

В свою очередь Управление по труду и занятости населения Белгородской области не всегда чётко следует требованиям работодателей при направлении работников по их заявкам.

Во-вторых, как показывает практика работы отделов занятости, многими работодателями по-прежнему не выполняется положение ст. 25 названного закона о занятости по квотированию рабочих мест для инвалидов, при этом не перечисляются, как того требует закон, обязательная плата за каждого нетрудоустроенного в рамках квоты инвалида.

В-третьих, одной из причин недостаточно является неполное и нерегулярное поступление финансовых средств от работодателей в Государственный фонд занятости населения.

В-четвёртых, многие безработные и ищущие работу женщины отказываются идти на свободные рабочие места, где заработок очень мал, допускаются длительные задержки выплат заработной платы, тяжёлые условия труда. В свою очередь работодатели отказывают в приёме на работу гражданам по причине отсутствия опыта работы у молодёжи, гражданам предпенсионного возраста, а так же женщинам, имеющим малолетних детей.

В-пятых, Управление по труду и занятости Белгородской области содействуют организации безработным собственного дела, развитию малого предпринимательства. Однако, женщины реже пытаются открыть «свое» дело, хотя тенденция активно в целом малое предпринимательство продолжает находиться в положении крайне неустойчивого равновесия с высокой степенью неопределённости ближайших перспектив его развития. Это неустойчивость объясняется противоречивостью сложившейся ситуации. С одной стороны малый бизнес располагает огромным потенциалом, который позволяет ему сделать решительный рывок вперёд, с другой стороны на каждом шагу он сталкивается с препятствиями: несовершенство законодательной базы развития предпринимательской деятельности; жёсткое налоговое давление и усложнённая система налогообложения; трудности сбыта продукции; недостаточность начального капитала и собственных оборотных средств; трудности с получением банковских кредитов; сложности с получением помещений и крайне высокая арендная плата.

В-шестых, Управление по труду и занятости населения Белгородской области активно занимаются подготовкой рабочих мест временного характера. Однако по-прежнему много рабочих мест временного характера остаются женщины не востребованными по причине их малой цены, несоответствия спроса и предложения на рабочую силу. Стоимость многих рабочих мест, таких как вахтёр, дворник, уборщица, мойщик посуды, санитарка низкая.

Литература

1. Ельникова Г.А. Гендерная асимметрия в современной социокультурной реальности // Научные ведомости БелГУ. Философия. Социология. Право. 2012. Т.19. – №2(121). Вып. 11. С. 23-31.
2. Надуткина И.Э., Геращенко В.М. Технология социальной паспортизации населения как инновационный элемент социальной политики региона // Научные ведомости БелГУ. Философия. Социология. Право. 2012. №8 (127). Вып. 20. С.37-43.

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В ТУРИЗМЕ

С.Д.Хакимова

*Россия, Республика Татарстан, г. Елабуга,
Елабужский институт Казанского (Приволжского) федерального университета*

Мировая практика показывает, что одним из основных механизмов расширения ресурсной базы и мобилизации неиспользованных резервов для экономического развития, повышения эффективности управления государственной и муниципальной собственностью является государственно-частное партнерство. Учитывая проблемы с государственным бюджетом и

долгом во многих странах мира, привлечение частных инвестиций для развития экономики является очень актуальным.

Одно из первых исследований, посвященных роли государственно-частных партнерств (public-private partnerships - PPP) в туризме, было проведено Всемирной туристской организацией (ЮНВТО) в 2000 году. 98% опрошенных государственных и частных структур из 90 стран мира отметили роль PPP как «очень важную» и «важную» в условиях возрастающей конкуренции [1].

Индустрия туризма имеет как государственный, так и частный сектор экономики. Есть неизбежность в ангажировании обоих секторов, так как изменения приоритетов в долгосрочной перспективе, такие же обширные как различия между и внутри государств.

Органы негосударственного сектора занимают центральное место в оказании услуг гостеприимства. Сюда можно отнести транспортные, развлекательные услуги и услуги реализации туристских продуктов на рынке. Например, с туроператорами и авиакомпаниями. Вмешательство государственного сектора в деятельность частного сектора обусловлено рядом факторов, в первую очередь – это регулирование деятельности для предотвращения нерентабельной инфраструктуры и надстройки и устранению препятствий на пути к более эффективной работе частного сектора.

На сегодняшний день во многих ведущих экономиках мира сфера туризма занимает одну из ключевых, бюджетообразующих позиций. В Китае, например, доля туризма во внутреннем валовом продукте, без учета смежных отраслей, эквивалентна 167 миллиардам долларов. В США туротрасль даёт ежегодно 400 миллиардов, в небольшой Франции – 97 млрд. По оценкам всевозможных экспертных организаций, в прошлом году мировой туристический поток достиг отметки в 935 миллионов человек. Говоря простым языком, каждый седьмой житель нашей планеты – турист. И это только начало, согласно тем же прогнозам к 2020-му году произойдет двукратный рост турпотока.

В качестве ведущих направлений создания PPP в туризме ЮНВТО отмечает следующие [4]:

- финансовая поддержка авиалиний, направленная на повышение их загрузки;
- организация совместных программ по продвижению турнаправлений;
- формирование программ скидок на различные виды туристских услуг;
- снижение сборов с участников международных туристских выставок;
- создание совместных групп по сбору и анализу информации о состоянии туристского рынка;
- повышение эффективности управления объектами туризма.

В качестве примеров государственно-частных партнерств в туризме можно привести следующие:

- государственное Агентство по продвижению туризма Венгрии (Magyar Turizmus) совместно с национальными ассоциациями в сфере туризма разработали маркетинговую стратегию, ориентированную на соседние страны и туры, с минимальным временем, затрачиваемым на переезд/перелет [2];

- Корейская Туристская Организация (Korean Tourism Organization) совместно с компанией «VISA card» разработали программу скидок для туристов – владельцев пластиковых карт VISA. В частности, они могут воспользоваться скидками от 5% до 50% на услуги ресторанов, мобильных переговоров, торговых центров, парков развлечений и ряда других туристских услуг;

- ряд стран организовали и проводят успешные маркетинговые программы совместно с бизнес-структурами. Например, Новая Зеландия – «100% Pure New Zeland» и Таиланд – «Amazing Thailand», которые позволили этим странам занять в рейтинге Конкурентоспособности стран в сфере туризма, проводимым Всемирным Экономическим Форумом, соответственно, 7 и 14 места из 133 стран [3].

Анализ современного состояния туристской отрасли Республики Татарстан показывает, что в последние годы она развивается достаточно динамично, хотя и не стабильно. Республика Татарстан располагает туристско-рекреационным потенциалом, который определяется:

- 1) культурно-историческим наследием;
- 2) природно-ресурсными возможностями;
- 3) этнографическим составом;
- 4) наличием мегаполиса – Казани.

Республика Татарстан занимает 8 место в строчке рейтинга Российских регионов по числу зарегистрированных ежегодных ночевков (рисунок 1).



Рисунок 1 – Рейтинг Российских регионов по числу зарегистрированных ежегодных ночевков

Что касается мегаполиса Казани, то на его долю приходится практически 50% совершаемых ночевков в Республике Татарстан (рисунок 2).

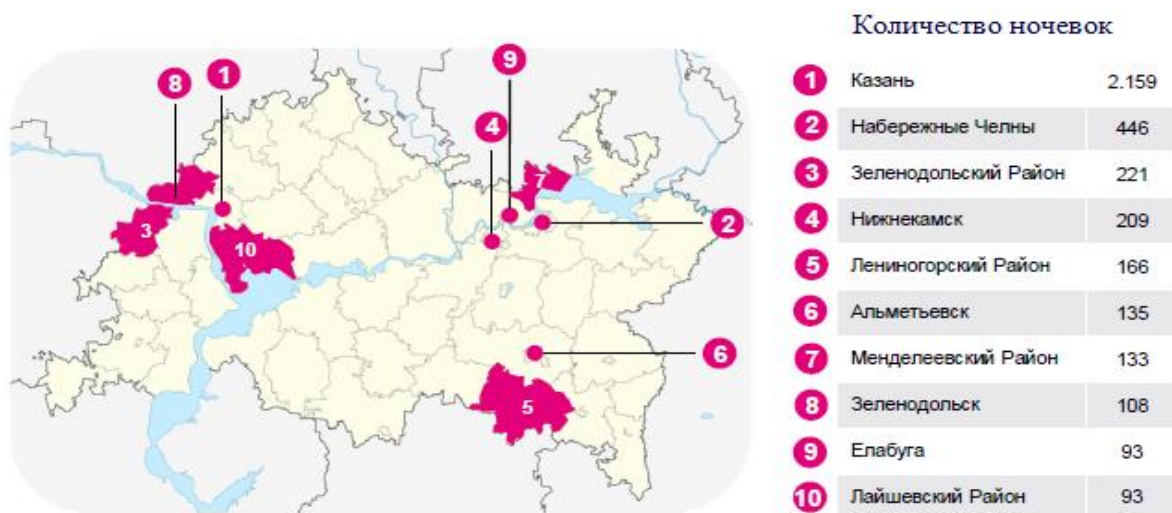


Рисунок 2 – Количество совершаемых ночевков в РТ

В данный момент существует 5 основных преград на пути развития туризма в РТ. Во-первых, низкая туристская привлекательность Казани среди населения РФ, а так же за рубежом. Во-вторых, низкое число развитых туристических достопримечательностей за пределами

Казани. В-третьих, отсутствие четкого и сильного туристического бренда. Так же стоит отметить, что существуют большие расстояния между различными туристическими объектами РТ. И наконец, в-пятых, низкий бюджет на развитие туризма в соответствующем министерстве.

Все это требует поиска новых механизмов и инструментов повышения эффективности использования туристского потенциала региона. Автор считает, что целесообразным механизмом является государственно-частное партнерство. В туризме в соответствии с Концепцией федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 гг.)» предусматривается эффективное взаимодействие органов власти, науки, бизнеса, общественных образований в целях разработки и реализации масштабных туристских проектов, направленных на развитие туристской привлекательности регионов. Увеличение внутренних туристских потоков, формирование туристского продукта высокого качества, соответствующего мировым стандартам.

Анализ опыта зарубежных стран позволяет выделить четыре основные модели организации государственно-частных партнерств в туризме:

1. Кооперация: предполагает равные доли участия в прибылях, управлении (50/50) и солидарную ответственность наступления рисков и принятия решений (например, компания «Destination Management Company» в Австрии);

2. Управление: привлечение государством бизнес-структур в качестве профессиональных управляющих компаний (например, передача дворцов, музеев и других туристских объектов в управление в Австрии) [5];

3. Ассоциация: некоммерческое объединение, созданное его участниками для решения конкретных целей (примером может служить формирование новой политики продвижения Барселоны «From One Barcelona To Many Barcelonas» на базе городского Комитета по Туризму Turismo de Barcelona) [6];

4. Концессия: передача объектов государственной собственности коммерческим структурам по договору концессии во временное пользование (например, передача фуникулера и национальных парков частным структурам в Словении).

Как свидетельствует практика, на региональном уровне в индустрии гостеприимства наиболее практикоориентированными являются модели ГЧП в виде туристских зон по приоритетным направлениям развития туризма. Республика Татарстан разделена на 6 туристических зон: Казанская туристско-рекреационная зона, Тетюшско-Болгарская туристско-рекреационная зона, Елабужская туристско-рекреационная зона, Билярская туристско-рекреационная зона, Камская туристско-рекреационная зона и Юго-Восточная туристско-рекреационная зона. По исходным задачам образования они должны быть катализатором развития таких видов туризма, как культурно-познавательный, паломнический, горный и зимний туризм и городской туризм.

К исходным целям туристского зонирования территорий для Республики Татарстан можно отнести развитие приоритетных видов туризма и усиления положительного влияния отрасли на экономику региона. Кроме того, в условиях конкретной туристской зоны гораздо эффективней можно применять механизм ГЧП в виду концентрации внимания на развитие конкретного туристического предложения.

К исходным целям туристского зонирования территорий для Республики Татарстан можно отнести развитие приоритетных видов туризма и усиления положительного влияния отрасли на экономику региона. Кроме того, в условиях конкретной туристской зоны гораздо эффективней можно применять механизм ГЧП в виду концентрации внимания на развитие конкретного туристического предложения.

Успешная реализация государственно-частного партнерства во многом обусловлена заинтересованностью основных участников этого потенциального союза. С позиций частного инвестора мотивационными стимулами могут выступать:

- наличие стабильного и оперативного источника финансирования основной деятельности в лице государства;
- сокращение времени прохождения «бюрократических процедур» при решении

управленческо-организационных вопросов;

- гарантии компенсации финансовых рисков;
- повышения имиджа компании, как субъекта рыночной экономики, сотрудничающего с государством [7];
- предоставление льгот по арендной плате, уплате налогов, кредитованию;
- возможность монопольно функционировать в определенной сфере;
- иметь эксклюзивный доступ к ограниченным ресурсам (естественным природным, государственной поддержки и пр.).

Вторая сторона этого союза представлена государственными органами власти, как правило, представителями органов муниципальных образований. Предполагается, что большинство муниципальных менеджеров не испытывают какого-либо влияния мотивационных и/или стимулирующих рычагов в вопросе определения наиболее эффективного способа управления государственной собственностью. Следовательно, установление партнерских отношений с частным бизнесом не всегда рассматривается как перспективная конкурентоспособная стратегическая альтернатива управления государственным или муниципальным имуществом.

Одним из основных элементов механизма функционирования государственно-частного партнерства в России должна быть разработка нормативно-правовой базы, позволяющей установить четкую корреляцию между производительностью труда представителей местных органов власти (эффективности их управленческой деятельности) и их оплатой труда, перспективами карьерного роста, служебными и должностными привилегиями.

Литература

1. Casado A.M. and Peláez J.I., 2014. Intangible management monitors and tools: Reviews Expert Systems with Applications, 1: 1509-1529.
2. Datta S. and Iskandar-Datta, M., 2013. Vivek Singh Product market power, industry structure, and corporate earnings management. Journal of Banking & Finance, 8: 3273-3285.
3. Fayolle A., Emerson G., Taylor F., Ford, G. (1992). Management - the science and art. Moscow: The Republic.
4. Handel M.J., 2014. Theories of lean management: An empirical evaluation. Social Science Research, 3: 86-102.
5. James A.B., 1995. Strategic trade policy. Handbook of International Economics, Chapter 27, Volume 3, pp. 1395-1455.
6. Государственно-частное партнерство. Теория и практика: учебное пособие В.Г. Варнавский, А.В. Клименко, В.А. Королев / Институт государственного и муниципального управления Государственного университета – Высшей школы экономики. М., 2012. 234 с.
7. Государственно-частное партнерство в образовании: сборник науч. тр. / науч. ред. О.П. Молчанова, А.Я. Лившин. М.: КДУ, 2012. 242 с.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

И.И. Чудинова,
научный руководитель Е.М. Носкова
Россия, г. Пермь,

Пермский государственный национальный исследовательский университет

В настоящее время наблюдается повышенное внимание к проблемам социальной сферы. Так, «инвестиции в человека» далеко не сразу приносят полезный социальный эффект, который ценится выше, чем экономический результат. Сегодня особенно остро стоит проблема оценки эффективности инвестирования в социальную сферу, так как на нее оказывает