

30. 06. 2008

- 1. Najvažniji faktori koji su doprineli naglom razvoju turizma i početku epohe savremenog turizma su:**
 - a) razvoj nauke i tehnologije, razvoj tehnologije putovanja i njihove organizacije, krupne političke promene, razvoj turističke ponude
 - b) slobodno vreme i slobodna novčana sredstva
 - c) razvoj turističkih agencija, angažovanje države u razvoju turizma, direktni ekonomski uticaji turizma

- 2. Podbilans platnog bilansa u kome se nalaze prihodi po osnovu turizma naziva se:**
 - a) bilans nerobnih prihoda i rashoda
 - b) trgovinski bilans
 - c) aktivni i pasivni bilans

- 3. Korišćenjem drumskog saobraćaja ostvareno je u 2004.godini:**
 - a) 702 miliona dolazaka
 - b) 698 miliona dolazaka
 - c) 343 miliona dolazaka

- 4. Najveći broj putničkih automobila 1994.god registrovan je u:**
 - a) SAD
 - b) Nemačkoj
 - c) Kanadi

- 5. U najpoznatijim turističkim zemljama Evrope osnovu kategorizacije čine:**
 - a) Opremljenost i usluge kao minimalni uslovi
 - b) Opremljenost i usluge i maksimalni uslovi
 - c) Uređenost i opremljenost kao minimalni uslovi i usluge

- 6. Nacionalni turing-klubovi u drugoj polovini XIX veka osnovani su sa zadatkom unapređenja i razvoja oblika:**
 - a) Inicijativnog turizma
 - b) Receptivnog turizma
 - c) Oblika turizma zasnovanih na automobilskom prevozu

- 7. Prema tome da li više daje ili prima u turističkom prometu i potrošnji turističko tržište se može označiti kao:**
 - a) domaće ili međunarodno
 - b) inicijativno ili receptivno
 - c) aktivno ili pasivno

8. Porast cena prevoza, smeštaja i ishrane na segment poslovnih putnika utiče:

- a) proporcionalno
- b) obrnuto proporcionalno
- c) gotovo nikako

9. Organizator putovanja Enterprise nalazi se u sastavu:

- a) Thomson Travel-a
- b) British Airways-a
- c) TUI (Touristik Union International)

10. Banjska i klimatska lečilišta spadaju u:

- a) osnovne smeštajne kapacitete
- b) komplementarne smeštajne kapacitete
- c) nekategorisane smeštajne kapacitete

11. Osnovni elementi organizacije hotela su:

- a) osnovna i obrtna sredstva
- b) odeljenja i radne funkcije
- c) radni kolektiv i sredstva za proizvodnju

12. Po svojoj sadržini ugovori o prodaji karata su:

- a) ugovori o zastupanju
- b) ugovori o alotmanu
- c) ugovori o menadžmentu

13. „Poverljive“ (Confidential) tarife namenjene su:

- a) krajnjim korisnicima
- b) putničkim agencijama
- c) avio kompanijama

14. Mogući broj noćenja predstavlja veličinu koja se dobija:

- a) množenjem ukupnog broja postelja sa prosečnom popunjenošću kapaciteta u godini
- b) množenjem ukupnog broja noćenja sa 365 dana
- c) množenjem ukupnog broja postelja sa 365 dana

15. Pravac rasta u kome preduzeće traži izvore za svoj rast izvan osnovne delatnosti naziva se

- a) ekspanzija
- b) diversifikacija
- c) vertikalna integracija

30. 06. 2008

- 1. Svetska turistička organizacija preporučuje da se koriste sledeće kategorije pri evidentiranju turističkog prometa:**
 - a) posetilac, turista i jednodnevni posetilac**
 - b) turista, ekskurzista i tranziter
 - c) posetilac, turista i tranziter

- 2. Platni bilans se sastoji iz dva osnovna dela i to:**
 - a) trgovinski bilans i bilans nerobnih prihoda i rashoda**
 - b) trgovinski i turistički bilans
 - c) turistički bilans i bilans nerobnih prihoda i rashoda

- 3. Učešće vazdušnog saobraćaja u međunarodnim turističkim putovanjima 2004. godine bilo je:**
 - a) 43%**
 - b) 59%
 - c) 73%

- 4. Početak stvaranja inicijativnih društvenih organizacija označilo je osnivanje:**
 - a) Alpin Club-a u Francuskoj
 - b) ENIT-a u Italiji
 - c) British Club-a u Velikoj Britaniji**

- 5. WATA je svetsko udruženje koje okuplja:**
 - a) avio kompanije
 - b) hotele i restorane
 - c) putničke agencije**

- 6. Rast turističke tražnje u odnosu na porast prihoda u privredno razvijenim zemljama je:**
 - a) proporcionalan
 - b) znatno brži**
 - c) znatno sporiji

- 7. Prema vidovima turizma razlikuju se sledeći vidovi turističke propagande:**
 - a) za razvoj domaćeg i za razvoj inostranog turizma**
 - b) za razvoj letnjeg, za razvoj zimskog i za razvoj turizma u gradovima
 - c) za razvoj aktivih i za razvoj pasivih vidova turizma

8. Devizni prihod od turizma u Srbiji, 2005.godine, iznosio je:

- a) 304 miliona dolara
- b) 1,2 milijardi dolara
- c) 854 hiljada dolara

9. U Srbiji je dominirajući globalni distributivni sistem:

- a) Sabre
- b) Amadeus
- c) Apolo

10. Struktura hotelskih kategorija u Španiji i Grčkoj ima:

- a) Sinusoidni oblik
- b) Piramidalni oblik
- c) Pravougaoni oblik

11. Nemački organizator putovanja NUR je u potpunosti u vlasništvu:

- a) Dojče banke
- b) Robne kuće Karlšrad
- c) Organizatora putovanja TUI

12. Količina ličnog prtljaga koji je moguće besplatno prevesti uz lični prevoz u avio-saobraćaju zavisi od:

- a) vrste prevoza i klase prevoza
- b) težine prtljaga i klase prevoza
- c) težine prtljaga i vrste prevoza

13. Troškovi sitnog inventara su u hotelijerstvu:

- a) relativno niski
- b) relativno visoki
- c) po pravilu niski

14. Neto cena turističkog aranžmana po jednom putniku dobija se:

- a) Sabiranjem troškova agencije i troškova pružalaca usuga
- b) Oduzimanjem marže od bruto cene
- c) Dodavanjem provizije na troškove agencije

15. Najpoznatiji službeni međunarodni red letenja je:

- a) OWG- Official World Guide
- b) WAATI – World Air Association of Tourism Information
- c) ABC – World Airways Guide

30. 06. 2008

1. Turista je osoba koja u zemlji koju posećuje provede u nekom od raspoloživih oblika smeštaja najmanje:
 - a) jednu noć
 - b) jedan dan
 - c) 48 sati

2. Uticaj turizma na zaposlenost spada u:
 - a) društvene uticaje turizma
 - b) direktne uticaje turizma
 - c) indirektne društvene uticaje turizma

3. Drumskim prevozom je u Srbiji, 2005.godine prevezeno:
 - a) 81 000 000 putnika
 - b) 880 000 putnika
 - c) 8 100 000 putnika

4. Prvi državni organ u turizmu pojavio se 1910. godine u:
 - a) Nemačkoj
 - b) Italiji
 - c) Francuskoj

5. Specijalizovana organizacija u okviru Ujedinjenih nacija čiji je zadatak da pomaže kulturnu i naučnu delatnost u svetu je:
 - a) WTO
 - b) UNESCO
 - c) OECD

6. Porast cena prevoza, smeštaja i ishrane na segment poslovnih putnika utiče:
 - a) proporcionalno
 - b) obrnuto proporcionalno
 - c) gotovo nikako

7. Public relations (odnosi sa javnošću) spadaju u:
 - a) lična propagandna sredstva
 - b) oglasna propagandna sredstva
 - c) direktna propagandna sredstva

8. Avioflota Srbije je 2005. godine obuhvatala:
- a) 53 aviona
 - b) 35 aviona
 - c) 17 aviona
9. Inicijativnim poslovima turističke agencije u našoj zemlji počinju da se bave od:
- a) sredine devetnaestog veka
 - b) sredine dvadesetog veka
 - c) sredine 60-ih godina prošlog veka
10. Aranžmani i ostale usluge koje je stvorio odgovarajući organizacioni deo turističke agencije prodaju se prvenstveno u poslovnicama sa pretežno:
- a) inicijativnim poslovanjem
 - b) receptivnim poslovanjem
 - c) međunarodnim poslovanjem
11. Prema kategoriji prevoza tarife u vazdušnom saobraćaju se dele na:
- a) normalne, posebne i povlašćene
 - b) normalne, poverljive i specijalne
 - c) tarife za prvu klasu prevoza i tarife za ekonomsku klasu
12. U prodajnoj ceni pojedinih vrsta jela i pića, marža u kalkulaciji predstavlja udeo:
- a) fiksnih troškova
 - b) varijabilnih troškova
 - c) indirektnih troškova
13. Za štetu koju radnik prouzrokuje ugostiteljskom preduzeću plaća se po pravilima o:
- a) disciplinskoj i novčanoj naknadi
 - b) integralnoj i paušalnoj naknadi
 - c) prekršajnom i krivičnom postupku
14. Turistička politika u našoj zemlji sprovodi se:
- a) na nivou turističkih mesta pa do nivoa zemlje u celini
 - b) isključivo na nivou zemlje u celini
 - c) na nivou turističkih preduzeća pa do nivoa turističkih mesta
15. U našoj zemlji pružanjem ugostiteljskih usluga na železničkom prevozu bavi se:
- a) UŽS – Ugostiteljstvo železnica Srbije
 - b) KSR – Kola za spavanje i ručavanje
 - c) AUŽP – Asocijacija ugostiteljstva i železničkog prevoza

30. 06. 2008

- 1. Najvažniji faktori koji su doprineli naglom razvoju turizma i početku epohe savremenog turizma su:**
 - a) razvoj nauke i tehnologije, razvoj tehnologije putovanja i njihove organizacije, krupne političke promene, razvoj turističke ponude
 - b) slobodno vreme i slobodna novčana sredstva
 - c) razvoj turističkih agencija, angažovanje države u razvoju turizma, direktni ekonomski uticaji turizma

- 2. Deo nacionalno dohodka koji stanovništvo troši na podmirenje turističkih potreba naziva se**
 - a) turistički bilans
 - b) lična potrošnja
 - c) zajednička potrošnja

- 3. Korišćenjem vazdušnog saobraćaja ostvareno je u 2004.godini:**
 - a) 328 miliona dolazaka
 - b) 95 miliona dolazaka
 - c) 638 miliona dolazaka

- 4. U Srbiji najveći stepen motorizacije imaju opštine:**
 - a) Beograd i Kraljevo
 - b) Beograd i Niš
 - c) Beograd i Novi Sad

- 5. Skraćenica Međunarodnog udruženja preduzeća vazdušnog saobraćaja je:**
 - a) AIAO
 - b) IATA
 - c) IACO

- 6. Stepenn supstitucije između atraktivnih, komunikativnih i receptivnih faktora turističke ponude je:**
 - a) visok i naglašen
 - b) nizak i nenaglašen
 - c) visok i naglašen samo u privredno najrazvijenijim zemljama sveta

- 7. Prosečna dužina boravka stranih posetilaca u Srbiji iznosi:**
 - a) 5,1 dan
 - b) 3,8 dana
 - c) 2,2 dana

8. U banjskim mestima Srbije posebno je naglašena koncentracija:

- a) osnovnih smeštajnih kapaciteta
- b) komplementarnih smeštajnih kapaciteta**
- c) ravnomerna je zastupljenost osnovnih i komplementarnih smeštajnih kapaciteta

9. Putničke agencije receptivnog tipa nazivaju se i:

- a) Travel Club
- b) Touring Club
- c) Travel Service**

10. Osnovni uticaj iz šireg okruženja na turističke agencije imaju:

- a) ugostiteljska preduzeća, saobraćajna preduzeća, trgovina na malo i komunalne delatnosti
- b) državni organi i posebne turističke organizacije**
- c) konkurentska preduzeća, partneri i dobavljači

11. U sopstvene prevozne poslove turističke agencije ubrajaju se:

- a) tura, transfer i izlet**
- b) rent-a-car, garažiranje i održavanje prevoznih kapaciteta
- c) ekskurzije, transferi i rent-a-car

12. Procentni odnos između ostvarenog broja noćenja i ukupnog broja postelja predstavlja:

- a) stepen korišćenja smeštajnog kapaciteta**
- b) prosečan broj noćenja
- c) apsolutan iznos broja noćenja

13. Konačna prodajna cena turističkog aranžmana po jednom putniku dobija se:

- a) dodavanjem marže na troškove agencije
- b) Sabiranjem troškova agencije i troškova pružalaca usluga
- c) dodavanjem marže na neto cenu**

14. Prilikom preuzimanja putničkog čeka klijent:

- a) potpisuje prvi primerak čeka na licu mesta
- b) potpisuje svaki ček na licu mesta**
- c) potpisuje svaki primerak čeka nakon korišćenja usluga za koje je ček namenjen

15. Ako je obim proizvodnje u hotelu veći, fiksni troškovi su po jedinici proizvodnje

- a) niži**
- b) relativno viši
- c) apsolutno viši