

- мемлекеттік құрылымдармен қарым-қатынасты жақсарту;

- ішкі және халықаралық нарықта компанияның рейтингін жақсартуға мүмкіндік жасайды.

Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі қағидаттары қоғам күту негізінде жүзеге асырылады және жалпы алғанда, ұйымдар қоршаған ортаны қорғау, денсаулық сақтау, азаматтар мен тұтынушылардың құқықтарын қорғау салаларында ашық және белсенді болуы керек.

Әлеуметтік кәсіпкерлік – маңызды әлеуметтік мәселелерді шешуге бағытталған бизнестің ерекше саласы. Ең алдымен, біз сөз етіп отырған ұғым кәсіпкерліктің бір түрі және пайда табуға негізделгенін есте ұстаған жөн. Қайырымдылықтан айырмашылығы. Өйткені қайырымдылық - бұл оған салынған ақшаны да, көмекті де қайтармайтын мүлдем басқа жоба. Әлеуметтік кәсіпкерлік қоршаған ортаның экологиялық жағдайын жақсарту, бас бостандығынан айыру орындарынан босатылған азаматтарды әлеуметтік бейімдеу, балалардың демалысын тиімді ұйымдастыру сияқты қоғамдағы шешімін таппай келе жатқан мәселелерді шешуге бағытталған. Дәстүрлі әдістерден айырмашылығы мұнда «әлеуметтік инновация» жиі қолданылады.

Әлеуметтік кәсіпкерлік субъектілері қоғамның назарын талап ететін мәселелерді жүйелі және жүйелі түрде шешеді. Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігін компания экономиканың кез келген секторында өзінің мүмкіндіктері мен қалауына сәйкес белгілі бір уақыт аралығында жүзеге асырады. Бұл алып мұнай компаниясы немесе шағын тамақ фабрикасы болуы мүмкін. Бұл мысалдағы екі компания өз қызметкерлерін қолдайтын, қысқа мерзімді экологиялық іс-шараларды ұйымдастыратын және мұқтаж топтарға қаржы беретін жобаларды жасайды. Әлеуметтік кәсіпкердің субъектісі немесе объектісі әлеуметтік жобалар болып табылады. Яғни, ол өзінің жетекшілігімен қоғамның осал топтарының өкілдерін жұмысқа алады немесе көпшілікке тиімді қандай да бір жобаны жүзеге асыруға қызмет етеді. Бұл әлеуметтік кәсіпкерлік пен корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің айырмашылығы.

Қазіргі таңда Қазақстанда жастар мен 50 жастан асқан адамдар арасындағы жұмыссыздық деңгейі жоғары. Жұмыс берушілер бірінші топты тәжірибесінің аздығынан, ал екіншісін – кәсіби біліктілігінің жеткіліксіздігіне байланысты таңдамауы мүмкін. Бірақ біріншілері экономикалық белсенді халықтың қатарын толықтырып, болашағын қамтамасыз ету үшін, ал екіншісі зейнеткерлік онжылдықта табыс алу мүмкіндігін жоғалтпау үшін жұмыс істеуі керек.

#### Әлебиеттер

1. <http://startinfo.kz/buisness/elimizdin-biznes-aleymettik-jayap/>
2. <https://alashainasy.kz/aleumet/aleumettik-kaspkerlktn-paydasyi-kanday-109265/>

Бағдат Ә.М., Сәкенова А.С., 2 курс

(Қарағанды қ., «Әбілқас Сағынов атындағы Қарағанды техникалық университеті»)

Ғылыми жетекші - Ә.Ғ.М., аға оқытушы Абдикаримова А.М. ( Қарағанды қ.,

«Әбілқас Сағынов атындағы Қарағанды техникалық университеті»)

#### МЕНЕДЖМЕНТТІҢ ҚАЗІРГІ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ

Қазіргі жағдайда менеджмент экономика мен қоғамның дамуының белсенді факторы және ынталандырушысы болып табылады, бірақ сонымен бірге ол әр ұйымға да, компанияның жеке менеджері мен қызметкерінің дамуына да күшті әсер ететін әлемдік тенденциялардың, жаһандық өзгерістердің әсерінен үнемі өзгеріп, дамып отырады. Технологияның, мәдениеттің, құндылықтардың қалыптасуының өзгеруі адамдардың жаңа өмір салтын, мінез-құлқын, ойлау стилін, ұмтылысы мен мотивтерін қалыптастырады.

Жаңа ақпараттық-технологиялық заманда қызметкерлерді басқару, қызметкерлермен қарым-қатынас маңыздылығы жоғалмай, керісінше арта түсті. Барлық салалардағы іскерлік белсенділік сауда-саттық, өнеркәсіп орындарында, қызмет көрсету саласында көптеген адамдардың жұмыс істейтін жағдайына әкелді. Ендігі кезекте, орта ғасырдағыдай бір мануфактурада бір отбасы мүшелері мен азын-аулақ жалдамалы жұмысшылар емес, жүздеген, мыңдаған адамнан құралатын ірі кәсіпорындар қызмет етіп жатыр. Осындай жағдайда менеджмент өзінің өзектілігін ешқашан жоғалтпайды деп айтуға болады. Жалпы, менеджмент ұғымының анықтамасына келетін болсақ, Питер Друкер бойынша «менеджердің міндеті – тиімді болу, ал тиімді менеджердің негізгі критерийі - оның «керек затты, істей білу» қабілетінде». Ендігі кезекте, осындай өзекті ұғымның қазіргі жағдайдағы және болашақтағы дамытудың басымдықтары мен тенденцияларын анықтау

белгілі бір деңгейде әлі де анықталмаған болып тұр. Себебі, біз өткен уақыттағы менеджменттің басымдықтары мен тенденцияларын нақты айта алғанымызбен, нақты қазіргі замандағы және болашақтағын айта алмаймыз.

Бірінші тенденция ретінде, менеджменттің инновациялық потенциалын айтуға болады. Ол басқарудың жаңа басқару әдістері мен түрлерін іздеу, әлеуметтік-экономикалық жағдайдың мониторингі және басқару жүйелерін жаңа жағдайларға бейімдеуді қамтиды. Себебі, ғылыми-техникалық және әлеуметтік прогресстің нәтижесінде әлемдік экономикада жаңа дүниелерге тез бейімделетін әлеуметтік-экономикалық жүйелерді алдыға итермелейді. Әрі бұл жақта тек жаңа техника мен технологияға бейімделу емес, ал ұйымдастырушылық және басқарушылық жаңалықтарға бейімделу қажеттілігі жайлы айтылады.

Екінші тенденция ретінде, өнеркәсіп пен ғылым, әлеуметтік және кәсіби, ұйымдық және тұлғалық дамудың интеграциясын қарастыруға болады. Нәтижесінде, ортақ мақсаттар, қызығушылықтар мен құндылықтары бар ұйым қалыптасады. Қазіргі заманда «Google», «Amazon», «Apple» секілді ірі технологиялық компаниялардағы менеджментте қызметкерлердің жеке тұлғалық дамуы мен жұмыс үдерісін арттыру тығыз жақын жүреді. Енді жұмыс орыны тек ақша табатын жер емес, ал қызметкерлердің арман мақсаттары мен амбицияларын іске асыратын жерге айналды. Осындай, ортақ құндылықтарға ие адамдар тобы шынымен де «ұлы» компанияларды құра алады.

Үшінші тенденция ретінде, менеджменттің жаһандануын атауға болады. Ол әлемдегі ірі трансұлттық корпорациялардың көбейіп жатқандығымен сипатталады. Ал, жаһанданудың мәні әлемдегі сауда және қаржы ағындары үшін ашықтық. Оның негізгі артықшылығы бұл бәсекенің артуы. Нәтижесіне болатын трансұлттық корпорациялардың артуы, онда персоналдың өсуі және басқару тетіктерінің көбейіп жатқандығы, оларды басқарудағы әдістердің жаңаруына немесе өзгеруіне апарып соғады.

Төртінші тенденция менеджменттің әлеуметтік жауапкершілігін мойындау. Ол жауапкершілік жалпы қоғам алдында және ұйымдағы жұмыс істейтін кәсіпорын қызметкерлері алдында бірдей.

Жыл өткен сайын кәсіпорындар тек қана табыс табу, жұмыспен қамтамасыз етуші және тиімділікті арттырушы субъекті емес, сонымен қатар адамдар алдында әлеуметтік жауапкершілікке ие субъекті ретінде танылып жүр. Бұл бір жағынан адамдар арасындағы әлеуметтік теңдікке ұмытылыс, екінші жағынан кәсіпорындардың имиджін жақсартуға бағытталған тенденция ретінде қабылдауға болады.

Бесінші тенденция ретінде, қызметкерлердің шығармашылық әлеуетін басқару әдістерінің танымал болуын атауға болады. Себебі, күнделікті өзгеріп жатқан заманауи экономикада қызметкерлердің тек қана білгімі, біліктілігі және тәжірибесі емес, ал олардың креативті қабілеттері ғана жаңа шешімдер туындата алады. Бұл тенденцияның бастамасын ірі жапон компанияларында алғаш рет енгізіліп, уақыт өте келе, сол креативті шешімдер мен ұсыныстар, ол компаниялардың жаһандық нарықтағы көшбасшы болуына септігін тигізді.

Қорытындылай келе, қазіргі жағдайда және болашақта менеджментті дамытудың басымдықтары мен тенденциялары күн сайын өзгеруде, алайда, уақыт өте келе нарық мен заман талаптарына байланысты нағыз «тиімді менеджмент» әрқашан жаңа талаптарға бейімделе алу қабілеттілігінен арылмау керек. Бұл тенденция мен басымдық емес, бейімделе алу менеджмент үшін бұл қажеттілік.

#### Әдебиеттер

1. Косякова И.В., Шурафина Е.Н. Современные тенденции в области принципов управления предприятием // Вестник Самарского государственного университета. 2013. № 1 (102). С. 37–42.
2. Боробов В.Н. Управление персоналом и мотивация в современной организации. // Национальная безопасность. 2014. № 4. с. 493-504.