



«فرهنگستان» گزارش می دهد

چرا در جذب دانشجوی بین المللی ناموفقیم

جذب دانشجویان بین المللی امروزه یکی از کارویژه های دانشگاه های مهم دنیا به شمار می رود. دانشجویانی که در سال، گردش مالی ۳۰۰ میلیارد دلاری برای دنیا به همراه می آورند و همین مساله نشان از اهمیت جذب آنها دارد. در این میان، وزارت علوم نتوانسته آن طور که باید بسترهای لازم را برای جذب این دانشجویان در کشور مهیا کند، به طوری که با وجود همه اسناد بالادستی و با توجه به اینکه کمتر از دوماه به پایان سال باقی مانده، اما دانشگاه های کشور نتوانسته اند به آمار تعیین شده در برنامه ششم توسعه در این حوزه دست پیدا کنند. یکی از اصلی ترین راه های جذب دانشجوی بین المللی، فعالیت موسسات مرتبط با این حوزه است.

موسساتی که امروز با چالش های زیادی روبه رو هستند و می طلبند مسئولان موانع موجود را از سر راه آنها بردارند. برنامه آفاق که با همکاری پژوهشکده سیاستگذاری دانشگاه صنعتی شریف به صورت تخصصی روی مساله ارتقای جذب و تقویت همکاری با دانشجویان بین المللی در ایران، فعالیت می کند، مسائل مختلف مرتبط با جذب دانشجویان خارجی در کشور را مورد بررسی قرار داده است. در این گزارش سه تن از اعضای برنامه آفاق، از نگاه های گوناگون به بررسی چالش های مرتبط با جذب دانشجوی بین المللی پرداخته اند که در ادامه متن آن را می خوانید.

مدیر برنامه آفاق مطرح کرد

الزام ورود بخش خصوصی به جذب دانشجویان بین المللی از منظر حکمرانی

امیر حسین چیت ساززاده، مدیر برنامه آفاق درباره چرایی مشکلات موجود در عرصه جذب دانشجویان بین المللی توسط دانشگاه های مطرح کشور در یادداشتی که در اختیار «فرهنگستان» گذاشته است، می نویسد: «شاید اولین تصویری که به ذهن هر فردی با شنیدن کلمه «حکمرانی» خطور می کند، زنجیره ای از دستگاه های دولتی است که برای تحقق فرامین حکومتی پشت سر هم ردیف شده اند تا تصمیمی اجرایی شود. این تصور ابتدایی نطفه شکل گیری آن چیزی است که امروزه به عنوان بروکراسی می شناسیم و از ابتدای ظهور و بروز آن در جوامع بشری تا مدت های مدیدی باعث ایجاد نظم و نسق در امور جاری و روزمره شهروندان شده است. بعدها به تدریج بر این سازه نظامی از حکمرانی مفاهیمی انتزاعی نیز بار شد و هم اکنون می توانیم بگوییم که عمدتاً آنچه شهروندان از یک ساختار حکمرانی انتظار دارند، سیاستگذاری، تنظیم گری، تسهیل گری و تامین کالا و خدمات است. اما در این بین آنچه در دهه های اخیر مورد توجه قرار گرفته، نقش مردم در تحقق کارویژه های حکمرانی است. در واقع هرچه نقش شهروندان یا ذی نفعان در تدوین سیاست ها پررنگ تر باشد، سیاست از مشروعیت بالاتری برخوردار بوده و به تبع آن با مشارکت بیشتر بازیگران متنوع سایر انتظارات از حکمرانی با سرعت و کارآمدی بالاتری به منصفه ظهور می رسد. حکمرانی آموزش عالی بین المللی نیز از موارد فوق مستثنی نبوده و در کشورهایی پیشرو که این حوزه را به عنوان یکی از منابع درآمد ملی خود می بینند، بازیگران گوناگونی مانند نهاد های سیاستگذار حاکمیتی، نهاد های تنظیم گر عمومی، دانشگاه ها به عنوان ارائه دهندگان خدمات آموزشی، موسسات جذب دانشجوی تحت قوانینی روشن و شفاف به نقش آفرینی می پردازند. بررسی سیر تطور قوانین، مقررات و آیین نامه های مربوط به جذب دانشجویان بین المللی در ایران از سال های ابتدایی دهه ۶۰ تاکنون نشان می دهد با توجه به اهدافی که از جذب دانشجوی بین المللی در صدر این اسناد ذکر شده و همچنین ساختار دولتی اقتصاد ایران و به تبع آن دولتی بودن عمده دانشگاه های مهم کشور، تمامی کارویژه های حکمرانی آموزش عالی بین المللی توسط نهاد های حاکمیتی و دولتی انجام می شده است و تا ابتدای دهه ۹۰ عمده دانشجویان ورودی به ایران نیز از بورس های مختلف اعطایی توسط جمهوری اسلامی ایران برخوردار بودند. از ابتدای دهه ۹۰ به تدریج تحولات جمعیتی ایران تأثیر خود را بر تعداد متقاضیان تحصیلات عالی نشان دادند. با خروج پیک جمعیتی متولدان دهه ۶۰ از مرحله تحصیلات دانشگاهی به تدریج بلااستفاده شدن زیرساخت های ایجاد شده در دانشگاه ها خود را به رخ کشید. در این شرایط دانشگاه ها به تدریج جذب دانشجویان بین المللی را زمینه ای برای بهره برداری از زیرساخت های فیزیکی و سرمایه انسانی خود به منظور درآمدزایی به حساب آوردند. نقطه اوج این تحول در نگاه امری توان در تصویب آیین نامه پذیرش دانشجوی غیر ایرانی- غیربورسیه (دانشجویان

غیر ایرانی شهریه پرداز) در دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی کشور و شیوه نامه متعاقب آن در سال ۱۳۹۴ مشاهده کرد. ولی باید توجه کرد که وابسته بودن چند دهه های دانشگاه ها از نظر بودجه به دولت، نامربوط بودن ارتقای شغلی استادان و کارمندان به کیفی و اقتصادی بودن خدمات ارائه شده توسط دانشگاه ها و ارتباط کم دانشگاه های ایران با دانشگاه های مطرح در سطح منطقه و جهان، فرآیند بین المللی سازی دانشگاه ها و یکی از مهم ترین شاخص های آن یعنی جذب دانشجویان بین المللی را با چالش مواجه کرد. در واقع دانشگاه ها علی رغم وجود ظرفیت خالی از نظر ساختار ذهنی و مهارت های عملی آمادگی بین المللی شدن را نداشتند.

دانشگاه ها با مفهوم بازاریابی جذب دانشجوی بین المللی آشنا نیستند

با تمرکز بر بحث جذب دانشجویان بین المللی متوجه می شویم که دانشگاه های ایرانی چندان با مفهوم بازاریابی برای جذب دانشجوی الزامات آن در کشورهای هدف آشنا نیستند. آنان در واقع چندان به این موضوع توجه ندارند که دانشجویان کشورهای همسایه و سایر کشورهای منطقه برای حضور در دانشگاه به صورت شهریه پرداز یا گزینه های متنوعی در کشورهای دیگر مواجه هستند که میزان تعیین شهریه، کیفیت خدمات آموزشی و رفاهی ارائه شده به آنان، سهولت انجام امور اداری و آسایش و آرامش در زندگی دانشجویی در تصمیم نهایی آنان برای انتخاب محل تحصیل تعیین کننده است. در نهایت دانشگاه های ایرانی توجه چندانی به اعتبار مدرک تحصیلی خود در سیستم آموزش عالی کشورهای هدف ندارند و در واقع به دوران پس از فراغت از تحصیل این دانشجویان در کشورهایشان فکر نمی کنند.

جمع این موارد نشان دهنده این است که دانشگاه ها به تنهایی انگیزه و توان به دوش کشیدن بار بین المللی شدن را ندارند و باید در کنار آنان بخش خصوصی که انگیزه اقتصادی برای بازاریابی جذب دانشجوی دارد به صورت نظام مند وارد این حوزه شود و با استفاده از تجربیات جهانی در این حوزه با افزایش مشارکت عمومی در این حوزه و درگیر کردن منفعت عمومی و خصوصی در پذیرش دانشجویان بین المللی و ارائه خدمات مناسب به آنان سرعت تحول نظام آموزش عالی ایران از سطح ملی به بین المللی را افزایش داد و ساختار نگرشی دانشگاه ها در این زمینه را به تدریج اصلاح کرده و مهارت های عملی آنان را بهبود بخشید. در این بین، انجام تکلیف محول به سازمان امور دانشجویان وزارت علوم در بند «۲» ماده (۱۱) آیین نامه پذیرش دانشجوی غیر ایرانی- غیربورسیه پس از ۶ سال مبنی بر ساماندهی شرکت های خصوصی جذب دانشجویان غیر ایرانی که تاکنون قدمی برای تحقق آن برداشته نشده است می تواند برای متولیان امر در این حوزه راهگشا باشد.»

پژوهشگر برنامه آفاق:

موسسات جذب دانشجویان بین المللی چگونه و با چه هدفی کار می کنند؟

تعمین معیارهایی برای روشن ساختن فرآیند بررسی به منظور سنجش موفقیت در انجام تعهدات

- تعیین تکلیف شرایطی که در رابطه با توافق نمایندگی پیش می آید، به طور مثال نیاز به فسخ قرارداد (۱۳chang، ۲۰)
- طبیعی است قرارداد موسسات جذب دانشجوی نیز با توجه به اهداف مشخص شده به چند دسته قابل تقسیم بندی است که در ادامه به آنها اشاره شده است:
- توافق های غیررسمی که در واقع قرارداد به صورت شفاهی منعقد می شود.
- توافق های موردی به این صورت که موسسه به دانشگاه هایی که با آنها قرارداد دارند یک دانشجوی معرفی می کند. در واقع برخی دانشگاه ها از قراردادهای موقت استفاده می کنند تا پتانسیل بازار را بسنجند و وضعیت موسسات را برای ادامه همکاری ارزیابی کنند.
- قراردادهای انحصاری به این معنی که موسسات به صورت محدود با یک مرکز آموزشی قرارداد تنظیم می کنند و به ارائه خدمات برای آنها می پردازند.
- قرارداد غیرانحصاری نیز به حالتی گفته می شود که موسسات هیچ محدودیتی در همکاری با مراکز آموزشی ندارند.

تعمین معیارهایی برای روشن ساختن فرآیند بررسی به منظور سنجش موفقیت در انجام تعهدات

هریک از این مدل های قراردادی فوق با توجه به چهارچوب بازاریابی دانشگاه ها مشخص و انتخاب می شوند و به صورت کلی، برای جلوگیری از مشکلات و تخلفات احتمالی بهتر است توافق به صورت مکتوب و رسمی بین دو طرف انجام شود. در کشور ما به دلیل اینکه موسسات جذب تاکنون به رسمیت شناخته نشده اند. تعداد محدودی موسسه به صورت غیررسمی در این حوزه فعالیت می کنند و در واقع توافق بین دو طرف به صورت غیررسمی صورت می گیرد و این مساله به دلیل عدم وجود قرارداد شفاف، باعث بروز مسائل و مشکلات زیادی می شود که در صورت بروز نمی توان آن را به صورت قانونی رسیدگی و رفع کرد. اما مدل های درآمدی موسسات جذب با توجه به سیاست های جذب دانشجوی در کشورهای مختلف و راهبردهای بازاریابی دانشگاه می تواند به سه حالت

تعمین معیارهایی برای روشن ساختن فرآیند بررسی به منظور سنجش موفقیت در انجام تعهدات

هریک از این مدل های قراردادی فوق با توجه به چهارچوب بازاریابی دانشگاه ها مشخص و انتخاب می شوند و به صورت کلی، برای جلوگیری از مشکلات و تخلفات احتمالی بهتر است توافق به صورت مکتوب و رسمی بین دو طرف انجام شود. در کشور ما به دلیل اینکه موسسات جذب تاکنون به رسمیت شناخته نشده اند. تعداد محدودی موسسه به صورت غیررسمی در این حوزه فعالیت می کنند و در واقع توافق بین دو طرف به صورت غیررسمی صورت می گیرد و این مساله به دلیل عدم وجود قرارداد شفاف، باعث بروز مسائل و مشکلات زیادی می شود که در صورت بروز نمی توان آن را به صورت قانونی رسیدگی و رفع کرد. اما مدل های درآمدی موسسات جذب با توجه به سیاست های جذب دانشجوی در کشورهای مختلف و راهبردهای بازاریابی دانشگاه می تواند به سه حالت

پژوهشگر برنامه آفاق تا کید کرد

انجمن صنفی و مرامنامه اخلاق حرفه ای: دو الزام فعالیت موسسات اعزام و جذب دانشجویان بین المللی

- رفتار قانونمند: موسسه قوانین و مقررات مربوطه را رعایت می کند.
- موثر بودن: موسسه به گونه ای فعالیت می کند که منافع مشتریان و جامعه تامین شود حتی اگر برای خودش هزینه داشته باشد.

چه باید کرد؟

- در سال های اخیر تلاش هایی برای نظام مند کردن فعالیت موسسات جذب و اعزام صورت گرفته است. آیین نامه های گوناگونی نیز برای ساماندهی آنها تدوین شده است اما وجود انجمن صنفی و مرامنامه اخلاق حرفه ای برای آنها ضرورت دارد. در ادامه پیشنهادهایی جهت بهتر شدن فعالیت این موسسات به سازمان امور دانشجویان توصیه می شوند:
- تسهیل شرایط تشکیل انجمن صنفی موسسات یا فعال شدن مجدد کانون مربوطه
- مشارکت دادن انجمن صنفی و کانون در رسیدگی به تخلفات و تدوین آیین نامه ها و مرامنامه ها
- اصلاح نمونه قرارداد موسسات با توجه به نمونه های بین المللی
- ایجاد فرآیندهای ارزیابی، درجه بندی و رتبه بندی موسسات
- ایجاد سامانه ارتباطی برای گزارش دهی تخلفات
- برگزاری دوره های آموزشی سالیانه و دادن گواهینامه های آموزشی به این موسسات.
- خلاصه اینکه تجربه جهان نشان داده است کمک به فعال شدن انجمن صنفی موسسات و ترویج «اخلاق حرفه ای» در فعالیت آنها می تواند از وقوع بسیاری از تخلفات جلوگیری کند.

- تدوین آیین نامه ها و ارزیابی سالیانه موسسات؛ سعی در ساماندهی آنها داشته است اما هنوز این گونه موسسات به صورت یک حرفه مشخص شناخته نمی شوند و کانون و انجمن صنفی فعال ندارند.

مرامنامه اخلاقی

- فعالیت موسسات براساس «نمایندگی» است و رعایت اخلاقیات و امانتداری در کار آنها ضروری است. شفافیت، صداقت، بیان تعارضات منافع، انصاف، رازداری و دقیق بودن لازمه فعالیت چنین موسساتی است. کشورهای با سابقه با انتشار بیانیه ها و آیین نامه هایی سعی دارند این موسسات را به داشتن اخلاقیات حرفه ای ترغیب کنند. برای نمونه کشورهای انگلستان، ایرلند، کانادا، نیوزیلند و استرالیا در سال ۲۰۱۲ «بیانیه لندن» را تدوین و موسسات خود را ملزم به رعایت این موارد کرده اند.
- صداقت: موسسه، در همه معاملات تجاری و حرفه ای خود صریح و صادقانه عمل می کند.
- بی طرفی: موسسه، فعالیت حرفه ای خود را با جانب داری و تعارض منافع به خطر نمی اندازد.
- صلاحیت حرفه ای: موسسه، دانش و تلاش لازم را در ارائه خدمات به متقاضی به کار می برد.
- شفافیت: موسسه، موارد تعارض منافع، به ویژه در مورد دریافت هزینه خدمات (از دانشجویان یا دانشگاه) را بیان می کند.
- رازداری: موسسه محرمانگی اطلاعات متقاضیان را رعایت می کند.

با کیفیت تحصیلی مناسب و آگاه نسبت به شرایط تحصیل و زندگی را جذب کنند.

وضعیت موسسات در ایران

در ایران حدود ۱۶۰ موسسه از سازمان امور دانشجویان مجوز فعالیت دارند و سالانه هزاران نفر برای دریافت خدمات مشاوره، به موسسات اعزام دانشجویان مراجعه می کنند. برخی از آنها با مسائلی ناشی از عدم رعایت اخلاق حرفه ای، مشاوره بد و اطلاعات غلط توسط موسسات روبه رو می شوند که هزینه های مالی و روانی سنگین و جبران ناپذیری بر آنها وارد می شود.

نمونه تخلفات این موسسات

نداشتن مجوز، معرفی دانشگاه های نامعتبر، نداشتن اطلاعات کافی از دانشگاه مقصد، معرفی رشته های تحصیلی که وجود خارجی ندارند، تضمین اخذ مجوز برای کار قانونی در حین تحصیل (در حالی که کشورهای اروپایی به دانشجویان مهاجر، تنها اجازه انجام کار دانشجویی محدود به ۱۵ تا ۲۰ ساعت در هفته را می دهند)، دریافت هزینه های متعدد و هزینه تراشی (ثبت نام، زبان، تأییدیه مدارک سفارت، ترجمه، گرفتن وکیل و...)، پذیرش دانشجویان در دانشگاه های رده پایین، عمل نکردن به تعهدات، عدم برگشت هزینه در صورت عدم پذیرش، جعل مدارک و گرفتن گواهی های نامربوط از جمله تخلفات این موسسات است. آنها با ارائه اطلاعات نادرست و چاپ آگهی های خود در روزنامه ها و سایت ها به صورت گسترده و ایجاد امید کاذب در متقاضیان باعث گمراهی، خسارت مالی و هزینه های زمانی برای آنها می شوند. اگرچه سازمان امور دانشجویان با تنظیم

حمزه حاجی عباسی یکی دیگر از پژوهشگران برنامه آفاق است که درباره الزامات فعالیت موسسات جذب دانشجویان کتاتی را یادآور شده است. او در یادداشتی نوشت که اگر روزی تحصیل در یک کشور خارجی، محدود به دانشگاه های آمریکا، اروپا و استرالیا بود و تنها افراد محدودی می توانستند در یک کشور دیگر درس بخوانند، در ۲۰ سال اخیر شرایط تغییر کرده است. براساس آمارهای یونسکو تعداد دانشجویان بین المللی به حدود ۶ میلیون نفر در سال رسیده و کشورهای متعددی از جمله مالزی، امارات، عربستان و ترکیه نیز که با ایران مشابهت های فرهنگی دارند به جذب دانشجوی بین المللی روی آورده اند. در این میان استفاده از موسسات اعزام و جذب دانشجویی یکی از راه های موثر ارتباط متقاضیان تحصیل با دانشگاه ها است. این موسسات می توانند وجهه خوبی از دانشگاه ها در دنیا ارائه دهند و متقاضیان را در مورد شرایط تحصیل، کار و زندگی در کشور میزبان آگاه سازند. در کنار این فواید، با توجه به ماهیت «نمایندگی» این موسسات، احتمال انحراف، تخلف و فساد در فعالیت آنها زیاد است. در این مقاله با معرفی بعضی از تخلفات انجام شده توسط موسسات، اهمیت تشکیل انجمن صنفی و تدوین نظامنامه «اخلاق حرفه ای» برای تنظیم فعالیت و رفتار صحیح آنها را بیان می کنیم.

دلایل مراجعه به موسسات توسط دانشگاه ها و دانشجویان

موسسات اعزام دانشجویان با داشتن کارمندان متخصص و وکلای خبره در زمینه مهاجرت و آموزش بین المللی به افراد متقاضی که در مورد پذیرش تحصیلی و مهاجرت و چگونگی دریافت حمایت مالی از دانشگاه ها آگاهی ندارند، کمک می کنند، از سوی دیگر دانشگاه ها با کمک این موسسات می توانند متقاضیانی