



# Лучшие практики рекрутинга иностранных студентов

В течение двух последних десятилетий в российских университетах значительно увеличилась роль международной деятельности, а правовая база её стала более сложной. Одним из следствий этих изменений стало усиление потребности централизованно управлять и оказывать всестороннюю поддержку деятельности, которая раньше считалась ответственностью отдельного структурного подразделения. И хотя в разных университетах этому уделяется разное внимание, можно констатировать, что реформы в отношении институциональной международной деятельности коснулись всех без исключения российских вузов, и они еще далеки от завершения.

## Направления деятельности

Основными направлениями международной деятельности вузов являются привлечение иностранных студентов и аспирантов на обучение и их поддержка в процессе обучения, расширение межвузовских и международных связей, внутренняя интернационализация.

Рекрутинг иностранных студентов – относительно новое направление деятельности в большинстве российских вузов. Этот факт объясняется исторически сложившейся формой работы с иностранными студентами еще с советских времен. Тогда только ограниченное число учебных заведений занималось обучением иностранцев, а их привлечением не занимался ни один вуз, поскольку эта функция была возложена на союзные органы управления образованием.

С введением показателей по доле иностранных студентов в российских вузах в рамках ежегодного мониторинга эффективности, проводимого Минобрнауки РФ, ситуация кардинально изменилась. В большинстве вузов выделены специальные структурные подразделения, занимающиеся набором и обслуживанием иностранных студентов, появились отдельные статьи расходов на этот вид деятельности.

Российские вузы используют как традиционные, так и новые формы привлечения иностранных студентов на обучение. Рассмотрим относительно новые практики привлечения к набору иностранных студентов специализированных рекрутинговых агентств или агентств образовательной мобильности – российских и зарубежных.



**КРАСНОВА Гульнара Амангельдиновна** – ведущий научный сотрудник, доктор философских наук, профессор РАНХиГС при Президенте РФ.

## Агенты влияния

Под агентом образовательной мобильности понимается физическое лицо, компания или общественная организация, предоставляющие консультационные услуги для студентов, стремящихся получить образование за рубежом. Для образовательных организаций это лицо или организация, рекламирующие в определенном регионе и создающие поток запросов от абитуриентов, прошедших предварительную квалификацию.

В настоящее время существуют различные категории рекрутинговых агентств: представительства образовательных организаций, консультанты по вопросам международного образования, туристические агентства с интегрированным отделом образования<sup>1</sup>.

Из российских агентств самым старейшим и известным является организация «ПАКУС» (<http://www.edurussia.ru>), которая была создана в 1991 году в г. Санкт-Петербурге. В настоящее время она имеет представительства в 61 государстве Азии, Африки, Ближнего и Среднего Востока, Южной Америки, СНГ и Европы, а также филиалы в 10 городах европейской части России.

Отдельные рекрутинговые агентства специализируются на наборе студентов из конкретной страны. Как правило, их создают иностранные выпускники российских вузов. Например, Русско-китайский центр по сотрудничеству в области образования, науки, культуры и здравоохранения, туризма и спорта (<http://r-kc.ru>), уже восемнадцать лет специализирующийся на наборе китайских студентов, основал выпускник РУДН Лю Синь.

## Права и обязанности

Российские вузы работают с рекрутинговыми агентствами в рамках агентских договоров, в соответствии с которыми агентства за комиссионное вознаграждение осуществляют набор иностранных студентов в вуз. Предметом договора является деятельность рекрутингового агентства по организации подбора, направления на обучение кандидатов на подготовительный и основные факультеты вуза с целью получения ими образования на уровне бакалавра, магистра, дипломированного специалиста или кандидата наук. Обязанности рекрутингового агентства в рамках таких договоров могут быть следующие:

- обеспечить подбор из страны кандидатов, желающих получить образование в вузе по контрактной форме обучения, в количестве, определенном вузом и агентством (при этом окончательное решение о приеме выносит приемная комиссия вуза);
- разъяснять кандидатам на английском и/или национальном языке условия и правила поступления, обучения и проживания в вузе, а также ознакомить с нормами законодательства Российской Федерации, касающимися правил пребывания иностранного гражданина на территории РФ;
- осуществлять сбор у кандидатов всех необходимых для поступления в вуз документов, предусмотренных правилами приема иностранных граждан, и передавать их в вуз не позднее даты прибытия кандидатов в Россию;
- размещать за свой счет информацию о вузе и объявлении о наборе в местных СМИ и распространять её другими, не противоречащими законам способами;
- обеспечивать прохождение кандидатами медицинского освидетельствования;

<sup>1</sup> Краснянский С.А. Набор иностранных студентов в вузы РФ при содействии агентств образовательной мобильности. Презентация. Сопровождение проректоров по международной деятельности. РУДН. 19 ноября 2010 года. Москва.

– способствовать получению кандидатами и студентами в установленном порядке въездных и выездных виз для следования на учебу в Россию и выезда из нее;

– обеспечивать организованную отpravку кандидатов в РФ, заблаговременно информировать вуз об их прибытии;

– на основании предоставленных вузом списков кандидатов, зачисленных на обучение, организовывать оплату их обучения.

Расчеты между вузами и рекрутинговыми агентствами, как правило, производятся раз в год по результатам приемной кампании. В среднем размер комиссионного вознаграждения составляет 15% от стоимости года обучения иностранного студента. Традиционно вузы единожды оплачивают услуги рекрутингового агентства после поступления студента на обучение.

При этом образовательная организация оставляет за собой право:

- не зачислять на обучение кандидатов, направленных рекрутинговым агентством, в случае несоответствия уровня их знаний предъявленным требованиям, а также в случае обнаружения фальсифицированных документов, предоставленных кандидатом или рекрутинговым агентством;
- отчислять студентов в случае невозможности продолжения обучения (по медицинским показаниям или неуспеваемости), а также в случае грубых нарушений нормативных документов вуза или законодательства РФ, с последующим уведомлением рекрутингового агентства в течение определенного времени.

**В большинстве вузов выделены специальные структурные подразделения, занимающиеся набором и обслуживанием иностранных студентов, появились отдельные статьи расходов на этот вид деятельности.**

## Проблемы и их решение

Основными проблемами по осуществлению набора российскими вузами через рекрутинговые агентства являются недостаток или искажение информации, что приводит к репутационным потерям вузов в зарубежных странах. В погоне за количеством абитуриентов рекрутинговые агентства могут предоставлять неполную или искаженную информацию о вузе и России, что в последующем приводит к неоправданным ожиданиям со стороны иностранных студентов и даже разочарованию. Иногда предоставляется недостоверная или неполная информация о предыдущем образовании абитуриента, что приводит к неверным решениям приемной комиссии вуза при зачислении на обучение.





Все эти проблемы связаны с отсутствием достаточного опыта работы у российских вузов с рекрутинговыми агентствами. Безусловно, использование специализированных организаций при наборе иностранных студентов может быть очень полезно российским вузам. Особенно это касается стран, куда сложно выехать непосредственно сотрудникам международной службы вуза в силу отсутствия безопасности, дипломатических отношений между странами, высокой стоимости транспортных расходов и других причин. В ряде стран от 60 до 80% студентов поступают в зарубежные вузы с помощью рекрутинговых агентов. В некоторых – например, в Китае – эта деятельность лицензируется и контролируется органами государственной власти.

**В идеальном случае сотрудничество с рекрутинговыми агентствами представляет собой возможность выхода на международный рынок набора студентов с минимальными затратами времени и финансовых средств.**

Вместе с тем выбрать надежного партнера за рубежом крайне сложно. Необходимо обращать внимание на такие данные, как год создания рекрутингового агентства; страны и вузы, с которыми агентством ведется работа по набору студентов; официальные данные, публикуемые на сайте агентства и национального министерства образования, а также рекомендации партнеров агентства. Кроме того, необходимо учитывать, что хороших рекрутинговых агентств значительно меньше, чем образовательных организаций, желающих с ними работать. От стратегии взаимоотношений с агентством зависит интенсивность потока зарубежных абитуриентов из этого агентства и страны в целом. Отдельные российские вузы устраивают встречи с рекрутинговыми агентствами перед началом приемной кампании с целью информирования о новых образовательных программах, условиях приема, изменениях в законодательстве и прочем. В идеальном случае сотрудничество с рекрутинговыми агентствами представляет собой возможность выхода на международный рынок набора студентов с минимальными затратами времени и финансовых средств.

### Преимущества для вузов и студентов

По мнению специалистов, существенные преимущества от работы с агентствами академической мобильности имеются и для образовательных организаций, и для обучающихся.

**В настоящее время существуют различные категории рекрутинговых агентств: представительства образовательных организаций, консультанты по вопросам международного образования, туристические агентства с интегрированным отделом образования.**

Для вузов преимущества заключаются в следующем:

- агентства представляют вузы в течение всего календарного года;
- распространяют рекламную информацию, проводя целевые кампании в СМИ, участвуя в студенческих выставках и днях открытых дверей для школьников;
- предоставляют достоверную информацию о состоянии регионального образовательного рынка;
- предоставляют доступ к региональной инфраструктуре;
- помогают продвигать программы, пользующиеся низким спросом;
- увеличивают соотношение успешных поступлений к поданным заявлениям;
- предоставляют отзывы студентов после завершения обучения.

Для студентов – свои преимущества:

- агент является надежным, компетентным и ответственным представителем вуза в стране происхождения студента;
- консультирует студентов и их родителей на родном языке, что особенно важно при выборе долгосрочных программ;
- предлагает оптимальное место и направление обучения в соответствии с интересами студента и особенностями вузов;
- предоставляет полезные дополнительные услуги (заполнение регистрационных формуляров, страховку, билеты, визы);
- за счет консультаций и дополнительных услуг увеличивает ценность образования в вузе без увеличения его стоимости;
- агент предлагает поддержку в течение всего процесса поступления и обучения<sup>2</sup>.

Известной платформой для установления сотрудничества с рекрутинговыми агентствами являются образовательные выставки ICEF – International Conferences and Educational Fairs (<http://www.icef.com>). Каждая конференция ICEF фокусируется на определенном регионе, охватывая в целом все страны мира. Участникам конференций предоставляются инструменты для работы в режиме онлайн, способствующие выстраиванию эффективной работы с агентами. Особенно важно, что ICEF проводит строгий отбор агентов для участия в своих конференциях, а также оплачивает их участие из собственных средств. Охват участников конференций ICEF: свыше 2,2 тыс. агентов из 1,4 тыс. агентств и 180 стран мира, более 1 тыс. образовательных организаций из 45 стран мира. В рамках конференций проводятся индивидуальные встречи с агентами из интересующих регионов мира, посвященные новинкам рынка международного образования семинары, встречи с зарубежными вузами для установления сотрудничества. Стоимость участия для вузов – около 5 тыс. евро, для рекрутинговых агентств – бесплатно. Список российских вузов, участвующих в выставках ICEF, в последние годы постепенно расширяется, но в целом этот инструмент рекрутинга пока недооценен российскими вузами.

<sup>2</sup> Там же.