**OSNOVE TURIZMA – RAZLIKOVNI ISPIT (SKRIPTA)**

1. **Osnovni pojmovi u turizmu**

**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 prihvat turista**
* **turistička mjesta** su ona mjesta koja turisti i izletnici **posjećuju u većem broju** i **koja svojom opremljenošću omogućuju njihov prihvat i boravak**
* **turistička destinacija** – područje **šire od turističkog mjesta** ikoje svojom dostupnošću i opremljenošću **omogućuje prihvat, 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…*

1. **Preduvjeti, važnost i 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
* 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 podmirenja 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 **međuovisnosti** 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
* **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)*

1. **Nastanak i razvoj 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 početci 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)

**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)

**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

1. **Činitelji i razvoj turizma**

**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 obeshrabriti 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

**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…)**

**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…*

**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**
* 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…

**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…

**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



**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:
  + **informacijsko-savjetodavna** – besplatna usluga informiranja o destinaciji
  + **propagandna** – promidžbom potiču turiste na potrošnju
  + **posrednička** – organiziranje putovanja
    - prednosti – povjerenje i sigurnost od prijevare ili nesporazuma
  + **organizatorska** – najvažnija funkcija tur. agencije
    - **paket-aranžman** – organiziranje putovanja i preuzimanje rizika i odgovornosti za ugovorenu uslugu
* podjela turističkih agencija:

1. prema **poslovima kojima se bave**
   * **turoperatori** – 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**
4. **Oblici i 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
  + **međuovisnost** 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
  + kulturni
  + lovni i ribolovni
  + naturizam
  + nautički
  + kongresni
  + vjerski
  + ekoturizam
  + poticajni
  + sportsko-rekreacijski
* **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**
* **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…