

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ВУЗА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Г. Е. Чепорова, аспирант

В условиях неустойчивого централизованного финансирования государственных высших учебных заведений, с одной стороны, и с другой стороны введением в действие Постановления Кабинета Министров Украины “О порядке трудоустройства выпускников высших учебных заведений, подготовка которых осуществляется по государственным заказам”, предусматриваемым финансирование подготовки только тех специалистов, обучение которых ведется по заказам государственных организаций, возникает потребность получения внебюджетных источников финансирования, разработки современных подходов в планировании и оперативном управлении финансами вуза.

Предлагаемая государством модель подготовки специалистов по заказам госорганизаций с последующей отработкой в течение 3 лет по распределению является попыткой сохранения видимости бесплатного образования. Эта бесплатность проявляется в том, что в условиях отсутствия финансирования образование для государства действительно становится бесплатным. Вложение в образование средств для государства невыгодно в краткосрочном периоде, поскольку эти вложения практически не окупаются, т.к. с учетом дисконтирования в течение 3 лет удержания из зарплаты молодого специалиста должны быть в 3-4 раза выше, чем средства, потраченные на его подготовку. Более того, государственной организации дешевле “купить” специалиста, чем заказывать подготовку. Поскольку нигде не сказано, что госзаказы должны выполнять государственные вузы, то эту подготовку могут осуществлять вузы любой формы собственности, как это сейчас наблюдается с переподготовкой по заказам Фонда занятости. При организации госзаказов будет существенно проявляться субъективизм со всеми вытекающими последствиями. И, наконец, даже в условиях административной экономики добиться того, чтобы молодой специалист отработал 3 года по распределению, достаточно сложно. Лучшим вариантом было бы целевое кредитование на льготных условиях лиц, желающих получить высшее образование с возвращением кредита на более долгосрочной основе.

Характерной особенностью современной ситуации является параллельное существование государственных и коммерческих учебных заведений. Набор специальностей в коммерческих вузах определяется рыночным спросом. Задачей государства в данных условиях является поддержка стратегических для государства специальностей, не пользующихся рыночным спросом. Деятельность государственных и коммерческих учебных заведений практически отличается источниками финансирования, целями собственников, различием в налогообложении и подходами к финансовому планированию.

С точки зрения источников финансирования, государственный вуз имеет два источника: бюджетное финансирование и доходы от коммерческой деятельности, которая является

единственным источником коммерческого вуза. При этом объем бюджетного финансирования, в принципе, должен определяться себестоимостью подготовки специалистов либо централизованно по средней, либо по утверждаемой методике расчета. Себестоимость подготовки при втором подходе может быть разной в различных вузах.

Первый подход требует меньших трудозатрат для определения планового объема финансирования, но менее «справедлив» с учетом специфики вузов. Второй подход требует разработки расчетной методики с учетом структуры и распределения затрат.

С точки зрения собственников коммерческих вузов, главными целями являются прибыль для решения текущих задач, а также получение государственных основных фондов «под образование». Повышение престижности вуза является отдаленной перспективой. Меньшая почасовая оплата в коммерческих вузах по сравнению с государственными в нынешних условиях и есть проявление этих текущих целей. Здесь видно влияние двух факторов: низкий уровень требований со стороны студентов к уровню преподавания, и как следствие, привлечение к преподавательской деятельности специалистов более низкой квалификации, согласных работать за низкую зарплату, задержки в выплате заработной платы в государственных вузах. Деятельность государственных вузов изначально должна основываться на бесприбыльности, и фиксация этой концепции даст определенные преимущества, связанные с нацеленностью на повышение престижности вуза и возможности капитализации активов без выплаты налога на прибыль.

Проблема финансового планирования в государственном вузе значительно сложнее, чем в коммерческом, поскольку в последних течение денежных потоков из месяца в месяц практически не меняется. В государственных же вузах из-за несвоевременного поступления бюджетных средств возникают проблемы организации текущей деятельности. Механизм регулирования государством данного нарастания дебиторской задолженности может частично компенсироваться задержкой выплат кредиторской задолженности по бюджету и внебюджетным платежам, поскольку с точки зрения государства бюджетное финансирование является расходом, а налоговые и внебюджетные платежи – доходом государства. В любом случае одной из главных задач руководства вуза является минимизация затрат на обучение и гибкое управление финансами.

Таким образом, образование есть деятельность в области услуг, ориентированная или нет на получение прибыли, частично финансируемая из бюджета, и для успешного ведения этой деятельности, как и для любой другой, необходимо проводить маркетинговые исследования, определять себестоимость продукции (подготовленных специалистов), умело управлять затратами и финансами вуза. Студент является с одной стороны получателем услуг, с другой стороны, товаром, стоимость которого повышается при увеличении знаний и практических навыков.

В области маркетинга необходимо учитывать следующие четыре характеристики, присущие услугам [1]:

Неосвязаемость, т.е. услуги нельзя увидеть или попробовать до момента приобретения. Покупатель вынужден просто верить продавцу на слово. Для укрепления доверия к себе со

стороны клиентов вуз может повысить осязаемость своего товара через предоставление квалификационной характеристики, ознакомление с учебными планами и аннотациями курсов, а также через рекламу достижений своих выпускников.

Неотделимость от источника, т.е. образовательная услуга неотделима от своего источника, в то время как материальный товар существует независимо от присутствия или отсутствия его источника. В области образования это ограничение частично преодолевается через работу тех же преподавателей в коммерческих вузах, способствующую, однако, росту престижности последних в ущерб основному источнику.

Непостоянство качества, т.е. колебания в широких пределах в зависимости от времени и места оказания услуг. Так, невыплата зарплаты и необходимость приработков, а также рост нагрузки снижают качество преподавания.

Несохраняемость, т. е. услуга предоставляется студенту вне зависимости от его присутствия на занятиях, в то время как стоимостная значимость ее существует и без его присутствия.

Маркетинговые исследования должны определить сектор рынка образовательных услуг и быть отправной точкой в определении их стоимости. Второй составляющей анализа безубыточности должно стать определение структуры затрат с классификацией их на постоянные и переменные, т.е. зависящие или нет от объема обучаемых студентов.

Как с точки зрения коммерческих вузов, так и с точки зрения государственных, себестоимость образовательных услуг является основой для подготовки смет затрат и определения объемов бюджетного финансирования государственных вузов. Первым шагом для определения себестоимости должно стать определение центров ответственности и их затрат. Основными центрами ответственности являются факультеты, определяющие преимущественно прямые затраты по данной специальности. Таковыми затратами являются заработная плата преподавателей с начислениями на нее, прямо относящаяся на себестоимость по данной специальности в части практических и семинарских занятий. В части лекционных занятий зарплата может быть распределена пропорционально численности студентов, если лекция объединяет студентов нескольких специальностей. Второй составляющей являются затраты по обслуживанию и обеспечению аудиторных помещений, которые должны распределяться пропорционально площади, занимаемой студентами данной специальности, а поскольку зачастую определенную площадь используют студенты разных специальностей, то в качестве базы распределения должно быть выбрано произведение аудиторной площади на количество часов занятий на ней студентами определенной специальности. Затраты по зарплате персонала управления факультета необходимо распределять пропорционально численности студентов на разных специальностях факультета. Прямая зарплата и база распределения затрат по содержанию помещений может быть определена, точно исходя из учебных рабочих планов с учетом

объединения лекционных занятий и на основании расписания занятий. Затраты других подразделений (ректорат, бухгалтерия, планово-экономический отдел, канцелярия, отдел кадров, библиотека, вычислительный центр и т.п.) должны быть собраны по подразделениям и распределены пропорционально услугам, предоставляемым факультетам. В качестве базы распределения может быть выбрана численность студентов данной специальности или количество часов пользования техникой применительно к вычислительному центру. При этом затраты по обслуживанию помещений общего пользования должны быть предварительно распределены по центрам ответственности пропорционально численности. Такова общая схема определения себестоимости.

С целью минимизации затрат должна значительно возрасти роль факультетов, поскольку они должны определять объем услуг, получаемых от вспомогательных подразделений, и отказываться от них, если стоимость этих услуг будет высока или качество их низко. Факультеты должны быть материально заинтересованы в снижении себестоимости без существенного снижения качества подготовки специалистов. С этой точки зрения факультет должен стать центром прибыльности, а не центром затрат, поэтому факультет должен определять размер платы за обучение исходя из концепции маржинального дохода и маржинальных затрат на подготовку дополнительного студента или группы. Другими центрами прибыльности должны стать общежитие и столовая. Если они являются убыточными, то крайней мерой может быть их закрытие либо перепрофилирование. Возможным вариантом их дополнительного финансирования должна быть коммерческая деятельность других предприятий на территории университета, вероятно на условиях франшиза, т.е. исключительного права занятия данным видом деятельности в помещениях университета, а не только взимания платы согласно принципа "затраты на единицу площади плюс уровень рентабельности". Эта функция подразделения университета, которое должно управлять всеми финансовыми ресурсами и денежными потоками и являться центром инвестиций, т.е. отвечать за инвестиции, прибыль и затраты. Другой и основной функцией этого подразделения должно быть оперативное управление денежными потоками и эффективное использование временно свободных денежных средств. Таким образом, жизнь заставляет считаться с новыми экономическими условиями и "откладывание решения есть не что иное, как решение сохранить существующее положение, что может быть наихудшим из всех возможных вариантов"[2].

ЛИТЕРАТУРА

1. Филип Котлер. Основы маркетинга, М., "Прогресс", 1992, 734 с.
2. Р.Энтони, Дж.Рис. Учет: ситуации и примеры, М., "Финансы и статистика", 1993, 558 с.