

Т.Б. Тауекелова^{ID}, Д.Б. Амантаева*^{ID}

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.,

*e-mail: jamik177@mail.ru

ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ТОП-МЕНЕДЖЕР ӘЙЕЛДЕРДІҢ ӘЛЕУМЕТТІК ҚҰНДЫЛЫҚТАРЫ МЕН МӘРТЕБЕСІ

Мақалада қазақстандық топ-менеджер әйелдердің әлеуметтік құндылықтары мен мәртебесі, олардың әлеуметтік портретінің методологиялық-теориялық аспектісі қарастырылады. Қазіргі уақытта топ-менеджерлердің басқару теориясы мен тәжірибесінің өзекті бағыттарының бірі олардың әлеуметтік құндылықтарын қалыптастыру процесі болып табылады. Топ-менеджердің кәсіби қызметіне қажетті тұлғалық және әлеуметтік құндылықтарды анықтау мен мазмұндаудың әр түрлі тәсілдеріне негізделеді. Әйел топ-менеджердің әлеуметтік портреті мен имиджін қалыптастыру біздің әлеуметтік зерттеуіміздің басты міндеті болып табылады. Бірақ көптеген факторлар қазіргі заманғы басқарушылардың әлеуметтік құндылықтарының қалыптасуына, қазіргі менеджмент стандартына сәйкес болуына мүмкіндік бермеуде. Топ-менеджерлердің әлеуметтік құндылықтарын қалыптастыру мен оларды зерттеу қажеттігі, бір жағынан, менеджмент саласының дамуы мен менеджерлерге деген жаңа талаптың күшеюімен, екінші жағынан, адамдарды жаңаша басқара білу қажеттілігінен туындауда. Қазіргі кезде топ-менеджерлердің әлеуметтік құндылықтары толығымен қабылданған да және позитивті бағаланған да жоқ, бұл белгілі бір шамада үдерісті қиындатуда. Басқару қызметіндегі тұлғалық және кәсіби құндылықтардың реттелуі жеткіліксіз, сондықтан да аталған мақала қазақстандық топ-менеджер әйелдердің құндылықтар жүйесінің қалыптасуын мақсатты бағытталған басқаруға қажеттігін анықтайды. Өзекті ғылыми міндет – осы әлеуметтік-кәсіби топтың құндылықтар жүйесінің қалыптасуына, оның басқару механизмін өңдеуге арналған. Зерттелетін феноменнің анықталған өлшемдері мен көрсеткіштері негізінде олардың әлеуметтік құндылықтар деңгейін анықтау мақсатында зерттеу әдістері (эксперттік интервью) жүргізілді.

Түйін сөздер: топ-менеджер, мәртебе, рөл, құндылықтар, әйел образы.

T.B. Tauykelova*, D.B. Amantaeva

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,

*e-mail: jamik177@mail.ru

Social values and the status of women top manager of Kazakhstan

The article examines the attitude of a top manager to social values and the status of society in a methodological and theoretical aspect. The main object of this article is the values of Kazakhstani top managers in management and their status in society, management practices. At the same time, the formation of a social portrait and image of a female top manager is a key part of our social research. However, many factors prevent modern managers from forming social values and meeting modern management standards. The need to form and study the social values of top managers is due, on the one hand, to the development of the management industry and growing demands on managers, on the other hand, to the need to manage people in a new way. Currently, the social values of top managers are not fully accepted or assessed positively, which somewhat complicates the process. In management, regulation of personal and professional values is not enough, therefore, this article identifies the need for women leaders in Kazakhstan to better manage the formation of a system of women's values. An urgent scientific task is aimed at the formation of the value system of this social and professional group, the development of the mechanism of its management. In this case, the article presents the focus and dynamics of the modernization process and reliance on the experience of Western countries in the context of a post-industrial society, an expert interview was conducted to identify these indicators.

Key words: top-manager, status, role, values, image of a woman.

Т.Б. Тауекелова*, Д.Б. Амантаева

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,

*e-mail: jamik177@mail.ru

Социальные ценности и статус женщины-топ-менеджера Казахстана

В статье рассматривается отношение топ-менеджера к социальным ценностям и статусу общества в методологически-теоретическом аспекте. Основным объектом исследования данной статьи являются ценности казахстанских топ-менеджеров в управлении и их статус в обществе, практики управления. В то же время формирование социального портрета и имиджа топ-менеджера женского пола является ключевой частью нашего социального исследования. Однако многие факторы не позволяют современным менеджерам формировать социальные ценности и соответствовать современным стандартам управления. Необходимость формирования и изучения социальных ценностей топ-менеджеров обусловлена, с одной стороны, развитием индустрии менеджмента и растущими требованиями к менеджерам, с другой стороны, необходимостью управлять людьми по-новому. В настоящее время социальные ценности топ-менеджеров не полностью приняты или оценены положительно, что несколько усложняет процесс. В менеджменте недостаточно регулирования личных и профессиональных ценностей, поэтому в этой статье определяется необходимость того, чтобы женщины-руководители в Казахстане лучше управляли формированием системы женских ценностей. Актуальная научная задача направлена на формирование системы ценностей этой социально-профессиональной группы, развитие механизма ее управления. В данном случае в статье представлены направленность и динамика процесса модернизации и опора на опыт западных стран в контексте постиндустриального общества, проведено экспертное интервью для выявления этих показателей.

Ключевые слова: топ-менеджер, статус, роль, ценности, образ женщины.

Кіріспе

XX ғасырдың соңында әлеуметтік-гуманитарлық ғылымдардың және ғылыми зерттеудің пәні ретінде топ-менеджердің қызметі мен мәртебесі туралы зерттеле бастады. Топ-менеджерлердің қызметі теоретикалық және тәжірибелік аспектіде шетелдік ғалымдардың еңбектерінде және менеджмент саласында ғана қарастырылғаны мәлім. Ол ғылыми еңбектер көпшілігінде топ-менеджердің қызметінің мазмұнын, оның жетістіктері мен қателіктерінің факторларын ғана талдаумен шектеліп отырды. Менеджмент саласындағы шетелдік зерттеулердің нәтижелерін тәжірибеде қолдану біздің қоғамның шындығына сәйкес келе бермейтінін ашып айтсақ дұрыс болар еді. Сондықтан да, Қазақстан менеджментінің және оның субъектісі ретінде топ-менеджерлердің басқару жүйесін, оның өзіндік спецификасын зерттеу қажеттігі туындап отырғаны белгілі. Қазіргі заманғы қоғамның әлеуметтік-экономикалық үдерісіндегі топ-менеджерлердің ролін қарастырған отандық зерттеушілердің еңбектері пайда бола бастады. Сонымен қатар, топ-менеджерлердің қызметін фундаментальды зерттеу жеткіліксіз, себебі, бұл мәселе теоретикалық және тәжірибелік аспектіде кеңінен зерттеу мен терең әлеуметтанулық талдауды қажет етеді.

Әдеби шолу

Ресейлік әлеуметтанушы С.А. Иняевский: «Басқарушылар өздерінің еңбектік және ұйымдастырушылық белсенділіктерімен өндірістің қоғамдық табыс үдерісіне өзіндік үлестерін қосады. Бұл олардың қоғамдағы іскерлік ұйымдардың ішіндегі басымдық жағдайларын анықтап береді. Топ-менеджерлер басқарушылық еңбектегі жалдамалы жұмыскерлердің басымдық тобы, яғни, олар халықтың экономикалық белсенді басқа да топтарынан өздерінің жоғары деңгейлі әкімшілік және адамдық капиталдарымен ерекшеленген, сонымен қатар, инновациялық бағдарланған мінез-құлықты иеленгендер» – деп жазды (Иняевский, 2009:13). Ал тұлғаның инновациялық мінез-құлығы жауапкершілікті өз мойнына алып, жаңаша дұрыс өзгерістер енгізуінде жатыр. Ол инновациялық терең жетістіктерге ұмтылады, жаңалыққа жаны құмар және қызығушылығы мол, мықты әлеуметімен танылады. Ғалымдар қазіргі уақыттағы менеджерлердің инновациялық мінез-құлық үлгілерін атайды. Олар:

- инвестициялық модель – бұл өз қорқынышы мен тәуекеліне венчурлық инвестициялық жобаларды енгізуді әзірлеу болып табылады;
- инвенторлық модель – бұл «ноу-хоу» сату немесе жылжумен байланысты;

– ұйымдық модель – қандай да бір идеяларды ойлап табу және оларды жүзеге асыру, төтенше шешімдерді қабылдау, жобаларды қажетті ресурстармен қамтамасыз ету, байланыстар орнатумен айналысу;

– делдалдық модель – делдалдың ролінде болу және содан пайда табумен айналысу болып табылады;

– аквизициялық модель – қолайлы деген уақытта қандай да бір ресурстарды айналымға шығару;

– коммерциялық модель – товар, қызмет және ақпарат алмасуда жаңа арналарды құрушы;

– консалтингті модель – мәселелердің ауқымды шеңберінде кәсіби көмек көрсетуді қамтамасыз етуші деп жіктеп отыр (Спивак, 2001:178). Осындай модельдерді қатар алып жүретіндер – әйел топ-менеджерлер десек артық айтпаған болармыз. Бүгінде әйел топ-менеджерлерге деген қоғамның қатынасы мен сұранысы өзгеріп келеді. Ал ХХ ғасырдың басында, менеджменттің атасы Ф. Тейлор мынандай фразаны келтірген, «Сегодня надо работать умнее, а не усерднее». Бұл фраза ХХІ ғасырдың кілтін айналып отырғандығы белгілі. Ал қазіргі әйел адамдар бұл фразаны өзіне қағида ретінде ұстануда (Taylor, 1911:63)

Соңғы уақытта зерттеушілер басқарушы әйелдердің образына көп көңіл бөлуде, бұл мәселе әйелдер қауымы үшін де қызықты болып табылады. Бүгінгі зерттеуіміздің негізгі объектісі топ-менеджер әйелдердің басқарудағы әлеуметтік құндылықтары мен мәртебесін, олардың имиджі мен әлеуметтік портретін қалыптастыру. Зерттеу объектісінің негізінде зерттеу пәнін ашып қарастыруға болады, ол басқарушы әйелдердің мәртебесін қалыптастыру бүгінгі мақаланың міндеті екендігі даусыз. Қазіргі заманғы басқарушының жұмысы айқын бағытталған әлеуметтік-психологиялық бағытта алға жылжып келеді. Әлеуметтанулық зерттеулердің қорытындысы бойынша менеджердің іскерлік сәттілігі он бес пайызға оның жұмыс қабілетіне байланысты болса, сексен бес пайызы адамдармен қарым-қатынас жасау қабілетіне тәуелді екендігін көрсетеді (Чирикова, 2013: 49). Жаңашыл басқарушылар, оның ішінде әйелдер де, басқарудың өзіндік стилін құруға үлкен қызығушылық танытуда, ол үшін стильдің негізгі элементтері мен оны қалыптастыру жолдарын ғана білу маңызды емес, сонымен қатар, психологиялық және басқарушылық тәсілдерді қолдануға қабілетті болу бүгінгі басқарудың негізгі талабы. Әрине, әйел топ-менеджерлердің

адамдармен қарым-қатынасы, тез тіл табысуы жоғары деңгейде екендігін байқауымызға болады. Міне, осы әлеуметтік-психологиялық себептер әлеуметтік-экономикалық сипаттарға нақты ықпалын тигізеді, оның ішінде рентабельділік, эффективтілік, шыдамдылық, пайда табушылық тағы басқа қасиеттер басым. Жұмыстағы мәселелерді шешудегі ер азаматтар мен әйел басшылар арасындағы негізгі айырмашылықтар мынада, мәселеге тап болған топ-менеджер ер адамдардың негізгі импульсі – тапсырманы өзі ойлап және оны өзі қоя алады, ал әйел басшылар басқаның пікіріне жүгінуге асығады және оны талқыға салғанды жөн көреді. Бұл импульс әйел басшыларда көп кездесетін құбылыс, себебі, көріп жүргеніміздей, бұндай жағдайлар әйел басшыларда көп кездесетінін мойындауымыз керек. Бірақ мұндағы мен бағалайтын әйел топ-менеджер өзінің қызметкерлеріне, бастықтарына және бағыныштыларына қиындықты шешуге қатысу ықтималдығын қуана отырып ұсынады. Сонымен қатар, әйел басшылардың басқарудағы ерекшелігі – көбінесе ханымдар тікелей қолдау көрсету туралы сұрауға ұялады және оны көбінесе жанама түрде ыммен жеткізуге ұмтылады, бірақ та бәрін өздері істеуіне тура келеді. Тең қоғамда әйел ана, продюсер және саясаткер де бола алады. «In a society of equals, woman was mother, producer and political policymaker» (Fraser, 2003:12) Әйелдердің тәуелсіздігі – бұл көмек алуға дайындығын көрсетеді. Тәуелсіздікке ұмтылған әйелдер өзгенің қолдауына ие болады және өз мақсатына жетеді. Әйел топ-менеджерлер үшін қызметкерлерінің міндеттері, олардың жауапкершілік салалары ортақ, барлығы бірге жұмыс істейді және «бұл менікі, ал бұл сенікі» деп нақты бөлу туралы мәселе болмайды. Бұл да әйел басшының өзіндік басқарудағы әлеуметтік құндылықтарының бірі.

Қазіргі Қазақстан қоғамында әйел басшылар ережеден тыс болмайды, осы факторға сәйкес, «пештің сақшысы» деген тұжырымдамаға негізделген. Бірақ, ханымның топ-менеджер ретінде стилін құрған кезде, жақсы мысалдың бірі, ол Маргарет Тэтчердің образы деп айтар едім, әрине, ол, бір жағынан ерлер мен әйелдердің керемет үйлесімін жасады. Ол тіпті премьер-министр бола тұра, ұрпақтарының жейделерін үтіктеуді де жалғастырды. Атап айтқанда, мұндай қасиеттер М. Тэтчерге өзінің жеке стилін және образын жасау үшін жұмыс жасады (Крис, 1992:322). Осындай образын жасаған әйел менеджерлер отбасын және қызметті де бірге алып жүре алатындығына куә болып жүрміз. Егерде

Джон Локктың пікірін келтіре кетсек, «Алайда ері мен әйелі ортақ іске ие болса да, бәрібір әртүрлі ойлайтындықтан, олар кейде әртүрлі ерікті көрсететіндігі сөзсіз; соңғы шешім, яғни басқару бір адамға жүктелуі қажет болғандықтан, онда ол, әрине, қабілеттірек және күштірек ер адамның үлесіне тиеді» деп жазады өзінің «Басқару туралы екі трактатында» (Локк, 2004: 175). Әрине, ер адамның билігі мен басқаруын ешкім жоққа шығара алмайтыны рас. Қазіргі кезде әйелдердің басқарушы менеджер болуы ер адамдардың тарапынан әлі де оң көзқарас алып отырмағаны белгілі. Қазіргі менеджменттегі зерттеулерден қорытынды шығарсақ, табысты басқару ол басшының жынысына тәуелді емес екенін көрсетеді, ал тиімді менеджерлер нақты гендерлік сипаттамаларға ие емес көшбасшылық типті атап отыр (Зинченко, 2001:99).

Психологиялық зерттеулер көрсеткендей, әйел топ-менеджерлер ер менеджерлерден келесідей жеке мінездерімен, яғни неғұрлым тұрақты мүдделер мен күшті ерік-жігерді, команда нормаларын ұстану қабілеті қасиеттерімен ерекшеленеді. Әйелдер кез келген жағдайларға бейімделе алады және жағдайын жақсартып алады, адамдармен жұмыс жасау кезінде шаршауға қарсы тұра алады және эмоционалды мәселелеріне қарамастан эмоционалды күйзелістерге төтеп бере алады. Әйелдердің басқаруы үстемдік пен авторитарлық мінез-құлыққа, табандылық пен қатандыққа көбірек бағытталғандығын атап өтуге болады. Социологиялық зерттеулер, кез келген құрылымды тік пирамида түрінде құруға тырысатын ерлерден айырмашылығы, әйелдер жеке тұлғаның назарына негізделген басқарудың нәзік құралдарын пайдалануды артық көреді екен. Әйелдер көлденең байланыстарға (сендіру және ынталандыру), ал ер адамдар билік құралдарымен (мәжбүрлеу және иерархияға) негізделген ықпал ету құралдарын пайдалану арқылы басқарады (Eagly, 2001:797).

Сондықтан ер адамдар үнемі бәсекеге түссе, ал әйел адамдар келісімге келеді, мәселені шешуге тырысады, орындаушыларды жеке деңгейде ынталандырады және қызықтыра алатыны тағы бар екен. Әйел топ-менеджерлерінің барлығы дерлік жоғары деңгейге көтерілуі компанияның құрылымдық құлдырау жағдайында, басқару стереотиптері белсенді түрде жойылатындығымен байланысты болады. Бұл жағдайда әдеттен тыс шешімдер қабылдауға дайын әйел менеджерлер, басқарудың жаңа иерархиялық құрылымы мен әдістерін өзара әрекеттесу арқылы басқарудың тиімділігін

дәлелдеді. Әйел басшылардың ер адамдардан айырмашылығы, мұндай ауысулар командаға деген сенім атмосферасын құрайды және ақпарат пен күш-жігерді бөлісуге дайын тұрады. Қол астындағы адамдарға моральдық көмек көрсету және оларды қолдау – бұл әйелдердің басқарудағы басты мақсаты болып табыла отырып, олар өз ісінде мақсаттарға жетуге көмектеседі.

Бір жағынан, әйел менеджерлердің өздерінің басқару технологияларының жетістігін, екінші жағынан, басқару тобы мен қызметкерлері ханымдарды басқарудың жеке ерекшеліктерін және оның компанияның бизнесі үшін тиімділігін қалай қарастыратындығы қызықтырады. Инновациялық көшбасшылар, оның ішінде ханымдар өздерінің стилін жасауға үлкен қызығушылық танытады, бұл үшін стилдің негізгі элементтерін ғана емес, оларды қалыптастыру тәсілдерін де біліп қана қоймай, сонымен қатар психологиялық және басқарушылық әдістерді қолдана білуі керек. Басшылық лауазымдардағы әйелдердің басқару білмейтін кедергілерге де тап болатыны белгілі, бірақ сол кедергілерді де үлкен сабырлықпен жеңе білетін қасиеттері де бар. Мықты әйелдердің портреттері әрдайым бірдей: күшті, жігерлі, мақсатты. Қазіргі уақытта іскер әйел – бұл мінсіз, сөзсіз логика ғана емес, тектілік пен абырой, сонымен қатар дәйекті позитивті іс-әрекетке деген ұмтылыс деп қарастырады ғалымдар (Резник, Макарова, 2013:37)

Сонымен қатар әйелдердің басшы құрамындағы беделінде оның сыртқы келбеті мен киімі де үлкен рөл атқарады. Беделді, талғампаз, бағалы, танымал кутюрье киімдер кез келген жағдайда өзін-өзі сенімді сезінудің бір құралы болып табылатынын естен шығармауымыз керек. Сән – арнайы әлеуметтік символ ретінде әрекет ететінін, бедел белгісінің функциясын орындайтынын білеміз. Шынымен, ханымдарға жігіттерден гөрі көбірек міндеттер жүктелген – отбасы, ал табысты менеджер үшін беріктік, танымал емес шешімдерді қабылдау, білімі, креативті ойлаудың болуы қажет. Ал біздің қоғамда басқару саласында әйелдер өз отбасыларын басты құндылық ретінде таңдап, әлі де болса өзін көрсетуге дайын еместігін көрсетуде. «Мысырлықтардағыдай, үй егесі етіп әйелді қою ақылға да, табиғатқа да жағымсыз; бірақ олардың мемлекет басқарғанында тұрған жаратылысқа қарсы түк жоқ. Бірінші жағдайда, оларға тән әлсіздік әйелдердің басым болуына мүмкіндік бермейді; ал екінші жағдайда, әлгі айтылған әлсіздік олардың басқаруына байыптылық мен

момындық енгізеді, ал олар жақсы басқару ісінде қатты да қатал адамшылық қасиеттерінен гөрі керегірек. Үндістан халқы өзін әйелдердің билік етуінде керемет сезінеді; ол жақта ер балалар патша қанынан тараған әйелден туылмаса, онда таққа патша қанынан туылған әйел отырады. Оларға басқару қиындығын жеңілдету үшін көптеген арнайы көмекшілер беріледі. М. Смиттің айтуы бойынша, африкалықтар да әйел билігіне өте риза.

Бұған Москва мемлекеті мен Англияның үлгісін қосар болсақ, онда біз әйелдердің байыпты басқару түрінде де, деспоттық мемлекеттерде де бірдей табыспен билік жүргізе алатынын көреміз» – деп жазды француз ойшылы Ш. Монтескье өзінің атақты «Заңдар рухы туралы» еңбегінде (Монтескье, 2004:132). Ойшылдың пікірімен санасар болсақ махаббат, сұлулық пен парасаттылық, ізгілік пен тектіліктің бәрі бір бойынан табылатын әйелдер басқару ісінде де осал еместігін дәлелдеуде. Оған мысал, мемлекет басқарған және біздің заманауи қоғамымызда да ел басқарып отырған әйел адамдардың ерен еңбегі мен басқару тәжірибесі, лидерлік қасиеттері мен ұйымдастырушылық қабілеттері, өзіне деген сенімділігі, сонымен бірге, ұйымдастыру тұрғысынан қарағанда, басқарудың тез өзгеріп тұратын жағдайға және сыртқы факторларға тез бейімделе алатын, сондай-ақ жаңалықты тез қабылдайтын қасиеттерімен де ерекшеленеді деп айтсақ артық болмас.

Қазіргі уақытта әлемнің дамыған мемлекеттерінде басқару позициясында әйелдердің үлесі артуда. Біз әлеуметтанулық зерттеу жүргізіп, мақала жазып отырған топ-менеджер әйелдердің орта звенодағы басқару үлес салмағын ғана айттып отырмыз. Зерттеуші ғалымдардың пікірінше, әйелдердің басқару сатысы бойынша жылжуы немесе көтерілуі үш модельмен жүзеге асады деп қарастырады: үнемі өсу моделі, парашютпен секіру моделі және мұрагерлік моделі болып табылады. Біздің қоғамда әйелдердің басқару қадамы оның кәсібилігі мен басқарушылық қадамының эффективтілігімен жүзеге асады екен. Сондықтан да кез келген әйел топ-менеджер өзінің карьерасын «step by step» деп атайды (Haslett et al., 1992:367). Басқа модельдерді қарастыру біз үшін қиындық туғызды, сондықтан да екі модель туралы кейінірек көлемді зерттеу жүргізу арқылы ғана жауап бере алатын боламыз.

Зерттеу әдістері

Отандық топ-менеджер әйелдердің әлеуметтік құндылықтарын, олардың мәртебелері мен әлеуметтік портреттерін қалыптастыру болып табылады.

Зерттеу жұмысын жүргізу барысында эксперттік интервью әдісі қолданылды. Зерттеуге үш отандық компанияның топ-менеджерлері алынды: Олар: «Алина» компаниясының топ-менеджерлері, құрылыс материалдарын дистрибуциялау мен өндіру, «Цесна» компаниясының топ-менеджерлері, тамақтану өнімдерін өндіру, банк сферасы, «Нестле Фуд Казахстан» компаниясы топ-менеджерлері, балалар тамағын, фитнес тамақтарын, кондитерлік өнімдерді өндіру мен дистрибуциялау бойынша қызмет атқарады. Респондент ретінде әйелдермен қатар ер адам топ-менеджерлер де бар, себебі, екі жыныстың басқарудағы әлеуметтік құндылықтарын талдап көрсек деген мақсат болды.

«Топ-менеджер ретінде өзіңіздің басқару қызметіңізде қандай әлеуметтік құндылықтарды басшылыққа аласыз?» – деген сұрақ бойынша респонденттердің жауабын талдап көрелік.

Жынысы бойынша ер адамдар арасында бірінші кезекте «Мен – бұл Компания» категориясымен ойлауы болса (71%), ал әйелдер арасында «харизманы және лидерлік қасиеттерді иелену» (55%) құндылығы жоғары тұр. Ер адамдардың арасында «оперативті шешім қабылдау» үлесі де жоғары екендігін байқауға болады (55%), ал әйелдерде «өз елің мен өз ұжымың үшін пайдалы іс істеу» (52%) құндылығы жоғары тұрғандығын көреміз.

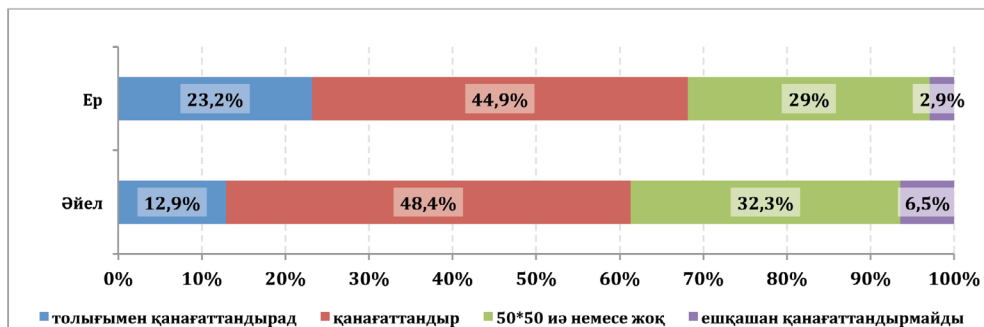
Топ-менеджер ретінде жұмысына қанағаттанарлық дәрежесін қарастыратын болсақ, бес балдық шкала бойынша алынған, бұл дәрежені келесі диаграммдан көруге болады.

Сұралған әйел топ-менеджерлердің көпшілігі өздерінің жұмыстарына қанағаттанатынын айтқан (48,4%), олар объективті басшылар, өздерінің кейбір істей алмағандарын сезінетін және оны жөндеуге ұмтылатындар екендіктерін көруге болады.

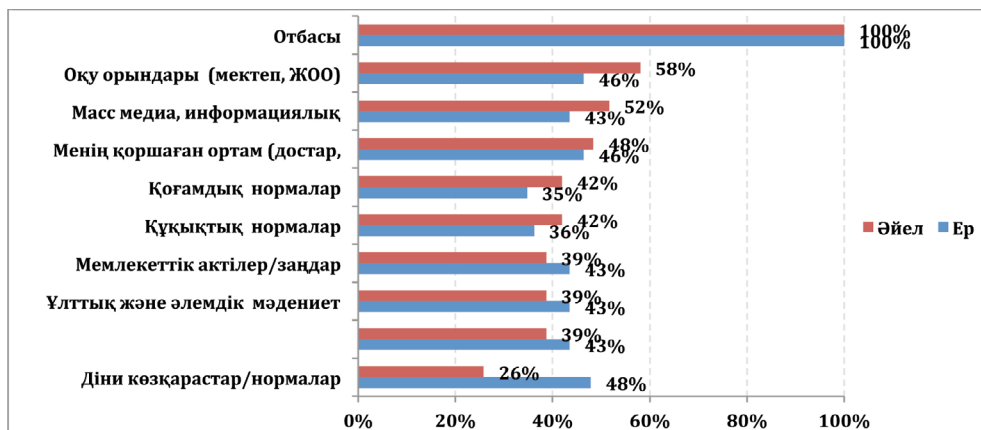
Респонденттердің «Өздерінің кәсіби және тұлғалық құндылықтарының қалыптасуына әсерін тигізетін факторлар» сұрағына берген жауаптың диаграммасы мынандай:



1-сурет – «Топ-менеджер ретінде өзіңіздің басқару қызметіңізде қандай әлеуметтік құндылықтарды басшылыққа аласыз?» – деген сұраққа респонденттердің жауабы n=100



2-сурет – Топ-менеджер ретінде жұмысына қанағаттанарлық дәрежесін қарастыратын бес балдық шкала бойынша респонденттердің жауабы n=100



3-сурет – Топ-менеджер әйелдердің кәсіби және тұлғалық құндылықтарының қалыптасуына әсерін тигізетін факторлар бойынша респонденттердің жауабы n=100

Ер адамдар мен әйел басшыларда өздерінің тұлғалық және кәсіби құндылықтарын қалыптастыратын негізгі факторларға отбасын (100%), оқу орындарын (50%), қоршаған ортасын (47%) атаған. Қанша дегенмен, әйел топ-менеджерлердің кәсіби және тұлғалық құндылықтарының қалыптасуына әсерін тигізетін факторлардың үлесі басым екендігін байқауымызға болады.

«Топ-менеджерлердің басқарушылық қызметінде жетекшілікке алатын қосымша құндылықтары» деген сұраққа топ-менеджерлердің берген жауаптары келесі диаграммада берілген.

Әйел басшылар ер адамдарға қарағанда компанияның корпоративті құндылықтарын, кілттік принциптері мен этикалық нормаларын (65%) ұстанады екен, ал 29% әйелдер өзінің компаниясында біліктілікті көтеру мақсатында жүргізілетін тренингтерге қарсы емес екендігін айтқан.

«Топ-менеджерлердің маңызды басқарушылық міндеттерді шешуде жетекшілікке алатындарыңыз» деген сұрағына респонденттердің жауаптары төмендегі диаграммада көрсетіледі.

Диаграмма көрсеткендей, әйел басшылар компанияның қалыптасқан құндылықтарын үлкен дәрежеде (38,7%), сонымен қатар, кәсіби тәжірибесінде жылдар бойы жинақталған жеке құндылықтарын да жетекшілікке алады. Ал ер адамдар арасында бұл пайыз (20,3% және 46,4%) көрсетіп тұр. Біртұтас алғанда, сұралған респонденттердің (43%) көпшілігінде компанияда қалыптасқан құндылықтар мен өзінде жинақталған тәжірибелерді басшылыққа алатынын көруге болады.

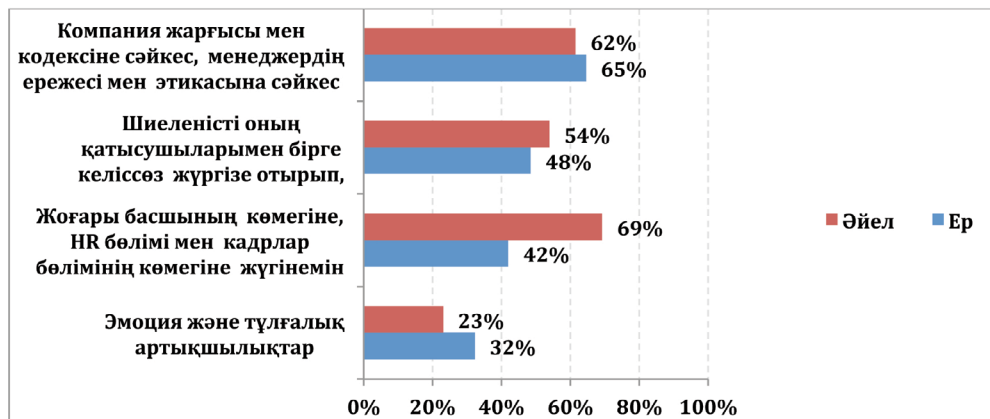
«Топ-менеджерлердің ұжымдағы шиеленісті жағдайды шешу үшін қолданатын әдістері» сұрағына топ-менеджерлердің жауаптары келесі диаграммада беріледі.



4-сурет – Топ-менеджер әйелдердің басқарушылық қызметінде жетекшілікке алатын қосымша құндылықтары сұрағына респонденттердің жауабы n=100



5-сурет – Топ-менеджер әйелдердің маңызды басқарушылық міндеттерді шешуде жетекшілікке алатындары сұрағына респонденттердің жауабы n=100



6-сурет – Топ-менеджер әйелдердің ұжымдағы шиеленісті жағдайды шешу үшін қолданатын әдістері сұрағына респонденттердің жауабы n=100

Шиеленісті жағдайлардың пайда болуы уақытында топ-менеджерлер компанияның корпоративті нормаларына сәйкес және менеджердің этикасы мен ережелерін (62%) әйелдер жетекшілікке алатынын көруге болады. Сонымен қатар, жиі кездескен жауаптар да болды: жоғары басшының көмегіне жүгінемін, келіссөз жүргізіп даулы мәселелерді талқылап, шиеленісті шешуге тырысамын (54%) әйел топ-менеджерлерде кездеседі. Көпшілігінде компанияның кодексі мен жарғы ережелеріне сүйенетіндер әйел басшылар екендігін байқауға болады, бұл компанияның корпоративті жоғары статусын көрсетіп отыр.

Талқылаулар

Көріп отырғанымыздай, басқару іс-әрекеті жоғарыда аталған факторларға негізделеді, олар табиғи түрде топ-менеджерлер тобының құндылықтар жүйесінің қалыптасуы үдерісіне, оның әлеуметтік-демографиялық сипаттамасы мен қоғамдағы өсіп келе жатқан рөліне, оның өкілдерінің индивидуалды ерекшеліктері мен қоғамның әлеуметтік-тарихи құндылықтар жүйесіне әсерін тигізетіні анық. Осылардың негізінде қоғамның модернизациялануы үдерісі кезеңінде қалыптастыруға ықпалын тигізетін факторлар мен оларды мақсатты түрде жоғарылату мүмкіндіктерін қарастыруымыз керек. Сонымен, бірінші факторлар, анықталған әлеуметтік-демографиялық сипаттамасы, оның ішінде, жасы, білім деңгейі, айналысатын саласы, басқару қызметі, еңбек өтілі сияқты критерийлер топ-менеджерлер тобының өкілдерін таңдайтын талаптар болып табылады. Зерттеуі-

міздің қорытындысы бойынша, топ-менеджерлердің негізгі үлесін ер адамдар (69%), әйелдер (31%) құрап отыр, әрине, ер адамдардың үлес салмағының жоғары екендігін айтуымыз керек.

Басқару саласындағы ер адамдардың үлесі салмағы әйел топ-менеджерлерге қарағанда барлық салада басым. Қазақстандық топ-менеджерлердің орташа жасы 25-54 жас, барлығы Қазақстан азаматтары, ұлты қазақ, жоғары білімді немесе бірнеше жоғары білімдері бар, отбасын құрғандар, 2-3 бала тәрбиелеп отырғандар. Басшы ер адамдар әйелдерге қарағанда жоғары лауазымды посттарда анағұрлым көп. Сұрау нәтижелерінде көрініс бергендей, компаниядағы жұмыс өтілдері 1-5 жылды құрайды. Топ-менеджерлер өздерінің басқарушылық қызметтерінде мына әлеуметтік құндылықтарды жетекшілікке алады: «Мен – бұл Компания» категориясымен ойлау (67%), «оперативті шешімдер қабылдауды меңгеру» (50%), «харизма мен лидерлік қасиеттерді иелену» (46%), «жұмыстағы креативтілік, мақсатқа жетушілік» (42%). Әрине, бұл ер-адамдарға тән құндылықтар болса, ал әйел топ-менеджерлерге тән әлеуметтік құндылықтарды айтатын болсақ, – «жаңаша ойлау, ойдың тазалығы, өзіңнің елің мен ұйымың үшін пайдалы іс істеу» (52%), сияқты адами құндылықтар жатады, ал бұл көрсеткіш ер адамдар арасында 29% пайызды көрсетіп отыр. Қорыта алғанда, респонденттердің көпшілігі жасына, жынысына қарамастан өздерінің басқарушылық қызметтеріне риза екендігін жазған.

Топ-менеджердің материалдық марапатталуы бәсекеге қабілетті болуы тиіс. Бүгінгі күнде көптеген ұйымдар бағалы қызметкердің ұзақ уақытқа тұрақтап қалуына мүмкіндіктер

бермейді, кез келген маман топ-менеджердің қызметін атқара алады деп ойлайды. Бірақ та өмірдің өзі қазіргі заманғы мотивация формаларын дамытудың қажеттігін талап етіп отыр. Әрине, топ-менеджердің мотивациясының әмбебап схемасы жоқ, ал еңбек мотивациясы жүйесін өңдеуде көптеген факторлардың әсер ететіні шындық. Басқарудың әлеуметтік аспектілеріне басты назар аударуды ұсынады (Зборовский, Костина, 2008:76)

Менеджер ұжымдағы барлық адамдармен тіл табысып, тұрақты байланыс орнатады. Адамдардың қызмет жағынан кемелденіп, жоғарылауын қамтамасыз етеді. Адамдардың мамандығын жетілдіруі, қызмет жағынан жоғарылауы немесе төмендеуі де, ұжым бірлігінің нығаюы немесе берекесізденуі менеджер қызметіне байланысты екенін айту керек. Менеджер кәсіпорынның мақсатын орындайды, сол мақсатын орындау үшін не істеу керектігін ойластырады, қызметкерлеріне нақты міндеттер жүктей отырып, оны жүзеге асыруды қамтамасыз етеді. Ұйымдастырушы ретінде жұмыстарды жүйелеп бөліп, қажетті ұйымдық құрылымды құрады, басшы қызметкерлердің тиісті құрамын іріктей алады. Сонымен қорытындылай келгенде мынандай түйін жасауымызға болады.

Қорытынды

Әйел топ-менеджерлердің ұқыпты және күнделікті жұмысына да жауапкершілікпен қарайтыны белгілі. Олар көбінесе ерлер уақытты босқа өткізеді деп санайтын кішкене нәрселер мен нюанстарды да байқап отырады. Әйелдердің басқарушылық стилі, әдетте, демократиялық болып келеді. Олар өзгелердің де пікірін тыңдап, олармен санасады. Кейде бұл басқарушының ішкі түйсігінің растауын табу үшін, кейде өзін жаңа біліммен толықтыру үшін керек болады. Қалай болғанда да, бұл әдетте басқалардың пікіріне назар аудару және өзгелердің де пікірін құрметтеу ретінде қабылданады. Әйел топ-менеджерлер қызметкерлерінің қажеттіліктері мен қиындықтарына да көмек көрсетуге дайын тұрады. Олар балалар жайлы, қызметкерінің ауырғаны туралы және эмоционалды оқиғалар туралы сентименталды әңгіме айтып, демалыс күнін қалай өткізгенін де сұрап, ақыл-кеңес беріп те отырады. Әйел басшылар ақпаратпен бөлісуге де көбірек дайын тұрады. Сонымен қатар әйелдер ішімдік және басқа да жат қылықтардан аулақ. Олар өте ұқыпты, әдетте берілген барлық тапсырмаларды уақытында

орындауға тырысады және орындайды. Әрине, әйел топ-менеджерлердің «кемшіліктері де» бар, бірақ олар «плюстардың» жалғасы болып табылады және ол негізінен анағұрлым маңызды болып табылмайды. Олардың мақсаты – сенім мен жеке басының әділеттілігін нығайту, отбасыларды нығайту және мұқтаж адамдарға көмектесу болатын деп жазады шет елдік ғалым Susan R. Madsen (Madsen, 2008:60).

Қазіргі заманғы зерттеулерде менеджерлер бұдан былай «әйел» немесе «ер» түсініктеріне қарап жұмыс істемейді, керісінше гендерлік айырмашылықтар туралы айтады. Сонымен қатар, басқару социологиясын зерттеуші ресейлік ғалым Г.П. Зинченконың пікірінше әйелдің карьерасы – ол әйелдің ғана емес, ер адамның да мәселесі. Әйел үшін мәселе – оны менеджер статусына сәйкес қабылдауы, ал ер адам үшін – әйелдің төменгі мәртебесін жүзеге асыру және оны ренжітпеу (Зинченко, 201а:99). Ер адамдардың кәсіптерімен айналысатын әйелдер ер адамдарда кездесетін ойлау және мінез-құлық стилін өзіне қабылдайды екен. Басқарушыларға деген өзіндік «таңдау» болғанда, оларды ер адам немесе әйел деп бөлмейді, тек кім тиімді, таңдау соған түсетін болады.

Осылайша, көбірек тиімді басшы кім екенін түсінгіміз келсе, шашқа, макияж мен юбкаға қарамауымыз керек. Олардың орнына кім тиімді екендігі туралы ойлануымыз керек. Кіммен жұмыс істеу онай және қызықты, кім бюрократияны қоршаған ортадан аз шығарады, кім оларды бос қағаздарды аз толтыруға мәжбүрлейді және сізге ешқандай мағынасыз талап қоймайды. Әрі қарай кім көреді және бұл істі кім шешеді, «істің адамы» деп кімді айтамыз, бұл сәттер ұйымның топ-менеджерін анықтауға дәл ықпалын тигізеді. Осындай өзіміз жасаған және басқа да зерттеулерден түйген қорытынды мен ұсыныстарымызды талдап ашсақ, топ-менеджер әйелдердің өздеріне деген құрметті сезінуі мен өзін-өзі бағалауы, сондай-ақ басқарушы топ-менеджер болуға деген сенімдерінің жоғары екендігін көруімізге болады (Sinclair&Kunda, 2000:1329). Қатысушы респонденттердің саны шектеулі болғанына қарамастан, бұл зерттеу кейбір жалпылама тұжырымдарды ашты.

Топ-менеджер әйелдердің басқарушылық қасиеттерінің және әлеуметтік құндылықтарының дамуы мен қалыптасуына байланысты факторларды көре алдық. Зерттеу сонымен қатар топ-менеджерлердің өздерінің кәсіби және тұлғалық қасиеттерінің қалыптасуына да көптеген факторлардың ықпалын атап көрсетті. Бұл зерт-

теу қазіргі басшы әйелдердің басқаруы барысында қандай құндылықтарды жетекшілікке алатыны туралы да пайдалы ақпарат береді. Болашақта зерттеу жүргізу үшін кең көлемді зерттеулер, терендетілген интервьюлар жүргізу, қатысушылардың санын көбейтетін сандық зерттеулер мен ұсыныстар дайындау бүгінгі күннің өзекті мәселесіне айналып отыр.

Ұсыныстар

1. Сонымен қатар, мемлекеттік деректер базасын құру, әйел басшылар туралы мәліметтерге көбірек қол жеткізу, басқару өнерінен сабақ алу сияқты игілікті істер атқаруымызға болады. Қазіргі заманғы ірі социологтардың бірі М. Кастельстің ұйғарымы бойынша, дамыған ел-

дерде менеджерлер тобы еңбекпен айналысатын халықтың үштен бір бөлігін құрайды екен. Оның пікірімен келісе отырып, сөз түйінін айтсақ, қоғамның жаңа буыны үшін, уақыттың талабын ұғына алмаған және үнемі өзінің біліктілігін модернизациялай алмаған адамдар бәсекелес күрестен түсе бастайды деп түсіндіреді. Яғни, осы бәсекелес өмірде әйелдер де ер адамдармен қатар күресте шыңдалып келеді.

2. Әйел топ-менеджерлермен халықты таныстыру, олардың еңбектерін бағалау, ақпараттық-таныстыру семинарларын жүргізу, тренингтер мен мастер-кластар ұйымдастыру, менеджердің әлеуметтік портреті мен мәртебесін қалыптастыру үдерісін нәтижелі ұйымдастыру саласында жаңа идеялардың көлемін кеңейту сияқты ұсыныстар айтар едік.

Әдебиеттер

- Eagly A. H. The leadership styles of women and men. // Journal of Social Issues. – vol 57. – 2001. – PP. 781-797.
- Зборовский Г.Е., Костина Н.Б. Социология управления. – М.: ГАРДАРИКИ, 2008. – 272 с.
- Зинченко Г.П. Социология для менеджеров. – Ростов-на-Дону: «Феникс», 2001. – 352 с.
- Инясевский С.А. Ресурсные характеристики менеджеров как социально-профессиональной группы современного Российского общества. – М., 2009. – 28 с.
- Крис О. Маргарет Тэтчер. Женщина у власти. – М.: Новости, 1992. – 544 с.
- Локк Д. Басқару туралы екі трактат. – Алматы: «Раритет», 2004. – 277 б.
- Монтескье Ш. Заңдар рухы туралы. – Алматы: «Үш қиян», 2004. – 784 б.
- Madsen Susan R. On becoming a woman leader: learning from the experience of university president. – Published by Jossey-Bass, 2008. – 352 p.
- Haslett B., Geis L., Carter M. (1992) The organizational woman: Power and paradox. – Norwood, NJ: Ablex. – 448 p.
- O'Neil D. A., Hopkins M. M. & Bilimoria D. (2008). Women's careers at the start of the 21st century: Patterns and paradoxes. Journal of Business Ethics. – No 80. – pp. 727-743.
- Fraser C. (1998) Woman of Leader: Double Jeopardy on account of Sex. Radical Woman publications, in Revolution, Seattle. – WA: Red Letter Press. – pp. 32-34.
- Резник С.Д., Макарова С.Н. Менеджмент: технологии профессионального продвижения женщин в менеджменте и бизнесе. – Пенза: ПГУАС, 2013. – 404 с.
- Спивак С. Организационная культура и управление персоналом. – СПб., 2001. – 355 с.
- Taylor F. (1911) The Principles of Scientific Management. Mineola, NY: Dover Publications. – 77 p.
- Sinclair L., Kunda Z. Motivated stereotyping of women: She's fine if she praised me but incompetent if she criticized me. – Personality and Social Psychology Bulletin, 2000. – No 26. – 1342 p.
- Чирикова А.Е. Женщина во власти и бизнесе: сравнительный анализ российских и французских практик // COMPARTIVE POLITICS. – 2 (12). – 2013. – С. 29-49.

References

- Eagly A. H. (2001) The leadership styles of women and men. Journal of Social Issues, vol. 57, pp.781- 797
- Zborovsky G.E., Kostina N.B. (2008) Sotsiologiya upravleniya [Sociology of Management]. M.: GARDARIKI, p. 272
- Zinchenko G.P. (2001) Sotsiologiya dlya menedzherov [Sociology for managers]. Rostov-on-Don: Phoenix, p. 352
- Inyasevskiy S.A. (2009) Resursnyye kharakteristiki menedzherov kak sotsial'no-professional'noy gruppy sovremennogo Rossiyskogo obshchestva. Avtoreferat diss. [Resource characteristics of managers as a socio-professional group of modern Russian society. Abstract of diss.]. - M., p. 28.
- Chris O. (1992). Margaret Tetcher. Zhenshchina u vlasti [Margaret Thatcher. Woman in power]. M.: News., p. 544.
- Lock D. (2004) Baskaru turaly yekí traktat [Two treatises on the board]. Almaty: «Rarity», p.277.
- Montesquieu W. (2004) Zangdar rukhy turaly [About the spirit of laws]. Almaty: Ush Kiyay, p. 784.
- Madsen Susan R. (2008) On becoming a woman leader: learning from the experience of university president. Published by Jossey-Bass, p. 352.
- Haslett B., Geis L., Carter M. (1992) The organizational woman: Power and paradox. Norwood, NJ: Ablex, p. 448.

O'Neil, D. A., Hopkins, M. M., & Bilimoria, D. (2008) Women's careers at the start of the 21st century: Patterns and paradoxes. *Journal of Business Ethics*, No 80, pp. 727-743.

Fraser C. (1998) Woman of Leader: Double Jeopardy on account of Sex. Radical Woman publications, in Revolution, Seattle, WA: Red Letter Press, pp. 32-34.

Reznik S.D., Makarova S.N.. (2013) Management: technologies for the professional advancement of women in management and business. Penza: PGUAS, pp. 404.

Spivak S. (2001) Organizatsionnyy kul'tura i upravleniye personalov [Organizational culture and personnel management]. SPb., p. 355.

Taylor F. (1911) The Principles of Scientific Management. Mineola, NY: Dover Publications, p.77.

Sinclair L., Kunda Z. (2000) Motivated stereotyping of women: She's fine if she praised me but incompetent if she criticized me. *Personality and Social Psychology Bulletin*, vol. 26, p. 1342 .

Chirikova A.E. (2013) Zhenshchina vo vlasti i biznese: sravnitel'nyy analiz rossiyskikh i frantsuzskikh praktik [A woman in power and business: a comparative analysis of Russian and French practices]. *COMPATIVE POLITICS*, vol. 2 (12), pp. 29-49.