

1. Nabroj činitelja turističke potražnje? (4)
  - ekonomski, demografski, sociokulturni i psihološki, sociopolitički, geografski i ostali činitelji
2. Nabroj ekonomske činitelje potražnje?
  - visina dohotka i gospodarski rast, troškovi osnovnih životnih potreba, cijene tur. usluga, osobna mobilnost
3. Kako visina dohotka i gospodarski rast utječe na dolazak turista u Hrvatsku?
  - *visina dohotka u razvijenim zemljama omogućuje da 2/3 stanovništva putuje izvan mjesta boravka*
4. Kako razina troškova života u Hrvatskoj i cijene turističkih usluga utječu na domaći turizam?
  - viši izdatci za osnovne troškove života, ljudima ostaje manje novca za turistička putovanja
5. Nabroj demografske činitelje potražnje?
  - dob i spol, zanimanje i stupanj naobrazbe, struktura i veličina obitelji te ostali činitelji
6. Kako dob utječe na turističku potražnju?
  - razne dobne skupine imaju različite turističke potrebe - mladi ljudi – češća grupna putovanja (upoznavanje novih krajeva); srednja životna dob – češće putuju s obitelji ili sami (bitan im je komfor); stariji ljudi – češća grupna putovanja (bitan osjećaj sigurnosti i druženje)
7. Kako stupanj naobrazbe i zanimanje utječu na turističku potražnju?
  - više putuju oni na višim pozicijama u poduzeću od onih na nižim; osobe s većim stupnjem naobrazbe češće putuju
8. Kako struktura obitelji utječe na turističku potražnju?
  - obitelji s manjom djecom i obitelji s više djece rjeđe putuju
9. Nabroj sociokulturne i psihološke činitelje potražnje?
  - norme ponašanja, moda, psihološke značajke pojedinca
10. Kako norme ponašanja utječu na turističku potražnju?
  - *npr. odmor kao potreba a ne luksuz, putovanje u inozemstvo kao znak bogatstva i uspjeha...*
11. Kako moda utječe na potražnju?
  - *npr. moda „preplanule” ili „blijede” kože ili putovanja u određena ljetovališta/zimovališta*
12. Kako psihološke značajke čovjeka utječu na potražnju?
  - **strah od nepoznatoga** – ljudi putuju u poznate krajeve radi osjećaja sigurnosti - *npr. strah od letenja, zaraze...*
  - **nesigurnost** kao privlačni faktor – *npr. nuklearni turizam, turizam ratnih zona...*
13. Nabroj sociopolitičke, geografske i ostale činitelje potražnje?
  - pravo na odmor i slobodu kretanja, klimatske prilike, veličina naselja i stupanj urbaniziranosti, sredstva stvaranja javnog mnijenja
14. Kako klimatske prilike utječu na turističku potražnju?
  - klima kao bitan faktor turističke potražnje – iz hladnijih krajeva ljudi putuju u toplije i obratno – *npr. iz Sjeverne Europe na Mediteran*
15. Kako veličina naselja utječe na turističku potražnju?
  - češće putuju stanovnici grada nego sela (bijeg iz grada vikendom)
16. Kako sredstva stvaranja javnog mnijenja utječu na potražnju?
  - *npr. učestale negativne vijesti o događanjima u nekoj zemlji mogu stvoriti negativnu sliku o njoj (ili suprotno ako je riječ o pozitivnim vijestima)*
17. Nabroj skupine činitelja turističke ponude?
  - turističke atrakcije, prometna dostupnost, informacijska dostupnost, ugostiteljski objekti i ostali prihvatni činitelji
18. Što su turističke atrakcije?
  - sve prirodne ili društvene pojave koje privlače posjetitelje i koje se mogu turistički iskoristiti
19. O komu ovisi važnost turističke atrakcije? Objasni na primjeru Zrća.
  - ovisi o gostu
20. Kako smo podijelili vrste turističkih atrakcija? (4)
  - prema načinu postanka – **prirodne i stvorene**
  - kao činitelji turističke ponude – **primarne i sekundarne**
  - kao posljedica razvoja turizma – **dorađene i izvorne**
  - **materijalne i nematerijalne**

21. Na primjeru objasni razliku između izvornih i dorađenih turističkih atrakcija.
  - izvorna - *npr. izgradnja tematskog parka, Disneylanda ili Gardalanda...*
  - dorađena - *npr. Splitsko ljeto u prostorima Dioklecijanove palače*
22. Nabroj neke nematerijalne i materijalne turističke atrakcije.
  - nematerijalne: mitovi, legende, manifestacije, kultura života i rada...
  - materijalne: crkve, stare građevine, umjetnička djela, muzeji...
23. Na primjeru objasni razliku između primarnih i sekundarnih atrakcija.
  - *npr. turisti u Šibenik dođu radi Međunarodnog dječjeg festivala, ali posjete i vrijedne kulturno-povijesne znamenitosti te uživaju u mediteranskoj klimi*
24. Kako je razvoj prometa utjecao na razvoj turizma? Navedi primjere kroz povijest.
  - razvoj željeznice u 19. st potaknuo je razvoj turizma
  - nakon 2. svj. rata – razvoj cestovnog prometa
  - od 1960-ih – razvoj zračnog prometa – jeftin i brz prijevoz putnika
  - u skoroj budućnosti – let u svemir i virtualna putovanja
25. Koji su oblici prometne dostupnosti? (2)
  - vanjska i unutarnja prometna dostupnost
26. Navedi primjer prijevoza kao turističke atrakcije.
  - npr. vlak, stari jedrenjaci, podmornice...
27. Koji su izvori informacija o turističkoj destinaciji posebno važni gostima?
  - internet i preporuka prijatelja i rodbine
28. Koje su kategorije ugostiteljskih objekata u turizmu? (3)
  - hotelijerstvo, restauraterstvo i barovi
29. Što uključuje hotelijerstvo? (usluga i vrste ug. objekata)
  - hoteli, moteli, aparthoteli, pansioni, apartmani...
  - nude usluge smještaja i prehrane
30. Što uključuje restauraterstvo? (usluga i vrste ug. objekata)
  - restorani, gostionice, zdravljac, zalogajnice, pečenjarnice, pizzerije...
  - nude usluge jela, pića i napitaka
31. Što uključuju barovi? (usluga i vrste ug. objekata)
  - caffe-bar, kavana, klet, pivnica, krčma, konoba...
  - nude usluge pića i napitaka te zabavnog programa (diskoteke, noćni barovi ili klubovi)
32. Kako se kategoriziraju ugostiteljski objekti? (oznake kategorije)
  - od 2 do 5 zvjezdica
33. Nabroj funkcije turističkih agencija. (4)
  - **informacijsko-savjetodavna** – besplatna usluga informiranja o destinaciji
  - **propagandna** – promidžbom potiču turiste na potrošnju
  - **posrednička** – organiziranje putovanja
  - **organizatorska** – najvažnija funkcija tur. agencije
34. Što je paket-aranžman?
  - **paket-aranžman** – organiziranje putovanja i preuzimanje rizika i odgovornosti za ugovorenu uslugu
35. Kako dijelimo agencije prema poslovima kojima se bave? (2)
  - **turooperatori** – organiziraju putovanja (paket-aranžmane)
  - **posrednici** – bave se posredničkim i ostalim poslovima
36. Kako dijelimo agencije prema položaju na turističkom tržištu? (2)
  - **emitivne** tur. agencije – posluju na području tur. **potražnje**
  - **receptivne** tur. agencije – posluju na području tur. **ponude**
37. Kako dijelimo agencije prema prostornom obuhvatu poslovanja? (4)
  - **lokalne**
  - **regionalne**
  - **nacionalne**
  - **međunarodne**
38. Koji je razlika između turooperatora i posrednika?
  - **turooperatori** – organiziraju putovanja (paket-aranžmane), dok **posrednici** – bave se posredničkim i ostalim poslovima
39. Na kojem području posluju emitivne turističke agencije, a na kojem receptivne?
  - **emitivne** tur. agencije – posluju na području tur. **potražnje**, **receptivne** tur. agencije – posluju na području tur. **ponude**