

**БІЛІМ БЕРУ ЖӘНЕ ОҚЫТУ: ӘДІСТЕМЕ, ТЕОРИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ
ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ: МЕТОДОЛОГИЯ, ТЕОРИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ
EDUCATION AND TRAINING: METHODOLOGY, THEORY, TECHNOLOGY**

МРНТИ 88.33.15
УДК 334
JEL I21, I25, I26

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-2-438-453>

К.Н. ИБРАШЕВ,¹

к.т.н., академик НАҒН.

e-mail: ik.niyazov@gmail.com

ORCID ID: 0000-0003-2979-1056

А.К. ДЖУМАСЕЙТОВА,^{*1}

PhD, профессор.

*e-mail: a.dzhumaseitova@kbtu.kz

ORCID ID: 0000-0002-2193-9418

Е.С. СМОЛЯКОВА,¹

докторант.

e-mail: e.smolyakova@kbtu.kz

ORCID ID: 0009-0005-0702-2266

¹Казахстанско-Британский
технический университет,
г. Алматы, Казахстан

**КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ АССОЦИАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ
НА ПРИМЕРЕ КАЗАХСТАНСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ**

Аннотация

В эпоху, отмеченную стремительным технологическим прогрессом и социальными сдвигами, стремление к устойчивому развитию стало насущной необходимостью для мирового сообщества. В рамках глобальной повестки университеты стали играть ключевую роль, используя свое глубокое влияние на молодое поколение и академическую сферу в целом для формирования культуры, глубоко укоренившейся в принципах устойчивого развития. Ассоциации выпускников выступают в качестве важнейших каналов, устраняющих разрыв между академическим миром и обществом в целом. Именно поэтому авторы поставили задачу провести оценку эффективности ассоциации выпускников самими выпускниками двух разных поколений: были приглашены молодые выпускники и представители первых годов выпуска. Используя качественный исследовательский подход, включающий в себя углубленные интервью и экспертные оценки, данное исследование направлено на оценку основных критериев эффективной ассоциации выпускников. Полученные данные, подкрепленные математическим анализом и теорией организационного поведения и социального капитала, не только проливают свет на критерии успешности ассоциаций выпускников, но и предлагают действенные рекомендации по увеличению их вклада в устойчивое развитие. Исследование, проведенное в контексте казахстанского университета, предоставляет ценные перспективы и практические стратегии для интеграции устойчивого развития в экономическую и управленческую структуру академической сферы, создавая прецедент для университетов по всему миру.

Ключевые слова: стратегическое управление, университеты, выпускники, ассоциации выпускников, критерии эффективности, экспертные оценки, устойчивое развитие.

Введение

В современном мире глобального образования и развития трудовых ресурсов Казахстан находится на ключевом этапе. Страна, обладающая огромным потенциалом, сталкивается с критической задачей использования своего человеческого капитала для стимулирования экономического роста и общественного прогресса. Центральное место в этом начинании занимает стратегическое управление ассоциациями выпускников в университетах – аспект высшего образования, который исторически упускался из виду, но обладает неиспользованным потенциалом для формирования активного, вовлеченного сообщества выпускников.

Опираясь на теорию организационного поведения и социального капитала, в статье утверждается, что знания и навыки, полученные в университете, а также ожидания выпускников имеют основополагающее значение для создания успешной ассоциации выпускников. С этой точки зрения мы предлагаем новый анализ, который не только подчеркивает важность выпускников как ключевой заинтересованной стороны, но и приведет к определению стратегии повышения их вовлеченности.

Основываясь на обширном обзоре литературы и теоретической базе, данное исследование мотивировано тремя основными гипотезами, в равной степени выбранными из ответов выпускников казахстанского университета.

Гипотеза 1: профессиональные навыки выпускников являются наиболее значимым критерием для эффективной ассоциации выпускников.

Гипотеза 2: важность критериев влияния для выпускников может варьироваться в зависимости от года выпуска.

Гипотеза 3: необходимо применять разные стратегии по работе с выпускниками в зависимости от года выпуска.

Углубляясь в эти гипотезы, данная статья пытается пролить свет на дальнейший путь развития ассоциаций выпускников для казахстанских университетов.

Основные положения

Объектом исследования является эффективность деятельности ассоциации выпускников высших учебных заведений Казахстана в контексте двух возрастных групп выпускников изучаемого университета. Анализируется влияние различных критериев на успешность ассоциации выпускников.

Исследование оценивает, какие критерии эффективности ассоциации выпускников имеют наибольшее значение и важность для выпускников разных лет и насколько успешно ассоциация выполняет свои функции в соответствии с современными требованиями и ожиданиями выпускников. В рамках теоретического анализа определены и изучены 10 критериев эффективности и успешности: репутация университета, лояльность, активность и вовлеченность, сетевое взаимодействие, система обратной связи, поддержка образовательных инициатив, ресурсы и привилегии, профессиональные навыки, мягкие навыки, социальная ответственность.

Используется анализ выраженности каждого критерия, и исходя из этого определяется уровень эффективности изучаемой ассоциации выпускников. Определено, какие навыки являются более значимыми критериями для успешной работы ассоциации выпускников. Также выявлено, что для разных возрастных групп выпускников критерии имеют разную важность и что стратегия по работе с выпускниками может быть единой для обеих возрастных групп выпускников.

На основе многоступенчатого анализа сформулированы рекомендации для ассоциации выпускников по улучшению их работы для выпускников разных лет.

Материалы и методы

В настоящее время важность формирования сильного человеческого капитала становится ключевым фактором в достижении экономического и социального прогресса. Однако несмотря на это, в данной статье утверждается, что стратегическое управление ассоциациями вы-

пускников в Казахстане является недостаточно изученным и отдельным аспектом, который не получил должного внимания со стороны исследователей и практиков. Настоящая статья вносит свой вклад в дискурс, представляя новую структуру, адаптированную к уникальному контексту Казахстана.

Исследования ассоциаций выпускников с разных аспектов являются достаточно популярной темой в работах зарубежных авторов: Снайдерс И., Вайня Л., Рикерс Р. М.П. [9], Алои Р. [10], Сингер Т.С., Хьюи А.У. [11], Путри С., Ридзуан А., Нанда Х., Пуспанингтиас М. [6], Хейл М.Д. [8], Керстенс Л.М. [14], Исхакова Л., Хоффман С., Гильберт А. [12], Гилберт К.М. [15]. При этом деятельность ассоциаций выпускников в Казахстане, отражающая особенности регионального развития, изучена недостаточно.

Исследования, посвященные роли ассоциации выпускников в университетах, являются важными для понимания того, какие критерии определяют успешность развития ассоциации выпускников. Для достижения поставленной цели были использованы передовые методы исследования. Первым шагом был анализ академической литературы и научных статей, посвященных теме влияния ассоциации выпускников на университет. Были рассмотрены как классические исследования, так и последние научные работы, опубликованные в рекомендованных академических журналах.

Данное исследование опиралось на электронные и академические источники о деятельности ведущих локальных и мировых университетов и ассоциаций выпускников. Ознакомление с научной литературой зарубежных авторов по вопросам устойчивого развития университетов и ассоциаций выпускников позволило определить основные 10 критериев для оценки эффективности ассоциаций выпускников, которые использовались в данном исследовании. Использованы научные методы: анализ литературных источников, сравнительный анализ, систематизация, обобщение. Кроме того, применение качественного анализа позволило глубже изучить данную проблему. Методы качественного анализа использовались для определения взаимосвязи между выпускниками и их пониманием эффективности ассоциации выпускников, а также для определения важности каждого критерия оценки эффективности и его влияния на примере исследуемых университетов. Для обоснования выводов и рекомендаций на основе анализа критериев, влияющих на развитие ассоциации выпускников, использован метод экспертных оценок.

Методы экспертных оценок – это подходы, используемые для организации взаимодействия с экспертами и обработки их мнений, выраженных в количественной и/или качественной форме. Применение экспертных методов помогает формализовать процедуры сбора, обобщения и анализа экспертных заключений с целью их преобразования в формат, наиболее подходящий для принятия обоснованных решений.

В настоящей статье мы использовали углубленные интервью для составления рейтинговой матрицы. Углубленные интервью проводились с 20 экспертами, которыми выступили выпускники исследуемых университетов. Задача экспертов заключалась в ранжировании тестируемых критериев в опроснике на основе их влияния на эффективность ассоциации выпускников. Интервью проводились как в очной, так и в виртуальной форме в виде личных бесед с каждым экспертом после объяснения целей исследования.

Литературный обзор

В данной статье утверждается, что эффективность ассоциаций выпускников можно оценить с помощью таких критериев, как вовлеченность выпускников, успех в сборе средств и карьерные результаты выпускников, что подтверждается теориями организационного поведения и социального капитала.

Маэл и Эшфорт в своей основополагающей работе в «Журнале организационного поведения» подчеркивают неотъемлемую связь между теориями организационного поведения, особенно теми, которые касаются идентичности и социального обмена, и растущей областью социального капитала в ассоциациях выпускников. Исследование показывает, как эти теоретические основы лежат в основе функциональной динамики, наблюдаемой в сообществах выпускников. Авторы отмечают, что ассоциации выпускников, уделяя особое внимание обмену опытом и взаимной выгоде, воплощают уникальную конвергенцию, при которой личная идентичность в значительной степени совпадает с организационной идентичностью. Это пересече-

ние создает богатую почву для процветания социального капитала, определяемого не только сетевыми связями, но и ценностями, вытекающими из этих отношений, такими как доверие и доступ к ресурсам. Еще одним подтверждением этого синтеза является наблюдение о том, что активное участие в работе ассоциации выпускников коррелирует с усилением чувства преданности своему университету. Четкая связь между сильными организационными механизмами идентификации, действующими в ассоциациях выпускников, и устойчивым накоплением социального капитала позволяет понять, почему эти организации могут быть чрезвычайно успешными в мобилизации ресурсов, позитивном влиянии на поведение, направленное на достижение коллективных целей, и в создании условий, в которых процветают как отдельные люди, так и сообщество в целом. Исследование углубляет наше понимание того, что эффективные стратегии управления и развития любой организации требуют глубокого понимания того, как теоретические конструкции конкретно взаимодействуют для формирования процветающих общественных структур [2].

Развивая концепцию, разработанную Маэлом и Эшфортом, Л. Пироло и М. Пресутти, еще раз подтверждают взаимосвязанный характер теории организационного поведения и развития социального капитала. Это исследование подчеркивает не только существование, но и стратегическую важность различных форм социального капитала во внешних отношениях организации, проводя убедительную параллель с динамикой внутреннего сообщества ассоциаций выпускников. Выводы Пироло и Пресутти показывают, как различные по интенсивности и типам социальные связи вносят уникальный вклад в достижение организационных результатов, тем самым усиливая важную роль, которую понимание и развитие соответствующих форм социального капитала играют в укреплении не только индивидуальных связей, но и более широких общественных выгод [3].

Исходя из представления о том, что надежная система оценки имеет решающее значение для оценки ассоциаций выпускников, становится необходимым глубже изучить указанные критерии: вовлеченность выпускников, успех в сборе средств и карьерные результаты выпускников. Как отмечает Рэдклифф Б.А., эти измерения являются не просто изолированными показателями, но переплетаются с принципами организационного поведения и теорией социального капитала. Вовлеченность выпускников проявляется как символический показатель жизнеспособности ассоциации и резонанса с ее членами, определяя как количественные показатели, такие как посещаемость мероприятий, так и качественные показатели, включая эмоциональную лояльность. Успех в сборе средств также является осязаемым показателем эффективности ассоциации в привлечении финансовой поддержки – усилия, основанные на прочных отношениях, основанных на доверии и взаимной ценности, которые лежат в основе теорий социального капитала. Между тем улучшение карьерных результатов укрепляет репутацию учебного заведения благодаря достижениям его выпускников. Этот вклад со временем формирует организационную идентичность и культуру, подчеркивая, что оценка эффективности ассоциации выпускников требует комплексного подхода, основанного на устоявшихся поведенческих теориях [4].

Рассматриваемые теоретические подходы раскрывают динамическую взаимосвязь между опытом отдельных людей в их организациях (формируемым принципами организационного поведения) и тем, как этот опыт распространяется вовне в виде волн конструктивного воздействия (отличительный эффект, выявленный в исследованиях социального капитала). Как показало исследование, проведенное А.К. Кэмпбеллом и А.Р. Бакстером, осознание этой сложной взаимосвязи имеет первостепенное значение для понимания как внутренней структуры, лежащей в основе функциональности ассоциаций выпускников, так и их важной роли, выходящей далеко за пределы академических кругов [5].

Развивая основополагающую точку зрения Рэдклиффа, недавнее исследование С. Путри, А. Ридзуан, Х. Нанда, М. еще больше подтверждает значимость этих критериев, демонстрируя их реальное применение в ассоциациях выпускников. В частности, их исследование подчеркивает ключевую роль эффективной коммуникации между выпускниками и департаментами учебных заведений в повышении уровня вовлеченности – фактора, который непосредственно способствует созданию более динамичного и взаимосвязанного сообщества. Используя социальный капитал в рамках этих сетей, выпускники получают доступ к возможностям трудо-

устройства, программам наставничества и ресурсам профессионального развития, которые существенно влияют на их карьерные траектории [6].

Делиза М. в своем исследовании подчеркивает, что активное участие выпускников является показателем здоровья и жизнеспособности ассоциации [7].

Обширное исследование Хейла М.Д. показывает, что эффективная стратегия вовлечения лежит в основе процветающих ассоциаций выпускников. Вовлеченность – волонтерство, программы наставничества, участие в мероприятиях для выпускников – создает ощутимое чувство принадлежности и лояльности к своей альма-матер. Как утверждает автор, сетевые возможности являются важнейшим катализатором профессионального роста. Инициативы по личностному развитию, такие как семинары по непрерывному образованию, форумы лидеров и семинары, посвященные современным вызовам, дают выпускникам инструменты, необходимые для роста как в личной, так и в профессиональной сфере. Оценка эффективности ассоциации выпускников включает в себя наблюдение за способностью ассоциации выпускников не только объединять людей, связанных общими воспоминаниями, но и направлять их к новым достижениям и вехам [8].

В работе Снайдерс И., Вайня Л., Райкерс Р.М.П. авторы акцентируют внимание на факторах лояльности выпускников и подчеркивают, что лояльность – это не просто показатель связи между университетом и его выпускниками, это неотъемлемый компонент фундамента университета, способствующий его прогрессу и обеспечивающий его устойчивость перед лицом вызовов [9].

Результаты исследований неизменно показывают, что репутация университета играет ключевую роль в формировании траектории будущего его выпускников [10]. Работодатели часто воспринимают кандидатов из престижных университетов как более способных по своей сути, приписывая им такие качества, как интеллект, трудолюбие и потенциал лидерства. Такое восприятие, независимо от того, является оно точным или нет, облегчает доступ к престижным рабочим местам и отраслям, в которых высока конкуренция.

Рассмотренные эмпирические данные и тематические исследования подчеркивают многогранную роль сетей выпускников не только в поддержке индивидуальных траекторий, но и в укреплении более широкой структуры отрасли и общества за счет создания значимых связей на протяжении всей жизни [11, 12].

Система обратной связи служит важнейшим инструментом для определения областей успеха и возможностей для роста, тем самым позволяя ассоциации более эффективно распределять ресурсы и с большей точностью достигать стратегических целей [13, 7]. Эффективность системы обратной связи с выпускниками влияет на ее способность охватывать широкий спектр точек зрения и опыта, которые, в свою очередь, могут служить основой для принятия стратегических решений, улучшения программ и формирования чувства сопричастности у выпускников [14].

Согласно исследованиям Гилберт К.М., развитие профессиональных компетенций и мягких навыков у выпускников также является критерием оценки эффективности сообществ выпускников, который не только повышает их личный карьерный успех, но и обогащает сообщество в целом. По мере преуспевания и прогрессирувания в своей карьере выпускники становятся бесценным активом для своих сетей выпускников [15].



Рисунок 1 – Критерии оценки эффективности ассоциации выпускников

Примечание: Составлено авторами на основе собственного исследования.

На рисунке 1 показан многогранный подход, охватывающий ключевые аспекты управления ассоциацией выпускников. К ним относятся вовлеченность выпускников, сеть выпускников, которые направлены на укрепление связей и активности; профессиональные возможности и ресурсы, необходимые для обеспечения образовательной поддержки и ресурсосбережения, стратегическое планирование, определяющее долгосрочные цели и инициативы ассоциации; финансовая поддержка программ и инициатив выпускников; измерение карьерных результатов выпускников; оценка эффективности коммуникаций; долгосрочная устойчивость, выраженная приверженностью общим интересам и целям сообщества, обеспечивающая постоянную жизнеспособность и рост; а также ряд других возможностей в виде льгот и услуг для выпускников, предоставляющих ценные ресурсы и поддержку членам ассоциации. Каждый аспект играет жизненно важную роль в обеспечении успеха и долговечности ассоциации выпускников.

Результаты и обсуждение

Ознакомление с научной литературой позволило определить основные 10 критериев оценки эффективности ассоциации выпускников для проведения углубленного интервью с экспертами:

- X1 – Репутация университета
- X2 – Лояльность
- X3 – Активность и вовлеченность
- X4 – Сетевое взаимодействие
- X5 – Система обратной связи
- X6 – Поддержка образовательных инициатив
- X7 – Ресурсы и привилегии
- X8 – Профессиональные навыки
- X9 – Мягкие навыки
- X10 – Социальная ответственность

Указанные в обзоре литературы 10 критериев оценки эффективности ассоциации выпускников стали основой для проведения опроса с элементами глубокого интервью, который был предложен 20 выпускникам университетов разных лет выпуска: 10 человек – группа 1 – 2007–2015 гг. выпуска; 10 человек – группа 2 – 2016–2022 гг. выпуска. В каждой группе в равных пропорциях представлены технические и социально-гуманитарные специальности – по 5 в каждой группе, как показано на рисунке 2.



Рисунок 2 – Характеристика экспертов

Примечание: Составлено авторами на основе собственного исследования.

Полученные результаты (таблица 1) указывают на высокий уровень консенсуса среди экспертов по каждому критерию. На основе среднего значения индивидуального мнения каждого эксперта и коэффициента согласия с оценкой важности критерия был определен вес каждого

критерия. Отмечается, что критериями с наибольшим весом являются мягкие навыки, имидж университета, налаживание связей и поддержка образовательных инициатив.

Как видно из таблицы 1, наивысшая оценка составляет 5 баллов, при этом наибольший вес имеют критерии X1, X4, X6 и X9. Это объясняется верой экспертов в значимость этих критериев оценки эффективности ассоциации выпускников. Данные критерии являются существенными и охватывают внешние факторы, такие как работодатели, компании-партнеры, нынешние студенты, преподаватели и обслуживающий персонал.

Критерию X3 (Активность и вовлеченность) присвоен наименьший вес – 3 балла. Это оправдано высоким уровнем трудоустройства выпускников на их основных профессиональных и личных должностях, а также их географической удаленностью от местонахождения университета.

Таблица 1 – Распределение веса, коэффициенты соответствия и дисперсия

№	Критерии	Вес	Коэффициент конкордации	Дисперсия
X1	Имидж университета	5	0,995	0,3
X2	Лояльность	4	0,994	0,37
X3	Активность и вовлеченность	3	0,987	0,86
X4	Сетевое взаимодействие	5	0,993	0,46
X5	Система обратной связи	4	0,98	1,31
X6	Поддержка образовательных инициатив	5	0,99	0,64
X7	Ресурсы и привилегии	4	0,973	1,78
X8	Профессиональные навыки	4	0,982	1,13
X9	Мягкие навыки	5	0,997	0,17
X10	Социальная ответственность	4	0,992	0,48

Примечание: Составлено авторами.

Наш анализ позволил выявить, какие из существующих критериев являются наиболее весомыми для экспертов и выраженными в рассматриваемых университетах. Результаты показаны на рисунке 3.



Рисунок 3 – Оценка веса и выраженности критериев

Примечание: Составлено авторами на основе собственного исследования.

В нашем анализе мы оценили значимость каждого критерия, используя университеты в г. Алматы в качестве примера. Значимость каждого критерия позволяет нам определить степень, в которой каждый из 10 критериев является заметным или развитым в данном университете, основываясь на деятельности ассоциации выпускников. Этот показатель варьируется от 1 до 10, где 1 представляет минимальное значение, а 10 указывает на максимальное значение. Как видно на рисунке 3, одним из выраженных критериев являются профессиональные навыки (X8) и мягкие навыки (X9), он не абсолютно максимально выражен (9–10) в рассматриваемых университетах.

Результаты показывают, что наиболее значимыми эксперты считают следующие факторы: профессиональные навыки – 7, мягкие навыки – 7. Данные критерии напрямую влияют на трудоустройство выпускников.

Эксперты оценивают в 6 баллов критерии репутация университета (X1) и лояльность выпускников (X2). Оценку 5 баллов получила ровно половина выбранных критериев: такие критерии, как поддержка образовательных инициатив (X6), социальная ответственность (X10), налаживание связей (X4), активность и вовлеченность (X3), а также ресурсы и привилегии (X7). Наименее значимым фактором является обратная связь (X5) с оценкой в 4 балла.

Данные экспертов были разделены на две группы:

1. Выпускники более ранних выпусков – с 2007 по 2015 гг.;
2. Выпускники более поздних выпусков – с 2016 по 2022 гг.

Общее число респондентов составило 20 человек, по 10 человек в каждой группе, сохраняя сбалансированное распределение по годам выпуска.

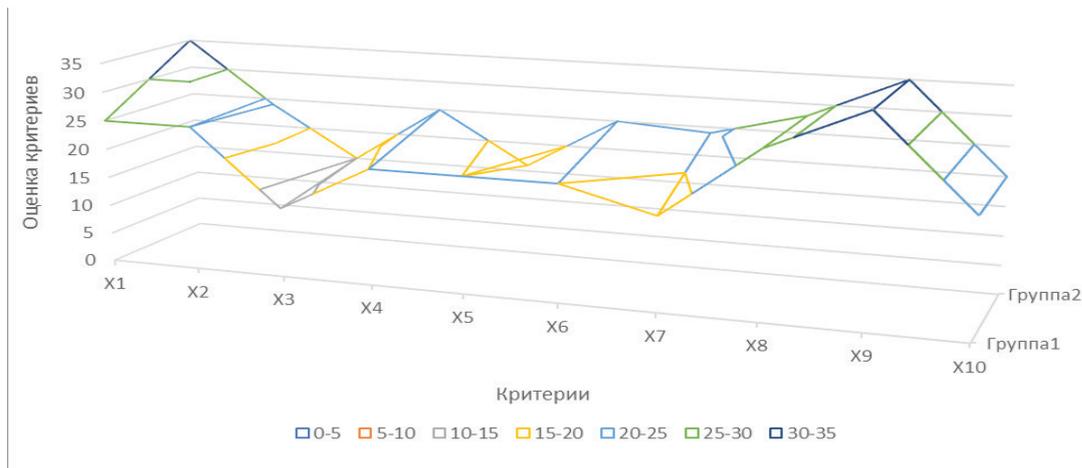


Рисунок 4 – Тенденции критериев для обеих групп

Примечание: Составлено авторами на основе собственного исследования.

Как показано на рисунке 4, критерии X8, X9, X10 имеют равные баллы в рассматриваемых группах, то есть профессиональные навыки, мягкие навыки, социальная ответственность одинаково важны для обеих групп независимо от происхождения, в то время как баллы выпускников второй группы (2016–2022 гг.) выше, чем у первой группы по критериям X1 – в 1,4 раза, X3 – в 1,25 раза, X4 – в 1,25 раза, X6 – в 1,25 раза, X7 – в 1,5 раза.

Кроме того, наиболее значительное расхождение в экспертных мнениях наблюдается по критерию X7, где значения для направления выпускников поздних выпусков (группа 2) составляют больше на 33% значений для ранних выпусков. Это в первую очередь объясняется тем фактом, что, несмотря на то, что эти критерии имеют одинаковый вес по важности для обеих групп, каждая группа по-разному оценивала значимость этих критериев в контексте ассоциации.

Детальное проведение глубинных интервью с экспертами позволило нам определить, что выпускники поздних выпусков в силу того, что недавно выпустились, а также имеют интерес к карьерной поддержке со стороны университета в виде рассылок вакансий, более тесно взаимодействуют друг с другом и с университетом. Для выпускников более поздних выпусков важно

получать поддержку от университета в виде рассылок, доступа к электронным ресурсам и библиотеке, льгот на обучение в магистратуре и докторантуре.

Как было отмечено, критерии X8 (профессиональные навыки) и X9 (мягкие навыки) имеют одинаковый вес и выраженность для обеих групп – по 28 и 35 баллов соответственно. Однако для группы 2 одним из самых значимых критериев, наряду с X8 и X9, также является критерий X1 (репутация университета), так как для молодых специалистов имя альма-матер играет важную роль при трудоустройстве.

В соответствии с тенденцией выпускники поздних выпусков присвоили самые низкие оценки X3 и X5, по 15 и 16 баллов соответственно.

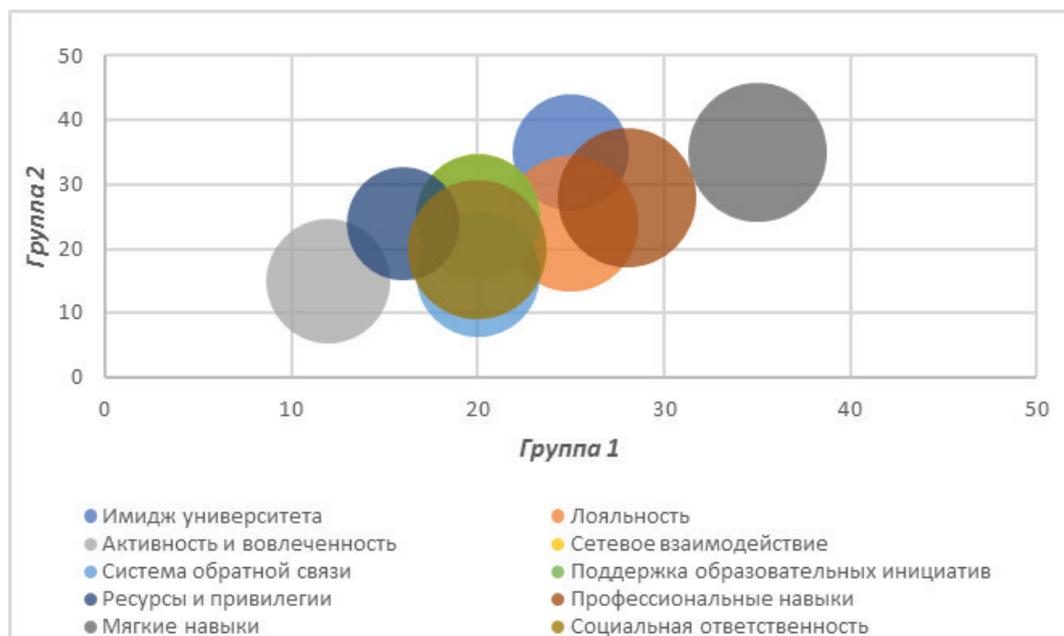


Рисунок 5 – Оценка по критериям и позиция

Примечание: Составлено авторами на основе собственного исследования.

На рисунке 5 показано процентное соотношение по каждому критерию по двум исследуемым группам. Каждый круг – это критерий, размер круга – это третье измерение данных, которое зависит от совпадения между значениями двух групп. Если у двух групп одинаковые баллы, это означает 100% совпадение и будет выражено на рисунке самым большим размером круга. Так, мы видим, что самые большие круги со 100% совпадением баллов по каждому критерию у обеих групп – это критерии X8, X9 и X10: профессиональные навыки, мягкие навыки и социальная ответственность. Именно эти круги имеют самые большие размеры на рисунке 5, количество баллов по одному из трех критериев – мягкие навыки – является максимальным. Баллы рассматриваемых трех категорий идентичны – по 28 баллов для профессиональных навыков, по 35 баллов для мягких навыков, по 20 баллов для социальной ответственности. Совпадение в баллах в размере 80% у двух исследуемых групп по четырем критериям – X3, X4, X5, X6: активность и вовлеченность, сетевое взаимодействие, система обратной связи и поддержка образовательных программ. Самый маленький размер круга у критерия «ресурсы и привилегии», поскольку совпадение значений по данному критерию составляет 67%: у выпускников до 2015 г. – 16 баллов и у выпускников 2016–2022 гг. – 24 балла.

На рисунке 6 (стр. 447) показан круг, поделенный на три части, объединяющий информацию по общим баллам всех 10 критериев. На рисунке представлена как количественная информация (цифры), так и категориальная информация (цвета). Зеленым градиентом выделены три критерия, получившие самую высокую суммарную оценку, в желтый сегмент также вошло три критерия уже со средними оценками, в красном сегменте расположились четыре критерия с наименьшими оценками.

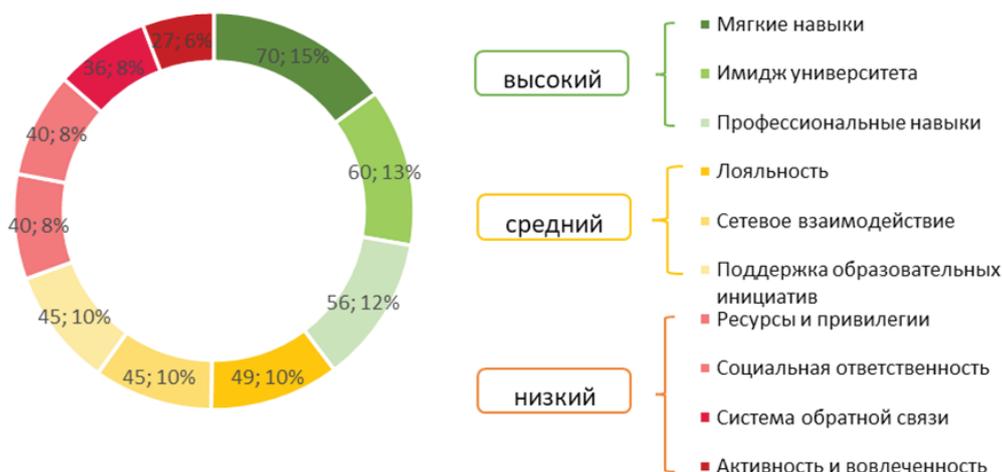


Рисунок 6 – Совокупный общий балл по всем критериям

Примечание: Составлено авторами на основе собственного исследования.

Размер сегмента определяется общим количеством баллов каждого критерия. Самыми крупными сегментами являются критерии: мягкие навыки (70 баллов), репутация (60 баллов), твердые навыки (56 баллов).

В среднем сегменте оказались три критерия: лояльность (49 баллов), сетевое взаимодействие (45 баллов) и поддержка образовательных программ (45 баллов). В красный сегмент вошли: ресурсы и привилегии (40 баллов), социальная ответственность (40 баллов), система обратной связи (36 баллов), наименьший балл в данном круге занял критерий активность и вовлеченность (27 баллов).

В этой связи экспертный анализ показал, что среди всех критериев по их значимости и насколько они выражены в исследуемом объекте, наиболее развитыми являются мягкие навыки, репутация университета и профессиональные навыки. Проблемные аспекты, нуждающиеся в улучшении и внедрении изменений и тактических действий, – это критерии: активность и вовлеченность, система обратной связи, ресурсы и привилегии, социальная ответственность.

Следующим шагом явилась выработка подходов по улучшению позиции каждого критерия и определению операционных шагов. С этой целью методом экспертного анализа была определена оценка весов каждого критерия и сделана оценка каждой группы с последующим определением целевого сегмента. Результаты анализа представлены в таблицах 2 и 3.

Таблица 2 – Показатель конкурентоспособности

Критерии	Имидж университета	Лояльность	Активность и вовлеченность	Нетворкинг	Система обратной связи	Поддержка образовательных программ	Ресурсы и привилегии	Проф. навыки	Мягкие навыки	Социальная ответственность	Всего
Экспертная группа 1	110	100	36	88	80	110	80	80	110	80	874
Экспертная группа 2	110	80	36	110	80	110	80	80	110	80	876
Выраженность критерия	11	10	6	11	10	11	10	10	11	10	100

Примечание: Составлено авторами.

Как видно из таблицы 2, количество баллов группы 1 (выпускники до 2015 г.) составляет 8,74 из 10 максимально возможных. Данные индикаторы показывают возможность обеспечения обязательных базовых характеристик каждой группы на требуемом уровне. Количество баллов второй группы – 8,76. Полученные данные говорят об одинаковых спектрах выраженности активности для двух групп.

Таблица 3 – Показатель привлекательности

Критерии	Имидж университета	Лояльность	Активность и вовлеченность	Нетворкинг	Система обратной связи	Поддержка образовательных программ	Ресурсы и привилегии	Проф. навыки	Мягкие навыки	Соц. ответственность	Всего
Экспертная группа 1	52,5	52,5	38	47,5	42,5	38	38	80,5	80,5	47,5	517,5
Экспертная группа 2	73,5	63	47,5	47,5	34	47,5	57	80,5	80,5	47,5	578,5
Вес критерия	10,5	10,5	9,5	9,5	8,5	9,5	9,5	11,5	11,5	9,5	100
Примечание: Составлено авторами.											

В таблице 3 представлены данные анализа выраженности каждого критерия и исходя из этого привлекательность рассматриваемой ассоциации выпускников. Согласно данным, группа 2 (выпускники с 2016 по 2022 гг.) имеет незначительное преимущество в баллах 5,785 по сравнению с группой 1 – 5,175 балла из 10 максимальных. Данные таблицы 5 позволяют сделать вывод о среднем уровне привлекательности сегмента.

Для выработки стратегии мы использовали матрицу аутсорсинга, представляющую собой квадрант с четырьмя секторами.

Матрица аутсорсинга – это инструмент, в простой и доступной форме предлагающий принципиальные решения по выведению непрофильных активов и работ из состава бизнес-системы.

Аутсорсинговая матрица является инструментом, разбивающим объект исследования на восемь основных квадратов в рамках 3x3 матрицы. Этим объектом может быть как отдельное производство, так и подразделение, вид работ или даже конкретный специалист с определенной компетенцией. Основными осями в матрице являются стратегическая важность и качество компетенций в сравнении с рынком. Определение стратегической важности и качества компетенций, работ и результатов в сравнении с рынком является сложной задачей, основанной на экспертных оценках, и не может быть выражено в цифрах. Стратегическая важность включает в себя несколько составляющих.

На рисунке 7 (стр. 449) построена матрица и определено место в матрице для рассматриваемых групп. В зависимости от места в матрице возможно выработать эффективные управленческие решения. Сегменты матрицы делятся на три категории: с высоким потенциалом, с низким и находящиеся посередине, каждый сегмент состоит из трех секторов. В нашем случае в матрице выделены 9 секторов в зависимости от баллов (рисунок 7).

Как показано в матрице (рисунок 7), обе группы находятся в секторе «К8 – Развитие и сохранение». То есть к обеим группам необходимо применять одинаковую стратегию.

Анализируя положение групп по секторам, можно дать рекомендации по стратегиям управления двумя группами.

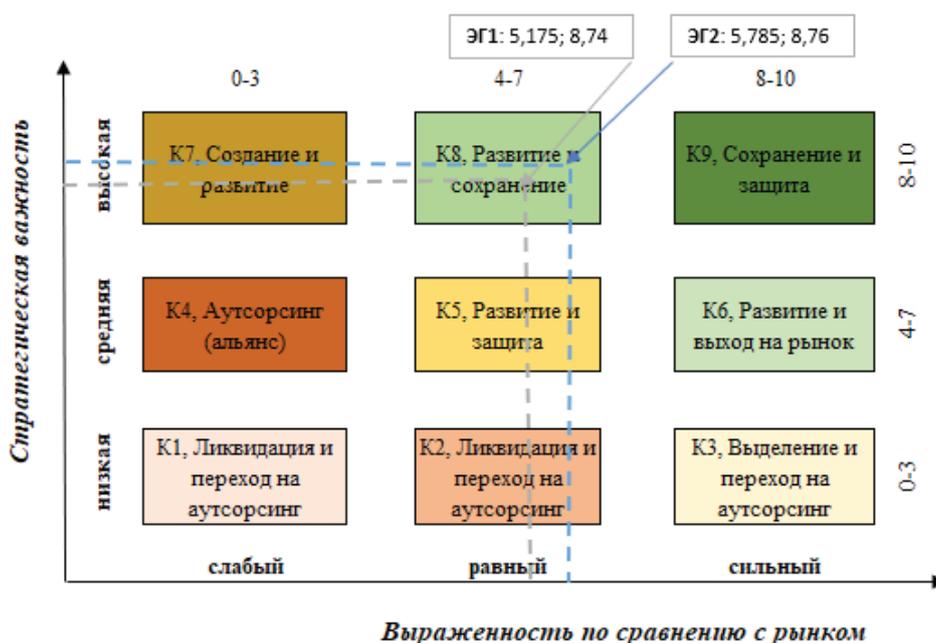


Рисунок 7 – Аутсорсинговая матрица

Примечание: Составлено авторами на основе собственного исследования.

Заключение

Таким образом, исходя из результатов исследования можно сделать выводы по поставленным гипотезам.

По гипотезе 1. Профессиональные навыки выпускников являются наиболее значимым критерием для оценки успешной ассоциации выпускников. Данная гипотеза не подтверждена, количество баллов по данному критерию составляет 56, однако по критерию «Мягкие навыки» количество баллов составляет 70. Это говорит о том, что профессиональные навыки выпускников не являются самым важным критерием для оценки успешной ассоциации.

По гипотезе 2. Важность критериев для выпускников последних шести лет (2016–2022 гг.) выше, чем для выпускников более старших выпусков (2007–2015 гг.). Данная гипотеза подтверждена, количество баллов у второй группы составляет 247 по сравнению с 221 баллом первой группы.

По гипотезе 3. Необходимо применять разные стратегии по работе с выпускниками в зависимости от года выпуска. Данная гипотеза не подтверждена, поскольку обе группы попали в одну область «К8 – Развитие и сохранение».

Данные многоступенчатого анализа оценки положения групп выпускников позволяют выработать рекомендации для ассоциации выпускников по улучшению выраженности критериев в своей работе. Следует провести анализ реализации подходов по каждому критерию с особым вниманием на активность и вовлеченность, систему обратной связи, ресурсы и привилегии, социальную ответственность.

Проведенный анализ дает администрации университета и ассоциации выпускников аналитически обоснованную информацию для последующих эффективных управленческих решений.

Учитывая проведенное исследование, можно сделать вывод, что профессиональные компетенции уже не являются решающим фактором для обеспечения успеха выпускников в пост-академической жизни, подтверждая смену парадигмы в значениях выпускной квалификации. Интересно отметить, что акцент смещается к более мягким навыкам и способности к быстрой

адаптации в изменяющихся условиях. Особую роль в этом контексте играют не столько знания и умения, сколько уверенность в себе, умение работать в команде и готовность к непрерывному обучению. Кроме того, оказывается, что интересы и требования выпускников новых годов выхода значительно отличаются от предшествующих поколений. Сегодняшние выпускники больше ориентированы на развитие личностных качеств и стремление найти гармонию между профессиональными задачами и личными интересами. Данный сдвиг подчеркивает необходимость ассоциациям выпускников пересмотреть свои программы работы таким образом, чтобы принести наилучшую пользу разным возрастным группам членства.

Результаты исследования важно рассматривать с точки зрения разработки гибких стратегий ассоциации выпускников, направленных на удовлетворение потребностей различных поколений своих членов. Это предполагает не только переосмысление подхода к взаимодействию со старшими выпускниками, но и акцентирование внимания на более молодых выпускниках, для которых значительно важнее оказывается поиск личной гармонии и развитие нестандартных навыков. Данный подход может выражаться как в создании возможностей для профессионального роста через менторство и сетевое взаимодействие между выпускниками разных лет, так и в предложении программ по личностному развитию, помогающих укреплять уверенность и способность к адаптации. Также важным аспектом становится организация мероприятий, способствующих формированию сообщества из людей с подобными интересами и целями. При этом основной упор следует делать на то, чтобы эти действия были направлены на поддержку всех членов сообщества в достижении как профессионального успеха, так и личной самореализации.

ЛИТЕРАТУРА

1 Кестин Т., Марьян ван ден Бельт, Росс К., Твайтс Дж., Хокс М. Как начать внедрение ЦУР в университетах. Руководство для университетов и иных учреждений высшего образования, а также для научных организаций. – SDSN, Австралия; Тихий океан и SDSN, Россия, 2019.

2 Mael F., Ashforth B.E. Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification // *Journal of Organizational Behavior*. 1992. URL: <https://doi.org/10.1002/job.4030130202>

3 Pirolo L., Presutti M. The impact of social capital on the start-ups' performance growth // *Journal of Small Business Management*. 2010. Vol. 48. Iss. 2. P. 197–227. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1111/j.1540-627X.2010.00292.x>

4 Radcliffe S. A study of alumni engagement and its relationship to giving behaviors. *Philanthropy is big business in the United States. According to Giving USA, 2010*. P. 9–12. URL: https://digitalcommons.bucknell.edu/masters_theses/2/

5 Campbell A.C., Baxter A.R. Exploring the attributes and practices of alumni associations that advance social change // *International Journal of Educational Development*. 2019, Vol. 66. Iss. C. P. 164–172 URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0738059318301202>

6 Putri S., Ridzuan A., Nanda H., Puspaningtyas M. Conceptualizing Alumni Engagement: Exploring The Attributes and Practices of Alumni Associations to Help Student Success // *European Union Digital Library. Proceedings of the 5th International Conference on Economics, Business and Economic Education Science*. 2023. URL: <https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.9-8-2022.2338671>

7 Delisa M. Alumni and High-Impact Student Practices: A Phenomenological Exploration of the Factors that Influence Giving. *City University of Seattle ProQuest Dissertations Publishing*. 2022. P. 39–41. URL: <https://search.proquest.com/openview/a2f3dc36946f192a533bcae676e2b97f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>

8 Hale M.D. Measuring the effectiveness of alumni mentoring relationships with members of a national Greek letter social fraternity. *Dallas Baptist University ProQuest Dissertations Publishing*. 2015. P. 49–54. URL: <https://search.proquest.com/openview/4afc5dbc058c8f5dafaea0f94da9e2e5/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>

9 Snijders I., Wijnia L., Rikers RMJP. Alumni loyalty drivers in higher education // *Springer*. 2019. Vol. 22. P. 607–627. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11218-019-09488-4>

10 Aloï R. Student involvement as a predictor of alumni engagement. *Rowan University ProQuest Dissertations Publishing*. 2020. P. 12–17. URL: <https://search.proquest.com/openview/06d1b7bec55dd084ec2a0b7a25ed89b8/1?pq-origsite=gscholar&cbl=51922&diss=y>

- 11 Singer T.S., Hughey A.W. The role of the alumni association in student life. New directions for student services. 2002. P. 63–68. URL: https://www.researchgate.net/profile/Aaron-Hughey/publication/229443751_The_role_of_the_alumni_association_in_student_life/links/5d07af6d458515ea1a6cebd5/The-role-of-the-alumni-association-in-student-life.pdf
- 12 Iskhakova L., Hoffmann S., Hilbert A. Alumni loyalty: Systematic literature review // Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing. 2017. Vol. 29. Iss. 3. P. 25–29. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10495142.2017.1326352>
- 13 Dinneen P.L. Impact of Alumni Feedback on Faculty Member Attitudes about Course Design: A Multi-case Study. The George Washington University ProQuest Dissertations Publishing. 2016. P. 16–22. URL: <https://search.proquest.com/openview/ccd7b8746833f04999c8496d55edea0b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>
- 14 Kerstens L.M. The Study of Alumni: Professional Success, Commitment to the University, and the Role of the Academic Learning Environment. LEMMA publishers. 2007. P. 66–70. URL: <https://repub.eur.nl/pub/8494/proefschrift%20vermeulen-kerstens.pdf>
- 15 Gilbert C.M. Alumni Role Identity Among Recent College Graduates. Northwest Nazarene University ProQuest Dissertations Publishing. 2022. P. 47–53. URL: <https://search.proquest.com/openview/e13903c02c526cf0cc856fdb9179a472/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>

REFERENCES

- 1 Kestin T., Mar'jan van den Bel't, Ross K., Tvajts Dzh., Hoks M. (2019) Kak nachat' vnedrenie CUR v universitetah. Rukovodstvo dlja universitetov i inyh uchrezhdenij vysshego obrazovaniya, a takzhe dlja nauchnyh organizacij. – SDSN, Avstralija; Tihij okean i SDSN, Rossija (In Russian).
- 2 Mael F., Ashforth B.E. (1992) Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification // Journal of organizational Behavior. URL: <https://doi.org/10.1002/job.4030130202>. (In English).
- 3 Pirolo L., Presutti M. (2010) The impact of social capital on the start-ups' performance growth // Journal of Small Business Management. Vol. 48. Iss. 2. P. 197–227. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1111/j.1540-627X.2010.00292.x>. (In English).
- 4 Radcliffe S. (2010) A study of alumni engagement and its relationship to giving behaviors. Philanthropy is big business in the United States. According to Giving USA. P. 9–12. URL: https://digitalcommons.bucknell.edu/masters_theses/2/. (In English).
- 5 Campbell A.C., Baxter A.R. (2019) Exploring the attributes and practices of alumni associations that advance social change // International Journal of Educational Development. Vol. 66. Iss. C. P. 164–172 URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0738059318301202>. (In English).
- 6 Putri S., Ridzuan A., Nanda H., Puspaningtyas M. (2023) Conceptualizing Alumni Engagement: Exploring The Attributes and Practices of Alumni Associations to Help Student Success // European Union Digital Library. Proceedings of the 5th International Conference on Economics, Business and Economic Education Science. . URL: <https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.9-8-2022.2338671>. (In English).
- 7 Delisa M. (2022) Alumni and High-Impact Student Practices: A Phenomenological Exploration of the Factors that Influence Giving. City University of Seattle ProQuest Dissertations Publishing. P. 39–41. URL: <https://search.proquest.com/openview/a2f3dc36946f192a533bcae676e2b97f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>. (In English).
- 8 Hale M.D. (2015) Measuring the effectiveness of alumni mentoring relationships with members of a national Greek letter social fraternity. Dallas Baptist University ProQuest Dissertations Publishing. P. 49–54. URL: <https://search.proquest.com/openview/4afc5dbc058c8f5dafa0f94da9e2e5/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>. (In English).
- 9 Snijders I., Wijnia L., Rikers RMJP. (2019) Alumni loyalty drivers in higher education // Springer. Vol. 22. P. 607–627. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11218-019-09488-4>. (In English).
- 10 Aloï R. (2020) Student involvement as a predictor of alumni engagement. Rowan University ProQuest Dissertations Publishing. P. 12–17. URL: <https://search.proquest.com/openview/06d1b7bec55dd084ec2a0b7a25ed89b8/1?pq-origsite=gscholar&cbl=51922&diss=y>. (In English).
- 11 Singer T.S., Hughey A.W. (2002) The role of the alumni association in student life. New directions for student services. P. 63–68. URL: https://www.researchgate.net/profile/Aaron-Hughey/publication/229443751_The_role_of_the_alumni_association_in_student_life/links/5d07af6d458515ea1a6cebd5/The-role-of-the-alumni-association-in-student-life.pdf. (In English).
- 12 Iskhakova L., Hoffmann S., Hilbert A. (2017) Alumni loyalty: Systematic literature review // Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing. Vol. 29. Iss. 3. P. 25–29. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10495142.2017.1326352>. (In English).

13 Dinneen P.L. (2016) Impact of Alumni Feedback on Faculty Member Attitudes about Course Design: A Multi-case Study. The George Washington University ProQuest Dissertations Publishing. P. 16–22. URL: <https://search.proquest.com/openview/ccd7b8746833f04999c8496d55edea0b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>. (In English).

14 Kerstens L.M. (2007) The Study of Alumni: Professional Success, Commitment to the University, and the Role of the Academic Learning Environment. LEMMA publishers. P. 66–70. URL: <https://repub.eur.nl/pub/8494/proefschrift%20vermeulen-kerstens.pdf>. (In English).

15 Gilbert C.M. (2022) Alumni Role Identity Among Recent College Graduates. Northwest Nazarene University ProQuest Dissertations Publishing. P. 47–53. URL: <https://search.proquest.com/openview/e13903c02c526cf0cc856fdb9179a472/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>. (In English).

К.Н. ИБРАШЕВ,¹

т.ғ.к., ТҒҰА академигі.

e-mail: ik.niyazov@gmail.com

ORCID ID: 0000-0003-2979-1056

А.К. ДЖУМАСЕЙТОВА,^{*1}

PhD, профессор.

*e-mail: a.dzhumaseitova@kbtu.kz

ORCID ID: 0000-0002-2193-9418

Е.С. СМОЛЯКОВА,¹

докторант.

e-mail: e.smolyakova@kbtu.kz

ORCID ID: 0009-0005-0702-2266

¹Қазақстан-Британ техникалық университеті,
Алматы қ., Қазақстан

ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ЖОҒАРЫ ОҚУ ОРЫНДАРЫ МЫСАЛЫНДАҒЫ ТҮЛЕКТЕР ҚАУЫМДАСТЫҒЫНЫҢ ТИІМДІЛІК КРИТЕРИЙЛЕРІ

Андатпа

Қарқынды технологиялық прогресс пен әлеуметтік өзгерістермен ерекшеленетін дәуірде тұрақты дамуға деген ұмтылыс әлемдік қоғамдастық үшін басты қажеттілікке айналды. Жаһандық күн тәртібі аясында тұрақты даму қағидаттарына сай мәдениетті қалыптастыру үшін жас ұрпаққа және жалпы академиялық салаға терең әсер еруші университеттер бүгінде шешуші рөл атқара бастады. Осы академиялық институттардың жалғасы болатын түлектер қауымдастығы да ерекше орын алады. Олар академиялық әлем мен жалпы қоғам арасындағы алшақтықты жоятын маңызды арналар ретінде әрекет етеді. Мақалада университеттердің түлектер қауымдастығына ерекше назар аударылды. Терең сұхбат пен сараптамалық бағалауды қамтитын сапалы зерттеу әдісін қолдана отырып, бұл зерттеу тұрақты түлектер қауымдастығының негізгі критерийлерін анықтауға бағытталған. Мұқият математикалық талдаумен қамтамасыз етілген нәтижелер түлектер қауымдастығының сәтті даму критерийлерін анықтап қана қоймай, сонымен қатар олардың тұрақты дамуға қосқан үлесін арттыру бойынша тиімді ұсыныстар ұсынады. Қазақстан университеті контекстінде жүргізілген зерттеу бүкіл әлем бойынша университеттер үшін прецедент құра отырып, академиялық саланың экономикалық және басқарушылық құрылымына орнықты дамуды интеграциялау үшін құнды перспективалар мен практикалық стратегияларды ұсынады.

Тірек сөздер: стратегиялық басқару, университеттер, түлектер, түлектер қауымдастығы, тиімділік критерийлері, сараптамалық бағалау, тұрақты даму.

K.N. IBRASHEV,¹

c.t.s., academician of the NAMS.

e-mail: ik.niyazov@gmail.com

ORCID ID: 0000-0003-2979-1056

A.K. JUMASSEITOVA,*¹

PhD, professor.

*e-mail: a.dzhumaseitova@kbtu.kz

ORCID ID: 0000-0002-2193-9418

E.S. SMOLYAKOVA,¹

DBA student.

e-mail: e.smolyakova@kbtu.kz

ORCID ID: 0009-0005-0702-2266

¹Kazakh-British Technical University,
Almaty, Kazakhstan

CRITERIA OF EFFECTIVENESS OF ALUMNI ASSOCIATIONS: THE CASE OF KAZAKHSTANI UNIVERSITIES

Abstract

In an era marked by rapid technological progress and social shifts, the pursuit of sustainable development has become an urgent necessity for the global community. Within the framework of the global agenda, universities have begun to play a key role, using their profound influence on the younger generation and the academic sphere as a whole to form a culture deeply rooted in the principles of sustainable development. In general, alumni associations serve as crucial channels bridging the gap between the academic world and society. It is for this reason that the authors have set out to assess the effectiveness of alumni associations through the perspective of two different generations of graduates: young graduates and representatives from the earliest cohorts. Using a qualitative research approach, which includes in-depth interviews and expert evaluations, this study aims to assess the key criteria for an effective alumni association. The resulting data, supported by mathematical analysis and stakeholder theory, not only shed light on the success criteria for alumni associations but also offer practical recommendations for enhancing their contribution to sustainable development. The research conducted within the context of a Kazakhstani university provides valuable insights and practical strategies for integrating sustainable development into the economic and managerial structure of the academic sphere, setting a precedent for universities worldwide.

Key words: strategic management, universities, graduates, alumni associations, the effectiveness criteria, expert assessments, sustainable development.