**FOGALOMTÁR1 3.1. ppt-hez, ABC sorrendben:**

* Adottságok: azok az elemek a célterületen, melyek jelenkori beavatkozás nélkül is fellelhetők. A turizmus létrejöttének feltételeit alkotják, vagyis a turizmus erőforrásait jelentik. Megkülönböztetünk természeti adottságokat (klíma, domborzat, flóra és fauna, illetve ezek elterjedése, levegő és vizek állapota) és kulturális vagy más néven társadalmi adottságokat (hagyományok, kapcsolatok rendszere, viselkedési normák, vendégszeretet, vallás, történelmi múlt, épített környezet). Az adottságok speciális csoportjának tekintjük az infrastruktúra (közüzemi- és szolgáltatási infrastruktúra) állapotát. Az adottságok típusa és elérhetősége befolyásolják a turizmus ütemét és erősségét a célterületen.
* Agenda 21: A fenntartható fejlődés érdekében elfogadott dokumentum (1992). *Feladatok a XXI. századra*. Környezetvédelmi és azzal kapcsolatos társadalmi-gazdasági problémák sokoldalú, rendezett összefoglalása, ajánlások és programok jegyzéke.
* Attrakció: Attrakciónak akkor tekinthetünk egy létesítményt vagy eseményt, amennyiben mind a helyi lakosság, mind pedig a turisták köréből képes látogatókat vonzani. A legtöbb attrakció elsősorban kikapcsolódási és szórakozási lehetőségeket kínál a látogatóknak szabadidejük élvezetes eltöltésére.
* Desztináció: a turisták által meglátogatott hely, ahol a kínálat mennyisége és minősége határozza meg a desztináció vonzerejét. WTO (1993) szerint - turisztikai attrakciókkal, intézményekkel, szolgáltatásokkal bíró hely, amit a turista vagy annak egy csoportja látogatásra kiválaszt és amit a turisztikai kínálati oldal piacra visz, értékesít.
* Egészségturizmus: Az utazás motivációja az egészség. Egészség megőrzése és betegségek megelőzése (prevenció), feltöltődés, gyógyulás és rehabilitáció, mozgás öröme családi és baráti körben.
* Életminőség: Általános megközelítésben: az egyén (vagy népesség, népességcsoport) "jól-lét"-érzésének fokmérője, a különböző, számukra fontos testi és lelki aspektusok mentén - figyelembe véve az életminőség objektív és szubjektív vetületeit is. A fejlett országokban újrafogalmazták a társadalom alapvető célkitűzéseit, amely szerint a fejlődés útja nem a mindenáron való gazdasági növekedés, hanem az emberek jóllétének, életminőségének javítása.
* Fenntartható fejlődés: „…olyan fejlődési folyamat, amely kielégíti a jelen szükségleteit anélkül, hogy csökkentené a jövendő generációk képességét, hogy kielégítsék a saját szükségleteiket.” (Our common future, Brundtland, G.H. 1987)
* Fenntartható turizmus és vetületei: A fenntartható turizmus „az az idegenforgalom, amely teljes mértékben figyelembe veszi a jelenlegi és jövőbeli gazdasági, társadalmi és környe-zeti hatásokat, valamint a turisták, az iparág, a környezet és a befogadó közösségek igényeit.” (UNEP–WTO, 2005). Fő akcióterületei: inkluzív és fenntartható gazdasági növekedés; széleskörű társadalmi részvét, a foglalkoztatottság növelése, a szegénység csökkentése; erőforrás-hatékonyság, környezetvédelem és klímaváltozás mérséklése; kulturális értékek, sokszínűség és örökség védelme és továbbadása; kölcsönös megértés, béke és biztonság.
* Hivatásturizmus: Tevékenységünkkel, munkánkkal összefüggő utazás. Az utazás célja lehet kapcsolatépítés az üzleti vagy tudományos életben, megismerni a szakma újdonságait, új irányait, bekapcsolódni és bemutatkozni regionális és globális szinten.
* Infrastruktúra: A közlekedés, hírközlés területén infrastruktúrának nevezünk minden olyan berendezést és az általuk létrehozott minden olyan hálózatot, amely a szállításhoz és hírközléshez szükséges. Ide tartoznak tehát a szárazföldi (közúti, vasúti) szállítási, belvízi szállítási (folyók, csatornák), tengeri szállítási (kikötők, hajóutak), légi közlekedési (repülőterek, légifolyosók) hálózatok. Továbbá infrastruktúrát alkotnak a vízelosztási, energiaelosztási (villanyáram, olaj, gáz) és távközlési (telefon, rádió, televízió, telematika stb.) hálózatok, beleértve a műholdrendszereket.[2] Az infrastruktúra fogalmát tágabban értelmezve beszélhetünk például társadalmi, oktatási, stb. infrastruktúráról. Utóbbi esetén az oktatás feltételeit biztosító eszközállományt és az oktatási intézmények hálózatát érthetjük alatta. A humáninfrastruktúrához tartozhat például az oktatási, a szociális és az egészségügyi intézmények hálózata. <https://www.szomagyarito.hu/szocikk.php?id=1818>
* Kereslet: A kereslet egy olyan mennyiséget jelent, amelyet a vásárlók a termékből adott áron adott időtartam alatt képesek és hajlandóak megvásárolni.
* Kínálat a turizmusban: azok az elemek, értékek, tényezők, szolgáltatások a fogadóterületen (desztinációban), melyek az oda látogatók igényeit hivatottak kielégíteni, továbbá a kínálat megjelenítését elősegítő intézményrendszer. A kínálat a cégek/vállalkozók eladási szándékát fejezi ki. Közgazdasági megközelítésben ez az a mennyiség, amelyet az termelők adott időben az adott ár mellett hajlandóak és képesek eladni.
* Kulturális turizmus: Az utazás során motiváció a kultúra megismerése. Kíváncsiság más kultúrák iránt, megismerni és tapasztalatot gyűjteni a világról, személyesen részese lenni nagy rendezvényeknek és fesztiváloknak.
* Menedzsment: A menedzsment egy olyan társadalmilag elkülönült funkció, amely egy szervezet emberi, pénzügyi, fizikai és információs erőforrásai tervezésének, azokról való döntéseknek, szervezésének, vezetésének és irányításának folyamata, a szervezet céljainak eredményes és hatékony megvalósítása érdekében. A menedzsment funkciói: Tervezés; Szervezés; Irányítás; Vezetés.
* Motiváció: Cselekvésre késztető tényező, amely növeli a személy hajlandóságát és észszerű ok lesz neki arra, hogy megtegyen egy elvárt cselekvést vagy engedelmeskedjen egy utasításnak.
* Niche-termék: Rés-termék. Valamilyen különleges termék a piac egy sajátos csoporjának – kiélezett verseny nélkül – jól eladható. A termékfejlesztésben a piaci réseket keresik, ez a tevékenység egyik mozgatója.
* Szolgáltatás: A szolgáltatás egy kézzel meg nem fogható munka eredménye, ami a szolgáltatás igénybevevőjének valamilyen értékkel bír. A szolgáltatás során nem hozunk létre anyagi jellegű javakat. A szolgáltatási szektor, (tercier szektor, vagy harmadlagos szektor) a fejlett gazdaságok három legfontosabb gazdasági ágazata közé tartozik. A szolgáltatások lényegében a szükségletek kielégítésére végzett tevékenységek összefoglaló elnevezése. A szolgáltatás jellemzői: a szolgáltatás eredménye fizikai mennyiségben nem mérhető; a szolgáltatás igénybevétele általában maga a „fogyasztás”; szolgáltatásnyújtáshoz általában szükséges a fogyasztó jelenléte is.
* Vonzerő: Turisztikai szempontból vonzerő lehet környezetünk olyan természeti, társadalmi, gazdasági és tudati tényezője, amely pénzben ki nem fejezhető értékkel bír, és a hely meglátogatására készteti a turistákat. A vonzerő csak akkor válhat a turizmus számára hasznosíthatóvá, ha megfelelő kiszolgáló létesítményekkel párosul.