**KONTROLNA VPRAŠANJA**

**TURIZEM**

**1. KADAR GOVORIMO O TURIZMU, MISLIMO POGOSTO SAMO NA POČITNIŠKA POTOVANJA. NAŠTEJTE ŠE DRUGE RAZLOGE ZA POTOVANJA IN V ZVEZI Z NJIMI STORITVE TURISTIČNIH ORGANIZACIJ.**

Zaradi rekreacije, da okrepimo zdravje, da obiskujemo kraje s kulturnozgodovinskimi spomeniki, zaradi opravljanja poslov in sodelovanja na gospodarskih prireditvah, da obiščemo kulturne in športne prireditve, zaradi dodatnega izobraževanja, da obiščemo romarska središča.

**2. KATERA PODJETJA PRIŠTEVAMO K TURISTIČNIM ORGANIZACIJAM V OŽJEM POMENU IN KATERA PODJETJA LAHKO TUDI UVRŠČAMO V TURISTIČNO DEJAVNOST?**

Med turistične organizacije v ožjem pomenu prištevamo predvsem podjetja s področja gostinstva, ki ponujajo gostom prenočitev in prehrano, in turistične agencije.

Penzioni, apartmaji, objekti, ki ponujajo gostom hrano in pijačo.

**3. KAKO VPLIVA TURIZEM NA PLAČILNO BILANCO NEKE DRŽAVE?**

Aktivni turizem (prihod in bivanje tujih državljanov v določeni državi) – povečanje aktive v devizni bilanci. Pasivni turizem (potovanje naših državljanov v tujino – plačujejo storitve v tuji valuti ali pa opravijo to zanje turistične agencije in drugi poslovni objekti) – povečanja pasive v devizni bilanci.

**4. KAKO RAZPOLOŽLJIVA DENARNA SREDSTVA VPLIVAJO NA TURISTIČNO POVPRAŠEVANJE?**

Človek si najprej zadovolji osnovne potrebe po hrani, obleki, stanovanju. Šele potem, ko si iz plače porazdelimo prihranke, si privoščimo povpraševanje po potovanju, izletu, križarjenju.

**5. KATERE SKUPINE LJUDI, UPOŠTEVAJOČ DEMOGRAFSKE DEJAVNIKE, POGOSTEJE POVPRAŠUJEJO PO TURISTIČNIH STORITVAH?**

Mladina si želi spoznati nove kraje, doživetja, zabavo. Srednja generacija bi rada več udobja in so zato pripravljeni za potovanje odšteti več denarja. Starejši radi potujejo v skupini, saj se tako počutijo bolj varni.

**6. POJASNITE POMEN PROSTEGA ČASA ZA TURIZEM.**

Da si skrajšamo delovni čas, da izkoristimo vikende in praznike, si privoščimo izlete. To je eden izmed dejavnikov, ki neposredno vpliva na turistično povpraševanje.

**7. KAKŠNE POSLEDICE IMAJO LAHKO VOJNE, TERORIZEM IN POLITIČNA NESTABILNOST NA PODROČJU TURIZMA?**

Nemoten razvoj turizma, manjše povpraševanje, uničenje turistične dejavnosti.

**8. POJASNITE VRSTE IN OSNOVNE NALOGE TURISTIČNIH AGENCIJ.**

**- Receptivne turistične agencije:** ponujajo večino storitev turistom, ki so prišli od drugod.

**- Emitivne turistične agencije:** usmerjena je predvsem k domačemu prebivalstvu.

Glede na obseg poslovanja:

**- Grosistične turistične agencije:** pojavljajo se kot proizvajalci turističnega potovanja; njihov proizvod v skupni ceni vključuje različne storitve (od prevoza, namestitve do vodenja)

**- Detajlistične turistične agencije:** nastopajo v vlogi posrednika med organizatorjem in potrošnikom; opravljajo posle v lastnem imenu, vendar na račun grosistov

Njihova glavna naloga je organizacija in prodaja potovanj, dajanje različnih informacij, rezervacija in prodaja različnih vozovnic, rezervacija prenočitvenih zmogljivosti in drugih gostinskih storitev (prehrane).

**9. KATERE POSEBNE PROBLEME IMAJO PODJETNIKI S PODROČJA GOSTINSTVA IN TURISTIČNIH PRENOČITEV?**

- visoka stopnja porabe kapitala

- delovna intenzivnost, neenakomeren delovni čas

- majhne možnosti za racionalizacijo

- močna konkurenca

**10. KAKO BI POJASNILI POMEN TURIZMA ZA SLOVENIJO?**

Odraža se v hitrejšem razvoju gospodarskih in negospodarskih dejavnosti, v zaposlovanju, v povečanem številu novih investicij, v ekonomskem vrednotenju naravnih dobrin, v učinkih turizma, ki vplivajo na razvoj kmetijstva, industrije.

**11. KAKO SE KAŽEJO NEGATIVNE POSLEDICE HITREGA TURISTIČNEGA RAZVOJA?**

Vrste v trgovinah, na poštah, visoke cene gostinskih in drugih storitev. Problematični so tudi lokali, ki imajo pozen delovni čas (diskoteke). Z izgrajevanjem turističnih središč uničujemo vedno več naravnih površin. Ekološko občutljiva okolja (gore, morje, gradovi) težko prenašajo veliko število obiskovalcev.