

2009年经济师考试中级旅游经济专业知识与实务真题 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/648/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E7_BB_8F_c49_648152.htm 一、单项选择题(共60题，每题1

分。每题的备选项中，只有1个最符合题意) 1.具有支付能力和闲暇时间的消费者在一定时期内，按一定的价格购买的旅游产品的数量称为()旅游需求。 A.潜在 B.有效 C.延缓 D.受抑制 2.旅游支付能力取决于人们全部收入中扣除()之后的余额。 A.社会保险费 B.子女教育费 C.必须缴纳的税金及生活和社会消费支出 D.个人生活费 3.下列实现旅游需求的条件中，属于客观条件的是()。 A.具有个人支付能力 B.满足开阔眼界的需要 C.满足放松身心的需要 D.满足个人的兴趣爱好 4.反映一个国家或地区的居民一定时期内出外旅游人次与旅游人数之比的指标是()。 A.出游频率 B.出游潜力指数 C.净出游率 D.总出游率 5.当某旅游产品的价格从100元上涨到150元时，该产品的市场供给数量也从2000个单位上升到2500个单位。这说明该旅游产品的供给()。 A.富有弹性 B.缺乏弹性 C.无弹性 D.弹性一致 6.当旅游产品价格一定幅度的变化会引起旅游供给量更大幅度的变化时，旅游供给弹性系数(E_s)会()。 A.等于0 B.介于0与1之间 C.等于1 D.大于1 7.下列影响旅游环境质量的因素中，涉及旅游社会环境质量的是()。 A.空气和水体 B.土地及地貌 C.生物群落 D.卫生及人口健康状况 8.旅游资源所在地的环境质量除了旅游社会环境质量之外，还包括该地的()。 A.旅游文化环境质量 B.旅游生态环境质量 C.旅游生活环境质量 D.旅游经济环境质量 9.形成旅游市场机制的动力之源是()。 A.旅游目的地政府的行政干预 B.旅行社对旅游活动的

组织 C.旅游市场主体对利益的追求 D.旅游目的地宣传促销经费的供应 10.针对旅游市场上存在的“零团费”、“负团费”等不良经营方式所引起的恶性竞争的市场环境，旅行社的产品定价应当以()为目标。 A.进一步降低价格，提高市场占有率 B.反映产品质量，维护企业形象 C.增加自费项目，追求利润最大化 D.随行就市，维持企业生存 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com