



**KONKURENTNOST TURISTIČKE DESTINACIJE I
VRSTE TURIZMA:
PRIJEDLOG PRIJEVODA UNWTO-ovih DEFINICIJA**

Zagreb, travanj 2018.



KONKURENTNOST TURISTIČKE DESTINACIJE I VRSTE TURIZMA: PRIJEDLOG PRIJEVODA UNWTO-ovih DEFINICIJA

Izradili:

Blanka Belošević, Ministarstvo turizma RH
Dr. sc. Ksenija Tokić, Institut za turizam
Zrinka Marušić, mag. math., Institut za turizam
Dr. sc. Sanda Čorak, Institut za turizam

na temelju dokumenta:

Report of the Committee on Tourism and Competitiveness, Annex I.

Zagreb, travanj 2018.

SADRŽAJ:

1. PRISTUP I PREPORUKE
2. KONKURENTNOST TURISTIČKE DESTINACIJE - DEFINICIJE
 - 2.1. Turistička destinacija
 - 2.2. Organizacija za upravljanje i marketing destinacije
 - 2.3. Turistički proizvod
 - 2.4. Lanac turističkih vrijednosti
 - 2.5. Kvaliteta turističke destinacije
 - 2.6. Inovacija u turizmu
 - 2.7. Konkurentnost turističke destinacije
3. VRSTE TURIZMA – DEFINICIJE
 - 3.1. Kulturni turizam
 - 3.2. Ekoturizam
 - 3.3. Ruralni turizam
 - 3.4. Pustolovni turizam
 - 3.5. Zdravstveni turizam
 - 3.5.1. Wellness turizam
 - 3.5.2. Medicinski turizam
 - 3.6. Poslovni turizam
 - 3.7. Gastronomski turizam
 - 3.8. Obalni, pomorski i turizam na unutarnjim vodama
 - 3.9. Gradski turizam
 - 3.10. Planinski turizam
 - 3.11. Turizam obrazovanja
 - 3.12. Sportski turizam

1. PRISTUP I PREPORUKE

Odbor za turizam i konkurentnost (*Committee on Tourism and Competitiveness - CTC*) Svjetske turističke organizacije (u daljnjem tekstu UNWTO) među ostalim ciljevima ima i razvoj stručne terminologije. U dokumentu *Report of the Committee on Tourism and Competitiveness* (<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/generalprogrammeofworkdmgmt.pdf>) Odbor predlaže definicije za tematsko područje konkurentnost turističke destinacije, koje su usvojene na XXII. zasjedanju Glavne skupštine UNWTO-a. Na temelju tog dokumenta izrađen je Prijedlog prijevoda tih definicija na hrvatski jezik. Prijevod je usklađen sa sljedećim dokumentima i referentnom literaturom:

- *Encyclopedia of tourism* / chief ed. Jafar Jafari. London; New York: Routledge, 2000.
- **Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje**. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2017. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/impresum.aspx>.
- **Hrvatski enciklopedijski rječnik**. Zagreb: Novi Liber, 2002.
- **Hrvatski jezični savjetnik** / ur. Lana Hudeček, Milica Mihaljević, Luka Vukojević. Zagreb: Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje; Pergamena; Školske novine, 1999.
- **Hrvatski jezik : dostupan svima**. Dostupno na: <http://hrvatskijezik.eu/>.
- **Rječnik nazivlja u turizmu** / Milan pl. Pažić. Zagreb: Informator, 1998.
- **Rječnik stranih riječi** / Bratoljub Klaić. Zagreb: Nakladni zavod Matice hrvatske, 1986.
- **Rječnik turizma** / ur. Boris Vukonić, Nevenka Čavlek. Zagreb: Masmedia, 2001.
- **Tezaurus turizma i dokoličarskih aktivnosti** : višejezični strukturirani popis deskriptora za indeksiranje i pretraživanje informacija s područja turizma i dokoličarskih aktivnosti. Zagreb; Madrid: Institut za turizam; World Tourism Organization, 2006.

2. KONKURENTNOST TURISTIČKE DESTINACIJE - DEFINICIJE

2.1. Turistička destinacija

Turistička destinacija (engl. *Tourism Destination*) fizički je prostor sa ili bez administrativnih granica u kojem posjetitelji mogu ostvariti noćenje. To je klaster (združenih) proizvoda, usluga, aktivnosti i doživljaja u lancu turističkih vrijednosti i osnovna je jedinica analize turističkih učinaka. Ponuda u turističkim destinacijama uključuje različite dionike, a njihovo povezivanje omogućuje stvaranje većih destinacija. Imidž i identitet nematerijalni su elementi destinacije koji mogu utjecati na njenu tržišnu konkurentnost.

A Tourism Destination is a physical space with or without administrative and/or analytical boundaries in which a visitor can spend an overnight. It is the cluster (co-location) of products and services, and of activities and experiences along the tourism value chain and a basic unit of analysis of tourism. A destination incorporates various stakeholders and can network to form larger destinations. It is also intangible with its image and identity which may influence its market competitiveness.

2.2. Organizacija za destinacijski menadžment i marketing

Organizacija za destinacijski menadžment i marketing (engl. *Destination Management/Marketing Organization - DMO*) vodeća je organizacija koja može obuhvatiti razne strukture, dionike i stručnjake te omogućava partnerstva u turističkom sektoru s ciljem ostvarivanja zajedničke vizije destinacije. Upravljačka tijela organizacije za destinacijski menadžment i marketing mogu se odnositi na razne strukture od pojedinačne javne uprave do modela javno-privatnoga partnerstva. Njene ključne zadaće su pokretanje, koordiniranje i upravljanje određenim aktivnostima poput provedbe turističke politike, strateškog planiranja, razvoja proizvoda, promidžbe, marketinga te aktivnosti kongresnih ureda.

Njene funkcije razlikuju se na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini, ovisno o trenutnim i potencijalnim potrebama, a ovisi i o razini decentralizacije javne uprave. Nema svaka turistička destinacija organizaciju za destinacijski menadžment i marketing.

A Destination Management/Marketing Organization (DMO) is the leading organizational entity which may encompass the various authorities, stakeholders and professionals and facilitates tourism sector partnerships towards a collective destination vision. The governance structures of DMOs vary from a single public authority to a public/private partnership model with the key role of initiating, coordinating and managing certain activities such as implementation of tourism policies, strategic planning, product development, promotion and marketing and convention bureau activities.

The functions of the DMOs may vary from national to regional and local levels depending on the current and potential needs as well as on the decentralization level of public administration. Not every tourism destination has a DMO.

2.3. Turistički proizvod

Turistički proizvod (engl. *Tourism Product*) spoj je materijalnih i nematerijalnih elemenata kao što su prirodni, kulturni i umjetni resursi, atrakcije, objekti, usluge i aktivnosti. Veže se uz specifične interese i središnji je element destinacijskoga marketinškog spleta te čini sveukupni doživljaj za potencijalne posjetitelje uključujući i emocionalni aspekt. Turistički proizvod ima svoj životni ciklus, a određivanje cijene i prodaja odvijaju se kroz distribucijske kanale.

A Tourism Product is a combination of tangible and intangible elements, such as natural, cultural and man-made resources, attractions, facilities, services and activities around a specific centre of interest which represents the core of the destination marketing mix and creates an overall visitor experience including emotional aspects for the potential customers. A tourism product is priced and sold through distribution channels and it has a life-cycle.

2.4. Lanac turističkih vrijednosti

Lanac turističkih vrijednosti (engl. *Tourism Value Chain*) niz je primarnih i podupirućih aktivnosti od ključne strateške važnosti za poslovanje turističkoga sektora. Povezani procesi kao što su donošenje turističkih politika, integrirano planiranje, razvoj proizvoda i turističkih paketa, promocija, marketing, distribucija i prodaja ključne su primarne aktivnosti u lancu turističkih vrijednosti. Podupiruće aktivnosti obuhvaćaju promet, infrastrukturu, razvoj ljudskih resursa, razvoj tehnoloških i drugih sustava te ostala komplementarna dobra i usluge koji se ne moraju odnositi na osnovne turističke djelatnosti, ali imaju važan utjecaj na učinke turizma.

Tourism Value Chain is the sequence of primary and support activities which are strategically fundamental for the performance of the tourism sector. Linked processes such as policy making and integrated planning, product development and packaging, promotion and marketing, distribution and sales and destination operations and services are the key primary activities of the tourism value chain. Support activities involve transport and infrastructure, human resource development, technology and systems development and other complementary goods and services which may not be related to core tourism businesses but have a high impact on the value of tourism.

2.5. Kvaliteta turističke destinacije

Kvaliteta turističke destinacije (engl. *Quality of a Tourism Destination*) rezultat je procesa koji podrazumijevaju zadovoljavanje svih potreba, zahtjeva i očekivanja potrošača vezanih uz turističke proizvode i usluge po prihvatljivoj cijeni i u skladu s međusobno prihvaćenim ugovornim uvjetima, a podrazumijeva i osnovne čimbenike kao što su sigurnost, zaštita, higijena, dostupnost, povezanost, infrastruktura, javna dobra i usluge. Uključuje također aspekte etike, transparentnosti i poštovanja prema ljudskom, prirodnom i kulturnom okruženju. Kvaliteta, kao jedan od ključnih pokretača turističke konkurentnosti, profesionalni je alat za turističke dobavljače u organizacijskom i operativnom smislu.

Quality of a Tourism Destination is the result of a process which implies the satisfaction of all tourism product and service needs, requirements and expectations of the consumer at an

acceptable price, in conformity with mutually accepted contractual conditions and the implicit underlying factors such as safety and security, hygiene, accessibility, communication, infrastructure and public amenities and services. It also involves aspects of ethics, transparency and respect towards the human, natural and cultural environment. Quality, as one of the key drivers of tourism competitiveness, is also a professional tool for organizational, operational and perception purposes for tourism suppliers.

2.6. Inovacija u turizmu

Inovacija u turizmu (engl. *Innovation in Tourism*) uvođenje je nove ili poboljšanje postojeće komponente s namjerom ostvarivanja materijalne ili nematerijalne koristi turističkim dionicima i lokalnoj zajednici, unaprjeđenja vrijednosti turističkoga doživljaja i temeljnih nadležnosti turističkoga sektora te povećanja konkurentnosti i održivosti turizma. Inovacija u turizmu može se odnositi na razna područja kao što su turistička destinacija, turistički proizvod, tehnološki i drugi procesi, organizacijski i poslovni modeli, vještine, arhitektura, usluge, alati i postupci za upravljanje, marketing, komunikaciju, osiguranje kvalitete i određivanje cijena.

Innovation in Tourism is the introduction of a new or improved component which intends to bring tangible and intangible benefits to tourism stakeholders and the local community, improve the value of the tourism experience and the core competencies of the tourism sector and hence enhance tourism competitiveness and /or sustainability. Innovation in tourism may cover potential areas, such as tourism destinations, tourism products, technology, processes, organizations and business models, skills, architecture, services, tools and/or practices for management, marketing, communication, operation, quality assurance and pricing.

2.7. Konkurentnost turističke destinacije

Konkurentnost turističke destinacije (engl. *Competitiveness of a Tourism Destination*) sposobnost je destinacije da učinkovito koristi svoje prirodne, kulturne, ljudske, umjetne i kapitalne resurse za razvoj i ponudu kvalitetnih, inovativnih, etičkih i atraktivnih turističkih proizvoda i usluga. To se radi u cilju postizanja održivoga rasta u okviru njene sveobuhvatne vizije i strateških ciljeva, povećanja dodane vrijednosti turističkoga sektora, poboljšanja i diversifikacije njene tržišne komponente te optimiziranja atraktivnosti i koristi za posjetitelje i lokalnu zajednicu.

The Competitiveness of a Tourism Destination is the ability of the destination to use its natural, cultural, human, man-made and capital resources efficiently to develop and deliver quality, innovative, ethical and attractive tourism products and services in order to achieve a sustainable growth within its overall vision and strategic goals, increase the added value of the tourism sector, improve and diversify its market components and optimize its attractiveness and benefits both for visitors and the local community in a sustainable perspective.

3. VRSTE TURIZMA – DEFINICIJE

3.1. Kulturni turizam

Kulturni turizam oblik je turizma u kojem je osnovna motivacija posjetitelja naučiti, otkriti, doživjeti i posjetiti materijalne i nematerijalne kulturne atrakcije i proizvode u turističkoj destinaciji.

Te se atrakcije i proizvodi odnose na skup prepoznatljivih materijalnih, intelektualnih, duhovnih i emocionalnih obilježja društva. Ta obilježja obuhvaćaju umjetnost i arhitekturu, povijesnu i kulturnu baštinu, kulinarsku baštinu, književnost, glazbu, kreativne industrije i žive kulture sa stilom života, vrijednosnim sustavima, uvjerenjima i tradicijama društva.

Cultural tourism is a type of tourism activity in which the visitor's essential motivation is to learn, discover, experience and consume the tangible and intangible cultural attractions/products in a tourism destination.

These attractions/products relate to a set of distinctive material, intellectual, spiritual and emotional features of a society that encompasses arts and architecture, historical and cultural heritage, culinary heritage, literature, music, creative industries and the living cultures with their lifestyles, value systems, beliefs and traditions.

3.2. Ekoturizam

Ekoturizam je oblik turizma temeljen na prirodi u kojem je osnovna motivacija posjetitelja promatranje, učenje, otkrivanje, doživljavanje i uvažavanje biološke i kulturne raznolikosti s odgovornošću prema zaštiti cjelovitosti ekosustava i poboljšanja dobrobiti za lokalnu zajednicu. Ekoturizam povećava svijest o potrebi očuvanja biološke raznolikosti, prirodnog okoliša i kulturnih dobara u lokalnih žitelja i posjetitelja te zahtijeva posebne procese upravljanja kako bi se smanjili negativni utjecaji na ekosustav.

Ecotourism is a type of nature-based tourism activity in which the visitor's essential motivation is to observe, learn, discover, experience and appreciate biological and cultural diversity with a responsible attitude to protect the integrity of the ecosystem and enhance the well-being of the local community. Ecotourism increases awareness towards the conservation of biodiversity, natural environment and cultural assets both among locals and the visitors and requires special management processes to minimize the negative impact on the ecosystem.

3.3. Seoski (ruralni) turizam

Seoski turizam oblik je turizma u kojem se iskustvo posjetitelja odnosi na širok spektar proizvoda i aktivnosti povezanih s prirodom, poljoprivredom, seoskim životom i kulturom, ribolovom i razgledavanjem. Aktivnosti seoskog turizma odvijaju se u neurbanim (ruralnim) područjima sa sljedećim obilježjima: i) niska gustoća naseljenosti, ii) krajobraz i zemljišta u kojima dominiraju poljoprivreda i šumarstvo i iii) tradicionalna društvena struktura i način života.

Rural Tourism is a type of tourism activity in which the visitor's experience is related to a wide range of products generally linked to nature-based activities, agriculture, rural lifestyle / culture, angling and sightseeing. Rural Tourism activities take place in non-urban (rural) areas with the following characteristics: i) low population density, ii) landscape and land-use dominated by agriculture and forestry and iii) traditional social structure and lifestyle.

3.4. Pustolovni turizam

Pustolovni turizam oblik je turizma koji se obično odvija u destinacijama i krajolicima s posebnim geografskim obilježjima, a pretežito se odnosi na tjelesnu aktivnost, kulturnu razmjenu te aktivnosti u prirodi. Ovo iskustvo može uključivati neku vrstu stvarnog ili percipiranog rizika i može zahtijevati značajne fizičke i mentalne napore.

Pustolovni turizam obično uključuje aktivnosti na otvorenom kao što su planinarenje, pješaćenje, *bungee* skokovi, penjanje po stijenama, splavarenje, vožnja kanuom i kajakom, istraživanje kanjona, brdski biciklizam, hodanje u divljini i ronjenje. Isto tako, pustolovni turizam može uključivati i neke aktivnosti u zatvorenim prostorima.

Adventure Tourism is a type of tourism which usually takes place in destinations with specific geographic features and landscape and tends to be associated with a physical activity, cultural exchange, interaction and engagement with nature. This experience may involve some kind of real or perceived risk and may require significant physical and/or mental effort.

Adventure Tourism generally includes outdoor activities such as mountaineering, trekking, bungee jumping, rock climbing, rafting, canoeing, kayaking, canyoning mountain biking, bushwalking, scuba diving. Likewise, some indoor adventure tourism activities may also be practiced.

3.5. Zdravstveni turizam

Zdravstveni turizam obuhvaća one oblike turizma kojima je primarna motivacija doprinos fizičkom, mentalnom ili duhovnom zdravlju kroz medicinske i *wellness* aktivnosti koje povećavaju sposobnost pojedinaca da zadovolje svoje potrebe i bolje funkcioniraju u svom okruženju i društvu. Zdravstveni je turizam krovni pojam za podvrste *wellness* turizam i medicinski turizam.

Health Tourism covers those types of tourism which have as a primary motivation, the contribution to physical, mental and/or spiritual health through medical and wellness-based activities which increase the capacity of individuals to satisfy their own needs and function better as individuals in their environment and society. Health Tourism is the umbrella term for the subtypes: Wellness Tourism and Medical Tourism.

3.5.1. Wellness turizam

Wellness turizam oblik je turizma kojem je cilj poboljšati i uravnotežiti glavna područja ljudskog života uključujući fizičko, mentalno, emocionalno, profesionalno, intelektualno i duhovno. Primarna motivacija *wellness* turista je uključiti se u preventivne i proaktivne

aktivnosti usmjerene na poboljšanje života, kao što su tjelovježba, zdrava prehrana, opuštanje, ljekoviti tretmani i tretmani za njegu.

Wellness Tourism is a type of tourism activity which aims to improve and balance all of the main domains of human life including physical, mental, emotional, occupational, intellectual and spiritual. The primary motivation for the wellness tourist is to engage in preventive, proactive, lifestyle-enhancing activities such as fitness, healthy eating, relaxation, pampering and healing treatments.

3.5.2. Medicinski turizam

Medicinski je turizam oblik turizma koji uključuje uporabu provjerenih invazivnih i neinvazivnih medicinskih resursa i usluga. To može uključivati dijagnozu, terapije, liječenje, prevenciju i rehabilitaciju.

Medical Tourism is a type of tourism activity which involves the use of evidence-based medical healing resources and services (both invasive and non-invasive). This may include diagnosis, treatment, cure, prevention and rehabilitation.

3.6. Poslovni turizam

Poslovni turizam oblik je turizma u kojem posjetitelji putuju iz profesionalnih i/ili poslovnih razloga do odredišta izvan mjesta rada i boravka, s ciljem sudjelovanja na sastanku, poslovnoj aktivnosti, ili događanju. Ključne sastavnice poslovnog turizma su sastanci, incentive/poticajna putovanja, stručni skupovi i izložbe. U poslovnom turizmu pojam 'industrija skupova' objedinjava objekte i usluge koji se koriste u djelatnosti organiziranja skupova. Poslovni turizam može se spojiti s bilo kojim drugom vrstom turizma tijekom istog putovanja.

Business Tourism is a type of tourism activity in which visitors travel for a specific professional and/or business purpose to a place outside their workplace and residence with the aim of attending a meeting, an activity or an event. The key components of business tourism are meetings, incentives, conventions and exhibitions. The term "Meetings Industry" within the context of business tourism recognizes the industrial nature of such activities. Business tourism can be combined with any other tourism type during the same trip.

3.7. Gastronomski turizam

Gastronomski je turizam oblik turizma koji obilježava doživljaj posjetitelja povezan s hranom i srodnim proizvodima i aktivnostima tijekom putovanja. Osim aktivnosti vezanih uz izvorna, tradicionalna ili inovativna kulinarska iskustva, gastronomski turizam može uključivati i druge srodne aktivnosti kao što su posjeti lokalnim proizvođačima, sudjelovanje na festivalima hrane i pohađanje kuharskih radionica.

Eno-turizam (vinski turizam), kao podvrsta gastronomskog turizma, odnosi se na turizam s ciljem posjećivanja vinograda i vinarija, kušanja, konzumiranja i kupnje vina, često na licu mjesta ili u neposrednoj blizini.

Gastronomy Tourism is a type of tourism activity which is characterized by the visitor's experience linked with food and related products and activities while travelling. Along with authentic, traditional, and/or innovative culinary experiences, Gastronomy Tourism may also involve other related activities such as visiting the local producers, participating in food festivals and attending cooking classes.

Eno-tourism (Wine Tourism), as a sub-type of Gastronomy Tourism, refers to tourism whose purpose is visiting vineyards, wineries, tasting, consuming and/or purchasing wine, often at or near the source

3.8. Obalni turizam, pomorski turizam i turizam na unutarnjim vodama

Obalni turizam odnosi se na aktivnosti kao što su plivanje, surfanje, sunčanje i ostale dokoličarske, rekreacijske i sportske aktivnosti koje se odvijaju na obali mora, jezera ili rijeke. Blizina obale uvjet je za usluge i sadržaje koji podržavaju obalni turizam.

Pomorski turizam odnosi se na aktivnosti na moru poput krstarenja, jedrenja, vožnje čamcem i nautičkih sportova, a obuhvaća i s njima povezane usluge i infrastrukturu na kopnu.

Turizam na unutarnjim vodama odnosi se na turističke aktivnosti kao što su krstarenje, jedrenje, vožnja čamcem i nautički sportovi koji se odvijaju na jezerima, rijekama, ribnjacima, potocima, podzemnim vodama, izvorima, špiljskim vodama i močvarama.

Coastal Tourism refers to land-based tourism activities such as swimming, surfing, sunbathing and other coastal leisure, recreation and sports activities which take place on the shore of a sea, lake or river. Proximity to the coast is also a condition for services and facilities that support coastal tourism.

Maritime Tourism refers to sea-based activities such as cruising, yachting, boating and nautical sports and includes their respective land-based services and infrastructure.

Inland Water Tourism refers to tourism activities such as cruising, yachting, boating and nautical sports which take place in aquatic-influenced environments located within land boundaries and include lakes, rivers, ponds, streams, groundwater, springs, cave waters and others traditionally grouped as inland wetlands.

3.9. Gradski turizam

Gradski turizam oblik je turizma koji se odvija u urbanim sredinama čije se gospodarstvo temelji na upravi, industriji, trgovini i uslugama te predstavljaju prometna čvorišta. Gradske destinacije nude široku i raznoliku paletu kulturnih, arhitektonskih, tehnoloških, društvenih i prirodnih doživljaja i proizvoda za razonodu i poslovne aktivnosti.

Urban/City Tourism is a type of tourism activity which takes place in an urban space with its inherent attributes characterized by non-agricultural based economy such as administration, manufacturing, trade and services and by being nodal points of transport. Urban/city

destinations offer a broad and heterogeneous range of cultural, architectural, technological, social and natural experiences and products for leisure and business.

3.10. Planinski turizam

Planinski turizam oblik je turizma koji se odvija u definiranom i ograničenom zemljopisnom prostoru kao što su brda ili planine s osebujnim obilježjima i značajkama koji se odnose na specifični krajobraz, topografiju, klimu, bioraznolikost (flore i faune) i lokalnu zajednicu. Obuhvaća širok spektar dokoličarskih aktivnosti na otvorenom te sportske aktivnosti.

Mountain Tourism is a type of tourism activity which takes place in a defined and limited geographical space such as hills or mountains with distinctive characteristics and attributes that are inherent to a specific landscape, topography, climate, biodiversity (flora and fauna) and local community. It encompasses a broad range of outdoor leisure and sports activities.

3.11. Obrazovni turizam

Obrazovni turizam oblik je turizma u kojem je osnovna motivacija posjetitelja uključivanje i iskustvo u učenju, samopoboljšanje, intelektualni razvoj i razvoj vještina.

Obrazovni turizam odnosi se na širok spektar proizvoda i usluga vezanih uz akademske studije, unapređenje vještina, školske izlete, sportsku edukaciju, tečajeve za razvoj karijere, jezične tečajeve i drugo.

Education Tourism covers those types of tourism which have as a primary motivation the tourist's engagement and experience in learning, self-improvement, intellectual growth and skills development.

Education Tourism represents a broad range of products and services related to academic studies, skill enhancement holidays, school trips, sports training, career development courses and language courses, among others.

3.12. Sportski turizam

Sportski turizam oblik je turizma u kojem se iskustvo posjetitelja odnosi na sudjelovanje ili promatranje sportskog događaja koji općenito uključuje komercijalne i nekomercijalne aktivnosti natjecateljske prirode.

Sports Tourism is a type of tourism activity which refers to the travel experience of the tourist who either observes as a spectator or actively participates in a sporting event generally involving commercial and non-commercial activities of a competitive nature.