

UDC 338.484

Demand and Supply Features in Resort Industry

Viktor I. Limonov

Moscow scientific-practical Center of medical rehabilitation, rehabilitation and sports medicine,
Russia

PhD (Economic)

E-mail: vlimonoff@mail.ru

Abstract. The article is focused on demand and supply features of resort services. Special attention is attached to the determination of distinction between demand and supply on “public” and “private” resort services. It enables to define the specific character of resort facilities operation in terms of modern market economy, to determine theoretical prerequisites for market and non-market relations in resort industry, as well as their correlation.

Keywords: resort service; public service (benefit); private service (benefit); resort market; need; demand; supply.

Введение. В основе экономики курортного дела, как и экономики в целом, лежит соотношение спроса и предложения. Однако санаторно-курортная помощь, непосредственно связанная с состоянием здоровья человека, часто оказывается бесплатно в момент получения или за символическую плату. Специфические особенности формирования предложения и спроса на санаторно-курортные услуги обуславливает, прежде всего, экономическая сущность санаторно-курортных услуг. Специфика благ, удовлетворяющих потребности в санаторно-курортной помощи, заключается в их двойственности, т.е. потребности в санаторно-курортной помощи не могут быть удовлетворены только использованием общественных благ или в результате потребления только частных благ.

Отсюда следует, что только рынок не может быть мерилем потребности общества в санаторно-курортной помощи и таким образом, регулировать функционирование санаторно-курортного комплекса. Объясняется это тем, что санаторно-курортный рынок имеет дело только с платежеспособными потребителями. Неплатежеспособные потребители исключаются из рыночного потребления. В связи с этим рыночный спрос не отражает истинного спроса общества на те или иные санаторно-курортные услуги.

Исключение из потребителей неплатежеспособных покупателей санаторно-курортных услуг может грозить опасными социально экономическими последствиями не только для неплатежеспособных, но и платежеспособных граждан. Таким образом, платежеспособные потребители вынуждены считаться с неплатежеспособными и, ради собственного здоровья и обеспечения народного хозяйства работоспособной производительной силой, допускать их к санаторно-курортным услугам.

Место рыночного фактора, воздействующего на формирование стоимости обычных товаров, занимает фактор социальности – фактор, отражающий общесоциальную потребность общества в необходимости поддержания здоровья всех членов общества независимо от материального обеспечения их существования. Это не укладывается в требования рыночных закономерностей, но соответствует внутренней потребности жизнеобеспечения общества.

В связи с этим спрос на санаторно-курортную помощь часто основывается не на потребности, связанной с готовностью и возможностью оплатить полученную помощь, а на нуждаемости, связанной с возможностями санаторно-курортной системы оказать санаторно-курортную помощь вообще, знаниями потребителя о ней и состоянием его здоровья.

В условиях социалистической системы хозяйствования при изучении потребности, а точнее нуждаемости в санаторно-курортных услугах имело место выявление и отражение в государственных планах объема ресурсов, направляемых государством в санаторно-курортную отрасль. Применительно к современному общественному сектору санаторно-

курортного комплекса, финансируемому из консолидированного государственного бюджета и внебюджетных фондов социального страхования, эта функция государства сохраняется и в период рыночных отношений.

И в социалистической централизованной экономике, и в смешанной современной экономике, сочетающей государственные и рыночные начала, изучение потребностей в общественных санаторно-курортных услугах вовсе не гарантировало и не гарантирует сколь-нибудь полное удовлетворение потребностей путем их государственного ресурсного обеспечения. Во времена плановой экономики ресурсы на удовлетворение санаторно-курортных потребностей и определяемый ими объем предложения санаторно-курортных услуг определялись в основном по так называемому остаточному принципу финансирования (то же имело место и в других отраслях социальной сферы).

Понятие остаточного принципа, как представляется, имеет, скорее, эмоциональную, чем научную окраску и призвано, прежде всего, отразить отрицательное отношение к низкому уровню расходов на социальные нужды. В советское время его часто связывали с отставанием развития социальной инфраструктуры. В строго научном смысле он означает, что при формировании расходной части бюджета вначале удовлетворяются заявки других отраслей, и только после них – отраслей социальной сферы, в том числе и санаторно-курортного комплекса. Сомнения в правомерности использования такого подхода при социалистической системе хозяйствования связаны с системой сметного финансирования социальных учреждений на основе соответствующих нормативов. Поэтому более уместно говорить о несовершенстве нормативного метода или о нерациональности расходования социальных средств. Вместе с тем нельзя полагать, что общество (в данном случае – в лице государства) будет тратить на решение социальных вопросов непропорционально большие ресурсы. Здесь вполне уместно высказать мысль, что высокие расходы на санаторно-курортное лечение нельзя однозначно оценивать как положительное явление, их рост справедливо можно связать и с неэффективным использованием средств, выделяемых обществом.

В современной рыночной экономике разделение санаторно-курортного комплекса на общественный сектор (финансируемый из государственных источников) и рыночный сектор (основанный на платности санаторно-курортных услуг) оказывает значительное влияние на спрос и предложение санаторно-курортной помощи. Сфера общественного сектора санаторно-курортного комплекса, ресурсы которого формируются из средств федерального бюджета, бюджетов субъектов Федерации, муниципальных бюджетов и фонда социального страхования, по-прежнему ориентируются на круг потребностей, которые должны быть удовлетворены в первую очередь. Объем и структура предложения этих санаторно-курортных услуг ограничены теми средствами, которое государство, общество способны выделить на всеобщее, равнодоступное удовлетворение санаторно-курортных потребностей.

Существенно иным образом складывается спрос и предложение санаторно-курортных услуг в рыночном секторе санаторно-курортного комплекса. Рынок санаторно-курортных услуг, с точки зрения организационной структуры, является рынком несовершенной конкуренции. При этом по своим основным характеристикам он в большей мере приближается к структурам, которые в экономической теории классифицируются как рынок монополистической конкуренции. Эти обстоятельства неизбежно накладывают свой отпечаток на поведение здравниц, изменение их первоочередных целей, систему ценообразования и др.

Здесь уже господствуют рыночные законы спроса и предложения, форма проявления которых зависит от степени зрелости российского санаторно-курортного рынка, характера государственного воздействия на этот рынок. Главным фактором, определяющим величину спроса и предложения на санаторно-курортные услуги, являются цены. Цены с одной стороны, определяют спрос и предложение, а с другой стороны, в условиях свободного ее изменения балансируют их, будучи в то же время результатом взаимодействия спроса и предложения.

В экономической теории рассматривают зависимость между величиной совокупного спроса* на услугу и ее ценой в условиях отсутствия влияния других факторов. Чем ниже цена, тем больше реализуется услуг. И, наоборот, с ростом цен происходит уменьшение уровня спроса. Подобная тенденция выражается законом убывания спроса на услуги.

В практике целесообразно ориентироваться не только на изменение спроса, но и на его эластичность, т.е. степень изменения спроса в зависимости от динамики цен. Ценовая эластичность измеряется как отношение процентного приращения объема спроса на товар к процентному уменьшению цены данного товара при прочих равных условиях. Она показывает, на сколько процентов увеличится объем спроса при уменьшении цены товара на один процент.

В нашей стране пока отсутствуют расчеты этого коэффициента, что во многом связано с меняющимися условиями жизни населения, однако можно утверждать, что спрос на большинство санаторно-курортных услуг обладает низкой эластичностью, это означает, что коэффициент эластичности меньше единицы, причем у всех групп населения. Во-первых, низкий средний уровень жизни подавляющей части населения не позволяет ему отвлекать заметные средства на оплату санаторно-курортных услуг. Во-вторых, отсутствие культуры здорового образа жизни не ведет к увеличению удельного веса в доходах населения затрат на поддержание и восстановление своего здоровья посредством санаторно-курортного оздоровления. В-третьих, имеется значительная область санаторно-курортных услуг, предоставляемых бесплатно потребителю как общественное благо и санаторно-курортные услуги за которые платят работодатели или оплачиваемые посредством добровольного медицинского страхования. Во многом эти разновидности санаторно-курортных услуг взаимозамещаемы, поэтому в этой области практически нереально делать уверенные выводы о спросе и предложении частных услуг без учета объема структуры, доступности адекватных общественных санаторно-курортных услуг. В-четвертых, имеется область санаторно-курортных услуг, крайне ограниченной доступности характеризующейся тем, что услуги становятся доступными крайне ограниченному кругу потребителей, имеющих высокий доход. В этой области эластичность величины спроса по отношению к рыночной цене услуг невысокая; с увеличением цен величина спроса на услуги уменьшается не слишком значительно.

Цена выступает тем инструментом, который сигнализирует производителям и потребителям, как им надо действовать на рынке. Поэтому здравницы начинают свое дело с изучения рынка, и ответов на вопросы: каков спрос потребителей на санаторно-курортные услуги, каков уровень цен, а, следовательно, сколько он затратит средств и какой будет прибыль.

Предложение – это те услуги, которые могут быть доставлены на рынок их производителями. Довольно характерными особенностями обладает и рыночное предложение санаторно-курортных услуг. В условиях рыночных отношений величина предложений частных санаторно-курортных услуг подчинена закону предложения, согласно которому она тем больше, чем выше цена услуг при прочих равных условиях. Смысл этой закономерности ясен: чем более высоки цены, тем большую прибыль они приносят здравнице, в связи, с чем повышается ее заинтересованность в наращивании объема услуг.

Вид зависимости величины (объема) совокупного предложения услуг со стороны их производителя от складывающихся на рынке цен на данные санаторно-курортные услуги во многом предопределен не только действием закона предложения, но и ограничительными условиями в виде необходимости получения прибыли здравницами и ограниченности их ресурсных возможностей наращивания производства услуг в течение кратковременного периода.

При величинах цен на санаторно-курортные услуги, меньших некоторого нижнего предельного значения, производить и продавать услуги невыгодно, так как выручка от продаж по такой цене ниже себестоимости услуг и такое производство становится убыточным. Здравница может производить и продавать свои услуги по таким ценам и даже наращивать их производство лишь исходя из соображений благотворительности, в надежде

* Совокупным спросом на санаторно-курортные услуги будем называть рыночный спрос в масштабах страны или крупного региона. В совокупном спросе нивелируются особенности отдельных рынков.

на спонсорские взносы и государственные дотации, в целях рекламирования своих услуг, а также с учетом известного из экономической теории и практики положения, согласно которому при росте объемов производства в определенных пределах себестоимость услуг, расходы здравницы на предоставления услуги снижаются. В силу этих причин частные услуги частично производятся даже при уровне цен на них, соответствующих зоне убыточности. Но в основном производить и продавать в течение длительного времени санаторно-курортные услуги по ценам, не обеспечивающим окупаемость затрат, - удел государства, а не коммерческих здравниц.

Если цена рыночных услуг превышает нижнее предельное значение, продажа услуг по таким ценам становится выгодными для производства здравниц, т.е. не становится только безубыточными, но и приносящими прибыль (если услуги пользуются спросом). Основная масса производимых частных санаторно-курортных услуг должны находиться в зоне безубыточности, т.е. продаваться по ценам, обеспечивающим окупаемость затрат здравниц. В этом случае здравницы будут экономически заинтересованы в наращивании объема услуг, и кривая предложения будет отражать действие закона предложения.

Было бы, однако ошибочным предполагать, что с ростом рыночных цен на санаторно-курортные услуги объем предлагаемых частных услуг определенного вида будет возрастать без ограничений, как формально следует из закона предложения. Начиная с некоторого верхнего предельного значения, цены вступят в действие ограничительные факторы, препятствующие росту объема предложения. Во-первых, производственные возможности оказания данного вида санаторно-курортных услуг производителем не могут превзойти предельного уровня, соответствующего состоянию ресурсного потенциала здравниц, наличию у них необходимых материальных, трудовых, финансовых ресурсов. А что бы увеличить производственный потенциал, понадобятся вложения капитала и время, так что в краткосрочной перспективе превзойти предельный уровень производства не удастся. Во-вторых, согласно известному из экономической теории закону убывающей доходности, начиная с определенного уровня производства его дальнейшее увеличение приводит к такому росту затрат факторов производства, что наращивать производство санаторно-курортных услуг сверх этого уровня становится невыгодным. В-третьих, нельзя не учитывать и того, что сверх определенного предела предложение санаторно-курортных услуг становится избыточным, т.е. предлагаемые услуги не пользуются спросом, а это ведет к превышению величины предложения над величиной спроса, что чревато снижением рыночных цен и потерями здравниц.

Если говорить не о совокупном спросе и предложении санаторно-курортных услуг определенного вида в масштабах всей страны или крупного региона, а об отдельных локальных рынках, то спрос и предложение услуг, особенно уникальных санаторно-курортных услуг, могут складываться по-разному, отклоняясь от линии изменения совокупного спроса и предложения на данные услуги. Поэтому каждая здравница должна изучать спрос на эти услуги на так называемом целевом рынке, на котором она намерена их предлагать, и соответственно вырабатывать тактику предложения с учетом спроса и производственных затрат. Отметим, что законы спроса и предложения являются лишь общими ориентирами, позволяющими понять действия рыночных механизмов.

Заключение. В реальной действительности, определяя стратегию развития санаторно-курортного комплекса, следует констатировать, что использовать изменение цен на санаторно-курортные услуги как метод сбалансированности спроса и предложения довольно трудная задача.

Примечание:

1. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. М.: «Финансы и статистика», 1999.
2. Балакина Ю.Ю. Человек и его потребности (сервисология). Ростов на Дону: Феникс, 2010.
3. Ветитнев А.М., Журавлева Л.Б. Курортное дело. 2-е изд. М.: КноРус, 2007.
4. Ветитнев А.М. Маркетинг санаторно-курортных услуг. М.: «Академия», 2008.
5. Лимонов В.И. Организация и экономика курортного дела. М.: МЭЙЛЕР, 2012.
6. Лукиянчук И.Н., Ульяновская О.А. Человек и его потребности. Сервисология. М.: «Академия», 2012.
7. Третьякова Т.Н. Основы курортного дела. М.: «Академия», 2008.

УДК 338.484

Об особенности спроса и предложения услуг в санаторно-курортной сфере

Виктор Иванович Лимонов

Московский научно-практический центр медицинской реабилитации, восстановительной и спортивной медицины, Россия
Кандидат экономических наук
E-mail: vlimonoff@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрены характерные особенности спроса и предложения санаторно-курортных услуг. Особая значимость придается выделению различий между спросом и предложением на «общественные» и «частные» санаторно-курортные услуги. Это позволяет выявить специфику функционирования санаторно-курортного комплекса в условиях современной рыночной экономики, выявить теоретические предпосылки существования рыночных и нерыночных отношений в санаторно-курортной системе, так и их соотношение.

Ключевые слова: санаторно-курортная услуга; общественная услуга (благо); частная услуга (благо); санаторно-курортный рынок; потребность; спрос; предложение.