

PITANJA ZA PRIJEMNI ISPIT 2025. IZ PREDMETA
AGENCIJSKO I HOTELIJERSKO POSLOVANJE

1. **Transfer u turizmu je:**
 - a. prevoz namirnica od proizvođača do ugostiteljskih objekata za smeštaj,
 - b. prelazak sa vertikalne na horizontalnu integraciju u međunarodnom turizmu
 - c. prevoz turista i njihovog prtljaga od saobraćajnog terminala do hotela i obratno
2. **Plan putovanja se drugačije naziva:**
 - a. voucher
 - b. itinerer
 - c. agenda
3. **Kapacitet je latinska reč koja znači:**
 - a. ležaj
 - b. broj kreveta
 - c. mogućnost
4. **Da bi prodavala karte za međunarodni avio-saobraćaj, turistička agencija mora da poseduje:**
 - a. akreditaciju IATA
 - b. akreditaciju GDS i da je uključena u BSP
 - c. potvrdu da je članica YUTA
5. **Najvažnije aktivnosti Turističke organizacije Srbije (TOS) su :**
 - a. promocijska aktivnost i koordinacija aktivnosti učesnika na strani turističke ponude
 - b. izvođenje različitih manifestacija
 - c. arbitraža u slučajevima spora između turističkih agencija i putnika
6. **Karakteristike ugovora o subagenturi su:**
 - a. ugovorne strane su dve agencije
 - b. ugovorne strane su turistička agencija i hotelijer
 - c. ugovorne strane su agencija i putnik
7. **Između turističke agencije i hotela mogu se sklapati sledeći ugovori:**
 - a. ugovor o kupoprodaji apartmana i ugovor o posredovanju,
 - b. ugovor o alotmanu i ugovor o zatraženoj i potvrđenoj rezervaciji
 - c. ugovor o čarteru i ugovor o alotmanu
8. **Izdvojiti poslove u kojima se ne ogleda uloga receptivne turističke agencije kao domaćina u turističkom mestu:**
 - a. kreiranje putovanja za bogatu klijentelu, organizovanje studijskih putovanja
 - b. prihvatanje i doček turista, razgledanje grada, izvođenje transfera
 - c. kreiranje i prodaja paketa aranžmana na širem području
9. **Plasman neke turističke agencije često se vrši preko poslovnica drugih agencija i turističkih biroa i to se u praksi naziva (subagentura).**
 - a. subagentura
 - b. provizija
 - c. čarter

- 10. Društvene turističke organizacije na koje animiraju i pospešuju preduzimanje turističkih putovanja za svoje članstvo nalaze se na:**
- a. emitivnim destinacijama
 - b. receptivnim destinacijama
 - c. sezonskim destinacijama
- 11. Atraktivni faktori jednog turističkog područja dele se na:**
- a. prirodne i društvene
 - b. morske i planinske
 - c. sezone i celogodišnje
- 12. Kojom vrstom integracije nastaju hotelski lanci?**
- a. horizontalnom
 - b. vertikalnom
 - c. diversifikacijom
- 13. Realizaciji turističkog putovanja prethodi faza .**
- a. izvođenja aranžmana
 - b. prodaja turističkog aranžmana
 - c. obračun turističkog aranžmana
- 14. Prema načinu nastanka turistička putovanja se dele na:**
- a. unapred pripremljena putovanja i unazad pripremljena
 - b. naručena i raspisana
 - c. boravišna i akciona
- 15. Stručni naziv za paket aranžman je:**
- a. organizovano putovanje
 - b. paušalno putovanje
 - c. turističko putovanje
- 16. Kad turističke agencije usmeravaju potencijalne turiste na putovanje bave se:**
- a. inicijativnim poslovima
 - b. receptivnim poslovima
 - c. tranzitnim poslovima
- 17. Šta podrazumeva korišćenje „ekonomije velikog obima“?**
- a. zajedničko zakupljivanje kapaciteta za smeštaj, prevoz i druge usluge čime se dobija veći popustu ceni i time snižavaju troškovi
 - b. iznajmljivanje većeg broja smeštajnih i prevoznih kapaciteta čime se snižava cena jer su povećani troškovi
 - c. horizontalnu integraciju kojim se povećava cena uz niže troškove
- 18. U kojim mestima se nalaze turističke agencije receptivnog tipa?**
- a. turističkim mestima
 - b. mestima stalnog boravka turista
 - c. emitivnim destinacijama

- 19. Kako mogu biti podeljeni paket aranžmani po načinu nastanka?**
- naručeni i oglašeni
 - boravišni i akcioni
 - inicijativni i receptivni
- 20. Kakvi mogu biti paket aranžmani prema karakteru poslovanja turističkih agencija?**
- inicijativni i receptivni
 - boravišni i akcioni
 - domaći i međunarodni
- 21. Pružanje usluge smeštaja obuhvaćeno je poslovima**
- uslužnog karaktera
 - prodajnog karaktera
 - proizvodnog karaktera
- 22. U koju grupu smeštajnih kapaciteta spadaju moteli i pansioni?**
- osnovne
 - komplementarne
 - dopunske
- 23. Kada i gde je počeo da radi prvi hotel u Evropi?**
1345. godine u Francuskoj
 1128. godine u Grčkoj
 1792. godine u Švajcarskoj
- 24. Koja kompanija i nakojoj ruti je ostvarila prvi internacionalni let avionom?**
- Pan Am, 1927, Ki Vest (Florida, SAD) – Havana (Kuba)
 - Brača Rajt privatna kompanija, 1923, Čikago (Ilinois, SAD) – London (Velika Britanija)
 - American Airlines, 1946, Nju Jork (SAD) – Pariz (Francuska)
- 25. Kada je započelo stvaranje tzv. hotelskih lanaca?**
- 50-ih godina prošlog veka
 - između dva svetska rata u prošlom veku
 1845. godine
- 26. Kojim načinom integracije se hotelski lanci vezuju za avio-kompanije?**
- horizontalnim
 - vertikalnim
 - franšizom
- 27. Prema kriterijumu sadržaja usluge, hoteli se razvrstavaju na**
- garni i klasične
 - klasične, konferencijske i resort
 - klasične i all inclusive
- 28. Obavezni elementi kategorizacije hotela su**
- uređenje, oprema i usluge
 - položaj i izgled objekta
 - uređenje, lokacija i oprema

29. Državni organi utiču na poslovanje turističkih agencija merama

- a. poslovne politike
- b. nekomercijalne politike
- c. turističke politike

30. Osnovni oblici turističkog saobraćaja u organizovanom turističkom prometu su

- a. sopstveni prevozni poslovi i angažovanje kapaciteta saobraćajnih preduzeća radi prevoza turista
- b. avionski, autobuski i individualni prevoz
- c. u okviru paket aranžmana i individualni prevoz

31. Ako se za obavljanje ture koristi više vrsta saobraćajnih sredstava, reč je o tzv.

- a. kombinovanim turama
- b. IT turama
- c. akcionim turama

32. Najbitnija razlika između tura kao akcionih turističkih aranžmana i boravišnih turističkih aranžmana je

- a. obim, tj. masovnost
- b. cena
- c. usluge vodiča

33. Za koju vrstu aranžmana je posebno karakterističan transfer?

- a. naručene i oglašene
- b. avionske
- c. individualne

34. Izrazito specifičan ugovor koji se tiče samo poslovnih odnosa na turističkom tržištu je

- a. ugovor o allotmanu
- b. ugovor o čarteru
- c. ugovor o franšizi

35. Obaveza plaćanja „puno za prazno“ znači povoljniji položaj za

- a. hotelijera
- b. turističku agenciju
- c. turistu / gosta hotela

36. Rizik poslovanja kod ugovora o fiksnom zakupu hotelskih kapaciteta snosi

- a. hotelijer
- b. turistička agencija
- c. podjednako hotelijer i turistička agencija

37. Ugovor o fiksnom zakupu hotelskih kapaciteta sklapaju prvenstveno turističke agencije sa

- a. velikim obimom poslovanja
- b. klasične turističke agencije – ritejleri
- c. manjim obimom poslovanja

38. Iz kojih izvora se obezbeđuju sredstva za vođenje opšte turističke propagande?

- a. nevladinih organizacija
- b. sopstvenih izvora preduzeća
- c. državnog budžeta

- 39. Grosističke turističke agencije se drugačije nazivaju**
- a. ritejleri
 - b. turooperatori
 - c. emitivne turističke agencije
- 40. Pružanjem usluga koje su sastavni deo već prodatog turističkog aranžmana bave se poslovnicesa pretežno**
- a. receptivnim karakterom
 - b. inicijativnim karakterom
 - c. turooperatorskim karakterom
- 41. Osnovne vrste redova letenja su**
- a. službeni i komercijalni
 - b. redovni i vanredni
 - c. domaći i međunarodni
- 42. Kome su prvenstveno namenjeni komercijalni redovi letenja?**
- a. potencijalnim putnicima
 - b. avio kompanijama
 - c. rezervacionim i distributivnim sistemima
- 43. Opšti agencijski vaučer se naročito koristi u poslovanju između**
- a. turističkih agencija međusobno
 - b. turističkih agencija i saobraćajnih preduzeća
 - c. turističkih agencija i turista
- 44. Koje su osnovne vrste tarifa u avionskom saobraćaju?**
- a. tarife u domaćem, međunarodnom i čarter saobraćaju
 - b. tarife u redovnom, vanrednom i low cost saobraćaju
 - c. tarife za putovanje u jednom pravcu, za povratno putovanje i tranzit
- 45. Ukoliko je obim proizvodnje – prometa manji fiksni troškovi po jedinici proizvoda su**
- a. nepromenjeni
 - b. manji
 - c. veći
- 46. Boljim korišćenjem kapaciteta fiksni troškovi po jedinici proizvoda i usluga se**
- a. smanjuju
 - b. povećavaju
 - c. ne menjaju
- 47. Udeo indirektnih troškova i dohodka u prodajnoj ceni pojedinih jela i pića koji se izražava u procentima naziva se**
- a. marža
 - b. provizija
 - c. PDV
- 48. Procentualnim odnosom između ostvarenog broja noćenja i ukupnog broja postelja izražavase**
- a. stepen korišćenja smeštajnog kapaciteta
 - b. maksimalni mogući broj noćenja
 - c. minimalni mogući broj noćenja

49. Mogući broj noćenja predstavlja veličinu koja se dobija

- a. množenjem ukupnog broja postelja sa 365 dana
- b. deljenjem 365 dana sa ukupnim brojem postelja
- c. množenjem ukupnog broja postelja sa ukupnim brojem turista