

Osnove turizma



1. Osnovni pojmovi u turizmu

Turisti i turističko putovanje

Turizam i turistička destinacija

Turistički resursi i aktivnosti

Turist i turizam

- posjetitelje dijelimo na **izletnike** i **turiste**
- **IZLETNICI** – osobe koje posjećuju neko mjesto **kraće od 24 sata** i **ne ostvaruju noćenje**
 - **izlet** – putovanje koje traje **kraće od 24 sata** i **ne uključuje noćenje**
- **TURIST** – osoba koja putuje izvan svoje sredine na razdoblje **kraće od 1 god.** i čija glavna svrha putovanja **nije vezana za obavljanje neke djelatnosti** (*već odmor i razonodu*)
- **kriteriji definiranja pojmova turist/turizam:**
 - **prostorna** (*putovanje*) i **vremenska** (*dulje od 24 sata, kraće od 1 god.*) komponenta
 - **obilježja** i **svrha** putovanja
- **turisti nisu:** aktivni pripadnici oružanih snaga, putnici na svakodnevnim putovanjima (posao, škola...), migranti, putnici u tranzitu, radnici na privremenom radu, nomadi...

Obilježja turističkog putovanja

- osoba **svojevoljno** napušta mjesto prebivališta
- putuje u svoje **slobodno vrijeme**
- **ne obavlja nikakvu djelatnost** u mjestu u koje dolazi
- **putovanje je dvosmjerno** – turist se uvijek vraća u mjesto svoga stalnog boravka
- **svrha turističkog putovanja** može biti odmor, sport i rekreacija, zdravstveni razlozi, posjet prijateljima i rodbini, studijsko putovanje, hodočašće i dr.
- **TURISTIČKO PUTOVANJE** sastoji se od **prijevoza** i **boravka** te od svih ostalih aktivnosti turista **od trenutka polaska do trenutka povratka** s putovanja

Turizam i vrste turizma

- **turizam** obuhvaća **sve aktivnosti** osoba na **putovanju i prilikom boravka** u mjestu izvan njihova prebivališta u razdoblju **ne duljem od 1 god**, a u **svrhu odmora**
- 2 osnovne komponente turizma
 - **statična** – turističko odredište, tj. boravak u destinaciji
 - **dinamična** – putovanje koje se mora poduzeti da bi se došlo do destinacije

Vrste i oblici turizma

– vrste turizma:

- **domaći** – domaći turisti putuju unutar svoje zemlje (npr. hrvatski turisti unutar Hrvatske)
- **ulazni** ili **receptivni** – strani turisti dolaze u neku zemlju (npr. njemački turisti u Hrvatskoj)
- **izlazni** ili **emitivni** – domaći turisti odlaze izvan svoje zemlje (npr. hrvatski turisti u inozemstvu)

– specifični oblici turizma:

- turizam zasnovan na **prirodnim resursima** (zdravstveni, sportski, ekoturizam, seoski...)
- turizam zasnovan na **društvenim resursima** (kongresni, gastro turizam, vjerski turizam...)

Turističko mjesto i destinacija

- turistička mjesta se počinju razvijati kada se **prometno povežu** i kada se **razviju kapaciteti nužni za prihvata turista**
- turistička mjesta su ona mjesta koja turisti i izletnici **posjećuju u većem broju** i **koja svojom opremljenošću omogućuju njihov prihvata i boravak**
- turistička destinacija – područje **šire od turističkog mjesta** i koje svojom dostupnošću i opremljenošću **omogućuje prihvata, boravak i različite aktivnosti turista**
 - *npr. turističko mjesto Novalja kao turistička destinacija obuhvaća i Zrće, Staru Novalju, Lun...*
- **uvjeti** po kojima je neko područje turistička destinacija:
 - **privlačnost** – *zanimljive turističke atrakcije*
 - **dostupnost** – *prometna i informacijska*
 - **odgovarajući smještajni kapaciteti**
 - **izbor aktivnosti** – *sport, kultura, zabava...*
 - **ostali sadržaji** – *restorani, kina, izložbe, trgovine, banke, bolnice...*

2. Preduvjeti, važnost i obilježja turizma

Preduvjeti za razvoj turizma

Važnost i složenost turizma

Osnovna obilježja turizma

Preduvjeti za razvoj turizma

- **motivi** – psihički procesi koji pokreću ljude na određeno ponašanje i aktivnosti – ovise o čovjeku i o društvenom okruženju
- motivi nastaju na temelju nezadovoljene **želje / potrebe**
 - **potreba** – stanje doživljene uskraćenosti
 - **želja** – žudnja za posebnim zadovoljenjem nastalih potreba
- **ljudske potrebe dijelimo na:**
 - **primarne biološke**
 - urođene i bitne su za preživljavanje – hrana, smještaj, sigurnost...
 - **primarne socijalne**
 - naučene i dio su društvenog nasljeđa – uspjeh, ugled, ljubav...
 - **sekundarne potrebe**
 - naučene i dio su osobnog razvoja – potreba za samoostvarenjem
- **turistički motivi** su motivi koji se ostvaruju na turističkom putovanju
- **turistička potreba** je posebna vrsta sekundarne potrebe na koju utječe više motiva

Preduvjeti za razvoj turizma

- za zadovoljavanje turističkih potreba **nužno je ispunjenje primarnih potreba i motiv za putovanje**
- za ostvarenje turističkog putovanja potrebno je:
 - **slobodno vrijeme** – dokolica
 - **novčana sredstva** (nakon podmirjenja osnovnih potreba)
 - **korisnost turističkog putovanja** u odnosu na druge usluge i robu
 - **motiv** za putovanje
- najčešći **motivi** dolaska gostiju u Hrvatsku su:
 - pasivni odmor i opuštanje
 - zabava
 - nova iskustva i doživljaji
 - gastronomija
 - upoznavanje prirodnih ljepota

Gospodarska važnost turizma

- gospodarska važnost turizma očituje se u **količini prihoda od turizma**
- prihodi se povećavaju i u djelatnostima koje nisu izravno vezane uz turizam (*primjer s hotelom koji plaća troškove novcem zarađenim u turizmu*)
- turizam pretvara **neekonomska dobra** u **gospodarske resurse** (*ekonomska dobra*)
 - **ekonomska dobra** – oskudna su i njihova ponuda je ograničena (*npr. pitka voda, nafta, plin, ugljen, rad, novac, kapital...*)
 - **neekonomska dobra** – ima ih u izobilju i ponuda je neograničena (*npr. zrak, čista morska voda, sunčeva svjetlost, ugodna klima...*)
 - njihovo korištenje se **ne može zabraniti nikome** i za njih se **ne može odrediti cijena**
 - turisti uživaju u **neekonomskim dobrima**, pa se ona na taj način naplaćuju i **postaju ekonomska dobra**

Društvena važnost turizma

- društvena važnost turizma ogleda se u:
 - pozitivnom djelovanju turizma na **zdravlje** – odmor, relaksacija i rekreacija
 - **zdravstvenom turizmu** – oporavak i liječenje
 - **zabavnom** utjecaju turizma – smanjenje napetosti i opuštanje
 - ulozi turizma u **obrazovanju** – upoznavanje novih vrijednosti kulturne i prirodne baštine
 - uloga turizma kao **čimbenika mira** – razumijevanje, suradnja i tolerancija među narodima, kulturama i religijama

Složenost turizma

- složenost turizma očituje se u postojanju **različitih interesa ljudi** obuhvaćenih turizmom
- **interesne skupine u turizmu:**
 - **TURISTI**
 - kupuju i koriste različite usluge i proizvode turizma
 - **LOKALNO STANOVNIŠTVO**
 - oni koji **RADE** u nekoj djelatnosti vezanoj za turizam
 - turizam doživljavaju kao **izvor prihoda** i **temelj egzistencije**
 - oni koji **NE RADE** u nekoj djelatnosti vezanoj za turizam
 - turizam doživljavaju kao **izvor dodatne zarade** – turizam im može i smetati (posebno kad su gužve)
 - **INVESTITORI**
 - **ulažu** u djelatnosti vezane za pružanje usluga turistima
- složenost turizma se očituje u **međuvisnosti** i **komplementarnosti** svih usluga i proizvoda namijenjenih posjetiteljima

Osnovna obilježja turizma

- **TURISTIČKO TRŽIŠTE** je skup odnosa **ponude** i **potražnje** koji nastaju radi podmirenja potreba turista
- **TURISTIČKA POTRAŽNJA** – potencijalni turisti potrošači
- **TURISTIČKA PONUDA** – sva robi i usluge što se nude turistima
- **u turizmu su ponuda i potražnja geografski udaljeni**
 - *da bi se ostvarila turistička potrošnja, potrošač (turist) mora doći u turističku destinaciju (turistička ponuda)*
- **TURISTIČKA POTRAŽNJA** je:
 - **elastična** i **mobilna** – osjetljiva je na promjene u cijenama i lako mijenja smjer kretanja (vrlo brzo se može usmjeriti na druge destinacije)
 - **heterogena** (raznolika) – ovisi o brojnim motivima i osobnim sklonostima turista (*navikama, interesima, hobijima, strukama i sl.*)
 - **sezonskog karaktera** – turisti putuju u svoje slobodno vrijeme (školski praznici, godišnji odmori, blagdani, vikend) pa utječu na sezonski karakter turističkih kretanja

Osnovna obilježja turizma

- **TURISTIČKA PONUDA** je:
 - **neelastična** i **statična** – ne može se mijenjati istom brzinom kao i potražnja i mijenjati kapacitete jer je vezana uz određeni prostor (*npr. hotel se ne može premjestiti s jednog mjesta na drugo*)
 - **homogena** (neraznolika) – više joj odgovaraju jednoobrazni zahtjevi većeg broja turista jer na taj način ostvaruje više dobiti uz manje troškove
 - **nesezonskog karaktera** – što su dulje popunjeni kapaciteti, to je veća dobit
- **TURISTIČKA POTROŠNJA** obuhvaća vrijednost svih usluga i proizvoda kojima se koriste turisti ili se iskorištavaju za njih
- obuhvaća robu i usluge koju turisti kupuju radi putovanja u mjestu stalnog boravka, za vrijeme putovanja i u turističkoj destinaciji

Suvremeni turistički promet i turistički proizvod

- **TURISTIČKI PROMET** obuhvaća turistička kretanja i potrošnju
 - izražava se **brojem posjetitelja** i **ostvarenih noćenja** te **visinom ostvarenog prihoda od turizma**
- obilježja suvremenog turističkog prometa:
 - **raznolikost** ponude i **segmentacija** potražnje
 - naglašen **sezonski karakter**
 - **koncentracija** oko najvažnijih turističkih atrakcija neke zemlje ili područja
 - podjela na **izražena emitivna i receptivna područja** i zemlje
- **TURISTIČKI PROIZVOD** je složeni skup različitih proizvoda i usluga, a obuhvaća smještaj, prehranu, kulturu, prirodnu baštinu, sport i rekreaciju, zabavu i druge sadržaje
 - obuhvaća cjelokupni prostor destinacije, uključujući atmosferu i gostoljubivost domaćina
- **obilježja turističkog proizvoda**: neopipljivost, nedjeljivost, neuskladištivost i promjenjivost (*npr. izlet u Pariz*)

3. Nastanak i razvoj turizma

Povijest turizma i prva putovanja

Grand tour i početci organiziranog putovanja

Nastanak i razvoj suvremenog turizma

Povijest turizma i prva putovanja

- razvoj organiziranog turizma potiče nagli razvoj industrije i prometa u 19. st
- masovni turizam se počinje razvijati poslije 2. svj. rata
- nakon 1980-ih – održivi razvoj turizma i posebni oblici turizma
- **2 razdoblja u povijesnom razvoju turizma**
 - razdoblje **začetka** turizma – od prvih putovanja do 19. st
 - razdoblje **suvremenog** turizma – od početka 20. st do danas

STARI I SREDNJI VIJEK

- u početku je glavni razlog putovanja bila **trgovina**
- **Sredozemlje** – posebno važno područje – trgovina i kultura
- **Grci i Rimljani** putuju radi trgovine, odmora, zabave, zdravlja i religije
 - „turistička” mjesta: Atena, Olimpija, Epidaur, Delfi
- u srednjem vijeku – glavni razlog putovanja je **religija** – hodočašća u Svetu zemlju i druga hodočasnička mjesta u Europi
- **Marko Polo** – putuje u Kinu (put svile)
- najviše se putovalo **za vrijeme mira**

Grand tour i počeci organiziranog turizma

- **GRAND TOUR** – posjet stranim zemljama na više mjeseci (pa i do nekoliko godina) radi **istraživanja** i **upoznavanja kultura**
 - putovali su pripadnici viših slojeva na završetku školovanja
 - putovanje je uključivalo obilazak talijanskih renesansnih gradova
 - putovanja su **individualna**

POČETCI ORGANIZIRANOG TURIZMA

- razvoj željeznice omogućuje putovanje većeg broja ljudi (grupna putovanja)
- **1841. Thomas Cook** – prvo organizirano putovanje željeznicom
 - otvara prvu putničku agenciju
 - uvodi posrednike u turizam i vaučer kao oblik plaćanja

RAZVOJ TURIZMA U DRUGOJ POLOVICI 19. ST

- uz željeznicu se počinje koristiti brodski prijevoz (parobrod)
- razvija se **lječilišni turizam** – izvori termalne vode i planinska mjesta
- u primorskim mjestima se razvio **kupališni turizam** (javna kupališta)

Grand tour i počeci organiziranog turizma

RAZVOJ TURIZMA U HRVATSKOJ

- sredinom 19. st – **razvija se turizam i na Jadranu**
 - gradi se **Villa Angiolina** u Opatiji – krajem 19. st – Opatija je proglašena lječilištem
 - povezivanje ostalih mjesta s parobrodom i željeznicom omogućuje brži turistički razvoj Dalmacije

Nastanak i razvoj suvremenog turizma

SUVREMENI TURIZAM DO 2. SVJ. RATA

- razvoj prometa (izgradnja cesta i pruga) utječe na razvoj turizma
- turizam poprima **sezonski karakter** – ljetni i zimski
- **Hrvatska** se uključuje u turistička kretanja – Opatija, Dubrovnik, Crikvenica, Rab i Topusko

MASOVNI TURIZAM (OD 2. SVJ. RATA)

- nagli razvoj **cestovnog** (automobili) i **zračnog** prometa
- **velika potražnja**, ali **neelastična i jednolična ponuda**
- grade se veliki hoteli i turistička naselja (hoteli, kampovi, apartmani)
- većina ljudi na odmor putuje **ljeti**
- **pozitivan utjecaj** na gospodarstvo, **negativan utjecaj** na prirodu i okoliš (divlja gradnja, onečišćenje okoliša)

Nastanak i razvoj suvremenog turizma

ODRŽIVI TURIZAM (OD 1980-ih)

- **ODRŽIVI TURIZAM** obilježava **dugoročna usklađenost** s prirodnim, društvenim i kulturnim okruženjem
- turizam se sve više okreće **pojedincu i individualnim potrebama**
- **putovanje postaje doživljaj**
- umjesto na jedan duži odmor godišnje, ljudi putuju na **više kraćih odmora**
- ponuda postaje **elastičnija i raznolikija** – prati želje potražnje
- uloga **interneta** u organiziranju putovanja – aktivni turisti

4. Činitelji i razvoj turizma

Činitelji turističke potražnje

Činitelji turističke ponude

Posrednički činitelji

Činitelji turističke potražnje

– činitelji turističke potražnje su:

1. **ekonomski** činitelji potražnje
2. **demografski** činitelji
3. **sociokulturni** i **psihološki** činitelji
4. **sociopolitički**, **geografski** i **ostali** činitelji

EKONOMSKI ČINITELJI POTRAŽNJE

– **visina dohotka i gospodarski rast**

– *visina dohotka u razvijenim zemljama omogućuje da 2/3 stanovništva putuje izvan mjesta boravka*

– **troškovi osnovnih životnih potreba**

– *što su veći troškovi životnih potreba, manje ostaje za putovanja (i suprotno)*

– **cijene turističkih usluga**

– *razina cijena turističkih usluga kao ekonomski činitelj može potaknuti ili obeshrabrati pojedinca na putovanje – npr. Dubrovnik i Hvar slove kao skupe destinacije*

– **osobna mobilnost** – turisti na putovanje uglavnom idu osobnim automobilom što im omogućuje veću mobilnost

Činitelji turističke potražnje

DEMOGRAFSKI ČINITELJI POTRAŽNJE – osnovni činitelji populacije koji djeluju poticajno ili ograničavajuće na zanimanje za turističku destinaciju

- **dob i spol**

- mladi ljudi – češća grupna putovanja (upoznavanje novih krajeva)
- srednja životna dob – češće putuju s obitelji ili sami (bitan im je komfor)
- stariji ljudi – češća grupna putovanja (bitan osjećaj sigurnosti i druženje)

- **zanimanje i stupanj naobrazbe**

- više putuju oni na višim pozicijama u poduzeću od onih na nižim
 - npr. direktor nekog poduzeća češće putuje od radnika istog poduzeća
- osobe s većim stupnjem naobrazbe češće putuju

- **struktura i veličina obitelji**

- djeca i njihova dob utječu na odluke
- promjene u obitelji – manji broj djece, veći broj razvoda – brojnije obitelji s jednim roditeljem i veći broj samaca

- **ostali činitelji (religija, rasa...)**

Činitelji turističke potražnje

SOCIOKULTURNI I PSIHOLOŠKI ČINITELJI POTRAŽNJE

– norme ponašanja

- norme su općeprihvaćena vjerovanja i vrijednosti u kojima smo odgojeni, nesvjesno ih nosimo u sebi i postupamo u skladu s njima
- norme i ponašanje ovise o kulturi – *npr. odmor kao potreba a ne luksuz, putovanje u inozemstvo kao znak bogatstva i uspjeha...*

– moda

- moda ima utjecaj na kretanje turističke ponude i na stvaranje turističke potražnje
- *npr. moda „preplanule” ili „blijede” kože ili putovanja u određena ljetovališta/zimovališta*

– psihološke značajke čovjeka

- **strah od nepoznatoga** – ljudi putuju u poznate krajeve radi osjećaja sigurnosti - *npr. strah od letenja, zaraze...*
- **nesigurnost** kao privlačni faktor – *npr. nuklearni turizam, turizam ratnih zona...*

Činitelji turističke potražnje

SOCIOPOLITIČKI, GEOGRAFSKI I OSTALI ČINITELJI POTRAŽNJE

– pravo na odmor i slobodu kretanja

- osnovno ljudsko pravo, psihološka i fiziološka potreba za odmorom
- socijalni turizam – dio troškova plaćaju radnici a dio država ili poduzeće u kojem rade

– klimatske prilike

- klima kao bitan faktor turističke potražnje – iz hladnijih krajeva ljudi putuju u toplije i obratno – *npr. iz Sjeverne Europe na Mediteran*

– veličina naselja i stupanj urbaniziranosti

- češće putuju stanovnici grada nego sela
- bijeg iz grada

– sredstva stvaranja javnog mnijenja

- izvještavanje (reklame) o pojedinim destinacijama može povoljno ili negativno utjecati na stav (predodžbu) o toj destinaciji
- *npr. učestale negativne vijesti o događanjima u nekoj zemlji mogu stvoriti negativnu sliku o njoj (ili suprotno ako je riječ o pozitivnim vijestima)*

Činitelji turističke ponude

– SKUPINE ČINITELJA TURISTIČKE PONUDE:

- turističke atrakcije
- prometna dostupnost
- informacijska dostupnost
- ugostiteljski objekti
- ostali prihvatni činitelji

– **turističke atrakcije** su sve prirodne ili društvene pojave koje privlače posjetitelje i koje se mogu turistički iskoristiti

– turističke atrakcije su **glavni privlačni činitelji turističke ponude**

– VRSTE TURISTIČKIH ATRAKCIJA

- prema načinu postanka – **prirodne** i **stvorene**
- kao činitelji turističke ponude – **primarne** i **sekundarne**
- kao posljedica razvoja turizma – **dorađene** i **izvorne**
- **materijalne** i **nematerijalne**

Činitelji turističke ponude

- atrakcije kao **primarni** i **sekundarni činitelji** turističke ponude
 - *npr. turisti u Šibenik dođu radi Međunarodnog dječjeg festivala, ali posjete i vrijedne kulturno-povijesne znamenitosti te uživaju u mediteranskoj klimi*
- atrakcije kao **posljedica razvoja turizma**
 - **izvorne** – nove atrakcije koje nastaju djelovanjem čovjeka u svrhu razvoja turizma
 - *npr. izgradnja tematskog parka, Disneylanda ili Gardalanda...*
 - **dorađene** – prilagođene postojeće atrakcije
 - *npr. Splitsko ljeto u prostorima Dioklecijanove palače*
- atrakcije mogu biti **materijalne** i **nematerijalne**
 - **nematerijalne** atrakcije – mitovi, legende, manifestacije, kultura života i rada...

Činitelji turističke ponude

PROMETNA DOSTUPNOST

- turistički razvoj povezan je s razvojem prometa:
 - razvoj željeznice u 19. st potaknuo je razvoj turizma
 - nakon 2. svj. rata – razvoj cestovnog prometa
 - od 1960-ih – razvoj zračnog prometa – jeftin i brz prijevoz putnika
 - u skoroj budućnosti – let u svemir i virtualna putovanja
- **vanjska i unutarnja prometna dostupnost:**
 - vanjska dostupnost – mogućnost dolaska do destinacije
 - unutarnja dostupnost – prometni sustavi unutar destinacije
- **prijevoz kao turistička atrakcija** – plovidba starim jedrenjacima, parnim lokomotivama, uspinjačama...

Činitelji turističke ponude

DOSTUPNOST INFORMACIJA

- razni izvori informacija o turističkoj destinaciji – turistički posrednici (agencije), mediji, turistička literatura (brošure i letci), internet, preporuke prijatelja...
- sve važniji internet i preporuka prijatelja kao izvor informacija o destinaciji

UGOSTITELJSKI OBJEKTI

- ug. objekti su najvažniji **prihvatni činitelji** turističke ponude

UGOSTITELJSKI OBJEKTI

```
graph TD; A[UGOSTITELJSKI OBJEKTI] --> B[HOTELIJERSTVO]; A --> C[RESTAURATERSTVO]; A --> D[BAROVI];
```

HOTELIJERSTVO

- hoteli, moteli, aparthoteli, pansioni, apartmani...
- nude usluge smještaja i prehrane

RESTAURATERSTVO

- restorani, gostionice, zdravljaci, zalogajnice, pečenjarnice, pizzerije...
- nude usluge jela, pića i napitaka

BAROVI

- caffe-bar, kavana, klet, pivnica, krčma, konoba...
- nude usluge pića i napitaka te zabavnog programa (diskoteke, noćni barovi ili klubovi)

Činitelji turističke ponude

OSTALI PRIHVATNI ČINITELJI

- uključuje ostale objekte koji su potrebni gostima tijekom boravka, a **nisu vezani za ugostiteljstvo i turističke djelatnosti**
 - trgovine, zdravstvene ustanove, kulturne ustanove, vjerske ustanove, pošta, banke...

Posrednički činitelji

- **turističke agencije** su najvažniji posrednici u turizmu
- funkcije turističkih agencija:
 - 1. informacijsko-savjetodavna** – besplatna usluga informiranja o destinaciji
 - 2. propagandna** – promidžbom potiču turiste na potrošnju
 - 3. posrednička** – organiziranje putovanja
 - prednosti – povjerenje i sigurnost od prijevare ili nesporazuma
 - 4. organizatorska** – najvažnija funkcija tur. agencije
 - **paket-aranžman** – organiziranje putovanja i preuzimanje rizika i odgovornosti za ugovorenu uslugu

Posrednički činitelji

– podjela turističkih agencija:

1. prema **poslovima kojima se bave**

- **turoperator**i – organiziraju putovanja (paket-aranžmane)
- **posrednici** – bave se posredničkim i ostalim poslovima

2. prema **položaju na turističkom tržištu**

- **emitivne** tur. agencije – posluju na području tur. **potražnje**
- **receptivne** tur. agencije – posluju na području tur. **ponude**

3. prema **prostornom obuhvatu poslovanja** (*području poslovanja*)

- **lokalne**
- **regionalne**
- **nacionalne**
- **međunarodne**

podjela na temelju **područja na kojem ostvaruju većinu svog poslovanja**

5. Oblici i vrste turizma

Turistički motivi

Oblici turizma

Vrste turizma

Turistički motivi

- **turistički motivi** – motivi koji potiču ljude na **odlazak na turističko putovanje**
- obilježja turističkih motiva:
 - **brojnost** i **različitost** – na svakog turista djeluje **više različitih motiva**
 - **međuvisnost** i **stupnjevitost** – glavni i sporedni motivi
 - **manje važni motivi** ne pokreću turiste na putovanje, ali su **bitni u odabiru destinacije**
 - *npr. želja za odmorom (glavni motiv), a kulturne znamenitosti (sporedni motiv) koji utječe na odabir destinacije (Rim)*
 - **različita razina usmjerenosti** – **općenita i specifična razina motiva**
 - pri odabiru destinacije, prednost se pruža onoj destinaciji koja zadovoljava **specifične motive**
 - *npr. promjena okoline je općenita razina, a bavljenje konkretnom aktivnošću (npr. ornitologija) je specifična razina motiva*
- **tržište posebnih interesa** – podjela tržišta s obzirom na zadovoljavanje specifičnih motiva (*npr. za ljubitelje promatranja ptica, biciklizma, glazbe, fotografije, penjanja, arheologije, ribolova, ronjenja...*)

Oblici turizma

- **ODMORIŠNI TURIZAM** – osnovni oblik turizma jer uključuje najvažniji motiv - odmor
- **POSEBNI OBLICI TURIZMA** (zasnovani na specifičnim motivima):
 - zdravstveni
 - naturizam
 - vjerski
 - sportsko-rekreacijski
 - kulturni
 - nautički
 - ekoturizam
 - poticajni
 - lovni i ribolovni
 - kongresni
- **ZDRAVSTVENI TURIZAM** – glavni motiv (ali ne i jedini) je očuvanje zdravlja
 - **wellness turizam** – turizam radi očuvanja i poboljšanja zdravlja (ne samo radi ozdravljenja)
- **KULTURNI TURIZAM** – glavni motiv je upoznavanje novih kulturnih znamenitosti i sadržaja
 - posebno razvijen u metropolama (Rim, Beč, Prag, New York...)
 - **KREATIVNI TURIZAM** – upoznavanje baštine preko tečajeva, radionica, istraživačkih i sličnih aktivnosti
- **KONGRESNI TURIZAM** - sudjelovanje na stručnim, znanstvenim, političkim, poslovnim i dr. skupovima kao glavni motiv
 - razvijen u Dubrovniku i Opatiji

Oblici turizma

- **POTICAJNI TURIZAM** - putovanje kao nagrada ili poticaj za još uspješniji rad
 - potrošnja iznadprosječna jer turisti ne plaćaju put (pa im ostane više novca za trošiti)
- **VJERSKI TURIZAM** – motivi putovanja su vjerski, kulturni i društveni
 - posjet svetištima (hodočašća)
- **NATURIZAM** - obilježava ga čovjekova želja za slobodnim odnosom s prirodom
 - boravak u prirodi u skladu s prirodom (bez odjeće)
- **NAUTIČKI TURIZAM** – boravak u plovilu, plovidba i aktivnosti vezane uz plovidbu su glavni motivi
- **EKOTURIZAM** – provođenje odmora u očuvanoj prirodi i promicanje zaštite okoliša
- **LOVNI I RIBOLOVNI TURIZAM** – glavni motivi su sportski lov i ribolov
- **SPORTSKO-REKREACIJSKI TURIZAM** – prevladavaju sportski motivi (putovanje na sportski događaj, sudjelovanje na natjecanju ili bavljenje nekom sportskom aktivnošću)
 - podvrste: cikloturizam, ronilački turizam, golf-turizam, pustolovni...