

УДК 338

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОБОСНОВАННОСТЬ МЕНЕДЖМЕНТА В
ТУРИЗМЕ**

Кобцева С.Н., студент гр. 32ЭО, III курс

Научный руководитель: Голубева Т.В., старший преподаватель

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Российская академия народного
хозяйства и государственной службы при Президенте Российской
Федерации», Смоленский филиал, г. Смоленск

Бизнес делится на четыре вида: производственный, коммерческий, финансовый и консультативный. Условно можно отнести туризм в каждую из перечисленных разновидностей коммерческой деятельности. Существует деловой и корпоративный туризм – это выездные конференции для принятия бизнес-решений и проведения обучения персонала. Для подобных мероприятий предусмотрены бизнес-центры в большинстве городов и стран [5, с. 79].

Успех поездки зависит от качественного управления двух сторон: туроператора и коммерческой организации, чей работник отправляется в командировку. В их взаимоотношениях должен быть паритет, который способствует свободному обмену информацией, ведь менеджеры ведут одинаковую деятельность по улучшению условий рабочих мест своих подопечных. Туристическое агентство занимается предоставлением услуг путешественникам, а коммерческая организация - продажей товаров клиентам. Одним словом, обе стороны работают на рынке услуг и к каждой будет относиться все изложенное в статье.

Менеджер обязан руководствоваться клиентоориентированным подходом, в котором сочетаются персонализация и удовлетворенность. Из множества методов принятия решений ценится некая база с информацией о потребителе. Базовым приемом считается записная книжка. Задача менеджера – импонировать клиенту. Это значит, что управляющий должен обладать психологической составляющей.

Каждый менеджер сталкивается с экономическими вопросами о дальнейшей эффективности своей организации в конкурентной среде. Есть несколько подходов к усовершенствованию своих теоретических и практических способностей. Во-первых, концепция преобразующего лидерства опирается на опытность менеджера и долгосрочность целей. Перечисленные атрибуты побудят подчиненных внедряться в процесс принятия решений на конференциях или заседаниях. Во-вторых, организационно-распорядительный метод, который задействует всю иерархию предприятия, собственно, указаниями и инструкциями. В-третьих, экономический метод – это регулирование экономических интересов при помощи всевозможных расчетов [5 с. 165-175].

Командировка - важная часть трудового процесса, которая разработана для деловых поездок штатных сотрудников внутри страны или за ее пределами. Цель командировки должна иметь определенную формулировку экономической деятельности. Регламентом закрепляется обязанность руководителя составить официальный документ с разъяснением принятых к сведению положений дел. Например, заключение сделки, выступление на конференции, обсуждение условий контракта. Выезду уделяется особое внимание, чтобы корректно отразить приказ о командировке в журнале учета [4].

Согласно Трудовому кодексу Российской Федерации возмещению в служебных поездках подлежат: расходы по проезду; расходы по найму жилого помещения; дополнительные расходы, связанные с проживанием вне места постоянного жительства (суточные) [1, статья 168.1]. Говоря о суточных, можно отметить, что общие нормы суточных определяются внутренним актом самой организации. Законодательством не ограничена сумма суточных, но установлен лимит, свыше которого требуется начислять страховые взносы и взимать часть рассчитанного налога на доходы физических лиц. Для служебных поездок по России – 700 рублей в день, для загранкомандировок – 2500 рублей в день.

Чтобы связать экономику с туризмом необходимо объяснить, что командировки иногда оформляются через туристические агентства и отражаются в отчете сведений о заработной плате работников. Тем временем туризм должен быть развит в области традиций тех стран, на которые ориентированы командировочные маршруты. В управлении туризмом могут быть приняты следующие меры по поддержанию информированности сотрудников при покупке путевки. Во-первых, работник должен быть осведомлен о списке стран, с которыми Российская Федерация имеет дипломатические отношения [2]. Эти знания позволят избежать незапланированных затрат при пересечении границы. Во-вторых, можно предлагать просмотр познавательных программ о выбранной стране для командировки. Сейчас имеется множество контента в области познания культуры зарубежья. В-третьих, главная задача управляющего компании сохранить индивидуальность и внести коррективы в функционал фирмы, чтобы действия сотрудников не оскорбляли жителей других стран.

Обратимся к статистическим данным по местам для командировок, в которых задействованы данные туроператора в области делового туризма [3]. Из рисунка 1 видно, что категория «Другие» занимает лидирующее место и составляет 62%. Скорее всего такой результат привел к подорожанию билетов в примечательные города. За рубежом список часто посещаемых мест возглавляет Китай, доля командировок в эту страну равна 39%.

В анализе системы маркетинга рассматривают методологические основы исследований, в составе которых имеются приемы, заимствованные из других областей знаний. Один из них - метод антропологии. В данном приеме рассматривают важность знания особенностей стран и регионов, например, для татар, башкир и якутов конина входит в национальные блюда. А в Индии

корова считается священным символом и любое нанесение увечья животному строго под запретом. Можно рассмотреть метод антропологии со стороны экономических потерь. К примеру, закупка елей для России летом абсурдна, ведь покупать ее в данное время года не станут. И весьма колеблющийся вид бизнеса – продажа цветов. Колоссальное количество тюльпанов уже после 8 марта подвергается списанию на счет убытков предприятия.

ГЕОГРАФИЯ КОМАНДИРОВОК* В СЕНТЯБРЕ–НОЯБРЕ 2025 ГОДА

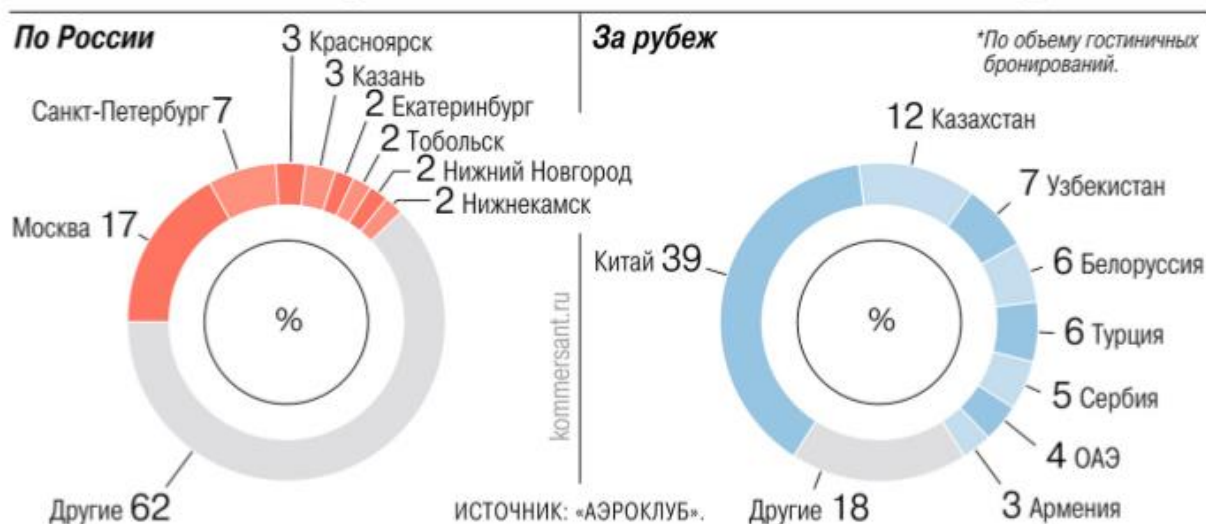


Рис. 1. Количество гостиничных бронирований деловых туристов в России по итогам осеннего сезона 2025 года.

Для достижения положительного результата в деловой сделке необходимо ориентироваться на вышеперечисленные особенности культуры различных народов и всегда знать больше, чем это может быть представлено в данной статье. Успех в переговорах приносит экономическую стабильность организации и все может зависеть от подачи информации туроператоров, оформивших командировку.

В заключении необходимо обозначить экономическую обоснованность менеджмента в туризме. В экономическом анализе организаций применяется антропологический метод, в котором кроется следующий факт: знание особенностей стран и регионов помогает избежать финансовых потерь. Суть данного утверждения такова – при заключении сделки опираются на первые впечатления о человеке и в худшем варианте развития событий можно не рассчитывать на сотрудничество. Деловой и корпоративный туризм в своем роде может быть проявлением командировки. Служебная поездка отражается в бухгалтерском учете и считается расходом организации. В статье находят свою связь экономика, туризм и менеджмент: экономист-менеджер должен рассчитывать суточные, а менеджер по туризму – организовывать поездки и иметь влияние в коллективе для распоряжения о подготовке информации об особенностях визитной страны.

Список литературы:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. N 197-ФЗ (в ред. от 29 декабря 2025 г. № 532-ФЗ) // «Российская газета» от 31 декабря 2001 г. № 256.
2. Справка о дипломатических отношениях Российской Федерации с иностранными государствами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mid.ru/ru/activity/voprosy-gosudarstvennogo-protokola/diplomaticeskie-otnosenia-rossijskoj-federacii-s-inostrannymi-gosudarstvami/> (Дата обращения 08.03.2026).
3. География командировок в сентябре-ноябре 2025 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/8270282> (Дата обращения 08.03.2026).
4. Командировки: все, что нужно знать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://b2b.aviasales.ru/help/business-trips/czel-komandirovki-primery-formulirovok/> (Дата обращения 08.03.2026).
5. Мотышина, М. С. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов ; под редакцией М. С. Мотышиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 282 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10440-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586941> (дата обращения: 08.03.2026).