

  
**EUROPEAN RESEARCHER**  
**Series A**

Has been issued since 2010. ISSN 2219-8229, E-ISSN 2224-0136.  
2015. Vol.(98). Is. 9. Issued 12 times a year  
Impact factor of Russian Science Citation Index 2013 – 0,463  
Information Matrix for the Analysis of Journals ICDS 2015 – 5,699

EDITORIAL STAFF

**Dr. Cherkasov Aleksandr** – Sochi State University, Sochi, Russia (Editor-in-Chief)  
**Dr. Goncharova Nadezhda** – Research Institute of medical primatology RAMS, Sochi, Russia  
**Dr. Khodasevich Leonid** – Sochi State University, Sochi, Russia  
**Dr. Kuvshinov Gennadiy** – Sochi State University, Sochi, Russia  
**Dr. Rybak Oleg** – Scientific Research Centre of the RAS, Sochi, Russia

EDITORIAL BOARD

**Dr. Abdrakhmatov Kanat** – Institute of seismology NAS, Bishkek, Kyrgyzstan  
**Dr. Bazhanov Evgeny** – Diplomatic Academy Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Moscow, Russia  
**Dr. Beckman Johan** – University of Helsinki, Helsinki, Finland  
**Dr. Blinnikov Sergei** – Institute of theoretical and experimental physics, Moscow, Russia  
**Dr. Deene Shivakumar** – Central University of Karnataka, Karnataka, India  
**Dr. Dogonadze Shota** – Georgian Technical University, Tbilisi, Georgia  
**Dr. Elyukhin Vyacheslav** – Center of Investigations and Advanced Education, Mexico, Mexico  
**Dr. Halczak Bohdan** – University of Zielona Góra, Poland  
**Dr. Kolesnik Irina** – Institute of Ukrainian History, National Academy of Sciences of Ukraine, Kiev, Ukraine  
**Dr. Kopylov Vladimir** – Physical-Technical Institute National Academy of Science of Belarus, Minsk, Belarus  
**Dr. Krinko Evgeny** – Southern Scientific Centre of RAS, Rostov-on-Don, Russia  
**Dr. Malinauskas Romualdas** – Lithuanian Academy of Physical Education, Kaunas, Lithuania  
**Dr. Markwick Roger** – School of Humanities and Social Science, The University of Newcastle, Australia  
**Dr. Mathivanan D.** – St. Eugene University, Lusaka, Zambia  
**Dr. Mydin Md Azree Othuman** – Universiti Sains Malaysia, Penang, Malaysia  
**Dr. Menjkovsky Vaycheslav** – University of Belarusian State, Minsk, Belarus  
**Dr. Müller Martin** – University St. Gallen, St. Gallen, Switzerland  
**Dr. Ojovan Michael** – Imperial college London, London, United Kingdom  
**Dr. Ransberger Maria** – University of Bayreuth, Bayreuth, Germany  
**Dr. Šmigel' Michal** – Matej Bel University, Banská Bystrica, Slovakia

The journal is registered by Federal Service for Supervision of Mass Media, Communications and Protection of Cultural Heritage (Russia). Registration Certificate ПИ № ФС77-50466 4 July 2012.

Journal is indexed by: **Academic Index** (USA), **CCG-IBT BIBLIOTECA** (Mexico), **DOAJ** (Sweden), **Galter Search Beta** (USA), **EBSCOhost Electronic Journals Service** (USA), **Electronic Journals Index** (USA), **Electronic scientific library** (Russia), **ExLibris The bridge to knowledge** (USA), **Google scholar** (USA), **Index Copernicus** (Poland), **math-jobs.com** (Switzerland), **One Search** (United Kingdom), **Open J-Gate** (India), **Poudre River Public Library District** (USA), **ResearchBib** (Japan), **Research Gate** (USA), **The Medical Library of the Chinese People's Liberation Army** (China).

All manuscripts are peer reviewed by experts in the respective field. Authors of the manuscripts bear responsibility for their content, credibility and reliability.

Editorial board doesn't expect the manuscripts' authors to always agree with its opinion.

Postal Address: 26/2 Konstitucii, Office 6  
354000 Sochi, Russian Federation

Website: <http://erjournal.ru/en/index.html>

E-mail: [evr2010@rambler.ru](mailto:evr2010@rambler.ru)

Founder and Editor: Academic Publishing House *Researcher*

Passed for printing 25.9.15.

Format 21 × 29,7/4.

Enamel-paper. Print screen.

Headset Georgia.

Ych. Izd. l. 5,1. Ysl. pech. l. 5,8.

Order № 166.

**EUROPEAN RESEARCHER**

2015

Is. 9

Издается с 2010 г. ISSN 2219-8229, E-ISSN 2224-0136.  
2015. № 9 (98). Выходит 12 раз в год.  
Импакт-фактор РИНЦ 2013 – 0,463  
Information Matrix for the Analysis of Journals ICDS 2015 – 5,699

#### РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

**Черкасов Александр** – Сочинский государственный университет, Сочи, Россия  
(Гл. редактор)  
**Гончарова Надежда** – Научно-исследовательский институт медицинской приматологии РАН, Сочи, Россия  
**Кувшинов Геннадий** – Сочинский государственный университет, Сочи, Россия  
**Рыбак Олег** – Сочинский научно-исследовательский центр Российской академии наук, Сочи, Россия  
**Ходасевич Леонид** – Сочинский государственный университет, Сочи, Россия

#### РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

**Абдрахматов Канатбек** – Институт сейсмологии НАН, Бишкек, Киргизия  
**Бажанов Евгений** – Дипломатическая академия Министерства иностранных дел России, Москва, Россия  
**Бекман Йохан** – Университет г. Хельсинки, Хельсинки, Финляндия  
**Блинников Сергей** – Институт теоретической и экспериментальной физики, Москва, Россия  
**Гальчак Богдан** – Университет г. Зелона Гура, Зелона Гура, Польша  
**Дине Шивакумар** – Центральный университет г. Карнатака, Карнатака, Индия  
**Догондзе Шота** – Грузинский технический университет, Тбилиси, Грузия  
**Елюхин Вячеслав** – Центр исследований и передового обучения, Мехико, Мексика  
**Зиятдинов Рушан** – Университет Фатих, Стамбул, Турция  
**Колесник Ирина** – Институт истории Украины НАН Украины, Киев, Украина  
**Копылов Владимир** – Физико-технический институт Национальной академии наук Беларуси, Минск, Беларусь  
**Кринко Евгений** – Южный научный центр РАН, Ростов-на-Дону, Россия  
**Малинаускас Ромуальдас** – Литовская академия физической культуры, Каунас, Литва  
**Марвик Роджер** – Школа гуманитарных и общественных наук, Университет Ньюкасла, Австралия  
**Мативанан Д.** – Университет Санкт Евген, Лусака, Замбия  
**Мудин Мд Азри Отхуман** – Университет Малайзии, Пенанг, Малайзия  
**Меньковский Вячеслав** – Белорусский государственный университет, Минск, Республика Беларусь  
**Мюллер Мартин** – Университет Санкт Галлен, г. Санкт Галлен, Швейцария  
**Ожован Михаил** – Имперский колледж Лондона, г. Лондон, Соединенное Королевство  
**Рансбергер Мария** – Байротский университет, Байрот, Германия  
**Шмигель Михал** – Университет Матяя Бэла, Банска Быстрица, Словакия

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия (Российская Федерация). Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-50466 от 4 июля 2012 г.

Журнал индексируется в: **Academic Index** (США), **CCG-IBT BIBLIOTECA** (Мексика), **DOAJ** (Швеция), **GalterSearch Beta** (США), **EBSCOhost Electronic Journals Service** (США), **Electronic Journals Index** (США), **ExLibris The bridge to knowledge** (США), **Google scholar** (США), **Index Copernicus** (Польша), **math-jobs.com** (Швейцария), **Научная электронная библиотека** (Россия), **Open J-Gate** (Индия), **ResearchBib** (Япония), **ResearchGate** (США), **The Medical Library of the Chinese People's Liberation Army** (Китай) и др.

Статьи, поступившие в редакцию, рецензируются. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы публикаций.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

Адрес редакции: 354000, Россия, г. Сочи,  
ул. Конституции, д. 26/2, оф. 6  
Сайт журнала: <http://erjournal.ru/>  
E-mail: [evr2010@rambler.ru](mailto:evr2010@rambler.ru)

Учредитель и издатель: ООО «Научный  
издательский дом "Исследователь"» - Academic  
Publishing House *Researcher*

Подписано в печать 25.9.15.  
Формат 21 × 29,7/4.  
Бумага офсетная.  
Печать трафаретная.  
Гарнитура Georgia.  
Уч.-изд. л. 5,1. Усл. печ. л. 5,8.  
Заказ № 166.

C O N T E N T S

Economic sciences

|   |     |
|---|-----|
| Tourist Valorization of the Mileševa Monastery (Serbia)<br>Jovana Boškov, Stefan Kotrla, Kristina Košić, Dajana Lulić .....                                   | 578 |
| The Improving of Financial Relations in Higher Education Sphere<br>in New Economic Terms<br>E.M. Filimontseva .....   | 590 |
| The Prospects for Industrial Development in the Context of High Natural Gas Prices<br>Anatolii G. Goncharuk .....   | 597 |
| The Main Directions of Financial and Economic Expertise<br>E.N. Khachemizova, Marco Cavedony .....  | 604 |
| The Problems of Gender and National Inequality in Municipal Management<br>Svetlana A. Nefedkina, Ekaterina Zhordan .....                                      | 612 |
| The Relationship between the Students' Choice of Private Higher Education and<br>Marketing Tools in Bosnia and Herzegovina<br>Ozbal Okai, Konakli Zafer ..... | 619 |
| Cost Estimation of "Tourist" Budget Services in Resort City of Sochi<br>E.E. Sinyavskaya .....  | 629 |
| Current Development of Meat-Processing Industry in Ukraine:<br>Tendencies, Problems and Strategies for Solution<br>Kateryna Vlasova .....                     | 637 |

Copyright © 2015 by Academic Publishing House *Researcher*



Published in the Russian Federation  
European Researcher  
Has been issued since 2010.  
ISSN 2219-8229  
E-ISSN 2224-0136  
Vol. 98, Is. 9, pp. 578-589, 2015

DOI: 10.13187/er.2015.98.578  
[www.erjournal.ru](http://www.erjournal.ru)



Economic sciences

Экономические науки

UDC 33

### Tourist Valorization of the Mileševa Monastery (Serbia)

<sup>1</sup> Jovana Boškov

<sup>1</sup> Stefan Kotrla

<sup>2</sup> Kristina Košić

<sup>1</sup> Dajana Lulić

<sup>1</sup> University of Novi Sad, Serbia

Faculty of Science, Department of Geography, Tourism and Hotel Management

Trg Dositeja Obradovića 3, 21 000 Novi Sad

E-mail: boskovjovana@gmail.com

<sup>2</sup> University of Novi Sad, Serbia

Faculty of Science, Department of Geography, Tourism and Hotel Management

Trg Dositeja Obradovića 3, 21 000 Novi Sad

Associate Professor

#### Abstract

Mileševa monastery is located in the valley of Mileševka river, i.e. at the mouth of Kosanička river in Mileševka river. It is six kilometers far from Prijepolje, and it is a seat of Mileševa Eparchy. The monastery was built in the style of Raška school, and dates from the period between 1219 and 1235. Mileševa monastery is of great importance for culture, art and history of Serbian people. It also plays an important role in tourism of Prijepolje and represents a cultural asset by which whole this place is largely known.

In this paper authors will present tourist valorization of the Mileševa monastery. The main objective of this paper is to evaluate the different values of this cultural asset using Hillary du Cros model of tourist valorization.

**Keywords:** tourist valorization, Hillary du Cros model, Mileševa monastery, Prijepolje, Serbia

#### Introduction

Achievements of Serbian culture, created for centuries, today play a major role in tourism development of this country. Among many cultural assets in Serbia, one of the most important are monasteries, whose emergence is closely related to the development of Serbian state. Formed mainly in medieval epoch, by time they grew into a national centers of education and culture. Serbian monasteries are the most beautiful works of architecture, painting and applied art, and it can be said that they are an important part of the European cultural heritage. This is confirmed by

the fact that a large number of Serbian monasteries are declared as cultural monuments, and several of them are entered into the UNESCO list of world cultural heritage.

One of the monasteries, that has great significance for the culture and history of Serbian people is Mileševa. This medieval Serbian monastery, dedicated to the Ascension of Christ, is located near Prijepolje. It was built in the style of Raška school, and dates from the period between 1219 and 1235. It is known because the relics of Saint Sava were placed there, and still part of the hand of the first Serbian educator is kept in this monastery. In Mileševa monastery, in the 16th century, one of the first Serbian printing offices was working. Since 2011 the monastery became recognizable by the largest bell in Serbia, whose weight is nine tons. Fresco "The Marys at the tomb of Christ," more known as the "White Angel" represents an outstanding value of this monastery. Mileševa monastery, as well as many other Serbian monasteries, is a cultural asset that deserves a lot of attention in tourism valorization. This cultural asset has outstanding potential in tourism of Serbia. However, before any planning, a fundamental assessment of the condition and values of these objects is necessary. It can be achieved by proper tourist valorization.

"Tourist valorization presents a detailed assessment of natural and man-made values of importance to the development of tourism at one site, in one center, one place, geographical region or in country as a whole" (Stanković, 2004). It is necessary to accentuate that the reliability of tourist valorization is limited, because the assessment is based on subjective perception and evaluation of assessors. The needs and interests of visitors are very important during the valorization of tourist objects. The inclusion of visitors into evaluation process is a good way to achieve objectivity (Tomić, 2011).



Figure 1. Geographic location of Mileševa monastery within the Prijepolje municipality  
Source: Drobnjaković, 2012

### Geographical position of Prijepolje and Mileševa monastery

Prijepolje area is a border zone in the Republic of Serbia. It is formed at the crossroads of three countries of former Republic of Yugoslavia (Serbia, Montenegro and Bosnia and Herzegovina). To the south it borders with Montenegro (municipalities of Pljevlja and Bijelo Polje), to the west it borders with Srpska Republic (municipalities Rudo and Čajniče), while on the

other sides it is bordered by the municipalities in Serbia (to the north by the municipalities of Čajetina and Arilje, to the east by the municipality of Ivanjica and to the southeast by the municipality of Sjenica). According to geographical regional division it is located in Starovlaška region, in the subregion of middle and lower Polimlje. According to administrative-territorial division it belongs to the Zlatibor district. The whole territory has distinctly mountainous character. This has historically been an important transit area, because it was located at the crossroads of the old Roman roads, then Bosnian and Dubrovnik road, which served as the basis for development of today's road network (Drobnjaković, 2012).

Geographical position of Prijepolje is very favorable because it is located on important traffic routes. Across the main road E-763 (Beograd-Čačak-Zlatibor-Podgorica) Prijepolje is connected to one of the 10 major European corridors, the corridor 10 (i.e. with highways E-70 and E-75). Prijepolje is also connected to Corridor 10 across the road E-76 (Čačak/Preljina-Kraljevo-Kruševac-Pojate), which continues to the already mentioned road E-763 (Plavša and Ratković, 2007).

Mileševa monastery is located at the mouth of the Kosanička river in Mileševka river. It is six kilometers far from Prijepolje, and it is a seat of Mileševa Eparchy.

### **History of the monastery**

Monastery Mileševa was raised by the Serbian King Vladislav, as his mausoleum. It was built in the style of Raška School. Time of construction of the Mileševa monastery is not accurately determined. According to some sources, the construction began at a time when Vladislav was not yet crowned, while according to other sources Vladislav began to erect the monastery immediately after his accession to the throne, that is after the year 1234. Nevertheless, if taken into consideration both historical facts and testimonies on frescos, construction and painting of Mileševa can be placed in the years between 1219 and 1235 (Janković, 2007; Mandić, 2012). In the period around year 1235 King Vladislav built one more narthex, to bury the body of his uncle, the first Serbian Archbishop Sava in it. In 1236, Vladislav moved the relics of his uncle Saint Sava from Trnovo in Bulgaria, where he died, to Mileševa. In 1595 the Turks took the bones to Belgrade and burnt them in Vračar.

In this monastery in 1377, Tvrtko Kotromanić was crowned as king of Bosnia and Serbia. The Turks destroyed Mileševa for the first time in 1459. However, ecclesiastical and educational life went on, with only occasional discontinuities. After the 1594, when Turks took the body of St. Sava to Belgrade and burned it, Mileševa monastery become poor. There are numerous data that monks from Mileševa went to Wallachia and Russia to collect donations for the monastery. In the 16th and 17th centuries many prominent travelers visited the monastery and sometimes they found it crowded and well-being, but sometimes they were witnesses of its troubles. In the 17th century significant repairs of the monastery buildings were made. At the end of this century, the Turks burned konaks and looted the monastery. Monks transferred some of the valuables to Austria. Often abandoned, the monastery was increasingly decaying. In 1857, famous Russian traveler and scientist Giljferding found the church in ruins. He writes that the whole church is in ruins, the walls and roofs are gone, the dome are almost completely destroyed and are adhered only to parts of the vaults. Later, in 1863, the church was restored through the efforts of citizens of Prijepolje. During this reconstruction collapsed roofs and dome were erected, a semicircular apse was built, so the monastery got its present external look.

During the Second World War, occupying forces of Germany and Italy were imprisoning horses and mules in the monastery. On that occasion, because of the layers of garbage and ammonia, frescoes of Mileševa were heavily damaged (Mandić, 2012).





Figure 2. Complex of Mileševa monastery  
(Photo by: J. Boškov, 2013)

In the early 20th century in this monastery extensive works were carried out. The pond and new economy are built, large konak, smaller konak and steeple are renovated etc. In 2008 the Radio "Mileševa", located within the monastery complex, was founded. A year later, the monastery treasury was built (Mandić, 2012).

### Methodology

Tourist valorization is one of the most important phases in the process of spatial planning of tourism. It represents the establishment of tourist evaluation or appraisal of tourist attraction, i.e. evaluation of tourist attractions and assessment of any phenomena, objects and spaces that have, among other characteristics, a feature that are attractive (interesting) for tourists, and through them tourists can meet their (cultural or recreational) needs (Tomka, 1998).

There is a large number of different models of tourist valorization. One of them is Hillary du Cros model, that is used for the evaluation of cultural assets. Du Cros (2000) in the process of tourist valorization introduces cultural-tourism sub-indicators and the level of their grading, separately for the tourism sector and separately for the sector of cultural assets management (Hadžić, 2005). In tourism sector, the market attractiveness of cultural assets and factors important for the design of a tourist product are evaluated. In sector of management of cultural assets, two element are being evaluated: cultural significance and robustness. Each sub-indicator is separately evaluated with grades from 0 to 5, the highest individual grade for some subindicators can be less than 5, then the grades summarize and provide a summary evaluation for each sector. The maximum number of points for each group of sub-indicators (tourism sector and sector of management of cultural assets) is 60.

Based on the evaluation score, a matrix of "market attractiveness/robustness" with 9 cells is set. The cells are marked with  $M(i, j)$  ( $i, j = 1, 2, 3$ ) and each cultural asset occupies one cell in the matrix, depending on the score given in the previous assessment process (Hadžić, 2005; Besermenji and Pivac, 2008).

The cells are defined as following (Du Cros 2000):

- $M(1, 1)$  - high value of indicators of cultural importance/robustness and low market attractiveness,
- $M(1, 2)$  - high value of indicators of cultural importance/robustness and medium market attractiveness,

- M (1, 3) - high value of indicators of cultural importance/robustness and high market attractiveness,
- M (2, 1) - medium value of indicators of cultural importance/robustness and low market attractiveness,
- M (2, 2) - medium value of indicators of cultural importance/robustness and medium market attractiveness,
- M (2, 3) - medium value of indicators of cultural importance/robustness and high market attractiveness,
- M (3,1) - low value of indicators of cultural importance/robustness and low market attractiveness,
- M (3, 2) - low value of indicators of cultural importance/robustness and medium market attractiveness,
- M (3,3) - low value of indicators of cultural importance/robustness and high market attractiveness.

### **Tourist valorization of the Mileševa monastery using Hilary du Cros model**

In order to avoid subjectivity, in the process of tourist valorization in this study 10 tourists were included. When choosing a sample, it was taken into account that all the respondents are familiar to the site and that they visited the monastery at least once in the last three years. Based on their answers and evaluation of all sub-indicators, average grades of each sub-indicator of tourist value are given, thus a certain objectivity in the assessment of the tourist attractions of this cultural good is achieved.

#### Market attractiveness of cultural asset

The ambience (weak 0-1, adequate 2-3, good 4, great 5) - Mileševa monastery is situated in a quiet valley, five kilometers upstream from the mouth of the rivers Mileševka and Lim. The preserved nature in the vicinity of the monastery, as well as well tended interior within the complex (benches, paths, flowers) provide a nice atmosphere. However, the ambience can be improved so the grade is 4.

Site is well known outside the local area (not 0-1, to some extent 2-3, very well 4-5) – the monastery is well known not only in the local area but also at the national level. A picture of the White Angel of Mileševa was sent as a message in the first satellite broadcast signal from Europe to America, as a symbol of peace and civilization. Later, the same signal, containing the White Angel, was transmitted to space in an attempt to communicate with extraterrestrial life forms. It can be said that this cultural asset is known internationally. The grade is 5.

An important national symbol (not 0, has a potential 1-3, yes 4-5) - Mileševa monastery is a symbol of Prijepolje and certainly one of the symbols of medieval Serbia. The assessment of its significance as a national symbol is 4, due to the existence of other similar monasteries in the Republic of Serbia.

Interesting story could be told - evocative place (not 0, has a potential 1-3, yes 4-5) – there are numerous historical facts and stories about this cultural asset (such as story about Kalistrat and Cassian). The grade is 4.

Site is different from other nearby cultural assets (poor 0, adequate 2-3, good 4, 5 excellent) - despite some unique elements, a grade for differentiation of monastery complex is 3, due to the existence of numerous monasteries and cultural resources in the environment, also dating from the period of medieval Serbia (monasteries Davidovica, Mili, Kumanica, medieval fortresses Mileševac and Kovin, etc).

Attractiveness for special purposes (not at all 0, has a potential 1-3, very good 4-5) – monastery has limited capabilities for special purposes. There is a possibility of organizing church conferences, religious celebrations, concerts. The grade is 2.

Complementary to other tourism products at the destination/in the region (not at all 0, has a potential 1-3, yes 4-5) - the monastery is characterized by a high degree of complementarity with other tourism products in the region, as well as with surrounding cultural assets. The existence of a large number of religious buildings, historic sites and monuments in the vicinity of the monastery favors the creation of a variety tours of cultural, religious, educational, and other forms of tourism. The grade is 5.



Tourist activity in the region (almost none 0, in some extent 2-3, high 4-5) - is relatively weak. It is promoted on the tourism fairs in the region, but the propaganda material of the monastery is present only in small extent. Within the monastery complex there is a gift shop. The monastery has its own radio program (Radio "Mileševa"). As disadvantage states that the monastery does not have a website. Grade for tourist activity is 2.

Cultural asset associates with culture (not at all 0, in some extent 2-3, high 4-5) - monastery largely reflects the culture, history and art of the Serbian people. Republic Institute for Protection of Cultural Monuments declared Mileševa as cultural heritage of exceptional importance. The grade is 5.

**Factors important for design of a tourist product**

The accessibility of site (not allowed 0, limited 1-2, allowed access to all elements of the site 3-4) - from Prijepolje to the monastery leads a relatively good asphalt road. Within the complex, access to all the elements of cultural asset is highly present. The grade is 3.

Transportation from the population center to cultural asset (long distance/difficult access 0, enabled access 1-2, easy access 3) - although it is located in the southwest, provincial part of Serbia, municipality of Prijepolje has a favorable position towards the places from which tourists come (Plavša and Ratković, 2007). The nearest population center is Prijepolje, which is located about six kilometers far from the monastery. There is no organized transport from Prijepolje to the monastery. Until last year there was a tourist train, which is owned by the monastery, but for technical reasons it no longer drives travelers. Transportation is available by local taxis and school bus (data obtained from curator of the monastery). From all the population cities, the monastery can be easily reached by car. The grade is 2.

Proximity of other cultural attractions (long distance/difficult access 0, enabled access 1-2, the distance can be easily crossed by foot 3) - in the vicinity of the monastery is a medieval fortress Mileševac, then the medieval fortress Kovin, archaeological site Dvorine. In Prijepolje, which is six kilometers far from the monastery, there are many other attractions such as the Clock Tower, mosques from the Ottoman period (most notably Hisardžik, Sinan Pasha's Mosque, Ibrahim Pasha's Mosque), the memorial park "4th December ", the Regional Museum and many others. The distance of these attractions from the monastery Mileševa not exceed 15 kilometers, and access is significantly facilitated by good transport links. The grade is 2.

Service facilities (weak 0, adequate 1-2, good 3-4, excellent 5) - along the road to Prijepolje, as well as to some villages in the municipality of Prijepolje there are signposts indicating the monastery. There are no additional tables with an explanation of how to get to the monastery. In front of the complex there is a large parking area, as well as info table with removable and fixed contents. In the guest reception building there is refreshment that is free of charge (if they want, visitors can leave donations for the reconstruction of the monastery), in the gift shop is possible to get information from the monks, it is also possible to buy publications where you can find all the relevant information about the monastery, as well as other souvenirs. Within the monastery complex there are three dormitory for guests. Guests have access to rooms with balconies and a bathroom, with a total capacity of 186 beds. Rooms are single, double, triple, as well as with four and five beds. There are also lounges for relaxation and conversation, as well as summer houses near the temple (data obtained from curator of the monastery). Service facilities are at a high level, however they can still be improved so the grade is 4.

Table 1. Estimated values of sub-indicators for the tourism sector

| <b>TOURISM SECTOR</b>            |                        |                        |                         |           |          |          |          |          |          |          |
|----------------------------------|------------------------|------------------------|-------------------------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>- MARKET ATTRACTIVENESS -</b> |                        |                        |                         |           |          |          |          |          |          |          |
| <b>SUB-INDICATORS</b>            | <b>Range of grades</b> | <b>Author's grades</b> | <b>Tourist's grades</b> |           |          |          |          |          |          |          |
|                                  |                        |                        | <b>1</b>                | <b>2</b>  | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>6</b> | <b>7</b> | <b>8</b> |
|                                  |                        |                        | <b>9</b>                | <b>10</b> |          |          |          |          |          |          |

| Ambience   | 0-5             | 4               | 4                | 5       | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4,5         |
|--|-----------------|-----------------|------------------|---------|---|---|---|---|---|---|---|---|-------------|
| Well known outside the local area                            | 0-5             | 5               | 5                | 5       | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4,5         |
| An important national symbol                                 | 0-5             | 4               | 4                | 4       | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4,1         |
| Evocative place  | 0-5             | 4               | 4                | 4       | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3,7         |
| Differentiation from other nearby cultural assets            | 0-5             | 3               | 5                | 4       | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4,4         |
| Attractiveness for special purposes                          | 0-5             | 2               | 2                | 2       | 2 | 0 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1,8         |
| Complementary to other tourism resources                     | 0-5             | 5               | 3                | 2       | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3,4         |
| Tourist activity in the region                               | 0-5             | 2               | 3                | 0       | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 0 | 2 | 3 | 2,1         |
| Associated with culture                                      | 0-5             | 5               | 5                | 4       | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4,2         |
| <b>- FACTORS IMPORTANT FOR DESIGN OF A TOURIST PRODUCT -</b> |                 |                 |                  |         |   |   |   |   |   |   |   |   |             |
| SUB-INDICATORS   | Range of grades | Author's grades | Tourist's grades |         |   |   |   |   |   |   |   |   | average     |
|  |                 |                 | 1<br>9           | 2<br>10 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |   |   |             |
| Accessibility of site  | 0-4             | 3               | 4                | 2       | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3,3         |
| Transportation from the population center                    | 0-3             | 2               | 2                | 2       | 2 | 0 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2           |
| Proximity of other cultural attractions                      | 0-3             | 2               | 2                | 1       | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2           |
| Service facilities   | 0-5             | 4               | 5                | 4       | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3,5         |
| <b>TOTAL GRADE</b>   |                 | <b>45</b>       |                  |         |   |   |   |   |   |   |   |   | <b>43,5</b> |

Overall rating of sub-indicators of market attractiveness in the tourism sector by the authors is 45, while the average grade by tourists is 43,5 which leads to the conclusion that the monastery Mileševa is characterized by a high level of market attractiveness (low attractiveness 0-20, medium attractiveness 21-40, high attractiveness 41-60).

#### Cultural significance

Aesthetic value (low 0, medium 1, high 2) - the entire monastery complex has a great aesthetic value. Built in the style of Raška school, it represents a unique synthesis of Byzantine and Romanic architecture, based on which gradually built up an original architectural-artistic style of construction in the medieval Serbian state (Dulić, 2001). At the beginning of the 21st century began the largest restoration in the history of the monastery. Large konak, smaller konak and steeple are renovated. The pond, new economy and watermill, as well as the monastery treasury and library were built (Mandić, 2012). In addition, the complex is very nicely decorated, with paths and benches. The grade for this sub-indicator is 2.

Historical value (low 0, medium 1, high 2) - considering that the monastery kept the relics of St. Sava, which is one of the most important figures in Serbian history and culture, that in a monastery in the 16th century worked one of the first Serbian printing house, that he had suffered a number of Turkish attacks and destruction, and that the fresco White Angel of Mileševa via satellite transmission of video signal (1962) is shown in North America, it may be concluded that the historical value of the monastery is high, grade 2.

Educational value (low 0, medium 1, high 2) - old manuscripts and incunabula, such as Srbulj from old Serbian printing houses, numerous contemporary monographic books in different languages, then calendars, posters, sheet materials, postcards, photographs and tapes are kept in the library of the monastery. The setting of the monastery treasury consists of over 80 exhibits (Mandić, 2012). For this sub-indicator the grade is 2.

Social value (low 0, medium 1, high 2) - social value of the monastery is reflected in the fact that religious ceremonies are being held in it. Monastery represents an area where locals and many tourists are meeting. The grade is 1.

Scientific-research value (low 0, medium 1, high 2) - the monastery attracts the attention of researchers in a small scale. That are mostly priests and students of theology, who use the extensive library materials of the monastery library for their research. This sub-indicator received a grade 1.

Rarity of cultural asset at the destination/in the region (usual cultural assets of same type 0, unusual cultural assets of same type 1, rare cultural assets of same type 2, unique cultural asset 3) - by its characteristics the monastery differ from the surrounding cultural assets, but not to a great extent. Throughout Serbia there are a number of medieval churches and monasteries, so the grade for this sub-indicator is 1.

Representativeness for destination (weak 1, good 2-3, great 4) - thanks to its historical, cultural and artistic significance, Mileševa monastery is very representative locality, that is attractive for tourist visits. Particularly noteworthy is the fresco White Angel, thanks to which the monastery, and this whole area became known beyond the borders of Serbia. The grade shall be 4.

#### Robustness

Sensitivity of cultural asset (big 0, considerable 2-3, not sensitive 4) - if adhering to certain standards of behavior, the monastery complex is able to accept a large number of visitors, without prejudice to the physical condition. However, in order to prevent their damage, it is necessary to limit the access to some parts of the cultural asset. Above all, this refers to frescos and exhibits in the monastery treasury. The grade is 3.

Reparation condition (weak 0, partly repaired 1, good 2-3, great 4) - in the first years of the 21st century extensive works on the entire complex were carried out. Konaks and steeple are renovated, the pond, new economy, watermill, monastery treasury and library were built. Some improvements are still possible, so the grade is 3.

Existence of cultural asset management plan (not existing 0, in preparation 1-4, exists 5) - protection of the monastery is in charge of the Republic Institute for Protection of Cultural Monuments. However, cultural asset management plan does not exist, the grade is 0.

Regulatory monitoring and maintenance (0 weak, partly 1-2, good 3-4, excellent 5) - There is no records of the number of visitors. The monastery complex has its own security. In cooperation with local police the security is taken into account. Within the complex there is one police officer at any time of day or night. Monitoring and maintenance are present, but not sufficiently, so the grade is 3.

Potential for ongoing investment and consultation of key stakeholders (weak 0, adequate 1-2, good 3-4, excellent 5) - the potential exists, but is minimally present. Investments are present by individuals, and refer to a voluntary contribution for the reconstruction of the monastery. The grade is 2.

Possibility of negative impact of a large number of visitors to the physical condition of cultural asset (great possibility 1, medium possibility 2-4, small possibility 5) and the lifestyle and cultural traditions of the local community (great possibility 1, medium possibility 2-4, small possibility 5) - the assumption is that a large number of visitors, due to inadequate behavior could have a negative impact on the physical condition of cultural asset. The grade for this subindikator is 4. Given the fact that the monastery is located outside of settlements, influence to the lifestyle, culture and tradition of the local community is minimal. Short-term contact between tourists and locals from nearby places happens only during their visits to the cultural asset, and it's achieved without major impact. The grade is 5.

Possibility that modification, as part of product development, has a negative impact on the physical condition of cultural asset (great possibility 1, medium possibility 2-4, small possibility 5) and the lifestyle and cultural traditions of the local community (great possibility 1, medium possibility 2-4, small possibility 5) - the possibility of negative impact of modification to the

physical condition of cultural asset exists, especially if modification would imply a change of the original appearance of the monastery. The grade is 4. The possibility of negative impact of modification to the local community is negligible because as already mentioned, the cultural asset is located outside the settlement. The grade for this sub-indicator is 5.

Table 2. Estimated values of sub-indicators for the sector of management of cultural asset

| <b>SECTOR OF MANAGEMENT OF CULTURAL ASSET</b>                           |                 |                 |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |     |
|---|-----------------|-----------------|------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|-----|
| <b>- CULTURAL SIGNIFICANCE -</b>  |                 |                 |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |     |
| SUB-INDICATORS  | Range of grades | Author's grades | Tourist's grades |   |   |   |   |   |   |   |   |    | average |     |
|   |                 |                 | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |         |     |
| Aesthetic value   | 0-2             | 2               | 2                | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2  | 2       | 1,9 |
| Historical value  | 0-2             | 2               | 2                | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 2       | 2   |
| Educational value   | 0-2             | 2               | 2                | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2  | 2       | 1,8 |
| Social value  | 0-2             | 1               | 2                | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2  | 2       | 1,8 |
| Scientific-research value   | 0-2             | 1               | 2                | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1  | 2       | 1,2 |
| Rarity of cultural asset at the destination/in the region               | 0-3             | 1               | 2                | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 0 | 1  | 2       | 2   |
| Representativeness for destination                                      | 0-4             | 4               | 4                | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3       | 3,4 |
| <b>- ROBUSTNESS -</b>   |                 |                 |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |     |
| SUB-INDICATORS  | Range of grades | Author's grades | Tourist's grades |   |   |   |   |   |   |   |   |    | average |     |
|   |                 |                 | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |         |     |
| Sensitivity of cultural asset   | 0-4             | 3               | 4                | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 0 | 3 | 3 | 3  | 3       | 3   |
| Reparation condition  | 0-4             | 3               | 4                | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3  | 4       | 2,7 |
| The existence of a cultural asset management plan                       | 0-5             | 0               | 5                | 1 | 1 | 0 | 0 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3  | 0       | 1,7 |
| Regulatory monitoring and maintenance                                   | 0-5             | 3               | 5                | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 1 | 4 | 2 | 4  | 4       | 3,3 |
| The potential for ongoing investment                                    | 0-5             | 2               | 4                | 3 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4  | 4       | 3,4 |
| Negative impact of a large number of visitors to the physical condition | 0-5             | 4               | 3                | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 5  | 5       | 3,2 |
| Negative impact of a large number of visitors to the lifestyle          | 0-5             | 5               | 5                | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3  | 3       | 3,7 |
| Negative impact of modific. to the physical condition                   | 0-5             | 4               | 3                | 2 | 5 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2  | 2       | 2,9 |

|  |     |           |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |             |
|--|-----|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-------------|
| Negative impact of modification to the lifestyle | 0-5 | 5         | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3,5         |
| <b>TOTAL GRADE</b>                               |     | <b>42</b> |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | <b>41,5</b> |

Overall rating of sub-indicators for the sector of management of cultural assets by the authors is 42. This group of sub-indicators tourists have evaluated with grade 41.5 which represents a high value (low sensitivity/cultural value 0-20, medium value 21-40, high value 41-60).

Based on the previous rating in the process of tourist valorization, cultural asset is placed in a proper field of the matrix.

Table 3. Classification of cultural asset in a certain field of matrix

| Tourist valorization of the Mileševa monastery using Hilary du Cros model |                   | MARKET ATTRACTIVENESS |                   |  |
|---|-------------------|-----------------------|-------------------|--|
|   |                   | WEAK<br>(0-20)        | MEDIUM<br>(21-40) | HIGH<br>(41-60)                                      |
| ROBUSTNESS  | LOW<br>(0-20)     |                       |                   |  |
|   | MEDIUM<br>(21-40) |                       |                   |  |
|   | HIGH<br>(41-60)   |                       |                   | Mileševa monastery<br>(45; 42)*<br>(43,5;<br>41,5)** |

\* Rating of authors

\*\* Average rating of tourists

As can be seen from Table 3, the monastery Mileševa is characterized by high value of market attractiveness for the tourism sector, as well as the high value of robustness. The process of tourist valorization leads to the conclusion that this cultural asset is suitable for tourist visits, which is confirmed by high level of agreement in the estimation of the authors and tourists.

### Conclusion

Comparing the grades given by authors and by tourists a high degree of congruence is evident. Overall rating for a group of sub-indicators within the tourism sector by authors is 45, while the average grade by tourists is 43,5, so in the opinion of both, the monastery Mileševa is characterized by high value of market attractiveness for the tourism sector. Within this group of sub-indicators, the most noticeable deviation in the evaluation of tourists and author refers to: complementarity to other tourism resources, as well as the differentiation from other nearby cultural assets, while differences among other sub-indicators are insignificant. On the other hand, the difference in assessment of sub-indicators in the sector of management of cultural asset is almost non-existent. An average grade for this group of sub-indicators by tourists is 41.5 while author's grade is 42. In this case too, the opinion of authors and tourists coincides in a great extent. It leads to the conclusion that Mileševa monastery is characterized by high value of robustness. Within this group of sub-indicators, the most noticeable deviation in the evaluation of tourists and



authors refers to the existence of a cultural asset management plan. Tourists have estimated this sub-indicator with average grade 1.7. However, a cultural asset management plan does not exist, and there is no information that is currently being prepared, so a realistic score for this sub-indicator is 0.

From the above mentioned it can be concluded that the results of the assessment of authors and tourists largely coincide, so they may be considered as relevant for assessing the benefits of cultural asset for tourism development.

### References:

1. Berić, D., Ivkov-Džigurski, A., Tomić, N. (2012): Tourist valorization of Roman imperial city Felix Romuliana. Bulletin of the Serbian Geographical Society, Serbian Geographical Society, Belgrade, Vol. 92, 2.
2. Besermenji, S., Pivac, T. (2008): Tourist importance of Sirmium. Proceedings of the Faculty of Geography, Belgrade, no. 56, p. 151-164.
3. Besermenji, S., Marković, S., Jovičić, D. (2010): Tourist valorization of the religious buildings built in the style of Raška school. Proceedings of the Faculty of Geography, Belgrade, no. 58, p. 93-110.
4. Drobnjaković, M. (2012): Prijepolje - a factor of regional integration of Southwestern Serbia. Geographic Institute "Jovan Cvijić", Serbian Academy of Sciences and Arts, Belgrade.
5. Dulić, G. (2001): Medieval architecture, History of architecture. Institute for textbooks and teaching aids, Belgrade.
6. Janković, Ž. Ž. (2007): Serbia – travel guide-atlas through space and time. Intersistem, Belgrade.
7. Mandić, S. (2012): Mileševa monastery. Management of the Mileševa monastery, Prijepolje.
8. Plavša, J., Ratković, S. (2007): Tourist potentials and rural tourism of Prijepolje municipality. Proceedings of the Department of Geography, Tourism and Hotel Management, Novi Sad, no. 36, p. 85-99.
9. Stanković, S. (2004): Tourist valorization of geomorphological objects of the geoheritage of Serbia. Bulletin of the Serbian Geographical Society, Serbian Geographical Society, no. 84, vol. 1, p. 79-88, Belgrade.
10. Tomić, N. (2011): The Potential of Lazar Canyon (Serbia) as a Geotourism Destination: Inventory and Evaluation. Geographica Pannonica, Vol.13, Issue 2, pp.103-112.
11. Tomka, D. (1998): Culture through space, time and tourism. Institute of Geography, Faculty of Science, University of Novi Sad, Novi Sad, pp. 245-281.
12. Hadžić, O. (2005): Cultural tourism. Department of Geography, Tourism and Hotel Management, Faculty of Science, University of Novi Sad, Novi Sad.
13. Cros, du H. (2000): Planning for Sustainable Cultural Heritage Tourism in Hong Kong, Final Report to the Lord Wilson Heritage Trust Council, SAR.
14. Data obtained from curator of the monastery.

УДК 33

### Туристическая валоризация монастыря Милешева (Сербия)

<sup>1</sup> Джавана Босков

<sup>1</sup> Стефан Котрла

<sup>2</sup> Кристина Косик

<sup>1</sup> Дайна Лулик

<sup>1</sup> Университет Нови-Сад, Сербия

Факультет естественных наук, Кафедра географии, туризма и гостиничного менеджмента

E-mail: boskovjovana@gmail.com

<sup>2</sup> Доцент

**Аннотация.** Монастырь находится в долине реки Милешевка, т.е. в месте, где река Косаничка впадает в реку Милешевка. Это в шести километрах от города Приполе и представляет столицу собой епархии Милешева. Монастырь построен в стиле рашской школы и датирован 1219-1235 годами. Монастырю Милешева придается большое значение в культуре, искусстве и истории сербского народа. Он также играет важную роль в туризме Приполе и представляет собой культурное достояние. В этой работе авторы хотели представить туристическую валоризацию монастыря Милешева. Основная цель данной работы – рассмотреть различные ценности культурного достояния, используя Хиллари дю Кро модель туристической валоризации.

**Ключевые слова:** туристическая валоризация, Хиллари дю Кро модель, монастырь Милешева, Приполе, Сербия.

Copyright © 2015 by Academic Publishing House *Researcher*



Published in the Russian Federation  
European Researcher  
Has been issued since 2010.  
ISSN 2219-8229  
E-ISSN 2224-0136  
Vol. 98, Is. 9, pp. 590-596, 2015

DOI: 10.13187/er.2015.98.590  
[www.erjournal.ru](http://www.erjournal.ru)



UDC 338.46.371

## The Improving of Financial Relations in Higher Education Sphere in New Economic Terms

E.M. Filimontseva

South Russian institute of management – branch of the Russian academy of national economy and public service at the President of the Russian Federation, Russian Federation  
Rostov-on-Don, street Pushkin, building 70; postcode 344002  
PhD (economic)  
E-mail: rustle44@mail.ru

### Abstract

Modernization and reforming in an education sphere is transformation, change and a reorganization to this area according to operating requirements. In this connection new financial methods and the levers adapting all education system to new conditions of innovative and technological development are used. The formed complex of financial actions promoting effective development of economic relations in an education sphere became one of perspective directions of modernization of financial relations in system of the higher vocational training: working out of normative per capita financing, and also differentiated specifications of budgetary financing of higher educational institutions depending on character of realised curriculums. For realization of the given directions creation of conditions for attraction of additional means in high schools, maintenance with regulatory legal acts which will protect interests of higher educational institutions is supposed, will give possibility to use the tax privileges which use will promote successful re-structuring of budgetary reform.

**Keywords:** Educational institutions, the higher vocational training, modernization of financial relations, the financial mechanism of system of the higher vocational training (WPO), financial methods, financial levers, budgetary assignments, educational services, financing is standard-podushevoe.

### Введение

С 1991 года, когда перестало существовать советское государство, рыночные отношения возобладали во всех сферах деятельности. Образование, как важная сфера деятельности, стало относиться к обслуживанию населения.

Вступили в силу законы рынка, экономические термины – покупатель, потребитель, образовательные услуги. Таким образом, и образование стало оказывать образовательные услуги.

До 1990 года российская система образования была одной из лучших в мире, но вступление на новый путь развития, где определяющими стали экономические законы, резко снизило конкурентоспособность образовательной системы. Так, в частности, в системе высшего

профессионального образования наблюдаются тенденции, связанные с ослаблением централизованного управления этой отраслью.

Прежде всего это связано с социально-экономическими условиями, с наступившим в стране кризисом. Из-за отсутствия достаточных финансовых средств не обеспечивается в полной мере реализации бесплатного образования в области высшего образования.

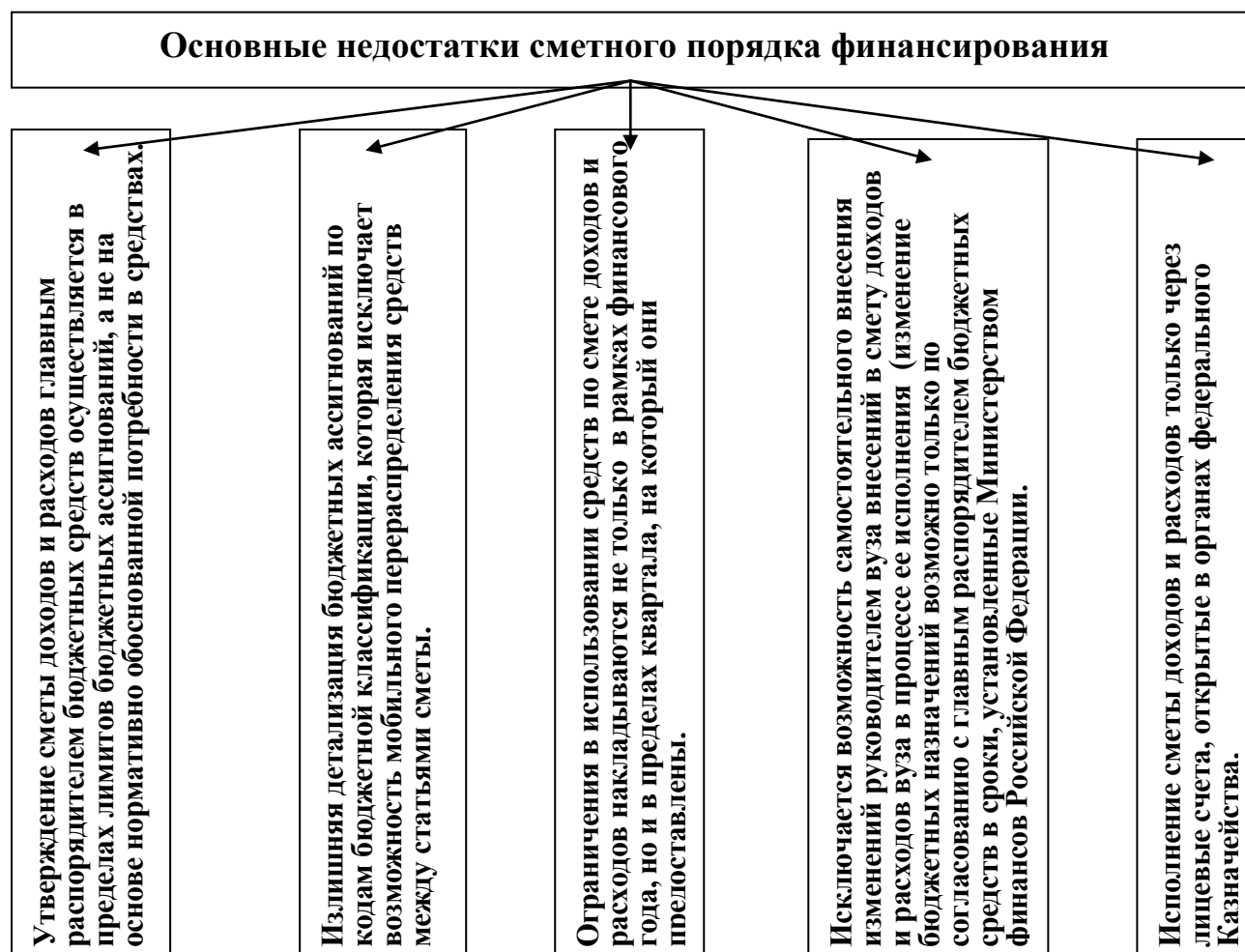
Тенденции к ослаблению централизованного государственного управления и расширению самостоятельности высших учебных заведений находят свое отражение в изменениях нормативной правовой базы в области образования. Так, в 1996 году был принят Федеральный закон от 22.08.1996 № 125-ФЗ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании». В соответствии с ним высшим учебным учреждением разрешалось осуществление платного обучения в пределах государственных образовательных стандартов и программ граждан, принимаемых на обучение сверх установленных контрольных цифр приема. В 2004 году Федеральным законом от 22.08.2004 № 122-ФЗ «О внесении изменений в законодательные акты РФ» отменялись социально-значимые нормы, действие которых в течение нескольких лет, приостанавливалось из-за отсутствия средств на их реализацию – выплаты на питание, проезд, коэффициенты к стипендиям и др. С 2006 года стал действовать Федеральный закон от 03.11.2006 № 174-ФЗ «Об автономных учреждениях», затем был утвержден ряд постановлений Правительства РФ, необходимых для реализации данного нормативного акта. Вступивший в силу в 2011 году Федеральный закон от 08.05.2010 № 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием положения государственных учреждений» был направлен на повышение эффективности предоставления государственных и муниципальных услуг [1]. При этом подчеркивалось, что расходы бюджетных средств на их предоставление сохранятся в прежнем объеме. Это возможно путем создания условий и стимулов для сокращения внутренних издержек учебных заведений и привлечения ими внебюджетных источников финансирования, а также создания условий и стимулов для федеральных органов исполнительной власти для оптимизации подведомственной сети.

Финансовое обеспечение деятельности вузов с принятием Федерального закона РФ от 08.05.2010 № 83-ФЗ осуществляется только в соответствии с государственным заданием по выполнению работ и оказанию услуг, относящихся к их основным видам деятельности, которыми для учебных учреждений являются образовательные услуги.

Бюджетные ассигнования, направляемые в систему ВПО, не отвечают потребностям вузов. Не учитываются объемы и направления их использования, реальные затраты на обучение студентов и те объемы средств, которые для этого выделяются. Финансовое обеспечение высших учебных заведений сгруппировано строго по кодам экономической классификации, имеет целевое назначение. И, как правило, такое распределение бюджета в уже утвержденной смете не отвечает текущим потребностям вуза.

Внесение корректировок расходов по статьям экономической классификации весьма затруднено – необходимо внести обоснованные предложения главному распорядителю бюджетных средств, только он имеет право вносить изменение в смету вуза.

Кроме того, право на изменение бюджетных средств может быть получено лишь в I квартале текущего года, и то, только на оставшуюся часть лимита – что не способствует успешной деятельности вуза. Для учебных учреждений высшего профессионального образования установлен запрет на изменение бюджетных ассигнований по таким статьям и подстатьям экономической классификации, как «Прочие выплаты» (подстатья 212), и «Пособия по социальной помощи населению» (подстатья 262), «Прочие расходы (статья 290)» (Рис. 1).



*Рис. 1. Основные недостатки действовавшего порядка финансирования образовательных учреждений высшего профессионального образования*

Таким образом, в рамках сметного финансирования налицо высокая степень зависимости вузов от принятия решений государственных органов относительно объемов и направлений использования бюджетных средств, выделяемых вузам, практически отсутствует корреляция между результатами обучения студентов и объемами бюджетного финансирования.

Недостаточное бюджетное финансирование системы ВПО повлекло за собой создавшееся критическое положение в области фундаментальной науки, ухудшение материально-технического обеспечения учебного процесса, прогрессирующий износ основных фондов высших учебных заведений. Снизился также престиж научно-технической работы. Все это привело к необходимости искать дополнительные внебюджетные средства для дальнейшего функционирования высших учебных заведений, наметилась тенденция коммерциализации высшего образования.

В этих условиях началась модернизация финансовых отношений в системе ВПО, конечная цель которой – обеспечение доступности качественного образования для всех слоев населения – как основы социальной мобильности и снижения социально-экономической дифференциации в обществе.

Одним из направлений совершенствования финансово-экономических отношений в сфере образования стало использование финансового механизма, который можно представить как совокупность видов и форм организации финансовых отношений и методов



использования денежных средств высшего учебного учреждения, в том числе государственных, в целях обеспечения реализации финансовой политики вуза для достижения его стратегических и тактических целей в соответствии с государственной политикой развития образования [5].

Это целый комплекс регулирования и использования финансовых средств вуза – финансовые методы и финансовые рычаги, а также нормативно-правовое и информационно-методическое обеспечение. Все эти элементы взаимосвязаны между собой.

Среди финансовых методов можно выделить следующие: финансовый анализ, планирование и прогнозирование; финансовое обеспечение деятельности; финансовое регулирование – бюджетное и налоговое; бюджетирование, инвестирование, лизинг, финансовый контроль и учет; введение новых оплат труда; систему расчетов и др.

К финансовым рычагам относятся прежде всего ассигнования на содержание учреждений, а также субсидии, субвенции, бюджетные инвестиции, амортизация и арендная плата. Стипендии, процентная ставка, кредиты и займы; налоги, льготы и отсрочки; финансовые поощрения и санкции; взаимозачеты также занимают свое место среди финансовых рычагов [5].

К нормативно-правовому обеспечению финансового механизма системы ВПО относятся Конституция РФ, все нормативные акты Правительства РФ, а также нормативно-правовые акты региональных и муниципальных органов власти и нормативные документы вузов.

Содержание финансового механизма также составляют бухгалтерский, управленческий и налоговый учет и отчетность, внутренняя финансовая документация, информация об источниках финансирования. Эти параметры представляют информационно-методическое обеспечение финансового механизма.

К сожалению, действующий финансовый механизм не отвечает основным направлениям и целям Концепции модернизации российского образования. Во-первых, в нем отсутствуют нормативы финансовых затрат, связанных с государственными услугами: нет четкого планирования бюджетных средств, методика планирования расходов увязывает лишь потребности вуза с возможностью бюджета. Во-вторых, вузы не могут самостоятельно распоряжаться бюджетными средствами по кодам экономической классификации при исполнении сметы доходов и расходов. В-третьих, учебные заведения также лишены самостоятельности в отношении собственных внебюджетных средств, так как они переводятся на счета органов федерального казначейства. К основным недостаткам механизма финансового обеспечения вузов относятся также отсутствие любых налоговых льгот при условии, если бюджетное учреждение занимается предпринимательской деятельностью.

Основным направлением государственной программы Российской Федерации «Развитие образования» на 2013-2020 годы, в соответствии с реализацией национального проекта «Образование», является формирование эффективных экономических отношений в этой области. Решить эту задачу можно лишь путем целого и взаимосвязанного между собой комплекса финансовых мероприятий. В их числе: разработка дифференцируемых нормативов бюджетного ассигнования для всей системы ВПО; нормативно-правовое обеспечение экономической самостоятельности высших учебных заведений; реализация принципа экономической автономии, включая расторжение своими внебюджетными средствами; создание условий для привлечения дополнительных средств, широкое использование льгот, в том числе налоговых [6].

Одной из новых форм финансового обеспечения предоставления государственных услуг, в свете реформирования финансовых отношений в сфере высшего образования, является базовый подушевой норматив. Его величина – это гарантированная минимальная стоимость бюджетной услуги, которая с учетом контрольных цифр приема обучающихся на очередной учебный год подлежит обязательному применению при формировании федерального бюджета. От обоснованности норматива зависит не только финансовое положение вуза, но и успех проводимых в этом направлении реформ.

Применение нормативного метода финансирования позволяет решить следующие задачи по финансовому обеспечению высшего учебного заведения:

– осуществить расчет плановых объемов финансирования, приближенных к реальным затратам, связанным с оказанием образовательных услуг;

– уменьшить влияние субъективных факторов при распределении финансовых ресурсов (получение денежных средств становится гарантированным, не зависимым от административных решений);

– повысить самостоятельность вуза (финансовые средства поступают без разбивки по статьям экономической классификации, вуз сам определяет направление их использования).

К числу преимуществ нормативно-подушевого финансирования можно отнести следующие положительные факторы:

– его применение в деятельности высшего учебного учреждения – средство для выравнивая условий доступа молодежи к образованию, гарантированному Конституцией РФ и обеспеченному государственным финансированием (каждый обучающийся обеспечивается одинаковой суммой денежных средств из федерального бюджета);

– нормативно-подушевое финансирование является основой бюджетной политики, обязательной при формировании и использовании бюджета;

– нормативно-подушевое финансирование способствует оптимизации сети образовательных учреждений, развития элементов конкуренции между ними, а значит, более эффективному развитию образования.

В настоящее время осуществляется переход от финансирования образовательных учреждений к финансированию образовательных услуг, оказываемых потребителю-обучающемуся.

В качестве недостатка нормативного финансирования, в котором объектом является образовательное учреждение, следует отметить наличие субъективного (административного) начала. Влияние этого фактора особенно усиливается из-за ограниченности финансовых средств. Негативной стороной нормативного финансирования является отрыв объема выделяемых государственных средств конкретно от обучающегося, так как в основном финансируется не учебный процесс, а в значительной степени содержание и эксплуатация материальных объектов системы образования: до 60 % выделяемых финансовых ресурсов зависят от сложившейся материальной базы вузов.

И все же только в качестве единичного объекта финансирования – численности студентов есть возможность планировать расходы образовательным учреждением исходя из расчетного объема. Норматив подушевого финансирования обучения студентов является гарантированной нормой расходов бюджета на оплату обучения одного студента исходя из расходных обязательств государства в сфере ВПО. Норматив наглядно демонстрирует равный доступ любого гражданина, прошедшего конкурентный отбор, к получению высшего профессионального образования. Зная величину норматива, каждый из обучающихся будет знать, сколько денег государство обязано потратить на его обучение.

Вместе с тем ведение подушевого нормативного финансирования может иметь ряд негативных последствий, связанных с невозможностью учета особенностей сложившейся сети образовательных учреждений, их материальной базы, факторов, характеризующих нюансы реализации образовательного процесса в вузах одного вида и уровня образования.

В результате его применения возможно изменение финансового положения учебных заведений. Причем чем сильнее величина средних затрат на обучение одного студента в вузе будет отклоняться от норматива, тем больше это скажется на общем изменении финансового состояния всего учебного учреждения. Поэтому, чтобы избежать таких последствий, придется вести дополнительные поправочные коэффициенты или другие изменения, которые исказят саму систему нормативного финансирования.

Развитие конкуренции в системе ВПО может повлечь стихийную реструктуризацию сети образовательных учреждений, в том числе и их ликвидацию. Возможным следствием может стать сокращение доступа молодежи к качественному образованию. Стремление образовательных учреждений к сокращению затрат на учебный процесс повлечет за собой отказ от реализации высокозатратных программ, следовательно, к снижению качества обучения, т.е. в целом привести к негативным результатам.

Ожидания, связанные с развитием конкуренции между учебными заведениями, также могут не оправдаться – нормативно-подушевое финансирование, применяемое в вузах,

станет препятствием для перехода обучающегося из одного учебного заведения в другое из-за необходимости соответствующего переноса средств.

Отметим и тот факт, что теперь руководитель вуза, распределяя по статьям расходов выделенные бюджетные средства, сам будет решать, на какие нужды их направлять, например, на приобретение нового оборудования или для выплаты повышенной стипендии, успешно обучающимся студентам. В этом еще одна серьезная опасность на пути введения нормативного подушевого коэффициента.

Таким образом, назрела необходимость расчета научно-обоснованных нормативов, которые бы учитывали все вышеперечисленные факторы, препятствующие эффективному финансированию системы ВПО, соответствующими федеральными органами исполнительной власти.

Методы финансирования, которые зависят от реализуемых вузами программ, также до сих пор не разработаны. Однако за ними будущее успешное реформирование системы ВПО.

Отметим, что в настоящее время в Российской Федерации отсутствует адекватный механизм привлечения внебюджетных средств в сфере образования. Современное законодательство в области налогообложения сдерживает применение внебюджетных средств в системе ВПО. Хотя модернизация финансовых отношений в этой области предполагает возрастающую роль внебюджетных источников, финансирование в значительной мере высших учебных заведений за счет дополнительных платных образовательных услуг и предпринимательской деятельности.

На нынешнем этапе развития в условиях глобализации достижение эффективности образования в процессе модернизации финансовых отношений системы ВПО возможно лишь при взаимодействии государственных и рыночных рычагов. В связи с этим в процессе реформирования в сфере образования необходимо ввести изменения в действующие законодательные акты, чтобы облегчить адаптацию всей системы ВПО к условиям инновационного и технологического развития. Это необходимое условие для успешной деятельности высшей школы, в конечном итоге, для научного потенциала Российской Федерации.

#### **Примечания:**

1. Федеральный закон Российской Федерации от 08 мая 2010 года № 83-ФЗ “О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений” // Российская газета. 2010. 12 мая. № 5179 (100).

2. Ильинский И.М. Об экономической природе современного экономического образования [Электронный ресурс] / Сайт Игоря Михайловича Ильинского. Режим доступа: <http://www.ilinskiy.ru/publications/stat/econprir.php>

3. Шкель Т.М. Автономное плюс казенное // Российская газета. 2010. 02 февраля. № 5099 (20).

4. Кукол Е.А. Школа в трех вариантах // Российская газета. 2010. 12 мая. № 5179 (100).

5. Мальцева Г.И. Финансовый механизм и управленческий учет вуза в условиях бюджетных реформ. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2006 350 с.

6. Тараканов В.В. Финансовый механизм системы высшего профессионального образования: от трансформации к модернизации: монография. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2009.

7. Миргалеева И.В. Вопросы финансирования образовательных учреждений: Монография. М.: Бухгалтерский учет, 2009. 152 с.

#### **References:**

1. Federal'nyi zakon Rossiiskoi Federatsii ot 08 maya 2010 goda № 83-FZ “O vnesenii izmenenii v ot del'nye zakonodatel'nye akty Rossiiskoi Federatsii v svyazi s sovershenstvovaniem pravovogo polozheniya gosudarstvennykh (munitsipal'nykh) uchrezhdenii” // Rossiiskaya gazeta. 2010. 12 maya. № 5179 (100).

2. Il'inskiy I.M. Ob ekonomicheskoi prirode sovremennogo ekonomicheskogo obrazovaniya [Elektronnyi resurs] / Sait Igorya Mikhailovicha Il'inskogo. Rezhim dostupa: <http://www.ilinskiy.ru/publications/stat/econprir.php>
3. Shkel' T.M. Avtonomnoe plyus kazennoe // Rossiiskaya gazeta. 2010. 02 fevralya. № 5099 (20).
4. Kukol E.A. Shkola v trekh variantakh // Rossiiskaya gazeta. 2010. 12 maya. № 5179 (100).
5. Mal'tseva G.I. Finansovyi mekhanizm i upravlencheskii uchet vuza v usloviyakh byudzhetnykh reform. Vladivostok: Izd-vo VGUES, 2006 350 s.
6. Tarakanov V.V. Finansovyi mekhanizm sistemy vysshego professional'nogo obrazovaniya: ot transformatsii k modernizatsii: monografiya. Volgograd: Izd-vo VolGU, 2009.
7. Mirgaleeva I.V. Voprosy finansirovaniya obrazovatel'nykh uchrezhdenii: Monografiya. M.: Bukhgalterskii uchet, 2009. 152 s.

УДК 338.46.371

### Совершенствование финансовых отношений в сфере высшего образования в новых экономических условиях

Елена Михайловна Филимонцева

Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Российская Федерация  
344002 Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70  
Кандидат экономических наук  
E-mail: rustle44@mail.ru

**Аннотация.** Модернизация и реформирование в сфере образования является преобразованием, изменением и переустройством в этой области в соответствии с действующими требованиями. В связи с этим используются новые финансовые методы и рычаги, приспособляющие всю систему образования к новым условиям инновационного и технологического развития. Одним из перспективных направлений модернизации финансовых отношений в системе высшего профессионального образования стал формируемый комплекс финансовых мероприятий, способствующий эффективному развитию экономических отношений в сфере образования: разработка нормативно-подушевого финансирования, а также дифференцируемых нормативов бюджетного финансирования высших учебных заведений в зависимости от характера реализуемых учебных программ. Для осуществления данных направлений предполагается создание условий для привлечения дополнительных средств в вузы, обеспечение нормативно-правовыми актами, которые будут защищать интересы высших учебных заведений, предоставят возможность пользоваться налоговыми льготами, использование которых будет способствовать успешной реструктуризации бюджетной реформы.

**Ключевые слова:** образовательные учреждения, высшее профессиональное образование (ВПО), модернизация финансовых отношений, финансовый механизм системы высшего профессионального образования, финансовые методы, финансовые рычаги, бюджетные ассигнования, образовательные услуги, нормативно-подушевое финансирование.

Copyright © 2015 by Academic Publishing House *Researcher*



Published in the Russian Federation  
European Researcher  
Has been issued since 2010.  
ISSN 2219-8229  
E-ISSN 2224-0136  
Vol. 98, Is. 9, pp. 597-603, 2015

DOI: 10.13187/er.2015.98.597  
[www.erjournal.ru](http://www.erjournal.ru)



UDC 33

## The Prospects for Industrial Development in the Context of High Natural Gas Prices

Anatolii G. Goncharuk

International Humanitarian University, Ukraine  
Doctor of Economics, professor

### Abstract

The article presents a study of the source providing a key role in investment activity of the enterprises of metallurgy and chemical industries during a period of high natural gas prices. Based on the results of the study there suggested public policies aimed at revitalizing its work, giving prospects of industrial development.

**Keywords:** industrial development, pricing, the price of natural gas, investments, investments in fixed assets, the economic crisis.

### Введение

Одним из наиболее весомых факторов последнего десятилетия, оказывающих значительное влияние на промышленное развитие Украины, наряду с финансово-экономическим кризисом и политической нестабильностью, была и остается высокая цена на природный газ. За период 2005-2013 гг. ее уровень для промышленных потребителей в национальной валюте вырос в 10 раз, а в долларовом эквиваленте в 6,5 раз.

Наиболее зависимыми от природного газа в промышленности страны являются:

*металлургия*, в которой он используется как энергоресурс в технологических целях;

*химическая промышленность*, в которой природный газ является ключевым сырьем для производства продукции.

Наши предыдущие исследования (Goncharuk, 2012) показали, что в период финансового кризиса главным источником выживания становится внутренний потенциал предприятия, основанный на качественном менеджменте, эффективном маркетинге и умелом инвестировании, дающим шансы на перспективное развитие бизнеса. Однако в условиях стремительного удорожания основных материальных ресурсов процесс инвестирования может лишиться своих основных источников, к которым относятся:

- 1) прибыль предприятия;
- 2) амортизационные отчисления;
- 3) взносы собственников предприятия;
- 4) долгосрочные кредиты банков.

**Цели исследования.** Какие источники играют ключевую роль в инвестиционной деятельности предприятий металлургии и химической промышленности в период высокой цены на природный газ? Что может сделать государство для активизации этой



деятельности, дающей перспективы промышленного развития? Поиску ответов на эти вопросы было посвящено данное исследование.

### **Материалы и методы**

Природный газ является одним из самых важных энергетических ресурсов в мире. Рынок природного газа имеет свою специфику.

Существует ряд исследований рынка природного газа Европейского Союза (ЕС). Например, Seljom and Rosenberg (2011) устанавливают роль природного газа в импорте энергоресурсов ЕС. Doukas et al. (2013) анализируют перспективы и проблемы сотрудничества в области природного газа между ЕС и арабскими государствами.

Другие ученые исследуют системы или рынки распределения природного газа в отдельных странах, таких как Турция (Erdogdu, 2010), Италии (Fiorini and Sileo, 2013), Украина (Goncharuk, 2013a), или регионах (Khatib, 2014).

Ряд исследований связан с оценкой факторов, определяющих цену природного газа в некоторых странах (Arano and Velikova, 2012; Slabá et al., 2013), или последствия роста этих цен (Goncharuk, 2013b). Довольно много публикаций оценки эффективности газораспределительных систем в разных странах (Goncharuk, 2008).

Существует также ряд публикаций, посвященных влиянию высоких цен природного газа на деятельность промышленных производителей.

Так, Huang (2007), исследуя американский рынок, подчеркивает, что природный газ является основным сырьем для производства аммиака. На него приходится до 85 процентов себестоимости производства аммиака. Цены на аммиак и природный газ стали весьма коррелировать после 2000 г. Аммиак является основным входным источником азота для большинства химических удобрений продукты, используемые в сельском хозяйстве. Поэтому, начиная с 2000 г., растущий тренд цен на природный газ привел к значительному изменению в предложении аммиака в США. С 2000 по 2006 год США производство аммиака сократилось на 44 процента, импорт аммиака в итоге вырос на 115 процентов. Кроме того, количество аммиачных заводов сократилось с 40 до 25.

Huang (2009) указывает, что за период с января 1999 по июнь 2008 года цены на природный газ увеличилась более чем на 550 процентов. Это способствовало закрытию предприятий и привело к значительному спаду в химическом промышленности.

Аналогично и в других странах химическое производство удобрений зависит от цен на природный газ, например, в Индонезии (Azis et al., 2014) и африканских странах (Hernandez and Torero, 2013). Zalewski (2014) определяет данную проблему как глобальную.

Металлургическая продукция в меньшей степени, но тоже зависит от природного газа, особенно производство в мартеновских печах (Goncharuk, 2015).

Как показали предыдущие исследования (Goncharuk, 2013a), цены на природный газ напрямую влияют на эффективность производства химических и металлургических предприятий.

Таким образом, высокая цена на газ приводит к убыточности производства многих видов химической и металлургической продукции. Чтобы сократить убытки и увеличить прибыль, необходима модернизация производственного процесса, для которой необходимы значительные инвестиции.

В данном исследовании мы попытались опытным путем установить, какие источники инвестиций используют промышленные производители под давлением высоких цен на природный газ. И как может государство стимулировать инвестиционную деятельность и модернизацию в металлургии и химической промышленности.

### **Методология**

Для установления влияния цены природного газа на деятельности металлургических и химических компаний, в данном исследовании автор использовал традиционные методы корреляционно-регрессионного статистического анализа, включая метод наименьших квадратов (МНК).

Использовалась следующая методика исследования:

1) анализ структуры инвестиций в основной капитал металлургических компаний по основным источникам;

2) анализ структуры инвестиций в основной капитал химических предприятий по основным источникам;

3) сопоставление изменений структуры инвестиций наблюдаемых компаний с ценами на природный газ;

4) анализ отраслевых показателей эффективности для промышленных потребителей природного газа в стране;

5) установление количественных отношений и разработка прогнозных моделей с помощью регрессионного анализа;

6) выработки рекомендаций по регулированию цен на природный газ для правительства Украины на основе разработанных моделей.

Ключевые индикаторы для анализа в данном исследовании включают:

в) операционную рентабельность как процентное соотношение операционной прибыли к соответствующим затратам;

б) структура инвестиций в основной капитал, включающая следующие источники: прибыль предприятия; амортизация; вклады собственников предприятия; долгосрочные кредиты.

**Данные.** Для проведения данного исследования использовались данные из следующих источников информации:

1) ежемесячная статистика цен на природный газ для промышленных потребителей, установленных газораспределительными компаниями в Украине, за период 2006-2013 гг.;

2) годовые отчеты крупных металлургических и химических предприятий в Украине за период 2006-2013 гг.;

3) данные предыдущих исследований автора.

Достоверность информации, используемой подтверждается аудиторскими заключениями и государственными службами (ГССУ и НКРЭУ).

### Результаты исследования

В последнее десятилетие динамика цен на природный газ для украинских промышленных потребителей была неоднородной (рис. 1).

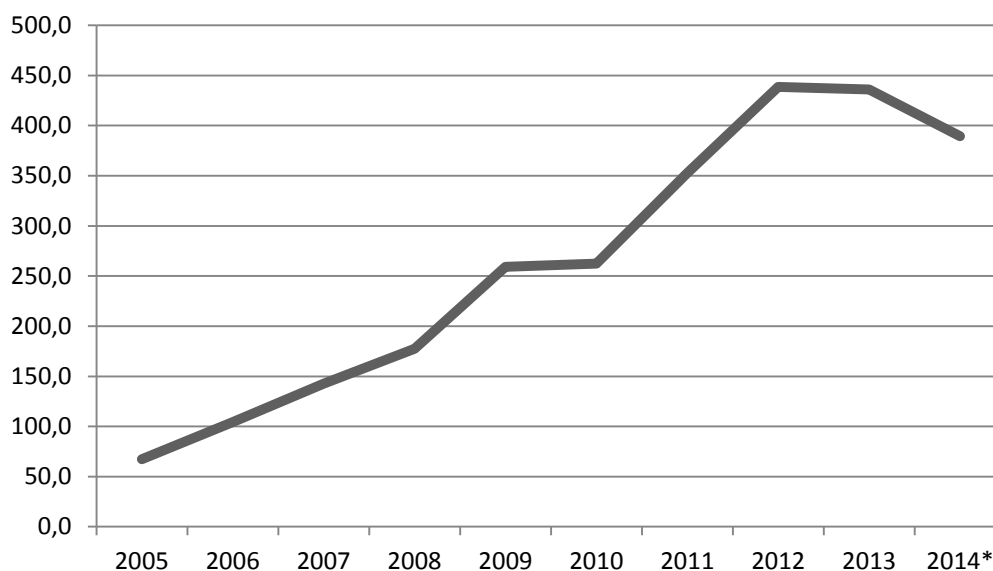


Рис. 1. Динамика средней цены природного газа для промышленных потребителей Украины, долл. за тыс. куб. м

\* - данные за 1 квартал 2014 г.

За исключением периода 2013-2014 гг. газ подорожал. Наибольшие темпы роста были зафиксированы в 2009 г. и 2011-2012 гг. Среднегодовой темп роста за весь период составил 21,5 %. В целом за десятилетие цены на природный газ в долларовом выражении

увеличился в 5,8 раза, а в национальной валюте – в 9 раз.

На примере ключевых металлургических и химических предприятий Украины мы исследовали, как изменялась структура инвестиций в основные средства по основным источникам.

По пяти крупнейшим предприятиям металлургии (Азовсталь, Запорожсталь, Арселор Миттал Кривой Рог, Днепровский металлургический комбинат им. Ф.Э. Дзержинского и Мариупольского металлургического комбината им. Ильича), на долю которых приходится более половины всей производимой в стране продукции отрасли, до 2009 г. основным источником формирования инвестиций в основной капитал была прибыль (рис. 1).

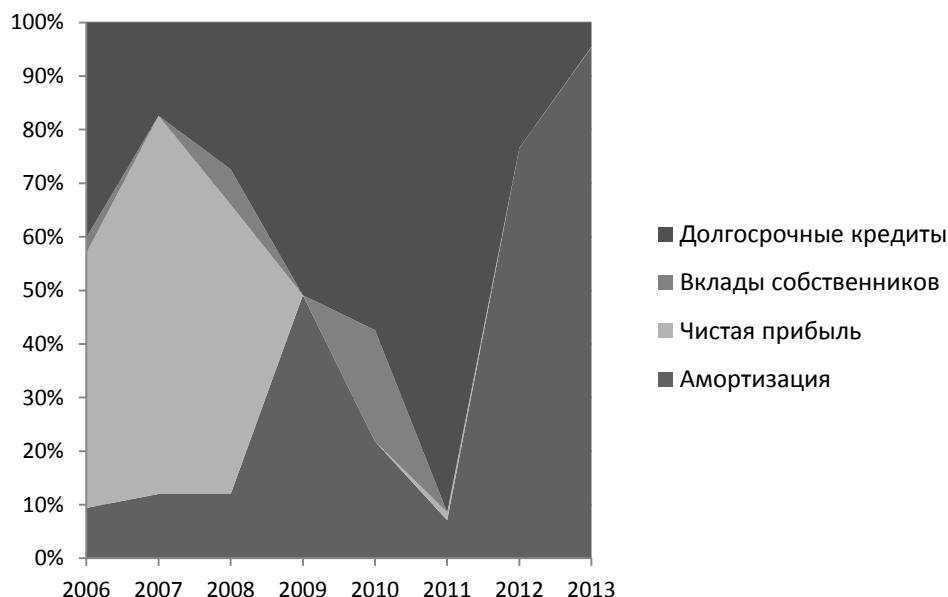


Рис. 2. Структура инвестиций в основной капитал металлургических компаний по основным источникам

Темпы роста цены на природный газ в период 2006-2008 гг. были относительно не высокими (30-36% в год). В 2009 г. произошел скачок цены на природный газ в 2,2 раза, который на фоне неблагоприятной конъюнктуры на мировом рынке металлов привел к убыточности отечественной металлургии (Goncharuk, 2013a). В результате объем инвестирования по исследуемым компаниям упал более чем в 2 раза.

К счастью, кризис заставил задуматься многих собственников о переходе производства на другие, менее энергозатратные технологии, и в 2010-2011 гг. инвестиционный процесс в отрасли оживился как за счет вливаний собственников, так и за счет долгосрочных заимствований. Однако дальнейший рост цен на газ привел отрасль в состояние перманентной убыточности, большая часть амортизационных отчислений и кредитов которой уходит на покрытие убытков и лишь остатки направляются на инвестирование в основной капитал. В такой ситуации привлечение кредитов становится затруднительным и амортизационный фонд становится основным источником инвестирования.

Ситуация в химической отрасли выглядит еще более плачевной. Скачок цен на газ в 2009 г. загнал эту отрасль в убытки, из которых она не может выбраться вот уже более 5 лет. Объем инвестиций в данную отрасль, в отличие от металлургии, ежегодно сокращался. Амортизационных отчислений не хватало даже на покрытие убытков и предприятия отрасли накапливали долги по кредитам (рис. 2).

Фактически, нынешний уровень цен на природный газ обрекает химическую промышленность Украины на банкротство.

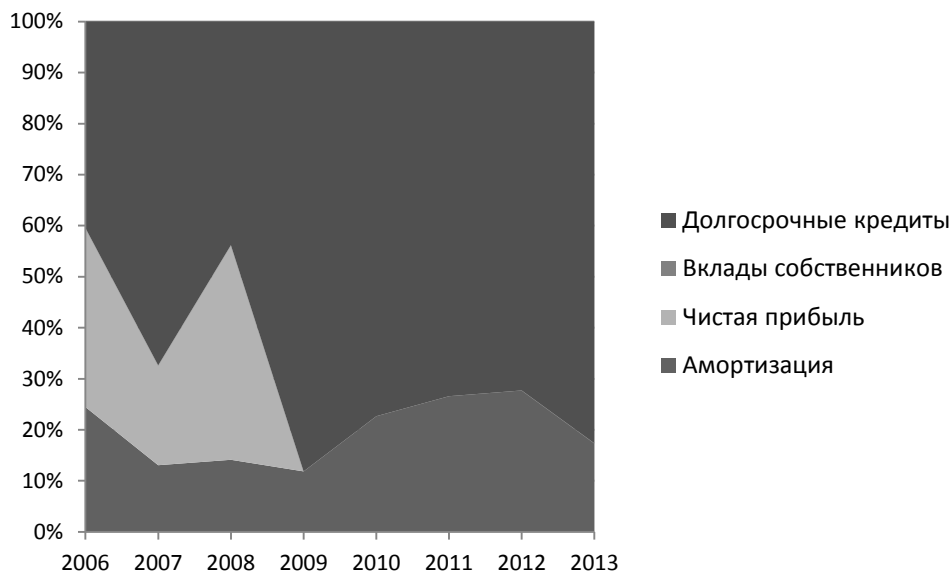


Рис. 3. Структура инвестиций в основной капитал химических компаний по основным источникам

Регрессионный анализ подтвердил ключевую роль цены на природный газ в формировании прибыльности работы предприятий металлургии и химической промышленности. Получены достоверные и адекватные модели, которые можно использовать для прогнозирования среднего уровня рентабельности основных промышленных потребителей природного газа в Украине:

$$P_m = 39.47 - 0.099g, \quad (1)$$

$$P_{ch} = 45.61 - 0.136g, \quad (2)$$

где  $P_m$  – рентабельность операционной деятельности предприятий металлургической промышленности Украины, %;

$P_{ch}$  – рентабельность операционной деятельности предприятий химической промышленности Украины, %;

$g$  – цена природного газа для промышленных потребителей, долл. США за куб. м.

Как и предполагалось, прибыльность работы химических компаний более чувствительна к изменению цены природного газа:

при нулевой цене на газ она составит более 45 %, а при росте этой цены на каждые 100 долларов, она будет сокращаться на 13,8 %.

Построенные модели позволяют установить критическую цену газа для обеих отраслей, т.е. такую цену, при которой наступает нулевая рентабельность и выше которой отрасль станет убыточной (рис. 4).

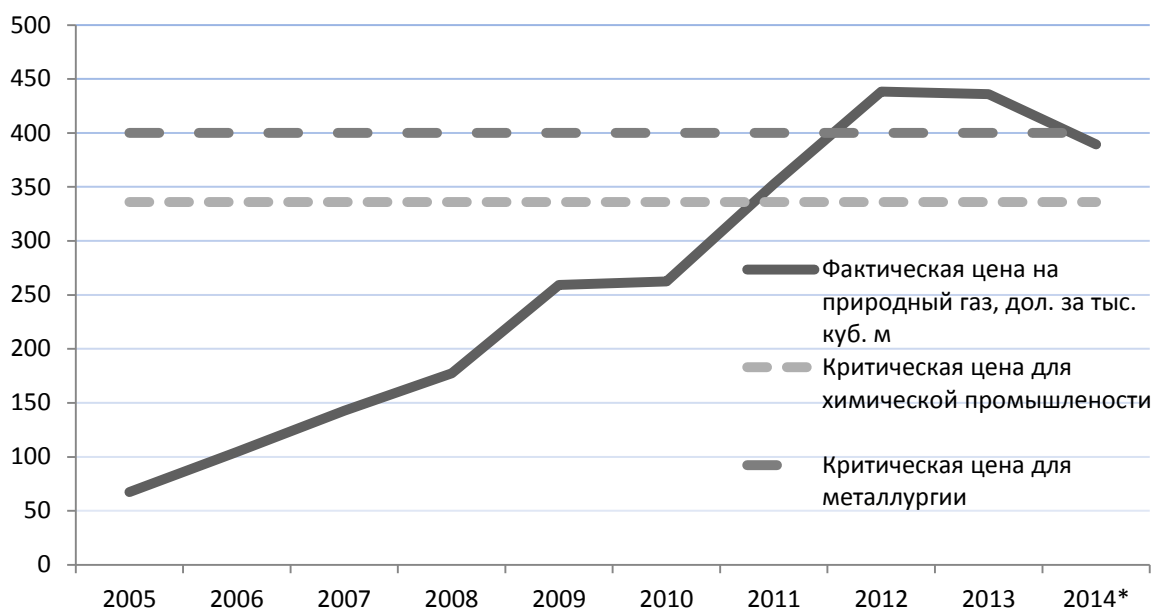


Рис. 4. Критические уровни цены природного газа для металлургии и химической промышленности Украины

Для металлургической промышленности критическая цена на природный газ по состоянию на начало 2014 г. составляет 400 долл. США за тыс. куб. м, для химической – 336 долл. США. Для обеспечения безубыточной работы предприятий данных отраслей государственный регулятор должен удерживать цены на природный газ в данных пределах, в противном случае производство продукции данных отраслей потеряет экономический смысл, что повлечет серьезные потери для всей экономики страны.

В сравнении с ранее полученными критическими уровнями за период до 2013 года (Goncharuk, 2015) уровни на рис. 4 немного снизились. Это указывает на то, что из года в год проблема продолжает углубляться. Необходимы срочные меры для обновления производственных технологий и снижения потребления природного газа. Но с учетом сложной финансово-экономической ситуации в Украине, где фактически идет война, а значит привлечение иностранных и внутренних инвестиций затруднено, на наш взгляд, текущее решение может быть найдено в ценовой дифференциации и государственной поддержке этих отраслей.

Чтобы обеспечить безубыточную деятельность предприятий исследованных отраслей государство должно удерживать цены на природный газ ниже установленных критических уровней. В противном случае работа данных отраслей потеряет экономический смысл, что приведет к серьезным потерям для экономики.

Таким образом, в существующих условиях государственному регулятивному органу (НКРЭУ) целесообразно осуществлять дифференциацию цен на природный газ для различных промышленных потребителей.

### Выводы

В металлургии и химической промышленности Украины стоимость природного газа является ключевым фактором возможности осуществления инвестиционной деятельности предприятий. Превышение цены на газ установленного аналитическим путем критического уровня (для металлургии – 400 долл. США, для химической промышленности – 336 долл. США) приводит данные отрасли в состояние перманентной убыточности, большая часть амортизационных отчислений и кредитов которой уходит на покрытие убытков и лишь остатки направляются на инвестирование в основной капитал.

Для развития промышленного производства в стране необходимы значительные инвестиции в техническое перевооружение и снижение удельного потребления природного газа.

Однако в условиях сохранения существующих технологий для обеспечения развития данных отраслей промышленности экономически целесообразным является осуществление

дифференциации государственным регуляторным органом цен на природный газ для различных промышленных потребителей в пределах установленных нами критических уровней.

#### **Примечания:**

1. Arano, K. and Velikova, M. (2012), "Transportation corridors and cointegration of residential natural gas prices", *International Journal of Energy Sector Management*, Vol. 6 (2), pp. 239-254.
2. Azis, G., Siregar, H., Manurung, A. H. and Legowo, E. H. (2014), *Gas Re-Allocation Policy on Economic Growth in Indonesia*, *International Journal of Information Technology and Business Management*, Vol. 24 (1), pp. 83-105.
3. Doukas, H., Flamos, A., Marinakis, V. and Assadi, M. (2013), "EU-GCC cooperation for natural gas: prospects and challenges", *International Journal of Energy Sector Management*, Vol. 7 (2), pp.194-222.
4. Erdogdu, E. (2010), "A Review of Turkish Natural Gas Distribution Market", *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, Vol. 2(14), pp. 806-813.
5. Fiorini, A. and Sileo, A. (2013), "Infrastructural Equipment and Regulation. Key Interventions for Sustaining Security and Development of the Italian Natural Gas Market", *Economics and Policy of Energy and the Environment*, Vol. 1, pp. 23-40.
6. Hernandez, M. A. and Torero, M. (2013), *Market concentration and pricing behavior in the fertilizer industry: a global approach*, *Agricultural Economics*, Vol. 44(6), pp. 723-734.
7. Huang, W. Y. (2007), *Impact of rising natural gas prices on US ammonia supply*, DIANE Publishing, Darby, PA.
8. Huang, W. Y. (2009), *Factors Contributing to the Recent Increase in U.S. Fertilizer Prices, 2002-08*, DIANE Publishing, Darby, PA.
9. Goncharuk, A. G. (2012), "What Investments Are Most Effective During the Financial Crisis?", *Journal of Applied Management and Investments*, Vol. 1 (1), pp. 5-7.
10. Goncharuk, A. G. (2013a), "About the Influence of High Gas Price on an Efficiency", *Journal of Applied Management and Investments*, Vol. 2 (1), pp. 58-67.
11. Goncharuk, A. G. (2013b), "What Causes Increase in Gas Prices: The Case of Ukraine", *International Journal of Energy Sector Management*, Vol. 7 (4), pp. 448-458.
12. Goncharuk, A. G. (2015), "Natural Gas Stakeholders during Price Growth: A Case of Ukraine", *International Journal of Energy Sector Management*, Vol. 9 (1), pp. 94-104.
13. Khatib, H. (2014), "Oil and Natural Gas Prospects: Middle East and North Africa", *Energy Policy*, Vol. 64 (C), pp. 71-77.
14. Seljom, P. and Rosenberg, E. (2011), "A study of oil and natural gas resources and production", *International Journal of Energy Sector Management*, Vol. 5 (1), pp. 101-124.
15. Slabá, M., Gapko, P. and Klimešová, A. (2013), "Main Drivers of Natural Gas Prices in the Czech Republic after the Market Liberalisation", *Energy Policy*, Vol. 52 (C), pp. 199-212.
16. Zalewski, A. (2014), *The Global Market for Mineral Fertilizers with Consideration of the Changes in the Prices of Direct Energy Carriers and Raw Materials*, Multiannual Program Reports, National Research Institute – Institute of Agricultural and Food Economics – National Research Institute (IAFE-NRI), Warszawa.

УДК 33

### **Перспективы промышленного развития в условиях высоких цен на природный газ**

Анатолий Георгиевич Гончарук

Международный гуманитарный университет, Украина  
Доктор экономических наук, профессор

**Аннотация.** В данной статье проведено исследование источников оказывающих ключевую роль в инвестиционной деятельности предприятий металлургии и химической промышленности в период высокой цены на природный газ. На основе результатов исследования предложены направления государственной политики направленные на активизацию его деятельности, дающей перспективы промышленного развития.

**Ключевые слова:** промышленное развитие, ценовая политика, цена природного газа, инвестиции, инвестиции в основной капитал, экономический кризис.



Copyright © 2015 by Academic Publishing House *Researcher*



Published in the Russian Federation  
European Researcher  
Has been issued since 2010.  
ISSN 2219-8229  
E-ISSN 2224-0136  
Vol. 98, Is. 9, pp. 604-611, 2015

DOI: 10.13187/er.2015.98.604  
[www.erjournal.ru](http://www.erjournal.ru)



UDC 338.48: 657.22 (075.8)

### The Main Directions of Financial and Economic Expertise

<sup>1</sup>E.N. Khachemizova  
<sup>2</sup>Marco Cavedony

<sup>1</sup> Sochi state university, Russian Federation  
354000 Sochi, Sovetskaya Str., 26 a  
PhD, Associate Professor  
E-mail: khachemizova@mail.ru  
<sup>2</sup> Sapienza university of Rome, Italy  
The university of Florence, Italy  
00185 Piazza Aldo Moro, 5

#### Abstract

The concept of due diligence can be defined as the study and solution of experienced specialists of various spheres of economic science issues that require special knowledge in the field of economy, science, technology, arts and crafts. Issues addressed during the forensic examination of the production are quite varied. They relate both to questions of narrow specialization of organizations of certain economic activities, and the formation of the accounting (financial) statements.

**Keywords:** judicial expertise of production, financial-economic expertise, special knowledge in science, comparability of data, methods of analysis, abuses in the field of economy and finance.

#### Введение

В настоящее время финансовая сфера может быть подвергнута криминализации. Причины этого могут быть разнообразны: общеэкономические условия, финансовая, политическая нестабильность и т.д. Поэтому одной из целей государственной политики должно стать усиление финансового контроля, борьба с правонарушениями в финансово-экономической деятельности, в том числе и с помощью применения специальных знаний в области финансов, бухгалтерского учета и экономики, то есть судебно-экономической экспертизы.

#### Материалы и методы

Несмотря на наличие достаточного количества исследований в этой области, работа содержит анализ экономико-правовых аспектов деятельности эксперта-экономиста, адаптацию методов финансово-экономического анализа при проведении судебно-экономической экспертизы. В работе использовались методы анализа, наблюдения и научной абстракции.

### **Постановка задачи**

Целью работы является исследование основ финансово-экономической экспертизы, анализ ее методик с точки зрения их надежности, эффективности; рассмотрение их системных признаков.

### **Исследовательская часть**

В соответствии со статьей 26.4 "Экспертиза" Кодекса РФ об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (в ред. от 24.11.2014) при рассмотрении административных правонарушений может возникнуть необходимость в назначении экспертизы для того, чтобы использовать специальные познания в науке.

Если подобная экспертиза назначена, то эксперт обязан ее выполнить.

Для этого определяются основания назначения экспертизы, данные об эксперте, указываются вопросы, поставленные перед экспертом и приведен перечень материалов, которые могут быть использованы в процессе проведения экспертизы.

Вопросы, над которыми работает эксперт, ограничены рамками его специальных познаний.

Заключение, данное экспертом в письменной форме, не является обязательным для судьи, однако если должностное лицо, которое занимается делом об административном правонарушении не согласно с заключением эксперта, то оно должно мотивировать свое несогласие.

Современные тенденции экономического развития, постоянные изменения в налоговом законодательстве, новые условия хозяйствования обусловили появление неизвестных ранее разнообразных форм экономических споров между хозяйствующими субъектами. Чаще всего предметом судебных разбирательств оказываются действия, которые направлены на получение незаконных доходов, нецелевое использование привлеченных по договорам оборотных средств, незаконное обналичивание денежных средств и т.д.

В результате особую актуальность приобретают экономические исследования, проводимые в процессе судебной финансово-экономической экспертизы, которые основаны на применении различных приемов финансово-экономического анализа.

Если в гражданском и арбитражном процессе возникают споры хозяйствующих субъектов, связанные с различными финансовыми операциями: получением и возвратом кредитов, банкротствами, валютными операциями и др., то для их разрешения проводится судебная финансово-экономическая экспертиза. В ходе проведения экспертизы по гражданскому делу зачастую влияют факты, которые могут служить основаниями для возбуждения уголовных дел, связанных с мошенническими способами получения кредитов, ложным банкротством, валютными и другими злоупотреблениями в сфере экономики и финансов.

При проведении судебной финансово-экономической экспертизы предметом исследования становятся различные обстоятельства финансовой деятельности организации, связанные с судебным делопроизводством, кроме этого изучаются и анализируются данные об использовании денежных средств, порядке формирования доходов, отрицательные тенденции в экономической деятельности, которые могут негативно повлиять на показатели финансово-хозяйственной деятельности и привести к нарушениям финансовой дисциплины.

В общем виде финансово-экономические исследования (как с помощью привлеченных экспертов, так и силами самой организации) могут проводиться для анализа финансового состояния организации, определения финансовой устойчивости и платежеспособности, анализа финансовых результатов. Внешняя экспертиза в основном проводится для определения размера нелегально полученных доходов в результате нарушения правил совершения финансовых операций, сокрытия прибыли для занижения размера налога на прибыль, уклонения от уплаты в бюджет налогов и сборов (5).

Судебная бухгалтерская экспертиза содержит в себе как экономические показатели, так и процессуально-правовое содержание. Экономические составляющие включают в себя систему экономических знаний в области бухгалтерского учета, аудита, налогового аудита, анализа финансово-хозяйственной деятельности, статистики, контроля и ревизии (6).

Процессуально-правовые составляющие регламентируют порядок назначения и проведения экспертизы, условия оценки судом и следователем результатов, обязанности и права всех участников процесса (2).

Эти знания необходимы для качественного исследования экономических явлений, ставших причиной конфликтных ситуаций и выявленного материального ущерба.

Экспертиза позволяет определить способ получения кредитов без материального и правового обеспечения и проанализировать возврат кредита.

Объектом финансово-экономических экспертиз является документация, содержащая финансово-экономические показатели и отражающая их взаимосвязь.

Финансово-экономическая экспертиза решает следующие задачи:

- определение достоверности и экономической обоснованности показателей финансово-хозяйственной деятельности организации в случаях искажения ею данных о доходах и расходах;
- анализ финансового состояния организации, финансовой устойчивости и платежеспособности и ликвидности организации;
- анализ структуры и динамики финансовых результатов организации;
- выявление неправомерного распределения и использования прибыли, которые могут привести к необоснованному завышению сумм денежных средств, остающихся в распоряжении организации;
- анализ расчетных операций, связанных с образованием и использованием доходов и денежных средств организации;
- рассмотрение порядка обеспечения организации оборотными средствами, причин образования дебиторской и кредиторской задолженности;
- выявление признаков банкротства, уклонения от возмещения убытков кредиторам, а также анализ динамики показателей финансового состояния и платежеспособности организаций, которые находятся в стадии экономической несостоятельности (банкротства);
- выявление несоответствий требованиям нормативно-правовых актов и договорным обязательствам при совершении расчетных, хозяйственных, финансовых, кредитных и банковских операций.

Потребность в организации производства финансово-экономических экспертиз может возникать также при необходимости исследования финансовых ситуаций, связанных с завышением продажных цен, занижением закупочных, превышением предельного уровня рентабельности и получением сверхприбыли предприятиями-монополистами.

При назначении финансово-экономической экспертизы перед экспертами чаще всего ставятся примерно такие вопросы:

- определение степени обеспечения организации оборотными средствами, причин образования дебиторской и кредиторской задолженностей;
- выявление диспропорций в соотношении между себестоимостью продукции и динамикой применяемых цен в целях установления фактов искажения отчетных данных о прибыли;
- установление негативных отклонений в распределении и использовании прибыли, приведших к необоснованному завышению сумм денежных средств, оставляемых в распоряжении предприятия;
- определение реальной и экономической обоснованности финансовых показателей предприятия в случаях искажения его данных о доходах и расходах;
- исследование причин изменения финансового состояния и платежеспособности предприятия;
- анализ расчетных операций, связанных с образованием и использованием доходов и денежных фондов организации в целях установления негативных отклонений недоплат и переплат по отдельным статьям доходов и направлениям расходов денежных средств;
- анализ структуры и динамики доходов и расходов предприятия в целях определения в них диспропорций, повлиявших на величину балансовой прибыли и связанных с ней показателей;

- соответствие отчетных данных организации ее фактическому финансовому состоянию;
- в случае неплатежеспособности организации - определение экономических факторов, которые привели ее к подобному финансовому состоянию;
- выявление возможности предоставления ссуды другой организации без ущерба для финансового состояния и определение финансовых источников;
- проверка правомерности финансовых операций организации, связанных с извлечением денежных средств из хозяйственного оборота и их целевом использовании;
- определение соответствия себестоимости продукции (работ, услуг) организации произведенным затратам, и выявление намеренного занижения данных о прибыли организации.

Для экспертного исследования представляются все первичные документы, которые подтверждают расходы организации, отражают финансовые результаты ее деятельности, финансовые источники и направления их использования. Кроме этого изучаются журналы-ордера, ведомости и другие регистры, главная книга или книга регистрации хозяйственных операций, а также бухгалтерская (финансовая) отчетность, включающая бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах и приложения к нему. При проведении экспертизы материалы должны быть подобраны с такой полнотой, которая позволит обеспечить комплексное представление системы данных, отражающих балансовые взаимосвязи оборотов по счетам.

При изучении первичных документов необходимо особое внимание обращать на признаки, свидетельствующие об искажении отчетных данных:

- бестоварность операций купли-продажи;
- отсутствие документов, подтверждающих выполнение работ или услуг, при одновременном зачислении на счет предприятия средств под предлогом выполнения договорных обязательств;
- отсутствие документов, подтверждающих движение ценностей (счетов-фактур, товарно-транспортных накладных), или отсутствие в документах необходимых реквизитов (количества, цены, суммы).

Все эти обстоятельства могут служить поводом для решения вопроса о необходимости проведения экспертного финансово-экономического либо комплексного экономического исследования. В таких случаях рекомендуется назначение экспертизы, поскольку экспертный анализ балансовых взаимосвязей операций, отражаемых на счетах бухгалтерского учета, нередко позволяет устанавливать данные, свидетельствующие о недостоверности первичных документов, удостоверяющих совершение этих операций. Однако такие возможности открываются при обеспечении комплексности представленных эксперту исходных данных по всему кругу предприятий, взаимосвязанных договорными обязательствами.

Базовым элементом методики судебной финансово-экономической экспертизы является системный экономический анализа доходов и затрат организации и их сопоставление, исследуемых с позиции их образования и влияния на финансовые результаты и финансовое состояние организации. Исследуя итоговые показатели деятельности предприятия, финансово-экономическая экспертиза изучает их содержание, уровень рентабельности, прибыли, структуру показателей и их противоречий.

Независимая экспертиза возникает в случае необходимости исследования финансовых ситуаций, связанных с занижением закупочных цен, завышением продажных цен, превышением предельного уровня рентабельности и получением сверхприбыли организациями-монополистами.

К объектам финансово-экономической экспертизы относят отчетные документы (балансы с приложениями, декларации о доходах), содержащие недостоверные сведения о результатах предпринимательской деятельности, и иные документы, отражающие распорядительную деятельность собственника или его представителя в сфере экономики. Например, первичные распорядительные документы, содержащие недостоверные сведения о фактах предпринимательской деятельности (3). Такие документы относимы к предпринимательской деятельности исследуемого хозяйствующего субъекта и имеют

необходимую доказательную силу в материалах уголовного или гражданского (арбитражного) дела. Анализ этих документов позволяет определить уровень рентабельности предприятия, прибыльность предприятия, оборачиваемость капитала и т.д. Сравнение этих характеристик с типовыми для данного бизнеса, дает следствию основание для конкретных выводов по конкретным фактам и обстоятельствам расследуемого уголовного дела.

Для установления этих характеристик при проведении судебной финансово-экономической экспертизы могут быть решены следующие задачи:

При проведении финансовой экспертизы необходимо учитывать, что такие показатели как себестоимость, рентабельность и прибыль имеют сложный характер их определения, основанный на синтезе большого количества источников экономической информации, которые формируются в бухгалтерском учете. Поэтому наиболее исчерпывающая взаимосвязь всех элементов, отображающих финансовую область деятельности предприятия, и ее результаты, как правило, выявляется в ходе комплексной судебной экспертизы, которая выполняется последовательно различными специалистами в области экономики, например эксперт финансист, эксперт бухгалтер. В ситуациях, при которых существуют признаки искажения такого показателя как прибыль, производится комплексная экспертиза решающая все задачи следствия (7).

В результате несоблюдения финансовой дисциплины возникает ряд негативных явлений, которые влияют на финансовые результаты и финансовое состояние организации. Следовательно, исследование финансовых операций, отчетности по использованию денежных средств сопряжено с необходимостью выявления этих негативных явлений.

Поэтому среди методик экспертного исследования кроме комплекса аналитических методов, огромное значение имеет применение специальных правил, которые регулируют сферу финансовых отношений.

Для того, чтобы обеспечить полноту исследования, сегодня методики экспертного исследования строятся с использованием возможностей ряда логических моделей, экономико-математических методов, анализа связей, структурно-функционального анализа, многомерного анализа и т.п.

Поставленные задачи могут быть разными, поэтому в зависимости от них избирается такой комплекс методов, который позволит обеспечить всесторонний финансовый анализ балансовых взаимосвязей показателей выручки от реализации продукции (работ, услуг), внереализационных расходов или доходов, расходов, связанных с производством, начисленных косвенных налогов (в том числе НДС), прибылью и совокупности всех финансовых источников, которыми обладает организация.

Взаимоувязка финансовых показателей устанавливается в том числе и посредством анализа противоречий учетных данных экономическому содержанию бухгалтерских счетов, правильностью отражения дебетовых и кредитовых оборотов счетов 01 «основные средства», 02 «амортизация основных средств», затратных счетов, денежных средств и расчетов, разнородных по составу счетов финансовых источников. В ходе этого анализа выявляются расхождения остатков по вышеперечисленным счетам и данных, показанных в бухгалтерской (финансовой) отчетности.

В процессе проведения экспертизы могут быть выявлены факты, которые косвенно подтверждают незаконное предпринимательство (1).

Например, если организация в ходе своей деятельности отразила в учете приобретение товара в соответствии с договором поставки на склад, а в представленных на экспертизу документах отсутствует факт наличия собственных и арендованных офисных и складских помещений, то сразу возникает ряд вопросов. Кроме этого, если согласно штатному расписанию и табелям рабочего времени в организации числятся работники, логично, что у организации должны быть рабочие места.

Кроме этого на нарушение финансовой дисциплины могут указать факты отсутствия приобретения и использования в производственном процессе материально-производственных запасов, хотя по характеру финансово-хозяйственной деятельности организации они предполагаются.

Многочисленные споры между хозяйственными субъектами, а так же с государственными властями возникают из-за договорных отношений, анализ и изучение

которых являются одними из основных задач судебной финансово-экономической экспертизы.

Судебные разбирательства по экономическим вопросам зачастую возникают между работодателем и работниками по вопросам оплаты труда. Поэтому очень востребованным является проведение экспертизы правомерности начисления заработной платы и ее выплаты.

Экспертами изучается правильность начисления и выплаты премий и вознаграждений работникам, существует ли системное положение об оплате труда и премировании, правильно ли учитываются для целей налогообложения прибыли.

Так как показатели финансово-хозяйственной деятельности организации (ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости, рентабельности, себестоимость, прибыль) в процессе проведения экспертизы определяются на основе данных бухгалтерского учета, то полный анализ всех элементов финансовой деятельности организации, ее финансовых результатов возможен только путем кооперирования методов бухгалтерского учета, анализа с методами экономического и финансово-экономического анализа.

В последнее время множество судебных разбирательств возникает по факту обнаружения незаконного обналичивания и отмывания денежных средств.

В этом случае экспертами тщательно исследуются договоры, по которым происходит движение денежных средств между контрагентами. Нередко подобные договоры отсутствуют.

А, как известно, в соответствии с Федеральным законом №402-ФЗ «О бухгалтерском учете» все хозяйственные операции, осуществляемые хозяйствующим субъектом, должны подтверждаться оправдательными документами. Если же они отсутствуют, то все полученные денежные средства будут рассматриваться как безвозмездно полученные, а уплаченные, как безвозмездно переданные, что влечет за собой обязательную уплату соответствующих налогов.

В судебно-экономической экспертизе существуют специальные методы экономического анализа, которые позволяют определить финансовый результат деятельности организации, не показанный и не отраженный в первичных документах, регистрах бухгалтерского учета и бухгалтерской (финансовой) отчетности, а также результат деятельности организации, который приводит к финансовым потерям для всех взаимосвязанных контрагентов.

Например, в экспертных методиках приведена формула для расчета доли незавершенного производства:

Доля незавершенного производства=(Остаток аванса, не отработанного на конец месяца)/(Остаток аванса, не отработанного на конец месяца+Выручка от реализации за отчетный месяц) (1)

Но многие организации определяют долю незавершенного производства по иной формуле:

Доля незавершенного производства=(Остаток аванса, не отработанного на конец месяца)/(Остаток аванса, не отработанного на начало месяца+Выручка от реализации за отчетный месяц) (2)

В результате неверного расчета доли незавершенного производства происходит искажение величины налоговой базы по налогу на прибыль.

### **Результаты исследования**

Следует отличать судебно-бухгалтерскую экспертизу от аудита и ревизии. Судебно-бухгалтерская экспертиза не является формой финансового контроля, преследует цели, отличные от целей аудита и ревизии, является формой использования специальных знаний в судопроизводстве, регламентируемых процессуальным законодательством, основанием для назначения судебно-бухгалтерской экспертизы являются такие обстоятельства дела, для правильной оценки которых следователю или суду необходимо заключение эксперта-бухгалтера. Также следует учитывать различия в объектах исследования и в применяемых методах(8).



Главное преимущество финансово-экономической экспертизы, выполняемой независимым специалистом, заключается в том, что отчет (финансово-экономическая экспертиза) - это официальный документ доказательного значения. Благодаря этому полученное заключение может использоваться в суде, а также в процессе проведения дознания и следствия.

### **Заключение**

Таким образом, для проведения финансово-экономической экспертизы от независимого эксперта требуется солидная эрудиция и специализация в сфере финансов, налогового, гражданского и уголовного права, бухгалтерского учета и анализа финансово-хозяйственной деятельности.

Методы и методики финансово-экономической экспертизы позволяют решить множество проблем, возникающих в финансово-хозяйственной деятельности. Она способна создать не только доказательную базу для рассмотрения и расследования налоговых правонарушений, но и дает возможность для разработки соответствующих мер их предупреждения и профилактики.

### **Примечания:**

1. Гварлиани Т.Е., Воробей Е.К. Актуальные аспекты формирования современной системы риск-менеджмента. Известия Сочинского государственного университета. 2014. №2(30). С. 25-32.

2. Кисилевич Т.И., Хачемизова Е.Н. Налоговый аудит в строительстве: Учеб.пособие.М.:Финансы и статистика, 2006. 208 с.

3. Кисилевич Т.И., Сюткин А.И. К вопросу экспертизы финансово-хозяйственной деятельности управляющей компании по многоквартирным жилым домам. Аудит и финансовый анализ. 2014. №6. с. 158-163.

4. Khachemizova E.N., Marco Cavedony TOPICAL ISSUES RELATED TO PRICE REGULATION IN TOURISM INDUSTRY // European Journal of Economic Studies. 2014. №2(8). pp. 62-68.

5. Налоговые льготы: методология, практика применения, эффективность: коллективная моногр./Гварлиани Т.Е., Воробей Е.К., Хачемизова Е.Н. и др., под ред д.э.н. Т.Е. Гварлиани. Сочи: РИЦ ФГБОУ ВПО "СГУ", 2014.-144 с.

6. Налоговый аудит деятельности строительных организаций. Хачемизова Е.Н. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук/Всероссийский заочный финансово-экономический институт. Москва.2004.

7. Сивкова С.В. Вложения в инновации: дискуссионные аспекты учета и налогообложения. Сивкова С.В. Известия Сочинского государственного университета. 2010.№3. С. 69-77.

8. Хачемизова Е.Н. Вопросы экспертизы достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности туроператора. Материалы международной научно-практической конференции в рамках проекта NETOUR 20-21 мая "Туризм в странах с переходной экономикой – проблемы, перспективы, конкурентоспособность дестинации" РИЦ ФГБОУ ВПО "СГУ", Сочи, 2015.

### **References:**

1. Gvarliani T.E., Vorobei E.K. Aktual'nye aspekty fomirovaniya sovremennoi sistemy risk-menedzhmenta. Izvestiya Sochinskogo gosudarstvennogo universiteta.2014. №2(30). s. 25-32.

2. Kisilevich T.I., Khachemizova E.N. Nalogovyi audit v stroitel'stve: Ucheb.posobie.M.:Finansy i statistika, 2006. 208s.

3. Kisilevich T.I., Syutkin A.I. K voprosu ekspertizy finansovo-khozyaistvennoi deyatelnosti upravlyayushchei kompanii po mnogokvartirnym zhilym domam. Audit i finansovyi analiz. 2014. №6. s. 158-163.

4. Khachemizova E.N., Marco Cavedony TOPICAL ISSUES RELATED TO PRICE REGULATION IN TOURISM INDUSTRY // European Journal of Economic Studies. 2014. №2(8). pp. 62-68.

5. Nalogovye l'goty: metodologiya, praktika primeneniya, effektivnost': kollektivnaya monogr./Gvarliani T.E., Vorobei E.K., Khachemizova E.N. i dr., pod red d.e.n. T.E. Gvarliani. Sochi: RITs FGBOU VPO "SGU", 2014.-144 s.

6. Nalogovyi audit deyatel'nosti stroitel'nykh organizatsii. Khachemizova E.N. Avtoreferat dissertatsii na soiskanie uchenoi stepeni kandidata ekonomicheskikh nauk/Vserossiiskii zaochnyi finansovo-ekonomicheskii institut. Moskva.2004.

7. Sivkova S.V. Vlozheniya v innovatsii: diskussionnye aspekty ucheta i nalogooblozheniya. Sivkova S.V. Izvestiya Sochinskogo gosudarstvennogo universiteta. 2010.Nº3.S.69-77.

8. Khachemizova E.N. Voprosy ekspertizy dostovernosti bukhgalterskoi (finansovoi) otchetnosti turopoperatora. Materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii v ramkakh proekta NETOUR 20-21 maya "Turizm v stranakh s perekhodnoi ekonomikoi – problemy, perspektivy, konkurentosposobnost' destinatsii" RITs FGBOU VPO "SGU", Sochi, 2015.

УДК 338.48: 657.22 (075.8)

### **Основные направления финансово-экономической экспертизы**

<sup>1</sup>Е.Н. Хачемизова

<sup>2</sup>Марко Каведони

<sup>1</sup>Сочинский государственный университет, Российская Федерация  
354000 г. Сочи, ул. Советская, 26 а  
Кандидат экономических наук, доцент  
E-mail: khachemizova@mail.ru

<sup>2</sup>Римский университет Ла Сапиенца, Италия  
Университет Флоренции, Италия

**Аннотация.** Понятие экспертиза можно определить как исследование и решение опытными специалистами различных сфер экономической науки вопросов, требующих специальных знаний в области экономики, науки, техники, ремесла и искусства. Вопросы, рассматриваемые в процессе судебно-производственной экспертизы весьма разнообразны. Они касаются как вопросов узкой специализации организаций определенных видов экономической деятельности, так и формирования бухгалтерской (финансовой) отчетности.

**Ключевые слова:** судебно-производственная экспертиза, финансово-экономическая экспертиза, специальные познания в науке, сопоставимость данных, приемы анализа, злоупотребления в сфере экономики и финансов.

Copyright © 2015 by Academic Publishing House *Researcher*



Published in the Russian Federation  
European Researcher  
Has been issued since 2010.  
ISSN 2219-8229  
E-ISSN 2224-0136  
Vol. 98, Is. 9, pp. 612-618, 2015

DOI: 10.13187/er.2015.98.612  
[www.erjournal.ru](http://www.erjournal.ru)



UDC 338.24

## The Problems of Gender and National Inequality in Municipal Management

<sup>1</sup>Svetlana A. Nefedkina  
<sup>2</sup>Ekaterina Zhordan

<sup>1</sup> Sochi state university, Russian Federation  
354000 Sochi, Sovetskaya Str., 26 a  
PhD, Associate Professor  
E-mail: mca2001@mail.ru

<sup>2</sup> University of Angers, Angers, France  
PhD  
E-mail: ekaterina.jourdain@univ-angers.fr

### Abstract

The article analyzes the problems of gender inequality and its performance assessment used in the world. The author analyzes the development trends of political, economic and social life as well as the typical manifestations of the problem at all levels of government – municipal, state, federal. In terms of gender inequality in the dynamics it can be judged on the development of society, and that is important – it was reflected in the concepts – development of mankind on the millennium, strategic development of Russia, its regions and municipalities.

**Keywords:** gender inequality, national inequality, municipal administration, public service, the index of gender inequality.

### Введение

В настоящее время проблема устранения гендерного неравенства и всех форм дискриминации в обществе находится в центре внимания всего международного сообщества и закреплена на законодательном уровне целым рядом международных документов.

Рядом эмпирических исследований доказано, что гендерное неравенство способствует росту уровня младенческой смертности, поддерживает высокий уровень рождаемости при низком уровне жизни, увеличивает распространенность венерических заболеваний, способствует потерям производительности труда, увеличивает коррумпированность государственных чиновников, криминальность бизнеса, и, в конечном итоге, снижает экономический рост [8;312].

### Материалы и методы

Для российской науки характерно проявление большого интереса к вопросам гендерности. За последние десять лет наблюдается увеличение количества публикаций по различным аспектам гендерности. Среди наиболее известных современных работ выделяются монографии: Богдановой О.С., Бутаевой М., Бушуевой Н.В. Горчаковой Л.Ф., Завьяловой С.В. Немаловажное значение уделяется работам, опирающимся на сравнение

мужского и женского политического лидерства. Ведущие отечественные социологи активно рассматривают генезис и историю такого явления как гендерность. Целый ряд диссертаций исследует гендерность и ее проявления в политике. Рассматривается политическая активность российских женщин (Аношина С.В.), гендерные роли в XXI веке. Большое внимание уделено гендерному равенству в современном мире (О.А. Воронина).

Исследователей интересуют вопросы формирования национального механизма гендерного равенства в Российской Федерации (Исмагилова Л.Р.), а также гендерные процессы в структуре государственной власти Российской Федерации. Изучается гендерная асимметрия политики: не институциональные и институциональные аспекты (Овчарова О.Г.), а также правовой статус женщин и его особенности в современном российском обществе.

Следует выделить также ряд работ, которые направлены на вопросы, касающиеся проблем гендерности именно в России: женщины в российском парламентаризме, роль женщины на современном этапе развития России, женщина во власти в России: карьерный рост и мотивация, женщина в российской власти: мотивация и стили лидерства.

Таким образом, проведенный анализ материалов позволяет констатировать, что явление гендерности актуально для разных направлений научных исследований, в том числе и для политических. В связи с этим была поставлена цель исследования – изучение гендерных тенденция в современной публичной сфере – в частности, на муниципальном уровне.

В настоящее время Администрацией г. Сочи с привлечением внешних экспертов завершена работа над созданием Концепции устойчивого развития г. Сочи до 2030 года [3]. Наряду с экономическими проблемами развития, стратегическими подходами к их решению, среди социальных показателей не последнее место занимает проблема гендерного неравенства.

Основными информационными источниками при подготовке данной статьи являлись материалы исследований социологических исследований по данной проблеме не только на базе города Сочи, Краснодарского края, но и на национальном уровне – в России.

Кроме того, были использованы различные социологические, статистические методы проведения и оценки результатов исследований.

### **Обсуждение**

На международном уровне разработано несколько методик и показателей анализа гендерного неравенства.

Самый известный способ измерения данной проблемы – определение индекс развития с учетом гендерного фактора (ИРГФ, GDI), учитывающего неравенство между полами в долголетию, измеряемом показателями продолжительности жизни при рождении, знаниях на основе сопоставления уровней грамотности и доступа к системе образования, и в уровне жизни, измеряемом уровнем дохода.

Согласно опубликованным докладам неправительственной организации «Всемирный экономический форум» (ВЭФ), с 2012 года по 2014 год ежегодно Россия «скатывалась» по этому показателю на 15-16 пунктов – в настоящее время наша страна занимает по тендерному развитию только 75 место в мире. Все это говорит об ухудшении положения женщин в общественной, политической, экономической сферах жизни, по сравнению с мужчинами [9].

Но официальные данные статистики показывают другую сторону этой проблемы: женщин в нашей стране больше, и они занимают большую часть экономически активного населения, им больше приходится работать, но уровень их средней заработной платы намного отличается от средней заработной платы мужчин (15-40%).

Согласно докладу ВЭФ, соотношение женской и мужской оплаты за равный труд составляет 0,6 (89-е место по рейтингу); доля женщин в парламенте и правительстве не превышает 1/5.

Неравенство в уровне доходов остается реальной гендерной проблемой России: размер средней начисленной заработной платы женщин по всей экономике РФ составляет 64 % от размера средней начисленной заработной платы мужчин. Наблюдается тенденция к

увеличению этого разрыва. Наибольший разрыв наблюдается в таких отраслях как добыча полезных ископаемых, в сфере финансов, кредита, страхования, наименьший – в сферах образование, здравоохранение, сельское и лесное хозяйство [10]. Наблюдается также тенденция и региональных различий: «чем выше денежные доходы в регионе, тем выше неравенство между заработной платой женщин и мужчин; и наоборот, в регионах с низкими доходами неравенство минимально, а порой заработки женщин даже выше». То есть в России гендерное выравнивание доходов наблюдается лишь в относительно бедных регионах, за исключением Москвы [2]. Ввиду отсутствия статистических данных об уровне доходов мужчин и женщин, можно предположить, что уровень гендерного неравенства в части доходов по Сочи будет близок или несколько ниже общероссийского показателя, что связано со значительной долей работающих в социальных сферах. Вместе с тем, экономическое развитие города в целом, а также увеличение числа занятых и рост размеров заработных плат работников в таких отраслях как строительство, операции с недвижимым имуществом, сфера финансов, кредита и страхования может усугубить неравенство между мужчинами и женщинами.

Конечно, права российских женщин не так ущемлены, как в исламских странах, но проблемы действительно существуют.

Главной проблемой России можно считать гендерную дискриминацию в экономике и политике. Это отражается на различиях в оплате труда, преобладающем количестве женщин на низовых вспомогательных должностях (в том числе на должностях бюджетной сферы – государственной и муниципальной службы).

При всей этой ситуации радует рост этого индекса по критерию «образование» (35 место из 129 стран). На первых местах наша страна находится по количеству среди женщин и мужчин среди специалистов – но образованные россиянки ограничены в доступе к принятию решений на высшем уровне власти.

Еще один «плюсовой» показатель по данной проблеме для России - значение индекса гендерного неравенства по уровню здоровья – здесь, наверное, следует говорить о дискриминации мужчин.

Долголетие – важный параметр гендерного неравенства можно рассматривать параметр долголетия.

Возрастной состав Сочи (как и Края в целом) характеризуется существенной гендерной диспропорцией. Численность женщин на начало 2012 года составляла 237,09 тыс. человек, или на 36,6 тыс. человек (на 18 %) больше численности мужчин (Краснодарский край – на 15,7 %, РФ - на 16,3 %). Численное превышение женщин над мужчинами в составе населения отмечается после 20 лет и с возрастом увеличивается. На каждую 1000 мужчин приходится 1182 женщины, а в возрасте 60 и более лет – 1685 женщин (РФ – 1163 и 1909 соответственно).

Подобные диспропорции обусловлены меньшей продолжительностью жизни мужчин и высокой преждевременной смертностью.

Разрыв в значениях ожидаемой продолжительности жизни мужчин и женщин Краснодарского края по состоянию на 2013 год составил около 10,5 лет. Хотя на протяжении последних лет наблюдается сокращение смертности мужчин в трудоспособном возрасте, мужчины среди всех умерших в трудоспособном возрасте в 2013 году составили около 70%.

Подобная тенденция связана с высокой долей смертей за счет внешних причин (убийства, самоубийства, несчастные случаи, травмы, отравления), а также значительной мужской смертностью, обусловленной болезнями сердечнососудистой системы: в условиях нестабильной экономики мужчины оказываются менее стрессоустойчивыми по сравнению с женщинами.

Другим показателем является индекс расширения возможностей женщин (ПРВЖ, GEM), учитывающий неравенство в полномочиях по решению политических вопросов (доля мест, занимаемых женщинами, в законодательных органах), по принятию решений в экономической области (доля женщин на должностях законодателей, чиновников и управленцев высшего звена, специалистов и технических сотрудников), и в полномочиях по распоряжению экономическими ресурсами (уровень дохода) [6; 327].

Ввиду исторических особенностей развития Россия в настоящий момент занимает лидирующие позиции в отношении формального гендерного равенства: реализованная в

советский период политика равных прав мужчин и женщин, уничтожение «половой разницы (в этом тоже применялся «уравнительный подход», свойственный централизованной экономической системе) способствовала тому, что в настоящее время практически не существует барьеров для реализации своих возможностей ни у женщин, ни у мужчин - женщины имеют равный доступ к системе образования наряду с мужчинами, женщины задействованы в различных отраслях экономической деятельности и могут более или менее успешно совмещать трудовую деятельность с процессом воспитания детей.

Кроме того, поскольку в России долгое время преобладает численность женского населения, достаточно убедительно (даже с перекосом в сторону прав женщин) смотрится статистика их участия в публичной деятельности - по официальным данным Росстата, среди численности работников, замещающих государственные (муниципальные) должности и должности гражданской и муниципальной службы по ветвям власти доля женщин почти в два раза превышает долю мужчин:



Рис. 1. Численность работников, замещающих государственные (муниципальные) должности и должности гражданской и муниципальной службы, по полу и ветвям власти в России, по состоянию на 01.10.2014 г. [11].

В менталитете женщин России наверняка заложена некая покорность мужчине. По результатам опроса женщин-заместителей руководителей, только двое из десяти хотели бы встать на место мужчины-руководителя [7].



Кроме того, политическая активность женщин тоже не на высоком уровне: семейные заботы и проблемы, традиционно высокая ответственность женщины за развитие и здоровье детей, по сравнению с мужчинами, возможно, является причиной этому.

Существует также в российском обществе предвзятое мнение у мужчин по отношению к женщинам-водителям, женщинам-руководителям, и не всегда хватает энергии, характера, опыта, мудрости доказать обратное.

Например, в 2008 году на пост президента страны из 14 кандидатов только 2 женщины подали заявки, это Лидия Бедная – самовыдвижение и Светлана Пеунова – лидер незарегистрированной партии «Воля». Обоим кандидатам стало отказано, вследствие того, что не были представлены все необходимые документы, а также, не представлено достаточного для регистрации числа подписей.

На президентских выборах в 2012 году ситуация не изменилась: из 15 кандидатов также только два представителя женского пола подали свои заявки: Татьяна Постнова – экономист-международник и Мария Соловьенко журналистка дальневосточной газеты «Народное вече». Съезд сторонников Т. Постновой не состоялся из-за неявки делегатов, и её инициативная группа не была зарегистрирована; Мария Соловьенко не сумела собрать инициативную группу в 500 человек и не была зарегистрирована кандидатом в президенты. Исходя из этого, наблюдается тенденция, что женщина в России не сможет даже поучаствовать в выборах, так как ей будет отказано по ряду объективных причин [1; 169].

Неравенство в представительстве в органах местного самоуправления – также важный аспект данной проблемы.

По данным Администрации города Сочи доля женщин на руководящих постах органов местного самоуправления составила 17,9%. То есть можно говорить о том, что в Сочи женщины обладают ограниченными возможностями в решениях административных вопросов на местном уровне.

Далее проанализируем гендерную тенденцию на примере Государственной Думы Российской Федерации. В пятом созыве Государственной Думы процент женщин не велик (не превышает 15%), но это заметно больше, чем в предыдущих созывах. В Федеральном Собрании наблюдается та же картина - мало представлены женщины и молодежь, тогда как мужчин и представителей зрелого поколения намного больше.

В политических партиях гендерная ситуация лучше, но не намного: например, в партиях Единая Россия 269 мужчин, а женщин – 46; в КПРФ 53 мужчины, а женщин – 4; в ЛДПР мужчин 36, а женщин 4, в Справедливой России мужчин 27, а женщин 11. Такое гендерное неравенство, скорее всего, будет неблагоприятно сказываться на политических решениях и действиях.

Таким образом, в российской публичной политике – и на федеральном уровне, и на уровне субъектов, и на муниципальном уровне - гендерный аспект проявляется следующим образом: при всех правах женщины на равенство с мужчиной в политической деятельности происходит скрытая дискриминация с одной стороны и инерция патриархальных взглядов с другой.

### **Результаты**

Таким образом, в настоящий момент на муниципальном, региональном, федеральном уровнях стоят сложные задачи ликвидации скрытых форм гендерной дискриминации:

Так, в рамках работы по созданию концепции «Целей развития тысячелетия», представляющей собой адаптацию Целей развития Тысячелетия для России [5], были выделены следующие задачи для достижения гендерного равенства:

Ликвидировать неравенство между полами на всех уровнях образования

✓ обеспечение выравнивания возможностей для доступа мужчин и женщин к политическим институтам;

✓ ликвидация дискриминационной практики в области труда и занятости;

✓ создание механизмов предотвращения насилия в отношении женщин;

✓ снижение воздействия неблагоприятных социально-экономических факторов на здоровье и продолжительность жизни, особенно мужчин.

Поскольку как для Краснодарского края, так и для города Сочи доступность образования для женщин и невозможность их занятости в несельскохозяйственных деятельности не являются проблемами, основными факторами гендерного неравенства являются долголетие (здоровье и продолжительность жизни), участие в политической жизни и управлении, а также уровень доходов [4; 047].

Что касается решения данной проблемы на уровне муниципалитетов, в том числе для г. Сочи, важно вести работу по следующим направлениям:

- ✓ сбор и публикация статистических данных об уровне доходов мужчин и женщин, анализ показателей гендерного неравенства и расширения возможностей женщин;
- ✓ информирование женщин о правах в области трудовых отношений, направленные на борьбу со скрытой дискриминацией при найме на работу, в оплате труда и продвижении по службе;
- ✓ повышение доступности дошкольных учебных учреждений, что расширяет возможности женщин совмещать трудовую деятельность и материнство.

### **Заключение**

Итак, несомненно, гендер является одним из основных показателей жизни общества. Существуют разные причины повышения общественной активности женщин: одни считают, что женщины приходят во власть, когда появляется больше проблем социального характера (как правило, в сфере образования, воспитания, здравоохранении); другие – что они борются за свои права и равноправие. Гендерные тенденции в современной публичной политике на всех уровнях власти свидетельствуют о том, что по-прежнему существует ярко выраженная гендерная асимметрия, но намечается тенденция к увеличению количественного участия женщин в публичной политике во многих странах мира, в том числе и в России. Причем эта тенденция возможна только при активной общественной поддержке.

### **Примечания:**

1. Айвазова С. Российские выборы: гендерное прочтение. М.: ОАО Московские учебники и Картолитография, 2008. С. 225. [Aivazova S. Rossiyskiye vibory: gendernoye prochtieniye. М.: ОАО Moskovskiye uchebniki i Kartolitografiya, 2008. S. 225.].
2. Зубаревич Н.. Регионы России: социальная проекция экономического роста.. <http://polit.ru/article/2007/02/05/demoscope273/#r5>
3. Концепция устойчивого развития г. Сочи до 2030гг.// <http://www.sochiadm.ru/upload/iblock/aaa/aaa984be6c24cb8caecc072fb8f3dbc4.pdf>.
4. Нефедкина С.А., Демерчян Н.С. Социально-экономические и экологические аспекты управления устойчивым развитием региона в период подготовки и реализации Зимних Олимпийских и Паралимпийских Игр 2014/ Вестник Университета (Государственный университет управления). 2013. № 9. С. 046-055.
5. Сотрудничество в целях развития может быть более эффективным // Институт международных организаций и международного сотрудничества (ИМОМС). 12 мая 2014 года// <http://iori.hse.ru/news/122832514.html>
6. Человеческое развитие: новое измерение социально-экономического прогресса. Учебное пособие под общей редакцией проф. В.П. Колесова (экономический факультет МГУ), 2+е издание, дополненное и переработанное. М.: Права человека, 2008. 636 с.
7. Чирикова А., Кричевская О. Женщина-руководитель: деловые стратегии и образ Я / Социологические исследования. 2000. №11.[ChirikovaA., KrichevskayaO.Zhentshina-rukovoditel:deloviye strategiyi I obraz Ia // Sotsiologicheskkiye issledovaniya. 2000. № 11.
8. <http://b2blogger.com/pressroom/177283.html>
9. <http://top.rbc.ru/society/28/10/2014/544f4511cbb20f2fa7401b37>
10. <http://web.snauka.ru/issues/2012/12/18952>
11. <http://www.gks.ru/>Официальный сайт Росстата, сборник «Женщины и мужчины России 2014 г.».
12. <http://b2blogger.com/pressroom/177283.html>

**References:**

1. Aivazova S. Rossiiskie vybory: gendernoe prochtenie. M.: OAO Moskovskie uchebniki i Kartolitografiya, 2008. S. 225. [Aivazova S. Rossiyskiye vibory: gendernoye prochteniye. M.: OAO Moskovskiye uchebniki i Kartolitografiya, 2008. S. 225.].
2. Zubarevich N.. Regiony Rossii: sotsial'naya proektsiya ekonomicheskogo rosta.. <http://polit.ru/article/2007/02/05/demoscope273/#r5>
3. Kontseptsiya ustoichivogo razvitiya g. Sochi do 2030 gg. // <http://www.sochiadm.ru/upload/iblock/aaa/aaa984be6c24cb8caecc072fb8f3dbc4.pdgg>.
4. Nefedkina S.A., Demerchyan N.S. Sotsial'no-ekonomicheskie i ekologicheskie aspekty upravleniya ustoichivym razvitiem regiona v period podgotovki i realizatsii Zimnikh Olimpiiskih Igr 2014/ Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyi universitet upravleniya). 2013. № 9. S. 046-055.
5. Sotrudnichestvo v tselyakh razvitiya mozhet byt' bolee effektivnym // Institut mezhdunarodnykh organizatsii i mezhdunarodnogo sotrudnichestva (IMOMS). 12 maya 2014 goda// <http://iori.hse.ru/news/122832514.html>
6. Chelovecheskoe razvitie: novoe izmerenie sotsial'no-ekonomicheskogo progressa. Uchebnoe posobie pod obshchei redaktsiei prof. V.P. Kolesova (ekonomicheskii fakul'tet MGU), 2+e izdanie, dopolnennoe i pererabotannoe. M.: Prava cheloveka, 2008. 636 s.
7. Chirikova A., Krichevskaya O. Zhenshchina-rukovoditel': delovye strategii i obraz Ya / Sotsiologicheskie issledovaniya. 2000. №11. [Chirikova A., Krichevskaya O. Zhentshchina-rukovoditel': deloviye strategiyi I obraz Ia // Sotsiologicheskiye issledovaniya. 2000. № 11.
8. <http://b2blogger.com/pressroom/177283.html>
9. <http://top.rbc.ru/society/28/10/2014/544f4511cbb20f2fa7401b37>
10. <http://web.snauka.ru/issues/2012/12/18952>
11. [http://www.gks.ru/Ofitsial'nyi\\_sait\\_Rosstat\\_a\\_sbornik\\_«Zhenshchiny\\_i\\_muzhchiny\\_Rossii\\_2014\\_g.»](http://www.gks.ru/Ofitsial'nyi_sait_Rosstat_a_sbornik_«Zhenshchiny_i_muzhchiny_Rossii_2014_g.»).
12. <http://b2blogger.com/pressroom/177283.html>

УДК 338.24

**Проблемы гендерного и национального неравенства  
в муниципальном управлении**

<sup>1</sup> Светлана Анатольевна Нефедкина

<sup>2</sup> Екатерина Жордан

<sup>1</sup> Сочинский государственный университет, Российская Федерация

354000 г. Сочи, ул. Советская, 26 а

Кандидат экономических наук, доцент

E-mail: mca2001@mail.ru

<sup>2</sup> Университет Анжер, г. Анжер, Франция

Доктор философии

E-mail: ekaterina.jourdain@univ-angers.fr

**Аннотация.** В статье дается анализ проблемы гендерного неравенства и используемых в мировой практике показателей ее оценки. Автором анализируются тенденции развития политической, экономической, общественной жизни страны, а также типичные проявления проблемы на всех уровнях управления – муниципальном, региональном, федеральном. По показателям гендерного неравенства в динамике можно судить о развитии общества и что важно – они нашли свое отражение в концепциях – развития человечества на тысячелетие, стратегического развития России, ее субъектов, муниципалитетов.

**Ключевые слова:** гендерное неравенство, национальное неравенство, муниципальное управление, публичная служба, индекс гендерного неравенства.

Copyright © 2015 by Academic Publishing House *Researcher*

Published in the Russian Federation  
European Researcher  
Has been issued since 2010.  
ISSN 2219-8229  
E-ISSN 2224-0136  
Vol. 98, Is. 9, pp. 619-628, 2015

DOI: 10.13187/er.2015.98.619  
[www.erjournal.ru](http://www.erjournal.ru)



UDC 33

## The Relationship between the Students' Choice of Private Higher Education and Marketing Tools in Bosnia and Herzegovina

<sup>1</sup>Ozbal Okai  
<sup>2</sup>Konakli Zafer

<sup>1-2</sup>International Burch University, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina  
Department of Management

### Abstract

Severe market conditions and advancing technology demand a well-planned and a strategic marketing approach in all sectors as well as in education sector. This study examined the relationship between the students' choice and the marketing tools of private higher education (HE) in Bosnia and Herzegovina (BIH). To perceive this relation, we chose one of the private universities in Sarajevo. The study is based on a student survey which employed a questionnaire of 55 questions under 4 sub-groups and was done by 146 students. The first step of the questionnaire was determining the motives of the students to attend a private HE institution. The next part was to investigate the information sources of the students. These two steps followed the understanding of the evaluation criteria and the decision process of the students. Finally, the survey was concluded with the post enrollment observations of the students. The data obtained analyzed by SPSS software. The results revealed a strong consistency. The students were willing to have quality education and improve themselves via HE. They were using internet as a prior information source but would not make a final decision without parents' confirmation. The overall satisfaction of the students showed that our subject university communicates with the target groups efficiently and enjoys the benefits of positive 'word of mouth' marketing. In conclusion part, we addressed potential marketing tools to suggest a course of action to private HEIs.

**Keywords:** marketing, private higher education, marketing of higher education, social media, higher education in BIH.

### Introduction

According to Kotler (1995), marketing is the analysis, planning, implementation and control of carefully formulated programs designed to bring about voluntary exchange of values with target markets to achieve intutional objectives. Marketing involves designing the institution's offerings to meet the target markets' needs and desires, and using effective pricing, communication and distribution to inform, motivate and service these markets (Kotler, 1995). Higher education has historically avoided marketing, because of the negative image of marketing techniques (Rowland, 1977). The subject is started to be questioned in 80's. According to Firoz (1982) an effective communication between the internal and external publics is needed to solve the problems of an institution and this could be done by a marketing approach. In 1990's marketing of higher education became crucial for the stabilization of an institution. Simmons and Laczniak (1992) offered a 'Four Stage Model Reflecting the Acceptance of Marketing in Higher Education

Institutions'. After 2000 and so, most of the universities in Western countries had their marketing departments and the traditional “four P’s” of marketing approach (DePerro, 2006).

In Bosnia and Herzegovina, higher education got under the state way by 2005. Despite the downturn of the demographic values (UN World Population Prospects, 2015), 37 private HEIs opened in the country within the last decade (Branković and Branković, 2013) and the number of students enrolled in HEIs raised from 91260 in 2005/2006 academic year to 108008 in 2014/2015 academic year (Agency of Statistics, BiH, 2015). The data shows that the private HEIs market will be a more competitive field in future and all competitions result a demand of better marketing than the competitors.

The focus of this study is to investigate the relationship between the students’ choice of private HEI and potential marketing tools of these institutions in BIH. The study utilizes a student survey and employs quantitative analysis. The survey findings are weighed and analyzed under each data table and reviewed in ‘discussion’ part. In ‘conclusion’, we suggest several marketing tools to private HEIs in BIH.

### Research Methodology

The methodology of the study inspired from Al-Fattal (2010) and based on three questions (1) what are the expectations of prospective students from a private university in BIH? (2) How do they gather information and make a final decision? (3) What is the relationship between student choice of university and marketing strategies?

In order to meet the answers of these questions, one of the private universities in Sarajevo at the capital city of BIH was chosen. The major data source of the paper was a student survey. The function of the student survey was to establish the basis for generalizable patterns based on statistical analysis of student choice of private HEI in BIH. This phase has employed a questionnaire to measure attitudes of 146 freshmen students from 5 different departments as it generates data in a relatively convenient way.

### Data and analyzes

The students answered 55 questions under four sub-sections. The participants are asked to rate each of the 55 items, ranging from (1) irrelevant to (7) relevant. These data then transferred and analyzed by using SPSS software, Statistical Packing for the Social Science. The findings are then presented in a simple descriptive statistics based on mean, variance, frequency and standard deviation to see the difference and weight of each factors.

### Motives to Attend a University

The students’ motives to attend a university categorized under 11 questions. A detailed data table obtained from the questionnaire is presented in Table 1 below:

Table 1: Students’ motives and factors to attend a university

| Motives and Factors         | N   | Mean | Rank Order | Highly Positive Scores 6-7 | Highly Negative Scores 1-2 | Standard Deviation |
|-----------------------------|-----|------|------------|----------------------------|----------------------------|--------------------|
| Better future job           | 146 | 5.35 | 2          | 79                         | 12                         | 1.68               |
| Secure future               | 145 | 5.01 | 6          | 68                         | 15                         | 1.70               |
| Financial stability         | 145 | 4.75 | 9          | 55                         | 15                         | 1.71               |
| Social position             | 146 | 5.13 | 3          | 70                         | 10                         | 1.60               |
| Friends                     | 145 | 3.71 | 11         | 33                         | 47                         | 2.04               |
| Educated social environment | 144 | 5.08 | 4          | 71                         | 16                         | 1.69               |

|                              |     |      |    |    |    |      |
|------------------------------|-----|------|----|----|----|------|
| Parents' decision            | 146 | 3.82 | 10 | 40 | 49 | 2.13 |
| Social networking            | 142 | 4.83 | 8  | 62 | 19 | 1.81 |
| Experiencing university life | 142 | 5.06 | 5  | 71 | 17 | 1.86 |
| Personal development         | 145 | 5.61 | 1  | 96 | 15 | 1.63 |
| Improving character          | 145 | 4.84 | 7  | 55 | 16 | 1.70 |

As seen in the Table 1, the highest ranked students' motives were the 'personal development' which follows a 'better future job' and a 'good social position'. These three motives had 5.61, 5.35 and 5.13 mean values. The fourth and fifth ranked motives for the contributor students were 'educated social environment' and 'experiencing university life' which had 5.08 and 5.06 mean values respectively.

A strong consistency among the first five motives is obvious. These data indicates that the students would like to "develop" themselves while experiencing university life; they wish to have a good job, a respectable position and an educated social environment after graduation.

As it may be noticed, a 'secure future' and 'financial stability' do not play a major role of students' choice, since they might not look at higher education as a way of reaping a secure future and financial stability.

'Friends' and 'social networking' played minor roles as social motives. The remarkable point here is that students would like to experience university life and have an educated social environment but their social network and friends do not motivate them for higher education. Another remarkable point is, 'parents' decision' had highest standard deviation among the university motives which means that as for some students the point of view of their parents has a major importance for another group it does play a minor role.

### Decision Making Process of University Selection

The information gathering process was important in order to understand what shapes the process of university choice. Such a choice would reflect and impact enormously on students' futures and therefore they needed to collect as much information as they could in the time and means they had. Participants' ratings about the significance and role of the sources they had used to obtain information about potential universities are presented in Table 2.

Table 2: Information Sources

| Information Sources   | N   | Mean | Rank Order | Highly positive scores 6-7 | Highly negative scores 1-2 | Standard Deviation |
|-----------------------|-----|------|------------|----------------------------|----------------------------|--------------------|
| Friends               | 144 | 3.48 | 5          | 32                         | 57                         | 2.12               |
| Relatives             | 146 | 3.93 | 2          | 51                         | 51                         | 2.22               |
| Current Students      | 144 | 3.08 | 7          | 26                         | 69                         | 2.07               |
| Newspaper ads         | 141 | 2.37 | 8          | 10                         | 91                         | 1.74               |
| Street Billboards     | 144 | 2.33 | 9          | 8                          | 93                         | 1.75               |
| Brochures / Fliers    | 144 | 3.33 | 6          | 28                         | 60                         | 2.05               |
| University website    | 140 | 4.41 | 1          | 57                         | 37                         | 2.16               |
| Admission tutor visit | 142 | 3.8  | 4          | 53                         | 63                         | 2.59               |



|              |     |      |   |    |    |      |
|--------------|-----|------|---|----|----|------|
| Social media | 142 | 3.93 | 3 | 55 | 57 | 2.15 |
|--------------|-----|------|---|----|----|------|

The first three information sources are 'university website', 'relatives' and 'social media' with 4.41, 3.93 and 3.93 mean values, respectively. University website, social media and relatives also shared the highest positive scores (6-7) with 57, 55 and 51. These findings interpret that the students used internet when they need to gather information about universities and they discussed the related issues with their 'relatives'. It is also remarkable that all students (146 of 146) found their relatives as an information source by any means.

It is not surprising to find that internet is the leading source of information when students search for information about universities. The improvements in mobile networks (fast 3G and 4G internet) and mobile devices (smartphones, tablets) in the last five years allowed to be connected almost full time and anywhere so that people do not need to go to a computer for internet access, it is already in pockets. The "apps" in mobile devices provide easier and faster access to social media and the other internet tools.

The fourth major sources of information of the students was admission tutor visit but it had highest standard deviation as well (2.59). It means that some students like if a tutor comes to their high school and inform them about a particular university, they satisfy and trust the information source; on the other hand some other students do not like to be informed by this way.

According to the findings it is possible to say that the classical advertising methods such as 'street billboards', 'newspaper ads' and 'brochures and fliers' do not work anymore as an information source. They may work for brand recognition and public awareness of the institution.

#### **University Evaluation and Selection Criteria**

The issues under this title mattered most in the decision-making process, as they are the evaluation criteria on which university selection is based. The students were asked 25 questions and they are discussed under sub categories. The findings from this section are presented in the Table 3.

Table 3: Students' Evaluation and Selection Criteria

| Evaluation and Selection             | N   | Mean | Rank order | Highly positive scores 6-7 | Highly negative scores 1-2 | Standard Deviation |
|--------------------------------------|-----|------|------------|----------------------------|----------------------------|--------------------|
| Language of Instruction              | 146 | 6.19 | 1          | 112                        | 4                          | 1.11               |
| High calibre teachers                | 145 | 5.92 | 2          | 105                        | 5                          | 1.42               |
| Int'l accreditation                  | 142 | 5.85 | 3          | 98                         | 6                          | 1.41               |
| University reputation                | 145 | 5.75 | 4          | 98                         | 7                          | 1.56               |
| Foreign teaching staff               | 146 | 5.72 | 5          | 95                         | 8                          | 1.58               |
| Relationship with other universities | 142 | 5.61 | 6          | 87                         | 8                          | 1.58               |
| Student services                     | 145 | 5.39 | 7          | 82                         | 10                         | 1.63               |
| Local accreditation                  | 142 | 5.37 | 8          | 83                         | 16                         | 1.9                |
| Technology used                      | 143 | 5.22 | 9          | 80                         | 17                         | 1.86               |
| Number of students                   | 145 | 5.21 | 10         | 80                         | 22                         | 2                  |
| Final year abroad                    | 142 | 5.2  | 11         | 80                         | 17                         | 1.93               |
| Entry requirements                   | 131 | 5.05 | 12         | 62                         | 14                         | 1.78               |

|                           |     |      |    |    |    |      |
|---------------------------|-----|------|----|----|----|------|
| Paying in Installments    | 144 | 4.99 | 13 | 72 | 19 | 1.97 |
| Tuition Fees              | 145 | 4.94 | 14 | 66 | 21 | 1.9  |
| Friendly staff            | 145 | 4.89 | 15 | 68 | 21 | 1.9  |
| Discounts                 | 143 | 4.87 | 16 | 68 | 24 | 2.01 |
| Subjects thought          | 145 | 4.68 | 17 | 49 | 23 | 1.9  |
| Accommodation             | 145 | 4.68 | 18 | 60 | 24 | 1.97 |
| University Infrastructure | 143 | 4.56 | 19 | 54 | 23 | 1.87 |
| Student union             | 145 | 4.48 | 20 | 57 | 28 | 1.92 |
| Class size                | 144 | 4.38 | 21 | 40 | 36 | 3.94 |
| Transportation            | 144 | 4.38 | 22 | 44 | 31 | 2.02 |
| Convenient timetable      | 145 | 4.37 | 23 | 51 | 31 | 2.01 |
| Distance to home          | 145 | 3.88 | 24 | 44 | 49 | 2.23 |
| My friends                | 143 | 3.45 | 25 | 30 | 57 | 2.15 |

Detailed information is gathered from the students through the survey for their university evaluation and selection criteria. A strong consistency among the first eleven criteria is remarkable. They are all about the education quality. It is also noticed that the first seven criteria had the lowest standard deviation.

This first major category of criteria followed a second category which is about the financial issues and the infrastructure of the university. The students care about the amount of tuition fees and the way of payment. As 'paying in installments' shares 4.99, amount of 'tuition fees' share 4.94 and 'discounts' share 4.87 mean values.

The convenience of the university is given minor importance as this category of criteria ranked lower than the others above. Accommodation, transportation, infrastructure and active student unions are given less importance by the students.

### Post Enrolment Observations

The post-choice reflections section investigated students' views and attitudes about their decisions and the universities they enrolled at. This section investigated current state unlike earlier sections requiring respondents to recall past incidents. The findings about general satisfaction are summarized in Table 4.

When respondents were asked whether the university matched their expectations, their responses were almost neutral with a mean attitude rating of 4.3. Students' general satisfaction with the educational services scored above the neutral position, with a mean attitude rating of 4.78.

Table 4: Post Enrolment Reflections

| Post Enrolment Observations  | N   | Mean | Rank order | Highly positive scores 6-7 | Highly negative scores 1-2 | Standard Deviation |
|------------------------------|-----|------|------------|----------------------------|----------------------------|--------------------|
| My expectations matched      | 142 | 4.3  | 8          | 50                         | 33                         | 1.99               |
| Educational services satisfy | 142 | 4.78 | 4          | 58                         | 17                         | 1.76               |
| Foreign language efficient   | 143 | 5.09 | 2          | 64                         | 12                         | 1.67               |
| Individual student support   | 140 | 4.62 | 5          | 54                         | 25                         | 2                  |

|                                  |     |      |    |    |    |      |
|----------------------------------|-----|------|----|----|----|------|
| Academic staff qualified         | 141 | 4.55 | 6  | 57 | 30 | 2.05 |
| Size of class is good            | 142 | 5.56 | 1  | 93 | 10 | 1.57 |
| Student services satisfied       | 141 | 4.96 | 3  | 65 | 18 | 1.83 |
| Active student clubs             | 141 | 4.23 | 9  | 49 | 39 | 2.12 |
| Accommodation and transportation | 140 | 4.22 | 10 | 40 | 33 | 1.96 |
| Affordable tuition fees          | 141 | 4.54 | 7  | 46 | 19 | 1.78 |

It is remarkable that as a university selection criterion, 'class size' had a minor importance (21<sup>st</sup> of 25) and 4.38 mean values, but now it took the highest rank among the post enrolment observations with 5.56 mean value. High satisfaction on size of class can be a result of the small number of students in each class at this university and may point that the students were comparing their conditions to those at public universities with larger class sizes.

'Foreign language', namely English, also scored high with a mean attitude rating of 5.09, and ranked the second. High level of satisfaction showed that this university places a particular importance and effort on English teaching.

'Student services' and 'educational services' ranked third (4.96 mean value) and fourth (4.78 mean value) and comparably lower standard deviations (1.83 and 1.76 respectively) meant that students were happy and satisfied with those services.

It is also worth to notice that 'affordable tuition fees', 'active students clubs' and 'accommodation and transportation' were the lowest ranked reflections, they all had mean values above the average which were 4.54, 4.23 and 4.22 respectively.

## Discussion and conclusion

### University Motives and Information Sources of the Students

The motives and information sources of the students are deeply related to sociological and historical background of the country. Since BIH locates at an intersection point of cultures, it influenced both from East and West. The young Bosnians may wish to be as independent as their German peers but they would not make an important decision without the confirmation of their parents. They ranked relatives (including parents) at the 2<sup>nd</sup> of 9 as an information source for a HEI on the other hand they placed their parents at the 10<sup>th</sup> of the 11 "motives" (Table 1).

The first three motives (personal development, having a good job and a good social position) indicate that the students are self-motivated individuals who gather information primarily from internet, namely university websites (1<sup>st</sup> of 9) and social media (3<sup>rd</sup> of 9). They also do not motivate from their 'friends' (11<sup>th</sup> of 11) or 'social networks' (8<sup>th</sup> of 11) but would like to 'improve themselves' (7<sup>th</sup> of 11) via university education and would like to belong 'an educated social community' (4<sup>th</sup> of 11).

### University Evaluation-Selection Phase and Post Enrolment Reflections

The most important evaluation criteria were the 'education quality' and 'the reputation of the university'. The students would like to attend a private university where the medium of instruction language (1<sup>st</sup> of 25) is English, and they would like to learn from 'highly qualified' (2<sup>nd</sup> of 25) and 'international teaching staff' (5<sup>th</sup> of 25). International and local accreditations of the university are two crucial concerns of the students. If the above criteria are all set, then the students consider the financial issues and the infrastructure of the university.

The contributor students reflect that their overall expectations are matched in *the university* with the mean value of 4.3 of 7 which is just above the average. This value is quite persuasive for an institution which is in service "business". The participant students also reflect that they satisfied with the education quality. A latest research (Abdullah et al., 2014) deserts that, students do not form an emotional attachment neither with academic or administrative staff (human / the service provider), but they can see and experience various tangible elements associated with the service. In our case, it is remarkable that all the post enrolment reflections of the students are above the average. It means that the students are feeling good and happy with their choices and they are emotionally attached to the university.

### Marketing Channels and Discussion

According to the students' remarks, internet is the prior information channel about HEIs, therefore should be placed as the first marketing tool for private HEIs. The latest dissertations on marketing of private HE confirm this evidence.

The website appearance of some of the HEIs in BIH is no different than a digital brochure and do not have any contribution to the marketing of the institution. The universities should have a functional, user-friendly websites. A website should be as if it is the online-campus of the HEI and should be planned to satisfy the needs of the users. Since *the first impression is the most lasting one*, a website plays a leading role to "attract" or "repel" the potential students. A quality website delivers a strong clue about the quality of the university. No university can present a facility that does not exist. A dynamic and user friendly website refers to a dynamic and well managed university. According to Peifer (2012) the design method, usability factors, visuals, aesthetics, and the marketing strategies need to be considered when building a college website.

Social media is the second information channel of the subject students and should be considered as the second major marketing tool. Pauwels and Weiss (2008) said that university websites can provide a basis for an engaging user environment and the social media is an ideal extension for relational marketing activities due to their collaborative and interactive nature. According to Luna (2014) social media has been linked to improved communication, brand loyalty and customer engagement, but it can make mistakes more likely and more visible. "A university's reputation is as valuable as ever, but because of the ubiquitous nature of social media, that reputation may be much more vulnerable." (Luna, 2014). Because the emergence of social media caused decentralized communication and has created a need for additional guidance to the communicators (Fuchs, 2010). All internal publics (faculty/alumni/administration) need to perceive the "know how" of social media. Marketing departments should deliver briefings/presentations to all internal publics to appraise the role of social media. According to Reuben (2008), the universities need to create strong and effective policies for the use of social media and assign staff members with specific monitoring and contribution tasks. Social media can provide a positive image as well as negative commentary for a university. Reuben (2008) also adds that negative commentary on social media is a resourceful, positive tool that helps more than they hurt. They can assist in clearing up misconceptions and promote unsolicited, genuine positive feedback. According to Solis (2008) social media provides the opportunity to humanize stories of students and alumni of the institutions, which can create loyalty and earn future students and ultimately their respect. Social media also allows faculty members to spread their work beyond the academic circles. By promoting across different platforms, researchers can bring their research to new audiences and can intentionally target specific readers.

Emotional attachment of students is a key factor for a private HEI. A university can enjoy the advantage of the 'word of mouth' marketing if the students are satisfied and emotionally attached to the institution. According to Shahid (2012), word of mouth is the most important factor when choosing a university. Ivy (2001), Beerli Palacio et al. (2002), Brown (2005), Ladhari (2007), De Matos and Vargas Rossi (2008) agreed that positive word of mouth communication creates a competitive advantage to higher education institutions' favorable image. Palmer et al. (2011) emphasized that if the students obtain the word of mouth information from a close friend or relative it would be highly credible.

### Conclusion

This study showed that the most important marketing channels for private HE institutions are internet and the word of mouth. Internet even takes the word of mouth. In order to have an effective marketing of an HEI, the decision takers should have a master plan and this master plan should have headlines as follows:

A user-friendly website: Website management is no different than management of an institution. HEIs can have a positive first impression by a dynamic website and the website of an HEI should be assigned as the most crucial element of its marketing strategy. According to McCoy (2011), a HEI website should be built and maintained by considering content techniques and search engine optimization (SEO) to improve web page visibility on search engines. McCoy (2011) also adds that the content of a HEI website should include online applications, a cost calculator,

online course information, admissions contact information, online visit requests, mail information requests, and student focused navigation.

A website should have easy-access buttons for all users and a user should be able to access the required information after a few clicks. HEI faculty/alumni/administration should be accessible via their emails, office phones or social media accounts through the website of HEI. The HEI faculty/alumni/administration should respond at most in a day when they receive an email, phone call or social media message. The similar information provided on different pages should not contradict one another. Unfortunately, there are many universities providing contradicted information on their websites. Another limitation regarding HEI websites is that the web sites provide multiple pages on the same web site to attract the prospective student and critical information is scattered across multiple pages (McCoy, 2011). A user-friendly and dynamics website should overcome such problems.

Social media: The most active social media in BIH is Facebook. YouTube, Instagram and Twitter follow it accordingly (Smajlović et al., 2015). A HEI should have official accounts on all these platforms and share new or past events, upcoming activities, sports, results, announcements etc. Social media accounts also should have a dynamic character. The HEIs can benefit the social media accounts of their current students and employers, too. According to leading smartphone manufacturer Samsung, 1 million selfies posted to social media accounts each day and selfies make up almost one-third of all photos taken by people aged 18-24 (The Year Of The Selfie – Statistics, SocialTimes). Universities should turn these statistics into their advantage and may set up some selfie corners in the university. When there is a sports activity, an art event or a scientific seminar, the participants would like to share it from their social media accounts. The selfie corners -with a special hashtag of the event at the background- would popularize the event and also advertise the university “for free”.

The HEIs can encourage students via student clubs to make funny/entertaining videos, cover-song-clips or the video of social events to publish them on popular video channel YouTube. Any video that is published on YouTube also can be shared from the other social media accounts to increase the visibility.

HEIs should be keen to appear on social media and HEI administrations should not worry about negative mentions. A negative mention can be taken as a chance to express the point of view of the HEI. The decision makers should determine and clarify the social media policy of the institution in their master marketing plan and deliver it to all internal publics to keep them informed and updated.

Since marketing is all about presentation, the HEIs should work with professionals for official video records or photo sessions.

Word of mouth (WoM): The WoM is one of the most effective ways of marketing and it is a combination of all efforts in a private HEI. WoM is a powerful marketing tool for a HEI as long as all the internal publics (faculty/alumni/administration) try their best. Positive WoM can be delivered mostly via current students of a HEI. If students satisfy with the quality of education, like the way of communication with the teachers, enjoy the services and the infrastructure, and finally if they are happy with their choices, they would reflect these feelings and their positive attitude to the others. These reflections can be in a family meeting, in a friend’s party or can be a sharing on social media. Simply to say, all people desire to be happy and they share it when they are.

A higher percentage of employment after graduation will also benefit to a HEI and can contribute to the positive WoM. There are increasing numbers of blogs that allow students share information about universities and rank their professors. It is easy to say that the positive WoM will be more valuable in future.

### References:

1. Abdullah, A.H., Wasiuzzaman, S., Musa, R., 2014. The Effects of University Quality on Emotional Attachment: A Case from a Private Higher Education Institution. *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, 4th International Conference on Marketing and Retailing 2013, INCOMaR 2013 130, 282–292. doi:10.1016/j.sbspro.2014.04.033

2. Agencija za statistiku BiH [WWW Document], n.d. URL [http://www.bhas.ba/index.php?option=com\\_publicacija&view=publicacija\\_pregled&ids=1&id=21&n=Obrazovanje&Itemid=&lang=en](http://www.bhas.ba/index.php?option=com_publicacija&view=publicacija_pregled&ids=1&id=21&n=Obrazovanje&Itemid=&lang=en) (accessed 9.11.15).
3. Al-Fattal, A., n.d. Understanding Student Choice of University and Marketing Strategies in Syrian Private Higher Education. ResearchGate.
4. AMA Journals - Listening to Strangers: Whose Responses Are Valuable, How Valuable Are They, and Why? [WWW Document], n.d. URL <http://journals.ama.org/doi/abs/10.1509/jmkr.45.4.425> (accessed 8.29.15).
5. Beerli Palacio, A., Díaz Meneses, G., Pérez Pérez, P.J., 2002. The configuration of the university image and its relationship with the satisfaction of students. *J. Educ. Adm.* 40, 486–505.
6. Branković, J., Branković, N., 2013. Overview of Higher Education and Research Systems in the Western Balkans.
7. Brown, T.J., Barry, T.E., Dacin, P.A., Gunst, R.F., n.d. Spreading the word: Investigating antecedents of consumers' positive word-of-mouth intentions and behaviors in a retailing context. *J. Acad. Mark. Sci.* 33, 123–138. doi:10.1177/0092070304268417
8. Conversation Prism.pdf [WWW Document], n.d. URL <http://www.mktgsensei.com/AMAE/Internet%20Marketing/Conversation%20Prism.pdf> (accessed 9.1.15).
9. DePerro, D.R., 2006. The visibility is clear: Integrated marketing makes a difference in higher education. University of Pennsylvania.
10. Firoz, M.N., 1982. Marketing in non-profit higher education. University Microfilms International.
11. Fuchs, C., 2010. Alternative media as critical media. *Eur. J. Soc. Theory* 13, 173–192.
12. Higher Education Institutions [WWW Document], n.d. URL <http://www.cip.gov.ba/index.php/en/higher-education-institutions> (accessed 9.10.15).
13. Ivy, J., 2013. Higher education institution image: a correspondence analysis approach. *Int. J. Educ. Manag.* doi:10.1108/09513540110401484
14. Kotler, P., 1995. Strategic Marketing for Educational Institutions. Prentice-Hall.
15. Ladhari, R., 2007. The Effect of Consumption Emotions on Satisfaction and Word-of-Mouth Communications. *Psychol. Mark.* 24, 1085–1108. doi:10.1002/mar.20195
16. Luna, S., 2014. Social media as a higher education marketing tool: A cross-case analysis. STEPHEN F. AUSTIN STATE UNIVERSITY.
17. Matos, C.A. de, Rossi, C.A.V., 2008. Word-of-mouth communications in marketing: a meta-analytic review of the antecedents and moderators. *J. Acad. Mark. Sci.* 36, 578–596. doi:10.1007/s11747-008-0121-1
18. McCoy, J.C., 2011. A Comparison of Internet Marketing Methods Utilized by Higher Education Institutions. ProQuest LLC.
19. Palmer, J., Eidson, V., Haliemun, C., Wiewel, P., 2011. Predictors of positive and negative word of mouth of university students: Strategic implications for institutions of higher education. *Int. J. Bus. Soc. Sci.* 2, 59–62.
20. Pauwels, K., Weiss, A., 2008. Moving from free to fee: how online firms market to change their business model successfully. *J. Mark.* 72, 14–31.
21. Peifer, M., n.d. Determining the best practices and strategies for website redesign in higher education [WWW Document]. URL <http://libres.uncg.edu/ir/listing.aspx?id=13976> (accessed 9.1.15).
22. Reuben, R., 2008. The use of social media in higher education for marketing and communications: A guide for professionals in higher education. Online Httpdoteduguru Comwp-Contentuploads200808social-Media--High.-Educ. Pdf Accessed 13 March 2012.
23. Rowland, A.W., 1977. Handbook of Institutional Advancement. A Practical Guide to College and University Relations, Fund Raising, Alumni Relations, Government Relations, Publications, and Executive Management for Continued Advancement.

24. Shahid, H., Shafique, O., Bodla, O.H., 2012. What Factors Affect a Student's Choice of a University for Higher Education. Res. Humanit. Soc. Sci. 2, 64–67.
25. Simmons, J.M., Laczniak, G.R., 1992. Marketing in Higher Education: A Stage Model Concerning Where It's Been and Where It's Going. Coll. Univ. 67, 263–74.
26. Smajlović, E., Kamarić, A., Sinanagić, A., 2015. SOCIAL MEDIA AS A TOOL FOR THE REALIZATION OF MARKETING OBJECTIVES OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN BOSNIA AND HERZEGOVINA.
27. The Year Of The Selfie – Statistics, Facts & Figures [INFOGRAPHIC] | SocialTimes [WWW Document], n.d. URL <http://www.adweek.com/socialtimes/selfie-statistics-2014/497309> (accessed 8.31.15).
28. World Population Prospects – Population Division – United Nations [WWW Document], n.d. URL <http://esa.un.org/unpd/wpp/> (accessed 9.10.15).

УДК 33

### **Отношение учащихся к выбору частного высшего образования и маркетинговые стратегии в Боснии и Герцеговине**

<sup>1</sup> Озбал Окай

<sup>2</sup> Конакл Зафер

<sup>1-2</sup> Международный университет Берч, Сараево, Босния и Герцеговина  
Департамент по вопросам управления

**Аннотация.** Жесткие рыночные условия и развивающиеся технологии требуют хорошо спланированного и стратегически разработанного маркетингового подхода во всех секторах, а особенно в сфере образования. Это исследование выявляет взаимосвязь между выбором студентов и маркетинговой стратегией частного высшего образования в Боснии и Герцеговине (БиГ). В качестве примера выбран один из частных университетов в Сараево. Исследование основано на материалах опроса, проводившегося в форме анкетирования и состоявшего из 55 вопросов в рамках 4 подгрупп, в котором принимало участие 146 студентов. Первый шаг вопросника было определение мотивов учеников посещать частные учреждения. Следующей частью было изучение источников информации для студентов. Эти два шага, отслеживали понимание критериев оценки и процесса принятия решения студентами. Полученные данные проанализированы с помощью пакета статистических программ SPSS. Результаты позволили выявить строгую закономерность. Студенты готовы получать качественное образование. Они использовали Интернет в качестве источника априорной информации, но не принимают окончательного решения без одобрения родителей. Степень общей удовлетворенности студентов показала, что представленный университет эффективно взаимодействует с целевыми группами и пользуется выгодами от использования маркетинговой стратегии «из уст в уста». В заключение авторы проанализировали маркетинговые стратегии, собранные на протяжении всего исследования, чтобы предложить порядок действий для частных вузов.

**Ключевые слова:** маркетинг, частное высшее образование, маркетинг высшего образования, социальные медиа, высшее образование в БиГ.



Copyright © 2015 by Academic Publishing House *Researcher*

Published in the Russian Federation  
European Researcher  
Has been issued since 2010.  
ISSN 2219-8229  
E-ISSN 2224-0136  
Vol. 98, Is. 9, pp. 629-636, 2015

DOI: 10.13187/er.2015.98.629  
[www.erjournal.ru](http://www.erjournal.ru)



UDC 336.02

### Cost Estimation of “Tourist” Budget Services in Resort City of Sochi

E.E. Sinyavskaya

Sochi state university, Russian Federation  
Sovetskaya Str. 26 a, Sochi city 354000  
PhD (economic), Assistant Professor  
E-mail: sutrfik@yandex.ru

#### Abstract

The article dwells upon the matters of tourist activity management on municipal level with the aim to achieve the most suitable development of the territory. Joint use by both permanent residents of the certain territory and tourists of great amount of resources, which form the usual inhabitable environment, creates the significant additional loading on local resources, which are financed from municipal treasury. Issuing of budget services by self-governing authorities of recreational and tourist regions is considered on the example of Sochi health resort. Analysis, which has been performed, allows separating and evaluating the “tourist component” of budget services. Services, used by tourists and paid by municipal entity budget, can be viewed as certain conventional export. Consequently, it is necessary to create the mechanism of compensation payments to budget for using collective services of mixed use by non-residents.

**Keywords:** recreation regions, budget expenditures of municipal formation, budget services, cost estimation of budget services, “tourist component” of budget services.

#### Введение

В Российской Федерации большое внимание уделяется развитию туризму, который должен обеспечивать высокие и устойчивые темпы экономического роста регионов, и рассматривается как важный источник финансовых доходов бюджетов регионов и муниципальных образований, специализирующихся на рекреационно-туристской деятельности, как средство повышения занятости и качества жизни населения. Так, туристский поток в Краснодарском крае в 2012 году превысил 11,3 млн. человек, а доходы от санаторно-курортного и туристского комплекса составили 63,6 млрд.рублей [1], которые стали основой формирования налоговых поступлений в бюджет. Вместе с тем, туристские потоки генерируют дополнительную нагрузку на региональные бюджетные услуги общего назначения. В этой связи особое значение приобретает регулирование туристской деятельности на региональном и муниципальном уровнях. Центральным звеном в регулировании на региональном и муниципальном уровне является управление процессами использования ресурсов общего назначения [2]. Это, в первую очередь, обусловлено необходимостью совместного использования постоянным населением данной территории и туристами большого числа бюджетных услуг, формирующих обычную жизненную среду в регионе.

### Материалы и методы

В основу методологии исследования потребления бюджетных услуг туристами и постоянным населением региона положены методы статистического анализа, методы экспертных оценок, экономико-математическое моделирование. Информационной базой исследования являются данные официальной статистики: паспорт муниципального образования города-курорта Сочи, материалы территориального управления Федеральной службы по статистике Краснодарского края и портала исполнительных органов государственной власти Краснодарского края.

### Обсуждение

Теоретические и прикладные аспекты влияния туризма на социально-экономическую систему региона исследованы в трудах российских ученых В.Г. Гуляева [3], А.Б. Здоров [4], А.Б. Г.А. Карповой [5], А.А. Татарина [6] и др. Население, расходуя больше денег на потребление различных благ, воздействует на производителей в рыночном сегменте, которые стремятся действовать более эффективно, чтобы выдержать рыночную конкуренцию. Выпуск бюджетных услуг органами регионального управления и местного самоуправления создает благосостояние так же, как и выпуск рыночного сектора, несмотря на то, что потребители либо не платят за эти услуги, либо платят номинальную цену.

Выпуск бюджетных услуг органов местного самоуправления рекреационно-туристских местностей рассмотрен на примере города-курорта Сочи. Источником информации о бюджетных услугах послужила статистика по исполнению бюджета муниципального образования (таблица 1).

Таблица 1

#### Исполнение бюджета города-курорта Сочи\*)

| Годы | Доходы     |                            |                                  | Расходы    |                            |                                  |
|------|------------|----------------------------|----------------------------------|------------|----------------------------|----------------------------------|
|      | тыс. руб.  | в % к предшествующему году | на душу населения, тыс. руб./чел | тыс. руб.  | в % к предшествующему году | на душу населения, тыс. руб./чел |
| 2008 | 8 445 109  |                            | 20,7                             | 8 826 362  |                            | 21,6                             |
| 2009 | 11 905 574 | 40,98%                     | 28,8                             | 10 811 051 | 22,49%                     | 26,2                             |
| 2010 | 14 155 175 | 18,90%                     | 33,8                             | 14 482 916 | 33,96%                     | 34,6                             |
| 2011 | 14 669 919 | 3,64%                      | 34,2                             | 13 934 345 | -3,79%                     | 32,5                             |
| 2012 | 21 160 835 | 44,25%                     | 43,7                             | 19 269 442 | 38,29%                     | 43,7                             |

\*) рассчитано на основе данных [7, 8].

На протяжении последнего времени наблюдается абсолютный рост бюджетных доходов и расходов города-курорта Сочи, который сопровождается ростом бюджетных доходов и расходов на душу населения. Негативной тенденцией последних лет является снижение доли собственных доходов в бюджете, которая за последние пять лет сократилась почти в два раза и составила менее трети всех доходов бюджета. Собственные доходы покрывают расходы бюджета только на 35,85 % (таблица 2), следовательно, бюджетная зависимость от внешних источников города Сочи возрастает.

За рассматриваемый период практически удвоилась бюджетная обеспеченность населения города Сочи с 21,6 тысяч рублей на одного жителя до 43,7 тыс. рублей. Расчет этого коэффициента базируется на численности постоянного населения муниципального образования. Расходы муниципального бюджета города Сочи, мало отличаются от соответствующих расходов в муниципальных образованиях, не специализирующихся на туризме. Вместе с тем, особенностью туризма является то, что одни и те же услуги органов местного самоуправления рекреационно-туристских местностей потребляются одновременно и местным населением и туристами.

Таблица 2

**Динамика бюджетных показателей города-курорта Сочи<sup>\*)</sup>**

| Показатели  | 2008    | 2009     | 2010     | 2011     | 2012     |
|---|---------|----------|----------|----------|----------|
| Бюджетные расходы, тыс. руб.                                    | 8826362 | 10811051 | 14482915 | 13934344 | 19269441 |
| Бюджетные доходы, тыс. руб.                                     | 8445109 | 11905574 | 14155175 | 14669918 | 21160835 |
| - в том числе собственные доходы бюджета                        | 5156000 | 5394370  | 5914991  | 6797497  | 6907530  |
| Доля собственных доходов в доходах бюджета, %                   | 61,05   | 45,31    | 41,79    | 46,34    | 32,64    |
| Профицит/дефицит бюджета, тыс. руб.                             | -381252 | 1094523  | -327740  | 735574   | 1891394  |
| Коэффициент обеспечения расходов собственными доходами, %       | 58,4    | 49,9     | 40,9     | 48,8     | 35,8     |
| Коэффициент бюджетной обеспеченности населения, тыс. руб./ чел. | 21,6    | 26,2     | 34,6     | 32,5     | 43,7     |

<sup>\*)</sup> рассчитано на основе данных [7, 8].

При расчете стандартных коэффициентов бюджетной обеспеченности этот момент не учитывается, поэтому фактическая бюджетная обеспеченность ниже расчетной. Следовательно, традиционные методы оценки стоимости бюджетных услуг не отражают реальной ситуации.

В соответствии с теорией бюджетного федерализма, децентрализовано, на уровне муниципалитета должны приниматься решения, относящиеся к поставке тех общественных благ (услуг), выгоды от которых в основном локализируются на данной территории. В этом случае жители муниципального образования берут на себя ответственность за финансирование поставки локальных общественных благ. Однако в рекреационно-туристских местностях выгоды, приносимые общественным благом, не локализируются, так как потребителем общественных благ являются не только постоянные жители Сочи, но и те, кто прибывает в город на отдых. Это означает, что одна и та же городская среда является обычной средой жизни местного населения и средой пребывания посетителей (в том числе, туристов). Возникает проблема "безбилетника" [9], когда невозможно контролировать доступ к благу, а значит, децентрализованные решения, касающиеся желательного состава и количества, общественных благ, не подкрепляются децентрализованным финансированием из городского бюджета.

Туристские ресурсы в большинстве своем являются ресурсами смешанного назначения. Во многих случаях муниципалитеты рекреационно-туристских местностей вынуждены поддерживать состояние довольно экзотической городской среды, неся при этом иногда весьма значительные дополнительные расходы [11]. Необходимо финансировать выходящие из строя нестандартные элементы инфраструктуры, сохранять исторически сложившийся облик города, поддерживать экологию, поскольку это является одним из главных факторов привлечения туристов. При этом местное население фактически жертвует комфортом и несет значительные дополнительные расходы по тем же причинам.

Бюджетные расходы, направленные на воспроизводство локальных ресурсов, доступ к которым имеют не только местные жители, представляют для рекреационных регионов туристскую составляющую. Предлагается принципиальный подход к оценке итоговых показателей выпуска "туристских" бюджетных услуг в муниципальных образованиях рекреационно-туристской специализации, который состоит в следующем:

1. Определяется набор бюджетных расходов на развитие и содержание локальных ресурсов, потребляемых местным населением и посетителями. Состав бюджетных расходов на содержание локальных ресурсов смешанного назначения приведен в таблице 3.

2. Определяется условная туристская доля, то есть доля потребляемых туристами ресурсов.

3. Рассчитывается стоимость "туристских" бюджетных услуг.

Оценка туристских долей может проводиться в два этапа.

На первом этапе рассчитывается базовая туристская доля для данной местности (города) с учетом численности посетителей рекреационно-туристского региона и среднего срока их пребывания на основе следующей формулы:

$$S_T = \frac{N_T * t}{N * 365 + N_T * t} \quad (1)$$

где:  $S_T$  - базовая туристская доля;

$N_T$  - численность туристов за отчетный год;

$t$  - средний срок пребывания туристов, дней;

$N$  - среднегодовая численность постоянного населения.

На втором этапе следует рассчитать индивидуальные туристские доли каждого вида бюджетных услуг. Для этого необходимо предварительно оценить поправочные коэффициенты (множители) по каждому виду бюджетных услуг. Поправочные коэффициенты должны рассчитываться на основе данных обследований соответствующих поставщиков бюджетных услуг. Поправочные коэффициенты отражают относительную интенсивность потребления каждого вида услуг туристами в сравнении с постоянным населением.

Если базовая туристская доля основывается на гипотезе о том, что туристы потребляют смешанные услуги с той же интенсивностью, что и местное население, то введение поправочного коэффициента позволяет скорректировать этот показатель, приблизив его к реальности.

$$S_{R_i} = S_T * k_i \quad (2)$$

где  $S_{R_i}$  – индивидуальная туристская доля  $i$ -го вида бюджетных услуг;

$k_i$  - поправочный коэффициент (множитель) для  $i$ -го вида бюджетных услуг.

Поправочный коэффициент может быть больше единицы, если туристы потребляют услугу более интенсивно, чем местное население, или меньше единицы, если наоборот. Например, поправочный коэффициент для городского транспорта представляет собой отношение среднего количества поездок туристов по городу к среднему количеству поездок местного населения за один и тот же промежуток времени. Для определения конкретных значений поправочных коэффициентов требуется проведение специальных обследований, но, как показывает опыт, эти коэффициенты достаточно устойчивы во времени и могут использоваться в расчетах несколько лет.

$$k_i = \frac{P_{T_i}}{P_{N_i}} \quad (3)$$

$$S_{R_i} = S_T * \frac{P_{T_i}}{P_{N_i}} \quad (4)$$

где  $P_{T_i}$  – объем потребления бюджетной услуги  $i$ -го туристами;

где  $P_{N_i}$  – объем потребления бюджетной услуги  $i$ -го местными жителями.

В этом случае стоимость "туристских" бюджетных услуг в муниципальных образованиях рекреационно-туристской специализации услуг будет рассчитываться как сумма бюджетных расходов на развитие и содержание локальных ресурсов, потребляемых и местным населением и туристами, скорректированных на индивидуальную туристскую долю, определенную для каждого вида бюджетных расходов:

$$R = \sum_{i=1}^n R_i * S_{R_i} \quad (5)$$

где  $R$  - стоимость "туристских" бюджетных услуг в муниципальных образованиях.

$$R = \sum_{i=1}^n \left( R_i * S_T * \frac{P_{T_i}}{P_{N_i}} \right) \quad (6)$$

Развитие и содержание локальных ресурсов, потребляемых местным населением и туристами, или услуги смешанного назначения финансируется за счет следующих статей муниципального бюджета: национальная безопасность и правоохранительная деятельность, транспорт, коммунальное хозяйство, охрана окружающей среды, культура, кинематография и средства массовой информации, здравоохранение. Из шести перечисленных видов



На протяжении рассматриваемого периода расходы бюджета города Сочи по этим статьям возросли в 4,9 раза в абсолютном выражении, тогда как их доля в общих расходах муниципального бюджета практически не изменилась и составляет около 30 %. Базовая туристская доля услуг смешенного назначения возросла с 15,36 % в 2006 году до 25,10 % в 2012 году (рисунок 1).

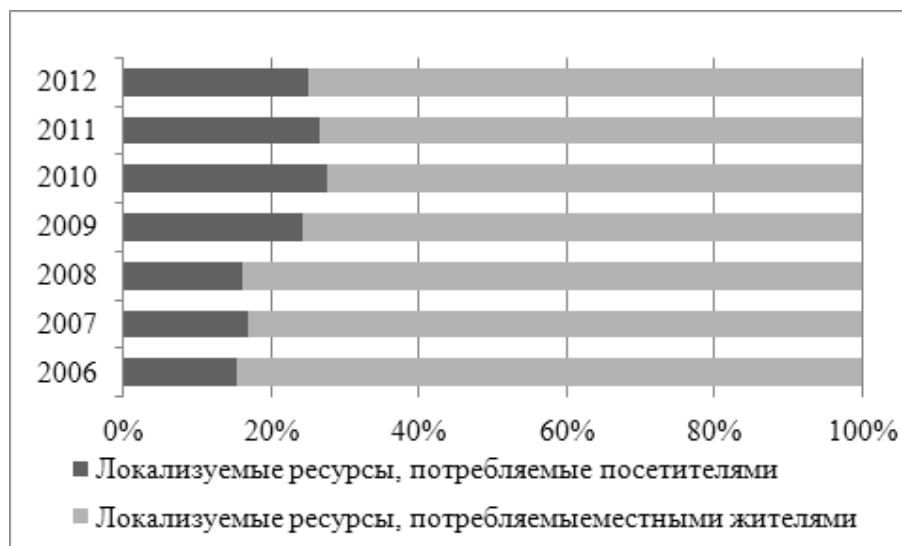


Рис. 1. Распределение локальных ресурсов по потребителям

Анализ показал наличие тенденции, в соответствии с которой все меньше услуг смешанного назначения приходится на потребление местных жителей и все больше – на туристов, посещающих город Сочи. Интересно отметить, что туристская доля в советский период в Сочи в 1989 году составляла 30,25 %. Расчет базировался на следующих показателях: количество туристов с учетом до счета статистически ненаблюдаемого потока – 3,8 млн. человек при средней продолжительности пребывания 15 дней и численности постоянного населения 360 тысяч человек.

В целом в 2012 году доля туристского выпуска органов местного самоуправления оценивается в 1991,1 млн. рублей или 10,33% всех бюджетных расходов против 247,6 млн. рублей или 4,61 % в 2006 году.

Обеспеченность локальными ресурсами населения в 2012 году составила 18,4 тысячи рублей в год на жителя. Если принимать во внимание распределение локальных ресурсов между постоянным населением и туристами, то фактическая обеспеченность этими ресурсами местного населения составляет 13,8 тыс. рублей на потребителя или на 25 % ниже.

### Заключение

Туристы создают значительную дополнительную нагрузку на локальные ресурсы, которые финансируются за счет местного бюджета. Поскольку эти локальные услуги потребляются нерезидентами, их можно отнести к трансфертам внешнему миру в натуральной форме, поскольку для потребителей они бесплатны. Вместе с тем, поскольку бюджетные услуги, потребленные туристами, в конечном счете, оплачиваются бюджетом муниципального образования, то их можно также рассматривать как некий условный экспорт, реализуемый по цене, равной стоимости бюджетных расходов. В этом случае величина этих бюджетных расходов условно отражает стоимость потребленных туристами локальных ресурсов. Но тогда должен существовать механизм изъятия в бюджет муниципального образования компенсационных платежей за пользование нерезидентами коллективными услугами смешанного назначения. Объемы такой компенсации можно оценить на основе предложенной методики. В частности, в приведенном расчете суммарная стоимость компенсации в 2012 году должна была бы составлять около двух миллиардов рублей. Механизмы компенсации могут строиться на принципах пропорционального участия муниципального образования с предпринимательскими структурами, но желательно без



создания дополнительной налоговой нагрузки. Возможно, разрешение этой проблемы потребует принятия институциональных решений, а именно, упрощения процедур в сфере предпринимательства при одновременном ужесточении налоговых обязательств.

#### **Примечания:**

1. Постановление главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 11 октября 2013 г. N 1168 "Об утверждении государственной программы Краснодарского края "Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса". Министерство экономики Краснодарского края. [Электронный ресурс] Режим доступа в Интернет: [http://economy.krasnodar.ru/gos-prog-kk/perech-gp/files/0608\\_postan\\_11102013\\_1168.docx](http://economy.krasnodar.ru/gos-prog-kk/perech-gp/files/0608_postan_11102013_1168.docx)
2. Татаринов А.А., Татарина С.И. Функции органов управления в области использования туристских ресурсов // Социально-экономическое и инновационное развитие Юга России. Материалы конференции. Сочи: РИО СНИЦ РАН, 2009. 197с.
3. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2010. 304с.
4. Здоров А.Б. Экономика туризма. М., Финансы и статистика. 2007. 272с.
5. Экономика и управление туристской деятельностью (в 2 томах) / под общ. ред. Карповой Г.А., Хоревой Л.В. Спб, СПбГУЭФ, 2011. 286с.
6. Татаринов А.А. Методология оценки и анализа экономики рекреационно-туристского региона. Сочи : СГУТиК, 1998. 92с.
7. Паспорт муниципального образования город-курорт Сочи. База данных: показатели муниципальных образований. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.gks.ru/scripts/db\\_inet2/passport/pass.aspx?base=munsto3&r=3726000](http://www.gks.ru/scripts/db_inet2/passport/pass.aspx?base=munsto3&r=3726000).
8. База данных показателей муниципальных образований. Краснодарстат. [Электронный ресурс] Режим доступа в Интернет: <http://krsdstat.gks.ru>
9. Экономика общественного сектора: учебник для вузов / под ред. Л.И. Якобсона, М.Г. Колосницыной. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2014. 558 с.
10. Портал исполнительных органов государственной власти Краснодарского края. [Электронный ресурс] Режим доступа в Интернет: <http://www.krasnodar.ru>
11. Синявская Е.Е., Татарина С.И. Анализ состояния муниципального бюджета и туристских бюджетных услуг г. Сочи. / Социально-экономические и технологические проблемы устойчивого развития Юга России: сб. науч. тр. Краснодар: Экоинвест, 2009.
12. Кубанский информационный портал. [Электронный ресурс] Режим доступа в Интернет: <http://kuban.info>

#### **References:**

1. Postanovlenie glavy administratsii (gubernatora) Krasnodarskogo kraja ot 11 oktyabrya 2013 g. N 1168 "Ob utverzhdanii gosudarstvennoi programmy Krasnodarskogo kraja "Razvitie sanatorno-kurortnogo i turistskogo kompleksa". Ministerstvo ekonomiki Krasnodarskogo kraja. [Elektronnyi resurs] Rezhim dostupa v Internet: [http://economy.krasnodar.ru/gos-prog-kk/perechgp/files/0608\\_postan\\_11102013\\_1168.docx](http://economy.krasnodar.ru/gos-prog-kk/perechgp/files/0608_postan_11102013_1168.docx)
2. Tatarinov A.A., Tatarinova S.I. Funktsii organov upravleniya v oblasti ispol'zovaniya turistskikh resursov // Sotsial'no-ekonomicheskoe i innovatsionnoe razvitie Yuga Rossii. Materialy konferentsii. – Sochi: RIO SNITs RAN, 2009. 197s.
3. Gulyaev V.G. Turizm: ekonomika i sotsial'noe razvitie. M.: Finansy i statistika, 2010. 304 s.
4. Zdorov A.B. Ekonomika turizma. M., Finansy i statistika. 2007. 272 s.
5. Ekonomika i upravlenie turistskoi deyatelnosti (v 2 tomakh) / pod obshch. red. Karpovoi G.A., Khorevoi L.V. Spb, SPbGUEF, 2011. 286s.
6. Tatarinov A.A. Metodologiya otsenki i analiza ekonomiki rekreatsionno-turistskogo regiona. Sochi : SGUTiK, 1998. 92 s.
7. Pasport munitsipal'nogo obrazovaniya gorod-kurort Sochi. Baza dannykh: pokazateli munitsipal'nykh obrazovaniy. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoi statistiki. [Elektronnyi resurs] Rezhim dostupa: [http://www.gks.ru/scripts/db\\_inet2/passport/pass.aspx?base=munsto3&r=3726000](http://www.gks.ru/scripts/db_inet2/passport/pass.aspx?base=munsto3&r=3726000).



8. Baza dannykh pokazatelei munitsipal'nykh obrazovani. Krasnodarstat. [Elektronnyi resurs] Rezhim dostupa v Internet: <http://krsdstat.gks.ru>
9. Ekonomika obshchestvennogo sektora : uchebnik dlya vuzov / pod red. L. I. Yakobsona, M. G. Kolosnitsynoi. 3-e izd., pererab. i dop. M.: Izdatel'stvo Yurait, 2014. 558s.
10. Portal ispolnitel'nykh organov gosudarstvennoi vlasti Krasnodarskogo kraja. [Elektronnyi resurs] Rezhim dostupa v Internet: <http://www.krasnodar.ru>
11. Sinyavskaya E.E., Tatarinova S.I. Analiz sostoyaniya munitsipal'nogo byudzheta i turistskikh byudzhetykh uslug g. Sochi. / Sotsial'no-ekonomicheskie i tekhnologicheskie problemy ustoichivogo razvitiya Yuga Rossii: sb. nauch. tr. Krasnodar: Ekoinvest, 2009.
12. Kubanskii informatsionnyi portal. [Elektronnyi resurs] Rezhim dostupa v Internet: <http://kuban.info>

УДК 336.02

### Оценка стоимости "туристских" бюджетных услуг в городе-курорте Сочи

Е.Е. Сиявская

Сочинский государственный университет, Российская Федерация  
354000 Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а  
Кандидат экономических наук, доцент  
E-mail: [sutrifik@yandex.ru](mailto:sutrifik@yandex.ru)

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы управления туристской деятельностью на муниципальном уровне с целью достижения оптимального развития территории. Совместное использование постоянным населением данной территории и туристами большого числа ресурсов, формирующих обычную жизненную среду в регионе, создает значительную дополнительную нагрузку на локальные ресурсы, которые финансируются за счет местного бюджета. Выпуск бюджетных услуг органов местного самоуправления рекреационно-туристских местностей рассмотрен на примере города-курорта Сочи. Проведенный анализ позволил выделить и оценить «туристскую составляющую» бюджетных услуг. Услуги, потребленные туристами и оплачиваемые бюджетом муниципального образования, можно рассматривать как некий условный экспорт, а значит, возникает необходимость в создании механизма компенсационных платежей в бюджет за пользование нерезидентами коллективными услугами смешанного назначения.

**Ключевые слова:** рекреационные регионы, расходы бюджета муниципального образования, бюджетные услуги, оценка стоимости «туристских» бюджетных услуг.

Copyright © 2015 by Academic Publishing House *Researcher*



Published in the Russian Federation  
European Researcher  
Has been issued since 2010.  
ISSN 2219-8229  
E-ISSN 2224-0136  
Vol. 98, Is. 9, pp. 637-646, 2015

DOI: 10.13187/er.2015.98.637  
[www.erjournal.ru](http://www.erjournal.ru)



UDC 338.12

## **Current Development of Meat-Processing Industry in Ukraine: Tendencies, Problems and Strategies for Solution**

Kateryna Vlasova

Taras Shevchenko Kyiv National University, Ukraine  
PhD student  
E-mail: nadtochii@ukr.net

### **Abstract**

This article describes the current state of all meat-processing companies in Ukraine by using such indexes as the main measures for it: number of employees involved in this particular industry and whole processing industry, number of companies in an industry etc. An author suggests to study self-sufficiency of main products as a result of activity of meat-processing companies in domestic market and a dynamics of trade balance by different meat types as a result/ success on international market. The given analysis pay attention to main problems in the industry: negative trade balance, lack of production in strategic spheres, higher prices of imported goods compared to cheaper national product. A structure of export was compared to its import to identify most unbalanced categories in home market. An analysis of geographical structure of export/import operations showed a disproportion that can bring to constant negative transformation of meat-processing industry. A number of strategies to overcome these problems is proposed.

**Keywords:** barriers to entry, meat-processing industry, investments, self-sufficiency, trade balance, strategies to overcome problems.

### **Introduction**

Industries, where a high added value is created and the need for bringing into the production cycle results of activities from other sectors is on the top notch of interest (the index of gross added value is the greatest in the trade sector – 16.7 %, while in the processing industry it is 12.7 %), should be the engine of development for the Ukrainian economy after a crisis period. Many scientists and practitioners note that the raw material orientation of export activity must be changed to a production of high-quality, knowledge-intensive and labour-intensive competitive products.

World's leading countries focus exactly on this principle, and that's why a share of processing industry in a structure of GDP in China and South Korea is over 30 %, in Germany and Poland – about 20 %, and in Ukraine – only 14 %.

Products from processing industry should have high competitive advantages in order to provide proper living standards in the country and make it possible to sell and promote them abroad. The specific feature of these industries is that they unite other industries of economy, thus investing into their development.

For example, production of any product in this industry requires a presence of such components as: raw materials of a proper quality at the lowest price, and these can be results from agriculture sphere, extractive industry, etc.; creation of new workplaces and presence of skilled employees, that stimulates education development and permanent further training (in Ukraine only 8 % (or 1,4 million persons) of workers of the total number of population are engaged in processing industry, in Czech Republic – 26 %, in Slovakia – 23 %, in Poland and Germany – 19 % in South Korea – around 17 %); modern production technologies (engineering products, development of science and applied research); attraction of foreign direct investments (their share in this industry is 26 % of the total volume of investments to an economy in Ukraine; for comparison: in Poland this index is 59 %, in South Korea – 45 %); and availability of a developed market infrastructure for selling manufactured goods.

The whole complex of all mentioned factors have influenced on a fact that a share of export of processing industry commodities in a structure of export is high enough in developed countries; in particular, in China it is almost 94 %, in Turkey – 78 %, and in Ukraine – only 59 % [1].

### **Discussion**

The problem of food safety, which is the result of development of the internal market of the country, is at focus of researches among many Ukrainian scientists, namely V. Geiets, L. Deineko, T. Ostashko, O. Shubravska etc. At the same time, international organizations constantly monitor condition of agricultural and food sector in different countries of the world. Modern tendencies of processing industry are also in the field of vision of national associations of businessmen, who try to notice negative economic trends in advance and to bend every to their improvement.

The aim of an article is to exposure a condition and basic trends of development of the meat-processing industry in Ukraine, finding out problems in this sphere and preparing recommendations for developing individual directions for their minimization or overcoming.

### **Research results**

We may agree that processing industry should be the key element in a process of restructuring of Ukraine's economy. Production of meat and meat products is an extraordinarily perspective direction due to historical development of economy of our country, its successful geographical location and internal potential. Thus, researchers from the Institute for Economics and Forecasting note that every additionally invested hryvna in food production industry gives 2.3 UAH of growth in an output of this type of products, and also promotes an increase of labour payment on 0.35 UAH [2]. Higher value of multiplicative effect could be noticed only in the coke and nuclear industry.

While analysing the basic indexes of development of meat-processing industry in Ukraine, lets notice that a number of actually working companies decreased in 2010-2012, however this tendency has changed in 2013, and only 882 economic units function in the industry at present (Fig. 1). A permanent growth of the number of workers occupied in the industry from 50.1 thousand of persons in 2010 to 62.3 thousand of persons in 2013 is also noticeable. It testifies to extensive expansion of operating production. A positive trend is an added value of index of industrial products (minimum index 103.9 % in 2012, maximal value 110.5 % in 2013), although in other branches of processing industry (even in the sector of food production) occurs a reduction of the actual volume of output (in particular, in the production of drinks, bread and baked goods) [3].

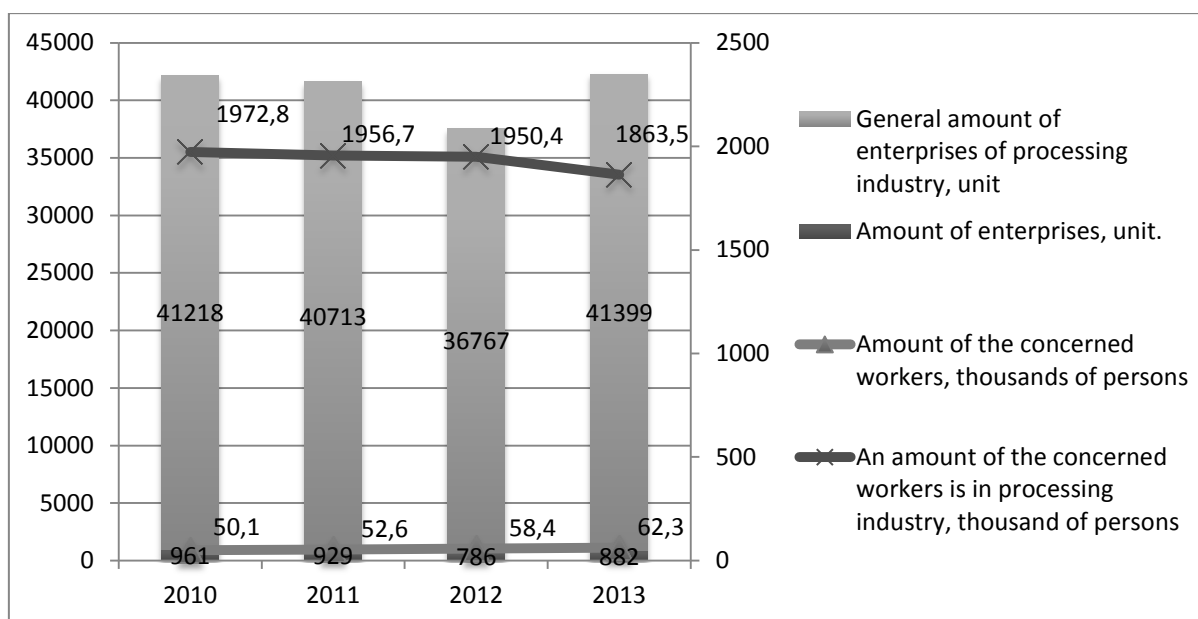


Figure 1. Position of the meat-processing industry (manufacturing of meat and meat products) in industrial structure of Ukraine in 2010-2013

Prepared according to [4]

Besides the total volume of capital investments in the processing industry grew from 30,578,8 billion USD in 2010 to 46,240.0 billion in 2013, but already in 2014 this volume decreased to 41.040,5 billion USD (degree of depreciation in the processing industry was 50.1 % in 2013). However, Poland's experience shows that technical modernization of one meat-processing plant needs about 2 million euro (amount of these investments was directed from the state budget) [5]. But for Ukrainian modern realities such volume of investment is impossible, and that fact actualizes the question of involvement of cheaper foreign investment.

The condition of supply of raw materials to processing companies, and a processed food and meat to population should also be taken into account. According to the research conducted by the Economist Intelligence Unit (part of the group of companies The Economist Group, UK), together with the Du Pont Company (USA), Ukraine took the 52nd place in the Global Food Security Index [6]. This indicator takes into account data on financial and physical accessibility of food and its quality and safety. International experts have determined that an indicator of food security is one of the most stable factors for the Ukrainian economy (namely the conditions for its creation and low degree losses of food).

The fact that the level of self-sufficiency in meat and meat products in Ukraine increased from 88.9 % in 2011 to 93.4 % in 2013 is also positive, but even this amount is insufficient, as well as the volume of farmed and imported potatoes, fruits, berries and grapes (Fig. 2). Population and producers are fully provided with other product groups, in particular with milk and milk products (though the level fell from 104.6 % in 2011 to 101.6 % in 2013), vegetables and melons food, eggs and grain (level of self-sufficiency increased from 161.0 % in 2011 to 221.0 % in 2013).

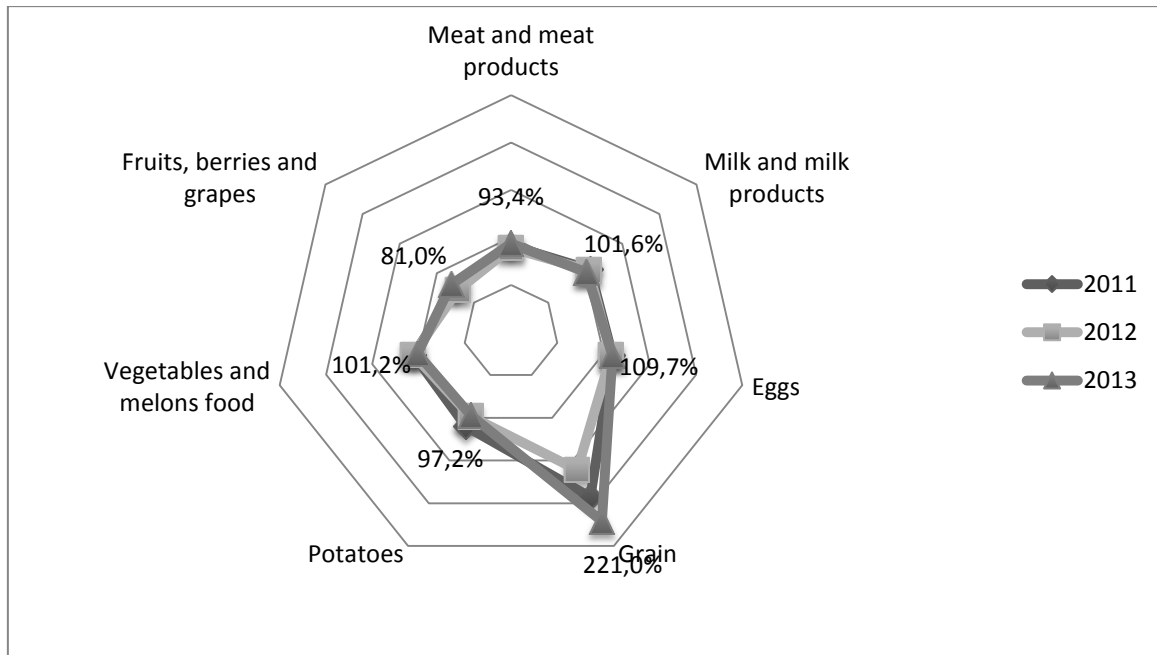


Figure 2. The level of self-sufficiency of major types of food in 2011-2013  
Prepared according to [7-9]

However, the level of provision of population and manufacturers with the major types of food for almost all groups decreased during 2011-2013 (except corn), it requires the intervention of public authorities and assistance in a growth of cultivation or production at the problematic areas. Because keeping this trend of economic development strategy in the country can lead to a food crisis.

Fig. 3 shows the dynamic series of the production of various types of meat and sausage products in 2014 and early 2015 in Ukraine. A meat of poultry takes the largest share in a structure of manufacturing. During 2014 Ukraine imported about another 3.7 thousand tones [10]. A meat of cattle and pork occupy a small share in the structure of manufacturing, to compare: the manufacture of sausages is larger in physical volume. But researchers in this sphere note that the development of domestic livestock is in the doldrums [11].

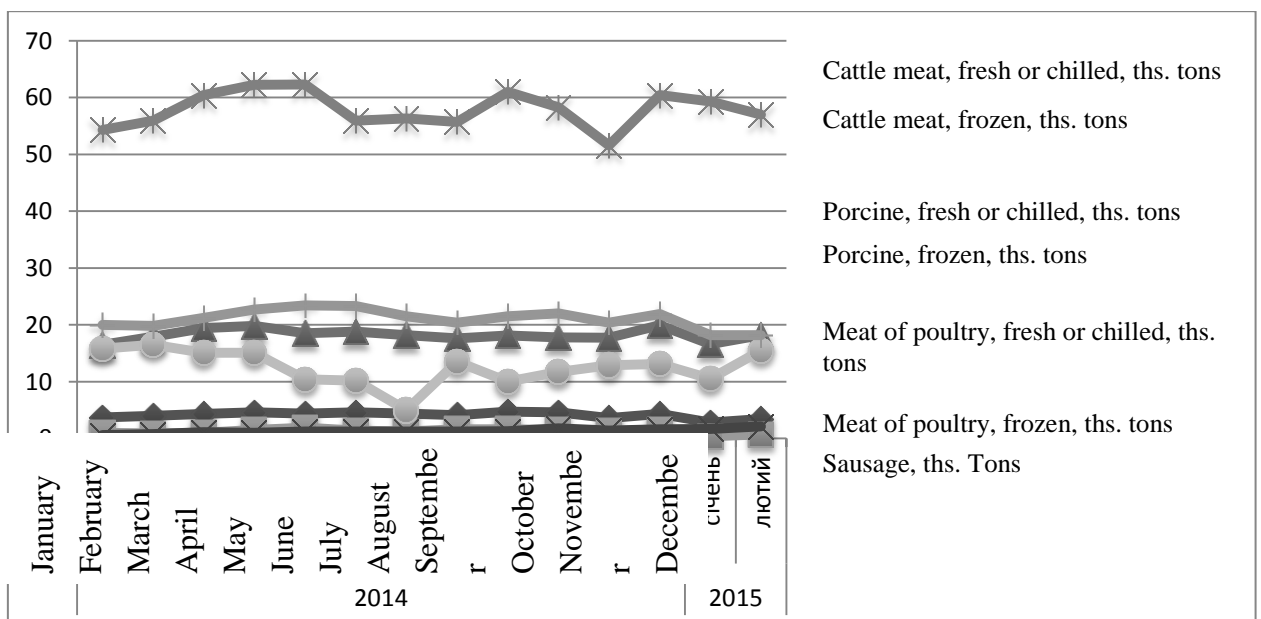


Figure 3. Manufacturing dynamics of the main types of meat and sausage products in 2014-early 2015

Prepared according to [10]

For comparison, the Food and Agriculture Organization (FAO) estimated that in 2013 three largest world meat producers of produced together more than 100 million tons of products, namely: China - 62.47 million tons, the USA - 38.5 million tons, and Brazil - 18.0 million tons [11].

For further analysis of the state and development of the meat-processing industry, we offer to explore the dynamics of export-import operations in recent years (Fig. 4).

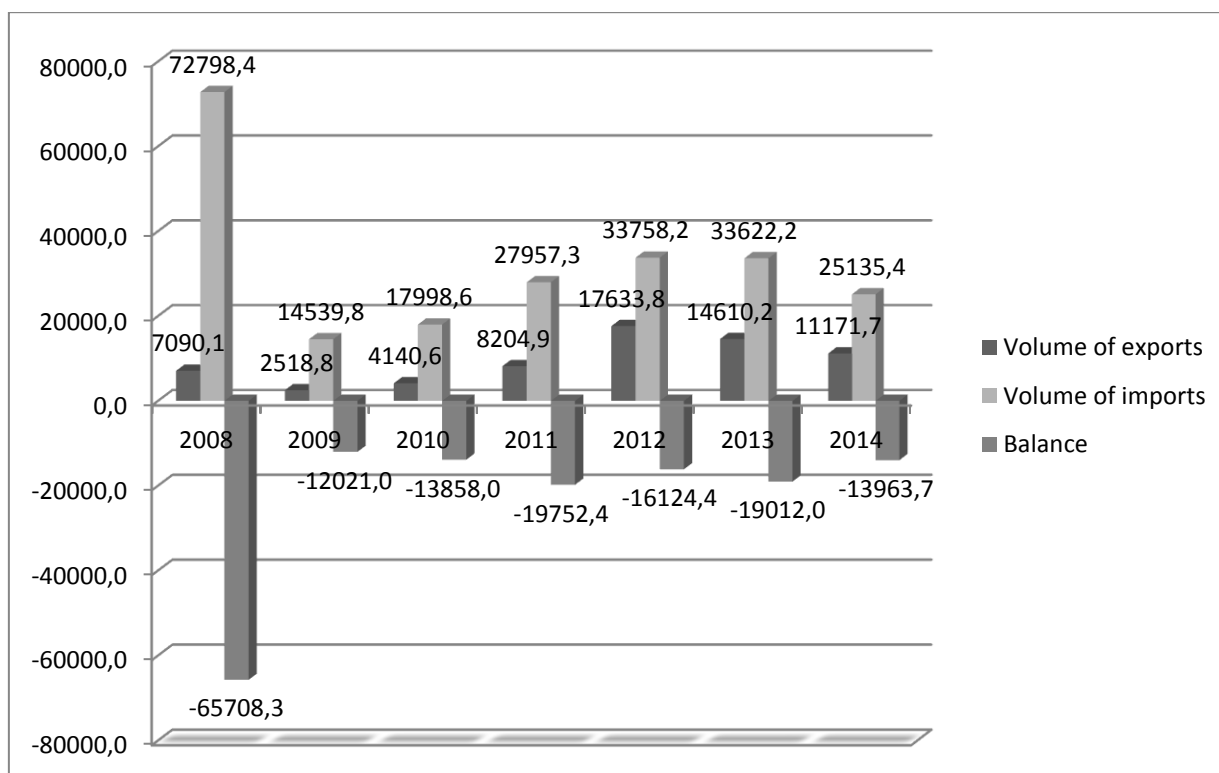


Figure 4. Dynamics of trade balance of sausages and similar prepared or preserved meat, in thousand USD

Prepared according to [10]

A tendency towards growth of export and import of meat products in Ukraine traced since 2009, but already their volume starts to decrease from 2013 and the volume of exports was 11,171.7 thousand USD and imports - 25,135.4 thousand USD in the results of 2014. The highest value of import operations was recorded in 2008 - at the level of 46,928.8 thousand USD, and exports in 2012 (in volume of 17,633.8 thousand USD).

It should be noted that during the study period there is a negative trade balance, which was the largest in 2008 (amounted to 65,708.3 thousand USD), then decreased to its lowest value in 2009 (12,021.0 thousand USD). However, the general trend in the dynamics of export / import of meat is not evident.

Reduction of the negative value in the balance of foreign trade activities in 2014 cannot be considered a positive indicator because it was a result of the simultaneous decrease in exports and imports.

The largest share in the structure of exports of meat products in 2014 belongs to sausages and similar meat products amounted to (3,727.2 thousand USD or 33.36 %) and finished or canned products from domestic chickens (3,116 thousand USD or 27.89 %) (Fig. 5). A significant share in a general structure belongs to meat mixtures (2,576.9 thousand USD or 23.07 %) and finished or canned products of cattle (1,304.2 thousand USD or 11.67 %).

As for the dynamics of exports, it should be noted that the volume of export of sausages and similar products grew in the period from 2009 to 2013, but in 2014 this value decreased by 38.9 % (or 2,372.4 thousand USD). The next size group in the structure of exports (finished or canned

products from domestic chickens) tends to increase from 2009 and 2014 reaches its maximum value (9,323.07 thousand USD).

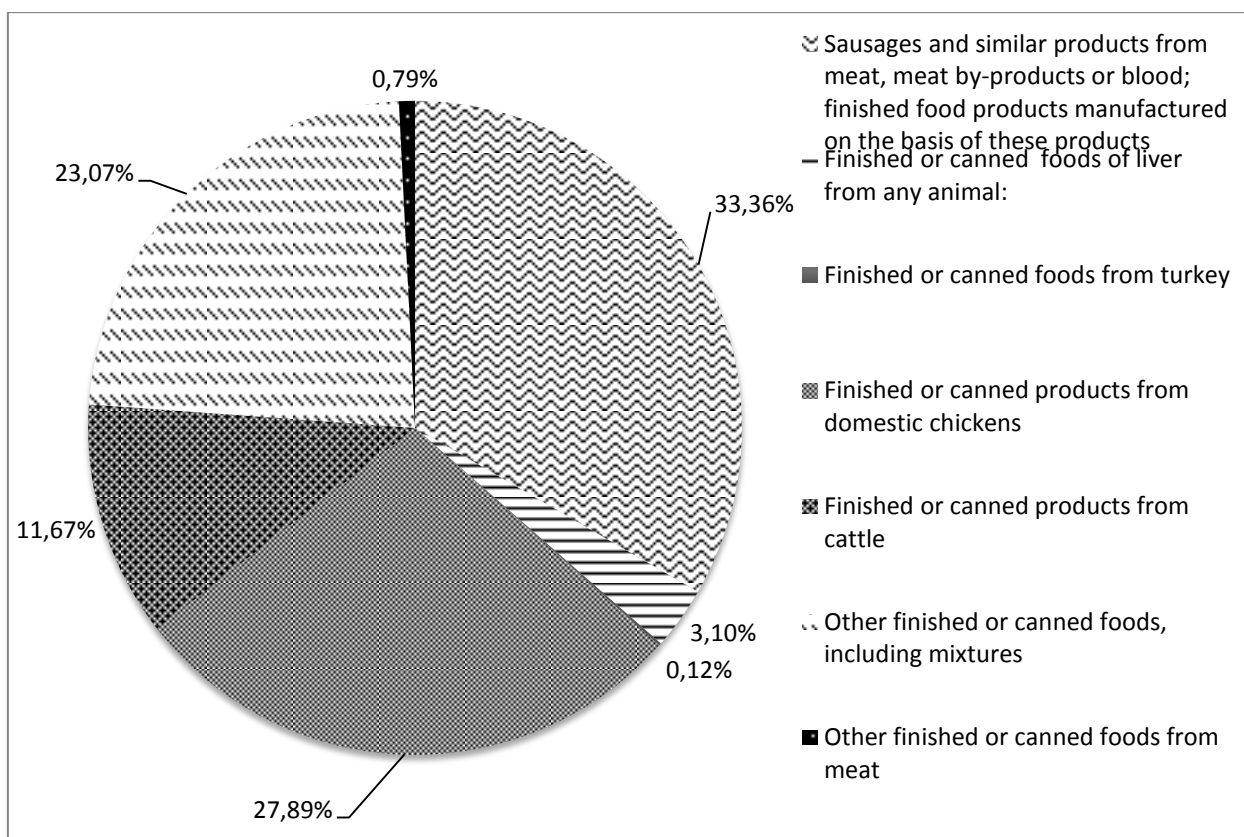


Figure 5. The structure of exports of finished products and edible meat by-products in 2014, in thousand USD

Prepared according to [10]

Let us note that this structure of exports differs by prevalence of finished products with high content of meat and by-products. However, the list of products of meat and derivative products in the structure of import operations has a slightly different composition (Fig. 6).

The largest share is reserved by finished or canned products of domestic chicken (7,872.2 thousand USD or 38.5 %) and sausages and similar products of meat (4,665.5 thousand USD or 22.8 %). Ham products (2,201.2 thousand USD or 10.8 %) and homogenized meat products are also imported and then sold in retail as infant food or diet food (totaling 1,185 thousand dollars USA or 5.8 %).



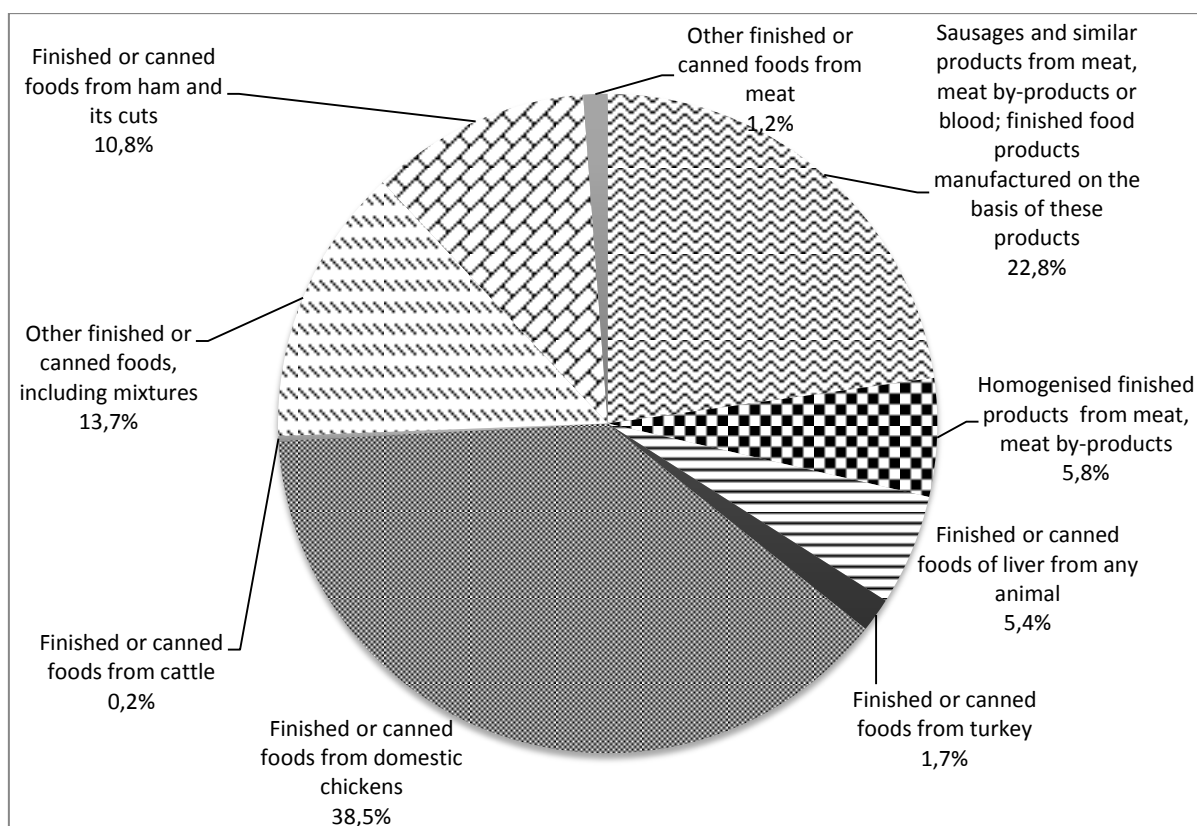


Figure 6. The structure of imports of finished products of meat and edible by-products in 2014, in %

Prepared according to [10]

It should be emphasized that the largest volume of import operations for finished meat products was recorded in 2008 (46,681.4 thousand USD), but after the financial crisis the volume of import of products not yet reached the pre-crisis level in any of the categories (except ham products).

It should be noted that the structure of imports has changed over the period of study: while in 2008 the largest share was occupied by sausages and similar products (44.6 % and in 2014 – 22.8 %), in 2014 finished or canned domestic chicken products dominated in the import structure (38.5 % and in 2008 accounted for 20 %).

The interesting fact is that the value of exported sausages and similar products is on average USD 4 per 1 kg of product, while the average price per 1 kg of imported products is USD 6.32. This means that domestic consumers have to pay more for this group of goods as they buy foreign meat products. At the same time this cost difference for finished or canned domestic chicken products is not so significant and amounts to USD 0.24 per 1 kg of product.

Thus, added positive balance of trade of finished meat products is observed only in cattle product categories, which indicates the negative development factor of the industry.

Regarding the geographical structure export and import operations, the overwhelming share of Ukrainian goods is exported to CIS countries (namely 71.4 % of total exports), where the largest importer of Ukrainian products and edible by-products in 2014 was the Russian Federation (amounting to USD 5,539.56 thousand). Accordingly, 28.6 % of exports of finished meat products (amounting to USD 3,191.02 thousand USD) is sent to other countries of the world: to Europe – 22.8 % of total exports (or USD 2,549.53 thousand in money equivalent), where the most active partner of Ukraine are the Netherlands (the cost of purchased goods was USD 1,457.3 thousand); to the Asian region – 5.3 % (or USD 589.62), with the largest share of Ukrainian products sold to Georgia (USD 321.87 thousand); the share of products exported to America and Australia and Oceania is low (0.35 % and 0.03 %, accordingly) (Table 1).

Table 1: Geographic structure of export and import of meat products and edible by-products in 2008 and 2014

| № | Region                      | Years                      |                            |                            |                            |
|---|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
|   |                             | 2008                       |                            | 2014                       |                            |
|   |                             | Volume of exports, th. USD | Volume of imports, th. USD | Volume of exports, th. USD | Volume of imports, th. USD |
| 1 | Total volume                | 7,090.1                    | 72,798.4                   | 11,171.7                   | 25,135.4                   |
| 2 | Countries of CIS            | 5,716.0                    | 35,847.6                   | 7,980.7                    | 4,944.4                    |
| 3 | Other countries, including: | 1,374.1                    | 36,950.8                   | 3,191.02                   | 20,191.0                   |
|   | Europe                      | 481.9                      | 32,963.3                   | 2,549.5                    | 20,124.8                   |
|   | Asia                        | 259.0                      | 0                          | 589.6                      | 1.8                        |
|   | Africa                      | 16.1                       | 0                          | 521.6                      | 0                          |
|   | America                     | 287.0                      | 3,987.5                    | 38.9                       | 63.5                       |
|   | Australia and Oceania       | 0.5                        | 0                          | 3.3                        | 0                          |
|   | Others                      | 329.5                      | 0                          | 8.5                        | 0.9                        |

Prepared according to [10]

As was already noted, the volume of imports of finished meat products and edible by-products amounted to USD 25,135.4 thousand in 2014. However the geographical structure of import operations for the year significantly differed from exports. About 20 % of products were imported from the CIS countries, with most goods imported from Belarus (amounting to USD 177.1 thousand). For comparison, in 2008 the structure of imported products was almost completely divided between the CIS and a large group of other countries. In 2014 the overwhelming share of imported goods has been imported from Europe - 80.1 %, in particular from Germany - the amount of USD 5,672.3 thousand. No meat products were imported from Africa and Australia.

### Conclusion

So, the analysis of the current state of the meat-processing industry and analysis of scientific publications on this area reveals the following problems:

- sharp reduction of effective demand (due to the reduction of real wages, rising inflation, growth in the total level of prices, devaluation of national currency);
- significant dependence of the domestic market on fluctuations of the world market where OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) and FAO (Food and Agriculture Organization) analysts define the main threats to the following factors: increase in the scope (share) of manufacture in some countries, rising prices for production resources (especially energy), fluctuations in prices for basic agricultural products on the world market, trade restrictions etc.;
- significant predominance of meat products imports over exports along with a high level of self-sufficiency of raw materials;
- although export orientation has become more diversified over the period of study, the prevalence of the share of products directed to the CIS countries demonstrates deformation of the structure. Some experts note the attractiveness of the Asian region (in capacity and demand level) [14];
- low level of tariff protection of Ukrainian producers of meat and finished meat products (especially after joining the WTO) from imported substitutes [15];
- inability to apply non-tariff methods of protection to the domestic producers (setting minimum import prices, bans on imports and import quotas) due to its commitments in the international arena;
- lack of certificates of quality and food safety, control system for these indicators, quality management according to international standards in most Ukrainian meat-processing enterprises;

• lack of a balanced infrastructure of the internal market, as regards both the financial sector and logistic components.

The study allows us to offer the following steps to overcome the problems that have developed in the meat processing sector but can be solved only with the support of the state. These steps include:

1) stimulation of meat production (in particular, cattle and pork) and edible by-products by domestic food enterprises, which requires qualitative changes in the livestock sector;

2) supporting the development of food engineering to ensure manufacturing of new technological equipment for production of quality products as well as its storage, pre-packing, and packing, that will increase the competitive opportunities of finished meat products;

3) differentiation of the structure of production and exports, focus on products with the best quality characteristics, which generally have higher added value;

4) gradual implementation of the strategy of import substitution of certain types of meat products, with priority given to quality goods with a relatively low cost;

5) active state export policy, which should be focused on the expansion of markets and creation of incentives increasing exports (and production) of better quality products;

6) investment in international marketing and creation of a reliable brand of the country in the first place;

7) restriction of import of poor quality products used to reduce the cost and usefulness of finished meat products;

8) support for standardization and implementation of environmental standards in the manufacturing process, facilitating certification procedures;

9) support and provision of effective demand in the domestic market, which will provide positive financial results for producers and facilitate investment in intensive industry development.

In circumstances of drawing near to the European integration, the state policy should focus on the protection of national interests, especially in the long term. In addition to macroeconomic trends of the industry, a competitive environment where companies of meat processing industry operate should also be investigated. The main obstacles in entering the new markets should be discovered and described. This is an interesting area for further research.

### References:

1. Symposium of Anticrisis Council of Ukrainian League of Industrialists and Entrepreneurs (April, 3<sup>rd</sup>, 2015), Kyiv, Ukraine.

2. Dejneko, L.V., Ostashko T.O., Tochy`lin V.O. and al (2013), Problemy, napryamy ta chynnyky spryannya rozvytku vnutrishnogo rynku Ukrayiny (realnyj sektor ekonomiky): monografija [Problems, strategies and factors for development of Ukrainian domestic market (real sector of economy): monograph], Institute for economics and forecasting, National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine, 292 p.

3. The official site of State Statistics Service of Ukraine (2014), "Indexis of industrial production by types of activities in 2013-2014", available at: [https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/pr/prm\\_ric/prm\\_ric\\_u/ipv2013\\_u\\_bez.html](https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/pr/prm_ric/prm_ric_u/ipv2013_u_bez.html)

4. Kuznyeczov, M. S. (2014), Diyal`nist` subyektiv gospodaryuvannya 2013: Statyst. zb. [Activity of business entities 2013: statistical publication], State Statistics Service of Ukraine, Kyiv, Ukraine, 447 p.

5. Mudrak, R.P. (2014), Export of Ukrainian commodity goods: state, tendencies and reasons, *Economy of Ukraine*, Kyiv, Ukraine, #5 (630), pp. 70-79

6. Global Food Security Index (2015), Electronic resources, available at: <http://foodsecurityindex.eiu.com/Country/Details#Ukraine>

7. Vlasenko, N. S. (2014), Balansy ta spozhyvannya osnovnyx produktiv xarchuvannya naseleennyam Ukrayiny za 2013 r. : Staty`st. zb. [Balances and consumption of main food categories by Ukrainian population in 2013: statistical publication], State Statistics Service of Ukraine, Kyiv, Ukraine, 54 p.

8. Vlasenko, N. S. (2013), Balansy ta spozhyvannya osnovnyx produktiv xarchuvannya naseleennyam Ukrayiny za 2012 r. : Staty`st. zb. [Balances and consumption of main food categories

by Ukrainian population in 2012: statistical publication], State Statistics Service of Ukraine, Kyiv, Ukraine, 56 p.

9. Vlasenko, N. S. (2012), *Balansy ta spozhyvannya osnovnykh produktiv xarchuvannya naselennyam Ukrayiny za 2011 r. : Staty`st. zb.* [Balances and consumption of main food categories by Ukrainian population in 2011: statistical publication], State Statistics Service of Ukraine, Kyiv, Ukraine, 54 p.

10. The official site of State Statistics Service of Ukraine (2015), “Export/import of goods by countries in January-December 2014 (table 45.1)”, available at: [https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2014/zd/e\\_iovt/arh\\_iovt2014.htm](https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2014/zd/e_iovt/arh_iovt2014.htm)

11. Ostashko, T. O., Voloshhenko, L. Yu. and Lyenivova, G. V. (2010), *Vnutrishnij agroprodovol`chy`j ry`nok Ukrayiny` v umovax SOT* [Domestic agricultural market of Ukraine in conditions of WTO], Institute for economics and forecasting, National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine, 292 p.

12. The official site of State Statistics Service of Ukraine (2015), “Production of main industrial goods types by monthes”, available at: [https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/pr/ovp/ovp\\_u/ovp2013.html](https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/pr/ovp/ovp_u/ovp2013.html)

13. Statistic division of Food and Agriculture Organization of the United Nations (2015), “Production of commodity in selected countries”, available at: <http://faostat3.fao.org/browse/Q/QL/E>

14. Shubravs`ka, O. V. (2014), “Agro-industrial development of Ukraine under global challenges”, *Economy of APC*, Ukraine, 7, pp. 53-58

15. Krysanov, D.F. and Vodyanka, L.D. (2013), “Innovative potential of food-processing companies: evaluation and implementation”, *Economics and forecasting*, Kyiv, Ukraine, #2 (April-June), pp. 84-105.

УДК 338.12

### **Развитие мясоперерабатывающей отрасли в Украине: тенденции, проблемы и пути их решения**

Екатерина Николаевна Власова

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка, Украина

Аспирант

E-mail: nadtochii@ukr.net

**Аннотация.** Эта статья описывает текущее состояние мясоперерабатывающих предприятий в Украине, используя для этого такие показатели: количество работников, задействованных в данной отрасли и во всей перерабатывающей промышленности, количество действующих компаний, индекс производства и др. Автор предлагает изучить самообеспеченность основными продуктами как результат деятельности мясоперерабатывающих предприятий на внутреннем рынке и динамику торгового баланса по различным видам мяса – как результат на международном рынке. Результаты анализа подчеркивают необходимость обратить внимание на основные проблемы в отрасли: отрицательное сальдо торгового баланса, недостаточность производства в стратегических сферах, высокие цены на импортные товары по сравнению с более низкими на аналогичный национальный продукт. Структура экспорта была сравнена с импортом, чтобы определить наиболее несбалансированные категории на внутреннем рынке. Анализ географической структуры экспортно-импортных операций показал, что диспропорция может привести к необратимой отрицательной трансформации мясоперерабатывающей промышленности. Также предлагается ряд стратегий для преодоления этих проблем.

**Ключевые слова:** барьеры входа, мясоперерабатывающая отрасль, инвестиции, самообеспеченность, торговый баланс, стратегии преодоления проблем.