

旅游业回扣/佣金问题的理论思考 ——新制度主义分析范式

林德荣 陈莹盈

(厦门大学管理学院 福建厦门 361005)

摘要: 本文在继承已有研究成果基础上,力图拓展完善旅游业回扣/佣金潜规则的研究思路和方法,即以新制度经济学为切入点,结合历史发展过程的纵向分析和动态平衡的横向分析,对旅游业这一潜规则进行深入的阐述与探讨。本文采用产权理论、交易费用理论和路径依赖理论对回扣/佣金潜规则现象进行了阐释,认为产权与交易费用的界定是这一规则产生与发展的核心动力,而制度均衡、囚徒困境及正式制度的监管失效是这一潜规则得以维持现状的三大原因。在此分析基础上,从新制度经济学的视角提出相应的引导之道,包括产权的安排分配、引入正向的信念体系及内外部监管变量的介入三大制度创新安排。

关键词: 旅游业; 回扣/佣金; 产权分析; 交易费用; 路径依赖

1 引言

随着中国旅游产业的迅速发展及旅行社服务质量重要性的日益提高,“旅游回扣/佣金”现象一直备受关注。尽管对这一问题的原因、对策等探讨甚多(戴学锋,1997;樊英,2006;仝松锋,2007;许丽君,江可申,2008),但回扣/佣金这一潜规则仍大行其道。通过对相关文献的梳理,发现对这一问题虽存在不少有益探讨,但很多是从问题的某一方面来研究,仍缺乏更为全面系统的深入阐释。由于回扣/佣金这一问题既有经济背景又有制度因素,因此,笔者认为从新制度经济学的产权理论、交易费用理论和路径依赖理论对这一现象进行探讨,能够更真实地揭示这一现象的潜在规律,并得出更具可行性的治理建议,推动中国旅行社服务质量的提升。

收稿日期: 2011-10-29; 修订日期: 2012-06-18

作者简介: 林德荣(1965-),男,厦门大学管理学院旅游与酒店管理系教授,博导,主要研究方向为旅游市场、旅游者消费行为及旅游企业管理。陈莹盈(1986-),女,厦门大学管理学院旅游与酒店管理系博士生,主要研究方向为旅游市场营销与旅游者消费行为。

2 基于新制度经济学视角分析旅游业回扣/佣金现象

2.1 基于新制度经济学的旅游潜规则分析

从旅游经济学的角度看,旅游业是由旅游需求与旅游供给两部分所组成,如果没有旅游需求自然也就谈不上旅游供给。因此,从这个角度来看,旅游者应该是旅游活动的主体,在旅游市场中的旅游需求与旅游供给互动过程中处主导地位。然而,实际上以地接导游为核心的利益主体凭借着其信息优势及工作中的主导地位置换了旅游消费者的中心位置,形成了扭曲的利益者关系,如图1所示。因此,我们要追求的制度安排是恢复原来的市场关系,即以旅游消费者为中心,确保市场活动的永续发展,而不是“竭泽而渔”,做一锤子买卖(见图2)。

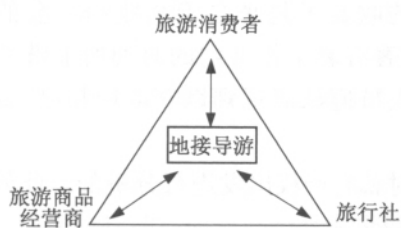


图1 扭曲的利益相关者关系

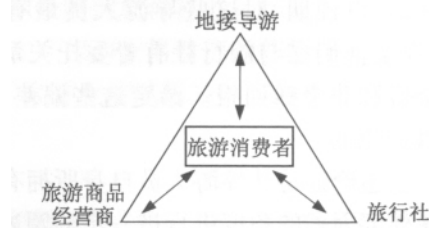


图2 正常的利益相关者关系

为了阐述的清晰性,笔者将潜规则体系中的各方利益相关者划分为四大主体进行分析。

2.1.1 以地接导游为核心的利益主体

这一利益主体包括导游、司陪人员、司机等角色。导游人员在旅游行业回扣/佣金这一潜规则中起着支柱与联结作用。导游利用信息优势及工作中主导地位优势引导游客购买各种旅游商品、进行旅游娱乐消费等,从中获取现金、非现金报酬,并按照一定的比例在旅行社、司陪人员、司机及自身当中进行利益分配,从而形成一个潜规则的运行过程。

那么在这一过程中,产权与交易费用的界定是如何发挥作用的?

在一个社会中,产权的主要结构可以被理解为一组经济和社会关系,这种关系为每个人界定了与资源使用有关的位置。并且,在产权分配与经济选择之间存在系统性的关系(埃里克·弗鲁伯顿,鲁道夫·芮切特,2006)。导游人员凭借信息不对称优势及在旅游接待过程中的主导地位优势,结合导游个人经验、技术等人力资本投入,能够有效地影响游客的消费倾向,引导其在指定的购物点或娱乐点等场所进行旅游消费。我们可以把导游人员这种凭借自身优势引导游客消费的能力看做一种权利,或者将之定义为导游的私有产权。导游人员作为理性的决策制定者,必然充分利用这种私有产权的资源配置以谋求效用的最大化。具体体现在,将这个权利出售给旅游商品的经营者,并从经营者身上获取相应的经济报酬。这也是旅游业这一潜规则能够存在的基本起点。从产权经济学理论的角度看,只有完全拥有所有权者才能珍惜市场的公平交易关系,确保需求方的利益,以追求经营活动的

永续。

问题的关键在于以导游为核心的利益主体对上述权利并不享有完全私人所有权。由于导游人员引导游客消费的能力是基于在带团任务中的信息优势与工作地点优势,一旦导游人员结束某一旅游团队的工作任务,那么在本文所界定的概念中,导游人员不可能引导与自身不存在工作合约关系的游客进行消费。导游也就失去了对这一团队权利的索取权和可转让权。事实上,即使在工作任务中,导游人员也无法拥有这一权利的转让权。这种权利安排意味着,导游的行为是相对短视的,而且经济选择不可避免会存在扭曲。这不仅解释了回扣/佣金现象的存在,也解释了不少以导游人员为核心的利益主体采取各种手段以最大化自身效用的现象,最为明显的就是司机拒绝提供服务,导游人员摆脸色等手段。因此,可以预期,对这些导游人员最有意义的收益不是来自于企业和社会的进步,而是他们在与旅行社有着委托关系、与游客有着工作合约的时期所能够获取的金钱和非金钱回报。给定这些偏差,导游人员遵从潜规则以获取回扣/佣金是难以避免的。

上述论证是从导游人员自身所拥有的相对私有产权出发进行分析的。此外还应从外部因素的角度进行进一步的阐述。

正如 Libecap(1989) 所认为的,制度或治理结构的设计可以看做是节省交易费用以及为新的交易活动提供便利的最大化决策过程。而市场力量会侵蚀那些没能很好地适应经济中新机会的产权制度。如果现存的产权结构限制或阻碍了相对价格或技术变化的发展,将会使人们有动机去采用更为合适的产权制度。导游人员的薪酬相对于导游的工作量是非常不合理的。这样的薪酬制度安排不仅无法为新的交易活动提供便利的最大化决策过程,其不合理性更会引致市场力量对其的侵蚀。不合理的导游薪酬制度使得导游人员无法获取应得的“利润”,因此不论是出于物质上的经济需要或者精神上的补偿需要,他们都会寻求更为合适的制度安排。而在旅行社恶性价格竞争,各种旅游购物点、娱乐点大量涌入市场等外部环境的推动下,回扣/佣金作为一种潜规则为导游人员所采用。这一非正式制度安排凭借潜规则的利益吸引效应和扩散效应而成为旅游业公开的秘密。

2.1.2 旅行社

旅行社作为旅游业的中介机构,委派导游人员进行导游工作,并在相关协议上规定:导游人员从旅游商品经营商身上所获得报酬必须按照一定的比例上缴旅行社。由于存在界定费用,一些产权是无法完全分配的。但是,在权利没有得到合适的界定时,外部效应就会产生(埃里克·弗鲁伯顿,鲁道夫·芮切特,2006)。对于旅行社而言,激烈的价格竞争、导游市场的供大于求,旅游景区景点、旅游购物点等各种设施场所的激烈竞争以及回扣/佣金现象的存在等都是其外部效应产生的主要因素。而在自由合约的私人所有权经济中,旅行社是遭受外部效应的损害还是享受外部效应所带来的无成本收益,则取决于产权的界定和转让费用。在供过于求的旅游市场中,旅行社可以选择导游,选择旅游景区景点、旅游购物点等作为合作对象,正是这种选择权构成了旅行社的产权。基于选

择权的旅行社产权界定后,自然必须考虑如何最大化自己的效用,最好的办法是将这种产权给予、转让或者出售给相应的导游或者旅游购物点,从中获取经济报酬,从而享受外部性带来的收益。这一产权安排体现在潜规则中,自然是旅行社接受导游人员收取回扣/佣金的行为,积极与相关旅游商品经营者协调或者签订协议,以更好地按照比例获取经济报酬。由此,旅行社通过这样的产权分配将外部效应内部化为自身的经济收益。

更进一步地说,新制度经济学认为:生产外部性的活动具有经济价值,也存在外部性所带来的经济成本。当且仅当前者大于后者,这种活动将会继续下去,与谁支付成本无关。对于旅行社而言,进入这一潜规则中,并利用自己所拥有的权利来巩固或者完善这一制度体系,其所能得到的经济价值是远高于经济成本的。因此,即使支付大部分成本的旅游者会直接、间接地影响到旅行社的运作,这一潜规则也将会持续下去。由此,旅行社这一利益主体在产权和交易费用的作用下,在生产外部性的推动下,在承诺的互动关系中,成为了旅游业潜规则的忠实拥护者、遵从者,甚至缔约者。

2.1.3 旅游商品经营商

本文所指的旅游商品经营者是经营包括旅游景区景点、旅游购物店、娱乐场所等在内的旅游者消费场所的利益主体。这一利益主体的加入是旅游业潜规则体系中不可缺少的组成部分,是导游人员、旅行社等利益主体获取收益的直接源头。那么旅游商品经营者这一利益主体为何愿意成为这一直接源头?

旅游商品经营者对于商品信息的了解掌握毫无疑问是远胜于旅游消费者的,这种不对称信息状况的存在为商品经营者隐瞒事实真相提供了可趁之机,是其采取机会主义行为的基础和有利条件。导游即使知道内幕,但为获得高额回扣也往往缄口不言,从而导致在旅游购物中,以次充好、超高标价等不正当经营手段层出不穷。事实上,商品经营者采取不正当竞争手段获取的高额利润正是导游回扣/佣金的直接来源。

更进一步地说,与其说是非对称信息,不如说是交易专用性投资的存在激励了旅游商品经营者的机会主义行为。新制度经济学认为在诸如专用性资产、专门性资产、与需要长时期服务的购买活动有关的销售以及与场所专用性或人力资本专用性有关的重复购买等情形中,与销售合约有关的签约后机会主义是极有可能存在的(埃里克·弗鲁伯顿,鲁道夫·芮切特 2006)。旅游景区景点、旅游购物店、旅游娱乐场所等的资产在相当程度上是具有专用性资产性质以及与场所专用性等有关的。也就是说,一旦这些场所建立起来,其沉没成本确定后,要重组这些资源用于其他用途是非理性的。因此,当有着较大专用性资产的旅游商品经营者的一部分承租以“回扣/佣金”的形式为其他利益主体所攫取或可能被攫取时,签约后的机会主义行为便会在道德风险的情形中出现。旅游商品经营者的机会主义行为其实也是其寻租的一种表现,正是这种机会主义行为使其成为旅游业潜规则体系中的一个组成部分,与其他利益主体在利益分配上成鼎足之势。

此外,从外部因素的角度来看,是囚徒困境的存在使旅游商品经营商对这一潜

规则趋之若鹜。正如 Sudgen(1989)所指出的,假设传统习惯已经很好地建立了起来,那么每个人都有着坚实的预期——一种基于经验归纳而来的预期——其他人会遵循这种传统习惯。给定这种预期,每个人都认为遵循这种传统对他们是有利的。对于旅游商品经营者来说,潜规则已经建立起来,每个人都会按照这一规则行事。这就是囚徒困境所带来的效果。

2.1.4 旅游消费者

在旅游潜规则体系中,旅游消费者是作为利益受损者出现的,承担着这一制度安排的大部分经济成本。但同时也应该注意到,旅游消费者倾向于选择低价旅游产品的不成熟消费心理是这一潜规则存在的一大助力。我们可以把旅游消费者的旅游权利看做是购买旅游信息的选择权。旅游消费者有权决定从哪里获得旅游信息。旅行社、导游等通过各种措施来争取这一选择权,这些措施包括了各种交易费用的产生。一旦旅游消费者将这些选择权或者说旅游权利转让给相应旅行社、导游人员的行为完成,那么在接下来的旅游过程中,旅游消费者就处于信息弱势地位。并不可避免地要付出包括信息成本在内的各种交易费用。这也是旅游消费者在潜规则处于利益受损者地位的原因。

此外,给定包括旅行社、导游、旅游商品经营者等在内的旅游系统,旅游消费者的旅游权利大部分是依托于这一旅游系统,因此无法游离在这一潜规则之外。当然,散客或背包旅游者等一些较少依赖这一旅游系统的消费者则不像团体旅游消费者那样,难以脱离这一潜规则。

2.2 旅游业潜规则维持现状的原因分析

尽管“回扣/佣金”这一潜规则的存在背离了正式制度,但是其在历史发展过程却逐步成为了旅游业的潜文化,大有继续发展壮大之态,或者说至少在历史制度演变过程中表面上呈现维持现状的趋势。这种态势是多种原因造成的。本文从新制度经济学的角度出发阐述一二。

2.2.1 制度均衡

“制度均衡是这样一种状态,即在行为者的谈判力量及构成经济交换总体的一系列合约谈判给定时,没有一个行为者会发现将资源用于再建立协约是有利可图的”(道格拉斯·诺斯,1994)。这说明制度需求与制度供给达到均衡,制度的供给适应了制度需求。在这种状态下,人们对既定的制度安排达到满意,无意也无力改变现行制度(王涛,2008)。事实上,对于回扣/佣金这一潜规则的制度安排,并不是各方利益主体都满意的,至少旅游消费者处于抵制状态,只不过他们的力量与努力还远达不到推翻现存制度的地步。因此,即使这一潜规则的制度安排不是完全的均衡状态,但就目前而言却也不会倒塌崩裂。与制度均衡相对应的是制度非均衡,指人们对现存制度的一种不满意或不满足,意欲改变而又尚未改变的状态,制度变迁实际上是对制度非均衡的一种反应。当供大于求时,需要取消一些制度,当供小于求时,需要增加一些新制度,当供求一致时,又恢复到制度均衡状态(王涛,2008)。这也就解释了回扣/佣金这一潜规则维持现状的原因。虽然旅游消费者不满意这种状态,但是至少到目前为止他们无力改变。而其他利益主体意识到了这

一问题,并自觉不自觉地对这制度的变迁施加影响,包括提高旅游商品的质量、提高导游服务质量、提高旅行社服务质量等措施,以此来迎合旅游消费者的需要,使有利于自身利益的潜规则能动态地保持供求平衡状态。

2.2.2 囚徒困境

当潜规则已经出现,并且已有部分人遵循潜规则引导选择机会主义行为时,遵守正式制度者面对的就将是“囚徒困境”。旅游潜规则的各方利益主体如果不遵从潜规则行事,那么他们不仅需要承担正常的遵守制度成本,还必须承担不平衡的心理压力。若是坚持按正式制度行事,还极有可能与潜规则圈内的权力拥有者发生冲突。在衡量利害得失后,部分正式制度遵守者将会选择潜规则设定的游戏规则,这些在外圈中的人会努力通过各种途径、关系,通过内圈媒介进行寻租,导致潜规则的放大、扩散(王涛,2008),直到旅游潜规则将所有相关利益主体纳入体系中,不论相关利益主体自愿或不自愿。而一旦这一制度体系形成并得到巩固,利益既得者就会采取各种措施维持现状,尤其是在利益既得者在潜规则中处于优势地位的情形下。毫无疑问,就目前我国旅游业的发展现状而言,相对于旅游消费者,其他利益主体的优势地位是显而易见的。长远来说,这种优势地位在今后的发展中会逐渐减弱,但在相当长一段时期内不会影响回扣/佣金这一潜规则发挥作用。

2.2.3 正式制度的监管失效

基于我国的政府管理状态,笔者这里所说的正式制度仅针对于政府部门而言。新制度经济学认为,“如果信息分散在私人那里,所有非独裁式的社会选择机制将会面临偏好错误的显示问题”(Green and Laffont,1979)。在这些情形中一般假定政府可以进行有效的干预,比如,通过税收或管制建立起最优的制度安排。然而,政府的纠正行为也会面临因有限信息和管理成本而产生的问题。由此,政府的监管作用在回扣/佣金这一潜规则中的作用仍需进一步深入考虑,基本出发点是,倘若监管所带来经济价值小于信息成本和管理成本等费用,则政府监管是不会存在也不起作用的。更进一步地说,我们要理解政府事实上可能追求的是什么,政府行为人的动机以及他们所面临的局限能够为政府监管的失效提供一个理解机制。旅游被各地政府部门认为能为地方经济做出突出贡献,创造巨大经济、社会效益的产业。因此很多地方的政府部门存在着地方保护主义思想,不仅不会扼制回扣/佣金潜规则的存在,反而会担心一旦这个规则被破坏造成主要利益主体的反弹而影响当地旅游产业的发展。可以说,我国政府部门的强势地位为这一潜规则的存在提供了一定的保障机制。

3 旅游行业潜规则的引导之道

如上文所述,由于回扣/佣金这一潜规则的历史性和现实性,对这一问题的治理难度非常大。通过对其原因的纵向、横向分析,笔者认为采用制度变迁中的路径依赖理论对其治理对策进行探讨是有益的。在引导中必须注意以下几点:

3.1 注重产权安排的分配

正如 Libecap(1989) 所认为的, 不应理所当然地认为制度变迁能够推动理性的资源使用和经济增长。内在于任何产权安排中的分配冲突可能会超越对效率的考虑, 并且会阻止或严重地约束应该被采用的制度结构安排。而且, 由于这种“谈判”中的约束, 制度变迁在任何时候都可能仅能够带来比现状稍多一些的收益。回扣/佣金这一潜规则的存在追根究底其实是经济利益分配上的不均造成的。潜规则的大行其道也是借助于利益吸引效应的作用。如果在制度变迁中不能通过利益份额调整给予有影响力的旅行社、导游、旅游商品经营者充分的补偿而获取他们的支持, 那么想要让回扣/佣金这一潜规则朝着效率更高的方向发展是不可能的。如果, 回扣/佣金的既得利益者不能在产权安排的分配上至少获得与目前同等的收益, 那么即使旅游行业的处境更糟, 分配上的牵连关系也会导致他们反对制度变迁。

在产权安排的分配问题上, 目前讨论最多的是导游薪酬制度的创新以及小费机制的引入(杨鹏 2006; 樊英 2006; 李秀娜, 王兵 2009)。薪酬制度的创新是否有效则还有待证实, 仅从理论上来看, 如果薪酬制度的创新所带来的经济价值能高于其经济成本(包括各种交易费用、回扣/佣金潜在经济利益等各种成本), 那么薪酬制度这一外生变量的引入就是有效的。姑且不论薪酬制度的创新是否能真正起作用, 但就小费机制的引入来看, 笔者认为很有可能会引发新的一种潜规则。倘若旅游消费者将小费的给予与否当做一种私人产权, 那么由此产生的转让或出售费用必然需要买单者, 是导游、旅行社还是旅游商品经营者来充当这一角色? 倘若旅行社把建议旅游团付小费的能力或权利当做一种私有产权, 那么又是哪个利益主体来为产权的转让费或出售费买单?

基于以上分析, 笔者认为在对回扣/佣金潜规则的引导上, 仅仅引入导游薪酬制度创新及小费机制是不能完全解决问题的。最好的办法是在制度变迁中强化回扣/佣金潜规则中的合理性, 即为旅行社、旅游商品经营者、导游等既得利益主体带来了一定程度上的帕累托最优效率。同时, 降低直至消除这一制度中的无效率浪费, 包括对旅游消费者所造成的利益和情感伤害, 对导游形象的伤害, 甚至于对整个社会所造成的伤害, 因为旅游已经逐渐成为我国公民的一种普遍休闲方式。换言之, 回扣/佣金这一潜规则可以保留, 只不过必须在制度变迁中引导其走向有效率的经济方向。在这一点上, 我们认为林璧属(2008) 从社会立法的角度突破旅游购物与回扣之争一文中所提倡的“通过明确界定旅游购物的行业种类和佣金标准, 将旅行社及其导游人员引导旅游者所进行的购物行为及其佣金纳入法制化的轨道”不仅可行而且在治理回扣/佣金潜规则问题上具有重要意义。

3.2 信念体系变量的引入

对制度变迁的引导不仅要注重经济利益上的产权分配, 也要关注信念体系的引入。一个人的选择会影响到他的下一步选择, 这是毋庸置疑的, 也是制度变迁路径依赖性的存在前提。同样不容置疑的是决策制定者做出的选择很大程度上取决于他的心智模式。在引导回扣/佣金潜规则走向正轨的努力中, 不应忽略培育参与

者成熟的心智模式。换言之,要引入信念体系变量,让相关利益者至少处于同一正面信念体系。旅行社、旅游商品经营者等不再是唯利是图,而能够确实考虑到商品质量,考虑到旅游消费者的利益。以导游为核心的利益主体至少要将服务质量和经济利益放在同一平面,兼顾两者,而不是将游客当做冤大头。旅游消费者也应摆正心态,与旅行社、导游、旅游商品经营者等是互利互惠的合作关系,而不是彼此不相容的利益冲突方。

这种信念体系的引入不是一朝一夕就能完成的,而是要在某一强势力量的引导下(在我国可以考虑让政府发挥作用,考虑政府的动机及面临的局限性),有意识地用胡萝卜加大棒的手段,在各方利益主体的参与下,在历史演进过程中进化。同时,还应看到这种信念体系的建立跟经济增长一样,是需要法律法规以及文化和政治自由保护的。

3.3 内部、外部监管变量的引入

3.3.1 内部监管

当回扣/佣金潜规则尚未走向正轨时,是需要内部监管变量来进行各种经济社会关系的调整的。可以考虑建立一个囊括各种利益主体的相互约束机制,比如完善旅行社对正式导游的雇佣关系及其规章制度;完善旅行社、旅游商品经营者的协议关系等。事实上,这一约束机制在现存的潜规则中是隐性存在着的,关键是引导其明确建立起来,并朝有效率的经济方向前进。当回扣/佣金潜规则走向正轨以后,内部监管变量就不是那么重要了,因为潜规则的逆淘汰性能够防止异行者的行为。

3.3.2 外部监管

本文所指的外部监管实际上是针对政策的导向性而言的,诸如旅行社管理条例的实施,导游管理条例的实施等。当然制定法律法规是一回事,如何进行执行和监督又是另外一回事。考虑到有限信息和管理成本的局限,如何既降低监管成本又能有效发挥法律法规的作用是问题的关键。可以说,这是互相冲突的。因此,在制度变迁的引导中,以政策法规为主的外部监管所起的最大作用在于保障正向的政治环境,以推动回扣/佣金这一潜规则朝着有效率的经济方向发展。

旅游回扣/佣金这一潜规则由来已久,通过激烈的变革来治理甚是困难。只能在制度转变过程中,引入有益的外部变量进行引导,使其能够朝着有利于各方利益主体,有利于社会发展的方向演变。让旅游业的市场秩序回归到图2所示的正常的利益相关者关系中,从而推动旅游业的可持续发展。

参考文献:

- [1] Libecap G D. Distributional issues in contracting for property rights [J]. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 1989, 145: 6-24.
- [2] Sugden R. Spontaneous order [J]. *Journal of Economic Perspectives*, 1989, 3(4): 85-97.
- [3] Green J R, Laffon J J. Incentives in Public Decision-Making [M]. Amsterdam: Elsevier Science Ltd, 1979.
- [4] 埃里克·弗鲁博顿,鲁道夫·芮切特. 新制度经济学——一个交易费用分析范式 [M]. 姜

- 建强,罗长远,译.上海:上海三联书店,2006.
- [5] 道格拉斯·诺斯.制度、制度变迁与经济绩效[M].刘守英,译.上海:三联书店,1994.
- [6] 戴学锋.关于打击旅游业的回扣的几点想法[J].旅游学刊,1997(2):19-20.
- [7] 樊英.导游回扣与索要小费问题的症结与解决途径探讨[J].广州大学学报,2006(6):54-57.
- [8] 仝松锋.旅游购物“回扣”现象形成的路径依赖研究[J].重庆工学院学报,2007(3):71-73.
- [9] 许丽君,江可申.旅游产业公对公分配模式机制的思考[J].商业时代,2008(20):95-97.
- [10] 林璧属.从社会立法的角度突破旅游购物回扣与佣金之争[J].旅游学刊,2008(12):6-7.
- [11] 王涛.新制度经济学视角下潜规则产生原因及遏制途径的研究[D].青岛:中国海洋大学,2008.
- [12] 杨鹂.从制度到文明—以中国旅游小费为例[J].价格理论与实践,2006(11):67-68.
- [13] 李秀娜,王兵.法经济学视角下的我国国内导游执业危机解决路径研究[J].旅游学刊,2009(9):73-78.

Theoretical Reflections on Tourism Rebate/Commission: Base on the New System Paradigm

LIN Derong, CHEN Yingying

(Tourism and Hospitality Department, School of Management, Xiamen University, Xiamen 361005, China)

Abstract: Based on the previous researches, this paper attempts to improve and expand the the line of thought and methodology for studying the hidden rules of rebate/commission in tourism industry. That is to to make in-depth explanation and exploration of it by using institutional economics as a starting point with the combination of vertical analysis of historical development and the horizontal analysis of dynamic equilibrium. This paper applies property theory, transaction cost theory and path dependency theory to describe this phenomena. The authors believe that the clarification of property right and transaction cost is the core driving force for the emergence and growth of these rules, with systematical balance, prisoner's dilemma, and the failure of official system as the three main causes. Bases on the analysis, the paper puts forward corresponding guiding path from new economics perspective including the creative arrangement of three main systems namely allocation and of property right, the introduction of positive faith system, and the external and internal supervision.

Key words: Tourism; rebate/commission; analysis theory of property rights; transaction cost theory

(责任编辑:车婷婷)