734	185 866	74,23	75,00	25 391

Forrás: Instituto Nacional de Estadística (2008-2014)

Amint a 7. számú táblázat mutatja a Baleár-szigetek turisztikai szálláshelyeinek kínálata csökkent, míg a férőhelyek száma a turisztikai szálláshelyeken nőtt. Míg 2008-ban összesen 770 létesítményben szállhattak meg a vendégek a szigetcsoport tagjain, addig 2014-re ez a szám 734-re csökkent. A férőhelyek tekintetében 2008-ban 185 000 férőhelyet kínált a szigetcsoport, 2014-re pedig közel 186 000-re nőtt a számuk. Ez a jelenség azzal magyarázható, hogy a Baleár-szigeteken korlátozzák az új szálláshelyek építésének számát, amire szükség is van, mert túl zsúfolttá válna a sziget. Ezáltal nem a szálláshelyek számát növelik, hanem a szállodák kapacitását bővítik.



A kapacitás bővítésére szükséges, mivel a vendégérkezések és a vendégéjszakák száma is emelkedett a Baleár-szigeteken, amely a 8. számú táblázatban látható.

**8. sz. táblázat: Vendégérkezések száma, vendégéjszakák száma, átlagos tartózkodási idő hossza a Baleár-szigeteken (2008-2014)**

<b>Travellers, overnight stays and average stay</b>							
<b>Illes Balears</b>	<b>Number of travellers</b>			<b>Overnight stays</b>			<b>Average stay</b>
	<b>Total</b>	<b>Residents in Spain</b>	<b>Residents abroad</b>	<b>Total</b>	<b>Residents in Spain</b>	<b>Residents abroad</b>	
<b>2008</b>	7 963 073	1 570 493	6 392 581	49 633 274	6 503 118	43 130 156	6,23
<b>2009</b>	7 075 297	1 376 014	5 699 283	45 769 098	6 096 608	39 672 490	6,47
<b>2010</b>	7 543 553	1 393 064	6 150 489	48 419 224	5 919 673	42 499 551	6,42
<b>2011</b>	8 378 477	1 404 186	6 974 291	53 753 804	5 946 107	47 807 697	6,42
<b>2012</b>	8 461 853	1 159 357	7 302 496	54 242 099	4 801 115	49 440 984	6,41
<b>2013</b>	8 563 404	1 128 001	7 435 403	54 405 535	4 516 188	49 889 347	6,35
<b>2014</b>	8 521 564	1 094 875	7 426 689	52 465 517	4 370 111	48 095 406	6,16

Forrás: Instituto Nacional de Estadística (2008-2014)

A szigetcsoporthoz iránti kereslet 2008-hoz képest 2014-re nőtt, amely megmutatkozik a vendégérkezések és a vendégéjszakák számában is, ez megfigyelhető a 8. számú táblázatban. A szigetcsoporthoz tagjaira 2008-ban 8 millió, 2014-ben pedig 8,5 millió turista érkezett, akik 2008-ban közel 50 millió éjszakát töltöttek el a Baleár-szigeteken, s ez a szám 2014-re majdnem elérte az 53 milliót. A szigetcsoporthoz meglátogatók száma és az itt eltöltött éjszakák száma is csökkent a belföldiekénél és nőtt a külföldiekénél. Mind a vendégérkezés, mind a vendégéjszakák tekintetében közel 90 %-ban a külföldi vendégkör a számottevőbb. Míg az átlagos tartózkodási idő csökkent, addig a férőhelyfoglaltság tekintetében növekedés volt megfigyelhető, tehát többen érkeztek, de kevesebb ideig maradtak 2014-ben 2008-hoz képest. (www.ine.es)

A Baleár-szigetek keresletének és kínálatának növelése mellett, a szigetcsoporthoz saját anyagi forrásainak növelését is fontosnak tartja. Ennek elősegítésére 2015 őszén, az Origón és a turizmus.com-on is megjelent cikkben olvashatunk, miszerint a Baleár-szigetek kormánya idegenforgalmi adót vetne ki a turistákra.

Idegenforgalmi adó Spanyolországon belül jelenleg csak Katalóniában van, melyet 2012-ben vezettek be. Mallorcán már korábban is vetettek ki idegenforgalmi adót 2012-től 2013-ig, amely napi egy eurót jelentett személyenként.

A vendégéjszakák száma és a szálláshely besorolása alapján vetnék ki az adót, amely nem vonatkozna a gyerekekre, viszont a tengerjárókon érkezőkre, akik a hajón

éjszakáznak, azokra igen. A számítások szerint két 14 év alatti gyermekkel egy négytagú családnak körülbelül 16 eurót kellene fizetnie idegenforgalmi adó gyanánt, amelyet Francina Armengol a Baleári-szigetek elnökének elmondása alapján a turizmusba szeretnének visszaforgatni. A szigetszoport anyagi forrásainak bővítésére és beruházásokra lenne szükség, melyet ebből tudnának fedezni. A várt 50 és 80 euró idegenforgalmi adóból származó bevétel a turisztikai ágazat minőségének javítását és a környezet, valamint a kulturális örökségek védelmét segítené elő. (www.origo.hu, www.turizmus.com)

#### **2.4. Mallorca, az ezerarcú sziget**

Mallorca a Baleár-szigetek legnagyobb tagja, területe 3684 km<sup>2</sup>, népessége hozzávetőlegesen 850 000 fő. Fővárosa Palma de Mallorca, melynek népessége majdnem eléri a 400 000 főt, tehát a sziget népességének közel a fele a fővárosban koncentrálódik. Kristálytisza vízű strandok, gasztronómiai és kulturális érdekességek, fénybe borult városok, gyönyörű látnivalók, izgalmas helyszínek, sokat ígérő éjszakák és szórakoztató nappalok. Ez Mallorca, egy sziget a felejthetetlen élményekért.

Kiváló üdülőhely azoknak, akik a nyugalmat keresik, de megfelelő célpont az élményfanatikusoknak is. 180 strandjával, 560 km hosszú tengerpartjával és a hegyekben lévő festői falvaival, mindenki számára megfelelő úti cél lehet. A tengerpartok mellett közkedvelt látogatócélpontok még Mallorca kikötői, kertjei, óvárosai és barlangjai. Természeti csodái, múzeumai, kulturális és történelmi épületei, mint a Bellver kastély vagy a Palman található Katedrális is csalogatja a látogatókat. Mallorca különleges ízvilágát sem szabad figyelmen kívül hagyni, érdemes ellátogatni a helyi piacokra, ahol friss húsok, halak, tengergyümölcssei, olívbogyó, zöldségek, gyümölcsök és helyi különlegességek szerepelnek az árusok kínálta termékek között. A városok szűk utcáin sétálgatva fellelhetők a helyi gasztronómiai specialitások is, melyek a későbbiekben említésre kerülnek. Mallorca nemcsak e tulajdonságaival vonzza a turistákat, hanem jelentős számban jönnek sportolni vágyók is a szigetre. A kerékpárturizmus, a golfturizmus és az extrém sportok is fontos szerepet játszanak a szigetre érkezők körében. (Iberostar katalógus, 2015, szabad fordítás)

#### 2.4.1. Az idegenforgalom fejlődése Mallorcán

Hajdanában a sziget túlnyomó részben mezőgazdasággal foglalkozott, különféle gyümölcsfák, legfőképpen narancs- és mandulafák ontották terméseiket, a lakók nagy része pedig földművelésből és állattenyésztésből élt. 1960-ig nagy szegénység uralkodott a szigeten, emiatt sokaknak tovább kellett állniuk és hátuk mögött kellett hagyniuk a földet, ahol születtek és felnőttek.

Az 1950-es években egyre többen keresték fel a szigetet, így szükségessé váltak az idegenforgalmi fejlesztések, amelynek Franco volt az egyik legmeghatározóbb támogatója. A szigetet hamar felfedezték a turisták, s örömmel látogattak ide már az 1960-as években, amikor is Mallorca békés, biztonságos és gyönyörű partokkal, tájakkal, helyszínekkel csalogatta az akkor még csendes, jómódú, civilizált és kulturált turistákat.

Az 1970-es évektől fokozódott a Mallorcára érkezők száma, már nem csak kis csoportok jelentek meg a szigeten, hanem a középosztály számára is lehetőség nyílt az utazásra, s az idegenforgalomban való részvételre, erre a célra pedig tökéletes választásnak bizonyult Mallorca. Az egyre több látogató fogadására a helyi vállalkozók reagáltak, s idegenforgalmi szálláshelyek építésébe kezdtek.

Az 1973-as olajválság, vagyis a hirtelen megnőtt olajárak hatására megnöttek az előállítási költségek, csökkenés következett be a diszkrecionális jövedelem terén, amely a turisták számának csökkenésével járt. Erre a jelenségre a kínálati oldal szereplői versenyképességük növelésével próbáltak reagálni, csökkentették áraikat, leginkább a munkaerőköltségek csökkentésével. Ettől kezdve elterjedtek az apartmanok, amelyek felváltották a szállodákat. A vállalkozóknak nemcsak a munkaerő költségeit kellett csökkentenie, hanem az építkezési költségeket is. Arra törekedtek, hogy magas férőhellyel rendelkező szálláshelyeket hozzanak létre, lehetőleg minél gyorsabban és olcsóbban. A parttól távolodva az építkezések költségei jelentősen csökkentek, így ezt a lehetőséget is figyelembe vették és alkalmazták az építkezéseknél.

A létesült férőhelyek száma 1989-ben 45 000 volt, amely 765 000 turistát tudott elszállásolni, de a turisták számának növekedése csak fele akkora volt, mint a férőhelyek számának növekedése, szám szerint 350 000 fő, így az árak rohamos csökkenésnek indultak. Ezután már nem csak a középosztály, hanem a szerényebb anyagi forrásokkal rendelkező rétegek is potenciális látogatókká váltak a szigeten. Az

idegenforgalom nagy jelentőséggel bír Mallorcán, ugyanis a bruttó nemzeti érték (GNP) 80%-a a szolgáltató szektorból kerül ki, melynek nem része az idegenforgalom építőiparra gyakorolt hatása.

1992-ben a legalacsonyabb munkanélküliség Spanyolországban a Baleár-szigeteken volt, ezért megnőtt a Mallorcára vándorlók száma. 1970 és 1988 között 20 %-os csökkenés volt megfigyelhető az egy turistára jutó napi költségben, amely annak az eredménye, hogy Mallorca vezetése nem a minőségre, hanem a mennyiségre koncentrált, tehát minél több szállodát és férőhelyet akart realizálni, s ennek a minőség látta kárát. (BOERS, H. and BOSCH, M.,1994)

Nagy áttörést hozott a sziget turizmusába az 1960-ban átadott Son San Juan repülőtér, inentől egyre több turista kereste fel a szigetet. Az idegenforgalom fejlődését az is elősegítette, hogy 1983-ban a szigetcsoport teljes autonómiát, függetlenséget kapott Spanyolországtól. Ettől kezdve folyamatos fejlődés jellemezte a szigetet, ezt a 90-es évek második felében mért közel évi 7 millió főre tehető turistaérkezés is jól mutatja. Ez a nagymértékű idegenforgalmi fejlődés Spanyolország vezető gazdasági régiójává segítette elő a Baleár-szigeteket.

([www.utazasitanacsado.hu](http://www.utazasitanacsado.hu))

#### **2.4.2. Mallorca turisztikai vonzerői**

Mallorcára a világ minden pontjáról különböző turisztikai céllal és érdeklődéssel az év minden napján érkeznek látogatók. Turisztikai vonzerői sokszínűek, így mindenki megtalálhatja a számára megfelelőt. A teljesség igénye nélkül Mallorca számos helyszíne, programja, attrakciója és a szigetre érkezők utazási motivációja közül a legnépszerűbb helyszínek: Palma de Mallorca, Alcúdia, Formentor, Valldemossa, Deiá, Soller, Tramuntana-hegység és Palmanova, amelyek sokszínű élményt nyújtanak az ide látogatóknak (ld. 2./c sz. melléklet). Tengerpartjai közül Sa Calobra (ld. 2./c sz. melléklet), Es Trenc, Cala Figuera, Cala Llombards, Cala Mesquida és Platja de Palma vonzza a legtöbb turistát. Ezek mellett érdemes ellátogatni a Formentor-félszigeten lévő Formentor-fokhoz (ld. 2./c sz. melléklet), amely Mallorca északkeleti részén található, és amelyhez húsz kilométeres veszélyes autót vezet. Az oda vezető úton található a Mirador de Colomer kilátó is, ahonnan csodálatos a kilátás a szigetre. Aki Mallorcára látogat, érdemes megnéznie a La Seu-Palma Katedrális, amely a sziget legfőbb látványossága, emellett a Bellver-kastély, és a Castell de Alaro is a sziget szépségei közé tartoznak. Mallorca a természeti és

kulturális látványosságok mellett számos programmal is várja a szigetre érkezőket. Az Arab fürdő, Cuevas de Drach-Sárkánybarlang, a Katmandu Park (ld. 2./c sz. melléklet), a Marineland, a Safari Zoo, a Palma Aquarium, az Aqualand, a Bar Abaco és a La Granja, minden korosztály számára érdekes és izgalmas élményeket nyújthat.

A sziget lakóinak népi hagyományai is sok látogató számára érdekesek, ilyenek például az egyes vallási ünnepek, a népviselet, táncok, ételek, amelyeket szívesen ismernek meg a turisták. A spanyolok híres tánca a Flamenco is nagy népszerűségnek örvend, amely köré számos program csoportosul. A sziget gasztronómiáját illetően is kimagasló, így nem csak a látvány, hanem az ízek is emelik Mallorca népszerűségét. Az ízek szerelmesei számos ínycsiklandó fogással ismerkedhetnek meg a szigeten, melyek közül is egy rizses egytálétel, a paella (ld. 2./c sz. melléklet) a leghíresebb. A mallorcai konyha alapanyagai közt leginkább a tenger gyümölcsei, mint a kagyló, a különböző rákfajták, a halak és a polip szerepelnek. Nagyon jellegzetesek a tapasok, amelyek apró falatkák a szeszes italok mellé, illetve a mallorcai kolbász a sobrasada, és a sziget híres nemzeti édessége, az ensaimada (ld. 2./c sz. melléklet). ([www.mallorca.vilagnezo.hu](http://www.mallorca.vilagnezo.hu), [www.repulojegyutazas.hu](http://www.repulojegyutazas.hu), [www.vilagrecept.hu](http://www.vilagrecept.hu))

#### **2.4.3. A sziget turizmusának kínálati és keresleti oldala**

Ezen fejezetben az előző fejezetben bemutatott turisztikai vonzerők miatt a szigetre látogató turisták száma, az itt eltöltött éjszakák és az őket befogadó turisztikai szálláshelyek száma és foglaltsága kerül elemzésre.

2015 októberében a turizmus.com egyik megjelentetett cikkében szót ejt Mallorcáról, melyet Spanyolország 3. legkedveltebb úti céljaként emel ki Barcelona és Madrid után. ([www.turizmus.com](http://www.turizmus.com))

A sziget népszerűsége a vendégérkezések és a vendégéjszakák számának növekedésében is megmutatkozik, amelyet a 9. számú táblázat tartalmaz.

**9. sz. táblázat: Vendégérkezések száma, vendégéjszakák száma, szobafoglaltság (%), turisztikai szálláshelyek száma, férőhelyek száma és a turizmusban dolgozók száma Mallorcán (2008-2014)**

<b>Guests, overnight stays, occupancy, establishments, capacity, average stay and employed personnel</b>										
	Guests		Overnight stays		Occupancy rate		Number of open estim. establishm. according to survey *	Number of estimated bed-places * according to survey	Average stay	Employed personnel
	Residents in Spain	Residents abroad	Residents in Spain	Residents abroad	Of bed-places **	Of bed-places at week-end **				
<b>Tourist areas with a greater number of overnight stays per month, Isla de Mallorca</b>										
2 008	945 079	5 187 659	3 941 219	35 074 874	71,33	71,49	557	143 184	6,36	20 301
2 009	848 440	4 647 005	3 714 545	32 445 660	67,39	68,59	527	141 190	6,58	19 325
2 010	839 913	4 898 601	3 375 443	34 032 775	68,97	69,53	512	141 751	6,52	18 922
2 011	875 497	5 521 306	3 420 643	38 050 036	74,34	74,63	516	144 149	6,48	19 608
2 012	728 474	5 838 478	2 901 829	39 524 692	75,09	76,19	525	145 358	6,46	20 050
2 013	687 396	5 865 641	2 661 039	39 653 116	75,49	76,42	545	145 491	6,46	19 761
2 014	651 114	5 827 819	2 628 148	38 035 274	75,08	76,01	542	142 295	6,28	19 466

Forrás: Instituto Nacional de Estadística (2008-2014)

A 9. számú táblázatból leolvashatóak a turisztikai kínálat és kereslet legfontosabb mutatói. A kínálati oldal két fontos eleme a turisztikai szálláshelyek és férőhelyek száma, melyek jól láthatóan csökkentek 2008-ról 2014-re. Míg 2008-ban a sziget 557 turisztikai szálláshelyet és 143 000 fölötti férőhelyet kínált az ide érkező turistáknak, addig 2014-re a turisztikai szálláshelyek száma 542-re, a férőhelyek pedig 142 000 fölötti értékre esett vissza.

Mallorca turisztikai keresletének viszonylatában érdemes megemlíteni, hogy 2014-ben a vendégérkezések száma megközelítette a 6,5 milliót, melyből 5,8 milliót a külföldi turisták generáltak, s ez a szám magasabb volt, mint a Barcelonába érkező külföldi turisták száma. A belföldi vendégérkezések és a vendégéjszakák száma 2014-ben 2008-hoz képest visszaesett, ellenben a külföldiek által generált vendégérkezés és vendégéjszaka számban jelentős növekedés volt megfigyelhető. Ezen két mutató belföldi és külföldi viszonylatában jelentős különbség áll fenn. A 650 000 belföldi 2,6 millió vendégéjszakát töltött el Mallorcán, a külföldiek közül 5,8 millióan látogatták meg a szigetet, akik 38 millió vendégéjszakával gyarapították a turisztikai szálláshelyeket. Így a vendégéjszakák illetve a vendégérkezések számának hányadosaként kiszámolható az átlagos tartózkodási idő, amely 2008 és 2014 között

csökkenő tendenciát mutatott. A belföldiek átlagosan 4, a külföldiek 6,5, a szigetre érkező vendégek összesen pedig 6,28 éjszakát töltöttek átlagosan Mallorca turisztikai szálláshelyeinek egyikében 2014-ben. A férőhelyfoglaltság is növekedést mutat az évek során, 2014-ben ez a szám elérte a 75 %-ot, amely viszonylag magas értéknek számít. A táblázatban megfigyelhető, hogy a turisztikai szálláshelyeken az alkalmazottak számában is csökkenés történt, ez 2014-re 19 000 fölötti alkalmazottat jelentett, ami körülbelül 1000 fős csökkenés a korábbi 2008-as 20 000 fölötti alkalmazotthoz képest.

A 10. számú táblázatban láthatóan elkülönülnek Mallorca küldő országai vendégérkezés és vendégéjszaka szempontjából.

**10. sz. táblázat: Vendégérkezések és vendégéjszakák száma Mallorcán, küldő országonként (2014)**

<b>BALEARS, Illes: Isla de Mallorca</b>		<b>BALEARS, Illes: Isla de Mallorca</b>	
Guests registered by tourist area, country of residence and month.		Overnight stays of the guests by tourist area, country of residence and month.	
Units: number		Units: number	
<b>Total</b>	6 478 933	<b>Total</b>	40 663 422
<b>Residents in Spain</b>	651 114	<b>Residents in Spain</b>	2 628 148
<b>Residents abroad</b>	5 827 819	<b>Residents abroad</b>	38 035 274
<b>European Union (without Spain)</b>	5 339 162	<b>European Union (without Spain)</b>	34 953 210
<b>Germany</b>	2 657 887	<b>Germany</b>	17 990 787
<b>United Kingdom</b>	1 474 300	<b>United Kingdom</b>	9 275 254
<b>France</b>	263 507	<b>France</b>	1 846 658
<b>Switzerland</b>	169 424	<b>Switzerland</b>	1 062 601
<b>Sweden</b>	157 514	<b>Sweden</b>	926 461
<b>Netherlands</b>	133 201	<b>Netherlands</b>	814 267
<b>Italy</b>	109 747	<b>Russia</b>	801 028
<b>Russia</b>	95 493	<b>Italy</b>	665 989
<b>Denmark</b>	95 055	<b>Denmark</b>	60 735
<b>Belgium</b>	94 523	<b>Norway</b>	574 162
<b>Austria</b>	86 441	<b>Belgium</b>	566 459
<b>Norway</b>	80 987	<b>Austria</b>	503 223

Forrás: Saját szerkesztés az Instituto Nacional de Estadística 2014-es adataiból

A 9. számú táblázatból megfigyelhető, hogy Mallorcát 2014-ben közel 6,5 millióan látogatták meg és több, mint 40 millió vendégéjszakát töltöttek el turisztikai szálláshelyeken, a szigeten. A vendégérkezések és a vendégéjszakák több, mint 80 %-át az Európai Unió országok generálták, Spanyolország adatai nélkül.

A legtöbb vendég Németországból érkezett, 2,6 millió fő. Az is megállapítható, hogy a németek maradtak a leghosszabb ideig a szigeten, szám szerint közel 18 millió vendégéjszakát, így a két adat segítségével kiszámolható a szigetre látogató német vendégek átlagos tartózkodási ideje, amely összesen 6,8 éjszaka volt. Németország után az Egyesült Királyságból érkeztek a legtöbben, közel 1,5 millióan. Az angolok 9



millió fölötti vendégéjszakát töltöttek a szigeten, a németek után így ők szerepelnek a második helyen vendégéjszakák tekintetében, átlagos tartózkodási idejük pedig 6,3 éjszaka volt. A két ország vendégei adták a szigetre érkezők több, mint a felét, körülbelül 64 %-át és a szigeten eltöltött vendégéjszakák 67 %-át. A németek és az angolok mellett jelentős számban érkeztek még Franciaországból, Svájcól, Svédországból, Hollandiából és Olaszországból, ahonnan 100 000 főt meghaladó vendég érkezett.

Mallorca fővárosába, Palma de Mallorcára is sokan látogatnak el, melynek pontos számát a 11. sz. táblázat mutatja.

**11. sz. táblázat: Vendégérkezések száma, vendégéjszakák száma, szobafoglaltság (%), turisztikai szálláshelyek száma, férőhelyek száma, a turizmusban dolgozók száma Palma de Mallorcán (2014)**

<b>Guests, overnight stays, occupancy, establishments, capacity, average stay and employed personnel</b>										
	Guests		Overnight stays		Occupancy rate		Number of open estim. establishm. according to survey *	Number of estimated bed-places * according to survey	Average stay	Employed personnel
	Residents in Spain	Residents abroad	Residents in Spain	Residents abroad	Of bed-places **	Of bed-places at week-end **				
<b>Tourist areas with a greater number of overnight stays per month, Palma de Mallorca</b>										
	292 368	1 345 519	1 041 191	6 716 023	72,07	75,88	138	28 912	4,74	4 251

Forrás: Instituto Nacional de Estadística (2014)

A 11. számú táblázat Mallorca fővárosának, keresleti és kínálati oldalát szemlélteti. A fővárosba összesen több, mint 1,6 millióan érkeztek 2014-ben, ebből 82 %-ban külföldiek és mindössze 18%-ban belföldiek. A vendégéjszakák száma meghaladta a 7,7 millió vendégéjszakát, ennek 87 %-a volt külföldi és csupán 13 %-a belföldi.

#### **2.4.4. A sziget előnyei, problémái, problémáinak kezelése**

##### **A sziget előnyei**

Egy friss hír jelent meg a The Times brit napilapban, amely Palma de Mallorcát, Mallorca fővárosát választotta 2015-ben a világ legélhetőbb városának. A város 49 másik várossal versenyzett, mint Berlin vagy Torontó, s ezeket maga mögé utasítva nyerte el a legélhetőbb város címet. Több szempont alapján vizsgálták meg a városokat: életminőség, gasztronómia, klíma, környezet, s ezek alapján Palma de Mallorca bizonyult a legjobbnak. Előnyként emelték ki óvárosát, a tengerpart és a repülőtér közelségét és infrastruktúráját. Tökéletes úti cél a nyaralni vágyóknak, emellett pedig élni is jó választás Palma de Mallorcán. ([www.turizmus.com](http://www.turizmus.com))

##### **Ingatlan**

A sziget számos turisztikai vonzereje, kulturális és történelmi létesítményei és természeti kincsei mellett a sziget ingatlanpiaca is fejlődő tendenciát mutat. Egy 2011-ben a Világgazdaságban megjelent cikk szerint megéri ingatlant, nyaralót vásárolni Mallorcán, ugyanis az árak folyamatosan emelkednek, és később drágábban lehet majd eladni őket. Apartmanokat 200 000, sorházakat 300 000 önálló házakat pedig 500 000 eurótól lehet vásárolni a szigeten. Az ingatlanpiacot Mallorcán a külföldi vevők kereslete, legnagyobb mértékben a német és angol vásárlók határozzák meg, de jelentős szerepet játszanak a sziget ingatlanpiacának alakításában a lengyel, magyar, cseh és orosz vásárlók is. (ANDÓ P., 2011), ([www.rellox.hu](http://www.rellox.hu))

##### **A szigeten felmerülő problémák**

##### **Tömegetturizmus jelenléte a szigeten**

A mai értelemben vett modern tömegetturizmus elterjedése a XX. század második felére tehető. Ezt számos tényező segítette elő: többek között a szabad rendelkezésre álló jövedelem növekedése, a fizetett szabadság és a nagy utazási motivációval rendelkező turisták elterjedése. Ezen tényezők a keresleti oldalon mutatkoztak meg, de ezek mellett a kínálati oldal is szerepet játszott a tömegetturizmus elterjedésében. Egyre több szálláshely, vendéglátó egység, utazási iroda és szolgáltató egység jelent meg a piacon a turistáknak széles választékot kínálva. Új technológiák alkalmazására került sor, fejlődött az infrastruktúra, ezen belül felújították az utakat, új légitársaságokat hoztak létre, ezáltal is megkönnyítve az utazást. Mindezek mellett

az internet hozta a másik áttörést, amely a különböző turisztikai szolgáltató egységeket és a vevőket összekapcsolta egymással. (PÉCSEK B, 2014)

Ez a jelenség Mallorcára is jellemző, melyet a spanyolok egy külön kifejezéssel, a "balerizáció"-val illetnek. Ez alatt a tömegturizmus összes káros hatását értik: német sörözők, szórakozóhelyek, angol kocsmák, viking bárók, többemeletes szállodák és üdülőhelyek egyre nagyobb számban történő elterjedése. (BOERS, H. and BOSCH, M.,1994)

A szigetre érkező látogatók legnagyobb részét a szórakozni vágyó fiatalok teszik ki, akik a különböző bárókat, szórakozóhelyeket keresik fel csekély pénzköltési szándékkal. A megannyi látványosságot figyelmen kívül hagyva általában ezek a fiatalok csak a tengerpartig jutnak el, ahol a legkedveltebb helyet, a Balneario 6-ot keresik fel. Itt található a híres Megapark, Megaréna és még számos szórakozóhely német zenével, német lemezlovasokkal, német hírességekkel, fellépőkkel, s némely helyen német személyzettel is a Németországból érkező fiatalok örömeire.

Annak ellenére, hogy a sziget lakosainak nagy része vendéglátásból él, már elégük lett a fiatalok folyamatos dorbézolásából, részegeskedéséből és gátlástalan viselkedéséből. A bódult állapot már reggel kezdetét veszi, s egész éjjel tart. Reggelre a part szeméttel van tele, amely a sziget imázsának csorbításához vezet. Éjszaka pedig a hangos zene és a szórakozni indulók zaja töri meg a csendet és a szigetre érkező turisták pihenését.

Ezen állapot megszüntetése érdekében Mallorca vezetése elhatározta, hogy megváltoztatja célközönségét és arab és kínai vendégkört céloznának meg, akik magasabb diszkrecionális jövedelemmel rendelkeznek és nagyobb a pénzköltési hajlandóságuk. Új 4-és 5 csillagos szállodák, éttermek, sportpályák nyílnának, ezzel kielégítve a gazdagabb, minőségi szolgáltatások iránt érdeklődő vendégeket. Alkoholtilalmat rendelnének el a közterületeken, így megszűnne a parton történő alkoholizálás és csökkene az ezzel járó szemét mennyisége. A hír nemcsak a német turistákat, hanem a lakosokat is felkavarta, mert a lakosok jelentős része a turistákból él. Sokan tiltakozásukat is kifejezték, s erre a sziget vezetése úgy nyilatkozott, hogy csak a hangulatot szeretnék átalakítani a Baleár-szigetek legnagyobbikán, s továbbra is szívesen látják a német turistákat. (LÁSZLÓ D., 2013)

## **Környezeti problémák**

A nagymértékű turista beáramlásának egyik súlyos következménye a sziget a felszín alatti vízrendszerének fokozatos kiapadása, ezáltal csökken az édesvízkészlet és nő a víz sótartalma. A vidéken élő lakosok napi 140 l vizet használnak fel, míg ezzel szemben a sziget városaiban élők 250 l-t, az átlagturista napi vízfogyasztása pedig eléri a 440 l-t. Ezt az értéket megduplázzák a luxusturisták, akik akár napi 880 l vizet is képesek elhasználni. A víz szükséges az úszómedencék feltöltéséhez, a golfpályák és a szállodák kertjének öntözéséhez, a ruhák tisztításához és a szaunák üzemeltetéséhez. Az édesvíz csökkenése káros hatással van a mezőgazdaságra és a kertművelésre is, mivel nem jut elegendő víz az öntözésükre. A vízmennyiség csökkenése a lakosság és a turisták számára komoly problémát jelent, mert a vízhiány miatt rákényszerülnek az ásványvíz fogyasztására, amely a szállítás és a csomagolás miatt tovább szennyezi a környezetet.

A turisták által okozott másik megoldandó probléma a szigeten keletkező hulladéktömeg kezelése. A számítások szerint a sziget lakosainál 50 %-al több hulladékot termel egy ide érkező turista.

A környezetre mért káros hatások mellett a leglátványosabb szigetet érintő probléma, a tájkép rombolása. A sziget tengerparti panorámáját ellepi a magasba nyúló szállodák sokasága. Ezek kiépítéséhez nagy területekre volt szükség, ezért megnövekedett a betonfelületek nagysága és így csökkentek a tengerpartok és a zöld övezetek a szigeten. (BOERS, H. and BOSCH, M.,1994)

## **Egységes szállodai minősítési rendszer hiánya**

Spanyolországban nincs egységes minősítési rendszer a turisztikai szálláshelyekre, regionálisan kötelező szálláshelyi besorolási rendszer működik. Minden tartománynak a helyi törvényhozást figyelembe véve saját szálláshelyi besorolási kritériumrendszere van.

A kategóriák 1-5 csillagig terjednek és méret és felszereltség szerint minimum követelmények érvényesek, amelyek előírják, hogy miket kell tartalmazzanak a szállodai szobák kategóriánként.

A minimum követelmények kategóriánként:

- 1 csillag
  - Kétágyas szoba minimum 12 m<sup>2</sup>, egyágyas szoba minimum 7 m<sup>2</sup>, fürdőszoba (káddal vagy zuhanyzóval) 3,5 m<sup>2</sup>-es, cirkófűtés, lift.
- 2 csillag
  - Kétágyas szoba minimum 14 m<sup>2</sup>, egyágyas szoba minimum 7 m<sup>2</sup>, fürdőszoba (káddal vagy zuhanyzóval) 3,5 m<sup>2</sup>, telefon a szobában, központi fűtés, lift, széf szolgáltatás.
- 3 csillag
  - Kétágyas szoba minimum 15 m<sup>2</sup>, egyágyas szoba minimum 8 m<sup>2</sup>, fürdőszoba (káddal és zuhanyzóval) 4 m<sup>2</sup>, telefon a szobában, központi fűtés, légkondicionáló a közösségi terekben, lift, bár, széf szolgáltatás.
- 4 csillagos
  - Kétágyas szoba minimum 16 m<sup>2</sup>, egyágyas szoba minimum 9 m<sup>2</sup>, fürdőszoba (káddal és zuhanyzóval) 4,5 m<sup>2</sup>, telefon a szobában, központi fűtés, klíma a szobában, lift, bár, széf a szobában.
- 5 csillag
  - Kétágyas szoba minimum 17 m<sup>2</sup>, egyágyas szoba minimum 10 m<sup>2</sup>, fürdőszoba (káddal és zuhanyzóval) 5 m<sup>2</sup>, telefon a szobában, központi fűtés, klíma a szobában, lift, bár, széf a szobában.

A Turizmus Online internetes oldalán 2013 június elején megjelent cikk szerint a 15 európai országban már jelen lévő egységes szállodai rendszer, a Hotelstars tovább terjed Európa szerte. A Hotelstars Union (HSU) 2009-ben jött létre a HOTREC, vagyis az Európai Unió tagországai szálloda, éttermi, és kávéházi szövetségeinek konföderációja által. A minősítő rendszer átláthatóbbá teszi a szállodák kategorizálását, így segít a vendégek számára a megkülönböztetésben, emellett pedig elősegíti a szállodaiipar nemzetközi versenyképességét. Alapító tagjai: Ausztria, Csehország, Hollandia, Magyarország, Németország, Svájc és Svédország, ehhez pedig már 8 újabb ország: Belgium, Dánia, Észtország, Görögország, Lettország, Litvánia, Luxemburg és Málta is csatlakozott. Térnyerése a mediterrán térségben is folytatódni látszik, mivel Franciaország, Olaszország, Norvégia és Spanyolország is jelezték már belépési szándékukat. ([www.magyarrefk.hu](http://www.magyarrefk.hu), [www.cehat.com](http://www.cehat.com), [www.turizmusonline.hu](http://www.turizmusonline.hu))

### **Mallorca saját jellegének elvesztése**

A tömegturizmus, a turisták és a turisztikai szálláshelyek számának emelkedése miatt átstrukturálódott a foglalkoztatottság a szigeten. Régen a sziget lakosai a mezőgazdasággal keresték kenyerüket, de ez egyre inkább megváltozott az idők során és manapság az idegenforgalom nyújtja a legtöbb munkalehetőséget az itt élőknek. A sziget mára már teljesen átalakult és kezdi elveszíteni természetes szépségét a szállodák tömkeregében. (H.BOERS, M. BOSCH, 1994)

Mallorca egyre inkább elhagyja saját hagyományait, hogy kedvezzen az ide érkező vendégkör igényeinek, ezzel eluralkodik a szigeten a multikulturalizmus, amely a kulturális és a nemzeti sokszínűséget támogató és az etnikai kisebbségeket elismerő ideológia. (www.wikipedia.org)

### **A sziget elnémetesedésének veszélye**

A strukturális és természeti gondok mellett, a németek körében Mallorca nagy népszerűsége is veszélyt jelenthet a szigetre. Az egyre nagyobb számban érkező német vendégkör ugyan pozitív hatással van Mallorca turizmusára, de sokan már nem a sziget turisztikai szálláshelyeinek bevételeit gyarapítják, hanem saját nyaralójukba érkeznek a szigetre. Az ide érkező német középkorú vagy nyugdíjas vendégkör viszonylag magas diszkrecionális jövedelemmel rendelkezik, amely akár egy saját nyaraló vagy ingatlan megvásárlására is elegendő, így a szigetet nem csak a német fiatalok lepik el, hanem az idősebb korosztály is már második otthonaként tekint Mallorcára. A szigeten megjelenő nagy német hatás érvényesülését az is mutatja, hogy a nyaralók és az ingatlanok mellett sok szálloda és szórakozóhely is német tulajdonban van. Playa de Palma tengerparti sétányain pedig megszámlálhatatlan étterem, söröző, kávézó és diszkó német alkalmazottakkal várja a turistákat.

A szigetet már 1993-ban Németország 17. tartományának is nevezték. Ebben az évben, 1993 július 9-én a német Bild napilapban megjelent cikk fejcímén ez állt: "Mallorca soll deutsch werden", miszerint Mallorca németté kell váljon, vagyis Németországhoz kell tartozzon. Szó esik arról is, hogy a németek mellett a brit turisták látogatják legtöbbször a szigetet, akik attól féltek, hogy a németek elveszik tőlük a szigetet. Azt nyilatkozták, hogy nem akarnának minden évben "Németországba" menni, ha Mallorca is német fennhatóság alá kerülne. (www.mallorcamagazin.com)

## **A sziget problémáinak kezelése**

Mallorca szigetét turisztikai szempontból két részre oszthatjuk. A kétarcú sziget egyes részei idegenforgalmi és turisztikai vonzerői miatt vonzza a látogatókat, míg más területei természeti kincseket rejtnek.

A sziget természeti kincsei és látképének elrontói legnagyobb részben a szállodarengeteg mellett, a részeges fiatalok és viselkedésük.

Ennek kezelésére a sziget különböző intézkedéseket hozott létre. A Kurir.hu hírportál 2013 júliusában megjelentetett cikkében arról ír, hogy a sziget vezetése megelégedte a németek tivornyáit és úgy döntött, hogy megszünteti a szigeten a piaturizmust és a német fiatalok helyett inkább a minőségi és fizetőképesebb nyaralókat célozná meg luxusszállodák építésével. Erre a németek csalódottságukat fejezték ki és úgy vélekedtek, hogy nélkülük Mallorca rajta sem lenne a térképen. ([www.kurir.hu](http://www.kurir.hu))

Egy friss hír is mutatja, hogy Mallorca vezetése tesz annak érdekében, hogy a sziget színvonala emelkedjen. Több internetes oldal, többek között a Turizmus Online és a Turizmus.com is megírta, hogy 2015 június 9-én Mallorca egyik népszerű üdülővárosában, Magalufon betiltották az utcai iszogatást este 10 és reggel 8 óra között. Az alkohol árusítását is szigorították, miszerint éjfél után nem engedélyezett alkoholt árusítani ezen a területen. Ezen szabályok megszegésének egyenlőre még nincs következménye. Aki viszont közterületen végzi el a dolgát, az súlyos pénzbüntetéssel számolhat, amely akár 1500 eurós, azaz közel 500 ezer forintos bírságot is jelenthet. A szigeten tiltótáblákat helyeznek ki, amelyek felhívják a figyelmet a tilalomra, emellett pedig az utazásszervezők és a szállodák is tájékoztatják az új szabályról a turistákat. A Magalufon élők és a turisták megzavarásának elkerülésére Alfonso Rodríguez polgármester több rendőrt állít szolgálatba. ([www.turizmusonline.hu](http://www.turizmusonline.hu), [www.turizmus.com](http://www.turizmus.com))

A sziget erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit illetve veszélyeit a legjobban egy SWOT elemzés mutatja be, melynek részei a 12. táblázatban tekinthetők meg.

### 12. sz. táblázat: SWOT elemzés

<p><b>Erősségek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• a sziget tursztikai vonzerői, természeti adottságai</li> <li>• fejlett infrastruktúra</li> <li>• kedvező időjárási viszonyok</li> </ul>	<p><b>Gyengeségek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• a tömegturizmus elterjedése, hatásai</li> <li>• kevés küldőország</li> <li>• viszonylag magas árak</li> </ul>
<p><b>Lehetőségek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• új célközönség kiválasztása</li> <li>• a minőség hangsúlyozása</li> <li>• új szállodák, éttermek létrehozása</li> <li>• országkép javítása</li> </ul>	<p><b>Veszélyek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zajszennyezés, környezetszennyezés</li> <li>• országkép romlása</li> <li>• német vendégek elvesztése az adóztatás miatt</li> <li>• Mallorca saját jellegének elvesztése</li> </ul>

Forrás: Saját szerkesztés

Mallorca fő céljai között az erősségek kihasználása, megerősítése és a turisztikai vonzerők és a természeti adottságok védelme a legfontosabbak, mert ezek azok a tényezők, amik miatt a turisták a szigetre érkeznek. A megfelelő infrastruktúra kialakítása és fenntartása sem elhanyagolható szempont, fontos, hogy a turisták biztonságosan és egyszerűen tudjanak a szigetre érkezni és a szigeten közlekedni. A sziget lehetőségei között szerepelnek: új célközönség kiválasztása, melyeknek új turisztikai szolgáltató egységek létrehozása szükséges és az országkép ápolása és javítása. A gyengeségek között a tömegturizmus elterjedése és hatásai, a kevés küldőország és a viszonylag magas árak jelennek meg. A sziget törekszik a tömegturizmus megszüntetésére, az ár-érték arány összhangjára és a veszélyek, a környezetszennyezés és az országkép romlásának megállítására. Emellett fontos célja növelni a szigetre érkező vendégek számát és az általuk eltöltött idő hosszát.



#### **2.4.5. A sziget jövőképe, imázsának javítása**

A sziget jövőbeni sikerességének és a turisták körében elért népszerűségének fenntartása és emelése érdekében számos intézkedést, fejlesztést, újítást, programot és szolgáltatást hoztak létre és vezettek be Mallorcán.

#### **A színvonal emelkedése a Baleár-szigeteken és Mallorcán**

##### **Minőségi színvonalemelés programja**

A “balerizáció” folyamatos elhatalmasodása a szigeten Mallorca természeti szépségeinek elvesztéséhez vezethet. A szigeten felmerülő problémák kezelésére és megoldására a sziget vezetése kidolgozta a “Minőségi színvonalemelés programját”, melynek célja a minőségi színvonal emelése mind a természeti, mind az ember alkotta értékek viszonylatában.

A program négy alfejezete:

1. Az idegenforgalmi központok fejlesztése
2. Az idegenforgalmi tevékenységek ártértékelése, felfrissítése
3. Az idegenforgalmi tevékenységek kedvezőbb időbeni elosztása
4. A természeti értékek megóvása

Az idegenforgalmi központok fejlesztésére Mallorca helyi önkormányzatai szigorú előírásokat vezettek be a szállodák építésére: az épületek maximális magasságára és az egy ágyra jutó terület minimális nagyságára. Létrehoztak egy olyan programot Masterplan névvel, amely az idegenforgalmi tevékenységek mindegyikét szabályozza. A sziget vonzerőit és a turisták által kedvelt helyszínt felújítják, az életszínvonal javítása érdekében pedig korlátozzák a gépjárműforgalmat. A lakások építésére is új szabályok vonatkoznak, miszerint a tengerpartokon maximum négy emeletesek, a többi területen pedig maximum két szintesek lehetnek az épületek. Mallorca a tengerpartok minőségi színvonalának emelését is fontosnak tartja, ennek érdekében pedig naponta takarítják a tengerparti strandokat.

Az idegenforgalmi tevékenységek átalakításával és időben kedvezőbb elosztásával Mallorca vonzóvá szeretne válni a nagyobb költési szándékkal és hányaddal rendelkező turisták körében, így a tömegturizmust a minőségi turizmus váltaná fel. A turisták e csoportjának szigetre csábításához minőségi, magas színvonalú létesítmények: golfpályák, jacht kikötők és más magas minőségű szolgáltatások kiépítése szükséges. A vidéki turizmus fejlesztése sem elhanyagolható,

mivel így a falvak lakói is többlet-jövedelemhez jutnak, ezáltal pedig újra fellendíthető a mezőgazdaság.

A program egyik fontos eleme a természetvédelem is, amelynek keretében a természet óvására ösztönzik mind a lakosokat, mind a turistákat. Mallorca számos természeti kincsrel büszkélkedhet, területének pedig 34%-át a “Ley de los espacios naturales” rendelkezés”természeti értékekben gazdag területnek” nyilvánítja. (BOERS, H. and BOSCH, M.,1994) A természet megóvása érdekében további intézkedéseket hoznak az építkezés terén is, szigorítják az épületek bővítését. (BOERS, H. and BOSCH, M.,1994)

### **Újítások, érdekességek a minőség fokozására**

Az egyre növekvő fogyasztói igényeknek újabb, színvonalasabb helyszínekkel és szolgáltatásokkal próbálnak eleget tenni a világ minden pontján, így a Baleár-szigetek különböző pontjain is.

Az Origo 2013 nyarán kiadott cikke arról tudatja az olvasókat, hogy Mallorcán megnyílik a világ első twitter-szállodája. A közösségi médiák használóinak köre egyre bővül, ezt figyelembe véve egy spanyol hotellánc, a mallorcai Magalufot választotta ki arra a célra, hogy egy twitter-szállodát hozzon létre. A Melia hotellánchoz tartozó SolWaveHouse Hotel vendégei a személyzettel és egymással tweetekkel, azaz legfeljebb 140 karakterből álló szöveges üzenetekkel kommunikálhatnak. Okostelefonnal, táblagéppel és számítógéppel. A szálloda wifijére kapcsolódva érhető el a #SocialWave nevű virtuális közösség, amelyen keresztül a vendégek kapcsolatba léphetnek más turistákkal, chatelhetnek és fotókat oszthatnak meg egymás között. A szálloda két Twitter-recepciósa is beszélgetéseket kezdeményez a virtuális közösségi térben, emellett pedig figyelemmel tartják a vendégigényeket is. A szállodában számos felületen felhívják a figyelmét a turistáknak, hogy osszák meg élményeiket a rendszerben. Még nyereményjátékot is létrehozta a vendégeknek, azok között, akik a fürdőszoba tükreben készített bajuszos képet megosztják, kisorsolnak egy egyhetes tartózkodást a szállodában. ([www.origo.hu](http://www.origo.hu))

Egy 2014-ben szintén az Origo és a The Local online hírpublikáló oldal által megjelentetett cikk szerint, Ibiza nyílik a világ legdrágább étterme. Azóta már eltelt egy év és megnyílt az étterem, amely Ibiza Playa d'en Bossa nevű strandján a Hard Rock Hotelben található. Az étterem a Sublimotion nevet viseli, a hely kapacitása maximum 12 fő befogadására alkalmas, ahol 1500 euróért egy 20 fogásból álló menüt

lehet elfogyasztani. Az ételek készítője a két Michelin-csillagos Paco Roncero. Az ínycsiklandó, kulináris ételek elfogyasztását különféle effektusokkal: fényekkel, hangokkal, megvilágításokkal teszik különlegessé. Erre szükség is van, mert az étterem a világ legdrágább helyének listáján szereplő éttermekhez képest háromszor magasabb áron kínálja menüsorát. ([www.origo.hu](http://www.origo.hu), [www.thelocal.es](http://www.thelocal.es))

### **A sziget látogatóinak növelése a szezonon kívül**

A Yahoo.com 7 News című online rovatában a sziget látogatóinak szezonon kívüli növelésének lehetőségeiről esik szó. Említésre kerül, hogy Mallorcának érdemes lenne több hangsúlyt fektetni az aktív sportok reklámozására. Számos lehetőség kínálkozik a sportolni vágyók számára, túrázás, biciklizés, de a vízi sportok kedvelőinek is nagy választék áll rendelkezésére a szigeten.

Mallorca éttermei, piacai és falusi fesztiváljai szintén élvezhetőek a nyári nagy meleg nélkül is. Gabriel Barceló a Baleár-szigetek turisztikai minisztere szerint tisztává kell tenni az emberek számára, hogy a sziget sok lehetőséget kínál a téli szezonban is.

Bár azt is hozzátette a miniszter, hogy amíg a légitársaságok nem kínálnak olcsó repülőjegyeket a téli szezonban, addig a turisták száma csökkenni fog, ezért először erre a problémára keresnek megoldást. Fel kell keresniük a légitársaságokat és meg kell egyezniük velük, hogy indítsanak olcsóbb járatokat télen is. Egy brit pilóta már be is jelentette, hogy februártól tervezik, hogy Mallorcára is repülnek majd járatok. A légitársaságok Mallorcára tartó útjainak csökkentése háttérben az áll, hogy a téli szezonban kevesebb szálloda tart nyitva.

Inmaculada Benito a sziget Szállodaipari Szövetségének (Federación de Empresarios Hoteleros de Mallorca, FEHM) elnöke szerint: „Az emberek napsütést és tengerpartot akarnak”. Úgy gondolja, hogy következő évre jók a kilátások a vendégérkezések tekintetében és reméli, hogy a számok nőni fognak.

Aki nem ért egyet a vendégérkezések növekedésével az Miquel Angel March, Pollenca polgármestere, szerinte ugyanis véget kell vetni a turisták egyre magasabb számának a szigeten. Elmondása szerint mindenki szeretne minőségi turizmust a szigeten, de ha csak 10 millió turista látogatja meg Mallorcát a 11 millió helyett, akkor már mindenki ideges. Pollenca polgármestere megoldásként azt látja, ha az apartmanok bérbeadását megtiltják, bár nem hiszi, hogy így csökkenne a turisták száma, mert úgy gondolja, hogy az emberek, így is megoldanák valahogy.

A turisztikai miniszter Gabriel Barceló úgy gondolja, hogy az apartmanok bérbeadását kell szabályozni. Úgy véli nem lesz könnyű Mallorca számára megfelelő mennyiségű turistát a szigetre csábítani és emellett ne legyen túl nagy a zsúfoltság és a sziget minősége se lássa kárát. (www.au.news.yahoo.com)

### **Új alternatívák a sziget felfedezésére**

Mallorca számtalan lehetőséget kínál, amelyek miatt érdemes a szigetre utazni és különböző pontjait meglátogatni. A legtöbben tengerpartjai és a szórakozás adta lehetőségei miatt keresik fel a szigetet, emellett érdemes lenne nagyobb hangsúlyt fektetni a sziget más oldalainak bemutatására és turisták általi megismerésére. Az üdülőturizmus és a buliturizmus azok a tényezők, amelyek a legtöbb látogatót generálják a szigeten, de ezek általában csak nyáron, tehát szezonálisan nyújtanak bevételt a turisztikai szolgáltató egységeknek. Mindezek mellett szezonon kívül is a turizmus több fajtája közül választhatnak a turisták: kulturális turizmus, vadászturizmus, vízparti turizmus, MICE, bor és gasztronómia, vallási turizmus, wellness turizmus kerékpárturizmus, gyógyturizmus, fesztiválok, nagyrendezvények, falusi turizmus, vízi sportok, lovas turizmus, golfturizmus, horgászturizmus, ökoturizmus. Ezek közül Mallorcán kedvező feltételek állnak rendelkezésre, a kerékpárturizmusra, a golfturizmusra és az üzleti turizmusra (MICE).

### **Kerékpárturizmus**

Mallorcát az országúti bringások Mekkájának is nevezik, mivel a nyári tömegetturizmus előtti és utáni hónapokban a kerékpáros turizmusra szakosodott. Jól kiépített kerékpárutak várják a kerékpározás megszállottjait, illetve a szigeten található Európa egyik hegyi kerékpáros központja és itt készülnek fel a Tour de France-ra. A szigeten számos helyen lehet kerékpárt kölcsönözni, de a versenyzők általában saját kerékpárjaikkal érkeznek a szigetre, hogy itt készüljenek fel a következő versenyre. Több társulat is foglalkozik különféle szállással egybekötött biciklitúrák szervezésével, erre egy példa a Philipp's Bike Team. Egy másik kerékpártúra szervező a Bikeholidays, ahol egy Mallorca sziget körtúra 7 éjszakára kétágyas szobában való elhelyezéssel 200 700 Ft-ba (658 €) kerül. (www.bikeholidays.hu)

## **Golfturizmus**

A kerékpár turizmus mellett nagy érdeklődés övezi a golfturizmust a szigeten. Mallorcán sok lehetőség közül választhat az, aki golfozni szeretne. Puerto de Alcudia, Capdepera, Bunyola, S'Horta, Palma de Mallorca, Camp de Mar, Son Servera, Calviá, Lluchmajor, Pollenç;a a golfturizmus meghatározó helyszínei. A golfpályák közelében számos Golf Hotel üzemel, így is megkönnyítve a golfozás szerelmeseinek, hogy több időt szentelhessenek hobbijuknak. ([www.golfboo.com](http://www.golfboo.com))

## **Üzleti turizmus (MICE)**

A Mallorca számos megbeszélésnek, konferenciának és rendezvénynek ad otthont, emellett pedig a dolgozóknak teljesítményükért jutalomként vagy munkájuk ösztönzésére adott inszentív utak házigazdájaként szolgál. Van egy külön az üzleti turizmusra szakosodott vállalkozás, a Mice Mallorca, amely segít a megbeszélések, inszentív utak, konferenciák és rendezvények szervezésében és lebonyolításában. A vállalkozás kapcsolatban áll számos szállodával, étteremmel, programszolgáltatóval, egyesülettel, pincészettel, autókölcsönzővel és légitársasággal, így mindent megad az üzleti utak sikerességéért az utazók kényelméért, valamint kikapcsolódásáért. ([www.micemallorca.com](http://www.micemallorca.com))

## **2.5. Grupo Iberostar szállodalánc**

"Our most valuable resource is our firm commitment to quality and our customers satisfaction"./ A cég legértékesebb erőforrása a minőség és a vendéglégedettség iránti elkötelezettség. Miguel Fluxá, Executive Chairman Grupo Iberostar

A Grupo Iberostar utaztatással, szolgáltatásnyújtással és igénykielégítéssel foglalkozó spanyol vállalat, melynek székhelye Mallorca sziget fővárosában Palma de Mallorcán található. A Grupo Iberostar már több, mint 75 éve foglalkozik ügyfelei igényeivel. Ezalatt az idő alatt a vállalat egy kis családi utazási irodából egy a világ legtekintélyesebb, nagy értékű turisztikai vállalatává nőtte ki magát.

1930-ban jött létre az Establishment of Viajes Iberia, amely még ebben az időben egyéni és inszentív utazások szervezésével és értékesítésével foglalkozott. 1979-ben megkezdődött a nemzetközi aktivitás is az Iberotravel megalakulásával, amely beutaztatással foglalkozott. Később a vállalat Iberoservice Internacional névre váltott. Majd 1986-ban jött az áttörés és megnyíltak az első szállodák az Iberostar

Hotels & Resorts márkanév alatt, Mallorcán és a Kanári-szigeteken. Ezáltal Mallorca és a Kanári-szigetek kereslete megnőtt, jellemzően Közép-Európából és inkább családostok érkeztek. 1993-ban elkezdődött a nemzetközi terjeszkedés a Karib-térségben, a Dominikai-Köztársaságban megnyíló 5 \*-os Iberostar Bavaro Resort szállodával. 1998-ben megalakult az Iberoworld, amely egy légitársaság charter járatokra specializálódva bázisként Palma de Mallorca, Madrid és Tenerife szerepelt. 2001-ben az Iberojet Cruceros alapításával, két óceánjáró hajó elindításával új szegmenst céloztak meg Spanyolországban. 2006-ban a Grupo Iberostar vállalat eladta a kimenő vállalkozásokat (Iberjet, Iberojet Cruceros, Iberoworld, Viajes Iberia), így megcélözva a fejlődés beindítását és a terjeszkedést koncentrálni a vendéglátásra. 2007-ben elindult a vállalat The Grand Collection néven futó alága, amely exkluzív szolgáltatásokkal és felszereltséggel rendelkező szállodáival luxus szállodákhoz hasonló színvonalat nyújtottak. 2008-ban létrejött az Iberostate alág is, amelynek célja villákkal és lakásokkal a lakossági birtokok fejlesztése.

A szállodalánc a Fluxá család irányítása alatt működik, elnöke Miguel Fluxá. A vállalat mára olyannyira kinőtte magát, hogy 100-nál is több 4 és 5\*-os kategóriájú szállodával és 70 000-nél is több férőhellyel büszkélkedhet a világ 16 országában. 3 fő oszlopos tagjával van jelen a piacon: Iberostar Hotels & Resorts, Iberostate Golf, Villas & Condos és Iberoservice International. (Iberostar katalógus, szabad fordítás)

### **Tagok**

Iberostar Hotels & Resorts ágazata 4 és 5\*-os szállodáival egyedülálló nyaralásélményt kíván nyújtani az ott megszálló vendégeknek. A szállodalánc tagjai a világ számos pontján megjelennek: gyönyörű helyszín, tengerparti környezet, kiépült infrastruktúra, érdekes látnivalók, izgalmas programok, animáció, wellness-és spa-részleg, különböző sportolási lehetőség és mindezen felül nemzetközi konyha a helyi specialitásokkal ötvözve, valamint kiemelkedő szakmai tudással rendelkező személyzet várja az ide látogatókat. (Iberostar katalógus, szabad fordítás)

### **Tagjai országonként**

- Spanyolország (37): Andalúzia (6), Kanári-szigetek (12), Mallorca (15), Madrid (1)
- Európa többi része és Afrika: Olaszország (1), Görögország (13), Ciprus (1), Törökország (1), Bulgária (3), Horvátország (3), Montenegró (1), Tunézia (10), Marokkó (2), Zöld-foki Köztársaság (1), Magyarország (1)
- Amerika: Brazília (3), Kuba (10), Jamaica (3), Mexikó (10), Dominikai Köztársaság (6)

### **Tagoktól való elvárások**

A vállalat missziója és egyben elvárása a tagoktól: a legszebb úticélokra való felejthetetlen pillanatok nyújtása a vendégeknek elsőosztályú szolgáltatásokkal egy magasan képzett személyzet által. (Iberostar katalógus, szabad fordítás)

### **Vállalati filozófia**

A vállalat filozófiái közé sorolható: a kiválóság elérése a vevőszolgálatban és szolgáltatásnyújtásban, minőségfókuszú menedzsment alkalmazása, vendéglégedettség elérése a nyújtott szolgáltatásokon keresztül, következetesség használata az ár-érték arányban, a helyi kultúra tiszteletben tartása és megismertetése a turistákkal, elkötelezettség a termékek és szolgáltatások újításában, a környezet támogatása és elkötelezettség a fenntartható fejlődés iránt.

### **A vállalat értékei**

A vállalat számos értékkel rendelkezik, ezek közül kiemelhető, hogy a szervezet középpontjában a fogyasztó, a vásárló vagyis a vendég áll, de ide sorolható még a felelősségtudatos vezetés, következetesség a környezet iránt: humán, kulturális és ökológiai szempontból és ami szintén nem elhanyagolható, hogy jelen van a világ fő nyaraló helyszínei és legjobb tengerpartjai között.

### **A tagság előnyei, hátrányai**

Számos előnyre tehetnek szert a tagok, amelyek között szerepet játszik a családi munkaközösség, motivált dolgozók, fejlődési, tanulási és előrelépési lehetőség, kellemes munkakörnyezet, állandó innováció, modernizáció számos területen, mind a termékekben, mind a szolgáltatásokban és emellett etikus és

felelősségtudatos viselkedés és munkamorál jellemző, nem utolsó sorban pedig jelen lehetnek a piacon egy jól működő és kiemelkedő vállalat oldalán.

Hátrányai közé sorolható, hogy nem lehet önálló külsővel rendelkezni és újításokat bevezetni, csak, ha azt a vállalat igazgatója és a többi tag is megfelelőnek találja, mindemellett pedig nehezebben tudja visszanyerni a bizalmat egy-egy szálloda azon vendégektől, akik a vállalat valamely tagjában csalódtak és rossz élménnyel távoztak, ezáltal mindig maximális vendéglégedettségre kell törekedni. (Iberostar katalógus, 2015, szabad fordítás), ([www.grupoiberostar.com](http://www.grupoiberostar.com))

### **A vendégkör elvárásának való megfelelés**

A vállalat és tagjai is nagy hangsúlyt fektetnek a vendéigények kielégítésére és a maximális vendéglégedettség elérésére. Mint ahogy a szállodalánc jelmondatában is szerepel “Enjoy being a star”, a legfontosabb céljuk, hogy szolgáltatásaikkal és szervízminőségükkel a fellegekbe repítsék az ide érkezőket és felejthetlenné tegyék az ittlétet, hogy vendégeik mosollyal arcukon távozzanak és mihamarabb visszatérjenek. (Iberostar katalógus, 2015, szabad fordítás)

#### **2.5.1. Két Mallorcán található Iberostar szálloda bemutatása**

A következő fejezetben két Mallorcán található Iberostar szálloda, az Iberostar Royal Playa de Palma és az Iberostar Royal Cupido kerül bemutatásra. A két szálloda a Mallorcán található 15 szállodának oszlopos tagja, melyek Mallorca fővárosának, Palma de Mallorca part menti részén Playa de Palman helyezkednek el, egymástól 150 méterre.

Palma de Mallorca, Mallorca fővárosa, ahol bármely évszakban, bármely korosztály számára lehetőségek tárháza nyílik a látogatók elé, legyen szó programokról, városnézésről vagy akár étkezésről.

Playa de Palma, Palma de Mallorcától 10 km-re helyezkedik el, a palmai öböl jól ismert üdülőhelye. Népszerűséget örvend a fiatalok körében, főleg német, de sok holland turista is megfordul ezen a területen. A tengerparton számos étterem, üzlet, sportolási lehetőség és szórakozóhely van, de Palma de Mallorca is közel található, így az itt nyaralók könnyen megtekinthetik a város nevezetességeit is. (Iberostar katalógus, 2015, szabad fordítás)



## **Iberostar Royal Playa de Palma**

Az Iberostar Royal Paya de Palma 4\*-os kategóriájával gazdagítja az Iberostar Hotels & Resorts szállodalánc tagjait. Tökéletes választás családok és párok számára és azoknak is egyaránt, akik egy kellemes nyaralást szeretnének eltölteni egy gyönyörű szigeten, Mallorcán. Egyedülálló környezetben, a tengerparti sétányon helyezkedik el, közel a főváros, Palma de Mallorca fergetegéhez. Palma 15, míg a repülőtér mindössze 3 km távolságra található. A part mentén lehetőség van ajándéktárgy, ruha, cipő, táska, de akár élelmiszer vásárlására is, ezenfelül pedig éttermek, kávézók és szórakozóhelyek is fellelhetők a környéken.

A szálloda 157 szobájával 6 emeleten 8 kategóriában: Apartman, Apartman Priority Location, Apartman Side Sea View, Apartman Sea View, Double room, Double Priority Location, Double Side Sea View, Double Sea View várja vendégeit. Többségében apartmanok találhatók a szállodában, melyeket általában családok vesznek igénybe. A szállodában a vendégek rendelkezésére áll a szálloda étterme és bárja mellett beltéri és kültéri medence és gyermekmedence is. A kertben egy színpad is található, ahol különböző fellépéseket tekinthetnek meg a vendégek. (Iberostar katalógus, 2015, szabad fordítás)

## **Wellness, spa**

Azon vendégek, akik kezelésen, masszázson vagy szépészeti beavatkozáson szeretnének részt venni, azok számára a testvérszállodában lehetőséget biztosítanak. A testvérszállodában, az "Iberostar Royal Cupidoban" pezsgőfürdőzésre és szaunázásra is van lehetőség, amely ugyanabban az utcában található, körülbelül 5 perc sétányira.

## **Animáció**

A passzív pihenés mellett lehetőség van aktív tevékenységek végzésére is, amikor is a hangsúly az élményszerzésen van. Ebben van a nyaralók segítségére a különböző nemzetiségű fiatalokból álló kreatív csapat, az animátorok. Minden korosztály számára lehetőséget nyújtanak, sportolásra és egyéb izgalmas tevékenységek végzésére vagy elsajátítására. Minidisco, maxiclub, spanyol nyelvórák, törülközőhajtogatás, bingo, aquafitness, aerobic, ping-pong, íjászat és még számos programmal és játékkal készülnek a gyerekek, s emellett a felnőttek fogadására is egyaránt. Ezenkívül a szálloda bébiszitter szolgáltatást is nyújt azon szülők számára,

akik egy estét kettesben vagy barátaikkal szeretnének eltölteni. (Iberostar katalógus, 2015, szabad fordítás), ([www.iberostar.com](http://www.iberostar.com), szabad fordítás)

### **Iberostar Royal Cupido**

A másik bemutatásra kerülő szálloda, az Iberostar Royal Cupido, amely kategóriájában szintén 4\*-os és Mallorcán, Playa de Palman található. A szálloda a másik szállodával ellentétben nem tartalmaz apartmanokat és nem családok számára lett kialakítva. Felnőttbarát jellegét tekintve a gyermekek elszállásolása nem megoldható, csak kimondottan a felnőtt korosztály foglalhat szobát a szállodában. A szálloda modernségével és avantgard dizájnjal kitűnő választás párok számára.

6 emeleten, 169 felújított, 8 típusú szobával: Double Basic, Double Priority Location, Double Side Sea View, Double Supplement Priority Location, Double Superior, Double Sea View, Junior Suite Sea View, Suite rendelkezik. A gyönyörű szobák mellett egy 25 méter hosszú medence várja az úszás kedvelőit. A szálloda bárja hűsítő koktélokkal, kávékkal és frissítő italokkal, a szálloda étterme pedig kulináris ételekkel vonzza a vendégeket. Emellett egy külső exkluzív étteremmel is rendelkezik a szálloda, ami közvetlenül a tengerparti sétányon található. A külső étterem felső szintje rendezvények lebonyolítására is alkalmas, melynek befogadóképessége 50 fő. A teraszon pedig baldachinos ágyak és egy jakuzzi kényeszteti a napozni és fürdőzni vágyókat. (Iberostar katalógus, 2015, szabad fordítás), ([www.iberostar.com](http://www.iberostar.com), szabad fordítás)

### **Sportolási lehetőség**

A sportolni vágyók megannyi ajánlat közül választhatnak: lovaglás, tenisz, padel, bowling, úszás, minigolf, strandröplabda, biciklizés és természetesen ezek mellett a vízi sportok szerelmesei is örömeiket lelhetik Playa de Palma területén. (Iberostar katalógus, 2015, szabad fordítás)

### **3. Alkalmazott kutatási módszerek**

A szekunder kutatás mellett újabb információk gyűjtéséhez primer kutatás is szükséges, amely során első kézből szerezhetőek adatok, míg a szekunder kutatás során a már mások által összegyűjtött adatok állnak rendelkezésre.

A sziget turizmusában bekövetkezett változások megismeréséhez, a szigetre látogató turisták összetételének elemzéséhez, a vendégérkezések számának megállapításához konkrét szállodai példák elemzése szükséges. Emellett a szezonális vizsgálatához és a turisztikai szálláshelyeken éjszakázó vendégek elégedettségének felméréséhez is hasznos információk állapíthatók meg. Ezen tényezőkön kívül tudomás szerezhető arról is, hogy mit tesznek a Mallorcán lévő szállodák a minőségi színvonal emelése és a minőségi vendégek növelése érdekében.

A dolgozat témáját és összetételét tekintve a legmegfelelőbb primer kutatási módszer a különböző adatok gyűjtésére, a mélyinterjú. A mélyinterjú során helyi szakértők bevonására került sor, akik rálátásukkal, szakértelmükkel és szakmai tapasztalatukkal segítették a felmerülő kérdések megválaszolását. Az interjú során Mallorca egyik szállodájának igazgatóhelyettese és rezervációs menedzsere járult hozzá a dolgozat sikerességéhez.

## 4. Kutatás

### Antonio Montoroval készített interjú

A mallorcai Iberostar Royal Playa de Palma szálloda egykori igazgatóhelyettesével Antonio Montoroval, az Iberostar Grand Hotel Budapest jelenlegi igazgatójával készített interjú során sok új információ vált ismertté a szállodáról.

A szálloda az Iberostar Hotels and Resorts szállodalánc tagja, így működését a szállodalánc sztenderdjei határozzák meg. Az átlagos dolgozói létszám körülbelül 100 fő, amelyben benne foglaltatnak a szálloda különböző részlegeinek dolgozói:

- szálloda vendégfogadási részlege (Front Office Department)
- szállodaemelet részlege (Housekeeping Department)
- szállodai vendéglátás részlege (Hotel Food and Beverage Department)
- szállodai specializáció részlegei (Departments of Hotel Specialization)
- szállodák támogató részlegei (Support departments to hotels)

A dolgozók 60 %-a egész évben a szálloda alkalmazásában áll, 40 %-a pedig szezonális foglalkoztatásban van. Emellett gyakornokok is segítik a dolgozók munkáját, akik különböző országokból érkeznek, ezzel is elősegítve a nemzetköziséget és a nyelvtudás bővítését. A szálloda missziója, küldetése: felejthetetlen élmény nyújtása a vendégeknek a legjobb üdülési desztinációkon, kiváló minőségű szolgáltatásokkal magasan képzett dolgozók által. A jövőképe pedig, hogy jó benchmark értéket érjen el a nyaralási úti célpontok között, valamint fejlessze a családi és fenntartható vezetési modellt, bizalmat közvetítve a vendégeknek, a dolgozóknak és az üzleti partnereknek.

A szállodavezetés legfőbb célja a vendéglégedettség, az online hírportálokon (TripAdvisor, Expedia, Holidaycheck) való jó pozíció elérése és mindezek mellett a működéshez és fenntartáshoz szükséges bevétel és nyereség realizálása. Ezek elérése érdekében folyamatosan kontrollálják a felmerülő kiadásokat és költségeket és ellenőrzik a vendégek elégedettségét. A vendéglégedettséget több módszerrel is vizsgálják: az ottartózkodás alatt kéthetente felmérést végez a GesHotels csoport, akik kijönnek a szállodába és a vendégek elégedettségét kérdőív segítségével vizsgálják meg, melyet összesítenek és elküldenek a szállodának. A GesHotels csoport 20 országban, több mint 1000 szállodában 350 alkalmazottal 20 000 vizsgálatot készít

évente a szállodákban a vendégek elégedettségéről. ([www.grupoges.es](http://www.grupoges.es)) A szálloda recepciójai pedig az elutazás során a vendégekkel egy értékelőlapot töltenek ki, ahol leírhatják a véleményüket az ottartózkodásról. A vendégek elégedettségének növelése érdekében az érkezés napján úgynevezett udvarias hívásokat ("cortesi calls") végeznek. A hívások során köszöntik a vendégeket a szállodában és érdeklődnek, hogy minden rendben van-e a szobában. A tartózkodás ideje alatt üdvözlő e-maileket küldenek, valamint a különleges alkalmakra (születésnap, házassági évforduló) apró meglepetésekkel, virággal, bon bonnal, pezsgővel kedveskednek a vendégeknek. A szálloda animátorai is számos programmal segítik az itt töltött idő élménygazdagságát, emellett pedig a vendégek tombolán is részt vehetnek, ahol szállodai szolgáltatások kerülnek kisorsolásra. A vendéglégedettség és a jó hírnév mellett a szálloda vezetése fontosnak tartja a jó munkahelyi légkör kialakítását és fenntartását és a dolgozók képzettségét és motiváltságát. Az alkalmazottak folyamatos tréningeken vesznek részt, ahol megismerhetik a szálloda újításait, értesülhetnek az esetleges új szabályok bevezetéséről és a minőségi szolgáltatásnyújtás legfontosabb tényezőiről. A dolgozók motivációját nyereménnyel fokozzák, aki a legtöbbet ad el a szállodai szolgáltatások közül, két éjszakát tölthet el teljes ellátással, a szigeten lévő Iberostar szálloda egyikében.

A vendégforgalom nagyságával és a vendégéjszakák számával a szálloda igazgatója meg volt elégedve. A vendégek 30-40 %-a visszajáró vendég, tőzsvendég, akik a személyzet, az ízletes fogások, a tisztaság, a jó helyszín és a gyönyörű kilátás miatt választják évről-évre a szállodát. Számos vendég választja ugyanazt a szobát minden évben és vannak, akik több hónapon keresztül is a szálloda vendégei. Ezen tényezők szintén mutatják a vendégek bizalmát a szálloda felé.

A versenytársak tekintetében számos szállodalánc van jelen Mallorcán, mint például a Barceló Hotels & Resorts vagy a RIU Hotels & Resorts, de az Iberostar Hotels & Resorts erős versenytársnak számít, mivel 15 szálloda tartozik a szállodalánc alá, míg a Barceló és a RIU Hotels & Resorts alá 5 és 9 szálloda. ([www.riu.com](http://www.riu.com), [www.barcelo.com](http://www.barcelo.com)) Playa de Palma területén, 10 km-en körülbelül 300 szálloda található, amelyből az utóbbi két évben 30-at felújítottak. A szálloda előnyei közé tartozik, hogy a tengerparti sétányon található, tehát jó adottságokkal rendelkezik a tengerparti kilátás tekintetében. Emellett egész évben, a téli szezonban is nyitva tart, így nem csak a nyaralni vágyók szállnak meg, hanem az aktív sport kedvelői és a sziget

más programjai és vonzerói iránt érdeklődők is. A repülőtér közelsége is nagy előnyt jelent a szállodának, ugyanis autóval 15 perc alatt megközelíthető.

A vendégforgalom, a vendéglégedettség és a minőségi színvonal emelése érdekében a szálloda, úgy határozott, hogy új beruházással és innovációkkal kedvez a vendégeknek. A szálloda 2015-ben a téli időszakban fél évre bezár és renoválják az épületet. Felújítják a szobákat, kicserélik a berendezéseket és 2016 nyarától magasabb színvonalon, 5 csillagos szállodaként fog üzemelni. A szálloda a színvonal emelésével, valamint a szobák új arculatával (ld. a 10./b sz. melléklet) egy újabb réteget céloz meg, ezáltal is elősegítve a sziget minőségi színvonalának emelkedését. (MONTORO, A. *személyes kommunikáció*, 2015 november 20.)

### Fernando Forteza Miroval készített interjú

A Playa de Palman lévő Iberostar szállodák: Iberostar Royal Playa de Palma, Iberostar Royal Cupido és Iberostar Royal Cristina szállodák rezervációs menedzsere Fernando Forteza Miro válaszolt a dolgozat során felmerülő további kérdésekre.

Az Iberostar Royal Playa de Palma és az Iberostar Royal Cupido szállodák vendégszámát és egy szoba személyenkénti átlagárát éjszakánként a 13. számú táblázat mutatja.

**13. sz. táblázat: A vendégek száma és egy szoba éves átlagára/fő/éj az Iberostar Royal Playa de Palma és az Iberostar Royal Cupido szállodában (2010-2015)**

Year	Iberostar Royal Playa de Palma		Iberostar Royal Cupido	
	Total Person	Price/person	Total Person	Price/person
2010	93 681	40,06	60 693	45,53
2011	83 868	41,16	88 896	45,61
2012	82 652	47,36	95 222	48,01
2013	75 958	50,70	96 711	52,21
2014	93 195	47,59	95 043	58,92
2015	90 422	47,95	90 202	60,87

Forrás: Iberostar Royal Playa de Palma, Iberostar Royal Cupido (2015. 11. 30-ig)

- \* A táblázatban szereplő adatok 2015 november 30-ig fedik le a 2015-ös évet.
- \* Az árak euróban értendők.

A fenti 13. számú táblázatból leolvasható, hogy a Royal Playa de Palma szállodában 2010-hez képest csökkent a vendégek száma, ezzel szemben az Iberostar Royal Cupido szállodában a vendégszám tekintetében növekedés mutatkozott. 2010-hez képest közel 30 000 fővel többen szálltak meg, mint 2015-ben, ez valószínűleg a szálloda renoválásának volt köszönhető. A két szállodába 2015-ben közel ugyanannyi vendég érkezett. Ez úgy lehetséges, hogy az Iberostar Royal Playa de Palma szállodának 157 szobája van, tehát kevesebb, mint az Iberostar Royal Cupido szállodának, amely 169 szobával rendelkezik, de itt többségében apartmanok vannak, ahol 2-3-4, vagy akár 5 fő is elszállásolható, míg a másik szállodában egy szobában maximum 2 fő elhelyezése lehetséges. Az éves átlagárak a szezononkénti összes szállodai szobakategóriák árának átlagolásával lettek meghatározva egy főre éjszakánként.

A szezonális érzékelhető a szállodában, a nyári szezon júniustól-októberig, a közepszezon márciustól-májusig, a téli szezon pedig novembertől-februárig tart. A

nyári vendégforgalommal a szálloda vezetősége meg van elégedve, de a főszezonon kívüli időszakon (november - február) folyamatosan dolgoznak, hogy minél több vendég szálljon meg a szállodában. Ebben az időszakban általában különböző csoportok érkeznek a szállodába: táncosok, sportolók, zenészek, akik ilyenkor növelik a vendégforgalom nagyságát. A szálloda egy garázst is bérel, amely 1000 kerékpár elhelyezését teszi lehetővé, ugyanis Mallorcára számos sportoló érkezik a jól kiépített kerékpárutak miatt.

A vendégkör összetétele több szempont szerint is megvizsgálható a szállodákban: kor, nem, nemzetiség, tartózkodási idő hossza, foglalási mód, utastárs és az utazás motivációja alapján. A vendégérkezéseket kor alapján nehezebb kategóriába sorolni, de általában télen inkább az idősebb korosztály, házaspárok vannak nagyobb arányban, míg nyáron a fiatalabb és a középkorosztály, ezen belül is a párok és a családok szállnak meg az Iberostar Royal Playa de Palma és az Iberostar Royal Cupido szállodában. A Iberostar Royal Playa de Palma szállodába általában a legnagyobb arányban családok érkeznek gyerekekkel és legfőképpen a nyári időszakban, míg az Iberostar Royal Cupido szállodába érkező vendégek közül inkább a párok alkotják a legnagyobb hányadot. A két szállodában 2015 júliusában a vendégek nemzetiség szerinti bontását a 14. számú táblázat mutatja.

**14. sz. táblázat: Az Iberostar Royal Playa de Palma és az Iberostar Royal Cupido szálloda 10 legnagyobb küldőországa (2015 július)**

<b>Iberostar Royal Playa de Palma</b>		<b>Iberostar Royal Cupido</b>	
<b>Germany</b>	1 952	<b>Germany</b>	3 202
<b>Belgium</b>	1 287	<b>Belgium</b>	1 218
<b>Netherlands</b>	909	<b>Switzerland</b>	944
<b>Switzerland</b>	816	<b>Austria</b>	539
<b>Iceland</b>	652	<b>Spain</b>	389
<b>Hungary</b>	399	<b>France</b>	314
<b>United Kingdom</b>	388	<b>Netherlands</b>	228
<b>Spain</b>	381	<b>Hungary</b>	226
<b>Norway</b>	340	<b>United Kingdom</b>	162
<b>Austria</b>	335	<b>Luxemburg</b>	161

Forrás: Iberostar Royal Playa de Palma, Iberostar Royal Cupido

A 14. számú táblázatban a két szálloda 10 legjelentősebb küldőországa látható, amelyből megfigyelhető, hogy a legtöbb vendég mindkét szállodában magas fölénnyel német nemzetiségű volt. Ez nem csak a főszezonra igaz, hanem egész évben a német



vendégkör a legjellemzőbb, télen és tavasszal pedig még nagyobb az eltérés a többi nemzetiséghez képest, ugyanis ekkor jönnek legnagyobb arányban a német nyugdíjas törzsvendégek és az aktív sportok kedvelői.

A vendégek elégedettsége érdekében már az érkezés előtt felveszik a vendégekkel a kapcsolatot és teljesítik az esetleges vendégkívánságokat. A vendégek többségében elégedettek a szállodák elhelyezkedésével, a szobákkal, a kiszolgálással, a tisztasággal, a személyzettel, a kényelemmel és az ár-érték aránnyal, egyedül a WiFi minőségét pontozták le. Ezen tényezőket a TripAdvisor és a Booking.com is vizsgálja, melynek eredményeiről összegzéseket készítenek. (ld. 13./a és 13./b sz. melléklet). A vendéglégedettség elérésének szempontjából a legfontosabb a vendég megfelelő köszöntése érkezéskor valamint, hogy az első éjszaka zökkenőmentes és tökéletes legyen, mert így, a tartózkodás ideje alatt felmerülő hibák is könnyebben kezelhetőek. A zökkenőmentes működés érdekében a részlegek vezetői minden nap megbeszélést tartanak arról, hogy mi fog történni aznap, milyen speciális vendégek érkeznek és milyen különleges kérései, kívánságai vannak a szállodába érkező és a már ott tartózkodó vendégeknek.

Mindkét szálloda kapcsolatban áll a légitársaságok 90 %-ával, mert közel találhatóak a repülőtérhez. Ezen előnyös tényezőt kihasználva sok légitársaság küld utasokat a két szállodába az esetleges járatkésések és járat törlések alkalmával. Az Iberostar Royal Playa de Palma és az Iberostar Royal Cupido szálloda is partnere a Thomas Cook Groupnak, így együtt dolgoznak a csoport utazási irodáival és légitársaságaival. A Thomas Cook az egyik világvezető a csoportos szabadidős utaztatásban, olyan márkákkal áll kapcsolatban, mint a Neckermann, a Bucher Reisen vagy a Condor Airlines. ([www.thomascookgroup.com](http://www.thomascookgroup.com)) A foglalások 70 %-a ezen társaságok foglalásaiból tevődik össze a fennmaradó részt pedig az online utazási irodákon, az online foglalási rendszereken, mint a Booking.com, az Expedia és a szállodák saját foglalási rendszerén keresztül bejövő foglalások teszik ki.

A 15. számú táblázat a különböző utazási irodákon keresztüli foglalásokat mutatja a két szállodában.

**15. sz. táblázat: Az Iberostar Royal Playa de Palma és az Iberostar Royal Cupido szálloda legtöbb vendéget küldő 10 utazási irodája (2015 július)**

<b>Iberostar Royal Playa de Palma</b>		<b>Iberostar Royal Cupido</b>	
NUR Touristic GmbH	569	NUR Touristic GmbH	1 067
VITA FERDIR VITA TRAVEL	216	Bucher Reisen GmbH	525
NUR Netherlands	164	NUR Belgium	450
NUR Belgium	139	NUR Austria	169
NUR Hungary	119	Hotelplan Switzerland	121
Bucher Reisen GmbH	82	NUR Hungary	102
NUR Poland	70	Luxair, S.A.	98
NUR Austria	64	NUR Netherlands	72
Thomas Cook Northern Europe	47	GLOBALIA TRAVEL CLUB S	53
Luxair, S.A.	44	Soltour	35

Forrás: Iberostar Royal Playa de Palma, Iberostar Royal Cupido

A 15. sz. táblázatból megállapítható, hogy 2015 júliusában a foglalások legnagyobb arányban a Neckermann utazási irodán keresztül érkeztek mindkét szállodába, ezen belül is Németországból, de jelentős számban érkeztek Belgiumból, Ausztriából és Magyarországról is. Emellett a Bucher Reisen, a Hotelplan Switzerland, a Vita Travel és a Soltour utazás irodán keresztül is sok utas szállt meg a két szállodában.

Korábban a két szálloda vendégkörének 90 %-át a német turisták tették ki, mára már ez az arány 60 %-ra csökkent. A szálloda vezetése azon dolgozik, hogy minél változatosabb vendégkör töltsen meg a szállodákat. Egyedi és minőségi szolgáltatásokat nyújtanak a vendégeknek, ilyen például az Iberostar Royal Cupido szállodában lévő baldachinos ágyak használata, amelyeket más néven VIP napozóágyaknak nevez a szálloda. A vendégek első osztályú körülmények között egy pohár pezsővel, gyümölcssel, jacuzzi használatával, illetve kényelmes ágyon fekvéssel napozhatnak (ld. 11. sz. melléklet). A szállodák rendezvényeket, céges összejöveteleket, születésnapokat, évfordulókat, esküvőket szerveznek, új partnerkapcsolatokat építenek ki, a régi kapcsolatokat pedig ápolják a különböző utazási irodákkal, szolgáltató egységekkel: éttermekkel, programszervezőkkel, taxitársaságokkal, autókölcsönzőkkel, szállodaláncokkal, légitársaságokkal, a minőség fenntartása és emelése érdekében. Speciális kínálatok nyújtásával ápolják a kapcsolatot a törzsvendégekkel és a cégekkel, akik rendszeresen küldik

alkalmazottjaikat a szállodába üzleti vagy inszentív útra. Ezen intézkedésekkel próbálják a minőségi színvonal emelkedésének elérését és a fiatal dorbézoló német és angol turisták jelenlétének elkerülését a szállodában.

Mallorca rengeteg pozitív tulajdonsággal rendelkezik, ezek közül is az egyik legfontosabb a magas fokú biztonság jelenléte a szigeten. Emellett a sziget egyik természeti csodája a Serra de Tramuntana hegység is sok látogatót vonz a szigetre, amely a Világörökség része. Az előbb említett előnyök mellett a szigeten felmerülnek negatív tényezők is, mint például a repülőgépek magas károsanyag kibocsátása, melyek rossz hatással vannak a turizmusra.

Mallorca mind a pozitív és mind a negatív tulajdonságával az európaik paradicsoma, közelségével, kedvező időjárási viszonyával és gyönyörű tengerpartjaival. (FORTEZA, M. F. *személyes kommunikáció*, 2015 július 20.)

## 5. Eredmények

A primer kutatások a szekunder kutatások mellett szükségesek voltak a témában való elmélyedéshez és a felvetett kérdésekre való válaszkereséshez. Az első interjún, a szállodaigazgató úrral, Antonio Montoróval történt találkozás alkalmával kevesebb, de annál relevánsabb kérdések kerültek feldolgozásra, melyek elengedhetetlenek voltak a sziget turizmusa és egy konkrét szálloda, ebben az esetben az Iberostar Royal Playa de Palma közti kapcsolat megállapításában. Az interjú során lehetőség volt a szálloda működésén, céljain, értékein, dolgozóin keresztül a szálloda részlegeinek és egészének megismerésére. Az igazgató úr elmondása alapján a szálloda legfontosabb célja az elégedett minőségi vendég növelése, melynek érdekében mindent megtesznek a szálloda alkalmazásában lévő dolgozók, a mosogatótól, a karbantartótól, a szobalánytól, a felszolgálótól, a szakácstól, a recepcióson keresztül egészen a szállodaigazgatóig. Így kapcsolódik össze a sziget szállodaiparának helyzete, a szállodák működése és az általuk kínált szolgáltatások minőségének emelése a sziget turizmusának, és a Mallorcára érkező vendégkör összetételének alakulásával, valamint a sziget minőségi színvonalának emelkedésével. A szálloda vezetése fontosnak tartja a nemzetközi kapcsolatok kialakítását és arra törekszik, hogy minél változatosabb legyen a vendégkör összetétele, ezért több nyelven beszélő dolgozók alkalmazása mellett külföldi gyakornokokat is foglalkoztat, akik Európa különböző országaiból érkeznek. Fontos tényezőnek tartják azt is, hogy a versenytársak közt jó helyen szerepeljenek és, hogy a szállodának a különböző hírportálokon jó hírneve legyen. Ezen célkitűzések és a vendégelégedettség növelése a minőség növelésével érhető el a szállodában, amely a felszereltség, a berendezések és a szállodai szolgáltatások átalakítását jelenti. (MONTORO, A. *személyes kommunikáció*, 2015 november 20.)

A második interjú során a rezervációs menedzser, Fernando Forteza Miro statisztikákkal és konkrét számadatokkal támasztotta alá a szállodába érkező vendégek számát és összetételét. Ebből az a következtetés vonható le, hogy Mallorca népszerű úti cél a turisták körében, míg más területen az angolok, addig ezen a területen, pontosabban Playa de Palma tengerparti részén, legfőképpen a németek vannak legnagyobb arányban. (FORTEZA, M. F. *személyes kommunikáció*, 2015 július 20.)

Összefoglalva a fent nevezett szállodák vezetői elégedettek a vendégérkezések számával és az ő elmondásuk szerint a vendégek is elégedettek a szállodai szolgáltatások minőségével. A kölcsönös elégedettség fenntarthatóságának elengedhetetlen feltétele, hogy évről-évre lépést tartsanak a versenytársakkal, melyhez szükség van a mindenkori megújulásra.

## 6. Konklúziók, javaslatok

A szekunder kutatás adatai alapján megállapítható, hogy Spanyolország az Európai Unió országai között kiemelkedő szerepet tölt be és keresett desztináció, ahova évről-évre egyre több turista érkezik. Ezt alátámasztja az is, hogy 2012-ben Európa 28 vizsgált országa közül az első helyen végzett a vendégéjszakák számának tekintetében, és gazdasági jelentősége is kimagasló, ugyanis 2013-ban a legmagasabb turisztikai bevétellel, 45,5 milliárd euróval zárta az évet. A statisztikai adatok alapján népszerűsége nem csökken, ugyan a vendégéjszakák számának tekintetében már csak a 2. helyen szerepelt 2014-ben, de az előző évekhez képest így is növekedés mutatkozott. Ez a népszerűség köszönhető többek között a Baleár-szigeteknek is, ahol 52 millió vendégéjszakát töltöttek a turisták 2014-ben. Ezen belül Mallorca vállalja a legnagyobb részt a vendégéjszakák tekintetében, a maga 40 millió fölötti vendégéjszakájával, amely a Baleár-szigeteken töltött éjszakák számának 77 %-a volt.

Habár a statisztikai adatok egyöntetűen a sziget turistaforgalmának növekedését igazolják, ezzel szemben a szekunder és a primer kutatás azt mutatja, hogy a sziget imázsát a részeges fiatalok nagy mértékben rombolják. Ez alapján a szekunder kutatás szerint a sziget népszerűségének fenntartása érdekében a mennyiség helyett a minőséget helyezi előtérbe. Új rendeletek hozatala szükséges, amely irányul a szeszes italok fogyasztásának, illetve az új szállodák és turisztikai szálláshelyek létesítésének korlátozására. Ez az elképzelés már bizonyos helyeken meg is valósult. Az elképzelés némi kockázattal járhat, mivel ha ezen korlátozások a sziget további területein is életbe lépnek, bevételkiesés és vendégforgalom csökkenés léphet fel. Ennek elkerülése érdekében mind a szekunder és mind a primer kutatás eredményei azt igazolják, hogy az ebből következő bevételkiesést a minőségi vendégek érkezésének növelésével lehet kompenzálni, amely alapfeltétele a sziget minőségi színvonalának növelése. Az eddig felsoroltakból az a következtetés vonható le, hogy egy újfajta vendégkört kell megcélozni, akik magasabb diszkrecionális jövedelemmel rendelkeznek és ezt hajlandóak a minőségibb szolgáltatások érdekében felhasználni. A mélyinterjúkn megkérdezettek szerint az arab, a kínai és az orosz turisták lehetnének az új célközönség. A további célok a tartózkodási idő hosszának, illetve a törzsvendégek számának növelése, és a szezonáltság kiküszöbölése.

Mindezek alapján beigazolódni látszik az a felvetés, hogy a sziget turizmusa változásokon megy keresztül és folyamatos fejlődésben van.

## 7. Összefoglalás

A Mallorcán töltött fél éves szakmai gyakorlatom nagy inspirációt adott szakdolgozatom elkészítéséhez. A kint töltött idő alatt úgy érzem más emberré váltam, nyitott szemmel jártam, ezáltal új kapcsolatokat alakítottam ki, megismerhettem és elsajátíthattam egy új nyelvet és felfedeztem megannyi gyönyörű helyet. A kinti kultúra, a gyönyörű helyszínek, a magával ragadó hangulat és a szigetlakók kedvessége ráébresztettek arra, hogy még többet szeretnék megtudni a szigetről. Így már kint megfogalmazódott bennem, hogy szakdolgozatom témájának Mallorcát választom.

A szigetet egyre jobban megismerve és bejárva azon gondolkodtam, hogy lehetne még népszerűbbé tenni és mindenki számára megmutatni a szigeten rejlő természeti és kulturális kincseket, vonzerőket. A megfigyeléseim és az elkészített kutatásaim alapján, arra a következtetésre jutottam, hogy a sziget, hangulatával vonzza leginkább a turistákat. Sajnos ezt a képet kissé csorbítja a fiatalok buliőrülete, melyre megoldásként talán a különböző korlátozások bevezetése szolgálhat. Ezen intézkedés visszaszorítaná a tömegetturizmust, vagyis a fiatal bulizók dorbézolását és szemetelését, amellyel helyre állna a rend, a nyugalom és a tisztaság a szigeten, azonban a pozitív hatások mellett negatív tényezőket is vonzana magával. A fiatal turisták kiesésével lecsökkenne a szigetre érkezők száma, amely a bevételek csökkenését is okozná. Erre megoldásként számos lehetőség választható.

Megpróbálva azonosulni a szigetet érintő problémákkal, Mallorca vezetése elsősorban a tömegetturizmus mérséklésére, illetve a minőségi turizmus emelésére törekszik, viszont ha lehetne beleszólásom én személy szerint az alábbi változtatásokkal oldanám meg a szigeten felmerülő problémákat:

- mindenféleképpen létre kellene hozni egy egységes szállodai minősítési rendszert, amellyel kategóriánként minden szálloda ugyanazon színvonalon működhetne
- a szeonalitás kérdésére megoldásnak tűnhet új fedett aquaparkok létesítése, hisz így a fürdőzni vágyók nem lennének kiszolgáltatva az időjárásnak
- egy nagy bevásárló központ építése, több száz üzlettel, multiplex mozival, sokaknak kikapcsolódási lehetőséget adhatna

- új alternatívák nyújtása az alacsonyabb diszkrecionális jövedelemmel rendelkezőknek: kemping, bungalow, így a sziget elérhetővé válhatna mindenki számára
- az italozó fiatalok megfékezésére a sziget teljes területére bevezetném a közterületen történő szeszesital fogyasztásának tilalmát
- a szigeten felszaporodó szemétmennyiség kezelésére és a szemetelés megfékezésére súlyosabb szankciókat vetnék ki
- fellendíteném a falusi turizmust, ezáltal is megőrizve a sziget természeti szépségeit és termőterületeit
- habár első hallásra nehezen kivitelezhetőnek és költségesnek tűnik, de több problémára is megoldás lehetne egy a szigetet és a szárazföldet összekötő híd megépítése, amely turisztikai látványossága is lenne a szigetnek, ezáltal csökkenne a repülőforgalom, amely csökkentené a légszennyezettséget a szigeten
- több programot, eseményt, fesztivált rendeznék a szigeten, ezek keretein belül pedig nagyobb hangsúlyt kaphatna Mallorca kultúrája, hagyományai és ízvilága

Végezetül pedig egy új vendégkör megcélzása is egy megoldás lehet a sziget valamennyi problémáinak kezelésére. Kifejezetten jó célközönség lenne az arab, az orosz, az ukrán, és a kínai turista, hisz gazdaságilag meghatározó szerepet töltenek be a világon.

Úgy gondolom, hogy nem könnyű manapság egy desztinációt eladni, reklámozni egy új célközönség számára. Számos kockázattal jár, mivel magas a reklámok és marketingeszközök költségvonzata és nem biztos, hogy megtérül a kiadásra került összeg. Az utazási katalógusok kimentek a divatból, nem szeretünk olvasni, hanem egyre inkább az internet térhódítása érezhető. Egy kattintással bármit elintézhetünk az interneten, legyen szó szállásról, étteremről, transzferről vagy bármilyen más szolgáltatásról. Ki kell használni a közösségi média erejét: Facebook, Youtube, LinkedIn, blogok. Élni kell a Google reklámlehetőségeivel és érdemes használni a remarketinget is. A látogatók számára érdekesek lehetnek a különböző rendezvények, estélyek, konferenciák, ahol megismerkedhetnek egy-egy desztináció kínálatával, vonzerejével. Ma már sokkal szívesebben néznek meg a látogatók egy pár perces videót, minthogy annak a néhány oldalas írásos lenyomatát elolvassák. Egyre



inkább elterjednek a rövid, lényegre törő kisfilmek is, melyekben gyorsan változó hangulatképek, dinamikus vágásokkal mutatnak be egy adott országra jellemző szimbólumokat, épületeket, helyszíneket. Ezeken keresztül megmutatják mire vágyunk és arra buzdítanak, hogy ne csak a kisfilmekből csodáljuk e helyszíneket, hanem élőben is keressük fel őket.

Tehát visszatérve, az új célközönség megcélzása magas marketing költségekkel és nagy átalakításokkal, újításokkal járhat, melyek a szigeten felmerülő árak emelkedéséhez vezethetnek. Ez abból a szempontból jó, hogy a magas árak hatására csökkenne a bulizni és italozni érkező fiatalok száma a szigeten, de emellett csökkenés léphet fel a visszajáró vendégek számában is, akik biztos bevételt nyújtanak a turizmusban résztvevő szolgáltató egységeknek. A másik probléma ezzel kapcsolatban, hogy ha meg is győzünk egy új célcsoport valamennyi tagját, hogy ellátogasson a szigetre, nem biztos, hogy újra meg fogja tenni, mivel magas diszkrécionális jövedelmének köszönhetően más helyeket is meg tud látogatni.

Átgondolva és elemezve a feltárt szekunder és primer kutatási módszereket és személyes tapasztalataimat a szigeten töltött időről, arra a következtetésre jutottam, melyet a következő idézet is magában foglal: “Sohasem az a fontos, hogy milyen messze, milyen magasra ment az ember, s az sem, hogy milyen nehezen - csakis az, milyen élményeket hozott magával.” (Karl Lukan), hogy a legfontosabb a mai kor számára, hogy minél több élménnyel gazdagodjanak, így a sziget vezetésének ezt kell szem előtt tartania. A régen elegendőnek tartott programok, szolgáltatások, ételek, utazások, ma már kevésnek bizonyulnak és maga az élmény iránti igény is mást jelent a mai világban, mint egykor. Az élmény alatt egy lelkileg is átélt kellemes eseményt, szemléletes tapasztalást értünk, amelyet jó átélni, maradandó lelki tartalmat alakít ki az emberben és mély hatást gyakorol rá. ([www.wikiszotar.hu](http://www.wikiszotar.hu))

Összegzésül személyes véleményem a felvetett kérdésekben szereteágazóak. Én személy szerint törekednék a turizmusban résztvevő szolgáltató egységek minőségének fejlesztésére, ezáltal a versenytársak közt is még kiemelkedőbb szerepet tölthetnének be, illetve emellett a sziget élménynyújtásának fokozására is nagy hangsúlyt fektetnék, így új minőségi szolgáltatások jönnének létre, amely a sziget minőségi színvonalának emelését segítenék elő.

Kutatásaim alatt számos új információval és élménnyel gazdagodtam, melyet szívesen osztottam meg az olvasókkal. A kutatás folytatásában is örömet lelném, hogy Mallorca minél előnyösebb pozíciót érjen el a legkedveltebb turisztikai

desztinációk között és mindenki fejébe íródjon be Mallorca szigete a maga gyönyörűségével.

A szakdolgozatom megírását hasznosnak tartom, mivel nagyon sok új ismerettel bővítette tudásomat, türelmességre, fegyelemre, precizításra, elszántságra és kitartásra sarkallt, melyek nagyon fontosak az élet minden területén. A témát több irányból is megközelítettem, hogy még világosabb képet kapjak a szigetről, annak vonzerőiről, problémáiról, lehetőségeiről és így mind irodalmi mind szakmai szempontból elismert, érthető és élvezetes művet hozhassak létre.

Mallorca megítélése mindenki számára szubjektív tényező, így azt gondolom, hogy anélkül, hogy ott jártunk volna nem vonhatunk le messzemenő következtetéseket. Ahhoz, hogy megismerhessük a szigetet és az ottani hangulatot, kultúrát és egy valóságos képet kapjunk róla, el kell menni, látni kell, át kell érezni, át kell élni, tapasztalni kell és ezekből az impulzsokból, benyomásokból és élményekből kell merítkezni a véleményünk kialakítása során.

## Táblázatok jegyzéke

1. sz. táblázat: Turisztikai szálláshelyek és férőhelyek száma az EU-28 országában (2011, 2012).....	5
2. sz. táblázat: A tíz legnépszerűbb turisztikai célpont — turisztikai szálláshelyeken töltött vendégéjszakák száma (2012).....	6
3. sz. táblázat: Utazási bevételek a fizetési mérleg alapján (2005, 2009, 2013) .....	7
4. sz. táblázat: A turisztikai szálláshelyek és férőhelyek száma Spanyolországban (2008-2014) .....	10
5. sz. táblázat: A turisztikai szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma az EU28 országában (2014) .....	12
6. sz. táblázat: A Baleár-szigetek és 4 legnagyobb tagjának népessége főben (2014) .....	15
7. sz. táblázat: Turisztikai szálláshelyek száma, férőhelyek száma, szobafoglaltság (%), a turizmusban dolgozók száma a Baleár-szigeteken (2008-2014).....	18
8. sz. táblázat: Vendégérkezések száma, vendégéjszakák száma, átlagos tartózkodási idő hossza a Baleár-szigeteken (2008-2014).....	19
9. sz. táblázat: Vendégérkezések száma, vendégéjszakák száma, szobafoglaltság (%), turisztikai szálláshelyek száma, férőhelyek száma és a turizmusban dolgozók száma Mallorcán (2008-2014) .....	24
10. sz. táblázat: Vendégérkezések és vendégéjszakák száma Mallorcán, küldő országoként (2014) .....	26
11. sz. táblázat: Vendégérkezések száma, vendégéjszakák száma, szobafoglaltság (%), turisztikai szálláshelyek száma, férőhelyek száma, a turizmusban dolgozók száma Palma de Mallorcán (2014) .....	27
12. sz. táblázat: SWOT elemzés .....	34
13. sz. táblázat: A vendégek száma és egy szoba éves átlagára/fő/éj az Iberostar Royal Playa de Palma és az Iberostar Royal Cupido szállodában (2010-2015).49	
14. sz. táblázat: Az Iberostar Royal Playa de Palma és az Iberostar Royal Cupido szálloda 10 legnagyobb küldőországa (2015 július).....	50
15. sz. táblázat: Az Iberostar Royal Playa de Palma és az Iberostar Royal Cupido szálloda legtöbb vendéget küldő 10 utazási irodája (2015 július).....	52

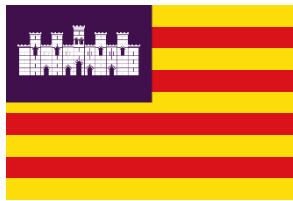
## Mellékletek

### 1./a sz. melléklet: Baleár-szigetek



Forrás: <https://hu.wikipedia.org/wiki/Bale%C3%A1r-szigetek#/media/File:Baleares-rotulado.png>

### 1./b sz. melléklet: Baleár-szigetek zászlaja, címere



Forrás: <https://hu.wikipedia.org/wiki/Bale%C3%A1r-szigetek>

### 1./c sz. melléklet: A Baleár-szigetek tagjainak elhelyezkedése, zászlaja



Forrás: [https://es.wikipedia.org/wiki/Islas\\_Baleares](https://es.wikipedia.org/wiki/Islas_Baleares)

## 2./a sz. melléklet: Mallorca – Playa de Palma télen és nyáron



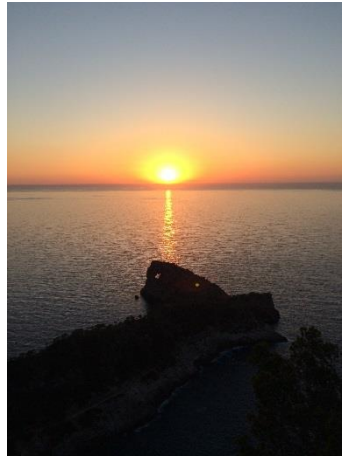
Forrás: Saját készítésű képek

## 2./b sz. melléklet: Programok

Élményprogram				
	Rövid leírás	Nap	Felnőtt(€)	Gyerek (€)
<b>Magyar nyelvű</b>				
Szigetkörít	Valdemossa, Solier, hajókikötés	hétfő	59.00	29.50
Sarkánybarlang-túra (félnapos)	Lenyűgöző csappkövvilág	péntek	39.00	19.50
Formentor + Alcudia piac	legészakibb csücsök csodái+hajó	szombat	36.00	19.00
Palma City Városnéző Busz	varosnézés	naponta	17.00	8.50
<b>Családi program</b>				
Palma Aquarium	lenyűgöző vízvilág	naponta	28.00	14.00
Marineland	Delfinrium, foka, papagáj	hétfő-pé	24.00	14.00/10.00
<b>Kaland és szórakozás</b>				
Katmandu	4 D Park, Mozi	hétfő-pé	25.00	18.50
Biciklitúra	Két keréken Palmara	hetente többször	32.00	20.00
Jeep Safari	Kaland a javából, főleg hétfő-vasárnapig	hetente többször	65.00	38.00
Aqualand	Csusztopark	naponta	27.00	14.00
<b>Exkluzív</b>				
Katamaran Magic	Mallorca öbleinek varázsa	hetente többször	57.00-tól	28.50-től
Vitorlázás	Exkluzív hajókikötés	naponta	115.-től	115.-től
<b>Party, Szórakozás, Éjszakai élet</b>				
Son Amar - Menü Gold	Egyéni álló est: show	kedd, szombat	72.00	12.00
BCM-Mallorca legnagyobb klubja	Party egész éjjel	kedd, péntek	47	

Összes ár tartalmazza a szállást és a regényt. A programok időpontjai változhatnak. A programok áraiban nem tartalmazzuk a szállítás díját. A programok áraiban nem tartalmazzuk a szállítás díját. A programok áraiban nem tartalmazzuk a szállítás díját.

Forrás: Neckermann utazási iroda (Mallorca)

**2/c sz. melléklet: Mallorca vonzerői, látnivalói**

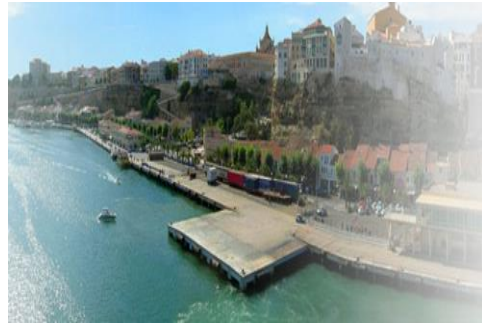
Forrás: Saját készítésű képek



Forrás: Saját készítésű képek

## Baleár-szigetek

### 3./a sz. melléklet: Menorca



Forrás: <http://www.geoturizmuscentrum.hu/index.php?mod=uticel&tipus=orszag&orszagid=198&tartomany=93>

Forrás: <http://www.ajmao.org/Contingut.aspx?IdPub=2912>

### 3./b sz. melléklet: Ibiza nappal és éjjel



Forrás: [http://www.ibiza-spotlight.com/ibiza\\_town\\_i.htm](http://www.ibiza-spotlight.com/ibiza_town_i.htm)

Forrás: [http://www.ibiza-spotlight.com/night/playa\\_den\\_bossa\\_i.htm](http://www.ibiza-spotlight.com/night/playa_den_bossa_i.htm)

### 3./c sz. melléklet: Formentera, Cabrera



Forrás: <http://www.formentera.es/en/fotos/beaches-7>

Forrás: <http://www.origo.hu/utazas/europa/20150527-a-foldkozi-tenger-kevesse-ismert-szigetei.html>



#### 4. sz. melléklet: Tömegetturizmus



Forrás: <http://www.ibtimes.com/photos-crowd-balearic-island-portrays-spains-booming-tourism-835359>

#### 5. sz. melléklet: Mallorca saját jellegének elvesztése

**Der verrückteste Vorschlag aus Bonn**  
**Mallorca soll deutsch werden**  
 Als 17. Bundesland • Erbpacht auf 99 Jahre • Es war schon mal deutsch - bei den Vandalen

**Jedet:**  
 Beim Zeitschriftenhändler.  
**OTTO**  
 Otto... find' ich gut.

Freitag, 9. Juli 1993 60 Pf  
**Bild**  
 UNABHÄNGIG-ÜBERPATEILICH

**Nach dem neuen Gesetz**  
**Asyl**  
**Die ersten im Hungerstreik**

**Di knallhart**  
**25 Mio**  
**von Charles**

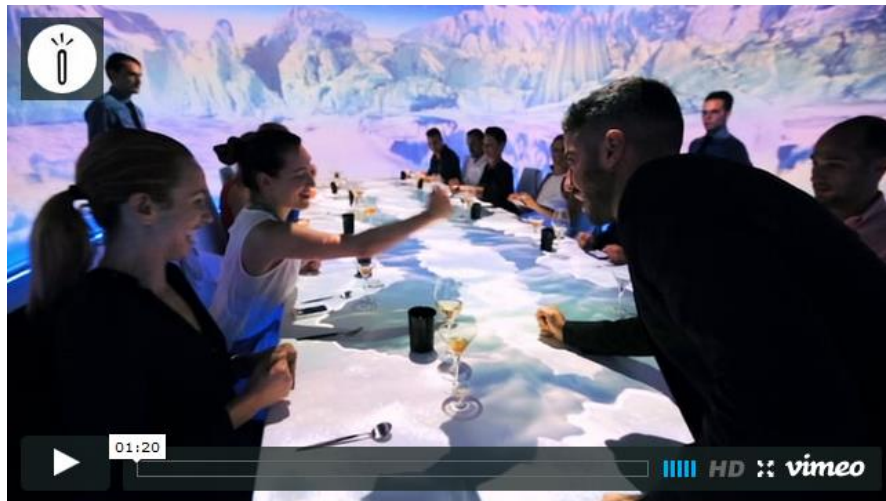
Forrás: <http://mallorcamagazin.com/aktuelles/nachrichten/2013/07/04/38253/als-aus-mallorca-das-bundesland-wurde.html>

## 6. sz. melléklet: A sziget problémáinak kezelése



Forrás: <http://www.origo.hu/utazas/hirek/20150623-lecsapnak-az-obszcen-britekre-magalufban-alkohol-vizeles-meztelenkedes.html>

## 7. sz. melléklet: Újítások, érdekességek a minőség fokozására



Forrás: <https://vimeo.com/90455043>

Forrás: <http://www.origo.hu/utazas/hirek/20130806-a-vilag-első-twitter-szállodája.html>

## 8. sz. melléklet: Kerékpárturizmus



Forrás: <http://bikemag.hu/kerekpartura/jatsszunk-edzotaborosdit-mallorca-aszfalton>

## 9. sz. melléklet: Grupo Iberostar szállodalánc



Forrás: <http://www.grupoiberostar.com/en>



Forrás: <http://inside.iberostar.com/conocenos>

Forrás: [http://www.hosteltur.com/182310\\_ocho-hoteleros-incluidos-lista-forbes-ricos-espana.html](http://www.hosteltur.com/182310_ocho-hoteleros-incluidos-lista-forbes-ricos-espana.html)

**10./a sz. melléklet: Két Mallorcán található Iberostar szálloda bemutatása**



Forrás: Iberostar Royal Playa de Palma, Iberostar Royal Cupido

**10./b sz. melléklet: Iberostar Royal Playa de Palma**



Forrás: <http://www.iberostar.com/en/hotels/majorca/iberostar-royal-playa-de-palma>

Forrás: <http://www.booking.com/hotel/es/royal-playa-de-palma.hu.html?aid=357018;label=gog235jc-hotel-hu-es-royalNplayaNdeNpalma-unspec-hu-com-L%3Ahu-O%3Aunk-B%3Aunk-N%3AXX-S%3Abo->

[U%3Ac;sid=d81ba3c696ad9729b04c1be65f50d81d;dcid=1;dist=0;room1=A%2CA;sb\\_price\\_type=total:srfid=d5674714086be092655dcec6e3e3571ee29ee8ecX2;type=total;ucfs=1&](http://www.booking.com/hotel/es/royal-playa-de-palma.hu.html?aid=357018;label=gog235jc-hotel-hu-es-royalNplayaNdeNpalma-unspec-hu-com-L%3Ahu-O%3Aunk-B%3Aunk-N%3AXX-S%3Abo-U%3Ac;sid=d81ba3c696ad9729b04c1be65f50d81d;dcid=1;dist=0;room1=A%2CA;sb_price_type=total:srfid=d5674714086be092655dcec6e3e3571ee29ee8ecX2;type=total;ucfs=1&)


**10./c sz. melléklet: Iberostar Royal Cupido**

Forrás: <http://www.iberostar.com/hoteles/mallorca/iberostar-royal-cupido>

**10./d sz. melléklet: A kilátás a két szállodából**

Forrás: Saját készítésű képek

## 11. sz. melléklet: Sea Soul Restaurant - Baldachinos ágyak, Iberostar Royal Cupido



<b>ANGEBOT OFERTA ESPECIAL</b>	<b>SPECIAL OFFER OFFRE SPÉCIALE</b>
Cama Balinesa + Jacuzzi <b>15 €</b>	Lit Balinais+Jacuzzi <b>15 €</b>
<i>10:00 H –20:00 H</i>	
Balinese Sunbed+Jacuzzi <b>15 €</b>	Balinesischen Bett+Jacuzzi <b>15 €</b>
<i>Reserve en recepción Reservierung an der Rezeption</i>	<i>Reserve at the reception Réserver à la réception</i>

Forrás: Iberostar Royal Cupido

## Kutatás

### 12./a sz. melléklet:

#### Interview with the a Deputy Director (Subdirector) at the Iberostar Royal Playa de Palma

You were working as a Deputy Director (Subdirector) at the Iberostar Royal Playa de Palma in Mallorca. I would like to ask a few questions about the hotel and about Mallorca. /Ön Mallorcán az Iberostar Royal Playa de Palma szállodában dolgozott igazgatóhelyettesként. Ezzel kapcsolatban szeretnék feltenni Önnek pár kérdést a szállodáról és Mallorcáról.

- How would you describe the operation of the hotel? /Hogyan írná le a szálloda működését?
- How many **employees** did the hotel have? /Hány alkalmazottal rendelkezett a szálloda?
- What was the **mission/vision/philosophy and values** of the hotel? /Mi volt a szálloda küldetése/jövőképe/filozófiája és értékei?
- What were the **main goals** of the hotel? /Mik voltak a legfőbb céljai a szállodának?
- Were you **satisfied** with the **number of the guest arrivals** (guest turnover) and **guest nights**? /Ön elégedett volt a vendégérkezések és a vendégéjszakák számával?
- What **innovations** would you have introduced to **increase guest turnover**? /Milyen újításokat vezetett volna be a vendégforgalom növelése érdekében?
- In your opinion how **satisfied** were **the guests** of the hotel? /Véleménye szerint mennyire voltak elégedettek a szálloda vendégei?
- What did the hotel do **to know** and **to increase the satisfaction of the guests**? /Mit tett a szálloda a vendégelégedettség felmérése és növelése érdekében?
- How did you find the **competitiveness** of the hotel? /Milyennek találta a szálloda versenyképességét?
- How **strong** were the **competitors**? /Mennyire gondolta erősnek a versenytársakat?
- In what aspect was **the hotel better** than **the competitors**? /Miben volt jobb a szálloda a versenytársakhoz képest?

**12./b sz. melléklet:****Interview with the Reservation Manager at the Iberostar Royal Playa de Palma and Iberostar Royal Cupido in Playa de Palma**

You are working as a Reservation Manager in Playa de Palma, in Mallorca. All the 3 Iberostar hotels in Playa de Palma: Iberostar Royal Playa de Palma, Iberostar Royal Cupido and Iberostar Royal Cristina are under your management.

I would like to know more about the hotels and about Mallorca, that's why I would like to ask a few questions. /Ön Playa de Palmán, Mallorcán dolgozik rezervációs menedzserként. Mind a 3 Iberostar szálloda Playa de Palmán: az Iberostar Royal Playa de Palma, az Iberostar Royal Cupido és az Iberostar Royal Cristina szálloda az Ön igazgatása alá tartozik.

Szeretnék megtudni többet a szállodákról és Mallorcáról, ezért pár kérdést szeretnék feltenni Önnek.

**About the guest arrivals/guest nights/occupancy rate and seasonality /A vendégérkezések száma/vendégéjszakák száma/foglaltság/szezonalitás**

- How has the number of the **guest arrivals/guest nights/occupancy rate** since last year/ in 7 years (2008-2015)? / Hogyan változott a vendégérkezések száma/vendégéjszakák száma/foglaltság tavaléhoz képest illetve 2008-2015 között?
- Are you satisfied with the number of the **guest arrivals/guest nights**? What **innovations** would you introduce to **increase** this indicators? /Ön elégedett a vendégérkezések és a vendégéjszakák számával? Milyen újításokat vezetne be ezen indikátorok növelése érdekében?
- How would you describe the **seasonality** in the hotels? /Hogyan jellemezné a szezonalitást a szállodákban?

**About the clientele and satisfaction of the hotels /A szállodák vendégköre és vendégelégedettsége**

- How would you describe the **clientele** of the two hotels? /Hogyan jellemezné a két szálloda vendégkörét?
- What **goals** do the **guest arriving** at the hotels? /Mely célokkal érkeznek a szállodákba a vendégek?



- How would you describe the **satisfaction of the guests** in the two hotels?  
/Hogyan jellemezné a vendégek elégedettségét a két szállodában?
- In your opinion how **satisfied** are the **guests** in the two hotels? /Véleménye szerint mennyire elégedettek a szálloda vendégei?
- What do the hotel do **to know** and **to increase** the **satisfaction** of the guests?  
/ Mit tesz a szálloda a vendéglégedettség felmérése és növelése érdekében?

#### **About the airlines and travel agencies**

- Which **airlines** does the hotels work with? /Mely légitársaságokkal dolgoznak együtt a szállodák?
- What are the most important **travel agencies** which send guest to the hotels?  
/Melyek a kiemelkedő utazási irodák, amelyek vendégeket küldenek a szállodákba?

#### **About the tourism, image and attractions in Mallorca /Turizmus, imázs és vonzerők Mallorcán**

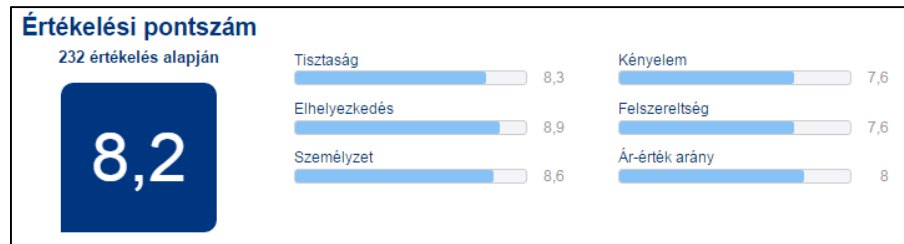
- In your opinion what effect has the **strong German influence** on the island?  
/Ön szerint milyen hatással van a szigetre az erős német befolyás?
- In your opinion in the **positive or in the negative direction** goes the **tourism of the island**? /Véleménye szerint pozitív vagy negatív irányba halad a sziget turizmusa?
- How do you describe the **image of Mallorca**? /Hogyan írná le Mallorca imázsát?
- What are the **main attractions** wherefore the tourists visiting **the island**?  
/Melyek a fő vonzerők, amik miatt a turisták a szigetre látogatnak?

## Vendéglégedettség

### 13./a sz. melléklet: Iberostar Royal Playa de Palma



Forrás: TirpAdvisor, 286 értékelés alapján

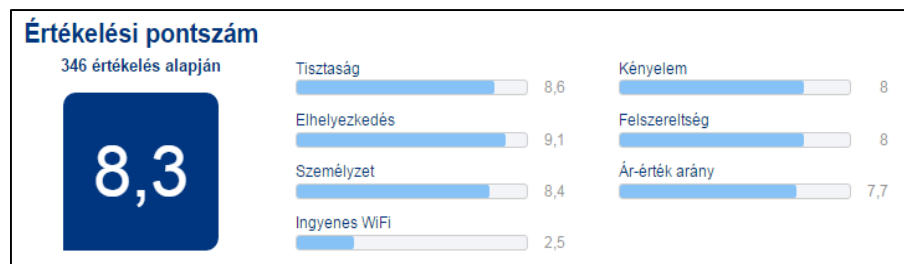


Forrás: Booking.com, 232 értékelés alapján

### 13./b sz. melléklet: Iberostar Royal Cupido



Forrás: TirpAdvisor, 403 értékelés alapján



Forrás: Booking.com, 346 értékelés alapján

## Irodalomjegyzék

### Könyv

BALOGH F. (2004) *Idegenforgalmi földrajz II.*, Képzőművészeti kiadó

BOKOR J. (2004) *Turizmus Európában*, Booklands 2000 Könyvkiadó Kft.

GAJDOS ZS. és SZÁRAZ M. GY. (2007) *Fiesta-Spanyolok és ünnepeik*, Kortárs kiadó

BOERS, H. and BOSCH, M. (1994) *A Föld, mint üdülőhely - Bevezetés a turizmus és a környezet kapcsolatrendszerébe*, Wim Tem Brink holland kiadó, MÁRCIS M. ÉS TÓTH Z. Budapesti Gazdasági Főiskola (magyar fordítás), Budapest

NOVÁK B. (2004) *Mallorca, Ibiza, Menorca, Formentera*, Magyarszemmel kiadó

### Könyvfejezet

BOKOR J. (2004) *Turizmus Európában*, Booklands 2000 Könyvkiadó Kft. p.171-176.

BOERS, H. and BOSCH, M. (1994) *A Föld mint üdülőhely - Bevezetés a turizmus és a környezet kapcsolatrendszerébe*, Wim Tem Brink, Budapesti Gazdasági Főiskola (magyar fordításban) p. 57-60.

### Folyóiratcikk

ANDÓ P. (2011) *Irány Spanyolország*, Világgazdaság

Iberostar katalógus (2015)

LÁSZLÓ D. (2013) *Mallorca nem kér a bulikból*, Magyar Nemzet LXXVI. évf., 212. sz.

*OECD Tourism Trends and Policies 2014*, 296-299 [Olvasva: 2015.10.02]

PÉCSEK B., *Turizmus bulletin* XVI. évfolyam 1. szám, 2014 [Olvasva: 2015.10.02]

### Személyes kommunikáció

ANTONI MONTORO (2015) *személyes kommunikáció*, november 20. Budapest, illetve *internetes kommunikáció*

FERNANDO FORTEZA MIRO (2015) *személyes kommunikáció*, július 20. Mallorca, illetve *internetes kommunikáció*

### Internetes forrás

Élmény meghatározása, Wikipédia

[http://wikiszotar.hu/wiki/magyar\\_ertelmezo\\_szotar/%C3%89lm%C3%A9ny](http://wikiszotar.hu/wiki/magyar_ertelmezo_szotar/%C3%89lm%C3%A9ny)

[Olvasva: 2015.10.05.]

*Turisztikai szálláshelyek az EU-28 országában* (2011, 2012), Eurostat

[http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Tourist_accommodation_establishments,_2013_YB15.png)

[explained/index.php/File:Tourist accommodation establishments, 2013 YB15.png](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Tourist_accommodation_establishments,_2013_YB15.png)

[Olvasva: 2015.10.10.]

*A tíz legnépszerűbb turisztikai célpont — turisztikai szálláshelyeken töltött vendégéjszakák száma* (2012), Eurostat

[http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Top_10_tourism_destinations_%E2%80%94_nights_spent_at_tourist_accommodation_establishments,_2013_(million_nights_spent_in_the_country_by_non-residents)_YB15.png)

[explained/index.php/File:Top 10 tourism destinations %E2%80%94 nights spent at tourist accommodation establishments, 2013 \(million nights spent in the country by non-residents\) YB15.png](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Top_10_tourism_destinations_%E2%80%94_nights_spent_at_tourist_accommodation_establishments,_2013_(million_nights_spent_in_the_country_by_non-residents)_YB15.png) [Olvasva: 2015.10.10.]

*Utazási bevételek a fizetési mérleg alapján* (2005, 2009, 2013), Eurostat

[http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Travel_receipts_and_expenditure_in_balance_of_payments,_2005%E2%80%9313_YB15.png)

[explained/index.php/File:Travel receipts and expenditure in balance of payments , 2005%E2%80%9313 YB15.png](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Travel_receipts_and_expenditure_in_balance_of_payments,_2005%E2%80%9313_YB15.png) [Olvasva: 2015.10.10.]

*Turisztikai statisztika* (2014. november), Eurostat

[http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics/hu#Az_Eurostat_tov.C3.A1bbi_inform.C3.A1ci.C3.B3i)

[explained/index.php/Tourism statistics/hu#Az Eurostat tov.C3.A1bbi inform.C3.A1ci.C3.B3i](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics/hu#Az_Eurostat_tov.C3.A1bbi_inform.C3.A1ci.C3.B3i) [Olvasva: 2015.10.10.]

*Európai Turizmus 2014-ben-Trendek és Kilátások, Az ETC 2014/4. negyedéves jelentése* (2015. február 16.), Magyar Turizmus Zrt., Kutatási Iroda

[http://itthon.hu/documents/28123/4083489/Europai turizmus 2014\\_Q4.pdf/4d69c756-c569-4a42-946c-e8f24b0198d0](http://itthon.hu/documents/28123/4083489/Europai_turizmus_2014_Q4.pdf/4d69c756-c569-4a42-946c-e8f24b0198d0) [Olvasva: 2015.10.10.]

*A világ és Európa turizmusa: Magyarország teljesítménye világviszonylatban is kimagasló* (2015. február 18.), Magyar Turizmus Zrt. - Szakmai oldal

[http://szakmai.itthon.hu/sajtokozlomenyek/-](http://szakmai.itthon.hu/sajtokozlomenyek/-/asset_publisher/WkBzYpJ68Fd1/content/id/14826765)

[/asset\\_publisher/WkBzYpJ68Fd1/content/id/14826765](http://szakmai.itthon.hu/sajtokozlomenyek/-/asset_publisher/WkBzYpJ68Fd1/content/id/14826765) [Olvasva: 2015.10.10.]

*A világ és Európa turizmusa 2014-ben* (2015. február 19.), Az utazó magazin

<http://www.azutazo.hu/cikkek/a-vilag-es-europa-turizmusa-2014-ben#.VhjPWPntIBd> [Olvasva: 2015.10.10.]

*Európai Turizmus 2015-ben-Trendek és Kilátások, Az ETC 2015/1. negyedéves jelentése* (2015. május 29.), Magyar Turizmus Zrt., Kutatási Iroda

[http://aktiv.itthon.hu/documents/28123/4083489/Europai\\_turizmus\\_2015\\_Q1.pdf/17bd58ae-e962-41c4-a4b9-1e607e74b03b](http://aktiv.itthon.hu/documents/28123/4083489/Europai_turizmus_2015_Q1.pdf/17bd58ae-e962-41c4-a4b9-1e607e74b03b) [Olvasva: 2015.10.10.]

*Európai Turizmus 2015-ben-Trendek és Kilátások, Az ETC 2015/1. negyedéves jelentése* (2015. augusztus 6.), Magyar Turizmus Zrt., Kutatási Iroda

[http://itthon.hu/documents/28123/4083489/Europai\\_turizmus\\_2015\\_Q2.pdf/97d140b7-9a19-48ff-87b6-34d7387c173e](http://itthon.hu/documents/28123/4083489/Europai_turizmus_2015_Q2.pdf/97d140b7-9a19-48ff-87b6-34d7387c173e) [Olvasva: 2015.10.10.]

Spanyolország

<https://hu.wikipedia.org/wiki/Spanyolorsz%C3%A1g> [Olvasva: 2015.10.11.]

Spanyolország nyaralás

<https://www.utazas.info/nyaralas/spanyolorszag> [Olvasva: 2015.10.11.]

Spanyolország

[http://europa.eu/about-eu/countries/member-countries/spain/index\\_hu.htm](http://europa.eu/about-eu/countries/member-countries/spain/index_hu.htm) [Olvasva: 2015.10.11.]

<http://www.oecdbetterlifeindex.org/de/countries/spain-de/> [Olvasva: 2015.10.11.]

*A gyógyulás jelei a spanyol gazdaságban* (2015. január 30.), Euronews

<http://hu.euronews.com/2015/01/30/a-gyogyulas-jelei-a-spanyol-gazdasagban/> [Olvasva: 2015.10.11.]

*Optimizmust hozott a nyár Spanyolország munkaerőpiacára*

(2014. július 2.), Euronews

<http://hu.euronews.com/2014/07/02/optimizmust-hozott-a-nyar-spanyolorszag-munakeropiacara/> [Olvasva: 2015.10.11.]

*A vendégérkezések száma a turisztikai szálláshelyeken Spanyolországban* (2008-2014), Eurostat

<http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&plugin=1&language=en&pcode=tin00174> [Olvasva: 2015.10.16.]

*Soha ennyien nem éjszakáztak még az EU-ban*, (2014. január 29.), HVG

[http://hvg.hu/gazdasag/20140129\\_Soha\\_ennyien\\_nem\\_ejszakaztak\\_meg\\_az\\_EUba](http://hvg.hu/gazdasag/20140129_Soha_ennyien_nem_ejszakaztak_meg_az_EUba) [Olvasva: 2015.10.11.]

*Itt egy lista, amin nem utolsók vagyunk* (2015. január 29.), HVG

[http://hvg.hu/gazdasag/20150129\\_Itt\\_egy\\_lista\\_amin\\_nem\\_utolsok\\_vagyunk](http://hvg.hu/gazdasag/20150129_Itt_egy_lista_amin_nem_utolsok_vagyunk) [Olvasva: 2015.10.11.]

*A turisztikai szálláshelyeken töltött vendégéjszakák száma az EU28 országában,*  
Eurostat

[http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?jsessionId=wL9mPf5dbmKUdhVTJzSd\\_p-NUoVkcQHbFzYjbDoLxP2AuzcAXhrs!-220675382?tab=table&plugin=1&language=en&pcode=tin00175](http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?jsessionId=wL9mPf5dbmKUdhVTJzSd_p-NUoVkcQHbFzYjbDoLxP2AuzcAXhrs!-220675382?tab=table&plugin=1&language=en&pcode=tin00175) [Olvasva: 2015.10.14.]

*Vendégérkezések száma a turisztikai szálláshelyeken az EU28 országában,* Eurostat  
<http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&plugin=1&language=en&pcode=tin00174> [Olvasva: 2015.10.16.]

Iberostar szállodalánc

[www.iberostar.com](http://www.iberostar.com) [Olvasva: 2015.10.19.]

<http://www.grupoiberostar.com/en> [Olvasva: 2015.10.20.]

Iberostar Royal Playa de Palma

<http://www.iberostar.com/en/hotels/majorca/iberostar-royal-playa-de-palma>  
[Olvasva: 2015.10.20.]

Iberostar Royal Cupido

<http://www.iberostar.com/hoteles/mallorca/iberostar-royal-cupido> [Olvasva: 2015.10.20.]

*The Times: a legélhetőbb város Palma de Mallorca* (2015. március 23.),

Turizmus.com

<http://turizmus.com/utaztatas/the-times-a-legelhetobb-varos-palma-de-mallorca-1127789> [Olvasva: 2015.10.22.]

Mallorca

[http://www.utazasitanacsado.hu/show\\_wiki.php?wikiID=248](http://www.utazasitanacsado.hu/show_wiki.php?wikiID=248) [Olvasva: 2015.10.28.]

<http://mallorca.vilagnezo.hu/helyek/vendeglatas> [Olvasva: 2015.11.08]

<http://www.repulojegyutazas.hu/mallorca-spanyolorszag-legnagyobb-szigete/>  
[Olvasva: 2015.11.08]

<http://www.vilagrecept.hu/cikkek/utazasok/a-szepsegek-szigete--mallorca.html>  
[Olvasva: 2015.11.08]

Mallorca turisztikai kínálata és kereslete

*Vendégérkezések száma, vendégéjszakák száma, szobafoglaltság (%), turisztikai szálláshelyek száma, férőhelyek száma, a turizmusban dolgozók száma Mallorcán* (2008-2014), Instituto Nacional de Estadística

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eoh&file=inebase&L=1> [Olvasva: 2015.10.30.]

*Vendégérkezések és vendégéjszakák száma Mallorcán küldő országoként* (2014), Instituto Nacional de Estadística

<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t11/e162eoh/a2014/11/&file=03de022.px&type=pcaxis&L=1> [Olvasva: 2015.11.13.]

<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t11/e162eoh/a2014/11/&file=03de024.px&type=pcaxis&L=1> [Olvasva: 2015.11.13.]

*Vendégérkezések száma, vendégéjszakák száma, szobafoglaltság (%), turisztikai szálláshelyek száma, férőhelyek száma, a turizmusban dolgozók száma Palma de Mallorca* (2014), Instituto Nacional de Estadística

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eoh&file=inebase&L=1> [Olvasva: 2015.10.30.]

Baleár-szigetek

<https://hu.wikipedia.org/wiki/Bale%C3%A1r-szigetek> [Olvasva: 2015.11.06.]

*A Baleár-szigetek és 4 legnagyobb tagjának népessége főben* (2014), Instituto Nacional de Estadística

<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do> [Olvasva: 2015.11.06]

Menorca

<http://www.geoturizmuscentrum.hu/index.php?mod=uticel&tipus=orszag&orszagid=198&tartomany=93> [Olvasva: 2015.11.06.]

Ibiza

<https://hu.wikipedia.org/wiki/Ibiza> [Olvasva: 2015.11.06.]

<http://whc.unesco.org/en/list/417/> [Olvasva: 2015.11.06.]

*Jobb, mint a világ legdrágább wellness-kurája – Formentera* (2015. február 21.), Világjáró Utazási Magazin

<http://www.vjm.hu/vilag/jobb-mint-a-vilag-legdragabb-wellness-kuraja-formentera/6046/> [Olvasva: 2015.11.06.]

Cabrera - *Nem muszáj a legfelkapottabb helyeken nyaralni* (2015. május 27.), Origo  
<http://www.origo.hu/utazas/europa/20150527-a-foldkozi-tenger-kevesse-ismert-szigetei.html> [Olvasva: 2015.11.06.]

*Vendégérkezések száma, vendégéjszakák száma, átlagos tartózkodási idő a Baleár-szigeteken* (2008-2014), Instituto Nacional de Estadística  
<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&file=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eoh%2F%2Fa2014> [Olvasva: 2015.11.08]  
<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eoh&file=inebase&L=1> [Olvasva: 2015.11.08]

*Drágul a nyaralás Európa egyik legnépszerűbb szigetcsoportján* (2015. október 16.), Origo  
<http://www.origo.hu/utazas/hirek/20151016-dragul-a-nyaralas-europa-egyik-legnepszerubb-szigetcsoportjan.html> [Olvasva: 2015.11.08]

*Idegenforgalmi adót vetne ki a Baleár-szigetek kormánya a turistákra* (2015. október 17.), Turizmus.com  
<http://turizmus.com/utaztatas/idegenforgalmi-adot-vetne-ki-a-baleaer-szigetek-kormanya-a-turistakra-1131945> [Olvasva: 2015.11.08.]

Ingyenlángolás Mallorcán  
<http://www.rellox.hu/ingatlanvasarlas-mallorcan> [Olvasva: 2015.11.15.]

Multikulturalizmus, Wikipédia  
<https://hu.wikipedia.org/wiki/Multikulturalizmus> [Olvasva: 2015.11.16.]

Szállodai minősítési rendszer Spanyolországban  
[http://magyarefk.hu/pdf/kiadvanyok/ECC\\_szallashelyertekelo\\_web.pdf](http://magyarefk.hu/pdf/kiadvanyok/ECC_szallashelyertekelo_web.pdf) [Olvasva: 2015.11.16.]

<http://www.cehat.com/frontend/cehat/Hotel-Classification-System-In-Spain-vn2682-vst328> [Olvasva: 2015.11.16.]

*Egységes szállodai besorolás immár 15 európai országban* (2015. június 4.), Turizmus Online

[http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/dania\\_es\\_gorogorszag\\_is\\_csatlakozott\\_a\\_hotelstars\\_unionhoz](http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/dania_es_gorogorszag_is_csatlakozott_a_hotelstars_unionhoz) [Olvasva: 2015.11.16.]



A sziget elnémetesedésének veszélye

*Als Mallorca deutsch werden sollte/Mallorca németté kell váljon* (2013.július 4.),

Mallorca Magazin

<http://mallorcamagazin.com/aktuelles/nachrichten/2013/07/04/38253/als-aus-mallorca-das-bundesland-wurde.html> [Olvasva: 2015.11.16.]

*Mallorca betesz a német invázióknak* (2013. július 24.), Kurir.hu

<http://www.kurir.hu/bulvar/bulvar-hirek/furcsa/3819-mallorca-betesz-a-nemet-invazonak.html> [Olvasva: 2015.11.16.]

*Vége az éjszakai utcai iszogatásnak Mallorca üdülővárosában* (2015. június 10.),

Turizmus Online

[http://www.turizmusonline.hu/kulfold/cikk/vege\\_az\\_ejszakai\\_utcai\\_iszogatasnak\\_mallorca\\_udulovarosaban](http://www.turizmusonline.hu/kulfold/cikk/vege_az_ejszakai_utcai_iszogatasnak_mallorca_udulovarosaban) [Olvasva: 2015.11.16.]

*Nincs több éjjeli ivászat egy mallorcai üdülőhelyen* (2015. június 10.),

Turizmus.com

<http://turizmus.com/utaztatas/nincs-tobb-ejjeli-ivaszat-egy-mallorcai-udulohelyen-1129372> [Olvasva: 2015.11.16.]

A sziget látogatóinak növelése szezonon kívül

*Mass tourism vexes overcrowded Mallorca* (2015. október 2.), Yahoo.com, 7 News

<https://au.news.yahoo.com/a/29698669/mass-tourism-vexes-overcrowded-mallorca/> [Olvasva: 2015.11.18.]

*A világ első Twitter-szállodája* (2013. augusztus 6.), Origo

<http://www.origo.hu/utazas/hirek/20130806-a-vilag-első-twitter-szállodaja.html> [Olvasva: 2015.11.20.]

*Ibizán nyílik a világ legdrágább étterme*, (2014. április 22.), Origo

<http://www.origo.hu/utazas/hirek/20140422-ibizan-nyilik-a-vilag-legdragabb-etterme.html> [Olvasva: 2015.11.06]

*Spanish restaurant to be world's most expensive/A spanyol étterem a világ legdrágább étterme*, (2014. április 16.), The Local

<http://www.thelocal.es/20140416/world-expensive-restaurant-sublimotion-spain> [Olvasva: 2015.11.06]

Videó: <https://vimeo.com/90455043> [Nézve: 2015.11.06]

*Mass tourism vexes overcrowded Mallorca/Tömezturizmus, Mallorca túlzsúfolt*  
(2015. október 2.), Yahoo/7 News

<https://au.news.yahoo.com/a/29698669/mass-tourism-vexes-overcrowded-mallorca/>

[Olvasva: 2015.11.18]

[http://98.139.21.31/search/srpcache?p=mallorca&vs=au.news.yahoo.com&fr=news-](http://98.139.21.31/search/srpcache?p=mallorca&vs=au.news.yahoo.com&fr=news-au-tts&ei=UTF-)  
[au-tts&ei=UTF-](http://98.139.21.31/search/srpcache?p=mallorca&vs=au.news.yahoo.com&fr=news-au-tts&ei=UTF-)

[8&u=http://cc.bingj.com/cache.aspx?q=mallorca+\(site%3aau.news.yahoo.com\)&d=](http://98.139.21.31/search/srpcache?p=mallorca&vs=au.news.yahoo.com&fr=news-au-tts&ei=UTF-)  
[4990680474979848&mkt=en-US&setlang=en-](http://98.139.21.31/search/srpcache?p=mallorca&vs=au.news.yahoo.com&fr=news-au-tts&ei=UTF-)

[US&w=YBIVjKKNUM3df9qp9TDf5HG-](http://98.139.21.31/search/srpcache?p=mallorca&vs=au.news.yahoo.com&fr=news-au-tts&ei=UTF-)

[bl8nm4HJ&icp=1&.intl=us&sig=brsB1\\_5tL3VVut29ETeQjg--](http://98.139.21.31/search/srpcache?p=mallorca&vs=au.news.yahoo.com&fr=news-au-tts&ei=UTF-) [Olvasva:

2015.11.18]

Kerékpárturizmus

<http://www.bikeholidays.hu/hu/ut/az-igazi-mallorca-sziget-kortura#arak> [Olvasva:

2015.11.20]

Golfturizmus

<https://www.golfboo.com/en/golf->

[courses/mallorca/?utm\\_medium=cpc&utm\\_source=google&utm\\_term=golf%20in%](https://www.golfboo.com/en/golf-courses/mallorca/?utm_medium=cpc&utm_source=google&utm_term=golf%20in%20mallorca&utm_content=g_37890630645_p&gclid=CJ-)  
[20mallorca&utm\\_content=g\\_37890630645\\_p&gclid=CJ-](https://www.golfboo.com/en/golf-courses/mallorca/?utm_medium=cpc&utm_source=google&utm_term=golf%20in%20mallorca&utm_content=g_37890630645_p&gclid=CJ-)

[n\\_Lvnqr4CFaQIwwodd30Alg](https://www.golfboo.com/en/golf-courses/mallorca/?utm_medium=cpc&utm_source=google&utm_term=golf%20in%20mallorca&utm_content=g_37890630645_p&gclid=CJ-n_Lvnqr4CFaQIwwodd30Alg) [Olvasva: 2015.11.20.]

Üzleti turizmus

<http://www.micemallorca.com/en/> [Olvasva: 2015.11.20]

GesHotels – vendéglégedettség mérés

<http://www.grupoges.es/?lang=de> [Olvasva: 2015.11.28.]

RIU Hotels & Resorts

<http://www.riu.com/en/Paises/spain/majorca/hotel-riu-bravo/> [Olvasva: 2015.12.02.]

Barceló Hotels & Resorts

[http://www.barcelo.com/barcelohotels/es\\_es/hoteles/espana/mallorca/hoteles-](http://www.barcelo.com/barcelohotels/es_es/hoteles/espana/mallorca/hoteles-mallorca.aspx)  
[mallorca.aspx](http://www.barcelo.com/barcelohotels/es_es/hoteles/espana/mallorca/hoteles-mallorca.aspx) [Olvasva: 2015.12.02.]

TripAdvisor Iberostar Royal Playa de Palma

[https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel\\_Review-g662296-d581048-Reviews-](https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g662296-d581048-Reviews-)

[Iberostar Royal Playa de Palma-Playa de Palma Majorca Balearic Islands.html](https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g662296-d581048-Reviews-Iberostar_Royal_Playa_de_Palma-Playa_de_Palma_Majorca_Balearic_Islands.html)

[Olvasva: 2015.12.02.]

TripAdvisor Iberostar Royal Cupido

[https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel\\_Review-g662296-d506674-Reviews-Iberostar\\_Royal\\_Cupido-Playa\\_de\\_Palma\\_Majorca\\_Balearic\\_Islands.html](https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g662296-d506674-Reviews-Iberostar_Royal_Cupido-Playa_de_Palma_Majorca_Balearic_Islands.html) [Olvasva: 2015.12.02.]

Thomas Cook Group (márkák)

<https://www.thomascookgroup.com/continental-europe-brands/> [Olvasva: 2015.12.06.]

Booking.com

[http://www.booking.com/hotel/es/royal-playa-de-palma.hu.html?aid=357018;label=gog235jc-hotel-hu-es-royalNplayaNdeNpalma-unspec-hu-com-L%3Ahu-O%3Aunk-B%3Aunk-N%3AXX-S%3Abo-U%3Ac;sid=d81ba3c696ad9729b04c1be65f50d81d;dcid=1;dist=0;room1=A%2CA;sb\\_price\\_type=total;srfid=d5674714086be092655dcec6e3e3571ee29ee8ecX2;type=total;ucfs=1&](http://www.booking.com/hotel/es/royal-playa-de-palma.hu.html?aid=357018;label=gog235jc-hotel-hu-es-royalNplayaNdeNpalma-unspec-hu-com-L%3Ahu-O%3Aunk-B%3Aunk-N%3AXX-S%3Abo-U%3Ac;sid=d81ba3c696ad9729b04c1be65f50d81d;dcid=1;dist=0;room1=A%2CA;sb_price_type=total;srfid=d5674714086be092655dcec6e3e3571ee29ee8ecX2;type=total;ucfs=1&) [Olvasva: 2015.12.06.]

[http://www.booking.com/hotel/es/royal-cupido.hu.html?aid=357018;label=gog235jc-hotel-hu-es-royalNplayaNdeNpalma-unspec-hu-com-L%3Ahu-O%3Aunk-B%3Aunk-N%3AXX-S%3Abo-U%3Ac;sid=d81ba3c696ad9729b04c1be65f50d81d;dcid=1;dist=0;room1=A%2CA;sb\\_price\\_type=total;srfid=d5674714086be092655dcec6e3e3571ee29ee8ecX15;type=total;ucfs=1&](http://www.booking.com/hotel/es/royal-cupido.hu.html?aid=357018;label=gog235jc-hotel-hu-es-royalNplayaNdeNpalma-unspec-hu-com-L%3Ahu-O%3Aunk-B%3Aunk-N%3AXX-S%3Abo-U%3Ac;sid=d81ba3c696ad9729b04c1be65f50d81d;dcid=1;dist=0;room1=A%2CA;sb_price_type=total;srfid=d5674714086be092655dcec6e3e3571ee29ee8ecX15;type=total;ucfs=1&) [Olvasva: 2015.12.06.]

Expedia

<https://www.expedia.ie/Mallorca-Island-Hotels-Iberostar-Royal-Playa-De-Palma.h1897014.Hotel-Information?chkin=06/06/16&chkout=07/06/16&rm1=a2&hwrqCacheKey=03f1458b-472a-42ce-96ec-56b8ff523d26HWRQ1449500118558&c=9c861c0f-f2f8-4c86-8edf-891da02f24e4&> [Olvasva: 2015.12.06.]

<https://www.expedia.ie/Mallorca-Island-Hotels-Iberostar-Royal-Cupido-Adults-Only.h1922711.Hotel-Information?chkin=06/06/16&chkout=07/06/16&rm1=a2&hwrqCacheKey=03f1458b-472a-42ce-96ec-56b8ff523d26HWRQ1449500118558&c=9c861c0f-f2f8-4c86-8edf-891da02f24e4&> [Olvasva: 2015.12.06.]

Serra de Tramuntana

<http://www.serradetrabantana.net/en/> [Olvasva: 2015.12.06.]

