

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение инклюзивного высшего образования
**«Российский государственный
университет социальных технологий»**
(ФГБОУ ИВО «РГУ СоцТех»)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной
деятельности
Е.В. Богдалова

«12 » января 2026 г.



**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПО
ЭКОНОМИКЕ В ТУРИЗМЕ**

(УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА)

(для вступительных испытаний, проводимых университетом
самостоятельно)

Москва
2026

Структура программы

1. Пояснительная записка
2. Содержание программы по основным разделам
3. Структура и порядок проведения вступительного испытания
4. Критерии оценивания результатов вступительного испытания.
Шкалирование результатов вступительного испытания
5. Список рекомендуемой литературы при подготовке к вступительному испытанию
6. Демонстрационная версия вступительного испытания «Экономика в туризме»

1. Пояснительная записка

Программа общеобразовательного вступительного испытания для бакалавриата по экономике в туризме сформирована на основе федеральных государственных образовательных стандартов среднего профессионального образования группы 38.00.00 Экономика и управление и 43.00.00 Сервис и туризм.

Поступающие должны демонстрировать базовые знания экономической теории, понимание специфики экономических отношений в сфере туризма, а также представление об основах финансов, ценообразования и менеджмента в туристской индустрии.

Цель вступительного испытания - определить готовность и возможности поступающего к овладению программой по направлениям 43.03.02 «Туризм».

Задачи:

1. Выявление знаний основных экономических понятий, законов и категорий.
2. Определение понимания особенностей туристского рынка, спроса и предложения в туризме.
3. Выявление знаний по основам экономики предприятия туристской индустрии, ценообразования и финансового анализа.

2. Содержание программы вступительного испытания

Тема 1. Экономическая сущность туризма как отрасли и объекта исследования.

Туризм как сложная социально-экономическая система: понятие и границы. Определение туризма в экономическом контексте. Дискуссия: туризм как отрасль, межотраслевой комплекс или вид экономической деятельности. Системный подход к анализу.

Специфика туристского рынка и его институциональная структура. Особенности рынка туристских услуг: неосязаемость, сезонность, эластичность, роль информации. Ключевые институты: туроператоры, турагенты, регуляторы, профессиональные ассоциации.

Спрос в туризме: экономические детерминанты и моделирование. Функция туристского спроса. Доходная и ценовая эластичность спроса на туруслуги. Факторы спроса: экономические (доходы, валютные курсы), социальные, психологические.

Предложение в туризме: структура, ресурсы и ограничения. Функция туристского предложения. Производственные ресурсы индустрии туризма: природные, материально-технические, трудовые, финансовые. Проблема ограниченности ресурсов и емкости дестинаций.

Тема 2. Макроэкономическое значение туризма и система национальных счетов.

Макроэкономические эффекты туристской деятельности: прямой, косвенный и индуцированный. Мультипликативные эффекты в туризме (доходный, занятости, инвестиционный). Методы оценки вклада туризма в экономику.

Туризм в системе национальных счетов (СНС) и платёжном балансе. Статистическое измерение туризма: Туристский Счёт Сателлит (ТСС). Статья «Туристские услуги» в платёжном балансе страны. Понятия туристского экспорта и импорта.

Туристский мультипликатор: сущность, виды и практика расчёта. Модель мультипликатора расходов в туристской дестинации. Доходный мультипликатор, мультипликатор занятости, мультипликатор налоговых поступлений. Факторы, влияющие на величину мультипликатора.

Туризм и региональное развитие: экономические аспекты. Роль туризма в диверсификации региональной экономики, создании рабочих мест, развитии инфраструктуры. Проблемы монопрофильных туристских регионов (сезонность, утечка доходов).

Тема 3. Микроэкономика туристского предприятия: издержки и результаты.

Туристское предприятие как субъект микроэкономики: цели и организационно-правовые формы. Цели фирмы в туризме: максимизация прибыли, выручки, доли рынка, социальные цели. Особенности МСП в сфере туризма.

Экономические ресурсы и издержки туристской фирмы. Классификация издержек: постоянные и переменные, прямые и косвенные, явные и неявные. Функция издержек в краткосрочном и долгосрочном периодах. Эффект масштаба и эффект охвата в туризме.

Доходы, выручка и прибыль турпредприятия. Формирование валовой выручки. Виды прибыли: бухгалтерская, экономическая, нормальная. Показатели рентабельности: активов, продаж, собственного капитала.

Производственная функция и эффективность в туризме. Взаимосвязь ресурсов и результата. Показатели эффективности использования ресурсов: фондоотдача, материалоёмкость, производительность труда. Концепция общей факторной производительности.

Тема 4. Ценообразование и ценовая политика на рынке туристских услуг.

Экономическая природа цены в туризме и факторы ценообразования. Цена как денежное выражение стоимости и инструмент конкуренции. Внешние (спрос, конкуренция, государство) и внутренние (издержки, цели) факторы.

Методы расчёта цен на туристский продукт: затратные и рыночные. Метод « себестоимость + прибыль», метод целевой рентабельности. Ценообразование, ориентированное на спрос (ценность) и на конкуренцию (следование за лидером).

Стратегии и тактики ценообразования в туроператорской и турагентской деятельности. Стратегии «снятия сливок» и проникновения на рынок. Ценовая дискриминация по времени, месту, категории клиентов. Система комиссионного вознаграждения.

Особенности ценообразования на услуги предприятий туристской инфраструктуры. Динамическое ценообразование в гостиницах и авиакомпаниях. Тарифы на перевозки. Ценовые стратегии ресторанов и объектов показа.

Тема 5. Финансы и налогообложение в сфере туризма.

Финансовые ресурсы туристского предприятия и управление ими. Собственные и заёмные источники финансирования. Особенности формирования оборотного капитала. Управление денежными потоками с учётом сезонности.

Основы финансового анализа и планирования в туризме. Финансовая отчётность турфирмы: Баланс, Отчёт о финансовых результатах, Отчёт о движении денежных средств. Ключевые финансовые коэффициенты (ликвидности, финансовой устойчивости, деловой активности).

Налоговая система и специальные режимы налогообложения для субъектов туринастрии. Налоги, уплачиваемые турпредприятием: НДС, налог на прибыль, налог на имущество, страховые взносы. Применение УСН, патентной системы.

Государственная финансовая поддержка и инвестиционные стимулы в туризме. Субсидии, льготное кредитование, государственно-частное партнёрство (ГЧП) в инфраструктурных проектах. Инвестиционный климат в туристской сфере.

Тема 6. Экономика туристских дестинаций и региональное планирование.

Дестинация как объект экономического управления: кластерный подход. Концепция туристского кластера. Экономические выгоды кластеризации: синергия, инновации, снижение транзакционных издержек. Роль организации по менеджменту организации, отвечающей за управление и маркетинг туристического направления.

Экономическая оценка туристско-рекреационного потенциала территории. Методы оценки природных и культурных ресурсов: стоимостные и балльные. Концепция общей экономической ценности. Анализ конкурентных преимуществ дестинации.

Экономическое обоснование туристских проектов и программ развития. Жизненный цикл инвестиционного проекта в туризме. Методы оценки эффективности: чистый дисконтированный доход, внутренняя норма доходности, срок окупаемости.

Проблема экономической ёмкости и устойчивости дестинации. Концепция несущей туристской ёмкости. Экономические аспекты устойчивого развития: баланс между доходностью и сохранением ресурсов, управление потоком посетителей.

Тема 7. Экономика предприятий гостеприимства (средств размещения и питания).

Экономическая модель гостиничного предприятия: структура доходов и издержек. Классификация доходов: от номерного фонда, от еды и напитков, прочие. Структура операционных издержек. Показатель GOP (Валовая операционная прибыль).

Ключевые показатели эффективности гостиничного бизнеса. Система показателей: загрузка, средняя цена номера, доход на доступный номер, общий доход на доступный номер.

Экономика предприятий питания в туризме. Форматы и их экономическая специфика. Структура себестоимости и ценообразование. Показатели: средний чек, оборачиваемость места, рентабельность.

Управление доходами в индустрии гостеприимства. Методы прогнозирования спроса. Динамическое ценообразование и управление квотами. Использование технологий big data и искусственного интеллекта.

Тема 8. Экономика транспорта в системе туризма.

Экономическая роль транспорта в создании туристского продукта. Транспортная составляющая в стоимости тура. Взаимосвязь развития транспортной инфраструктуры и туристских потоков.

Особенности экономики и тарифообразования на авиационном транспорте. Структура издержек авиакомпании. Система авиатарифов и правила их применения. Доходы авиакомпаний от пассажирских перевозок.

Экономика железнодорожных, автобусных и круизных перевозок в туризме. Специфика издержек и формирования тарифов. Сезонность и загрузка. Аренда транспортных средств (чартер).

Логистика и управление цепями поставок в туризме. Оптимизация логистических издержек туроператора. Экономия на масштабе при групповых перевозках. Влияние цен на топливо на стоимость туров.

Тема 9. Трудовые ресурсы и рынок труда в туризме.

Специфика трудовых ресурсов в индустрии туризма. Структура занятости: высококвалифицированный и низкоквалифицированный труд, сезонность, высокая текучесть кадров. Производительность труда в сфере услуг.

Экономические аспекты формирования заработной платы в туризме. Факторы, влияющие на уровень зарплат. Системы оплаты труда (окладная, комиссионная, смешанная). Соотношение постоянной и переменной части.

Инвестиции в человеческий капитал: экономическая эффективность обучения. Затраты на подготовку и переподготовку персонала. Окупаемость инвестиций в обучение. Корпоративные университеты в турииндустрии.

Социально-экономические проблемы занятости в туризме. Неформальная занятость, низкий престиж ряда профессий, миграция рабочей силы. Государственное регулирование рынка туристского труда.

Тема 10. Международные экономические аспекты туризма.

Международный туризм в системе мирового хозяйства. Глобальные экономические тенденции и их влияние на туризм: кризисы, глобализация, региональная интеграция. Роль международных организаций (ЮНВТО, ВТО).

Влияние валютных курсов и инфляции на международные туристские потоки. Понятие реального валютного курса. Эффект богатства и эффект относительных цен. Стратегии хеджирования валютных рисков туроператора.

Экономика транснациональных корпораций (ТНК) в туризме. Стратегии гостиничных цепей, туроператорских холдингов, онлайн-агрегаторов. Эффекты присутствия ТНК: передача технологий, конкуренция с местными фирмами.

Свобода торговли услугами и экономическое регулирование в туризме. Генеральное соглашение по торговле услугами (GATS) ВТО и его влияние на туристский рынок. Режимы доступа на рынок.

Тема 11. Государственное регулирование и поддержка туристской индустрии.

Экономическое обоснование государственного вмешательства в сферу туризма. Провалы рынка в туризме (экстерналии, асимметрия информации, общественные блага). Цели государственной политики: экономический рост, занятость, региональное развитие.

Инструменты государственного регулирования туристской деятельности. Прямое (законодательство, стандарты, лицензирование) и косвенное (налоговое, таможенное, валютное регулирование) воздействие.

Бюджетное финансирование и маркетинг территорий. Экономическая эффективность государственных расходов на продвижение дестинаций, инфраструктуру, кадровую подготовку. Методы оценки ROI государственных программ.

Экономика безопасности и страхования в туризме. Издержки обеспечения безопасности. Роль страхования в минимизации экономических рисков туроператоров и туристов. Фонд персональной ответственности туроператора.

Тема 12. Цифровая экономика и будущие тренды в экономике туризма.

Экономика платформ и шеринг экономики в туризме. Бизнес-модели в туризме. Экономические эффекты: перераспределение доходов, влияние на традиционный сектор, ценовая динамика.

Цифровая трансформация и её экономические последствия для турииндустрии. Снижение транзакционных издержек, дизинтермедиация (уход посредников), рост конкуренции. Экономика больших данных и персонализация.

Экономика устойчивого (зелёного) туризма: затраты и выгоды. Экономическое обоснование экологических инвестиций. «Зелёные» тарифы и спрос. Модель циркулярной экономики в туризме.

Кризис-менеджмент и экономическая устойчивость туристских систем. Оценка экономического ущерба от кризисов (пандемий, конфликтов). Модели восстановления. Антихрупкость как экономическая стратегия.

3. Структура и порядок проведения вступительного испытания

Вступительные испытания проводятся на русском языке.

Организация проводит вступительные испытания очно и (или) с использованием дистанционных технологий (при условии идентификации поступающих при сдаче ими вступительных испытаний).

Вступительное испытание проводится в соответствии с утвержденным расписанием.

Подготовка и проведение вступительного испытания осуществляется экзаменацационной комиссией, назначенной приказом ректора Университета.

Вступительное испытание проводится в форме теста.

Пример тестов для вступительного испытания см. в разделе 6 данной программы. Вариант теста для групп (потока) выдается председателю экзаменацационной комиссии в день проведения испытания.

Продолжительность вступительного испытания 2 академических часа (90 мин).

Особенности проведения экзамена для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья установлены правилами приема ФГБОУ ИВО «РГУ СоцТех».

На экзамен поступающий должен прибыть с документом, удостоверяющим личность.

Работы поступающих оформляются на листах, выдаваемых экзаменацационной комиссией (необходимое количество листов предоставляется экзаменацационной комиссией). Возможно заполнение электронных бланков тестовых заданий.

На экзамене ЗАПРЕЩЕНО использование справочной литературы и мобильных средств связи. Поступающему разрешается иметь при себе ручку с пастой синего цвета.

В случае, если кандидат не наберет минимального количества баллов, считается, что экзамен он не сдал и в конкурсный список не включается. Пересдача вступительного испытания с целью повышения баллов не допускается.

Лица, не прошедшие вступительное испытание по уважительной причине (болезнь или иные обстоятельства, подтвержденные документально), допускаются к сдаче вступительного испытания в другой группе или в резервный день.

Результаты вступительного испытания объявляются на официальном сайте Университета не позднее третьего рабочего дня после проведения вступительного испытания.

По результатам вступительного испытания, проводимого Университетом самостоятельно, поступающий имеет право подать в

организацию апелляцию о нарушении, по мнению поступающего, установленного порядка проведения вступительного испытания и (или) о несогласии с полученной оценкой результатов вступительного испытания.

Правила подачи и рассмотрения апелляций устанавливаются Университетом.

4. Критерии оценивания результатов вступительного испытания.

Шкалирование результатов вступительного испытания

Вступительное испытание, проводимое Университетом самостоятельно, проводится в форме теста.

Тест содержит 38 заданий, соответствующих содержанию программы.

Результаты вступительного испытания в форме тестирования оцениваются по 100-балльной шкале, где максимальный балл – 100, минимальный балл - 40.

За каждое правильное решение с 1 по 35 задание включительно начисляется по 2 (два) балла, за 36-38 задание – по 10 (десять) баллов.

По результатам вступительного испытания определяются баллы:

40 — 100 баллов — удовлетворительные результаты вступительного испытания.

0 — 39 баллов — неудовлетворительные результаты вступительного испытания.

5. Список рекомендуемой литературы при подготовке к вступительному испытанию

Основная:

1. Богданов, Е. И. Экономика отрасли туризм : учебник / Е.И. Богданов, Е.С. Богомолова, В.П. Орловская ; под ред. проф. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 318 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-004712-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2134048>.

2. Боголюбов, В.С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций: учебник и практикум для вузов / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06549-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512992>.

3. Лежнин, В. В. Экономические основы функционирования туристской фирмы : учебное пособие / В. В. Лежнин. - Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2022. - 128 с. - ISBN 978-5-8158-2256-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1972680>.

4. Овчаров, А. О. Экономика туризма : учебное пособие / А.О. Овчаров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 264 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1846122. - ISBN 978-5-16-017365-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2091911>.

5. Экономика и предпринимательство в туризме и гостеприимстве : учебное пособие / под общ. ред. И.Ф. Игнатьевой, И.Н. Чурилиной. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 207 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1900972. - ISBN 978-5-16-017981-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1900972>. – Режим доступа: по подписке.

6. Экономика, менеджмент и маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства : учебное пособие / О. А. Альмухамедова, Е. Н. Маслак, Ю. А. Пшеничных [и др.] ; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2024. - 98 с. - ISBN 978-5-9275-4635-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2180507>.

Дополнительная:

1. Скобкин, С. С. Практика гостиничного и туристического менеджмента : учебное пособие / С. С. Скобкин, Л. А. Попов, А. П. Ковальчук. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 352 с. - ISBN 978-5-9776-0557-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2081757>.

2. Бизнес-планирование в туризме : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / под общ. ред. к.э.н., доцента Т. В. Харитоновой ; д.э.н., профессора А. В. Шарковой. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 308 с. - ISBN 978-5-394-05198-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082470>.

3. Менеджмент в туризме : учебное пособие / П.В. Большаник, А.Т. Джураев, Н.У. Махмудова, Ё.Д. Холов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 207 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2132108. - ISBN 978-5-16-019645-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2132108>.

4. Модель оценки влияния туризма и индустрии гостеприимства на экономику России : монография / А.В. Аверин, А.Н. Алексеев, Е.В. Брагина [и др.]. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 196 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1870591. - ISBN 978-5-16-017728-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870591>

5. Экономика туризма : практикум для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», профиль подготовки «Организация и управление туроператорской и турагентской деятельностью», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / авт.-сост. Т. В. Долгих, С. А. Мухамедиева. – Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2024. - 59 с. – ISBN 978-5-8154-0691-9. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2197107>.

6. Демонстрационная версия испытания

1. Фундаментальная проблема «Как производить» в экономике решает вопрос:

- а) какие товары и услуги производить;
- б) каким способом и с помощью каких технологий производить;
- в) для кого производить товары и услуги;
- г) где размещать производство.

2. К неценовым факторам спроса на турпоездку НЕ относится:

- а) доходы потребителей;
- б) цена на данный тур;
- в) мода и предпочтения туристов;
- г) цены на услуги-заменители (отдых на даче).

3. Издержки, которые не зависят от объема выпускаемой продукции (например, аренда офиса турфирмы), – это:

- а) переменные издержки;
- б) постоянные издержки;
- в) предельные издержки;
- г) валовые издержки.

4. Прямое влияние туризма на ВВП страны проявляется через:

- а) рост производства в смежных отраслях (сельское хозяйство, строительство);
- б) расходы туристов на оплату гостиниц, экскурсий, транспорта;
- в) увеличение налоговых поступлений от новых рабочих мест в других секторах;
- г) снижение уровня безработицы в регионе.

5. Инструментом государственного финансового стимулирования развития туризма является:

- а) установление санитарных норм для гостиниц;
- б) предоставление налоговых льгот инвесторам в туристскую инфраструктуру;
- в) лицензирование туроператорской деятельности;
- г) утверждение стандартов классификации гостиниц.

Разработчик:

канд. пед. наук, доцент,
зав. кафедрой экономики и
управления

B.V. Фещенко

**Заведующий кафедрой
экономики и управления**

канд. пед. наук, доцент

B.V. Фещенко

Декан факультета

экономики:

канд. юрид. наук, доцент

P.M. Хакимов