

1. Kalkulacija je postupak raspoređivanja

- a ukupnih troškova
- b varijabilnih i fiksnih troškova
- c direktnih troškova i troškova marže

2. Ugovor o zakupu časova letenja, kao vrsta ugovora o čarteru je:

- a Ugovor u kojem agencija za neodređeni vremenski period iznajmljuje određeni broj časova letenja određenog tipa aviona.
- b Ugovor u kojem agencija za određeni vremenski period iznajmljuje neodređeni broj časova letenja bilo kog tipa aviona.
- c Ugovor u kojem agencija za određeni vremenski period iznajmljuje određeni broj časova letenja određenog tipa aviona

3. Turistički vodič je:

- a lice zaduženo za tzv. operativno izvođenje turističkog putovanja i sve vreme je uz grupu u toku putovanja
- b lice koje, po unapred utvrđenom programu, pruža turistima usluge vođenja, pokazivanja i stručnog objašnjavanja prirodnih, kulturno-istorijskih, arheoloških, etnografskih, privrednih i drugih znamenitosti
- c lice koje obezbeđuje korišćenje svih usluga na receptivnom području, u skladu sa programom putovanja

4. Putnički ček je nastao kombinacijom sledećih instrumenata plaćanja:

- a čeka, kreditnog pisma i novčanice
- b naloga za prenos, menice i uplatnice
- c kreditnog pisma, novčanice i vaučera

5. Najvažnije aktivnosti Turističke organizacije Srbije (TOS) su :

- a arbitraža u slučajevima spora između turističkih agencija i putnika
- b izvođenje različitih manifestacija
- c promociona aktivnost i koordinacija aktivnosti učesnika na strani turističke ponude

6. Karakteristike ugovora o subagenturi su:

- a ugovorne strane su turistička agencija i hotelijer
- b ugovorne strane su dve agencije
- c ugovorne strane su agencija i putnik

7. Atraktivni faktori jednog turističkog područja dele se na:

- a prirodne i društvene
- b morske i planinske
- c sezonske i celogodišnje

8. Do sredine 60-ih godina prošlog veka turističke agencije u našoj zemlji su se bavile dominantno
- a inicijativnim poslovima
 - b emitivnim poslovima
 - c **receptivnim poslovima**
9. Šta podrazumeva korišćenje „ekonomije velikog obima“?
- a **zajedničko zakupljivanje kapaciteta za smeštaj, prevoz i druge usluge čime se dobija veći popust u 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
10. Koliku stavku u strukturi ukupnih troškova u hotelijerstvu u odnosu na restoraterstvo čine fiksni troškovi?
- a progresivno nisku
 - b nisku 10-20%
 - c **visoku, 60-80%**
11. Kojim načinom integracije se hotelski lanci vezuju za avio-kompanije?
- a **vertikalnim**
 - b horizontalnim
 - c franšizom
12. U koje elemente kategorizacije spadaju položaj i izgled objekta?
- a obavezne
 - b **izborne**
 - c standardne
13. U kojim situacijama turistička agencija primenjuje iznajmljivanje autobusa po turi?
- a **manja kilometraža i relativno kraće korišćenje autobusa**
 - b manja kilometraža a relativno duže korišćenje autobusa i lanci tura
 - c lanci tura i razdaljine duže od 300km
14. Obaveza plaćanja „puno za prazno“ znači povoljniji položaj za
- a turističku agenciju
 - b **hotelijera**
 - c turistu / gosta hotela
15. Ako je obim proizvodnje – prometa veći fiksni troškovi po jedinici proizvoda su
- a **manji**
 - b nepromenjeni
 - c veći

1. **Formiranje turističkog putovanja se ne sastoji od:**
 - a plasmana i obračuna uslova putovanja
 - b postavljanja i utvrđivanja uslova putovanja
 - c kalkulacije i utvrđivanja uslova putovanja

2. **Izdvojiti sličnost između navedenih pojmova: ksenodohije, leshe, pandokeje, katagogije i katalizeje:**
 - a svi navedeni pojmovi spadaju u grupu prvih objekata ikada napravljenih.
 - b svi navedeni pojmovi spadaju u grupu objekata građenih u Srednjem veku
 - c svi navedeni pojmovi spadaju u grupu objekata Antičke Grčke

3. **Osnovne grupe metoda koje se koriste za formiranje prodajnih cena u hotelijerstvu su:**
 - a Metoda kuplovanih (vezanih) proizvoda i metoda osnovnih proizvoda
 - b Metoda troškova plus dohodak, metoda ekvivalentnih brojeva , metoda ponude i tražnje i metoda izravnavanja cena sa najvećim ponuđačima
 - c Metoda marginalnih troškova i planska kalkulacija

4. **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

5. **Društvene turističke organizacije koje animiraju i pospešuju preduzimanje turističkih putovanja za svoje članstvo nalaze se na:**
 - a receptivnim destinacijama
 - b sezonskim destinacijama
 - c emitivnim destinacijama

6. **Realizaciji turističkog putovanja prethodi faza .**
 - a izvođenja aranžmana
 - b prodaja turističkog aranžmana
 - c obračun turističkog aranžmana

7. **Šta podrazumeva korišćenje „ekonomije velikog obima“?**
 - a zajedničko zakupljivanje kapaciteta za smeštaj, prevoz i druge usluge čime se dobija veći popust u 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

- 8. Koliku stavku u strukturi troškova u restoraterstvu čine fiksni troškovi?**
- a degresivno visoku
 - b visoku
 - c **nisku**
- 9. Koja kompanija i na kojoj ruti je ostvarila prvi internacionalni let avionom?**
- a **Pan Am, 1927, Ki Vest (Florida, SAD) – Havana (Kuba)**
 - b Braća Rajt privatna kompanija, 1923, Čikago (Illinois, SAD) – London (Velika Britanija)
 - c American Airlines, 1946, Nju Jork (SAD) – Pariz (Francuska)
- 10. Najjednostavnija podela sektora u hotelu je na**
- a nabavka, domaćinstvo i restoranski sektor
 - b uslužni, proizvodni i finansijski
 - c **hotelski, ugostiteljski i ekonomsko-tehnički**
- 11. 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
- 12. Da li kod ugovora o fiksnom zakupu hotelskih kapaciteta turističke agencije imaju pravo otkaza?**
- a ne
 - b **da u dogovorenom roku**
 - c da, bez obzira na rok
- 13. Pružanjem usluga koje su sastavni deo već prodatog turističkog aranžmana bave se poslovnice sa pretežno**
- a **receptivnim karakterom**
 - b inicijativnim karakterom
 - c turoperatorskim karakterom
- 14. Ko propisuje oblik, format i sadržaj avionskih karata u međunarodnom saobraćaju?**
- a ICAO
 - b **IATA**
 - c UN WTO
- 15. 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

- 1. Organizaciona i funkcionalna celina sa formiranom turističkom ponudom, prirodnim vrednostima, kulturnim dobrima i drugim znamenitostima značajnim za turizam, komunalnom, saobraćajnom i turističkom infrastrukturom, kao i objektima i drugim sadržajima za smeštaj i boravak turista jeste:**
 - a Turistička destinacija
 - b Turistička signalizacija
 - c Turistička infrastruktura

- 2. Između turističke agencije i hotela mogu se sklapati sledeći ugovori:**
 - a ugovor o kupoprodaji apartmana i ugovor o posredovanju,
 - b ugovor o čarteru i ugovor o alotmanu
 - c ugovor o alotmanu i ugovor o zatraženoj i potvrđenoj rezervaciji

- 3. Kojom vrstom integracije nastaju hotelski lanci?**
 - a vertikalnom
 - b horizontalnom
 - c diversifikacijom

- 4. 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

- 5. Podela turističkih putovanja prema karakteru poslovanja turističkih agencija razvrstava putovanja u grupu**
 - a jednostavna i složena
 - b klasičnih putovanja i modifikovanih putovanja
 - c inicijativnih i receptivnih

- 6. Realizaciji turističkog putovanja prethodi faza**
 - a izvođenja aranžmana
 - b prodaja turističkog aranžmana
 - c obračun turističkog aranžmana

- 7. Šta podrazumeva korišćenje „ekonomije velikog obima“?**
 - a zajedničko zakupljivanje kapaciteta za smeštaj, prevoz i druge usluge čime se dobija veći popust u 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

- 8. U koju grupu smeštajnih kapaciteta spadaju moteli i pansioni?**
- a dopunske
 - b komplementarne
 - c osnovne
- 9. Državni organi utiču na poslovanje turističkih agencija merama**
- a turističke politike
 - b nekomercijalne politike
 - c poslovne politike
- 10. Izrazito specifičan ugovor koji se tiče samo poslovnih odnosa na turističkom tržištu je**
- a ugovor o franšizi
 - b ugovor o čarteru
 - c ugovor o alotmanu
- 11. Pružanjem usluga koje su sastavni deo već prodatog turističkog aranžmana bave se poslovnice sa pretežno**
- a turoperatorskim karakterom
 - b inicijativnim karakterom
 - c receptivnim karakterom
- 12. U koju grupu poslova turističke agencije spada kontrola i likvidacija dokumenata?**
- a računovodstvene
 - b finansijske operative
 - c administrativne
- 13. Kome su prvenstveno namenjeni komercijalni redovi letenja?**
- a potencijalnim putnicima
 - b avio kompanijama
 - c rezervacionim i distributivnim sistemima
- 14. Koje tarife prema vrsti putovanja se obračunavaju u stalnim iznosima i javno objavljuju?**
- a tarife u redovnom, vanrednom i low cost saobraćaju
 - b tarife za jedan pravac i tarife za povratna putovanja
 - c tarife za sve vrste putovanja osim za povratna putovanja
- 15. 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

1. Transfer u turizmu je:

- a prevoz turista i njihovog prtljaga od saobraćajnog terminala do hotela i obratno
- b prevoz namirnica od proizvođača do ugostiteljskih objekata za smeštaj
- c prelazak sa vertikalne na horizontalnu integraciju u međunarodnom turizmu

2. Navedeno je nekoliko tvrdnji za iznos izračunavanja marže, odrediti koja je tačna.

- a Marža se izračunava tako što se ukupnom planiranom prihodu doda vrednost osnovnog materijala, pa se razlika podeli sa planiranom vrednošću osnovnog materijala,
- b Marža se izračunava tako što se od ukupnog planiranog prihoda oduzme vrednost osnovnog materijala, pa se razlika pomnoži sa planiranom vrednošću osnovnog materijala
- c Marža se izračunava tako što se od ukupnog planiranog prihoda oduzme vrednost osnovnog materijala, pa se razlika podeli sa planiranom vrednošću osnovnog materijala

3. Da bi rezervacija bila garantovana, gost može koristiti sledeće mogućnosti:

- a Kreditna kartica i lična dokumenta gosta
- b Plaćanje unapred
- c Garancije putem telefonskog broja

4. Obrtna sredstva turističke agencije mogu postojati u sledećim pojavnim oblicima:

- a stvarnom (materijalnom) obliku, novčanom obliku i obliku prava
- b u obliku fiksnih i varijabilnih troškova
- c u komercijalnom i nekomercijalnom obliku

5. Ugostiteljstvo se na osnovu specifičnih usluga koje pruža deli na:

- a komercijalno i nekomercijalno
- b sezonsko i sa stalnim poslovanjem
- c hotelijerstvo i restoraterstvo

6. Stručni naziv za paket aranžman je:

- a organizovano putovanje
- b paušalno putovanje
- c turističko putovanje

7. Šta podrazumeva korišćenje „ekonomije velikog obima“?

- a zajedničko zakupljivanje kapaciteta za smeštaj, prevoz i druge usluge čime se dobija veći popust u 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

- 8. Pružanje usluge smeštaja obuhvaćeno je poslovima**
- a proizvodnog karaktera
 - b prodajnog karaktera
 - c uslužnog karaktera
- 9. Kada je započelo stvaranje tzv. hotelskih lanaca?**
- a 50-ih godina prošlog veka
 - b između dva svetska rata u prošlom veku
 - c 1845. godine
- 10. Osnovne prednosti čarter prevoza za turističku agenciju i za turiste su**
- a smanjeno vreme putovanja i viša cena
 - b smanjeno vreme putovanja i niža cena
 - c popunjenost kapaciteta u avio-saobraćaju i niža cena
- 11. Da li je na osnovu ugovora o fiksnom zakupu hotelskih kapaciteta , turistička agencija dužna da plati određenu cenu za korišćenje ukoliko nije popunila smeštajni kapacitet?**
- a da
 - b ne
 - c samo ukoliko nije popunila više od polovine zakupljenih kapaciteta
- 12. „Poverljive“ tarife namenjene su**
- a receptivnim turističkim agencijama
 - b inicijativnim turističkim agencijama
 - c avio prevoznicima u međunarodnom saobraćaju
- 13. Kojom poslovnom funkcijom turističke agencije je obuhvaćeno obezbeđivanje sastavnih delova neophodnih za stvaranje konačnog zbira usluga agencije?**
- a funkcijom nabavke
 - b funkcijom plasmana
 - c finansijskom funkcijom
- 14. U grupu strogo zaračunatih obrazaca koje izdaju i štampaju turističke agencije spadaju**
- a vaučeri, putne karte, obrasci za kupovinu stranih sredstava plaćanja
 - b vaučeri, priznanice, ugovori o iznajmljivanju vozila
 - c putne karte, obrasci za kupovinu stranih sredstava plaćanja i ugovori o iznajmljivanju vozila
- 15. Koje stavke obuhvata bruto cena turističkog aranžmana?**
- a neto cenu uvećanu za troškove agencije
 - b neto cenu uvećanu za fakultativne uzlete
 - c neto cenu uvećanu za devizni deo aranžmana