

Показатели эффективности использования эндаументов

Леонов А. В., lvelena@mail.ru

Аспирант Санкт-Петербургского института гуманитарного образования

В статье предложена система показателей для оценки эффективности формирования, использования и управления фондами целевого капитала высших учебных заведений

Ключевые слова: эндаумент, высшее учебное заведение, эффективность

Indexes of effectiveness of endowments

Leonov A. V., lvelena@mail.ru

Ph.D. Student, St. Petersburg Institute of Education in Humanities

The paper contains a system of indexes for evaluation of effectiveness of formation, management and use of endowments of institutions of higher education

Key words: endowment, institution of higher education, effectiveness

В настоящее время в нашей стране наблюдается рост популярности такого инструмента финансирования высшего образования, как эндаументы (фонды целевого капитала). Их достоинство состоит в том, что сам фонд в известном смысле неприкосновенен – для оплаты расходов образовательного учреждения используются только полученные от эндаумента доход (разумеется, эти слова не следует принимать буквально – в определенных условиях может расходоваться и основная сумма фонда, однако это характерно скорее для критических ситуаций). В силу сложившейся специфики финансирования российского высшего образования, когда выделяемые на вуз средства жестко привязаны к числу поступивших, наличие эндаументов позволяет обеспечить финансирование не только текущих, но и перспективных затрат (в частности, стимулирование научной деятельности преподавательского состава – увы, в наши дни в России в вузах социально-гуманитарного профиля фактически отсутствующей [5]), а также через строгую процедуру отбора привлекать в качестве сотрудников высококвалифицированных специалистов [4] (поскольку доходы от эндаумента дают возможность обеспечить этим сотрудникам доплаты до конкурентоспособного уровня). В конечном счете это позволяет вузу повысить качество образования, привлекательность своих

выпускников для работодателей и, как следствие, - плату за обучение. Именно этим факторами объясняется популярность фондов целевого капитала.

Однако несмотря на растущее распространение эндаументов, до сих пор не описаны и не систематизированы методы оценки эффективности их использования [1, 2] (впрочем, следует отметить, что проблематика количественной оценки качества взаимодействия высших учебных заведений и реального сектора экономики пока вообще не изучена в достаточной степени [6]). В данной статье мы постараемся отчасти заполнить этот пробел.

Ниже мы опишем предлагаемую нами систему показателей для оценки эффективности эндаумента.

Первой в списке рекомендуемых нами показателей идет среднегодовая доходность $D_{ср}$, рассчитываемая по формуле

$$D_{ср} = \frac{\sum_{i=1}^n D_i}{n},$$

где

n – число лет, за которые рассчитывается показатель среднегодового дохода;

D_i – величина дохода, полученного от эндаумента в i -м году;

E_i – величина эндаумента в i -м году.

Очевидно, что этот показатель позволяет оценить среднесрочную эффективность управления фондом целевого капитала. Он представляется более предпочтительным по сравнению с показателем текущей доходности эндаумента D_i ,

$$D_i = \frac{D_i}{E_i},$$

поскольку величина текущей доходности сильно зависит от экономической конъюнктуры, тогда как в показателе среднегодовой доходности влияние благоприятных и неблагоприятных факторов внешней среды сглаживается, что позволяет получить более объективную оценку качества работы управляющей компании.

В настоящее время вознаграждение управляющих компаний чаще всего привязывается исключительно к показателю текущей доходности. На наш взгляд, это не совсем верно (из-за влияния внешних факторов), и более справедливым было бы учитывать в формуле расчета вознаграждения значения текущей и среднегодовой доходности.

К сожалению, достоинство показателя среднегодовой доходности – нивелирование ежегодных колебаний доходности – является и его недостатком. В ряде случаев важно понять, насколько сильно меняется значение доходности от года к году, чтобы выявить, какие внешние и внутренние факторы оказывают влияние, и затем усилить воздействие благоприятных факторов и по мере сил устранить эффект от негативных факторов. Кроме того, вполне возможен вариант, при котором высокие значения доходности за какой-либо год, вызванные благоприятной конъюнктурой, сгладят низкие показатели

доходности за другие годы, обусловленные не внешними неблагоприятными обстоятельствами, а низким качеством работы управляющей компании. По этой причине необходимо знать диапазон колебаний значений текущей доходности.

Соответствующая информация содержится в показателе дисперсии доходности d , которая рассчитывается по формуле:

$$d = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (D_i - D_{сз})^2}{n}} \cdot 100\% .$$

Этот показатель целесообразно использовать в соответствии с рекомендациями методики XYZ-анализа:

- Если величина d за рассматриваемый период n не превышает 10%, то колебания показателя текущей доходности невелики, а управляющая компания обеспечивает стабильный уровень качества управления фондом, и ее работа не нуждается в корректировке;

- Если величина d за рассматриваемый период времени n находится в интервале от 10% до 25%, то управляющая компания обеспечивает приемлемый уровень стабильности качества управления фондом целевого капитала. Возможна незначительная корректировка ее действий;

- Если величина d за рассматриваемый период времени n превышает 25%, то значение показателя текущей доходности претерпевает сильные колебания. Политика управляющей компании нуждается в значительной корректировке, а в том случае, если на фондовых рынках за рассматриваемый период времени не происходили резкие перепады индексов – то целесообразно поставить вопрос о смене управляющей компании. Единственным исключением может быть ситуация, при которой текущая доходность непрерывно возрастает, т.е. если для любого года из рассматриваемого периода выполняется условие

$$\frac{D_{i+1}}{D_i} > .$$

По сути дела, если это условие выполняется, а величина d превышает 25%, то это означает, что в последний год рассматриваемого периода значение текущей доходности существенно превышает значение среднегодовой доходности. Однако на практике добиться выполнения этого условия достаточно сложно.

Для высшего учебного заведения большое значение имеет не только доходность эндаумента, но и накопленная в нем сумма. Это связано с тем, что при одинаковой доходности более крупный фонд позволяет получить больший доход, а также с тем, что чем крупнее фонд, тем охотнее в него делают вклады. Фактически размер фонда выполняет сигнальную функцию, во многом именно по нему жертвователи оценивают качество высшего учебного заведения (можно говорить о наличии взаимной зависимости: чем престижнее вуз, т. е. фактически чем сильнее его бренд, тем больше взносов будут делать в его эндаумент и тем больше будет средняя величина взноса [3], т. е. тем быстрее

будет расти эндаумент, а чем больше эндаумент, тем более престижным в глазах потенциальных жертвователей будет выглядеть вуз). Таким образом, размер фонда Φ можно использовать в качестве показателя эффективности фандрайзинговой деятельности вуза.

Большой интерес представляет анализ динамики темпов роста размера фонда. Оценить ее можно при помощи показателя среднегодового темпа T роста, рассчитываемого по формуле

$$T = n \sqrt[n]{\frac{\Phi_n}{\Phi_1}},$$

где

Φ_n – размер эндаумента в последний год исследуемого периода;

Φ_1 – размер эндаумента в первый год исследуемого периода.

При оценке эндаумента как источника финансирования деятельности вуза представляется полезным рассчитать отношение величины дохода от фонда целевого капитала за текущий период D к общей численности профессорско-преподавательского состава вуза ППС. Данный показатель можно назвать величиной подушевого дохода ПД:

$$ПД = \frac{D}{ППС}.$$

Значение вычисленного таким образом подушевого дохода позволяет узнать максимальную среднюю величину дополнительных выплат из доходов от эндаумента, на которую может рассчитывать представитель профессорско-преподавательского состава вуза.

Далее, поскольку формирование эндаумента требует затрат (создание подразделения по фандрайзингу внутри вуза, оплата его текущей деятельности, разработка стратегии фандрайзинга и т. д.), то интересно рассчитать, за какой период вложения вуза в процедуру создания собственного фонда целевого капитала окупятся. Здесь представляется целесообразным использовать два показателя срока окупаемости:

- Срок номинальной окупаемости – период времени, по истечении которого суммарный размер эндаумента превысит затраты на его формирование;

- Срок реальной окупаемости – период времени, по истечении которого совокупный доход, полученный от использования эндаумента, превысит затраты на его формирование.

Для полноты картины теоретически можно было бы при расчете обоих этих показателей применить дисконтирование, однако это усложнило бы расчеты, а дополнительной полезной информации бы не принесло.

В качестве последнего показателя мы считаем возможным предложить степень использования фандрайзингового потенциала вуза. Для ее расчета предлагается использовать следующий алгоритм:

- Высшие учебные заведения страны, имеющие собственный фонд целевого капитала, ранжируются по одному или нескольким критериям (т. е. самостоятельно составляется или используется уже готовый рейтинг вузов).

Место вузы в этом рейтинге обозначим через R (чем меньше эта величина, тем выше в данном рейтинге находится вуз);

- Высшие учебные заведения ранжируются по величине своего эндаумента. Место вуза в этом рейтинге обозначим через \mathcal{E} ;

- Если $R < \mathcal{E}$ (т. е. если в рейтинге вузов по каким-либо оценочным критериям данное высшее учебное заведение занимает более высокую строчку, чем в рейтинге эндаументов), то этот вуз свой фандрайзинговый потенциал использует в недостаточной степени (менее престижные конкуренты смогли аккумулировать более крупные фонды). Если $R = \mathcal{E}$, то вуз полностью использует свой фандрайзинговый потенциал. Наконец, если $R > \mathcal{E}$, то вузу свойственна избыточная эффективность использования фандрайзингового потенциала. Это служит хорошим указанием высокого качества работы фандрайзингового подразделения высшего учебного заведения.

Для расчета степени использования фандрайзингового потенциала S можно предложить следующую расчетную формулу:

$$S = \frac{R - \mathcal{E}}{R - \mathcal{E}_0}$$

Ситуации, при которой места вуза в обоих рейтингах совпадают, соответствует равенство $S = 1$.

Фактически показатель степени использования фандрайзингового потенциала указывает на реальное положение бренда вуза на рынке эндаументов.

В ситуации, при которой $R < \mathcal{E}$, нет ничего трагичного, если вуз только приступил к формированию эндаумента. Однако если работа по фандрайзингу ведется длительное время, а вузу так и не удалось занять место в рейтинге эндаументов, соответствующее его месту в рейтинге образовательных учреждений, то это означает, что работа по привлечению средств ведется недостаточно эффективно.

Важной проблемой при использовании этого показателя является то, что место вуза в рейтинге эндаументов определяется непосредственно исходя из объективных данных, тогда как рейтинги высших учебных заведений составляются на основе ряда характеристик, причем методика подсчета баллов, как и перечень оцениваемых критериев нередко держатся авторами рейтинга в тайне. По этой причине существует множество рейтингов вузов, и ничто не мешает при расчете показателя степени использования фандрайзингового потенциала использовать тот рейтинг, который дает наиболее удобные результаты. В этом вопросе очень важно, чтобы руководство вуза при оценке качества управления эндаументов добросовестно и объективно подошло бы к выбору рейтинга образовательных учреждений, на основе которого будет определяться этот показатель.

Мы считаем, что наиболее целесообразным является использование не международного, а национального рейтинга вузов.

Предложенная нами система показателей позволяет дать количественную и качественную оценку эффективности использования эндаумента по основным значимым для высшего учебного заведения параметрам (среднесрочная доходность, колебания текущей доходности, величина фонда целевого капитала

и темпы ее роста, окупаемость вложений в формирование эндаумента и степень использования фандрайзингового потенциала учебного заведения). Разумеется, ее можно дополнить другими показателями, однако в качестве первого шага для построения методов оценки эффективности эндаумента она представляется вполне достаточной.

Библиографический список:

1. Ермашкевич Н. И., Щеликова Н. Ю. Механизм привлечения негосударственных инвестиций в сферу профессионального образования // Вестник Брянского государственного университета. – 2010. – № 3. – С. 188-193.
2. Иванов О. И. Организационно-экономические условия формирования фондов целевого капитала в российской высшей школе. Автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. экон. наук. М.: Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, 2011.
3. Котляров И. Д. Оценка стоимости бренда и классификация брендов // Практический маркетинг. – 2011. - № 7. – С. 11-17.
4. Котляров И. Д. Оптимизация алгоритма замещения должностей профессорско-преподавательского состава высших учебных заведений // Университетское управление: практика и анализ. – 2010. - № 3. – С. 87-95.
5. Котляров И. Д. Управление продуктивностью научной работы профессорско-преподавательского состава // Университетское управление: практика и анализ. – 2009. - № 5. – С. 41-48.
6. Приходько Р. В. Состояние высшего образования в России и перспективы взаимодействия вузовского и реального секторов экономики // Экономика и экологический менеджмент (электронный журнал). – 2011. - № 2. – С. 229-235. Доступно онлайн по адресу: <http://economics.open-mechanics.com/articles/405.pdf>. Проверено 30.05.2012.