

аркылы қызметкердің тиімділігін арттырып, мұғалімдердің мотивациясын зерттеудің қажеттілігін анықтадық. Ең бастысы мотивациялық климат динамикасын зерттеу болып табылады. Өйткені, қолайлы және теріс сипаттамаларын өзгерту балансы мен жеке факторлардың жаңадан пайда болған қанағаттанбау компоненттерінің дәрежесінің ұлғаюы немесе азаюы мотивациялық басқару тиімділігін көрсетеді. Жоғарыда аталған нәтижелер оқу орындарының қызметкерлерінің мотивация деңгейін жақсарту үшін ұсынымдар әзірлеу қажеттілігін туындатқызды.

Кілт сөздер: Оқытушы, мотивация, кәсіби қызмет, өзін-өзі дамыту, қызметкер, ұжым, ұйым, білім саласы, лидер, ұйым мәдениеті

МРНТИ 04.61

И.А. Айтимбет¹, Л.Н. Касимова¹

¹Университет им. С.Демиреля, Казахстан, Каскелен

МОНИТОРИНГ МОТИВОВ ВЫБОРА ВУЗА СРЕДИ СТУДЕНТОВ 1 КУРСА (РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА)

Аннотация: Социологическое исследование по изучению мотивов выбора первокурсниками СДУ является репрезентативным. Подавляющее большинство студентов выбрали вуз самостоятельно (78,3%). Наиболее распространенными ответами выбора вуза СДУ стали: качественное образование – 21%, воспитание – 14,61%, по совету родителей – 11,35%. Наиболее главными источниками при принятии решения о выборе вуза: рейтинг и оценка вуза, социальные сети, официальный сайт СДУ, советы друзей, знакомых, родителей.

Обобщив и проанализировав мнение студентов, были предложены меры для повышения эффективности и достижения максимальных результатов работы с абитуриентами: улучшить содержание сайта СДУ, конкурс на видеоролик о жизни СДУ, сформировать волонтерские группы, включить в рекламу интервью с успешными выпускниками университета, улучшить работу маркетинговой службы, детально описать систему скидок, действующих в университете и т.д.

Ключевые слова: Мотивы выбора вуза, источники информации, сайт СДУ, видеоролик, волонтерские группы, маркетинговая служба, успешные выпускники, перспективы СДУ.

Социологическая наука возникла из потребностей капиталистического общества, рыночных отношений, когда товарная продукция выпускается, и, самое важное, имеет цену и смысл только при учете интересов, мнений потребителей. В ином случае, весь труд, продукция, выпускаемая может быть потраченной впустую, предприятие стать банкротом. Социалистическое производство, основанное на монополии государства, не особо интересовалось интересами и мнениями потребителей, т.е реальных граждан, имеющих разнообразные вкусы, потребности. Поэтому при социализме опрос мнений граждан делался, в основном, по идеологическим соображениям. В посттоталитарных государствах, там, где происходит становление рыночных отношений, конкуренция и свобода выбора потребителей иметь ту или иную продукцию, услугу возникают условия для развития социологических исследований по изучению мнений граждан по тому или иному вопросу, в данном случае, по проблеме мотивов выбора вуза абитуриентами.

Жесткие законы конкуренции заставляют вузы заниматься рекламой, множествами организационных мероприятий для того, чтобы привлечь к себе абитуриентов. Изначально демократически организованные вузы, к числу которых, несомненно, относится и СДУ, в своей стратегии и текущей политике всегда систематически ориентированы на мнение студентов и профессорско-преподавательского состава, обслуживающего персонала.

Социологический опрос студентов первого курса по проблеме мотивов выбора ими СДУ делается с целью учета результатов опроса для эффективной организации студенческого контингента 2016-2017 учебного года.

Принятие администрацией университета системы мер по реализации предложений студентов, в том числе критических, вселяет в студентов уверенность в значимости их мнений, а также сделает их сопричастными в делах по улучшению престижа университета.

Научно-исследовательская лаборатория «Социологического анализа и прогноза» (САП) Университета имени Сулеймана Демиреля провела социологическое исследование среди студентов 1 курса. Обработка информации была подготовлена студентом 4 курса инженерного факультета Ли Романом.

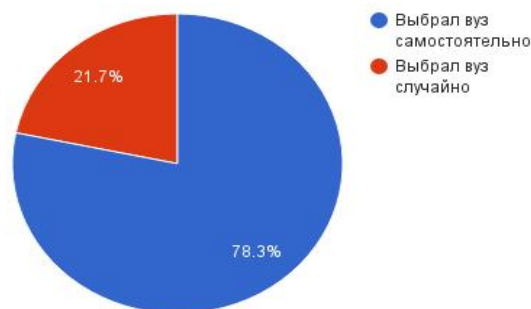
Методом выборочного обследования было опрошено 235 студентов всех факультетов, в период с ноября по декабрь 2015 г. . В исследовании приняли участие 55,3% девушек и 44,7% парней.

Распределение опрошенных студентов по факультетам:

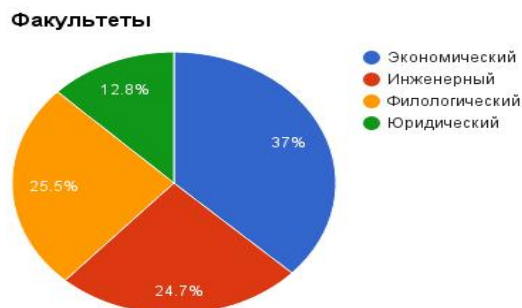
- экономический факультет – 37,0%;
- инженерный факультет – 24,7%;
- филологический факультет – 25,5%;
- юридический факультет – 12,8%.

В университет в этом году поступили 675 студента. Из них на экономический факультет-117,

Как вы выбрали этот вуз?



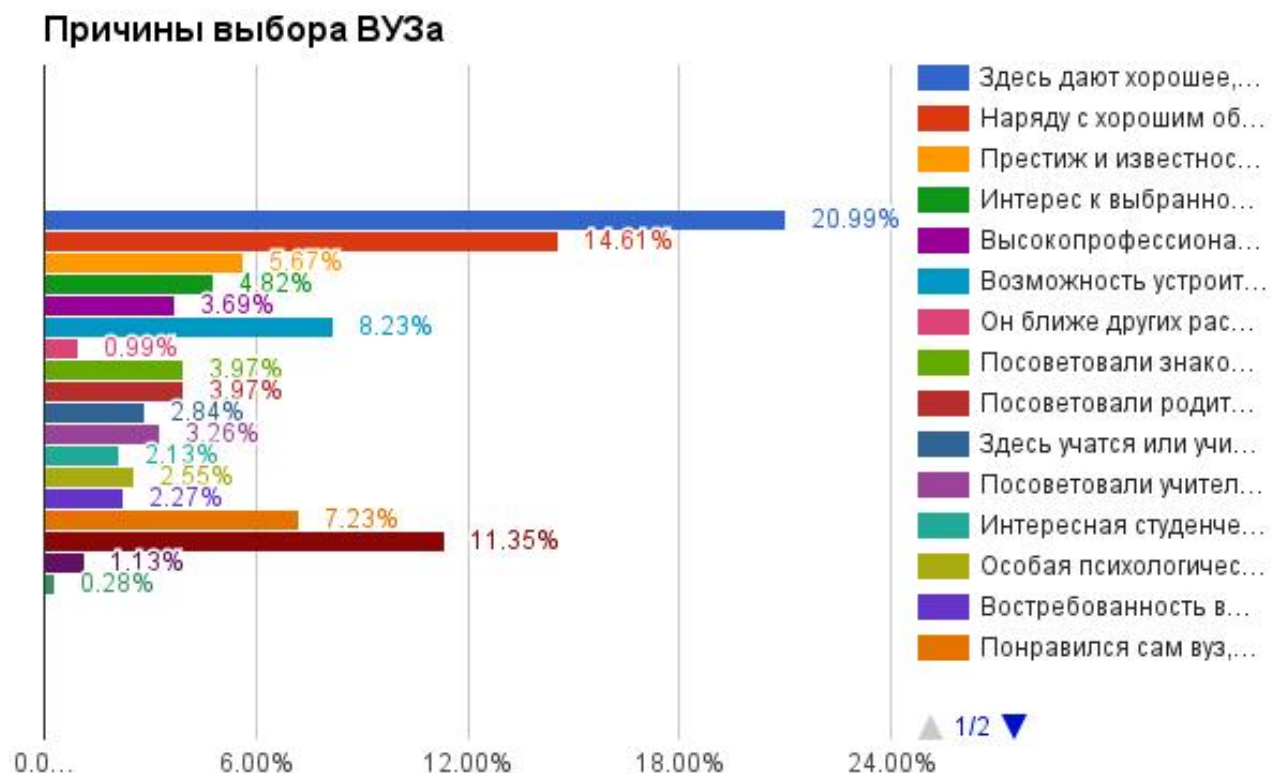
филологический-173, инженерный-350, юридический -35. В анкетировании приняли участие из экономического факультета 86 человек, что составляет 74,3%, филологического - 60, что равно 34,7%, юридического - 30, что составляет 86%, инженерного 59, что равно 17% из числа студентов первого курса данного факультета. В целом, выборка репрезентативна генеральной совокупности исследуемых студентов первого курса университета.



Подавляющее большинство студентов выбрали вуз самостоятельно. Так ответили 78,3% опрошенных студентов. Случайный выбор вуза отмечен менее одной пятой частью студентов – 21,7%.

На вопрос о том, почему вы выбрали именно Университет им.С.Демиреля, наиболее распространенные ответы всех студентов 4-х факультетов распределились следующим образом:

- 1) Здесь дают хорошее, качественное образование – 20,99%;
- 2) Наряду с хорошим образованием, уделяется большое внимание и воспитанию –

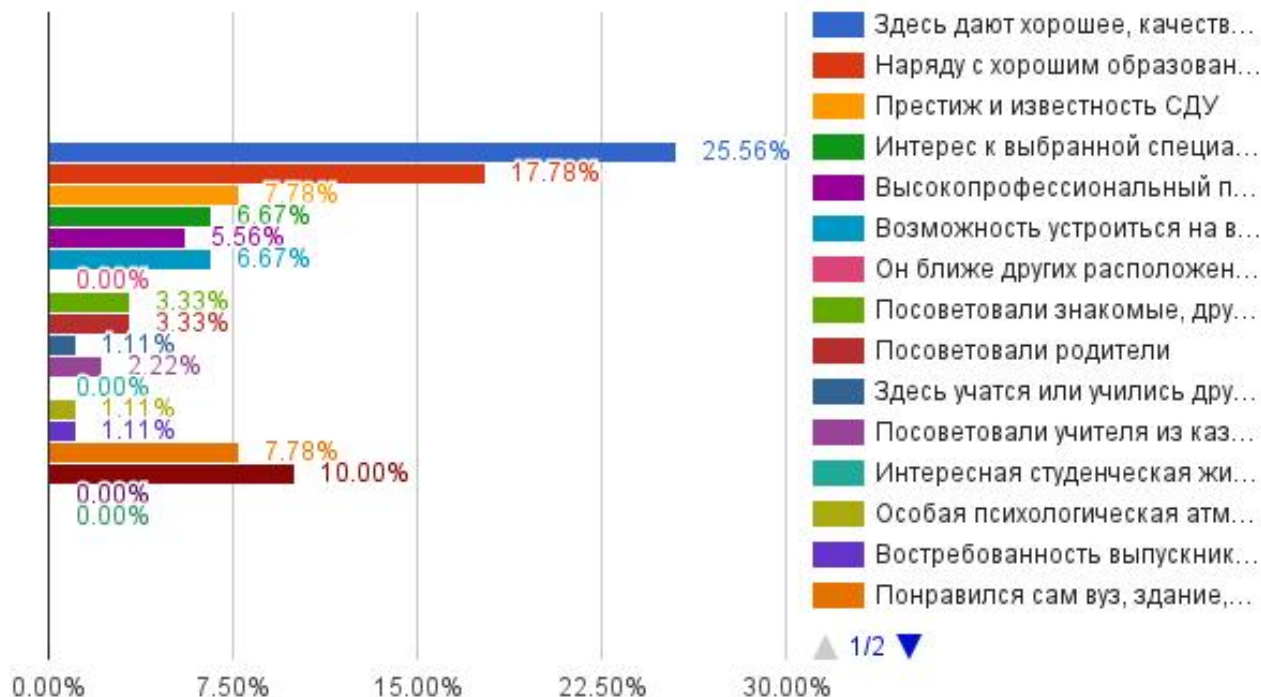


- 3) Посоветовали родители – 11,35%;
- 4) Возможность устроиться на высокооплачиваемую работу после окончания вуза – 8,23%;
- 5) Престиж и известность СДУ – 7,23%.

Распределение ответов на вопрос о причинах выбора СДУ среди студентов юридического факультета:

- 1) Здесь дают хорошее, качественное образование – 25,56%;
- 2) Наряду с хорошим образованием, уделяется большое внимание и воспитанию – 17,78%;
- 3) Посоветовали родители – 10,00%;
- 4) Престиж и известность СДУ – 7,78%;
- 5) Понравился сам вуз, здание, общежитие университета – 7,78%.

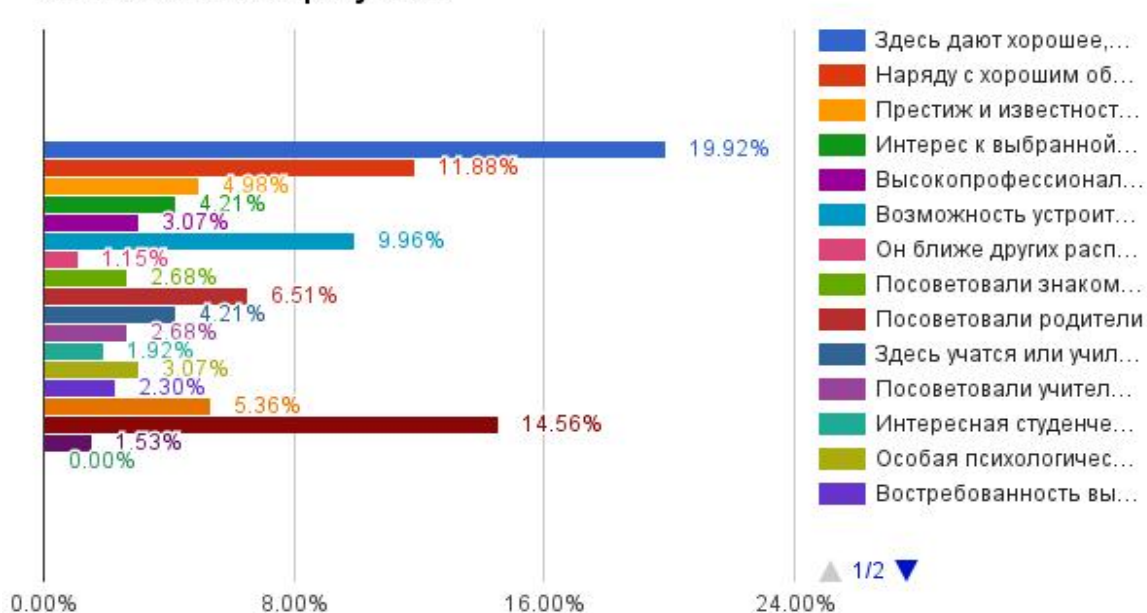
Юридический факультет



Распределение ответов на вопрос о причинах выбора СДУ среди студентов экономического факультета:

- 1) Здесь дают хорошее, качественное образование – 19,92%;
- 2) Понравился сам вуз, здание, общежитие университета – 14,56%;
- 3) Наряду с хорошим образованием, уделяется большое внимание и воспитанию – 11,88%;
- 4) Возможность устроиться на высокооплачиваемую работу после окончания вуза – 9,96%;
- 5) Посоветовали родители – 6,51%.

Экономический факультет



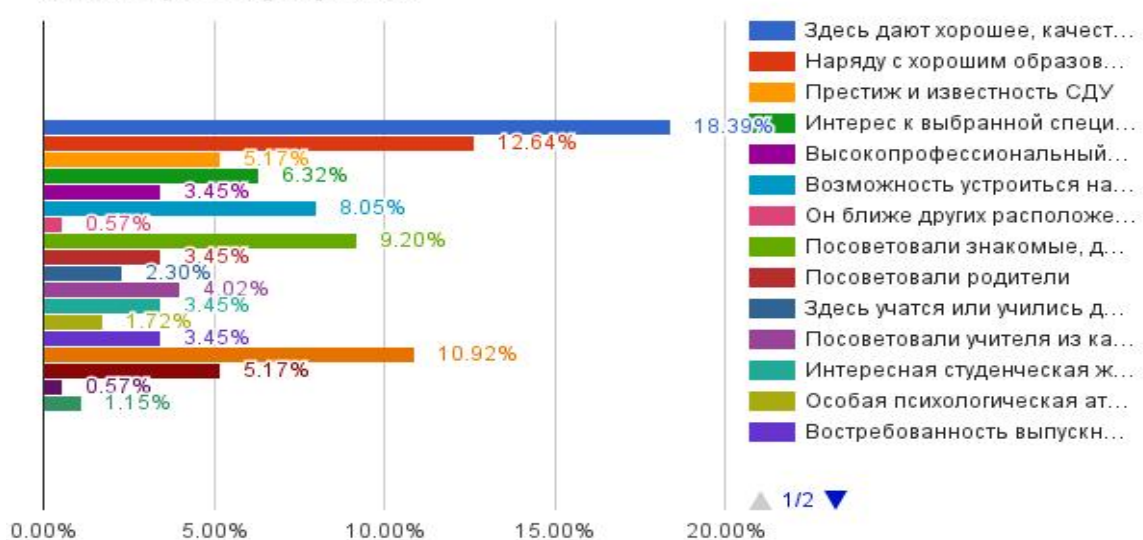
Распределение ответов на вопрос о причинах выбора СДУ среди студентов инженерного факультета:

- 6) Здесь дают хорошее, качественное образование – 18,39%;
- 7) Наряду с хорошим образованием, уделяется большое внимание и воспитанию – 12,64%;
- 8) Понравился сам вуз, здание, общежитие университета – 10,92%;
- 9) Посоветовали знакомые, друзья – 9,20%;
- 10) Возможность устроиться на высокооплачиваемую работу после окончания вуза – 8,05%;

Распределение ответов на вопрос о причинах выбора СДУ среди студентов филологического факультета:

- 11) Здесь дают хорошее, качественное образование – 22,78%;
- 12) Наряду с хорошим образованием, уделяется большое внимание и воспитанию – 18,89%;

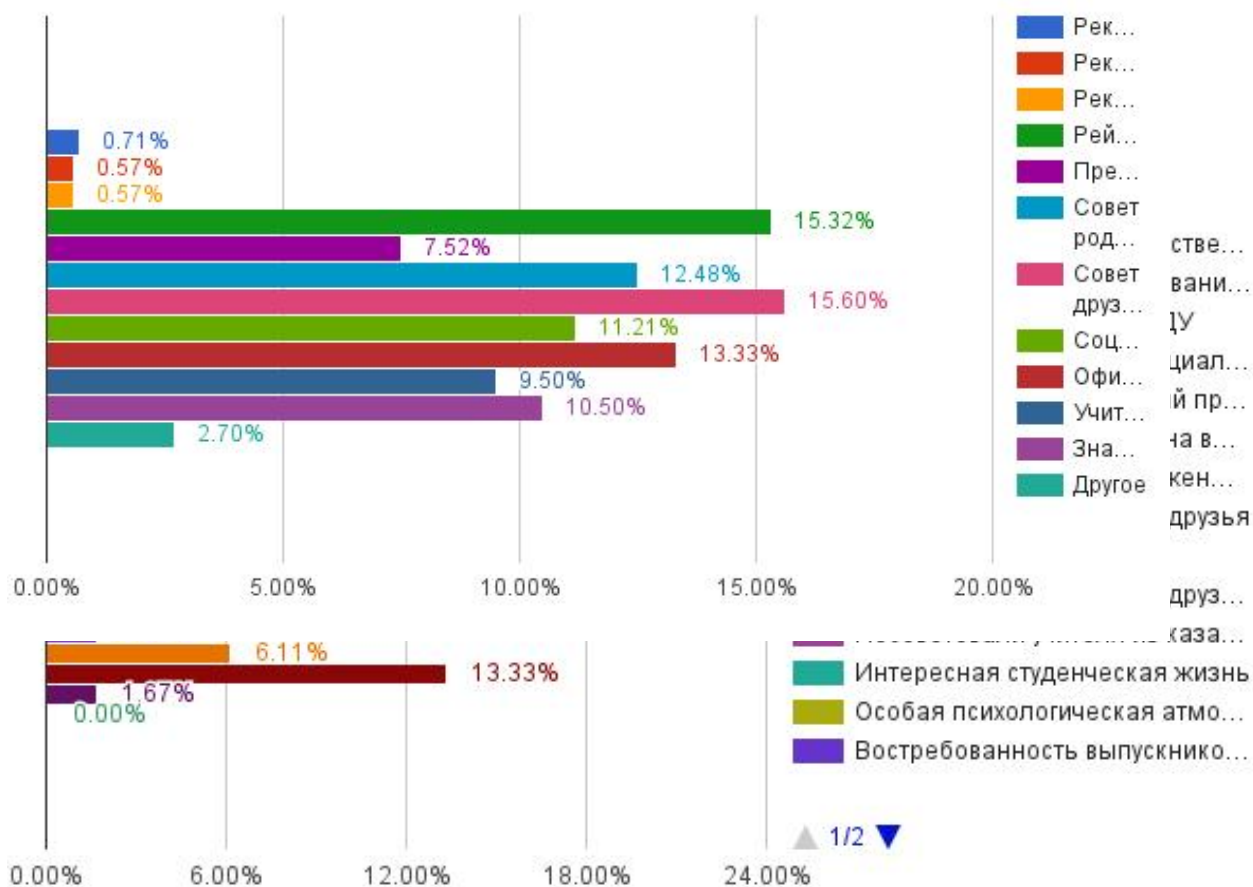
Инженерный факультет



13) Возможность обучаться на нескольких языках – 13,33%;

14) Возможность устроиться на высокооплачиваемую работу после окончания вуза –

Откуда узнали про вуз



6,67%;

15) Престиж и известность СДУ, а также понравился сам вуз, здание, общежитие – по 6,11%.

Наиболее популярными источниками информации среди студентов всех опрошенных факультетов являются следующие:

- 1) Советы друзей, знакомых – 15,60%;
- 2) Рейтинг и оценки вуза – 15,32%;
- 3) Официальный сайт СДУ – 13,33%;
- 4) Совет родителей – 12,48%;
- 5) Социальные сети – 11,21%.

Наиболее популярные ответы студентов на открытый вопрос о выбранном источнике информации о вузе:

- Во-первых, мне понравилось, что я буду учить турецкий и английский.
- Мой источник информации - это мои родственники. Они мне посоветовали рассмотреть этот университет, так как сами заканчивали его.
- После их предложения я просмотрел универ. И увидел, что здесь дают очень хорошее образование и конечно же, престиж университета.
- По совету родителей.
- Сайт SDU.

- Я серебряный призер республиканских олимпиад по географии, тем самым СДУ выделяет внутренний грант, и это очень хорошо, спасибо вам.

- Когда нас привезли в SDU, чтобы написать пробное тестирование, я впервые познакомилась с универом. Раньше вообще не слышала про SDU. Я сразу решила учиться здесь.

- Мне посоветовали мои учителя с ктл. Очень хорошо зарекомендовали. Так же посоветовал мой друг из Кыргызстана, обучающийся в СДУ.

- Для меня лично повлияли представители университета, которые в мае этого года пришли к нам в школу и провели агитационную работу, и очень удивили своими знаниями языков.

- Знакомый закончил СДУ. Очень воспитанный, хорошо образован, работает в хорошей компании. Много рассказывал про студенческую жизнь, про преподавателей. Рассказывал, что не существует такого понятия, как взятка.

- Единственный универ, который претендентам "Алтын белги" дает скидку 50%.

- Мои родители выбрали этот вуз. Родственники, окончившие этот вуз устроились на хорошую работу.

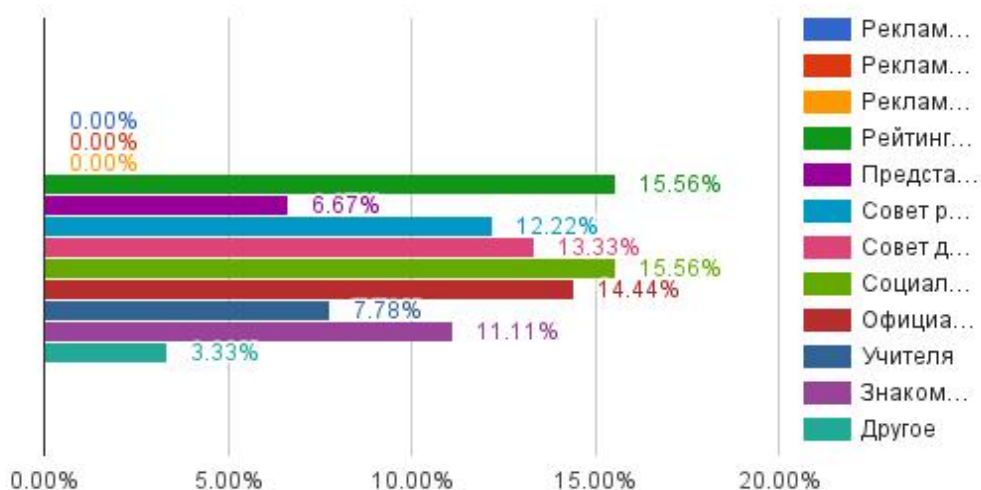
- Рейтинг- показатель, ярко демонстрирующий положение ВУЗа

- Так как я учился в казахско-турецком лицее, мне с 9-ого класса рассказывали об этом университете, мне даже, представлялась возможность, приехать в универ, на ночь остаться в общежитии и почувствовать атмосферу этого университета. И, естественно, мне понравилось, и с тех самых пор я для себя решил, как бы то ни было, поступить в этот университет.

- Я узнала про СДУ в Достыке. Учителя мне посоветовали, и я тоже изучала в интернете про универ. Мне очень понравилось.

- В мае месяце 2015 года, к нам в школу приехали представители СДУ, которые оставили очень хорошие впечатления, и поразили своими знаниями языков, после чего у меня появился

Источники информации Юридический факультет



большой интерес.

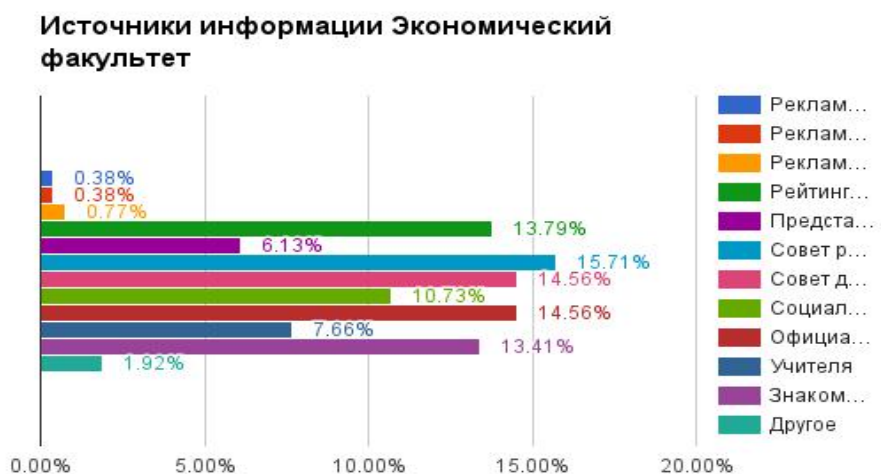
Распределение ответов на вопрос о наиболее главных источниках информации при принятии решения о выборе вуза среди студентов юридического факультета:

- 1) Рейтинги и оценки вуза; социальные сети – по 15, 56%;

- 2) Официальный сайт СДУ – 14,44%;
- 3) Совет друзей, знакомых – 13,33%;
- 4) Совет родителей – 12,22%;
- 5) Знакомые и родственники, окончившие СДУ – 11,11%.

Распределение ответов на вопрос о наиболее главных источниках информации при принятии решения о выборе вуза среди студентов инженерного факультета:

- 6) Совет друзей, знакомых – 20,11%;
- 7) Социальные сети – 13,22%;
- 8) Официальный сайт СДУ – 12,64%;
- 9) Рейтинги и оценки вуза – 11,49%;

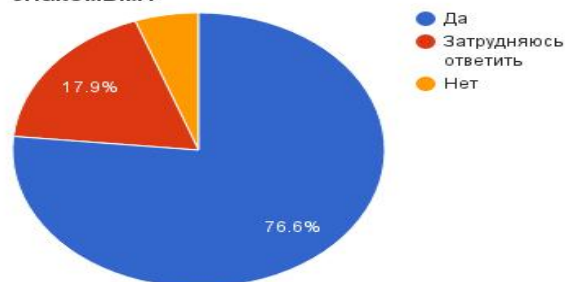


- 10) Совет родителей - 10,34%.

Распределение ответов на вопрос о наиболее главных источниках информации при принятии решения о выборе вуза среди студентов экономического факультета:

- 11) Совет родителей – 15,71%;
- 12) Совет друзей, знакомых и официальный сайт СДУ – по 14,56%;
- 13) Рейтинги о оценки вуза – 13,79%;
- 14) Знакомые и родственники, окончившие СДУ – 13,41%.

Будете ли вы в дальнейшем рекомендовать этот вуз для поступления своим друзьям, знакомым?



Мы видим по диаграмме, что большинство студентов – 76,6% из числа опрошенных будут в дальнейшем рекомендовать этот вуз для поступления своим друзьям и знакомым. Однако, одна шестая часть студентов затруднилась ответить на этот вопрос.

Предложения опрошенных студентов по привлечению абитуриентов в данный университет:

1) Когда ищешь какую-либо информацию про университет, ты первым делом смотришь рейтинг, отзывы и на официальном сайте. Надо развивать официальный интернет-сайт. Когда искала информацию про университет, не нашла ничего стоящего на официальной странице.

2) Приглашать выпускников школ писать пробные тестирования.

3) Отправить студентов 2-3 курса в школы, и так «вербовать» учеников, чтобы они рассказывали все про университет, как там все проходит, как все происходит, хорошие и плохие стороны.

4) Многим студентам тяжело удаётся расположение университета, и возможно многие студенты обрадовались бы, если выделили специальный транспорт, так как после занятий вечером порой долго приходится ждать общественный транспорт.

5) Было бы очень хорошо, если бы хотя бы первый семестр студентам делали скидки на счет оценок, так как многим студентам которые не знают английский язык, очень трудно учиться с теми, кто в совершенстве знает этот язык.

6) СДУ уже не занимает высших строчек в тех рейтингах. Осмелюсь предположить, что такое происходит из-за ориентации на кол-во студентов, а не на их качество или качество обучения.

Больше скидок; гибкая индивидуальная оплата за учебу, все-таки недешево тут учиться; а в принципе, нас и так знают).

7) Расскажите об известных выпускниках и интересные факты.

8) Может быть снять короткометражный фильм и отправлять в школы отдаленных сел. Так как я сама с аула. И не знала об этом вузе раньше.

9) Думаю, нужно мотивировать студентов принимать участие в различных соревнованиях, олимпиадах, конференциях. Чтобы имя СДУ было везде и привлекало внимание абитуриентов.

10) Реклама, социальные сети, показывать по телевидению.

11) Побольше устраивать день открытых дверей. Рейтинг университета должен быть высоким, чтобы люди знали об этом университете.

12) Приглашать больше школ на пробные тестирования. Больше устраивать "открытые дни".

13) «Конфетками» абитуриентов не заманишь, главное, улучшать вовлеченность студентов и учебу и самое важное в соц. деятельность (участие в олимпиадах, конкурсах, играх, соревнованиях, challenge, в городских activities), работа с выпускниками, больше

публиковать успешных выпускников привлечет больше абитуриентов. И еще сду - это хорошее место для учителей, тут больше внимания уделяется на потребности учителей, чем студентов.

14) Мои предложения таковы:

1. По-больше реклам на другие города Казахстана (Алматы и Алматинская область, конечно, знают, но некоторые области Казахстана, даже, не в курсе, об университете СДУ, и это меня очень расстроило).

2. Очень важно отметить, что знание здесь один из самых главных аспектов, поэтому, нужно подчеркнуть это слово, и даже написать ЗАГЛАВНЫМИ буквами.

3. И, конечно же, тема про воспитание. Многие должны узнать, что в СДУ, нет такого понятия, как "система", т.е. старшие курсы никак не придираются, а скорее, наоборот, готовы в любое время помочь, и устраивают разные игры и конкурсы.

4. И, наконец, последнее, можно просто показать им фото нашего университета и общежития, они влюбятся.

5. Больше рекламы и каких-нибудь выездов в школы с лекциями об университете.

6. опубликуйте себя в ОМТС, реклама будет классной.

7. Дешевле цены за общежитие, цены в буфете и в столовой.

8. Сделать сайт более интересным, показывая все достоинства SDU.

9. Не повышать цену на образование каждый год.

10. Увеличение популярности ВУЗа путем организации разных мероприятий, интерактива с другими университетами.

11. Составить контракт с общежитием на снижение цены проживания, потому что большинство родителей отказываются от университета, услышав цену общежития (из своего опыта).

12. Позволить кафедре двух иностранных языков проходить практику в компаниях. Составить контракт с компаниями для трудоустройства студентов.

Предложения казахскоязычных студентов:

1. Увеличить участие студентов СДУ в студенческих научно-практических международных конференциях, олимпиадах, конкурсах и добиться высоких результатов, тем самым повысится известность СДУ, повысится его рейтинг.

2. В селах и аулах многие вообще не знают о СДУ, не получают о нем информацию. Поэтому нужна адресная целенаправленная реклама в этих местностях. Поработать, проинформировать каждую сельскую школу.

3. Должна быть хорошая маркетинговая служба.

4. Многие родители не знают об СДУ, поэтому нужна адресная работа с ними.

5. Сделать акцент на отсутствии взяточничества, дедовщины, изучении 4-х языков.

6. Открыть новые востребованные факультеты.

7. Выпустить видеоролики о студенческой жизни в СДУ.

8. Сформировать волонтерские группы из числа студентов для проведения рекламной работы. Вести среди студентов разъяснительную работу, чтобы они приглашали своих знакомых, друзей для поступления в СДУ.

9. Демократичная, дружественная атмосфера в универе.

10. Возможность получить хорошее образование, воспитание.

11. Необычно развитая студенческая жизнь, обретение новых друзей.

12. Рекламирывать спортивные достижения студентов.

13. Многие студенты - гордость своей школы, поэтому нужно обеспечить их необходимыми рекламными материалами для агитации в СДУ и координировать их деятельность.

14. В автобусах, метро из телеэкранов рекламировать СДУ.

15. Увеличить количество скидок, чтобы повысить мотивацию, не только первокурсникам, но студентам всех курсов.

16. Нужно улучшить качество сайта СДУ и рекламировать достижения студентов и выпускников СДУ. Высокий уровень профессионализма профессорско-преподавательского состава.

17. Хочу провести рекламную работу об СДУ в своей школе.

18. Необходимо проводить в общежитиях совместные культурные мероприятия юношей и девушек.

19. Реклама на ТВ.

Проанализировав и обобщив материалы социологического исследования, для повышения эффективности и достижения максимальных результатов работы с абитуриентами, мы предлагаем проведение следующих мер:

1. Наполнить качественной и насыщенной, динамичной, реальной, жизненной и правдивой информацией сайт СДУ. По мнению многих студентов, его содержание не соответствует требованиям сегодняшнего дня.

В этих целях, считаем резонным объявить конкурс среди студентов с привлекательным призом победителю для наполнения сайта СДУ. Для этого желательно создать Конкурсную комиссию с разработкой условий конкурса.

2. Объявить конкурс на создание видеоролика о жизни СДУ, максимально охватывающего многогранную жизнь СДУ в целом. При этом, необходимо заострить внимание на преимущественных особенностях СДУ (кампус, материально-техническое обеспечение, высокая духовно-моральная атмосфера, демократизм, высокое качество обучения, обучение на 4-х языках, социальная активность студенчества, возможности для самореализации, отсутствие коррупции, взяточничества, «дедовщины», степень трудоустроенности студентови т.д.)

3. Сформировать среди отличников школ волонтерские группы, которые будут рекламировать достижения СДУ. Направлять их в их родные районы, города. Поощрять их специальными наградами за социальную волонтерскую активность. Развивать это направление студенческой деятельности с особым вниманием. Например, на данный момент получено Заявление студента 1-го курса экономического факультета по специальности «Менеджмент» Ануара Досмайяулы на имя ректора университета профессору Месут Ахгюлу о содействии ему в волонтерской работе в его родном районе с целью агитации абитуриентов для поступления в СДУ.

4. Через социальные сети, «ютуб» распространить видеоролики об СДУ.

5. Проконтролировать степень доступности и наличия информации в каждую школу республики, особенно в сельской местности. Создать команду, ответственную за координацию этой сферы из числа самих студентов.

6. В рекламу включить интервью с успешными выпускниками университета. Например, такими как, Асхат Мырзабаев. Дать задание заведующему кафедрой журналистики, чтобы ППС, докторанты, магистранты и студенты интенсивно поработали в этом направлении, и чтобы это направление стало одним из главных направлений кафедры. Это реальная практика для будущих журналистов. Эта реклама должна функционировать и внутри университетской масс-медиа на постоянной основе.

7. Открыть востребованные современной жизнью факультеты и специальности.

8. Улучшить работу маркетинговой службы, привязав ее к кафедре маркетинга университета с тем, чтобы студенты на проблемах университета имели возможность накопить опыт решения конкретных жизненных проблем.

9. При проведении агитационной работы со школьниками обязательно приглашать и родителей, учителей, чтобы участвовали все заинтересованные стороны.

10. Увеличить участие студентов СДУ в международных научно-практических конференциях, олимпиадах, конкурсах и добиться высоких результатов. С этой целью Департамент науки должен иметь ежегодный и перспективный план работы, по результатам которых он должен отчитываться. И это направление должно быть одним из главных

показателей деятельности этого подразделения. Соответственно, должны оцениваться и научные руководители студентов.

11. В рекламном буклете, ролике детально описать систему скидок, действующую в университете. В рекламу включить материал о перспективах СДУ. Дать задание деканатам о предоставлении наиболее интересной и содержательной информации для рекламы о факультете.

І.А. Әйтiмбет¹, Л.Н. Қасымова¹

¹Сулейман Демирел атындағы университет, Қаскелең, Қазақстан

1-ШІ КУРС СТУДЕНТТЕРІНІҢ ЖОО ТАҢДАУЛАРЫНЫҢ СЕБЕБТЕРІ (СОЦИОЛОГИЯЛЫҚ ЗЕРТТЕУДІҢ НӘТИЖЕСІ)

Аңдатпа: Студенттердің СДУ таңдауының себептеріне арналған социологиялық зерттеу репрезентативті. Студенттердің басым көпшілігі университетті өз қалауларымен таңдаған (78%). СДУ таңдауларының негізгі себептері: сапалы білім беру-21%, тәрбие-14,6%, ата-аналардың шешімімен-11,35%. Осы шешімді қабылдауға себеп болған дерек көздері: университеттің рейтингі, әлеуметтік желі, СДУ ресми сайты, жолдастардың, таныстардың, ата-аналардың кеңестері. Студенттердің берген ұсыныстарын талдау мен қорыту негізінде абитуриенттерді университетімізге тартудың келесі тиімді шаралары ұсынылды: СДУ сайтының сапасын көтеру, СДУ өмірі туралы видеоролик түсіру, волонтерлер тобын құру, университетті бітірген көрнекті тұлғалардан сұхбат алып видеоға түсіру, университеттің маркетинг қызметін жақсарту, төлемақыны азайту жайында ақпаратты толықтай беру және т.б.

Кілт сөздер: Университетті таңдаудың себептері, ақпарат көздері, СДУ сайты, видеоролик, волонтерлар тобы, маркетинг қызметі, көрнекті тұлғалар, СДУ болашағы.

I.A. Aitimbet¹, L.N. Kassymova¹

¹Suleyman Demirel University, Republic of Kazakhstan, Kaskelen

MOTIVES OF THE UNIVERSITY CHOICE DONE BY THE 1ST YEAR STUDENTS (RESULTS OF SOCIOLOGICAL SURVEY)

Abstract: Case study on the choice of motives first-year CDU is representative. The vast majority of students chose their own institution (78.3%). The most common answers CDS university selection are: high-quality education - 21%, education - 14.61%, on the advice of their parents - 11.35%. Most major sources when deciding on the choice of the university: the university ranking and evaluation, social networks, the official site of the CDS, the advice of friends, acquaintances and parents. Compile and analyze the opinion of the students have been proposed to improve the effectiveness and maximize results of work with students: improved CDS content of the site, the competition for a video of the CDS life form volunteer groups to include in advertising interviews with successful graduates of the university, improve marketing services, details describe the discount system operating at the University, etc.

Keywords: Motives of choice of high school, sources of information, the site of the CDS, video, volunteer groups, marketing service, successful graduates, the CDS perspective.

МРНТИ 04.61

И.А. Айтимбет¹, Л.Н. Касымова¹

¹Университет им. С.Демиреля, Каскелен, Казахстан