

СЕКЦИЯ 4. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ

УДК 338.48

DOI: 10.47813/dnit.2021.2.334-339

Оппортунистическое поведение нелегальных турфирм по отношению к потребителям туристического продукта в России

В.В. Пахарь

МОБУ «Сузановская СОШ», ул. Молочная 28, село Сузаново, Новосергиевский район, Оренбургская область, 461235, Россия

E-mail: pahar.viktor@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается оппортунистическое поведение нелегальных турфирм по отношению к потребителям туристического продукта в России. В работе проанализированы основные схемы мошенничества по отношению к туристам и способы борьбы с рассмотренными схемами. Определены негативные явления оппортунистического поведения для туристического сектора экономики, обозначена связь оппортунизма с транзакционными издержками. Выявлены основные способы снижения уровня неопределенности, вызванные оппортунистическим поведением «лжетурфирм» на туристическом рынке России.

Ключевые слова: оппортунизм, оппортунистическое поведение, турфирма, туристический рынок России, институциональная экономика, мошенничество, транзакционные издержки

Opportunistic behavior of illegal travel agencies in relation to consumers of a tourist product in Russia

V.V. Pakhar

MOBU "Suzanovskaya SOSH", 28 Molochnaya str., village of Suzanovo, Novosergievsky district, Orenburg region, 461235, Russia

E-mail: pahar.viktor@mail.ru

Abstract. The article examines the opportunistic behavior of illegal travel agencies in relation to consumers of a tourist product in Russia. The paper analyzes the main schemes of fraud in relation to tourists and ways to combat the considered schemes. The negative phenomena of opportunistic behavior for the tourism sector of the economy are determined, the connection of opportunism with transaction costs is indicated. The main ways of reducing the level of uncertainty caused by the opportunistic behavior of "false travel agencies" in the Russian tourist market are identified.

Keywords: opportunism, opportunistic behavior, travel agency, Russian tourist market, institutional economy, fraud, transaction costs

1. Введение

Оппортунистическое поведение – это отклоняющееся поведение, которое означает следование своим интересам любым путем, в том числе с помощью обмана и вымогательства [8]. Данное поведение в той или иной степени распространено во всех секторах экономики.

Рассмотрим оппортунистическое поведение в третичном секторе экономики на примере сферы туризма в России. Так как формы и мотивы оппортунизма в этой отрасли экономики могут быть разнообразными, мы проанализируем отклоняющееся поведение мошенников («лжетурфирм») по отношению к потребителям туристического продукта или просто туристов.

Мошенничество «лжетурфирм» заключается в том, что их незаконная деятельность направлена на получение легких денег, а обманутый ими турист получает мнимое и быстротечное ощущение от выгодной сделки.

2. Цель исследования

Целью исследования является рассмотрение некоторых схем мошенничества (оппортунистического поведения) «лжетурфирм» и способов борьбы с ними на рынке туристических услуг России.

Таблица 1. Некоторые схемы мошенничества нелегальных турфирм по отношению к потребителю турпродукта в России.

Схема мошенничества	Описание схемы	Способ борьбы с оппортунизмом
Ненстоящие сайты	Создание фальшивых сайтов, которые полностью имитируют платформы благонадежных, проверенных турфирм. В этом случае туристы перечисляют деньги по указанному номеру карты на фальшивом сайте, а мошенники, проработав несколько месяцев и получив легкие деньги, исчезают, закрывая свой сайт. От этой схемы страдают не только туристы, но и турфирмы с хорошей репутацией, чьи данные были использованы в преступной схеме.	-изучить отзывы об организации; - проверка домена турфирмы через сервис по регистрации доменов; - научиться отличать турфирмы от физических лиц (индивидуальных предпринимателей).
Очень низкие цены или большие скидки на туры или (отдельные туристические услуги)	Создание схожих сайтов известных турфирм (копируется дизайн, название и т.д.). Но в данном случае основной приманкой для туриста служат низкие цены на туристические услуги или большие скидки. После оплаты услуги мошенники перестают отвечать на звонки, а сайт вскоре прекращает свое существование. Не исключён вариант продолжение работы мошенников, которые будут тянуть время по реализации тура, а затем возвращении денежных средств. В последнем случае подобная афера может длиться годами.	- не приобретать туры и (или) туристические услуги по очень низким ценам; -не совершать покупки на подозрительных и неизвестных сайтах; - научиться сравнивать цены на туры, туристические услуги на разных порталах.

Группы в соцсетях, где накручены подписчики ради наживы	Создание мошенниками группы в социальных сетях с накрученными подписчиками и благожелательными отзывами от своих несуществующих клиентов.	-не приобретать туристические услуги в социальных сетях.
Подписание договора с лжетурфирмой при личной встрече с лжеменеджером	Лжеменеджер по телефону или в соцсетях от имени турфирмы втирается к жертве в доверие, назначая встречу в нейтральном месте (например, в кафе). После подписания договора-пустышки и передачи денег, он исчезает, не отвечая на звонки.	- не заключать подобных договоров

Кроме этого, перед заключением контракта туристу желательно знать, что:

- в письмах от мошенников часто встречаются орфографические ошибки;
- если существует ощущение, что текст переведен автоматическим переводчиком, то скорее всего вы общаетесь с мошенником;
- стоит насторожиться если странички в соцсетях или сайт турфирмы создан сравнительно недавно, а отзывов на осуществляемую деятельность организации нет или они опубликованы в небольшом количестве;
- требование перевести деньги на чью-то личную банковскую карту, Яндекс.кошелек или PayPal скорее всего означает, что вас хотят обмануть.

Проблема оппортунистического поведения еще заключена в том, что дела с подобным мошенничеством неохотно берут и расследуют сотрудники правоохранительных органов. Турист-жертва может потратить немало денег, здоровья и сил, чтобы добиться справедливости, так как расследования чаще всего затягиваются и заходит в тупик. Однако, как отмечают многие эксперты, этот способ является единственно правильным, дабы попытаться вернуть собственные деньги и предостеречь других людей.

3. Выводы

Таким образом, мы рассмотрели явное оппортунистическое поведение «лжетурфирм», действующих на территории России. Можно отметить, что оппортунизм, в данном случае, вреден для экономических отношений, наносит немалый ущерб экономическим агентам с хорошей репутацией, повышает риски и издержки (явные и скрытые) акторов туристического рынка.

Подобное мошенничество приводит к увеличению транзакционных издержек (скрытые издержки) на туристическом рынке России [6]. В первую очередь повышаются убытки поиска информации, ведения переговоров и заключения контракта [1, 2]. Из-за

того, что оппортунизм создает источник «поведенческой» неопределенности, возрастает конечная стоимость туристического продукта (туристической услуги) [9].

Нельзя не отметить, что высокий уровень неопределенности в контрактных отношениях, вызванный оппортунистическим поведением нелегальных турфирм в России связан: с несовершенством российского законодательства в сфере туризма, с пережитками дикого капитализма 90-х годов, несовершенством институтов (правил поведения, определяющих экономические отношения) и институциональными барьерами в туристической отрасли [4, 5]. Все это делает неопределённость в контрактных отношениях на рынке туристических услуг России более высокой по сравнению с развитыми странами, где данной проблеме уделяется более пристальное внимание [7].

Способами снижения оппортунистического поведения, а значит и трансакционных издержек [3] на туристическом рынке России может выступать:

- проверка потребителем туристического продукта легальности туроператора на сайте Единого Федерального реестра туроператоров;
- осуществление безопасных методов оплаты (например, платеж с карты с указанием защитного кода CVC);
- использование туристом «Электронной путевки» (информационная система, в которую туроператор вносит данные о бронировании и оплате турпродукта), которая гарантирует финансовое обеспечение туроператора, исполнение туроператором обязательств по договору и ответственность туроператора в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения по своим обязательствам;
- страхование туриста от подобного рода мошенничества;
- ужесточение санкций, направленных на борьбу с рассмотренными схемами оппортунизма.

Таким образом, оппортунизм в сфере туризма можно рассматривать как источник неопределенности, который создает проблемы по экономическим сделкам. Исследовать оппортунистическое поведение турфирм в полной мере проблематично, так как сложно доказать факты его присутствия (например, не все обманутые туристы пишут заявление в полицию). Однако оппортунистическое поведение в сфере туризма можно снизить при условии, что индивиды не будут скрывать свои интересы или стали бы придерживаться поведения полного «послушания», что возможно в экономической теории, но не в реалиях современной жизни.

Благодарности

Выражаю благодарность своему научному руководителю Федоровой Ольге Ивановне, кандидату экономических наук Оренбургского государственного университета за значимые замечания и важнейшие советы при проведении исследования и оформления данной статьи. Также я очень благодарен своим родителям Пахарь Елене Ивановне и Пахарь Вячеславу Андреевичу, которые поддерживали меня несколько месяцев, пока шла работа над рукописью

Список литературы

1. Булганина, С.Н. Развитие институциональной среды рынка туристических услуг в современной России / С.Н. Булганина, Е. Г. Зуева, В. В. Пахарь // Институциональная трансформация экономики: российский вектор новой индустриализации : Материалы IV Международной научной конференции в 2 частях, Омск, 21–23 октября 2015 года. Ответственные редакторы: Е.А. Капогузов, Г.М. Самошилова. – Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского. – 2015. – С. 355-361.
2. Коуз, Р. Фирма, рынок и право / Р. Коуз. – М.: Новое изд-во, 2007. – 224 с.
3. Пахарь, В.В. Анализ и способы минимизации трансакционных издержек на рынке туристических услуг России / В.В. Пахарь // Исследования молодых учёных: экономическая теория, социология, отраслевая и региональная экономика. Под редакцией: О.В. Тарасовой, А.А. Горюшкина. – Новосибирск: Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН, 2015. – 250-256 с.
4. Пахарь, В.В. Институциональные барьеры как причина возникновения трансакционных издержек на рынке туристических услуг / В.В. Пахарь // Экономика и право: современные интеграционные процессы: сборник научных трудов III Международной молодежной научно-практической конференции, Ставрополь, 22–23 апреля 2021 года. – Ставрополь: Общество с ограниченной ответственностью "СЕКВОЙЯ", 2021. – 23-27 с.
5. Пахарь, В.В. Институциональные барьеры на рынке туристических услуг / В.В. Пахарь, О.И. Федорова // Экономика и право: современные интеграционные процессы: сборник научных трудов III Международной молодежной научно-практической конференции, Ставрополь, 22–23 апреля 2021 года. – Ставрополь: Общество с ограниченной ответственностью "СЕКВОЙЯ", 2021. – 20-23 с.

6. Пахарь, В.В. Развитие институциональной структуры российского рынка туристических услуг / В.В. Пахарь // Фундаментальные и прикладные аспекты глобализации экономики: Тезисы докладов и выступлений II Международной научно-практической конференции молодых ученых, Донецк, 07–08 апреля 2021 года / Общая редакция Л.И. Дмитриченко. – Донецк: ДонНУ, 2021. – 61-63 с.
7. Пахарь, В.В. Структура и проблемы анализа транзакционных издержек участников российского рынка туристических услуг / В.В. Пахарь // Наука, технологии, общество - НТО-2021: сборник научных статей по материалам Всероссийской научной конференции, Красноярск, 29–31 июля 2021 года. – Красноярск: Общественное учреждение "Красноярский краевой Дом науки и техники Российского союза научных и инженерных общественных объединений", 2021. – 116-124 с. DOI 10.47813/dnit-nto.2021.116-124.
8. Уильямсон, О. Экономические институты капитализма. Рынки, фирмы, «отношенческая» контракция. – СПб.: Лениздат, 1996. – 172 с.
9. Чуваткин, П.П. Проявление оппортунизма в туристской сфере / П.П. Чуваткин, К.А. Нетребко // Вестник Академии знаний. – 2019. – № 2(31). – С. 256-258.