

СЕКЦИЯ 3. ЭКОНОМИКА

УДК 338.48

DOI:10.47813/dnit-nto.2021.116-124

Структура и проблемы анализа транзакционных издержек участников российского рынка туристических услуг

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 рассматриваются транзакционные издержки на российском рынке туристических услуг. В работе обозначены ключевые проблемы туристического рынка России, приводящие к издержкам заключения контрактов и продуктивные способы их минимизации. В конце статьи сделан соответствующий вывод, подводящий итог нашего исследования.

Ключевые слова: туризм, институциональная экономика, транзакционные издержки, институты, сфера услуг, сервис

Structure and problems of the analysis of transaction costs of participants of the Russian market of tourist services

V.V. Pahar

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

E-mail: pahar.viktor@mail.ru

Abstract. The article deals with transaction costs in the Russian market of tourist services. The paper identifies the key problems of the Russian tourism market that lead to the costs of concluding contracts and productive ways to minimize them. At the end of the article, a corresponding conclusion is made, summing up our research.

Keywords: tourism, institutional economy, transaction costs, institutions, service sector, service

1. Введение

В современной рыночной экономике при производстве большей части благ значительную долю в их общей стоимости занимают транзакционные издержки. Не исключением является и рынок туристических услуг. Важно отметить, что транзакционные издержки несут не только производители турпродукта, но и его конечные потребители.

В таблице 1 представлены особенности транзакционных издержек на рынке туристических услуг России.

Таблица 1. Транзакционные издержки на рынке туристических услуг России.

Тип издержек	Источник (причина) издержек	Способы снижения
Поиска информации	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие информации, как о самой фирме, так и о продукции предлагаемой фирмой; - наличие фирм – однодневок (мошенников), что ограничивает создание базы данных о фирмах, имеющих сомнительную репутацию. 	<ul style="list-style-type: none"> - формирование организациями в сфере туризма банка данных с целью создания для себя положительной репутации и доведения данной информации до клиентов; - использование разных видов рекламы (видео, радио и т. д.) для продвижения своих товаров и услуг.
Ведения переговоров и заключения контракта	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие (недостаток) опыта и знаний у сотрудников фирм; - сложности проверки способностей потенциальных работников фирм; - высокая степень недоверия участников туристического рынка друг к другу; - сложная структура и большое количество условий, требующих отражения в контракте. 	<ul style="list-style-type: none"> - использование стандартных форм туристских контрактов; - организация для сотрудников мастер-классов, семинаров, тренингов и т.д. - использование рекомендаций с предыдущих мест работы и портфолио менеджера (сотрудника); - использования в качестве гаранта третьей стороны
Измерения	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие способа определения эффективности результата работы сотрудника. 	<ul style="list-style-type: none"> - заключение трудового договора, в случае, когда издержки измерения производительности высоки, поскольку в этом

<p>Спецификации и защиты прав собственности</p>	<p>- несформированная российская законодательная база в сфере туризма.</p>	<p>случае у работодателя будет возможность контролировать поведение сотрудника; - заключение договора подряда или найма работника в штат, при отсутствии проблем с измерением результатов труда работника. - создание общественных организаций (институтов), защищающих права турфирм, туристов и работников в сфере туризма; - обращение конфликтующих сторон в третейские суды и (или) к мировым судьям; - поднятие у россиян правовой культуры, увеличение веры в российское законодательство. - формирование (укрепление) института доверия; - создание конкурентной среды между сотрудниками с помощью формирования системы премирования; - наличие карьерной лестницы для сотрудников способных проявить себя; - использование нематериальных способов стимулирования сотрудников (похвала, одобрение результата работы сотрудника и т.д.).</p>
<p>Оппортунистическое поведение (моральный риск)</p>	<p>- сложившиеся неформальные нормы, которые допускают оппортунистическое поведение (например, отлынивание на работе сотрудника фирмы).</p>	

Оппортунистическое поведение (вымогательство)	- угроза вымогательства со стороны сотрудника, имеющего уникальный, специфический ресурс, из-за потери которого туристическая организация может понести большие материальные потери.	- заключение индивидуального контракта с работником, обладающим уникальным, специфическим ресурсом; - перевод работника в партнера по бизнесу.
Неблагоприятный отбор	- низкий уровень квалификации и отсутствие соответствующего образования у сотрудников.	- оптимизация системы подбора кадров.

2. Постановка задачи (Цель исследования)

Цель нашего исследования заключалась в поиске проблем рынка туристических услуг России, которые вызывают высокие транзакционные издержки. После выявления проблемы мы предлагали вариант (варианты) ее минимизации для снижения издержек, связанных с заключением контрактов.

В России по сравнению со странами Запада и странами с традиционно высокоразвитой индустрией туризма наблюдается более высокий уровень транзакционных издержек. Это объясняется рядом проблем как общеэкономического характера, так специфических, характерных только для туристического рынка нашей страны.

Например, высокая конечная цена туристических пакетов на внутреннем рынке России, которая складывается из цен на проживание в гостиницах и пансионатах, на железнодорожные и авиабилеты, и прочие услуги.

Отмеченное объясняет высокий уровень издержек ведения переговоров и заключения контрактов: клиент российской турфирмы вынужден потратить значительное количество времени на подбор туристической услуги, что, в свою очередь, ведет к преобладанию на российском рынке туристических услуг более дорогих индивидуальных, а не стандартных туров.

Эта проблема оборачивается выигрышем для зарубежных операторов, которые выпускают на российский рынок большое количество предложений недорогого отдыха (преимущественно стандартных туров) в странах Греции, Италии, Испании, Турции.

Решение данной проблемы возможно посредством пересмотра тарифов на услуги, связанные с обслуживанием туристов на внутреннем рынке, или путем формирования турпакетов по образцу зарубежных туров.

Вторая проблема – слабая законодательная база. Например, в Российской Федерации нет законодательного акта, который бы регулировал основу туристской деятельности - гостиничное обслуживание. В результате организациям гостиничного комплекса приходится пользоваться различными нормативными правовыми актами, в том числе Гражданским кодексом РФ, подзаконными актами, а также сложившимися деловыми обычаями (неформальными нормами) в гостиничном деле.

Отмеченное выступает базой издержек оппортунистического поведения. Некоторые акторы (участники) туристического рынка могут открыто нарушать закон и оставаться безнаказанными. Данное явление в юридической области получило название «правовой цинизм».

Решить данную проблему можно с помощью постоянного совершенствования законодательных актов сферы туризма, а также мониторинга смежного законодательства, влияющего на состояние туристской индустрии. Либо создания таких продуктивных институтов, которые заставили акторов туристического рынка России самостоятельно и постепенно отказаться от оппортунистического поведения.

Третья проблема – появление онлайн бронирования. С одной стороны, удобство для туриста очевидно (продвинутый пользователь может за минуты оформить заказ по Интернету), с другой, возникает вопрос о субъекте, который обязан взять на себя проблему компенсации убытков, если туристу не будет оказана (или оказана не в полном объеме) та или иная предусмотренная договором услуга.

Данный процесс начался в середине 90-х годов XX века, когда экономические отношения стали перемещаться в Интернет. Турфирмы, размещая информацию о себе на своих сайтах, стремились снизить издержки поиска информации, ведения переговоров и заключения контрактов. Однако из-за фактического отсутствия российского Интернет-права стали возрастать издержки оппортунистического характера.

Например, в Интернете существуют сайты-мошенники, которые обманывают туристов при бронировании отелей. Недоверие к Интернет-бронированию приводит или к отказу от данной услуги со стороны потенциальных клиентов, или к тому, что турист вынужден тратить больше времени для проверки надежности сайта, что приводит к росту издержек поиска информации.

Ситуация усугубляется еще и тем, что мошенники могут совершать свои преступления, находясь в других странах. В связи с этим данная проблема требует законодательного решения [1].

Четвертая проблема – туроператорский демпинг. В борьбе за рынок операторы готовы продавать туры ниже себестоимости, тем самым разрушая рынок собственными силами. В результате оппортунистического поведения турфирм туристы получают продукт низкого качества. Однако основной ущерб несут турфирмы, которые работают «чисто и профессионально».

Например, демпинговые войны ведут, прежде всего, компании-однодневки, которые открываются весной перед началом летнего сезона, а осенью сворачивают бизнес. Однако они успевают нарушить работу коллег по рынку и сводят на нет рентабельность турагентского бизнеса.

Пятая проблема – неразвитая как рыночная в целом, так и туристическая инфраструктура страны в частности (плохие дороги, низкий сервис в гостиницах, небезопасный транспорт и т.д.). Она приводит к повышению издержек ведения переговоров и заключения контрактов, повышает риски и неопределенность в принятии решений. Туристу при составлении контракта приходится предусматривать индивидуальные условия заключения договора, обращаясь за услугами к соответствующим специалистам.

Данная проблема тормозит развитие въездного туризма в России. Например, дальше Москвы и Санкт-Петербурга иностранные туристы практически не едут. Алтай, Байкал, Дальний Восток – красивейшие территории страны из иностранных туристов почти никто не посещает. Плохая инфраструктура тормозит развитие и внутреннего туризма.

Для решения данной проблемы недостаточно создавать новые и реконструировать существующие гостиничные фонды. Следует отметить важность комплексного развития туристской инфраструктуры, включающей в себя не только широкомасштабное строительство новых средств размещения, но и сопутствующую инфраструктуру (транспорт, предприятия питания, индустрии развлечений, объекты туристского показа и др.).

Размещение вновь возводимых туристских комплексов должно учитывать, как параметры туристского спроса по видам туризма, так и характер туристского

предложения - наличие туристских ресурсов, условий для кадрового обеспечения, в соответствии с экологическими требованиями и экономической целесообразностью [2].

Шестая проблема состоит в сложности привлечения инвестиций из-за отсутствия готовых инвестиционных площадок, необходимых бизнес-структур, наличия местных административных барьеров и невыгодных условий аренды земли.

В этом случае высоки не только издержки ведения переговоров и заключения контракта, но и издержки поиска информации. Участники рынка вынуждены более тщательно собирать информацию с целью пресечения возможного оппортунистического поведения, снижения неопределенности внешней среды. Например, наличие местных административных барьеров часто требует огромного числа согласований при оформлении земельного участка под гостиницу.

Седьмой проблемой выступает дефицит квалифицированных кадров и, как следствие, низкое качество оказываемых туристских услуг. Здесь речь идет, в первую очередь, об издержках, связанных с неблагоприятным отбором кадров. Например, работник занимает должность, которой он не соответствует.

Данная проблема связана с тем, что в России отсутствует мониторинг потребностей учреждений гостиничного, туристского и сопутствующего бизнеса в специалистах различного профиля. Кроме того, при наличии большого количества учебной литературы по туризму, качество подавляющего большинства из них не соответствует требованиям и не дает практических рекомендаций по организации и ведению туристического бизнеса [3].

3. Выводы

Таким образом, в индустрии туризма России пока не сложилась эффективная система рыночных отношений, налицо существенное отставание туристской отрасли от мировых стандартов в сфере управления, организационных и производственных технологий, законодательного обеспечения туристской деятельности. Государство, к сожалению, пока не в полном объеме осуществляет разработку стратегических ориентиров развития отрасли.

Остро стоит необходимость поддержания сохранности и обеспечения доступности природного и культурного наследия народов Российской Федерации, как важного условия развития туризма, а также приведения в соответствие федеральных, региональных и муниципальных правовых нормативных актов, связанных с ограничениями доступа туристов на природные территории.

Препятствием улучшения институционального обеспечения развития рынка туристических услуг в России является разобщенность функций управления и координации туристической деятельности, недостаточное ресурсно-методологическое и неудовлетворительное научное сопровождение туристической деятельности.

Кроме отмеченного, можно выделить следующие проблемы общеэкономического характера, которые мешают развитию рынка туристических услуг России:

- недостаточное использование позитивного мирового опыта в области дифференцированного налогообложения туристской отрасли, что приводит к оттоку огромных средств из России в туристический комплекс ряда зарубежных стран;
- значительный моральный и физический износ существующей материальной базы (в том числе транспортных средств, осуществляющих туристские перевозки - автобусов, самолетов, ж/д транспорта, речных судов);
- недостаточный спрос населения на туристические продукты в результате как низких доходов населения, так и девальвации традиций внутреннего туризма;
- отсутствие системы обеспечения безопасности, статистики несчастных случаев в туризме и их анализа, защиты личности и собственности в сфере туристской деятельности;
- недостаточность статистических данных о состоянии, развитии туризма и его мультипликативного эффекта на экономику регионов и страны;
- отсутствие полноценного страхования туристов, совершающих поездки по территории России, от рисков, общепринятых в мировой практике страхования;
- отсутствие активного имиджевого позиционирования России как туристской державы на внутреннем и международном рынках и, как следствие, обилие негативной информации о социальной и криминогенной обстановке в стране;
- недостаток механизмов поддержки развития социального туризма;
- отсутствие инфраструктуры для путешествий и отдыха инвалидов и пожилых людей (турникеты, дорожки, специально оборудованные туалеты и др.).

Выявленные в ходе анализа проблемы не только препятствуют эффективному развитию индустрии туризма в России, но и могут генерировать значительную часть транзакционных издержек, что увеличивает стоимость турпродукта для конечного потребителя и снижает прибыль отдельно взятого предприятия в сфере туризма. Поэтому анализ транзакционных издержек на российском рынке туристических услуг с

целью их последующей минимизации является актуальной и практически значимой задачей.

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: статьи докл. Всерос. конф. – 2015. – С. 355-361.
2. Пахарь, В.В. Анализ и способы минимизации транзакционных издержек на рынке туристических услуг России / В.В. Пахарь // Исследование молодых ученых: экономическая теория, социология, отраслевая и региональная экономика: статьи докл. Всерос. конф. – 2015. – С. 250-256.
3. Сухарев, О.С. Вопросы методологии институционального анализа: нормативные оценки и теория / О.С. Сухарев // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). – 2010. – № 3(2). – С. 31.