



М.М. Юдкевич

## СИГНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА И ЦЕЛИ УНИВЕРСИТЕТОВ (КОММЕНТАРИЙ К СТАТЬЕ ПАТРИКА ХИЛИ «ВУЗЫ: БИТВА ЗА ПРОФЕССУРУ»)

Образование:  
сигнал качества  
и товар

---

Зачем люди получают высшее образование, если часть полученных в университете знаний вообще не используется ими в последующей работе, а часть с гораздо меньшими усилиями может быть приобретена непосредственно на рабочем месте? Влияет ли получаемое нами образование на наши трудовые качества? В классической работе Майкла Спенса, за которую ее автор был удостоен Нобелевской премии, утверждается: даже если предположить, что такое влияние отсутствует, получение образования является осмысленным действием.

Дело в том, что образование помогает человеку на рынке труда подать сигнал о своих трудовых качествах потенциальным нанимателям, выделив себя из общей массы работников. Идея образования как сигнала основана на двух предпосылках. Во-первых, качества потенциального работника «закрыты» для работодателя, оценить их напрямую он не может, и во-вторых, существует положительная связь между качествами человека как работника и его способностями к обучению: тем, кому легче учиться, впоследствии будет легче работать. В этих условиях люди с разными способностями и, соответственно, с разными издержками на получение образования могут принять разные решения на образовательном рынке: у способных будет к этому больше стимулов. Предъявив диплом университета, известного своими высокими требованиями к студентам, работник тем самым дает понять: я усердно учился, я и работать буду хорошо.



М.М. Юдкевич. Сигнальная политика и цели университетов  
(Комментарий к статье Патрика Хили «Вузы: битва за профессуру»)

Итак, образование может выполнять сигнальную функцию. Но как выбрать университет, диплом которого можно будет в дальнейшем использовать в качестве сигнала? Не все дипломы котируются одинаково: выпускники разных университетов, как правило, рассчитывают на разные стартовые зарплаты, даже если речь идет о работе в одной и той же отрасли, и эта разница может быть весьма существенной.

Если рассматривать образование как товар, его следует отнести к категории доверительных товаров. Это значит, что при оценке его качества покупатель (в данном случае, будущий студент) вынужден полагаться на чье-то мнение о товаре, не имея возможности оценить его характеристики напрямую. Абитуриенты делают свой выбор на основании рейтинга университета по выбранной ими специальности, мнений друзей и знакомых, окончивших его, степени известности его выпускников. Таким образом, будущие студенты полагаются на те сигналы, которые обеспечивают им университеты.

Цели университетов и сигнальная политика

---

На каких принципах строится сигнальная политика университетов? Для того чтобы ответить на этот вопрос, нужно, в первую очередь, понимать те цели, которые ставит перед собой университет.

В качестве первой цели университета можно назвать предоставление образовательных услуг потребителям — студентам. Но является ли эта цель единственной и, более того, главной? Университет — организация со сложнейшей структурой, преследующая множество целей, среди которых, помимо обучения студентов, важную роль играет проведение фундаментальных и прикладных научных исследований. И, например, для большинства престижных американских университетов именно эта цель является главной, в то время как образовательные цели являются вспомогательными или просто дополнительными. Значительная доля финансирования университетов осуществляется за счет разнообразных грантов, спонсорских взносов и пожертвований на проведение исследований, и основная конкуренция между университетами лежит именно в этой научной, а не образовательной плоскости.

Вместе с тем, какая бы цель ни ставилась университетом в качестве главной, высокий уровень образовательных услуг — важный фактор его конкурентоспособности. И даже если развитие научной школы и проведение исследований ставится во главу угла, университет всегда будет стремиться занять высокую строчку в «образовательном» рейтинге.

В силу чего это происходит? Казалось бы, причина проста: чем лучше учат в университете, тем престижнее в нем учиться и, соответственно, тем выше может быть назначена цена за обучение и тем



М.М. Юдкевич. Сигнальная политика и цели университетов  
(Комментарий к статье Патрика Хили «Вузы: битва за профессию»)

выше прибыль университета. Однако, согласно статистике, не плата за обучение является основой доходной части бюджета ведущего американского университета<sup>1</sup>.

Есть и другая причина заинтересованности университетов в высоком месте в образовательном рейтинге. Она обусловлена еще одной характеристикой образования как товара, которая заключается в том, что качество получаемого студентом образования зависит не только от его усилий (от того, насколько прилежно он осваивает материал лекций, сколько времени проводит в библиотеке, как выполняет домашние задания), но и от усилий других студентов. В сильной группе студент получит от занятия больше, чем в слабой, не только потому, что сильное окружение создает стимулы учиться, но и потому, что преподаватель, как правило, ориентируется в подаче материала на средний уровень группы. И вчерашний отличник, попав в слабое окружение, с большой долей вероятности довольно быстро потеряет накопленный потенциал. Соответственно университет не сможет обеспечивать высокое качество обучения, если уровень студентов будет слабым.

Итак, качество образования как товара зависит для конкретного покупателя от того, кем являются другие покупатели (иными словами, хорошие студенты способны обеспечивать положительные внешние эффекты, тогда как наличие слабых студентов связано с эффектами отрицательными)<sup>2</sup>. Именно поэтому университеты заинтересованы в привлечении не только платежеспособных, но еще и умных, талантливых студентов<sup>3</sup>. При этом чем престижнее университет, тем больше в него стремится богатых, тем, соответственно, больше возможности для финансирования обучения талантливых, но бедных<sup>4</sup>.

Это обуславливает двойную зависимость. Студенты заинтересованы в том, чтобы попасть в хороший университет, а университеты, какие бы цели ни были для них приоритетными, — в том, чтобы заманить к себе и способных, и платежеспособных студентов.

<sup>1</sup> В большинстве российских вузов, напротив, плата за образовательные услуги составляет основную часть зарабатываемых средств.

<sup>2</sup> Этот феномен обсуждается во многих работах по экономике образования и в англоязычной литературе носит название *peer effect*.

<sup>3</sup> Отметим, что принятие решений о зачислении в университет и выделении финансовой помощи во многих университетах осуществляется независимым образом: академический конкурс проходит отдельно от распределения стипендий на обучение. Так, например, подавая документы в Гарвардский университет, абитуриенты высылают сведения об академической успеваемости и результатах выпускных экзаменов в один департамент, а прошение о финансовой помощи — в другой.

<sup>4</sup> Однако у такого преимущества есть и обратная сторона: у более богатых университетов выше альтернативные издержки финансовой помощи: выдавая финансовую помощь студенту, университет теряет еще средства, которые он мог бы получить в качестве платы за обучение, взяв на это место платежеспособного абитуриента.



М.М. Юдкевич. Сигнальная политика и цели университетов  
(Комментарий к статье Патрика Хили «Вузы: битва за профессуру»)

Цели университетов: совпадение или конфликт?

Итак, университеты вынуждены доказывать, что они — лучшие. И поскольку прямые уверения в этом довольно неэффективны (такое заявление может сделать с тем же успехом любой университет), необходима подача косвенных сигналов.

На каких принципах строится эта сигнальная политика? Прежде всего сигналы должны быть достаточно прозрачны для того, чтобы будущие студенты могли их проанализировать. Так, например, качество читаемых курсов оценить заранее очень сложно (это и студенты не всегда могут понять, а уж абитуриентам и подавно этого не сделать). Ведь если программы одного курса в двух университетах одинаковы, это еще ничего не говорит об их сравнительном качестве. Поэтому в качестве ориентира на это полагаться сложно.

Достижения университетов в научной деятельности оценить в первом приближении проще. Это можно сделать по таким критериям, как количество Нобелевских премий, полученных сотрудниками университета, число монографий, учебников, публикаций в академических журналах и упоминаний в прессе. Но свидетельствует ли лучшая научная школа о том, что университет дает лучшее образование?

Этот вопрос снова возвращает нас к уже упоминавшемуся ранее вопросу: дополняют ли друг друга образовательная и научная цели университета или конфликтуют между собой? Иными словами, будет ли лучший ученый и лучшим преподавателем, или имеет место обратная связь: научные успехи достигаются за счет сокращения усилий на преподавание, в ущерб качеству образовательных услуг? Вероятно, второе хотя бы частично имеет место. Однако, выбирая развитие научной школы своей приоритетной целью, многие американские университеты заинтересованы в том, чтобы получить в профессора знаменитостей, и готовы выкладывать за это огромные средства. Такая политика университетам весьма выгодна, поскольку затраты на подобные сигналы (например, заработная плата светилам науки) ложатся в основном на самих студентов, включаясь в стоимость обучения.

Но и эта политика порождает ряд проблем. Одной из них является поиск оптимальной схемы оплаты профессором. Если научные достижения можно достаточно объективно оценить по таким показателям, как количество публикаций, объем полученного стороннего финансирования, индекс цитируемости работ, то оценить усилия и качество преподавательской деятельности гораздо сложнее. А делать вывод о качестве преподавания по результатам научной деятельности нельзя: гениальные исследователи далеко не всегда



М.М. Юдкевич. Сигнальная политика и цели университетов  
(Комментарий к статье Патрика Хили «Вузы: битва за профессуру»)

являются столь же гениальными преподавателями. Университет, однако, не может держаться только на таких звездах, и в тех профессорах, кто будет хорошо преподавать, оказывается также весьма заинтересован. Но в силу того, что вознаграждение за преподавательские услуги сложнее поставить в прямую зависимость от их качества, талантливые ученые в большей степени оказываются заинтересованными в создании научного имени, чем в приобретении славы великого профессора. В результате преподаватели меньше усилий тратят на «невыгодное» для них, но вместе с тем столь важное для университета преподавание.

Итак, университеты вынуждены функционировать в условиях как зависимости, так и частичного конфликта между своими основными целями. И поиск оптимальной политики оплаты сотрудников необходим для поддержания баланса реализации каждой из них.