

KAROLINA NAZIMEK*

Perła Morza Śródziemnego – Majorka

Słowa kluczowe: Majorka, Katedra La Seu, Fryderyk Chopin, Sanktuarium Lluç, obszar recepcji turystycznej, analiza SWOT

Streszczenie: W pierwszej części artykułu dokonano skrótovej oceny wybranych atrakcji turystycznych Majorki. Turystów przybywających na wyspę przyciągają nie tylko piękne piaszczyste i kamieniste plaże, malownicze zatoczki, ale i parki narodowe czy położone na wyspie jaskinie. Turystów przyciąga też sięgające czasów najdawniejszych bogactwo historyczne, reprezentowane przez liczne zabytki zarówno świeckie, jak i sakralne. To miejsce warto odwiedzić choćby dla poznania wspaniałej kultury i sztuki oraz zwyczajów i obyczajów miejscowej ludności. Druga część artykułu przedstawia analizę infrastruktury turystycznej Majorki, dostępności komunikacyjnej, a także metodę planowania strategicznego (analizę SWOT). Majorka ma szczególnie urok, który przyciąga turystów i sprawia, że powracają na wyspę wielokrotnie.

1. Wstęp

Majorka jest jednym z wielu obszarów recepcji turystycznej¹ w obrębie Morza Śródziemnego. Każdy obszar recepcji turystycznej składa się z odpowiednio skomponowanych elementów, do których zaliczyć można m.in.:

- atrakcje turystyczne,
- infrastrukturę turystyczną, która jest wsparta przez podaż usług, świadczonych przez różnorodne podmioty sektora prywatnego i publicznego,
- determinanty, które wynikają głównie z atmosfery, dziedzictwa kulturowego i historycznego oraz z gościnności mieszkańców.

* Mgr Karolina Nazimek – absolwentka Wydziału Turystyki i Rekreacji Akademii Wychowania Fizycznego im. B. Czecha w Krakowie

¹ Obszar recepcji turystycznej (ang. *destination*) – miejsce, do którego kieruje się ruch turystyczny i może w zależności od sytuacji odnosić się do gminy, regionu bądź kraju (Cieślakowski, Żemła, 2002, s. 20–21; Dziedzic, 1998, s. 9) lub jako region, który posiada etnograficzne, historyczne oraz fizyczne cechy, które odróżniają go od innych i pozwalają rozwinąć jedną lub więcej form turystyki, czyniąc go atrakcyjnym dla potencjalnych turystów (Gancalves, Aguas, 1997, s. 24).

Destynacje przyciągają potencjalnych turystów do pozostania na ich obszarze na dzień lub dłużej (Kozioł, Muszyński, 2009, s. 166).

W literaturze przedmiotu można się spotkać z traktowaniem miejscowości turystycznej, regionu, kraju jako swoisty produkt turystyczny. Według H. Zawistowskiej pojęcie produktu turystycznego obszaru definiowane jest jako „połączony rezultat atrakcji, udogodnień i usług oferowanych w miejscu docelowym” (2003, s. 69), a dana miejscowość czy region jest takim miejscem (obszarem turystycznym), gdy:

- produkty te i usługi rozpoznawalne są pod wspólnym znakiem,
- produkty i usługi tam oferowane mają pewne wspólne cechy,
- istnieje publiczna lub prywatna organizacja turystyczna odpowiedzialna za zarządzanie obszarem.

Według A. Stasiaka (2005, s. 333) obszar turystyczny jako produkt, można analizować na kilku poziomach. Tworzą je:

1. **Dziedzictwo** – zasoby obszaru niezwiązane genetycznie z rozwojem turystyki, istniejące „od zawsze”, przekazywane z pokolenia na pokolenie, ale tworzące tę część potencjału obszaru, dzięki któremu w ogóle możliwy jest rozwój turystyki, np. kultura, przyroda, historia, gospodarka oraz potencjał ludzki.

2. **Infrastruktura** – zasoby obszaru związane z rozwojem turystyki, uzupełniające elementy pierwotne, uatrakcyjnijające ofertę turystyczną obszaru, np. baza noclegowa, gastronomiczna, paraturystyczna, a także różnego rodzaju inwestycje będące pośrednim efektem napływu turystów (poprawa dostępności komunikacyjnej regionu, wystawy, wydarzenia, muzea).

3. **Wartość dodana** – atrybuty obszaru przynoszące określone satysfakcje psychiczne turystom, w przypadku braku unikalnego dziedzictwa czy infrastruktury umożliwiają odróżnienie obszaru od sąsiednich terenów, których oferta jest bardzo podobna lub wręcz identyczna (np. miejscowości lub kraje nadmorskie), najważniejsze elementy symboliczne tworzą:

- aktualny wizerunek obszaru i funkcjonujące o nim stereotypy;
- tożsamość marki – wyjątkowe wartości, cechy, które powinny być trwale kojarzone z obszarem, a docelowo mają stać się częścią wizerunku całego obszaru. Obszary recepcji turystycznej mogą występować efektywnie na rynku, kiedy są dobrze identyfikowane przez turystów i mają własną rozpoznawalną markę;
- pomysł na produkt, czyli główna idea spajająca wszystkie działania w zakresie turystyki na danym terenie;
- elementy programu identyfikacji produktu: nazwa, slogan reklamowy, promocja, reklama, logo, dźwięk, zakres i kontekst działań promocyjnych.

4. **Organizacja i zarządzanie** – wszelkie struktury i działania pozwalające funkcjonować powyższym elementom jako produkt turystyczny (Stasiak, Włodarczyk, 2003, s. 26).

Znaczenie produktu turystycznego w zespole instrumentów marketingowych danego regionu (gminy, miasta, regionu czy kraju) podkreśla również M. Wanagos (2005, s. 372). Twierdzi ona, że pojęcie produktu turystycznego obszaru jest bardzo złożone. Pojęcie to obejmuje kompleksowy układ, w skład którego wchodzi:

- środowisko kulturowe i przyrodnicze,
- system zarządzania wraz z systemem informacji,
- gospodarka, jej zasoby kapitałowe (finansowe), rzeczowe niematerialne oraz materialne,
- ludność (stali mieszkańcy oraz przebywający czasowo na jej terenie, np. turyści).

Każdy obszar (region, gmina, miasto, województwo, kraj) posiada inne warunki i możliwości rozwojowe oraz zasoby. Różnice można także dostrzec w odrębności kulturowej, historii, obyczajach czy folklorze. Przedstawione elementy decydują głównie o atrakcyjności turystycznej danego regionu. Elementy te stanowią również podstawę do tworzenia produktu turystycznego.

2. Atrakcje turystyczne Majorki

W zachodniej części Morza Śródziemnego, w otoczeniu mniejszych oraz większych wysp położona jest hiszpańska perła – opromieniona słońcem i otoczona kryształicznie czystymi wodami Wyspa Spokoju – Majorka. Należy ona do archipelagu Balearów, wysp, które leżą na Morzu Śródziemnym w odległości 250 km od Półwyspu Iberyjskiego i około 520 km od Marsylii (Kruczek, 2005, s. 209; Rudnicki, 2007, s. 55).

Majorka jest największą wyspą archipelagu Balearów, do którego należą także: Minorka (702 km²), Ibiza (541 km²), Formentera (82 km²), Cabrera (16 km²) i wiele małych wysepek o łącznej powierzchni 33 km². Powierzchnia Majorki wynosi 3,6 tys. km², jej długość ze wschodu na zachód – około 100 km, zaś długość linii brzegowej wynosi 555 km (Straszewicz, 1982, s. 14; Rudnicki, 2007, s. 284).

2.1. Walory kulturowe

Stolicą wyspy, jak i całego archipelagu Balearów, jest Palma (Palma de Mallorca). Po zwycięstwie nad Maurami w 1229 r. rozpoczęto budowę dzisiejszego symbolu Palmy – katedry La Seu (fot. 1) (Lee, 1999, s. 65; Rudnicki, 2007, s. 143).

Ukończono ją dopiero w roku 1601. W architekturze tej gotyckiej budowli z piaskowca widoczne są wpływy stylów kolejnych epok – od renesansu, przez manierizm, do baroku. Po trzęsieniu ziemi w 1851 r., które poważnie uszkodziło katedrę, częściowo odbudowano ją zupełnie na nowo. Dzisiaj ta duża trójnawowa bazylika, dzięki dwóm wzniesionym dopiero w XIX w. wieżom i pochodzącą z 1270 r. dzwonnicy, góruje nad portem Majorki (Lee, 1999, s. 66; Rudnicki, 2007, s. 143, 145).



Fot. 1. Katedra La Seu, fot. K. Nazimek

Wewnątrz, za ołtarzem głównym, wykończonym dopiero w 1912 r. znajduje się Capilla Real – kaplica królewska. W kaplicy de Trinidad mieszczą się grobowce królów Jaime II i Jaime III. Patrząc na katedrę z zewnątrz, można zauważyć portal wykuszu z XIV w. z figurami św. Piotra i św. Pawła. Fasada główna pochodzi z XIX w. Zarówno portal, jak i rozeta środkowa zostały w nią wkomponowane (Lee, 1999, s. 67; Rudnicki, 2007, s. 145).

Sława i uroda katedry La Seu przewyższa inne zabytki wyspy. Ponadto w Palmie warto zobaczyć pałac l'Almudaina, Łaźnie Arabskie, gotycką bazylikę św. Franciszka oraz zamek Bellver. Stolica wyspy zachwyca także średniowiecznymi, maleńkimi i tętniącymi życiem uliczkami, po których warto pospacerować i poczuć niepowtarzalny klimat oraz atmosferę dawno minionych wieków (Lee, 1999, s. 69–71, 73).

Dla Polaków wyjątkowym miejscem jest Valldemossa – mała miejscowość położona w północno-zachodnim regionie Majorki, 18 km od Palmy. W Valldemossie zimowe wakacje spędzali Fryderyk Chopin i George Sand. Obecnie znajduje się tam muzeum poświęcone kompozytorowi, pałac króla Sancza oraz klasztor Kartuzów (Castillo, 2006, s. 7, 11, 27–28; Rudnicki, 2007, s. 167).

Klasztor został przekazany kartuzom z Tarragony w 1399 r. Był to kompleks budynków pałacowych, zmarłego bezpotomnie 75 lat wcześniej, króla Sancha. Kartuzi rozbudowali to miejsce i przystosowali do użytku zgodnie z wymogami reguły zakonnej. Klasztor został zsekularyzowany w 1836 r. Każda klasztorna cela ma wyjście na wiszący wysoko nad doliną taras. Dawniej służył on zakonnikom, którzy uprawiali na nim warzywa na własne potrzeby. Obecnie każdy z tarasów to wypielęgnowany i urokliwy miniogród (Lee, 1999, s. 118; Castillo, 2006, s. 11, 23; Rudnicki, 2007, s. 167).

W dawnych pomieszczeniach klasztornych można zobaczyć:

- aptekę ze zbiorem starych naczyń i przyrządów (tutaj również sklepik z pamiątkami i książkami George Sand),
- rekonstrukcję dawnej, prostej celi klasztornej, m.in. z trumną, w której zawsze sypiali zakonnicy,
- zbiór eksponatów sztuki sakralnej, księgi oraz dokumenty historyczne Zakonu,
- kolekcję lokalnie wyrabianej ceramiki zdobionej charakterystycznymi niebieskimi malunkami,
- pamiątki związane z pobytem w Valldemossie Fryderyka Chopina i George Sand.

Ponadto Valldemossa urzeka krętymi i kamiennymi uliczkami oraz mnóstwem budowli klasztornych (Lee, 1999, s. 119; Castillo, 2006, s. 20, 25, 27).

2.1.1. Folklor i kultura ludowa

Majorka posiada charakterystyczny folklor oraz kulturę ludową. Folklor odzwierciedla historię wyspy. Na Majorce można odnaleźć ślady średniowiecznego fatalizmu i najróżniejsze zabobonne obyczaje. Wysłuchując przypowieści ludowych, można dogłębnie poznać dowcipne wyjaśnienia, dlaczego biedacy muszą istnieć i dlaczego kobiety są mniej rozumne niż mężczyźni. Kultura, z którą możemy zetknąć się w restauracjach i hotelach, zdaje się być ograniczona do powściągliwych tańców dworskich w wielobarwnych kostiumach. Udział w świętach religijnych, jak np. Wielki Tydzień jest wielkim przeżyciem. Urządzane są wtedy procesje pokutne, albo wiejskie *fiesty*², kiedy władzę nad tłumem sprawują diabły ziejące ogniem. Podczas takiej fiesty można sobie wyrobić pogląd o obsesjach prześladowających wyspiarzy oraz ich zabobonnych lękach. Wszystkie te elementy składają się na pełny obraz kultury i wiary Majorkańczyków (Lee, 1999, s. 43–44; Rudnicki, 2007, s. 60–61, 298–299).

Majorka słynie także z bogactwa imprez kulturalnych, zawodów sportowych oraz festynów. Wpływają one w znaczący sposób na życie mieszkańców wyspy przypominając im o rocznicach, są źródłem zabawy i odpoczynku. Niektóre uroczystości i święta organizowane są cyklicznie (tabl. 1), inne mają charakter wydarzeń

² *Fiesta* – uroczystość, święto ludowe, zabawa.

jednokrotnych, okolicznościowych, jak wystawy czy zawody sportowe (Lee, 1999, s. 43–46; Rudnicki, 2007, s. 60–61, 298–299, 302–303).

Tablica 1

Kalendarz najważniejszych corocznych imprez

Styczeń	
5 stycznia: Cabalgata de los Reyes Magos (Pochód Trzech Króli)	Trzej królowie przybywają do Palmy na łodzi, następnie przechodzą przez miasto, towarzyszą im wyładowane zabawkami ciężarówkami. Następnego dnia, w dniu święta Trzech Króli, hiszpańskie dzieci otrzymują prezenty.
20 stycznia: Festa de Sant Sebastià (patron Palmy i Alcúdi)	Święto jest obchodzone przy dźwiękach muzyki i blasku ognisk. W Palmie kończy się tydzień imprez kulturalnych, który wieńczy uroczystość odbywającą się 19 stycznia na Plaża Mayor.
Luty	
Sa Rúa, Darrer Dies (ostatki)	Luty to miesiąc karnawału. Na całej wyspie organizowane są wtedy fiesty. W Palmie święto takie nazywa się Sa Rúa. W ostatnią niedzielę karnawału odbywają się wielobarwne pochody przebierańców. Darrer Dies (ostatki) w Montuiri ubarwiają przebierańcy i ogniska, a dopełnia wino i jedzenie.
Vuelta ciclista	Jeden z największych wyścigów rowerowych na Majorce (święto cykliczne).
Marzec / kwiecień	
Semana Santa (Wielki Tydzień)	To bardzo ważny okres w Hiszpanii. W Niedzielę Palmową do kościoła niesie się gałązki oliwne i liście palmy, którymi po poświęceniu dekoruje się drzwi i balkony. Najważniejsze procesje wielkanocne urządza się w Wielki Czwartek i Wielki Piątek, kiedy to pokutnicy w spiczastych kapturach i z pochodniami w rękach przemierzają wyspę. Dwie najważniejsze procesje wielkopiątkowe to nocne <i>devallaments</i> w Sineu i Pollençy.
18 kwietnia: Festa del Angel	Organizowana w lesie wokół zamku Castell de Bellver w Palma de Mallorca.
Mostra de Cuina Mallorquina	Tydzień kulinarny w Palmie, poświęcony rodzimej kuchni.
Maj	
1 maja	Rolnicze wystawy i prezentacje w Sineu na Majorce.
13 maja: Ses Valentos Dones (Dzielne Kobiety)	Upamiętnia pokonanie tureckich piratów w 1561 r., kiedy to dwie miejscowe kobiety popisały się nadzwyczajną odwagą. Inscenizacja bitwy pomiędzy chrześcijanami i muzułmanami w Port de Sóller.

cd. tablicy 1

Czerwiec	
13 czerwca: Sant Antoni de Juny	Lokalne święto w Artà, z tańcami i popisami ludzi przebranych za konie.
30 czerwca: Romeria de Sant Marçal	Święto patrona Marratxi, pielgrzymka i sprzedaż <i>siurells</i> . Jarmarki w Campos, Sineu, Felanitx, Sencelles i Manacor.
Lipiec	
2 lipca: Romeria a la Virgen de la Victoria	Pielgrzymka z Alcúdi do Ermita de la Victoria.
27–28 lipca: Passejada d'es Bou i Carro Triunfal	Święta na cześć Santa Catalina Thomás. W Valldemossie przeprowadza się wówczas przez ulice miasta byka. Następnego dnia odbywa się triumfalna procesja wozów, a jedna z miejscowych dziewcząt odgrywa rolę świętej Cataliny.
Sierpień	
2 sierpnia: Festa de Nostra Senyora de los Angeles	Lokalna fiesta w Pollençy, podczas której prezentowana jest pozorowana bitwa pomiędzy chrześcijanami i muzułmanami.
29 sierpnia: Sant Joan	W Sant Joan urządza się tańce i śpiewy typowe dla Balearów. Odbywa się wtedy pielgrzymka z Palmy do Lluc.
Festiwal Chopinowski w Valldemossie	
Wrzesień	
21 września: Festa de Sant Mateu	Fiesta w Bunyoli. Pierwsza niedziela: procesja diabłów i świętych w Santa Margalida. Druga niedziela: święto melonów w Vilafranca de Bonany. Ostatnia niedziela: święto winogron i wina w Binissalem. Jarmarki wiejskie w Montuiri i Artà.
Październik	
Trzecia niedziela października Festa d'es Botifarró	Festiwal kielbasy <i>botifarró</i> w Sant Joan.
16 października: La Beateta	Procesja przebierańców w Palmie na cześć Santa Catalina Thomás. Jarmarki w Alcúdi, Campos, Felantix, Porreres i Lluçmajor. Wyścig tratw w Porto Portals.
Listopad	
Trzeci czwartek listopada Dijous Bò	Główna wystawa rolnicza w Inca.
30 listopada: Festa de Sant Andreu	Fiesta w Santanyi.
Grudzień	
25 grudnia: Boże Narodzenie	Kolędy i szopki.
31 grudnia: Festa de l'Estendard	Obchody rocznicy zdobycia Palmy przez Jakuba I z Aragonii w 1229 r.

Źródło: opracowanie własne.

2.2. Walory naturalne

Na obszarze Majorki znajdują się dwa pasma górskie. Pierwszym z nich jest Sierra de Tramuntana – wąskie (15 km) i długie (90 km) pasmo górskie, wznoszące się nad wybrzeżem do ponad 1000 m n.p.m. od wyspy Sa Dragonery na zachodzie po Półwysep Formentor na wschodzie. Najwyższym szczytem Sierra de Tramuntana i zarazem całej wyspy jest Puig Major, który liczy 1445 m n.p.m. U jego stóp wśród licznych sadów drzew cytrynowych, pomarańczowych oraz migdałowców leżą liczne miasteczka takie, jak np.: Sóller, Port de Sóller czy Deía, które zachwycają malowniczymi zatoczkami i pięknymi widokami (fot. 2) (Straszewicz, 1982, s. 45; Lee, 1999, s. 97, 263; Rudnicki, 2007, s. 161, 166, 170–171).

To właśnie na Sierra de Tramuntana znajduje się jeden z najsłynniejszych klasztorów – Lluc (fot. 3). Klasztor Lluc od ponad 700 lat jest celem pielgrzymek z całego świata. Według legendy arabski pastuszek, nawrócony na chrześcijaństwo, spacerując pewnego dnia z mnichem, odkrył ukryty w jaskini posąg Maryi. Rzeźbę Maryi trzy razy umieszczano w miejscowym kościele, ale ta cudem wracała na dawne miejsce, gdzie wybudowano dla niej kaplicę. Obecnie stoi tam renesansowy



Fot. 2. Malownicza zatoczka – Deía, fot. K. Nazimek



Fot. 3. Klasztor Lluc, fot. K. Nazimek

kościół z XVII w. Za kościołem we własnej kaplicy stoi wspomniana rzeźba Maryi z Chrystusem (wys. 61 cm), ozdobiona m.in.: koroną, licznymi i drogimi kamieniami oraz książką życia (Community at the Sanktuary of Lluc, 2003, s. 54; Rudnicki, 2007, s. 171–172).

Drugim pasmem górskim jest pasmo Sierra de Llevant, które jest niższe i mniej zwarte od Sierra de Tramuntana. Pasma to dochodzi do wysokości nieco powyżej 500 m n.p.m. Najwyższym jego szczytem jest Puig de Sant Salvador, który ma 510 m n.p.m (Straszewicz, 1982, s. 45; Lee, 1999, s. 264).

Na Majorce, oprócz licznych świeckich i sakralnych zabytków, dużym uznaniem cieszą się parki narodowe oraz jaskinie. Stopniowy rozwój turystyki na Majorce doprowadził do zniszczenia i zubożenia tutejszych walorów naturalnych. Chcąc zachować krajobraz i przyrodę wyspy miejscowe władze stworzyły kilka parków narodowych m.in.: Park Narodowy na wyspie Sa Dragonera, Park Narodowy S'Albufera es Grau, ogród botaniczny – Botanicactus oraz dwa rezerwaty przyrody – Rezerwat Galatzó i Auto Safari Reserva Africana (Lee, 1999, s. 154, 175; Rudnicki, 2007, s. 161, 187).

Jednym z najbardziej znanych walorów naturalnych Majorki jest Sa Dragonera, czyli Smocza Wyspa. Wyspa ta położona jest w pobliżu Majorki, około kilometra od Sant Elm. Od roku 1995 ta skalista wysepka jest parkiem narodowym. Wyspa ma 4 km długości i 700 m szerokości. W najwyższym punkcie wyspy (353 m n.p.m) wznosi się latarnia morska. Sa Dragonera zamieszkała jest przez ludzi obsługujących latarnię. Zadomowiły się tutaj także liczne gatunki zwierząt (np. dzikie kozy) i ptaków: mewy, rybołowy, sokoły skalne oraz kormorany czubate (Rudnicki, 2007, s. 161, 164).

Turyści przybywający na Majorkę odwiedzają także liczne jaskinie, które znajdują się w skałach nadmorskich. Powstały one wskutek niszcycielskiej działalności fal morskich. Jaskinie odkryto w XIX w. Temperatura w jaskiniach jest niezmienna przez cały rok i wynosi ok. 20°C. Największymi jaskiniami dostępnymi dla turystów są: Jaskinie Smoka, Jaskinie Hams oraz Jaskinie Artá (Lee, 1999, s. 174, 177).

Najciekawszymi i najsłynniejszymi z nich są Jaskinie Smoka. Stanowią one ważną atrakcję turystyczną. Jaskinie Smoka leżą w odległości 1,5 km na południe od miasta Porto Cristo. Zostały one odkryte przez francuskiego geologa Édouarda Martela w 1896 r. Do jaskiń wchodzi się po stromych schodach. W Jaskiniach Smoka długość labiryntów i tuneli wynosi ok. 2 km. Różne kształty form naciekowych noszą nazwy np.: Łaźnie Diany czy Teatr Wróżek. W jaskiniach, oprócz różnych form krystalicznych nacieków, podziwiać można jedno z największych na świecie podziemnych jezior o długości 177 m, szerokości 40 m i głębokości 30 m, noszące nazwę Jezioro Martel. Nad jeziorem znajduje się skalne audytorium, które może pomieścić ponad tysiąc widzów. Odbywają się tam przedstawienia dla turystów, podczas których śpiewacy i muzycy pływają łodziami w blasku pochodni (Lee, 1999, s. 177–178).

Majorka, oprócz walorów naturalnych i kulturowych, posiada także walory wypoczynkowe oraz specjalistyczne.

2.3. Walory wypoczynkowe

Jednym z podstawowych walorów wypoczynkowych Majorki jest Morze Śródziemne. Zbiornik ten stał się miejscem wypoczynku mieszkańców Majorki oraz turystów, którzy przybywają na wyspę głównie w celach wypoczynkowych. Wyspa otoczona jest różnorodną bazą noclegową i rekreacyjną, co umożliwia wypoczynek zarówno bierny, jak i czynny (Lee, 1999, s. 27–29; Rudnicki, 2007, s. 302–303).

Plaże i kąpieliska zlokalizowane są głównie w nadbrzeżnych miejscowościach letniskowych, jak np. Alcúdia, Porto Cristo, Cala Rajada, C'an Picafort, gdzie plaże są piaszczyste i umożliwiają opalanie. Na Majorce, obok zatłoczonych, hałaśliwych i pełnych turystów miejsc, istnieją swoiste „oazy spokoju”, takie jak: gaje oliwne, ukryte zatoczki i zielone, górzyste obszary poza ośrodkami wypoczynkowymi (Lee, 1999, s. 151, 171, 175).

2.4. Walory specjalistyczne

Położenie Majorki na Morzu Śródziemnym oraz różnorodne ukształtowanie terenu sprawiają, że na wyspie możliwe jest uprawianie wielu aktywnych form turystyki. Ich oferta z roku na rok jest coraz bogatsza i atrakcyjniejsza. Majorka to prawdziwy raj dla amatorów sportu. Obok popularnych i ogólnodostępnych form turystyki, takich jak np. turystyka rowerowa, funkcjonują również dyscypliny wymagające dużych umiejętności, dobrej sprawności fizycznej i przygotowania. Można wśród nich wymienić sporty wodne, takie jak np.: żeglarstwo czy windsurfing, nurkowanie, jazda na nartach wodnych lub skuterach wodnych, a także: żeglarstwo, golf, tenis i wspinaczkę górską. Sportami charakterystycznymi dla mieszkańców Majorki są: piłka nożna, koszykówka, kręgle, jazda na rowerze oraz sporty tradycyjne, jak np.: starożytna sztuka strzelania z procy, która jest wciąż kultywowana (Lee, 1999, s. 45–46; Rudnicki, 2007, s. 302–303).

Najciekawszymi walorami specjalistycznymi Majorki są: *corrida*³, *carreras*⁴ oraz wyścigi chartów. *Corrida* jest raczej widowiskiem artystycznym niż sportowym. Na Majorce tego typu walki cieszą się dużym zainteresowaniem. Aby obejrzeć taką *corridę* warto wybrać się na Plaża de Toros w Palmie albo do Inci, Muro czy Alcúdi. Wyścigi konne można obejrzeć na torach wyścigowych nieopodal Palmy i Manacor, a jeśli zaś chodzi o wyścigi chartów to można je obejrzeć w Canodrómo w Camí de Jesus w Palmie (Lee, 1999, s. 45–46; Rudnicki, 2007, s. 302–303).

3. Infrastruktura turystyczna

Przedstawiając Majorkę nie sposób nie wspomnieć o infrastrukturze turystycznej, na którą składają się baza gastronomiczna, noclegowa oraz sportowa i rekreacyjna.

3.1. Baza gastronomiczna

Na Majorce baza gastronomiczna jest bardzo dobrze rozbudowana. Reprezentowana jest przez 144 obiekty gastronomiczne, do których można zaliczyć m.in.: restauracje (także hotelowe), kawiarnie, bary, puby, pizzerie oraz zajazdy (Lee, 1999, s. 30; Materiały..., 2005).

Najwięcej obiektów gastronomicznych zlokalizowanych jest w regionie Palma i okolice, natomiast najmniej tego typu obiektów usytuowanych jest w północno-zachodnim regionie wyspy (tabl. 2) (Materiały..., 2005).

³ *Corrida* – walka z bykiem.

⁴ *Carreras* – wyścigi koni.

Tablica 2

Liczba obiektów gastronomicznych w różnych regionach Majorcki

Nazwa regionu	Liczba obiektów gastronomicznych	%
Palma i okolice	72	50
Północno-zachodni	17	12
Północno-wschodni	32	22
Południowy	23	16
Ogółem na Majorce	144	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów udostępnionych przez Ambasadę RP w Madrycie, 2005.

3.2. Baza noclegowa

Baza noclegowa Majorcki reprezentowana jest głównie przez kwatery prywatne, domy gościnne, hostele, ale także przez hotele, klasztory, schroniska młodzieżowe, *fincas*⁵ oraz kempingi (Lee, 1999, s. 27–29; Materiały..., 2005).

Według danych z 2005 r. na Majorce znajduje się 507 obiektów noclegowych. Największa ich ilość występuje w regionie Palma i okolice, najmniejsza zaś liczba obiektów usytuowana jest w regionie południowym (tabl. 3). Baza noclegowa opiera się głównie na hotelach, hostelach i gospodarstwach agroturystycznych (Materiały..., 2005).

Tablica 3

Obiekty noclegowe na Majorce

Nazwa regionu	Liczba obiektów noclegowych	%
Palma i okolice	204	40
Północno-zachodni	64	13
Północno-wschodni	186	37
Południowy	53	10
Ogółem na Majorce	507	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów udostępnionych przez Ambasadę RP w Madrycie, 2005

⁵ *Fincas* – gospodarstwa wiejskie.

Na Majorce najliczniej występującym rodzajem obiektów noclegowych są hotele – 243. Stanowią one 48% całej bazy noclegowej badanego obszaru. Natomiast najmniej na wyspie jest schronisk młodzieżowych i kempingów – po 2 obiekty (tabl. 4) (Materiały..., 2005).

Tablica 4

Liczba poszczególnych rodzajów obiektów noclegowych na Majorce

Rodzaj obiektu	Nazwa regionu				Ilość obiektów noclegowych	%
	Palma i okolice	Północno-zachodni	Północno-wschodni	Południowy		
Hotele	96	22	107	18	243	48
Hostele (hostales)	64	16	40	16	136	27
Hostele (hostales-residencias)	13	2	4	1	20	4
Domy gościnne, kwatery prywatne (casas de huéspedes)	20	15	10	8	53	10,3
Fincas (gospodarstwa wiejskie)	10	8	22	6	46	9
Klasztory	0	1	0	4	5	0,9
Schroniska młodzieżowe	1	0	1	0	2	0,4
Kempingi	0	0	2	0	2	0,4
Ogółem na Majorce	204	64	186	53	507	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów udostępnionych przez Ambasadę RP w Madrycie, 2005.

3.3. Baza sportowo-rekreacyjna

Jeśli zaś chodzi o bazę sportową i rekreacyjną Majorki to jest ona ściśle powiązana z bazą noclegową, a szczególnie z ośrodkami wypoczynkowymi.

Skupiona jest głównie w okolicach, gdzie występuje najwięcej obiektów noclegowych (Palma i okolice oraz region północno-wschodni) (Materiały..., 2005; Rudnicki, 2007, s. 302–303).

Majorka jest obszarem, na którym powstało 61 obiektów sportowych i rekreacyjnych. Zgodnie z panującą modą i zapotrzebowaniem turystów najwięcej jest pól do golfa i minigolfa. Z uwagi na dużą ilość plaż zostały rozbudowane profesjonalne ośrodki szkolące turystykę podwodną (nurkowanie swobodne) oraz przystanie żeglarskie (tabl. 5) (Materiały..., 2005).

Tablica 5

Obiekty sportowe i rekreacyjne na Majorce umożliwiające uprawianie różnych dyscyplin i form rekreacji

Rodzaje sportów	Ilość
Golf, minigolf	12
Tenis/Squash	6
Jazda konna	4
Narty wodne	8
Spadochrony	2
Lotnie	2
Nurkowanie	10
Kregle	2
Jazda na rowerze i kolarstwo	3
Wspinaczka górską	4
Koszykówka	1
Piłka nożna	1
Żeglarstwo	6
Ogółem na Majorce	61

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów udostępnionych przez Ambasadę RP w Madrycie, 2005.

4. Dostępność komunikacyjna

4.1. Samolot

Na Majorkę najłatwiej, a często i najtaniej, można dostać się z Polski samolotem. Majorca dysponuje nowoczesnym lotniskiem, które znajduje się ok. 11 km od Palma de Mallorca. Lotnisko to jest regularnie obsługiwane przez samoloty rejsowe i czarterowe, docierające z wielu miejsc w Europie. Do przewoźników latających na Majorkę należą m.in.: Iberia, SAS, PLL LOT, Lufthansa, Luxair, British Airways, Caledonian, Swissair, Air France oraz Centralwings. Na Majorkę są też regularne połączenia samolotowe z miast na głównym lądzie Hiszpanii, które są obsługiwane przez narodowego hiszpańskiego przewoźnika Grupo Iberia, do którego należą m.in.: Aviaco i Iberia (Lee, 1999, s. 3–4; Rudnicki, 2007, s. 285).

4.2. Prom

Na Majorkę można dostać się także promem. Linie pasażerskie obsługiwane są przez promy z Barcelony (więcej połączeń) i Walencji. Wszystkie promy z Barcelony i Walencji przewożą samochody, ciężarówki, przyczepy pod łodzie itp. Pasażerowie mogą także rezerwować kabiny na czas trwającej od 8 do 10 godzin podróży. Na większości promów są kawiarnie, restauracje oraz bary. Aktualnie jedyną firmą oferującą połączenia promowe i wodolotowe między Hiszpanią a Balearami jest Transmediterránea popularnie nazywana La Tras (Lee, 1999, s. 6–7; Rudnicki, 2007, s. 286).

5. Analiza SWOT

Poniżej przedstawiona została analiza SWOT mocnych i słabych stron (tabl. 6) oraz szans i zagrożeń (tabl. 7) Majorki. Tablica 6 dotyczy stanu obecnego, natomiast tablica 7 zjawisk przyszłych.

Tablica 6

Mocne i słabe strony Majorki (czynniki kształtujące turystykę)

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> – Atrakcyjne położenie geograficzne wyspy – Obecność Morza Śródziemnego – głównego miejsca wypoczynku oraz sportów wodnych – Obecność parków narodowych i rezerwatów chroniących przyrodę – Bogactwo walorów kulturowych i wypoczynkowych – Możliwość uprawiania wielu dyscyplin sportowych – Ciekawa i nadal kultywowana tradycja ludowa – Bardzo dobry stan dróg (wyremontowane i utwardzone) – Brak zanieczyszczenia środowiska – Dysponowanie środkami finansowymi na konserwację i remont zabytków – Bardzo dobrze rozwinięta baza hotelowa i gastronomiczna – Istnienie wielu imprez lokalnych (kulturowych, sportowych) – Korzystne połączenie lotnicze z wieloma krajami europejskimi (m.in.: Polską, Niemcami, Wielką Brytanią) – Większa świadomość znaczenia turystyki 	<ul style="list-style-type: none"> – Brak imprez o charakterze ogólnoeuropejskim oraz ogólnościowym – Brak charakterystycznych produktów turystycznych kojarzonych z wyspą – Brak całorocznego sezonu turystycznego – Utrudniony dostęp do wyspy (samolot lub prom)

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów udostępnionych przez Ambasadę RP w Madrycie, 2005.

Tablica 7

Szanse i zagrożenia Majorki (czynniki, które mogą wpłynąć na przyszły rozwój turystyki)

Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> – Wzrost liczby turystów przyjeżdżających na Majorkę z Europy Wschodniej – Rozbudowa bazy sportowo-rekreacyjnej – Realizacja nowych inwestycji przez zagraniczne przedsiębiorstwa 	<ul style="list-style-type: none"> – Intensywniejszy rozwój innych ośrodków turystycznych na Morzu Śródziemnym – Niestabilna liczba turystów zagranicznych (wahania ruchu turystycznego) – Zmieniające się warunki klimatyczne – Degradacja zasobów naturalnych (cennych przyrodniczo obszarów)

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów udostępnionych przez Ambasadę RP w Madrycie, 2005.

Z analizy SWOT wynika, że Majorka była, jest i prawdopodobnie będzie ze względów turystycznych atrakcyjną wyspą. Wieloletnia tradycja ruchu turystycznego, korzystne położenie, klimat oraz bardzo dobra infrastruktura turystyczna to czynniki, które stawiają wyspę w czołówce europejskich ośrodków turystycznych.

Słabszą stroną Majorki jest głównie brak całorocznego ruchu turystycznego oraz ograniczony dostęp do wyspy. Ze względu na wyspiarskie położenie można się tam dostać jedynie samolotem lub promem.

Przyszłością Majorki jest wzrost liczby turystów z Europy Środkowo-Wschodniej oraz dalsza rozbudowa bazy sportowej i rekreacyjnej.

Zagrożeniem ruchu turystycznego na wyspie jest wciąż rosnąca konkurencja ze strony innych ośrodków turystycznych, znajdujących się w basenie Morza Śródziemnego.

5. Podsumowanie

W niniejszym artykule przedstawiono elementy składające się na atrakcyjność turystyczną Majorki – walory przyrodnicze, kulturowe, wypoczynkowe, specjalistyczne oraz infrastrukturę turystyczną.

Jednym z elementów turystycznych na Majorce jest niewątpliwie urozmaicony krajobraz wyspy. Stanowią go zarówno góry, niziny, kamieniste i piaszczyste plaże, doliny oraz stałe i okresowe rzeki. Na wyspie można także zwiedzić liczne parki narodowe oraz jaskinie.

Dodatkowym walorem wyspy jest dziedzictwo kulturowe, które przejawia się nie tylko w różnego rodzaju zabytkach (katedry, klasztory, kościoły, monastyny i zamki), ale również w kulturze ludowej i folklorze. Dziedzictwo kulturowe odzwierciedla się także w różnego rodzaju imprezach kulturowych, sportowych oraz festynach, które są źródłem zabawy oraz odpoczynku.

Kolejnym elementem składającym się na atrakcyjność turystyczną wyspy jest infrastruktura turystyczna. Majorka dysponuje dobrze rozbudowaną bazą noclegową (507 obiektów) i gastronomiczną (144 obiekty). Majorka posiada również dobrze rozwiniętą bazę sportowo-rekreacyjną (61 obiektów), która umożliwia turystom wypoczynek oraz regenerację sił psychicznych oraz fizycznych.

Majorka jest idealnym miejscem do odwiedzenia i rozwijania turystyki. Jej wspaniałe góry, miasta, widoki, piaszczyste i kamieniste plaże porośnięte dziką roślinnością, kaktusami i palmami kokosowymi oraz upalny klimat, w którym to temperatury dochodzą do ponad 30°C oraz przyjaźni ludzie, którzy żyją głównie z turystyki sprawiają, że Majorka jest jednym z najlepszych miejsc do wypoczynku.

Bibliografia

- Castillo A. V. 2006. *Valldemossa*. Lluçmajor: Editado por.: Repreco C.B. ISBN 84-89403-09-0.
- Cieślowski K., Żemła M. 2002. *Pozycjonowanie obszaru recepcji turystycznej z wykorzystaniem map percepcji*. „Marketing i Rynek” nr 2, s. 20–21.
- Community at the Sanktuary of Lluç. 2003. *Lluç – Mallorca – Words and Image*. Lluçmajor: Editado por.: Repreco C.B. ISBN 84-89403-01-5.
- Dziedzic E. 1998. *Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego*. Monografie i Opracowania Szkoły Głównej Handlowej nr 442, s. 9. Warszawa: SGH.
- Goncalves V.F.C., Aguas P.M.R. 1997. *The Concept of Life Cycle, An Application to the Tourism Product*. „Journal of Travel Research” nr 4, s. 24.
- Kozioł L., Muszyński Z. 2009. *Determinanty rozwoju turystyki na obszarach leśnych Małopolski*. „Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie” nr 3(14), s. 166.
- Kruczek Z. 2005. *Europa geografia turystyczna*. Kraków: Proksenia. ISBN 83-921418-3-0.
- Lee P. 1999. *Majorka i Minorka*. Bielsko-Biała: Pascal. ISBN: 83-87696-42-0.
- Materiały udostępnione przez Ambasadę RP w Madrycie. 2005.
- Rudnicki B. 2007. *Majorka i Ibiza*. Warszawa: Wydawnictwo Mediaprofit. ISBN 978-83-60174-76-0.
- Stasiak A., Włodarczyk B. 2003. *Produkt turystyczny – miejsce*. „Turizm” t. 13, z. 1, s. 26.
- Stasiak A. 2005. *Strategie rozwoju produktu turystycznego obszaru*. W: *Polityka turystyczna*. Praca zb. pod red. A. Panasiuka. Szczecin – Kopenhaga: Fundacja na Rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego. ISBN 83-89142-38-4.
- Straszewicz L. 1982. *Hiszpania*. Warszawa: PWN. ISBN 83-01-04037-8.
- Wanagos M. 2005. *Marketing w zarządzaniu turystyką w regionie*. W: *Polityka turystyczna*. Praca zb. pod red. A. Panasiuka. Szczecin – Kopenhaga: Fundacja na Rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego. ISBN 83-89142-38-4.
- Zawistowska H. 2003. *Rola Unii Europejskiej w poprawie jakości produktów turystycznych*. W: *Kierunki rozwoju badań naukowych w turystyce*. Warszawa: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. ISBN 83-01-14112-3.

Pearl of the Mediterranean Sea – Majorca

S u m m a r y: The first part of the article analyses briefly selected tourist attractions of Majorca. Tourists traveling to the island are drawn not only to the beautiful, sandy, and stony beaches,

picturesque bays, but also the scenic national park and caves. The island, however, is not only admired for those qualities but for its historical traditions which left behind monuments – both secular and sacral. This place is worth visiting for its spending culture and art and also for the customs and habits of the local communities. The second part of the article contains an analysis of tourist infrastructure and a strategic planning method (SWOT analysis). Majorca has an alluring quality that attracts tourists and makes them return frequently.

Key words: Majorca, La Seu Cathedral, Frederick Chopin, Lluc Sanctuary, Dragon Caves, SWOT analysis
