

тами явились: увеличение количества образовательных учреждений, числа поступающих в высшие учебные заведения, увеличивающиеся объемы привлечения внебюджетных средств. Тем не менее, возникла необходимость в перегруппировке факторов, обеспечивающих качественные, а не количественные изменения в сфере образования. Но нужно помнить о том, что между количественными и качественными факторами роста существует взаимосвязь. Исходя из этого, необходимо создать условия для развития организационного, инновационного и рыночного потенциала образовательных учреждений.

**С.А.Чубарова, И.В. Климентьева**

*Российский государственный профессионально–педагогический университет*

## **МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ ЗАТРАТ ПРИ ИНВЕСТИЦИЯХ В ОБРАЗОВАНИЕ**

Так или иначе, выгоды от образования можно получать длительное время, практически всю жизнь. Выгоды от образования могут выступать в виде:

- более высоких заработков в будущем;
- более широкого доступа к интересной, приятной и перспективной работе;
- высокого престижа профессии или повышенного удовольствия от нерыночных видов деятельности в будущем.

Суммарные заработки за время жизни работников с высшим образованием должны превзойти заработки работников со средним общим образованием. Дополнительные доходы от высшего образования для многих людей являются стимулом для инвестиций в образование. Суммарные дополнительные доходы, связанные с полученным образованием, должны намного превышать инвестиции в образование, поскольку дисконтирование будущих доходов уменьшает их величину при приведении к настоящему моменту времени. Таким образом, инвестиции в образование выгодны, если текущая стоимость потока будущих дополнительных доходов превышает инвестиции в образование. Существуют два критерия оценки эффективности инвестиций в образование:

- метод расчета настоящей (текущей) ценности потока будущих доходов и сравнения с ней объема инвестиций в образование;
- метод внутренней нормы отдачи, показывающий, при какой ставке процента текущая ценность потока будущих доходов равна инвестициям в образование.

В реальной жизни вряд ли кто-нибудь принимает решение о поступлении в высшее учебное заведение на основе расчетов эффективности инвестиций в высшее образование. Тем не менее абитуриенты используют те или иные оценки (свои собственные, родителей и знакомых) и принимают во внимание воз-

возможность получения дополнительных доходов после завершения образования и необходимость осуществления затрат на него. Поэтому можно сделать три предположения, касающихся спроса на высшее образование:

1) вероятность поступления в высшее учебное заведение людей, ориентированных на текущее потребление, меньше, чем людей, ориентированных на получение доходов в будущем (при прочих равных условиях);

2) в большинстве случаев студентами становятся люди в молодом возрасте;

3) количество обучающихся в вузах возрастет, если различия в зарплатах лиц с высшим образованием и выпускников школ и колледжей увеличатся.

Таким образом, инвестиции в человеческий капитал тем более вероятны, чем ниже затраты, связанные с образованием.

**С.А. Чубарова, В.В. Ефремовских**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

## **ПРОБЛЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ СРЕДНИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОГО И ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО КРИЗИСА**

В сложившихся условиях финансового и демографического кризиса (резкое снижение рождаемости в 1990–1993 гг.), введения ЕГЭ установленный уровень цен является предельным. Дальнейшее увеличение цен может негативно сказаться на величине спроса на образовательные услуги, что может повлечь за собой сокращение числа абитуриентов и как следствие снижение выручки и еще в большей степени снижение прибыли за счет эффекта операционного рычага.

В настоящее время образовательными учреждениями используются в той или иной мере все основные методы ценообразования: затратные, ориентированные на потребителя, ориентированные на полезность продукта, ориентированные на конкурентов. Автономное использование какого-либо одного метода ценообразования является не эффективным по сравнению с комплексным сочетанием этих методов при установлении цены. Комплексный метод ценообразования, представляет собой метод, основанный на «целевом ценообразовании», при котором издержки производства являются исходным элементом расчетов, а прибыль устанавливается индивидуально к конкретной образовательной услуге.

Для повышения эффективности деятельности учебных заведений, оптимизации затрат и совершенствования ценовой политики целесообразно внедрение новых технологий обучения с использованием дистанционных образо-