

# SLOVAR

## **Turizem**

Svetovna turistična organizacija Združenih narodov (UNWTO) opredeljuje turizem kot dejavnost obiskovalcev in določa, da je »obiskovalec potnik, ki se odpravi na potovanje na glavno destinacijo izven svojega običajnega okolja, za manj kot eno leto, za kateri koli glavni namen (poslovni, prosti čas ali drug osebni namen), razen zaposlitve pri rezidentskem subjektu v obiskani državi ali kraju »

(<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>).

## **Popotnik**

Nekdo, ki se premika med različnimi geografskimi lokacijami, za kateri koli namen in v katerem koli času (<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>).

## **Turist (ali nočni obiskovalec)**

Obiskovalec je označen kot turist (ali prenočevalec), če njegovo/njeno potovanje vključuje tudi prenočitev, v nasprotnem primeru je enodnevni obiskovalec (ali izletnik)

(<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>).

## **Obiskovalec**

Potnik, ki potuje na glavno destinacijo zunaj svojega običajnega okolja, za manj kot eno leto, za kateri koli glavni namen (posel, prosti čas ali drug osebni namen), razen da bi bil zaposlen pri rezidentskem subjektu v obiskani državi ali kraju

(<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>).

## **Turistične storitve**

Storitve za obiskovalce.

## **Turistična vrednostna veriga**

Turistično vrednostno verigo lahko definiramo kot sistem, ki opisuje, kako podjetja zasebnega sektorja v sodelovanju z vlado in civilno družbo prejemajo ali dostopajo do virov kot vložkov, dodajajo vrednost skozi različne procese (načrtovanje, razvoj, financiranje, trženje, distribucija, cene, pozicioniranje, med drugim) in prodajajo nastale izdelke strankam.

[https://sustainablelabels.eu/wp-content/uploads/2021/07/2\\_Value-chain\\_K.Milicevic.pdf](https://sustainablelabels.eu/wp-content/uploads/2021/07/2_Value-chain_K.Milicevic.pdf)

## **VET**

Poklicno in izobraževalno usposabljanje.

## **Invalidi**



Prekomerni turizem je "vpliv turizma na destinacijo ali njene dele, ki pretirano vpliva na zaznano kakovost življenja državljanov in/ali kakovost izkušenj obiskovalcev na negativen način" (UNWTO). Običajno je pojav prevelikega turizma posledica prevelike koncentracije turistov (geografske in/ali časovne), kar ima za posledico gnečo in prenatrpanost destinacije in/ali turističnih znamenitosti. Izziv za najbolj prizadete destinacije je upravljanje turizma in ne povečanje števila turistov.

### **Poslovna inteligenca (BI)**

Iskanje poslovnih priložnosti z analizo podatkov. Izvajanje poslovnih procesov proizvaja podatke. Z analizo teh podatkov z digitalnimi orodji (npr. s statistično programsko opremo) je mogoče temeljito razumeti obnašanje turistov in posledično oblikovati natančnejšo (tudi prilagojeno) in donosnejšo ponudbo. Celotna analiza podatkov o poslovnih stroških (npr. stroški električne energije) omogoča ustvarjanje znatnih prihrankov energije brez vpliva na kakovost storitev.

### **Evropska mreža za dostopni turizem (ENAT)**

Neprofitno združenje z več deležniki, ustanovljeno v Belgiji leta 2008, katerega poslanstvo je narediti evropske turistične destinacije, izdelke in storitve dostopne vsem obiskovalcem ter spodbujati dostopen turizem po vsem svetu.

### **Mednarodna organizacija civilnega letalstva (ICAO)**

Specializirana agencija Združenih narodov, ki usklajuje načela in tehnike mednarodne zračne navigacije ter spodbuja načrtovanje in razvoj mednarodnega zračnega prometa, da se zagotovi varna in urejena rast. ICAO sprejema standarde in priporočene prakse v zvezi z zračno navigacijo, njeno infrastrukturo in olajšanjem postopkov prečkanja meja za mednarodno civilno letalstvo.

### **Turistični produkt**

Kombinacija materialnih in nematerialnih elementov, kot so naravni, kulturni in umetni viri, zanimivosti, objekti, storitve in dejavnosti okoli določenega interesnega središča, ki predstavlja jedro spletnega trženja destinacije in za potencialne stranke ustvarja celotno izkušnjo obiskovalcev, vključno s čustvenimi vidiki. Turistični produkt se oblikuje in prodaja prek distribucijskih kanalov in ima življenjski cikel" (UNWTO)

### **Svetovni svet za potovanja in turizem (WTTC)**

Svetovna avtoriteta za gospodarski in družbeni prispevek potovanj in turizma. WTTC spodbuja trajnostno rast sektorja potovanja in turizma ter sodeluje z vladami in mednarodnimi institucijami pri ustvarjanju delovnih mest, spodbujanju izvoza in ustvarjanju

blaginje. Člani sveta so predsedujoči, predsedniki in izvršni direktorji vodilnih svetovnih potovalnih in turističnih podjetij v zasebnem sektorju.

### **Svetovna turistična organizacija Združenih narodov (UNWTO)**

Agencija Združenih narodov za promocijo odgovornega, trajnostnega in univerzalno dostopnega turizma. UNWTO spodbuja turizem kot gonilo gospodarske rasti, vključujočega razvoja in okoljske trajnosti ter nudi vodilno vlogo in podporo sektorju pri spodbujanju politik znanja in turizma po vsem svetu.

### **Mednarodna organizacija socialnega turizma (ISTO)**

Mednarodna neprofitna organizacija, ustanovljena leta 1963 pod imenom International Bureau of Social Tourism (BITS). Z združevanjem deležnikov iz sektorjev socialnega, trajnostnega in solidarnostnega turizma z vsega sveta ISTO spodbuja dostopen in odgovoren turizem.

### **Evropski odbor za standardizacijo (CEN)**

Združenje, ki sta ga Evropska unija in Evropsko združenje za prosto trgovino (EFTA) uradno priznala kot odgovorno za razvoj in opredelitev prostovoljnih standardov na evropski ravni. CEN združuje nacionalne standardizacijske organe 34 evropskih držav in zagotavlja platformo za razvoj evropskih standardov in drugih tehničnih dokumentov v zvezi z različnimi vrstami izdelkov, materialov, storitev in procesov, vključno z zdravjem in varnostjo, zdravstvenim varstvom, storitvami in transportom.

### **Ekonomičnost z nizkim dotikom**

Ekonomija nizkega dotika se nanaša na način, kako so bila podjetja po vsem svetu prisiljena delovati zaradi Covid-19. Na splošno se ekonomija z nizkim dotikom, imenovana tudi brezkontaktna ekonomija, nanaša na medosebne in druge interakcije (na primer s površinami, ročaji itd.), ki so sestavljene iz brez ali z minimalnim fizičnim stikom. Glavni cilj je preprečiti širjenje mikrobov z dotikom različnih površin ali v neposredni oziroma neposredni bližini drugih ljudi v poslovnem okolju.

### **Odprti podatki**

Odprti podatki so digitalni nabor podatkov, ki pripadajo javnim ali zasebnim organizacijam, ki so javno objavljeni in jih lahko uporablja kdorkoli. Na primer, lokalna vlada se lahko odloči, da bo objavila nize podatkov o turističnih tokovih, povezanih z odgovornostjo na njenem področju. Podobno lahko upravljavec javnega parkirišča deli podatke o parkiranih vozilih. Odprti podatki so pomembni, ker omogočajo vpogled v dinamiko turistične destinacije.

### **Veliko podatkov**

Veliki nizi podatkov, strukturirani ali nestrukturirani, katerih obdelava zahteva visoko zmogljive sisteme. Fenomen velikih podatkov se je pojavil v povezavi z enormno produkcijo podatkov s pomočjo najrazličnejših digitalnih naprav (npr. spletnih strežnikov, pametnih telefonov, videonadzornih sistemov itd.). Shranjevanje in obdelava te ogromne količine podatkov zahteva veliko bolj zmogljive sisteme programske in strojne opreme kot tradicionalni transakcijski sistemi (uporabljajo se na primer za rezervacije hotelskih sob, beleženje stroškov, izdajanje računov itd.).

### **Upravljanje odnosov s strankami (CRM)**

Marketinški pristop implementiran preko posebne programske opreme, namenjen ohranjanju dolgoročnih odnosov s kupci. CRM sistem zbira podatke o vsaki stranki iz različnih virov (podatki o porabi, povpraševanju, rezervacijah, reklamacijah, plačilih ipd.) in skuša razumeti in predvideti njihova pričakovanja, da bi skozi čas vzpostavili in vzdrževali odnose v obojestransko zadovoljstvo.

### **Sistemi upravljanja nepremičnin (PMS)**

Računalniško podprti informacijski sistemi, ki olajšajo vsakodnevno delovanje katerega koli nastanitvenega podjetja, kot so rezervacije, recepcija, gospodinjstvo, vzdrževanje, zaračunavanje in analiza podatkov o prihodkih. Upravnikom ponujajo možnost upravljanja celotne nepremičnine z edinstvenim programskim sistemom. Glavni cilj PMS je pospešiti in optimizirati obstoječe procese, da se prihrani čas in sredstva hotelskih menedžerjev.

### **Sistem za podporo odločanju (DSS)**

Programski sistem za podporo managementu pri poslovnih odločitvah. DSS zbira podatke iz različnih virov, notranjih in zunanjih v podjetju, jih prikazuje v tabelah, grafih ipd. ter daje predloge na podlagi statistično-matematičnih modelov. DSS lahko na primer zagotovi analizo stroškov in prihodkov v preteklih obdobjih ter pripravi napoved prihodnjih stroškov in prihodkov itd.

### **Upravljanje uspešnosti (PM)**

Poslovni proces, zasnovan za spremljanje doseganja specifičnih ciljev uspešnosti s strani organizacije. Vodstvo določi cilje (običajno predstavljene z razponi vrednosti določenih ciljnih KPI) in datume spremljanja. Ko podjetje napreduje, se KPI izračunajo in primerjajo s ciljnimi KPI. Na podlagi primerjave se izvajajo popravljalni ukrepi.

### **Ključni kazalnik uspešnosti (KPI)**

Kazalnik, kvantitativni ali kvalitativni, reprezentativen za specifično poslovno uspešnost. Tipičen KPI je lahko število proizvedenih enot izdelka, odstotek ravnih stroškov energije namesto zaposlenih človeških virov itd.

## **Upravljanje vsebine**

Proces, namenjen upravljanju različnih vrst vsebin (besedil, zvokov, grafik, videoposnetkov), običajno v spletnem okolju. Podpirajo ga posebni programski sistemi, imenovani Content Management Systems (CMS). Običajno CMS uporabniku brez posebnega računalniškega znanja omogoča upravljanje (vstavljanje, urejanje, brisanje) vsebine spletnih strani spletnega mesta.

## **Internetne stvari (IOT)**

Aplikativna razširitev internetne tehnologije, ki podpira interakcije med človekom in fizičnimi objekti (stvari) ali med fizičnimi objekti. V ta namen mora imeti vsak vključen objekt ustrezne zmogljivosti za shranjevanje, obdelavo in komunikacijo podatkov. Na primer uporaba pametnega telefona za interakcijo na daljavo s sistemom ogrevanja doma ali varnostnim sistemom doma. Ali pa lahko stroj sam diagnosticira napako, aktivira ustrezne varnostne postopke in pošlje zahtevo za popravilo tehničnemu servisnemu centru.

## **Razširjena resničnost (AR)**

Vsaka tehnologija, ki 'poveča' uporabnikovo vizualno (in v nekaterih primerih slušno) zaznavanje okolja. Običajno se digitalne informacije nanesejo na obstoječe okolje/predmete iz resničnega sveta.

Na primer, zahvaljujoč AR lahko turisti, ki obišejo spomenike, uporabljajo mobilne naprave za prikaz dodatnih informacij in prekrivajočih se multimedijskih vsebin (videoposnetkov in 3D animacij), vidijo njihov razvoj skozi čas, vidijo rekonstrukcije in 3D okolja, kjer so prisotne ruševine, itd.

## **Navidezna resničnost (VR)**

Tehnologija, ki zagotavlja računalniško ustvarjeno 3D okolje (vključno z računalniško grafiko in 360-stopinjskim videom), ki obdaja uporabnika in se odziva na dejanja posameznika na naraven način, običajno prek potopnih naglavnih zaslonov. Prepoznavanje kretenj ali ročni krmilniki omogočajo sledenje rokam in telesu, lahko pa se vključijo tudi haptične (ali na dotik) povratne informacije

Na primer, zahvaljujoč VR lahko turisti vnaprej izkusijo destinacijo in si predogledajo lokalne znamenitosti. Interaktivne, realistične, enostavne in podrobne VR navigacije pomagajo turistom pri načrtovanju potovanja in aktivnosti.

## **Metaverzum**

Digitalni virtualni prostor z določeno mero verodostojnosti, kjer so ljudje kot avatarji, [interact](#) eden z drugim in lahko hodijo, igrajo se, nakupujejo, družijo enako kot to počnejo v realnem življenju.

### **Ustno izročilo**

Postopek pripovedovanja ljudem, ki jih poznate, o določenem izdelku ali storitvi, običajno zato, ker mislite, da je dober, in jih želite spodbuditi, da ga preizkusijo. Od ust do ust je najuspešnejša oblika komunikacije pri vplivanju na odločitve glede nakupov. V digitalnem trženju se beseda od ust do ust nanaša na širjenje informacij, nasvetov, mnenj in ocen med osebo in občinstvom prek družbenih omrežij: med pripovedovalcem in občinstvom ni več osebnega odnosa. Trženje od ust do ust je rezultat promocije ali vpliva drugega podjetja.

### **Smernice za dostopnost spletne vsebine (WCAG)**

En sam skupni standard za dostopnost spletne vsebine, ki izpolnjuje potrebe posameznikov, organizacij in vlad na mednarodni ravni. Dokumenti WCAG pojasnjujejo, kako narediti spletno vsebino bolj dostopno invalidom.