

ABİTURIYENTLƏRİN UNIVERSİTET SEÇİMİNƏ TƏSİR EDƏN AMİLLƏR

XANIM LƏTİFOVA

ADA Universitetinin Təhsilin təşkili və idarə olunması ixtisası üzrə magistri,
Lənkəran-Astara Regional Təhsil İdarəsinin Tədrisin keyfiyyəti sektorunun
məsləhətçisi. E-mail: xanimletifova7@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0002-1145-6751>

Məqaləyə istinad:

Lətifova X. (2025). Abituriyentlərin universitet seçiminə təsir edən amillər. *Azərbaycan məktəbi*, № 4 (713), səh. 59–70

DOI:

10.30546/32898065.2025.4.9034

ANNOTASIYA

Məqalədə abituriyentlərin universitet seçiminə təsir edən əsas amillərin müəyyənləşdirilməsi məqsədilə Azərbaycanın cənub bölgəsində fəaliyyət göstərən ali təhsil müəssisəsində birinci kurs tələbələri arasında aparılmış empirik tədqiqatın nəticələri təqdim olunur. Tədqiqatın əsas məqsədi abituriyentlərin ali təhsil müəssisəsini seçərkən nəyə əsaslandıklarını və bu seçimlərə hansı faktorların təsir etdiyini müəyyənləşdirməkdir. Tədqiqat kəmiyyət metodologiyası çərçivəsində aparılıb, məlumatlar isə anket üsulu ilə toplanıb. Tələbələrin seçimlərinə təsir edən dörd əsas amil – universitetin prestiji, kampus imkanları, ilkin məlumatlılıq səviyyəsi və coğrafi mövqe təhlil olunub. Statistik analizlər (t-test və One-Way ANOVA) nəticəsində məlum olub ki, "prestij" faktoru tələbələrin seçimlərinə ən çox təsir edən amildir. Kampus şəraiti və məlumatlılıq amilləri orta səviyyədə, "yer" amili isə nisbətən daha zəif təsir edib. Cinsiyyət dəyişkəninin təsiri statistik olaraq əhəmiyyətli sayılmayıb, lakin ailənin aylıq gəliri dəyişkəni yalnız "prestij" faktorunda fərq yaradıb. Aşağı gəlirli ailələrdən olan tələbələrin universitetin nüfuzuna daha çox əhəmiyyət verdikləri müəyyən edilib. Əldə olunan nəticələr universitetlərin marketing və qəbul strategiyalarında prestijin və effektiv informasiya siyasətinin önəmini vurğulayır və bu sahələrə xüsusi diqqət yetirilməsinin vacibliyini göstərir.

Açar sözlər: Tələbə seçimi, universitet prestiji, kampus, coğrafi mövqe, məlumatlılıq, ailə gəliri.

Məqalə tarixçəsi

Göndərilib: 03.07.2025

Qəbul edilib: 10.09.2025

FACTORS AFFECTING APPLICANTS' UNIVERSITY PREFERENCE

KHANIM LATIFOVA

Master of Arts in Educational Management, ADA University, Consultant at the Teaching Quality Sector of the Lankaran-Astara Regional Education Department. E-mail: xanimletifova7@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0002-1145-6751>

To cite this article:

Latifova Kh. (2025). Factors Affecting Applicants' University Preference. *Azerbaijan Journal of Educational Studies*. Vol. 713, Issue IV, pp. 59–70

DOI:

10.30546/32898065.2025.4.9034

ABSTRACT

The article presents the results of an empirical study conducted among first-year students at a higher education institution operating in the southern region of Azerbaijan aimed at identifying the main factors influencing students' university preferences. The main purpose of the research is to determine what students rely on when choosing a higher education institution and which factors affect these preferences. The study was carried out within the framework of a quantitative methodology, and data were collected through a survey. Four main factors influencing students' preferences were analyzed: the university's reputation, campus facilities, initial level of awareness, and geographical location. Statistical analyses (t-test and One-Way ANOVA) revealed that the "reputation" factor has the greatest impact on students' preferences. Campus conditions and awareness factors had a moderate effect, while the "location" factor was relatively weaker. The effect of the gender variable was not considered statistically significant, but the family's monthly income variable showed a difference only in the "reputation" factor. It was found that students from low-income families attached greater importance to the university's reputation. The obtained results highlight the importance of reputation and effective information policies in universities' marketing and admission strategies and emphasize the necessity of paying special attention to these aspects.

Keywords: Student preferences, university reputation, campus facilities, location, awareness, family income.

Article history

Received: 03.07.2025

Accepted: 10.09.2025

Giriş

Universitet seçimi hər bir gəncin həyatında həlledici mərhələlərdən biridir və bu qərar onun gələcək karyerasına, şəxsi inkişafına və həyat tərzinə birbaşa təsir göstərir. Qlobal təhsil rəqabətinin artdığı dövrdə universitetlərin tələbə cəlb etmə strategiyaları daha da əhəmiyyət qazanıb. Gənclərin ali təhsil müəssisəsini seçməsinə təsir edən amillər müxtəlifliyi ilə seçilir və bu qərar fərdi, institusional və sosial faktorların təsiri ilə formalaşır. Bu kontekstdə universitetlərin coğrafi yerləşməsi, akademik reputasiyası, maddi-texniki bazası, sosial imkanları və təhsil haqları gənclərin qərarlarında mühüm rol oynayır. Araşdırmalar göstərir ki, universitet seçimləri zaman keçdikcə dəyişir və bu dəyişikliklər regionlar üzrə də fərqli təzahür edir.

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən ali təhsil müəssisələrinin sayı və bu müəssisələrə qəbul olan tələbələrin statistikasının təhlili göstərir ki, bölgələr arasında ciddi fərqlər mövcuddur. Xüsusilə cənub bölgəsində yerləşən universitetlərin seçilməsi ilə bağlı qərar mexanizmləri hələ də geniş elmi müzakirələrə açıqdır. Bu tədqiqat məhz həmin boşluğu doldurmaq məqsədilə aparılıb. Azərbaycanın cənub bölgəsində fəaliyyət göstərən iki ali təhsil müəssisəsində birinci kurs tələbələri arasında aparılan bu araşdırma onların universitet seçiminə təsir edən amilləri müəyyənləşdirmək məqsədi güdür. Tədqiqat gənclərin seçimlərinə təsir edən əsas komponentləri – universitetin prestiji, coğrafi mövqeyi, kampus imkanları və ilkin məlumatlılıq səviyyəsini əhatə edir. Beləliklə, əldə olunan nəticələr ali təhsil müəssisələrinin gələcək strategiyalarının formalaşmasında mühüm əhəmiyyət daşıya bilər. Eyni zamanda bu araşdırma regional universitetlərin öz reputasiyalarını və tələbə cəlb etmə imkanlarını artırma bilər.

Müasir dövrdə gənclərin qərarvermə prosesində informasiya bolluğu və sosial təsirlər də mühüm rol oynayır. Bu səbəbdən ali məktəb seçiminin yalnız akademik göstəricilərlə məhdudlaşmadığını nəzərə almaq vacibdir.

Universitetlərin regiona olan təsiri və yerli əmək bazarı ilə əlaqəsi də tələbələrin qərarlarında rol oynaya bilər. Buna görə də tələbə seçimlərinin təhlili həm də sosial-iqtisadi baxımdan vacib informasiyaların əldə olunmasına səbəb olur.

Universitet seçiminə təsir edən amillər

Ali təhsil ölkələrin inkişafında və tərəqqisində mühüm rol oynayır. Təhsilin bütün pillələri kimi ali təhsil də ölkələrin iqtisadi inkişafı və insan resurslarının inkişafında əhəmiyyətli yer tutur (Briggs & Wilson, 2007). Bir ali təhsil müəssisəsini seçmək qərarı fərdin həyatında vacibdir, çünki bu seçim onun gələcək karyerasını formalaşdırır. Alternativlər arasında seçim etmək çətin prosesdir, çünki birini seçmək digərini istisna edir (Akar, 2012). Dünyada ali təhsil müəssisələri artan rəqabət şəraitində daha çox tələbə cəlb etmək istəyirlər. Lakin universitetlər tələbələrin hansı səbəblərdən onları seçdiklərini bilmir. Ali təhsildə artan rəqabət universitetləri daha rəqabətqabiliyyətli marketing strategiyaları hazırlamağa məcbur edir (Khoi & Cuong, 2019).

Universitetlərin marketing fəaliyyətlərinə dəstək verəcək məlumatlardan biri tələbələrin universitet seçiminə təsir edən amilləri başa düşməkdir (Maniu & Maniu, 2014).

Ali təhsil müəssisələri özlərini rəqabət mühitində bazara təqdim etməyə ehtiyac duyurlar ki, bu da universitetlər üçün global xarakter daşıyır. Ali təhsil müəssisələri öz məhsullarını tanıtmak üçün universitet haqqında verilən məlumatların mühüm rol oynadığını başa düşürlər (Khoi & Cuong, 2019).

Universitet seçmək prosesi mürəkkəbdir və tələbələrin həyatına təsir edən qərarları ehtiva edir. Universitet seçiminə həm ümumi, həm də subyektiv amillər təsir göstərə bilər. Soutar və Turner (2002) universitet seçiminə təsir edən əsas amilləri iki kateqoriyaya ayırır: universitetlə bağlı amillər və şəxsi amillər.

Universitetlə bağlı amillərə akademik reputasiya, müvafiq kursların müxtəlifliyi və müəllim heyətinin keyfiyyəti daxildir. Şəxsi amillərə isə ailənin rəyi, dostların təsiri və evdən uzaqlıq

məsafəsi aid edilə bilər. Bir çox tədqiqatlarda universitetin coğrafi yerləşməsinin seçimə təsiri nəzərdən keçirilib. Məsələn, Webb (1993), Donnellan (2002), Shanka (2015), Wagner və Fard (2009), Beneke & Human (2010) ali təhsil müəssisələrinin şəhər mərkəzinə yaxınlığını, yerləşdiyi şəhərin coğrafi yerini və evə yaxınlığını universitet seçimində mühüm amillər kimi qeyd edirlər. Price və digərlərinin (2003), Ritesh və Miteshin (2012) tədqiqatlarında universitet kampusunun təhlükəsizliyi, yataqxana şəraiti, yeməxanalar kimi fiziki imkanların, eyni zamanda kampusun sosial obyektlərinin müxtəlifliyi universitet seçiminə təsir edən əsas amillər kimi müəyyən edilib.

Müasir dövrdə informasiya texnologiyalarının inkişafı, məlumat əldə etmək xərclərinin azaldılması və məlumat əldə etmək asanlığı sayəsində universitet seçən şəxslər qərarvermə prosesində daha rəşional hərəkət edə bilirlər (Akar, 2012). Briggs və Wilson (2007) qeyd edir ki, universitetin internet sahifəsi, jurnal və qəzet reklamları, kampus səfərləri kimi bəzi məlumat mənbələri Şotlandiyada universitet seçiminə təsir göstərir. İqtisadi şərait də seçimə təsir edən mühüm səbəblərdən biridir. Məsələn, universitetin yerləşdiyi şəhərdə yaşayış imkanları və xərclər, nəqliyyat qiymətləri, universitet və digər qurumların təmin edə biləcəyi təqaüd və yardım imkanları seçimə təsir edir (Joseph & Joseph, 2000; Ming, 2010). Donaldson və McNicholasa (2004) görə, reputasiya, kursların müxtəlifliyi, universitetin yeri, maliyyə xərcləri, universitetin imkanları və akkreditasiya amilləri ali təhsil müəssisəsi seçiminə təsir göstərir.

Atarah və Peprah (2014) universitetin reklamının tələbələrin universitet seçimi qərarına təsirini tapmaq üçün apardığı tədqiqatda anket və müsahibələrdən istifadə edib. Araşdırma nəticəsində məlum olub ki, reklam tələbələrin qərarına yüksək səviyyədə təsir edir. Ailə, dostlar, təhsilənlər, universitetin coğrafi yerləşməsi, şəhər mərkəzinə yaxınlığı, evə yaxınlığı və sosial obyektlərin mövcudluğu universitet seçiminə təsir edən mühüm amillərdir.

Ədəbiyyatlara əsasən məlum olur ki, informasiya mənbələri, ailənin universitetlə bağlı

verdiyi məsləhətlər və yönləndirmələr, abituriyentlərin ali təhsil müəssisəsi ilə bağlı məlumatlı olması da onların seçimində rol oynayır.

Çoxsaylı tədqiqatçılar vurğulayırlar ki, abituriyentlər universitetlər barəsində məlumat əldə etmək üçün, əsasən, internet resurslarına müraciət edirlər. Müasir dövrün birinci kurs tələbələri kompüter və onlayn texnologiyalardan ən fəal istifadə edənlər qrupuna daxildirlər. Jones (2002) qeyd edir ki, ali məktəbə yeni qəbul olan tələbələrin 20 faizi artıq 5-8 yaş aralığında kompüterlərlə tanış olub və 16-18 yaşına çatanda onların hamısı kompüter istifadəçisinə çevrilib. Bu faktlar göstərir ki, internet bu gün də gənclərin universitetlərlə bağlı məlumat toplamasında əsas resurslardan biri kimi əhəmiyyətini qoruyub saxlayır. Lenhart və həmkarlarının (2005) apardığı araşdırmada iştirak edən tələbələrin 57 faizi ali məktəblərlə bağlı məlumatları universitetlərin rəsmi internet sahifələri və digər onlayn resurslar vasitəsilə əldə etdiklərini bildiriblər. Mentz və Whiteside (2004) isə vurğulayıb ki, texnologiyanın sürətli inkişafı və internetə çıxış imkanlarının artması üzündən XXI əsrin tələbələri üçün universitet və kollec seçimində internet əsas informasiya mənbəyinə çevrilib.

Ədəbiyyatda aparılan müxtəlif tədqiqatlar universitet haqqında məlumat axtaran şəxslərin veb saytlara verdiyi əhəmiyyətin artdığını göstərib. Bu tədqiqatlarda ali təhsil müəssisələrinin öz rəsmi veb saytlarını daim yeniləməsinin, məzmunun yaxşı strukturlaşdırılmasının və saytın istifadəçi dostu olmasının zəruriliyi vurğulanır. Tədqiqatçılar qeyd edirlər ki, universitetlər texnologiyadan yaxşı anlayışı olan gənc auditoriyanın ehtiyac və gözləntilərini qarşılamaq üçün saytlarını müasir tələblərə uyğunlaşdırmalıdırlar. Bu baxımdan, gənclərin ali məktəb seçərkən dost və tanışlardan eşitdikləri rəylər və reputasiya ilə bağlı fikirlərdən təsirləndikləri üçün universitetlər öz veb sahifələrində təqdim etdikləri görünüşə xüsusi diqqət yetirməlidirlər.

Hazırda internet əsas informasiya mənbələrindən biri hesab olunur. Buna görə də

universitetlərin sosial media platformalarından məqsədyönlü şəkildə faydalanaraq öz rəsmi saytlarını bu platformalarda yerləşdirməsi gənclərin seçiminə müsbət təsir göstərə bilər. Hoyt və Brown (2003), Yamamoto (2016), Kim və Gasman (2011) apardıqları tədqiqatlarda sosial şəbəkələr və veb səhifələrin abituriyentlərin ali təhsil müəssisəsi seçimində əhəmiyyətli rol oynadığını qeyd ediblər. İnternetlə yanaşı, digər media vasitələri də gənclərin qərarlarına təsir edə bilər. Televiziya, qəzet və jurnallar universitetlər üçün təhsil imkanları, sosial fəaliyyətlər, əlaqə məlumatları və ya iş imkanları kimi məzmunu özündə birləşdirən reklamların yerləşdirilməsi üçün vasitə olaraq istifadə olunur. Belə reklamlar vasitəsilə ali təhsil müəssisələri haqqında məlumatlılıq artdığına görə universitetlər bu yolla daha çox tələbə cəlb edə bilərlər.

Əksər tədqiqatlar göstərir ki, abituriyentlərin ali məktəb seçimində valideynlərin məsləhətləri həlledici faktorlardan biridir. Malaney (1992) və həmkarları qeyd edib ki, valideynlər xüsusilə qız övladlarının ali təhsil seçiminə birbaşa təsir edə bilirlər. Bununla belə, bəzi tədqiqatçılar hesab edir ki, valideynlərin rolu yalnız övladlarının təhsil xərclərini qarşılamaqla məhdudlaşır və onlar konkret universitet seçiminə ciddi təsir göstərmirlər. ABŞ universitetləri valideynlərin seçimdəki rolunu nəzərə alaraq onları öz marketing strategiyalarına daxil edib.

Ali təhsil müəssisələrinin təqdim etdiyi infrastruktur (tədris binaları, laboratoriyalar, kitabxanalar, idman zalları, yataqxanalar və s.) və sosial mühit kimi imkanlar da tələbə seçimində önəmli rol oynaya bilər. Agrey və Lampadan (2014) Tayland universitetlərində apardıqları araşdırmada müəyyən ediblər ki, müasir öyrənmə şəraiti və maddi imkanlar gənclərin ali təhsil müəssisəsi seçiminə təsir edən əsas beş faktor arasında ikinci və üçüncü yerləri tutur. Qeyd etmək lazımdır ki, tədqiqatın nəticələrinə əsasən ali təhsil müəssisəsi seçiminə təsir edən amillərin içərisində birinci yerdə universitetin reputasiyası və məzunlar üçün təqdim etdiyi iş imkanları, dördüncü yerdə səmərəli tələbə həyatı və fəaliyyətlər, beşinci

yerdə isə təhlükəsiz və mehriban mühit faktoru qeyd olunub.

Ishaq və Aliyu (2020) apardıqları araşdırmada universitetlərdə mövcud imkanların ali təhsilə olan tələbata necə təsir etdiyinə diqqət yetirib. Onların tədqiqat nəticələrinə görə, ali təhsil müəssisələrinin maddi-texniki bazasının gücləndirilməsi daha çox tələbə cəlb olunmasında mühüm əhəmiyyətə malikdir. Coccari və Javalgi (1999) göstərir ki, yataqxana şəraiti universitet seçiminə təsir edən əsas faktorlardan biridir. Veloutsou və həmkarlarının (2004) apardıqları tədqiqatda da yataqxana imkanlarının mövcudluğunun abituriyentlərin seçiminə ciddi şəkildə təsir etdiyi müəyyən edilib.

Abituriyentlərin universitet seçiminə təsir edən amillərin təhlili

Bu tədqiqat cənub bölgəsində fəaliyyət göstərən ali təhsil müəssisələrinin birinci kurs tələbələrinin universitet seçiminə təsir edən amilləri araşdırmaq məqsədilə kəmiyyət metodologiyası əsasında aparılıb. Kəmiyyət tədqiqat yanaşması vasitəsilə problemin miqyası, başvermə halları və dəyişənlər arasındakı əlaqələr təsvir olunur və bu əlaqələr əsasında səbəb-nəticə münasibətləri müəyyən edilir (Şahbazov, 2019). Bu metodoloji yanaşma kəşfiyyət xarakterli deyil, daha çox təsviredici və izahedici məqsədlərə xidmət edir. Beləliklə, bu tədqiqat çərçivəsində tələbələrin universitet seçimində hansı amillərin üstünlük təşkil etdiyi obyektiv məlumatlarla təhlil edilib.

Hazırda Azərbaycanda 40 dövlət və 11 özəl olmaqla ümumilikdə 51 ali təhsil müəssisəsi fəaliyyət göstərir (Dövlət Statistika Komitəsi, 2023). Hər il minlərlə abituriyent ali məktəblərə qəbul imtahanlarında iştirak edərək müəyyən bal toplayır və fərqli ali təhsil müəssisələrinə yerləşdirilir. Dövlət İmtahan Mərkəzinin (2023) verdiyi məlumata əsasən 2022-2023-cü tədris ilində ölkə üzrə 51941 nəfər ali təhsil müəssisələrinə qəbul olunub.

Bu tədqiqatın populyasiyasını Cənub bölgəsində fəaliyyət göstərən iki ali təhsil müəssisəsinin birinci kurs tələbələri təşkil edir.

Onların ümumi sayı 1581 nəfərdir. Resursların məhdudluğu bütün populyasiyanı əhatə etməyə imkan vermədiyinə görə təsadüfi seçmə üsulu ilə 322 nəfərlik nümunə qrupu formalaşdırılıb. Nümunə seçimi 95% etibarlılıq səviyyəsi və 5% xəta payı nəzərə alınmaqla həyata keçirilib.

Cədvəl 1-dəki məlumatlara əsasən tədqiqat iştirakçılarının 180 nəfəri (55,9%) qadın, 142 nəfəri (44,1%) isə kişidir. Ailələrin aylıq gəlir səviyyəsinə baxıldıqda, 114 nəfərin (35,4%) gəliri 0–500 AZN, 126 nəfərin (39,1%) gəliri 501–1000 AZN, 57 nəfərin (17,7%) gəliri 1001–1500 AZN, 25 nəfərin isə (7,8%) gəliri 1501–2000 AZN aralığındadır. Tələbələrin yaşayış şəraiti ilə bağlı olaraq 134 nəfər (41,6%) tələbə evində, 168 nəfər (52,2%) ailəsinin yanında, 20 nəfər isə (6,3%) yataqxanalarda qalır.

Tədqiqatda iştirak edən birinci kurs tələbələrinin universitet seçiminə təsir göstərən amillər cədvəl 2-də verilib. Cədvələ əsaslanaraq demək olar ki, tələbələrin universitet seçiminə təsir edən amillər arasında ən yüksək orta göstəriciyə ($\bar{x} = 3.47$) malik olan ölçü “prestij” olub. Bununla yanaşı, “kampus” ölçüsünün orta göstəricisi də ($\bar{x} = 3.47$) nəzərə alındıqda, bu amilin tələbələrin seçimində orta səviyyədə təsirə malik olduğu görünür. Ədədi ortalamanın təhlilinə dair meyarlar aşağıdakı kimi şərh

edilir: “1.0-1.80” çox zəif, “1.81-2.60” zəif, “2.61-3.40” orta, “3.41-4.20” yüksək və “4.21-5.0” isə çox yüksək səviyyə kimi dəyərləndirilir.

Cədvəl 2-yə əsasən “məlumat” ölçüsü ilə bağlı faktorların da tələbələrin universitet seçiminə orta dərəcədə təsir etdiyi müşahidə olunur ($\bar{x} = 3.40$). “Yer” ölçüsünün ədədi ortalaması ($\bar{x} = 3.37$) göstərir ki, bu amilin də seçmə təsiri orta səviyyədədir. Ümumi nəticə olaraq demək olar ki, dörd ölçü arasında ən yüksək göstərici “prestij”ə məxsusdur. Bu isə o deməkdir ki, birinci kurs tələbələrinin universitet seçiminə ən çox təsir edən amil kimi onlar “prestij” faktorunu əsas götürürlər.

Tələbələrin seçiminə təsir edən amillərin cins dəyişəni baxımından statistik təhlili

Tədqiqat çərçivəsində tələbələrin seçiminə təsir edən amillərin cins dəyişəni baxımından statistik təhlili də aparılıb. Seçimə təsir edən amillərin cins dəyişəni baxımından fərqlilik nümayiş etdirib-etdirmədiyi müstəqil qruplar üçün t-testi vasitəsilə araşdırılıb. Təhlilin nəticələri Cədvəl 3-də əks olunub.

Cədvəl 3-dən məlum olur ki, tələbələrin universitet seçiminə təsir edən faktorlar da cinsiyyət baxımından statistik olaraq nəzərəcarpacaq fərq yoxdur ($t(415)=3.33, p<.05$). Belə ki, verilmiş

Cədvəl 1 Tələbələrin demoqrafik məlumatlarının say və faiz göstəriciləri

Dəyişkən	Qruplar	N	%
Cins	Kişi	180	55,9
	Qadın	142	44,1
Ailənin aylıq gəliri	0-500AZN	114	35,4
	501-1000AZN	126	39,1
	1001-1500AZN	57	17,7
	1501-2000AZN	25	7,8
Yaşayış yeri	Tələbə evi	134	41,6
	Ailənin yanı	168	52,2
	Yataqxana	20	6,3

Cədvəl 2 Tələbələrin universitet seçiminə təsir edən amillərin statistik təhlili

Ölçü	N	X	Qiymətlən dirmə
Prestij	322	3.47	Yüksək
Yer	322	3.37	Orta
Kampus	322	3.40	Orta
Məlumat	322	3.37	Orta

Cədvəl 3 Tələbələrin universitet seçiminə təsir edən amillərin cins dəyişəni baxımından aparılmış müstəqil qruplar t-testi nəticələri

	Cins	N	X	Sd	T	Df	P
prestij	Kişi	142	3.43	.81	-.769	320	.881
	Qadın	180	3.50	.84	-.773	307	
kampus	Kişi	142	3.39	.80	.185	.853	.080
	Qadın	180	3.37	.93	.189	.851	
Məlumat	Kişi	142	3.42	.80	.181	320	.056
	Qadın	180	3.40	.92	.185	317	
yer	Kişi	142	3.34	.82	-.754	320	.404
	Qadın	180	3.41	.87	-.759	309	

(*p>.05)

bütün göstəricilərdə $p>.05$ olması göstərir ki, cinsiyyət amili tələbələrin universitet seçiminə təsir edən faktorlar arasında fərq yaratmır. Bu da onu deməyə əsas verir ki, tələbələrin “prestij”, “kampus”, “məlumat” və “yer” kimi seçim meyarları cins dəyişənindən asılı olaraq dəyişməyib.

Tələbələrin universitet seçiminə ailənin aylıq gəliri dəyişəni baxımından təsirinin təhlili

Tələbələrin universitet seçiminə təsir edən faktorların ailənin aylıq gəliri kontekstində fərqlilik nümayiş etdirib-etdirmədiyini müəyyən etmək məqsədilə “One-way ANOVA” testindən

istifadə olunaraq analiz aparılıb. Cədvəl 4-də tələbələrin universitet seçiminə təsir göstərən faktorların ailənin aylıq gəliri dəyişəni baxımından aparılan tək istiqamətli “One-Way ANOVA” testinin nəticələri təqdim olunub.

Cədvəl 4-dən məlum olur ki, “prestij” faktoru istisna olmaqla, “kampus”, “yer” və “məlumatlılıq” kimi ölçülər üzrə ailənin aylıq gəliri tələbələrin universitet seçiminə statistik olaraq təsir göstərmir. Yəni aylıq gəliri 0-500 AZN olan ailələrdən gələn tələbələrlə, aylıq gəliri 501-1000 AZN, 1001-1500 AZN və 1501-2000 AZN olan ailələrdən gələn tələbələr arasında bu göstəricilər baxımından əhəmiyyətli fərq müşahidə edilmir. Cədvəl 4 analiz edilərkən tələbələrin universitet

seçiminə təsir edən amillərin cins dəyişəni baxımından statistik olaraq fərqliliyi görünməyib. $t(415)=3.33$, $p.05$ -dən yüksək olması tələbələrin universitet seçiminə təsir edən amillərin cins dəyişəni baxımından heç bir fərq yaratmadığını qeyd etməyə əsas verir. Yəni cins dəyişəni tələbələrin universitet seçimində prestij, kampus, məlumat və yer kimi faktorlar baxımından fərqlilik xüsusiyyətinə malik deyildir. “Prestij” göstəricisi üzrə isə qruplar arasında statistik fərqlilik müəyyən edilib. Bu fərqi hansı qruplar arasında yarandığını müəyyənləşdirmək üçün Post Hoc analizlərindən biri olan LSD (ən az əhəmiyyətli fərq) testi tətbiq olunub.

Cədvəl 4

Tələbələrin universitet seçiminə təsir edən faktorların ailənin aylıq gəliri dəyişəninə görə aparılan “One-Way ANOVA” testinin nəticələri

Ölçü	Ailənin aylıq gəliri	N	df	F	P	Fərqlilik
prestij	0-500 AZN	114	3-321	6.512	.000	Var
	501-1000 AZN	126				
	1001-1500 AZN	57				
	1501-2000 AZN	25				
kampus	0-500 AZN	114	3-321	329	.805	Yoxdur
	501-1000 AZN	126				
	1001-1500 AZN	57				
	1501-2000 AZN	25				
Məlumat	0-500 AZN	114	3-321	1.196	.311	Yoxdur
	501-1000 AZN	126				
	1001-1500 AZN	57				
	1501-2000 AZN	25				
yer	0-500 AZN	114	3-321	.625	.599	Yoxdur
	501-1000 AZN	126				
	1001-1500 AZN	57				
	1501-2000 AZN	25				

($p<.05$)

LSD testinin nəticələrinə əsasən ailəsinin aylıq gəliri 0-500 AZN olan tələbələrin universitetin prestijinə verdiyi önəm daha yüksək səviyyədə qiymətləndirilib. Yəni bu gəlir qrupuna daxil olan tələbələr 501-1000 AZN və 1001-2000 AZN gəlir aralığında olan ailələrin övladları ilə müqayisədə universitetin nüfuzunu daha vacib hesab edirlər. Bu fərqlərin hansı qruplar arasında olduğunu müəyyən etmək məqsədilə Post Hoc və LSD (ən az əhəmiyyətli fərq) testlərindən istifadə edilib. LSD testinin nəticələri göstərir ki, ailəsinin aylıq gəliri 0-500 AZN arasında olan tələbələr universitetin nüfuzu ilə bağlı daha müsbət fikirdədirlər. Yəni bu gəlir aralığında olan ailələrdən gələn tələbələr aylıq gəliri 501-1000 AZN və 1001-2000 AZN olan ailələrin övladları ilə müqayisədə universitetin prestijini daha yüksək dəyərləndirirlər.

Tələbələrin universitet seçiminə təsir edən amillərin yaşayış yeri baxımından təsirinin təhlili

Tədqiqatın növbəti alt sualına cavab tapmaq məqsədilə müvafiq təhlillər həyata keçirilib. Bu mərhələdə tələbələrin universitet seçimlərinə təsir göstərən amillərin onların yaşayış yerinə görə dəyişib-dəyişmədiyini müəyyən etmək üçün "Birfaktorlu Anova" testi tətbiq olunub və aparılan analizin nəticələri cədvəl 5-də təqdim edilib.

Cədvəldən də məlum olduğu kimi, statistik, coğrafi yer faktoru istisna olmaqla, birinci kurs tələbələrinin universitet seçiminə təsir edən kampus, prestij və məlumat amilləri arasında əhəmiyyətli fərqlilik müşahidə olunmayıb. Yer amili üzrə baş verən fərqliliyin hansı qruplar

Cədvəl 5

Tələbələrin universitet seçiminə təsir edən amillərin yaşayış yeri dəyişəni baxımından analiz edilmiş "One-Way ANOVA" testinin nəticələri

Ölçü	Yaşayış yeri	N	df	F	P	Fərqlilik
prestij	Tələbə evi	134				
	Ailənin yanı	168	3-321	.937	.423	Yoxdur
	Yataqxana	20				
kampus	Tələbə evi	134				
	Ailənin yanı	168	3-321	.160	.923	Yoxdur
	Yataqxana	20				
Məlumat	Tələbə evi	134				
	Ailənin yanı	168	3-321	1.449	.228	Yoxdur
	Yataqxana	20				
yer	Tələbə evi	134				
	Ailənin yanı	168	3-321	11.004	.000	Var
	Yataqxana	20				

(*p<.05)

arasında olduğunu müəyyənləşdirmək məqsədilə Post Hoc testlərindən istifadə olunub.

Cədvəl 5 analiz edilərkən tələbələrin universitet seçiminə təsir edən amillərin tələbənin yaşayış yeri dəyişkəni baxımından statistik olaraq fərqlilik olduğu görünüb. Belə ki, coğrafi yer ölçüsü istisna olmaqla birinci kursda təhsil alan tələbələrin universitet seçiminə təsir edən amillərin kampus, prestij, məlumat ölçülərində əhəmiyyətli fərqlilik yaratmadığı müəyyən olunur.

Nəticə

Bu tədqiqatda cənub bölgəsində fəaliyyət göstərən ali təhsil müəssisələrində təhsil alan birinci kurs tələbələrinin universitet seçimlərinə təsir edən amillər araşdırılıb. Tədqiqatın icrası üçün əvvəlcə mövcud elmi ədəbiyyat nəzərdən keçirilib, daha sonra 322 nəfərin iştirak etdiyi sorğu anketi hazırlanaraq tətbiq olunub. Toplanan məlumatlar t-testi və ANOVA testləri vasitəsilə statistik təhlil edilib.

Tədqiqat nəticələrinə əsasən birinci kurs tələbələrinin universitet seçiminə ən güclü təsir göstərən əsas amil universitetin nüfuzudur. Yəni bu bölgədəki tələbələr ali təhsil müəssisəsini cəmiyyətin akademik baxışları və tədris səviyyəsi əsasında seçirlər. Nəticələrə görə, tələbələrin universitet seçimlərinə təsir edən ikinci əsas amil məlumatlılıq faktorudur. Buna tələbələrin universitet haqqında internet sahifəsindən topladıqları məlumatlarla yanaşı, ailə üzvlərinin, müəllimlərin və dostların tövsiyələri də təsir edir. Prestij və məlumatlılıqla müqayisədə kampus və yer faktorları daha az təsir gücünə malik olsa da, tələbələr, əsasən, təmiz, texniki cəhətdən təchiz olunmuş siniflər və laboratoriyalarla yanaşı, sosial və mədəni imkanları geniş olan universitetlərə üstünlük verirlər. Coğrafi yer faktoru da birinci kurs tələbələrinin qərarlarına digər amillərlə müqayisədə daha az təsir göstərilib. Universitetlərin yerləşdiyi bölgələrin iqtisadi vəziyyəti, ev kirayələrinin bahalıqlığı və nəqliyyat imkanlarının məhdudluğu kimi səbəblər bu amilin təsirinin zəifləməsinə səbəb ola bilər.

Tədqiqat çərçivəsində demoqrafik amillərin universitet seçiminə təsiri də ayrıca araşdırılıb. Əldə edilən nəticələr göstərilib ki, tələbələrin universitet seçimlərinə təsir edən amillər cins dəyişəni baxımından statistik cəhətdən fərqlilik yaratmayıb. Ailənin aylıq gəliri kimi digər bir demoqrafik göstərici isə prestij amilində statistik əhəmiyyət daşıyan fərq ortaya çıxarılıb. Bu fərqi təhlili üçün aparılan statistik testlərin nəticələrinə əsasən aylıq gəliri 0-500 AZN arasında olan tələbələrin, gəliri 501-1000 AZN və 1001-2000 AZN arasında olan tələbələrlə müqayisədə universitetin nüfuzuna daha çox önəm verdikləri müşahidə olunub.

Tədqiqatın nəticələrinə əsasən tələbələr seçimlərini təkcə təhsilin keyfiyyətinə deyil, həm də sosial və iqtisadi amillərə görə həyata keçirirlər. Universitetlərin təbliğat fəaliyyəti və verdiyi məlumatlar da tələbə qərarlarında əhəmiyyətli rol oynayır. Sosial təsirlər, iqtisadi imkanlar və fərdi üstünlüklər bu qərar prosesinə yön verən əsas çərçivələri təşkil edir. Cənub bölgəsindəki universitetlərin tələbə cəlb etmə strategiyalarında prestij üzərində daha çox işləmələri tövsiyə olunur.

Bu cür tədqiqatlar regionlarda ali təhsilin inkişafına töhfə verməklə yanaşı, tələbəyənlü siyasətlərin hazırlanmasında da əhəmiyyətli rol oynayır. Məqalədə aşağıdakı əsas nəticələr əldə edilib:

- Universitetin prestiji tələbələrin seçimində ən təsirli amildir və xüsusilə aşağı gəlirli ailələrdən olan tələbələr bu faktoru daha vacib hesab edirlər;
- Cins və ailə gəliri “kampus”, “yer” və “məlumat” kimi digər amillər üzrə statistik fərq yaratmır, bu da seçim meyarlarının, əsasən, ortaq olduğunu göstərir;
- Təhsil müəssisələrinin təqdim etdiyi informasiya və reputasiya, tələbələrin qərarvermə prosesində əhəmiyyətli yer tutur və universitetlərin marketing strategiyalarının formalaşmasında nəzərə alınmalıdır.

Müzakirə

Tədqiqat nəticəsində 1-ci kursda təhsil alan tələbələrin universitet seçiminə kampusun

təsirinin orta olduğu məlum olub. Yəni universitet şəhərciyinin fiziki və sosial imkanları, kampusun təhlükəsizliyi və s. bu kimi amillər tələbənin seçiminə universitet prestiji qədər yüksək təsir göstərmir. Agrey & Lampadan (2014) apardığı tədqiqat bu mənada uyğunluq təşkil edir. Belə ki, bu araşdırmada ümumilikdə 441 nəfər tələbə iştirak edib və əldə olunan datanın təhlili universitet seçiminə əhəmiyyətli təsir edən 5 əsas amili ortaya çıxarıb. Bu amillər içərisində universitetin fiziki imkanlarının (universitet binası, 42 kitabxana və s.) və sosial imkanlarının (əyləncəli tələbə həyatı, idman fəaliyyətləri və s.) orta dərəcədə təsirə malik olub. Price və həmkarları (2013) araşdırmalarında göstərirlər ki, yataqxana şəraiti kimi fiziki imkanların mövcudluğu, kampusun təhlükəsizliyi və sosial obyektlərin müxtəlifliyi tələbələr universitet seçiminə təsir göstərən əsas amillərdəndir və bu təsir kampusun ümumi xüsusiyyətlərindən sonra ikinci yerdə gəlir.

Absher & Crawford (1996) tərəfindən aparılan araşdırmalar nəticəsində məlum olub ki, universitet kampusunun təqdim etdiyi imkanlar, infrastruktur və sosial obyektlər günün şərtlərinə cavab verən və hətta onları üstələyən laboratoriya və sinif otaqları kimi fiziki imkanlar, həmçinin geniş və gözəl kampus tələbələr universitet seçiminə təsir edir. Yer ölçüsünün tələbələr universitet seçmələrinə orta dərəcədə təsir etdiyi məlum olub. Beynəlxalq təcrübədə aparılan tədqiqatların əksəriyyətində isə tələbələr universitet seçiminə müəssisənin yerləşdiyi yerin təsirinin yüksək olduğu müəyyən olunub. Məsələn, Shank & Beasley (1998); Moogan & Baron (2003); Ming (2010) qeyd edirlər ki, universitet yerləşdiyi yer tələbələr universitet seçiminə təsirli olan əsas faktordur. Bu faktorun təsirli olması yuxarıda adları göstərilən müəlliflər tərəfindən belə əsaslandırılır ki, universitetin insanın yaşadığı coğrafi yerə yaxın olması xərc baxımından qənaət təmin edə bilər. Bu səbəbdən seçimə təsir edən əsas amil hesab oluna bilər.

Tədqiqatda cins, ailənin aylıq gəliri və tələbənin yaşayış yeri kimi demoqrafik amillərin birinci kurs tələbələr universitet seçiminə təsir edən amillərdə statistik olaraq

əhəmiyyətli fərqlilik yaradıb-yaratmadığı təhlil olunub. Belə ki, təhlil nəticəsində müəyyən edilərək cins faktorunu tələbələr universitet seçiminə prestij, kampus, məlumat və yer kimi faktorlar baxımından əhəmiyyətli fərqlilik xüsusiyyətinə malik deyildir. Mövcud ədəbiyyatlar təhlil edilərkən məlum olur ki, aparılan tədqiqatların böyük əksəriyyətində cins ilə bağlı fərqlər daha çox imkan bərabərliyi kontekstində araşdırılıb və universitet seçiminə daha çox karyera seçiminə yönəlib. Bu baxımdan cinsin tələbələr universitet seçiminə təsir edən amillər üçün əhəmiyyətli fərqlilik yaradıb-yaratmadığını təhlil edən tədqiqatlarda isə əhəmiyyətli fərqlilik əldə olunmayıb (Cerit, 2007; Joseph, 2000; Akar, 2012 və s.). Aparılan tədqiqatda iştirak edən birinci kurs tələbələr universitet seçiminə təsir edən "prestij" amilinin ailənin aylıq gəliri dəyişkəni baxımından əhəmiyyətli fərqliliklərin olduğu təhlil nəticəsində məlum olub. Belə ki, aparılan təhlil göstərib ki, daha az gəlirli ailələrin (0-500 AZN arası) övladları oxuduqları universiteti onun prestijinə görə seçirlər. Bu nəticə Nor (2018) tərəfindən Somali Dövlət Universitetində 201 tələbənin iştirakı ilə aparılan tədqiqatın nəticəsi ilə uyğunluq təşkil edir. Nəticələrin eyniliyi ondan ibarətdir ki, bu universitetin tələbələr universitet seçiminə də ailələrin aylıq gəliri prestij amilinə təsir göstərir. Gəlir səviyyəsi aşağı olan tələbələr oxuduqları universitet seçmələrində prestijə üstünlük verirlər, lakin ailələrin aylıq gəlir səviyyəsi yüksək olan tələbələr üçün universitetin prestiji daha orta təsirə malik olur.

Tələbələr universitet seçiminə təsir edən "yer" amilinin tələbənin yaşadığı yer dəyişkəni baxımından əhəmiyyətli fərqliliklərin olduğu aparılan analiz nəticəsində müəyyən olunub. Qeyd etmək lazımdır ki, tələbələr universitet seçiminə yaşadığı yerin (burada "ailənin yanı" daha yüksək ədədi ortaya malik olub) "yer" amilində əhəmiyyətli fərqlilik yaratması tələbənin ailəsinin universitetin yerləşdiyi şəhərdə yaşaması və ya universitetin yerləşdiyi şəhərdə qala biləcəyi bir qohumunun olması ilə əsaslandırılır. Belə bir nəticə Türkiyənin Ortaca bölgəsində Gündoğan (2016) tərəfindən aparılan tədqiqatda da öz

əksini tapıb. Müəllif qeyd edir ki, ailəsi ilə birlikdə yaşayan tələbələrin universitetin yerləşdiyi yerə daha çox önəm vermələri təbii haldır. Tələbənin yaşayış yerinin universitet seçimində əhəmiyyətli ola biləcək “yer” amilinə təsiri bu mövzuda aparılan tədqiqatların əksəriyyətində əhəmiyyətli fərqlilik yaratmayıb.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat

- ¹ Atarah, B. & Paprah, A. (2014). Assessing the influence of advertising on student enrolment in private tertiary institutions in Ghana. *International journal of business and social research*. 4(3), 50-70.
- ² Akar, C. (2012). Üniversite seçimini etkileyen faktörler: iktisadi ve idari bilimler öğrencileri üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(1), 97-120.
- ³ Aydın, O.T. (2015). University choice process: a literature review on models and factors affecting the process”. *Yükseköğretim Dergisi*.
- ⁴ Briggs, S., & Wilson, L. (2006). An exploratory study of the factors influencing undergraduate student choice: The case of higher education in Scotland. *Studies in Higher Education*, 31(6), 705-722.
- ⁵ Bentler, P.M., & Chou, C.H. (1987). “Practical Issues in Structural Modeling.” *Sociological Methods and Research*, 16 (1), 78-117.
- ⁶ Erol, A. (2012). Üniversite öğrencilerinin üniversite tercihlerinin belirleyicileri: Hakkari örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*. 4(2), 1-10.
- ⁷ Fernandez, J. L. (2010). An exploratory study of factors influencing students' college decision in Malaysia: A conceptual framework. *International Journal of Business and Social Science*, 1(3), 53-58.
- ⁸ Gündoğan, A. (2016). Öğrencilerin Üniversite Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Ortaca Örneği. *Journal of International Social Research*, 9(42), 1238-1239.
- ⁹ Joseph, M., & Joseph, B. (2000), Indonesian students' perceptions of choice criteria in the selection of a tertiary institution: strategic implications. *The International Journal of Educational Management*, 14(1), 40-44.
- ¹⁰ Johnston, T. (2010). Who and what influences choice of university? Student and university perceptions. *American Journal of Business Education*, 3(10), 15-23.
- ¹¹ Khoi, B.H. (2019). Empirical study on the university choice in Vietnam. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*. 11(08), 1410-1417.
- ¹² Maniu, İ. və Maniu, G.C. (2014). Educational marketing: factors influencing the selection of a university. *“Lucian Blaga” University of Sibiu*. 3(5), 37-42.
- ¹³ Price, I., F. Matzdorf, L.S., & Agahi, H. (2003). “The Impact of Facilities on Student Choice of University.” *Facilities* 21 (10), 212-222.
- ¹⁴ Soutar, G.N., & Turner, J.P. (2002). “Students' preferences for university: a conjoint analysis”, *The International Journal of Educational Management*, 16(1), 40-5.
- ¹⁵ Şahbazov, İ. (2019). Tədqiqat metodları. *TEAS Press Nəşriyyat evi*.