

1. Kada turističke agencije usmeravaju potencijalne turiste na putovanje bave se
 - a receptivnim poslovima
 - b **inicijativnim poslovima**
 - c tranzitnim poslovima

2. Inovacije koje je Tomas Kuk uveo u turističko putovanje su:
 - a **uputnica – vaučer, paušalno putovanje, štednju za putovanje**
 - b železnicu, brodsku liniju i vaučer
 - c međunarodna putovanja, vaučer i železnicu

3. Šta podrazumeva korišćenje „ekonomije velikog obima“?
 - a iznajmljivanje većeg broja smeštajnih i prevoznih kapaciteta čime se snižava cena jer su povećani troškovi
 - b **zajedničko zakupljivanje kapaciteta za smeštaj, prevoz i druge usluge čime se dobija veći popust u ceni i time snižavaju troškovi**
 - c horizontalnu integraciju kojim se povećava cena uz niže troškove

4. Koliku stavku u strukturi troškova u restoraterstvu čine fiksni troškovi?
 - a **nisku**
 - b visoku
 - c degresivno visoku

5. Kada je započelo stvaranje tzv. hotelskih lanaca?
 - a između dva svetska rata u prošlom veku
 - b 1845. godine
 - c **50-ih godina prošlog veka**

6. Kojim načinom integracije se hotelski lanci vezuju za avio-kompanije?
 - a **vertikalnim**
 - b horizontalnim
 - c franšizom

7. U koje elemente kategorizacije spadaju položaj i izgled objekta?
 - a obavezne
 - b komplementarne
 - c **izborne**

8. Osnovne prednosti charter prevoza za turističku agenciju i za turiste su

- a smanjeno vreme putovanja i niža cena
- b popunjenost kapaciteta u avio-saobraćaju i niža cena
- c smanjeno vreme putovanja i viša cena

9. U cenu tura krstarenja ili kružnih putovanja brodom retko se uključuju

- a usluge prevoza
- b izleti
- c usluge ishrane

10. Čiju licencu mora posedovati turistička agencija da bi prodavala karte za međunarodni avio-saobraćaj?

- a Avio prevoznika
- b IATA
- c YUTA

11. U kojim situacijama turistička agencija primenjuje iznajmljivanje autobusa po turi?

- a manja kilometraža a relativno duže korišćenje autobusa i lanci tura
- b manja kilometraža i relativno kraće korišćenje autobusa
- c lanci tura i razdaljine duže od 300km

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

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

13. Ko obezbeđuje izvore finansiranja za vođenje komercijalne propagande?

- a vlade turističkih zemalja
- b nacionalne turističke organizacije
- c sama turistička preduzeća

14. Grosističke turističke agencije se drugačije nazivaju

- a ritejleri
- b emitivne turističke agencije
- c turooperatori

15. Ukoliko je obim proizvodnje – prometa manji fiksni troškovi po jedinici proizvoda su

- a veći
- b nepromenjeni
- c manji

1. Prva turistička agencija u Engleskoj javila se kao logična posledica masovnosti pod uticajem

- a humanizma i renesanse
- b industrijske revolucije
- c francuske buržoaske revolucije

2. 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

3. Koliku stavku u strukturi ukupnih troškova u hotelijerstvu u odnosu na restoraterstvo čine fiksni troškovi?

- a nisku 10-20%
- b visoku 60-80%
- c progresivno nisku

4. Koja kompanija i nakojoj 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)

5. Prvi moderan hotel u Beogradu podigao je

- a Miša Anastasijević, 1852. godine
- b Ilija Kolarac, 1911. Godine
- c Knez Mihajlo Obrenović, 1843. godine

6. Dominirajući globalni distributivni sistem u našoj zemlji je

- a Amadeus
- b Galileo
- c Sabre

7. Osnovni oblici turističkog saobraćaja u organizovanom turističkom prometu su

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

- 8. Ugovor kojim turistička agencija zakupljuje određeni broj mesta u avionu na utvrđenoj čarter liniji koju organizuje vazduhoplovno preduzeće naziva se**
- a blok (delimičan) čarter
 - b lanac čartera
 - c vanredni čarter
- 9. Da li kod ugovora o fiksnom zakupu hotelskih kapaciteta turistička agencija ima obavezu popunjavanja smeštajnog kapaciteta?**
- a ne
 - b da
 - c delimično, min. 50%
- 10. „Poverljive“ tarife namenjene su**
- a receptivnim turističkim agencijama
 - b inicijativnim turističkim agencijama
 - c avio prevoznicima u međunarodnom saobraćaju
- 11. Koji su osnovni delovi kalkulacije kao etape formiranja turističkog aranžmana?**
- a Predkalkulacija i konačna kalkulacija
 - b Postavljanje kalkulacije i dodavanje marže na neto cenu
 - c Bruto kalkulacija i neto kalkulacija
- 12. Kome su prvenstveno namenjeni komercijalni redovi letenja?**
- a potencijalnim putnicima
 - b avio kompanijama
 - c rezervacionim i distributivnim sistemima
- 13. Boljim korišćenjem kapaciteta fiksni troškovi po jedinici proizvoda i usluga se**
- a povećavaju
 - b ne menjaju
 - c smanjuju
- 14. Mogući broj noćenja predstavlja veličinu koja se dobija**
- a deljenjem 365 dana sa ukupnim brojem postelja
 - b množenjem ukupnog broja postelja sa ukupnim brojem turista
 - c množenjem ukupnog broja postelja sa 365 dana
- 15. Prodajna cena aranžmana po jednom putniku sadrži sledeće stavke:**
- a Neto cenu uvećanu za troškove agencije i razliku u ceni
 - b Bruto cenu umanjenu za troškove agencije
 - c Troškove agencije uvećane za proviziju agencije