

## Pitanja za pripremu prijemnog ispita, Ekonomika turizma i Agencijsko i hotelijersko poslovanje

1. U koju vrstu poslova turisti ke agencije spada usmeravanje potencijalnih turista na putovanje?
2. U koju vrstu poslova turisti ke agencije spadaju izleti, ekskurzije, letovanja, zimovanja i sl?
3. U koju vrstu poslova spada uloga turisti kih agencija kao „doma ina“ u turisti kom mestu?
4. Koje inovacije je Tomas Kuk uveo u turisti ko poslovanje?
5. Prva turisti ka agencija na podru ju Jugoslavije otvorena je \_\_\_\_\_ god.
6. Do sredine 60-ih godina prošlog veka naše turisti ke agencije su se bavile prvenstveno \_\_\_\_\_ poslovima.
7. TUI je nastao postepeno, objedinjavanjem ve eg broja \_\_\_\_\_ .
8. Udruživanjem u TUI, turisti ke agencije su izgubile svoju samostalnost ? (da/ne/delimi no)
9. Šta podrazumeva koriš enje „ekonomije velikog obima“?
10. U ijem sastavu se nalaze organizatori putovanja „Enterprise“ i „Sovereign“?
11. Gotovo sve turisti ke agencije su se razvile od agencija \_\_\_\_\_ tipa
12. Prema na inu nastanka paket aranžmani mogu biti podeljeni na \_\_\_\_\_ .
13. Prema karakteru putovanja paket aranžmani se dele na \_\_\_\_\_ .
14. Hertz i Avis su poznate \_\_\_\_\_ kompanije.
15. Posluživanje hladnih i toplih jela u hotelijerstvu spada u grupu poslova \_\_\_\_\_ karaktera.
16. Turisti ka naselja i preno išta spadaju u \_\_\_\_\_ smeštajne kapacitete.
17. Najvažniji faktori koji uti u na u eš e pojedinih oblika i kategorija objekata za smeštaj su:
18. Najve i korporativni hotelski lanac u svetu 2000.godine po broju soba bio je \_\_\_\_\_
19. U našoj zemlji dominiraju i globalni distributivni sistem je \_\_\_\_\_
20. Prema kriterijumu sadržaja usluge hoteli se razvrstavaju na: \_\_\_\_\_
21. Obavezni elementi u kategorizaciji hotela su:
22. Ako ugostiteljski objekat niže kategorije ne ostvari propisani broj bodova na osnovu izbornih elemenata, nedostaju i broj bodova može ostvariti na osnovu obaveznih elemenata propisanih za objekte nižih kategorija (da/ne)
23. Osnovni elementi organizacije hotela su:
24. Osnovni uticaj iz šireg okruženja na turisti ke agencije imaju:
25. U arter prevozu se mora poštovati red vožnje, letenja ili plovidbe (da ili ne)
26. U sopstvene prevozne poslove turisti ke agencije ubrajaju se:
27. Po svojoj sadržini ugovori o prodaji karata su

28. Specijalne tarife za arter letove se nazivaju i
29. Ugovor o alotmanu se ti e samo poslovnih odnosa na turisti kom tržištu (da ili ne)
30. Nema ki organizator putovanja NUR je u potpunosti u vlasništvu
31. Najvažnije podru je aktivnosti posebnih turisti kih organizacija je
32. „Poverljive“ (Confidential) tarife izdaju
33. „Poverljive“ (Confidential) tarife namenjene su:
34. Fakturisanje pripada \_\_\_\_\_ funkciji
35. Aranžmani i ostale usluge koje je stvorio odgovaraju i organizacioni deo turisti ke agencije prodaju se prvenstveno u poslovnicama sa pretežno \_\_\_\_\_ poslovanjem.
36. Vau eri spadaju u strogo zara unate obrasce kojima prethodi neki od ugovornih odnosa izme u pružaoca usluga i turisti ke agencije (da ili ne)
37. Oblik, format i sadržaj karata u doma em i arter saobra aju odre uje
38. Poslovanje avionskim kartama u me unarodnom vazdušnom saobra aju regulisano je pravilima
39. Koli ina li nog prtljaga koji je mogu no besplatno prevesti uz li ni prevoz u avi-saobra aju zavisi od:
40. Osnovne vrste putni kih tarifa u avionskom saobra aju su:
41. Prema kategoriji prevoza tarife u vazdušnom saobra aju se dele prema
42. Amortizacija osnovnih sredstava u hotelijerstvu uglavnom spada u
43. Troškovi sitnog inventara su u hotelijerstvu
44. Promenljivi troškovi u hotelijerstvu se dele na:
45. Mesta troškova u hotelijerstvu mogu se podeliti na:
46. Marža u kalkulaciji predstavlja udeo \_\_\_\_\_ u prodajnoj ceni pojedinih vrsta jela i pi a
47. Mogu i broj no enja predstavlja veli inu koja se dobija
48. Procentni odnos izme u ostvarenog broja no enja i ukupnog broja postelja predstavlja
49. Prema sadržaju programa turisti ki aranžmani se dele na:
50. Prodajna cena aranžmana sastoji se iz zbira
51. Uskla ivanje opštih uslova putovsnja u našoj zemlji obavlja se u okviru
52. Prva turisti ka agencija u predratnoj Jugoslaviji osnovana 1923.god je
53. Naknada za štetu koju radnik prouzrokuje ugostiteljskom preduze u pla a se po pravilima o
54. Osiguran slu aj je doga aj koji mora biti neizvestan (da ili ne)
55. Prema mestu gde rizik nastaje osiguravanje se deli na
56. Me unarodna hotelska pravila sastoje se od:
57. Istraživanja i razvoj u hotelijerstvu mogu imati aspekte
58. Pravac rasta u kome preduze e traži izvore za svoj rast izvan osnovne delatnosti naziva se
59. U osnovna sredstva turisti ke agencije svrstavaju se \_\_\_\_\_
60. Pojavni oblici u kojima se javljaju obrtna sredstva turisti ke agencije su:
61. U obliku prava obrtna sredstva turisti ke agencije postoje kao:
62. Osnovne vrste redova letenja su:
63. Osnovni oblici pla anja u poslovanju turisti ke agencije su:
64. Najzna ajnije vrste vau era su:
65. Avionska karta u doma em saobra aju obi no sadrži etiri kupona i to:
66. Kupon agencije u avionskoj karti u me unarodnom saobra aju služi kao:
67. Kupon za let u avionskoj karti u me unarodnom saobra aju služi kao.....

68. Uz avionsku kartu postoje i još dva prevozna dokumenta u vazdušnom saobraćaju i to:
69. Osnovni kuponi za ulazak u avion su
70. Osnovne vrste i statusi rezervacija su
71. Ko utvrđuje tarife u domaćem avio saobraćaju?
72. Ko određuje tarife u međunarodnom avionskom saobraćaju?
73. Ko određuje tarife u međunarodnom avionskom saobraćaju?
74. Osnovni kriterijumi za podjelu tarifa u vazdušnom saobraćaju su:
75. Prema podacima Svetske turističke organizacije, 2004. godine u međunarodnim turističkim putovanjima zabeleženo je \_\_\_\_\_ dolazaka.
76. Prihodi od međunarodnog turizma u svetu 2004. godine, po podacima Svetske turističke organizacije, iznosili su \_\_\_\_\_ .
77. Procena izdataka na domaći turizam u svetu iznosi oko \_\_\_\_\_ .
78. Jedini neposredan ekonomski rezultat svakog turističkog putovanja je: \_\_\_\_\_
79. U epohi turizma privilegovanih klasa najveća stagnacija u razvoju turizma zabeležena je u periodu \_\_\_\_\_
80. Prvu putničku agenciju osnovao je \_\_\_\_\_
81. Odlučujući faktor istorijskog razvoja turizma i njegovog prerastanja u savremeni društveno-ekonomski fenomen je \_\_\_\_\_ .
82. Pri definisanju pojma turista neophodno je precizirati:
83. Kulturno-obrazovna i zdravstveno-rekreativna funkcija turizma spadaju u \_\_\_\_\_ značaj i uticaj turizma.
84. Turizam je samostalna i nezavisna privredna delatnost (da/ne)
85. Specifičnosti turizma kao privredne delatnosti su:
86. Karakter rada u turizmu je \_\_\_\_\_
87. Količina dobara koja je rezultat prenete vrednosti iz ranijih perioda i novonastale vrednosti (nacionalnog dohodka) u toj godini naziva se \_\_\_\_\_
88. Nacionalni dohodak se deli na:
89. Deo potrošnje stanovništva koji je namenjen zadovoljenju turističkih potreba nalazi se u delu nacionalnog dohodka i to u:
90. U kom delu platnog bilansa se nalaze prihodi i rashodi po osnovu turizma?
91. Multiplikovani uticaji turizma na privredu nastaju pod uticajem potrošnje \_\_\_\_\_ turista.
92. Korišćenjem drumskog saobraćaja u 2004. godini ostvareno je \_\_\_\_\_ dolazaka u međunarodnim turističkim putovanjima u svetu.
93. Vazdušnim saobraćajem je 2004. godine prevezeno \_\_\_\_\_% o ukupno prevezenih stranih turista u svetu.
94. Prema ekonomskoj funkciji i načinu organizovanja saobraćaj se deli na:
95. Dominantan vid prevoza stranih posetilaca 2003. godine u Grčkoj, Španiji i V. Britaniji je \_\_\_\_\_
96. Najveće korišćeno sredstvo u turističkim putovanjima u svetu je \_\_\_\_\_
97. U Srbiji je 2005. godine drumskim saobraćajem prevezeno \_\_\_\_\_ putnika
98. Dominantni vidovi saobraćaja u Srbiji u 2005. godini bili su \_\_\_\_\_

99. Hotelski lanci su tipičan primer za \_\_\_\_\_ koncentraciju u turizmu.
100. Generaleksport sa svojim Geneks-hotelima na Kopaoniku je tipičan primer za \_\_\_\_\_ koncentraciju u turizmu.
101. Prema ekonomskoj funkciji, ugostiteljstvo se deli na: \_\_\_\_\_
102. Osnovu kategorizacije čine dve grupe elemenata, odnosno kriterijuma i to:
103. Najveći i turoperator Velike Britanije je \_\_\_\_\_
104. Receptivne društvene turističke organizacije deluju u \_\_\_\_\_
105. Inicijativne društvene turističke organizacije deluju u \_\_\_\_\_
106. Kreativne aktivnosti putničkih agencija podrazumevaju: \_\_\_\_\_
107. Početak stvaranja inicijativnih društvenih organizacija označilo je osnivanje: \_\_\_\_\_
108. Nacionalni turing-klubovi u drugoj polovini XIX veka osnovani su sa zadatkom unapređenja i razvoja oblika \_\_\_\_\_ turizma.
109. Prvi državni organ u turizmu pojavio se 1910. godine u \_\_\_\_\_ .
110. Državni organi su stvaraoci i nosioci \_\_\_\_\_:
111. Specijalizovana organizacija u okviru Ujedinjenih nacija čiji je zadatak da pomaže kulturnu i naučnu delatnost u svetu je: \_\_\_\_\_
112. Sedište svetske turističke organizacije nalazi se u \_\_\_\_\_
113. Skraćenica Međunarodnog udruženja preduzeća vazdušnog saobraćaja je \_\_\_\_\_
114. WATA je svetsko udruženje koje okuplja \_\_\_\_\_.
115. Osnovna razlika između poslovne politike u turizmu i turističke politike je u \_\_\_\_\_.
116. Tražnja i ponuda predstavljaju \_\_\_\_\_ tržišta.
117. Proizvod (usluga) koji se razmenjuje predstavlja \_\_\_\_\_ tržišta.
118. Prema tome da li više daje ili prima u turističkom prometu i potrošnji turističko tržište se može označiti kao: \_\_\_\_\_
119. Svi faktori turističke tražnje mogu se podeliti na: \_\_\_\_\_
120. Rast turističke tražnje u odnosu na porast prihoda u privredno razvijenim zemljama je \_\_\_\_\_
121. Porast cena prevoza, smeštaja i ishrane na segment poslovnih putnika utiče: \_\_\_\_\_
122. Stepen supstitucije između atraktivnih, komunikativnih i receptivnih faktora turističke ponude je: \_\_\_\_\_
123. Istorijska metoda istraživanja turističkog tržišta spada u \_\_\_\_\_ metode istraživanja
124. Podaci naučno-istraživačkih instituta i statističkih zavoda spadaju u \_\_\_\_\_ izvore informacija.
125. Komercijalna propaganda je instrument \_\_\_\_\_ politike u turizmu.
126. Prema vidovima turizma razlikuju se sledeći vidovi turističke propagande: \_\_\_\_\_
127. Sa stanovišta izvora finansiranja turistička propaganda može se podeliti na: \_\_\_\_\_
128. Public relations (odnosi sa javnošću) spadaju u: \_\_\_\_\_
129. Glavni administrativni centri Srbije, Beograd i Novi Sad apsorbiraju \_\_\_\_\_% noćenja domaćih turista
130. Prosečna dužina boravka domaćih posetilaca u Srbiji, 2005. godine iznosila je \_\_\_\_\_ dana
131. Od ukupno ostvarenih noćenja domaćih posetilaca u Srbiji, na osnovne kapacitete odnosilo se \_\_\_\_\_ %

132. Period jun-septembar u estvovao je 2002.godine sa \_\_\_\_\_% u ukupnom broju no enja stranih posetilaca
133. Prose na dužina boravka stranih posetilaca u Srbiji, iznosi \_\_\_\_\_ dana
134. Najve i broj no enja stranih posetilaca u Srbiji ostvaruje se u \_\_\_\_\_
135. Dužina modernog auto-puta u Srbiji je \_\_\_\_\_ km
136. Dužina pruga normalnog koloseka u Srbiji, na kraju 2005.god. iznosila je:
137. Avioflota Srbije je 2005.god obuhvatala \_\_\_\_\_ aviona
138. Avioflota Srbije je 2005.godine obuhvatala \_\_\_\_\_ putni kih mesta
139. Ukupan broj ležaja u Srbiji 2005.godine iznosio je \_\_\_\_\_
140. Broj ležaja u osnovnim smeštajnim kapacitetima Srbije je \_\_\_\_\_
141. U strukturi ukupnih smeštajnih kapaciteta Srbije, komplementarni u estvuju sa \_\_\_\_\_ %
142. U kojoj vrsti kapaciteta se nalazi najve i broj ležaja u okviru komplementarnih smeštajnih kapaciteta u Srbiji?
143. Devizni prihod od turizma u 2000.godini u Srbiji iznosio je oko \_\_\_\_\_
144. Selektivni pristup razvoju turizma podrazumeva:
145. Organizacioni pristup razvoju turizma podrazumeva: