

## A

## A

**à la menu** (fr. à la menu) – výber z ponúkaných menu na jedálnom lístku ako kombinácia pokrmov, niekedy doplnená nápojmi za pevnú cenu. Ponuka podľa menu uľahčuje hostovi výber. Nevýhodou je, že v menu nie je zvyčajne možné ľubovoľne meniť kombináciu pokrmov. (am)

**à la carte** (fr. à la carte) – výber jedál podľa jedálneho lístka na želanie hosta. Každé jedlo má samostatnú cenu, na rozdiel od → à la menu, kde je kombinácia jedál pripravená vopred a ponúkaná za pevnú cenu. (am)

**absolútna výhoda** (absolute advantage) – koncept absolútnej výhody rozvinul A. Smith v 18. storočí v diele *Bohatstvo národov*. Štát má absolútnu výhodu, ak dokáže produkovať statky alebo služby s nižšími nákladmi ako iný štát. V cestovnom ruchu má absolútnu konkurenčnú výhodu cieľové miesto, ktoré ponúka jedinečné, nenahraditeľné a ťažko napodobiteľné zdroje – atraktivity, ktoré nemajú priamu konkurenciu vo svete, napríklad pyramídy v Egypte alebo Mŕtve more v Izraeli. Tieto výnimočné zdroje sú výhodou pre cieľové miesto pri prilákaní návštevníkov bez potreby porovnávania efektívnosti produkcie či cien. (zg)

**Acta Geoturistica** (Acta Geoturistica) – medzinárodný vedecký časopis venovaný rôznym aspektom štúdia a výskumu cestovného ruchu s dôrazom na geologické dedičstvo, geoturizmus, banícky cestovný ruch a iné prírodné formy cestovného ruchu. Časopis vydáva akademické vydavateľstvo SCIENDO s podporou Fakulty baníctva, ekológie, riadenia a geotechnológií (TUKE) a Ústavu geotechniky (Slovenská akadémia vied). Časo-

pis vychádza dvakrát ročne a vydávané sú aj špeciálne čísla venované konferenciám a zborníkom príspevkov na konkrétnu vedeckú tému. (mg)

**ad hoc** (ad hoc) – krátkodobý, zvyčajne jednorazový obchodno-závazkový vzťah (dohoda). V cestovnom ruchu sa takto zabezpečuje nákup služieb pri jednorazovej návšteve, napríklad jaskyne alebo poskytnutí stravy pri tranzite organizovanej skupiny návštevníkov. Zvyčajne má podobu obchodného listu. Ak ide o objednávku služieb cez tretiu osobu (sprostredkovatelia), obsahuje aj prísľub na vyplatenie provízie zo sumy sprostredkovaných služieb. (mg)

**adaptácia zamestnanca** (work adjustment/job adaptation) – proces prispôbenia sa požiadavkám na pracovný výkon, súvisí so zaradením zamestnanca na pracovné miesto. Z hľadiska obsahu ide o sociálnu adaptáciu a pracovnú adaptáciu. V prípade sociálnej adaptácie ide o spoločenský proces, ktorým sa ustanovujú vzťahy medzi novým zamestnancom a existujúcou skupinou. V prípade pracovnej adaptácie ide o prispôbenie sa novoprijatého zamestnanca novým podmienkam pracovného prostredia. Z časového hľadiska sa rozlišuje krátkodobá a dlhodobá adaptácia. Z hľadiska organizácie ide o adaptáciu na pracovné miesto, útvarovú a celoorganizačnú adaptáciu. (iš)

**administratívno-politické faktory ovplyvňujúce cestovný ruch** (administrative and political factors that impact tourism) – vplyvy alebo rozhodnutia vládnych orgánov a politik, ktoré podporujú alebo znemožňujú rozvoj cestovného ruchu. K administratívno-politickým fakto-

rom ovplyvňujúcim domáci a zahraničný cestovný ruch patrí napríklad nárok na dovolenku a slobodné cestovanie, politická stabilita a mierové spolunažívanie národov, liberalizácia podmienok cestovného styku medzi štátmi, vízová politika a colné výhody pre cestovný ruch, finančné zabezpečenie turistov pri cestách do zahraničia, zdravotnícke predpisy (očkovanie proti karanténym ochoreniam), bezpečnosť cestovania. (zg)

**AEHT** → Európska asociácia hotelových škôl a škôl cestovného ruchu

**aerotaxi** (air taxi) – malé lietadlo s kratším doletom, určené na nepravidelnú dopravu. Najčastejšie sa využíva na obchodné cesty. (rm)

**aflácia** (affiliated company) – majetková účasť jedného alebo viacerých podnikateľských subjektov cestovného ruchu v zahraničí. Je samostatným právnym subjektom založeným materskou spoločnosťou za účelom ulahčenia predaja služieb cestovného ruchu na zahraničnom trhu. Označuje sa aj pojmom → dcérska spoločnosť. (mg)

**Agenda 2030 pre cestovný ruch** (Tourism and the 2030 Agenda for Sustainable Development) – Rozvojový program OSN obsahujúci spoločný plán pre globálne udržateľnú budúcnosť. Pozostáva zo 17 globálnych záväzkov pre udržateľný rozvoj. Cestovný ruch súvisí priamo alebo nepriamo so všetkými cieľmi Agendy 2030, predovšetkým s cieľom 8 – dôstojná práca a ekonomický rast, cieľom 12 – zodpovedná spotreba a výroba a s cieľom 14 – život pod vodou. Udržateľný rozvoj je spoločnou zodpovednosťou a základnou súčasťou rozhodovacích procesov všetkých ekonomických a spoločenských činností vrátane cestovného ruchu. Na to, aby mo-

hol rozvoj cestovného ruchu prispieť k naplneniu cieľov Agendy 2030, je potrebná spolupráca medzi subjektmi verejného a súkromného sektora a ostatnými zainteresovanými subjektmi predovšetkým → návštevníkmi v cestovnom ruchu a → rezidentmi. Rozvoj cestovného ruchu závisí nielen od aktivít súkromného sektora, ale aj od podpory štátu, ktorá by umožnila stimulovať malé a stredné podniky a rozvíjať konkurencieschopné produkty cestovného ruchu rešpektujúce princípy udržateľného rozvoja. (mm)

**Agenda 21 pre cestovný ruch** (Agenda 21 for Tourism) – program udržateľného rozvoja, ktorý rozpracúva závery konferencie OSN o životnom prostredí z roku 1992 pre cestovný ruch. Definuje opatrenia na ochranu prírodného a kultúrneho dedičstva ako základu podnikania v cestovnom ruchu, formuluje odporúčania pre vlády a národné organizácie cestovného ruchu. Cieľom podnikov cestovného ruchu je vytvoriť systémy a procedúry na zahrnutie cieľov udržateľného rozvoja do vlastného systému manažmentu v oblasti minimalizácie a recyklovania → odpadu, riadenia zdrojov, úspory pitnej vody, dopravy, využívania krajiny, zapojenia zamestnancov a návštevníkov do procesu udržateľného manažmentu, spolupráce pre udržateľný rozvoj. (am)

**agent** (agent) – fyzická alebo právnická osoba, ktorá sprostredkúva predaj alebo nákup tovaru a služieb pre zmluvného partnera za províziu. V cestovnom ruchu ide o sprostredkovanie predaja leteniek, ubytovania, zájazdov a ďalších služieb zákazníkom. (kp)

**agrément** (agreement) – v diplomacii predbežný súhlas s menovaním navrhovanej osoby pred jej vyslaním, ako diplomatického zástupcu do príslušného štá-

tu. Prijímajúci štát môže akceptovať alebo odmietnuť navrhovanú osobu bez uvedenia dôvodu, ako diplomatického zástupcu. (mg)

**agroturistika** (agritourism) – forma → vidieckeho cestovného ruchu spojená s poskytovaním služieb agropodnikateľom alebo poľnohospodárskym podnikom. Využívajú sa pritom existujúce zdroje, miestne suroviny a infraštruktúra. Spája sa s návratom k prírode, aktívnym odpočinkom a autentickými zážitkami života a práce na farmárskom dvore, remeslami a tradíciami. Ponúka sa aj možnosť aktívnej účasti na typických farmárskych aktivitách (kosenie a sušenie sena, dojenie, výroba syra a masla, žatevné práce, zber ovocia a lesných plodov, konzervovanie ovocia a zeleniny ap.). Vzhľadom na existenciu súkromného a družstevného spôsobu hospodárenia v poľnohospodárstve v SR sa rozlišuje → gazdovská agroturistika a → družstevná agroturistika. (mg)

**AHRSR** → Asociácia hotelov a reštaurácií Slovenska

**AiCES** → Asociácia informačných centier Slovenska

**AIDA** – model na zisťovanie reklamného účinku v súlade s cieľmi marketingovej komunikácie. Má štyri fázy: pozornosť (attention), záujem (interest), želanie (desire), kúpa (action). Potenciálny zákazník musí byť informovaný o produkte, aby si ho chcel kúpiť. Tak možno vyvolať jeho záujem, vzbudiť túžbu a získať ho pre rozhodnutie uskutočniť kúpu. (vm)

**AIESEC** (AIESEC) – medzinárodná organizácia združujúca študentov a nových absolventov najmä ekonomických vysokých škôl v 110 štátoch sveta. Zameriava sa na rozvíjanie vodcovských schopností a podporu kultúrneho porozumenia

medzi mladými ľuďmi. Hlavnou aktivitou je medzinárodný výmenný program odborných stáží v zahraničí a získanie kultúrnych a pracovných skúseností, ako aj osobnostný a profesionálny rozvoj. Organizuje konferencie a projekty, ktoré pomáhajú pri napĺňaní rozvojových cieľov → OSN. Má status pozorovateľa pri OSN. V SR je sídlo centrály v Bratislave a má 5 miestnych pobočiek. (mg)

**AIEST** → Medzinárodné združenie vedeckých expertov cestovného ruchu

**AIPC** → Medzinárodná asociácia kongresových centier

**Airbnb** – internetová platforma/aplikácia, ktorá ponúka cestovateľom ubytovanie v nehnuteľnosti známeho vlastníka, zvyčajne za prijateľnú cenu bez poskytovania ďalších služieb. Je to alternatíva pre mladú generáciu cestovateľov, ktorá nie je náročná na služby a cestuje bez dostatočného finančného zabezpečenia. Záujemca sa najskôr zaregistruje, vyberie si cieľové miesto kam chce cestovať, následne ubytovanie (apartmán, izbu ap.) a zaplatí na účet Airbnb. Poskytovateľ služby dostane zaplatené až po poskytnutí ubytovania návštevníkovi. (tg)

**AirDNA** – sprostredkovateľ údajov o globálnych krátkodobých prenájmoch, ktoré poskytujú cieľovým miestam cestovného ruchu informácie o význame ubytovania v cestovnom ruchu. Kombináciou správ o trendoch na trhu a predikčných údajoch pomáha → cieľovým miestam odhadnúť ponuku i dopyt a porozumieť zmenám v → spotrebiteľskom správaní návštevníkov v cestovnom ruchu. (mg)

**AIT** → Medzinárodné turistické združenie

**Akadémia cestovného ruchu UNWTO** (UNWTO Tourism Academy) – online

zariadenie na podporu ľudského kapitálu v sektore cestovného ruchu, ktorý spĺňa súčasné a budúce požiadavky trhu s cieľom zvýšenia konkurencieschopnosti a udržateľnosti cieľových miest cestovného ruchu. Akadémia ponúka členským štátom portfólio produktov a možností na riešenie problémov a organizuje kurzy, semináre a zdroje na štúdium, a tak podporuje nadobudnutie zručností pre zajtrajšok na všetkých úrovniach zručností, vo všetkých odvetviach a profesiách cestovného ruchu s možnosťou kariérneho postupu v tomto sektore, a to aj s ohľadom na nové typy podnikov, produktov, služieb a profesií. (mg)

**Akapulský dokument** (Acapulco Protocol) – závery Svetového zhromaždenia cestovného ruchu, ktoré sa konalo v Acapulcu (Mexiko) v roku 1982 z podnetu Svetovej organizácie cestovného ruchu UNWTO, s cieľom informovať svetovú verejnosť o opatreniach, ktoré podnikli ich vlády v záujme popularizácie záverov → Manilskej deklarácie z roku 1980. Dokument vyzval štáty, aby svoje priority orientovali na právo na odpočinok, voľný čas, dovolenku, na vytvorenie sociálnych a zákonodarných podmienok umožňujúcich všetkým vrstvám obyvateľstva slobodu pohybu a právo na cestovanie, účasť na zahraničnom cestovnom ruchu. Zdôraznil význam domáceho cestovného ruchu v rozvoji moderného cestovného ruchu. Odporučil, aby sa do tejto činnosti zapojili zákonodarné, výkonné, finančné, odborové, podnikateľské, politické, kultúrne a ďalšie orgány a inštitúcie verejnej správy a koordinovali svoju činnosť. (mg)

**akcia, účastina** (share, stock) – doklad potvrdzujúci vlastnícky podiel a hlasovacie právo v akciovej spoločnosti. Ide o podiel akcionára na účastinnom kapi-

táli spoločnosti, ktorý dáva vlastníkovi oprávnenie na zodpovedajúci podiel hlasov, čistého dôchodku a aktív spoločnosti. Príjem akcionára plynúci z vlastníctva akcií je dividenda. (mg)

**akontácia** (advance payment) – platenie dohodnutej sumy vopred, t. j. pred poskytnutím služby alebo dodávky tovaru. Je určená na čiastočné krytie vzniknutých výrobných a odbytových nákladov. Určuje sa percentom z kúpnej ceny a vymáha ju odberateľ, ak dodávateľ nesplní záväzok dohodnutý v obchodnej zmluve. (mg)

**akreditív** (bill of credit) – platobný nástroj používaný v platobnom styku v cestovnom ruchu. Rozlišuje sa osobný (cestovný) akreditív, ktorý banka vystavuje svojmu klientovi a žiada svojho partnera – peňažný ústav v zahraničí o výplatu hotovosti klientovi uvedenému v akreditíve, resp. okružný osobný akreditív na výplatu na rôznych miestach. → Medzinárodné turistické združenie vydáva akreditív AIT, ktorým možno hradiť výdavky spojené s prevádzkou automobilu v zahraničí (napr. oprava, odťahová služba, zdravotné ošetrenie, právna pomoc). (mg)

**aktivita** (activity) – činnosť, správanie, ktorým jednotlivci, skupiny, podniky alebo organizácie chcú dosiahnuť istý cieľ. V cestovnom ruchu ide o sociálnu činnosť človeka, o aktivity vo voľnom čase, počas dovolenky, → kultúrne aktivity, → športové a rekreačné aktivity. (mg)

**aktivity cestovného ruchu** (tourism activities) – súbor celoročných, letných a zimných → športových a rekreačných, → kultúrnych aktivít, ktoré vo svojich produktoch ponúkajú hotely, cestovné kancelárie a cieľové miesta cestovného ruchu. (mg)

**aktívny zahraničný cestovný ruch** (inbound tourism) – príchod zahraničných

návštevníkov do cieľového štátu (→ príchodový cestovný ruch), ktorých spotrebné výdavky sa prejavujú v aktívach bilancie cestovného ruchu ako súčasťi platobnej bilancie navštíveného štátu [OSN, 2010a]. (mg)

**akulturácia** (aculturation) – proces kultúrnych zmien, v ktorých kontakty medzi rôznymi kultúrami vedú postupne k získavaniu a osvojovaniu nových kultúrnych prvkov a vzorov jednej kultúry od inej alebo navzájom medzi nimi. Ide o výsledok interakcie a vzájomného ovplyvňovania medzi dvoma alebo viacerými kultúrami v dôsledku migrácie, globalizácie, obchodných vzťahov alebo iných foriem medzikultúrnej interakcie. Medzi formy akulturácie patrí → asimilácia, integrácia, separácia a marginalizácia. (iš)

**akvapark** (aquapark) – rozsiahly, z veľkej časti zastrešený areál s ponukou športovo-rekreačných a ozdravných aktivít a služieb. Vonkajšie a vnútorné priestory okrem plávania v bazénoch poskytujú športové a relaxačné služby spojené s vodou (napr. tobogany, chrliče vody). Na svoju prevádzku využívajú morskú, termálnu, minerálnu alebo prírodnú vodu, niektoré akvaparky ponúkajú aj ubytovacie a stravovacie služby. (tg)

**akvizícia** (acquisition) – odkúpenie alebo pohltenie podniku s cieľom rastu a posilnenia postavenia na trhu. Akvizícia môže byť dobrovoľná alebo nedobrovoľná. Pri dobrovoľnej akvizícii v cestovnom ruchu zvyčajne nedôjde k zániku pohlcovaného podniku, ale k jeho začleneniu do holdingu, a pritom sa zachová obchodná značka. Najčastejšou príčinou akvizície je zmena podmienok podnikania (napr. problémy na konkurenčnom trhu, nedostatok moderných technológií, finanč-

né problémy). K nedobrovoľnej akvizícii (špekulatívnej) dochádza vtedy, keď podnik, ktorý odkúpi iný podnik, nemusí mať záujem na jeho prevádzkovaní. (mg)

**al pari** (al pari) – kurzová hodnota meny alebo cenných papierov, ktorá sa rovná nominálnej hodnote. V medzinárodnom platobnom styku znamená, že devízový kurz sa rovná parite vyjadrenej v rezervnej mene. (mg)

**all inclusive** → súbor všetkých služieb

**alocentrik** (allocentric) – návštevník so schopnosťou empatie, zaujímajúci sa o pocity, potreby a blaho iných ľudí a ochotu pomáhať im. Má tendenciu brať ohľad na spoločenské normy a očakávania a prijímať ich za svoje vlastné. V cestovnom ruchu alocentrik uprednostňuje objavovanie nových cieľových miest, vyznačuje sa ohľaduplnosťou k životnému prostrediu, kultúrnym pamiatkam a miestnej komunite. (am)

**alotment, zmluva na princípe alotmentu** (allotment contract, allocation contract) – kapacitná zmluva uzatvorená medzi cestovnou kanceláriou a dodávateľom služieb (ubytovacím zariadením), pri ktorej sa kontrahovaná kapacita platí iba v objednanom (spresnenom) množstve. Využíva sa pri menej štandardných produktoch alebo pri produktoch s nižším očakávaným dopytom. Výhodou je obmedzenie rizika, pretože cestovná kancelária zaplatí za kapacitu iba v prípade, že reálne získala od klienta objednávku. Nevýhodou je vyššia cena než pri garantovanej zmluve a aj negarantovaná disponibilita, t. j. že tú istú kapacitu ponúka ubytovacie zariadenie viacerým cestovným kanceláriám. V praxi sa rozlišuje → alotment s opciou, → alotment bez opcie a → alotment na dopyt. (kp)

**alotment bez opcie** (non deducting allotment) – kapacitná zmluva zabezpečujúca cestovnej kancelárii disponovanie určitým objemom kapacity dovtedy, kým sa ju ubytovaciemu zariadeniu nepodarí predať (napr. prostredníctvom inej cestovnej kancelárie). Po oznámení obsadenia kapacít (stop booking) ju cestovná kancelária nemôže ďalej predávať. (kp)

**alotment na dopyt** (allotment on request) – kapacitná zmluva zabezpečujúca cestovnej kancelárii disponovanie určitým objemom kapacity dovtedy, kým sa ju ubytovaciemu zariadeniu nepodarí predať. Ubytovacie zariadenie neoznamuje cestovnej kancelárii obsadenie kapacít, ale cestovná kancelária sa musí informovať o ich disponibilite, resp. žiadať kapacitu v každom jednotlivom prípade. Vzniká tak časová disproporcía medzi požiadavkou klienta a schopnosťou cestovnej kancelárie zabezpečiť disponibilitu kapacity. (kp)

**alotment s opciou** (allotment with back release period) – kapacitná zmluva zabezpečujúca cestovnej kancelárii disponovanie určitým objemom kapacity (napr. 5 izieb) do stanoveného termínu (napr. do piatich dní pred plánovaným obsadením kapacity mimo sezóny a do 21 dní v sezóne). Po vypršaní termínu sa producent služby (napr. ubytovacie zariadenie) snaží danú kapacitu predať iným spôsobom, t. j. cestovná kancelária na ňu nemá opciu. (kp)

**alpinizmus** (alpinism) – športová aktivita spojená s lezením na vrcholy a strmé horské masívy so značnou nadmorskou výškou a extrémnymi podmienkami. Je založený na fyzickej kondícii, horolezeckých technikách, zručnostiach a technickej vybavenosti. Expedície do vzdialených miest vyžadujú vedomosti z oblasti akli-

matizácie a ochrany pred poveternostnými podmienkami. Dôležitá je pritom bezpečnosť, pretože vysokohorské prostredie je nebezpečné a nepredvídateľné. Alpinizmus nie je len fyzická aktivita, ale aj zážitok, ktorý si vyžaduje odvalu a je spojený s objavovaním. (am)

**alternatívna medicína** (alternative medicine) – využíva sa v liečebnom kúpeľníctve okrem kúpeľnej liečby a klinickej medicíny. Ide napríklad o akupresúru, akupunktúru, aromaterapiu, osteopatiu. V súčasnosti sa presadzuje aj klasická čínska a indická medicína. (mg)

**alternatívny cestovný ruch** (alternative tourism) – súborné označenie pre formy cestovného ruchu zahŕňajúce návštevu cieľových miest a zapojenie návštevníkov do nekonvenčných aktivít. V praxi sa prejavuje napríklad ako → ekologický, → kultúrny, → dobrodružný, → vidiecky, → komunitný, → dobrovoľnícky a i. Zameriava sa na minimalizáciu negatívnych vplyvov na životné prostredie, kultúru a komunity, sústreďuje sa na podporu udržateľných postupov, miestnej ekonomiky a kultúrnej výmeny. Návštevníkom ponúka možnosť zažiť jedinečné a zmysluplné zážitky a zároveň zanechať pozitívny vplyv na cieľové miesta a komunity, ktoré navštvia. (am)

**ambulantná kúpeľná liečba** (ambulant spa treatment) – pozostáva z vyšetrenia a liečenia, prípadne aj diétného stravovania a absolvujú ju kúpeľní hostia, ktorí denne dochádzajú na procedúry a ubytovanie si zabezpečujú sami v sieti ubytovacích zariadení cestovného ruchu, u priateľov a známych ap. (mg)

**ambulantný predaj** (ambulant selling) – predaj mimo prevádzkovej jednotky pri rôznych → organizovaných podujatiach. Pri jeho zabezpečovaní je nevyhnutné reš-

pektovať charakter, rozsah a termín podujatia, odhad počtu návštevníkov, záväzné predpisy týkajúce sa ambulantného predaja. V závislosti od toho sa určuje sortiment, rozmiestenie ambulantných zariadení, organizačné, materiálne a personálne zabezpečenia predaja. Formou ambulantného predaja je aj → pouličný stánkový predaj jedál. (am)

**American Express** – organizácia, ktorá vydáva platobné karty a cestovné šeky pre bezhotovostné platby za služby a tovar u zmluvných partnerov (cestovné kancelárie, hotely, reštaurácie, požičovne áut, čerpace stanice ap.). Existuje od roku 1981. (mg)

**Americká asociácia touroperátorov** (United States Tour Operators Association – USTOA) – medzinárodná mimovládna organizácia, ktorej cieľom je zastupovanie záujmov touroperátorov a ochrana klientov pred bankrotmi cestovných kancelárií. Riadnymi členmi sú touroperátori podnikajúci v USA a ponúkajúci zájazdy po celom svete. Vznikla v roku 1972 v Kalifornii. (mg)

**Americká spoločnosť cestovných kancelárií** (American Society of Travel Agents – ASTA) – medzinárodná mimovládna organizácia, ktorá združuje nielen cestovné kancelárie, ale aj hotely, požičovne áut ap. Členovia sa zaväzujú dodržiavať etický kódex ASTA. Cieľom je zvýšenie profesionality svojich členov pri uspokojovaní potrieb návštevníkov v cestovnom ruchu, zastupovanie ich záujmov v styku s vládnymi inštitúciami, monitorovanie cestovných kancelárií za účelom identifikovania nepoctivých poskytovateľov služieb, vytváranie spravodlivého podnikateľského prostredia a konkurencie. Vznikla v roku 1931, sídlo má v Alexandrii pri Washingtone. (mg)

**AMFORHT** → Svetová asociácia pre vzdelávanie v hotelierstve a cestovnom ruchu

**amortizácia** (amortization) – fyzické a morálne opotrebenie hmotného majetku, pokles hodnoty aktív. V účtovníctve znamená odpis – peňažné vyjadrenie rozsahu opotrebenia kapitálových statkov v danom období. (mg)

**analýza nákladov a výnosov** (cost-benefit analysis – CBA) – metóda a systematický prístup na hodnotenie vplyvov projektov a politík. Zahŕňa porovnanie odhadovaných nákladov a prínosov s cieľom zistiť, či prínosy prevyšujú náklady vzhľadom na riziko a neistotu v budúcnosti. Kľúčovým krokom je peňažné vyjadrenie rôznorodých prínosov a nákladov pre zainteresované strany. Výpočet ukazovateľov, ako čistá súčasná hodnota alebo pomer prínosov a nákladov ukáže, či sa má projekt realizovať [Boardman, 2018]. Využíva sa nielen v súkromnom sektore, ale aj pri hodnotení verejných projektov s rôznym spoločenským vplyvom. Projekty realizované v cestovnom ruchu majú často pozitívne i negatívne spoločenské vplyvy, preto môže CBA dopomôcť k realizácii tých projektov, ktoré maximalizujú pozitívne vplyvy na ekonomiku a spoločnosť [Vanhove, 2013]. (lv)

**analýza PEST/PESTEL** (PEST/PESTEL analysis) – analýza externých faktorov – politických, ekonomických, sociálnych, technologických, resp. aj environmentálnych a právnych, ovplyvňujúcich činnosť podniku a organizácie, jej ziskovosť s cieľom zvýšenia konkurencieschopnosti na trhu. (dk)

**analýza podnikateľského portfólia** (analysis of entrepreneurial portfolio) – súčasť strategického plánovania, pri kto-

rom vedenie podniku vyhodnocuje podnikateľské aktivity zamerané na jeho rozvoj. Pri analýze sa identifikujú hlavné podnikateľské aktivity, odhaduje ich atraktivnosť a podpora, navrhnu spôsoby, ktorými možno najlepšie využiť konkurenčné výhody a príležitosti ponúkané vonkajším prostredím podniku. Analýza hodnotí podnikateľské portfólio z hľadiska atraktivnosti trhu danej aktivity (rast trhu) a sily jej pozície na trhu (podiel na trhu). Najznámejšou metódou analýzy portfólia je → matica BCG. (mg)

**analýza SWOT** (SWOT analysis) – manažérsky nástroj, ktorý sa používa na vyhodnotenie silných a slabých stránok, príležitostí a ohrození podniku a organizácie s cieľom posúdenia interných silných a slabých stránok na uskutočnenie určitého podnikateľského zámeru vrátane analýzy vonkajších príležitostí a ohrození určených trhom. (dk)

**analýza TOWS** (TOWS analysis) – manažérsky nástroj, ktorý sa používa na identifikáciu možností a ohrození vo vonkajšom prostredí a vnútorných silných a slabých stránok podniku/cieľového miesta. Kombinuje prvky analýzy SWOT, ktorá sa zameriava na vnútorné silné a slabé stránky a príležitosti a ohrozenia vo vonkajšom prostredí, a používa ich na vytvorenie konkrétnych stratégií pre podnik/cieľové miesto. Cieľom je vytvorenie ucelenej stratégie podnikania, ktorá zohľadňuje nielen vnútorné, ale aj vonkajšie faktory ako sú zmeny v legislatíve, technologický pokrok, zmeny na trhu alebo zmeny v preferenciách spotrebiteľov. Analýza umožňuje manažérom pripraviť sa na zmeny a prispôbiť sa rýchlo meniacemu sa prostrediu. Rozdiel medzi → analýzou SWOT a TOWS je v ich prístupe k riešeniu problémov. Analýza SWOT sa zameriava na identifi-

káciu faktorov, ktoré ovplyvňujú podnikanie, zatiaľ čo analýza TOWS poskytuje konkrétne návrhy na riešenie problémov a využíva kombináciu faktorov, poskytuje riešenia problémov a stratégie podniku/cieľového miesta cestovného ruchu. (dk)

**analýza trhu cestovného ruchu** (tourism market analysis) – systematický proces skúmania vzťahu medzi ponukou a dopytom po cestovnom ruchu. Pomáha podnikom cestovného ruchu získať odpovede na otázky týkajúce sa toho, čo, kde, ako, kedy a prečo zákazníci nakupujú, ako aj identifikovať príležitosti na predaj svojich produktov. (ez)

**anglické prestieranie** (english set) – podložka obdĺžnikového tvaru z papiera, textilu, prírodných materiálov alebo plastu, na ktorú sa kladú taniere s jedlami a poháre s nápojmi. Najčastejšie sa prestiera na stôl s leštenou doskou. (am)

**animácia v cestovnom ruchu** (animation in tourism) – organizovanie voľnočasových aktivít návštevníkov cieľových miest, hotelov, účastníkov výletnej plavby s cieľom zabaviť, uvoľniť, povzbudiť, rozveseliť, podnietiť k aktivite, nechať prejaviť fyzické a duševné schopnosti, tvorivosť, a tak sprostredkovať nové dojmy a zážitky. Predpokladom plánovania animačných aktivít sú zručnosti a skúsenosti → animátora, poznanie potrieb návštevníkov, materiálne zabezpečenie a primárna ponuka cieľového miesta. Vhodnou stratégiou v cieľovom mieste je spolupráca hotelov, kultúrnych a športových zariadení pri zabezpečovaní animačných aktivít. (kp)

**animátor** (fr. animateur, co-ordinator) – organizátor voľného času zodpovedný za plánovanie a dohľad nad programom voľnočasových kultúrnych a športových aktivít v cieľovom mieste, v hoteli alebo na

výletnej lodi. Podnecuje cestujúcich zúčastniť sa na aktivitách a komunikovať v jazyku, ktorému rozumie väčšina účastníkov. Animátori sa špecializujú podľa povolania, ktoré vykonávajú, napríklad na športové aktivity, tanec, výtvarné umenie, divadlo, umelecké remeslá, fotografiu, starostlivosť o deti ap. (kp)

**animovaná kultúra** (animated culture) → organizované podujatia (festivity, karnevaly, tradičné programy, rekonštrukcie historických udalostí a scény z bežného života minulých čias) sa organizujú za účelom zvýšenia → atraktívnosti cieľových miest. Zahŕňame sem aj podujatia prospievajúce k zachovaniu kultúrnej identity a ľudových tradícií minoritných etník. (zp)

**anketa** (survey) – metóda dopytovania na orientačné zistenie odpovedí na 2 – 3 otázky, zvyčajne od náhodne vytvoreného súboru osôb (napr. účastníci exkurzie). Dôraz sa kladie na rýchlosť, menej na presnosť. Vzhľadom na získané údaje je ich hodnota zvyčajne nízka. (vm)

**antické umenie** (antic art) – umenie starovekého Grécka (po zániku mykénskej civilizácie a od príchodu gréckych kmeňov Achájcov, Iónov, Aiolov a Dórov), gréckych kolónií a Rímskej ríše od 1. tisícročia pred n. l. asi do roku 500 n. l. Zahŕňa výtvarné umenie (sochárstvo), architektúru (pretiahnutý pôdorys, stĺpy a strecha so štítom) a všetky druhy a žánre literatúry – poézia (lyrika aj epika), tragédia, komédia, v próze historiografia, náučná próza, dobrodružný román. (iš)

**antropogénna atraktivita** (man-made attractions) – zdroje cestovného ruchu ako zložka primárnej ponuky cestovného ruchu, ktoré tvoria výtvary ľudskej činnosti ako sú architektonické pamiatky, umelecko-výtvarné diela, → folklór, →

archeologické náleziská, historické miesta bojov, kultúrno-osvetové zariadenia, → tematické parky a → organizované podujatia. (dk)

**antropológia** (anthropology) – vedná disciplína zaoberajúca sa formami ľudského života, jeho hmotnými a duchovnými prejavmi [Jindourek, 2001]. V cestovnom ruchu sa využívajú najmä poznatky archeologickej a sociokultúrnej antropológie. Archeologická antropológia rekonštruuje, popisuje a interpretuje ľudské správanie a kultúrne vzorce skúmaním materiálnych pozostatkov z minulosti. Objektom záujmu návštevníkov v cestovnom ruchu sú → archeologické náleziská ako lokality dejinných udalostí a archeologické nálezy, ktoré sa uchovávajú v múzeách. Sociokultúrna antropológia skúma vznik, vzájomné ovplyvňovanie a zánik ľudských spoločností. V cestovnom ruchu dochádza k vzájomnému ovplyvňovaniu a preberaniu vzorcov správania spojených s cestovaním a trávením voľného času a k → akulturácii. (mg)

**antropológia cestovného ruchu** (tourism anthropology) – súčasť sociokultúrnej antropológie, ktorá skúma tradičnú kultúru a cestovný ruch vo vzájomnej interakcii → zainteresovaných na rozvoji cestovnom ruchu, t. j. návštevníkov (hostí), sprostredkovateľov, poskytovateľov služieb, zamestnancov zariadení cestovného ruchu a → rezidentov (hostiteľov) cieľových miest. Vznikla v podmienkach rastúcej účasti obyvateľstva na cestovnom ruchu v 70. rokoch 20. storočia a skúma ako vplývajú pozitívne a negatívne prejavy tohto akulturačného javu a spôsobu života na tradičnú kultúru cieľových miest a na návštevníkov [Půtová, 2019]. (mg)

**apartmán** (apartment, suite) – druh luxusnej izby v hoteli s kuchynským kútom.

Pozostáva z dvoch miestností, z ktorých jedna je na denný pobyt. Hotely ponúkajú ubytovanie v rôznych typoch apartmánov, napríklad štandardnom, svadobnom, rodinnom, biznis, junior, prezidentskom, kráľovskom ap. (tm)

**apartmán pre významných hostí** (suite for very important person) – zvyčajne luxusný apartmán vybavený dizajnovým nábytkom, originálnymi obrazmi, trezorom, saténovou posteľnou bielizňou, modernou elektronikou s diaľkovým ovládaním ap. (lh)

**apartmánový dom** (condominium) – parahotelové ubytovacie zariadenie, ktoré je zvyčajne vo vlastníctve viacerých jednotlivcov – majiteľov apartmánov. Ide o samostatné ubytovacie jednotky – apartmány, ktoré zahŕňajú spálňu, obývací priestor, kuchyňu a kúpeľňu. Majitelia ich často dávajú aj do krátkodobého prenájmu. Môžu byť vo vlastníctve a prevádzke nezávislé, prípadne aj súčasťou väčšieho hotelového komplexu. Tento typ ubytovania je obľúbený medzi turistami, ktorí uprednostňujú väčší priestor, súkromie a pohodlie s vlastným stravovaním. (am)

**apartmánový hotel** (aparthotel) – druh hotela, ktorého ubytovacími jednotkami sú apartmány. Pozostávajú z jednej alebo viacerých miestností na spanie a na denný pobyt, kuchynky a kúpeľne. V apartmánovom hoteli môže, ale nemusí byť reštaurácia. Ubytovací štandard je niekedy nižší, ako v hoteli. (am)

**aperitív** (aperitif) – alkoholický nápoj, ktorý sa v malom množstve servíruje hosťom 10 až 15 minút pred konzumáciou na podporu chuti do jedla a uvoľnenie konverzácie hostí. Ako aperitív sa najčastejšie podáva destilát, vermút alebo šumivé víno. (tm)

**API** → aplikačné programovacie rozhranie

**aplikácia hotela** (onboard application) – mobilná alebo webová aplikácia používaná počas pobytu hosťa v hoteli, ktorá zlepšuje jeho zážitok ponukou služieb, informácií, rezervovaním alebo komunikáciou so zamestnancami. (mk)

**aplikačné programovacie rozhranie** (application programming interface – API) – súbor pravidiel a protokolov, ktoré umožňujú informačným systémom vzájomnú komunikáciu a výmenu údajov, napríklad pri integrácii systémov rezervovania s webovou stránkou či hotelového informačného systému s účtovným systémom, parkovacím systémom, systémom vykurovania, osvetlenia ap. Cez API komunikujú hotelové informačné systémy aj napríklad s → online cestovnými kancelárkami alebo informačnými systémami cestovných kancelárií. (mk)

**aplikovaný výskum** (applied research) – typ vedeckého výskumu, ktorý sa zameriava na riešenie konkrétnych problémov praxe a využitie poznatkov primárneho výskumu v reálnom prostredí. Jeho cieľom je aplikovať vedecké poznatky a technológie na konkrétne problémy a potreby podnikov a organizácií, čím prispieva k inováciám, zlepšeniu existujúcich postupov, vývoju nových produktov a služieb, k hľadaniu nových trhov cieľových skupín zákazníkov. (vm)

**après-ski** (fr. après-ski, after-skiing) – spoločenské aktivity a zábava, ktoré sa konajú v gastronomických a ubytovacích zariadeniach po celodennom lyžovaní. (tg)

**arborétum** (arboretum) – plochy s domácimi a cudzokrajnými okrasnými a úžitkovými drevinami, ktoré sú adaptované a schopné prezimovať v našich geogra-