



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
ТҰҢҒЫШ ПРЕЗИДЕНТІ - ЕЛБАСЫНЫҢ ҚОРЫ

«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ – 2017»

студенттер мен жас ғалымдардың
XII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ – 2017»

PROCEEDINGS

of the XII International Scientific Conference
for students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION - 2017»



14th April 2017, Astana



**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**«Ғылым және білім - 2017»
студенттер мен жас ғалымдардың
XII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2017»**

**PROCEEDINGS
of the XII International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2017»**

2017 жыл 14 сәуір

Астана

УДК 378

ББК 74.58

Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2017» студенттер мен жас ғалымдардың XII Халықаралық ғылыми конференциясы = The XII International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2017» = XII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2017». – Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2017. – 7466 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-827-6

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 378

ББК 74.58

ISBN 978-9965-31-827-6

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2017

1. Бороздина Л.В. Что такое самооценка // Психологический журнал. - 1992. - Т.13, №4.- С. 99-101.
2. Захарова А.В. Психология формирования самооценки. - Минск, 1993. - 100 с.
3. Чеснокова И.И. Проблема самосознания в психологии. - М.: Наука, 1977. - 142 с.
4. Кон И.С. Открытие "Я". - М., 1978. - 367 с.

ӨОЖ 37.013.42:371

БИЗНЕС ҮШІН ДЕМЕУШІЛІК ЖӘНЕ ҚАЙЫРЫМДЫЛЫҚ: ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТИІМДІЛІК АСПЕКТІСІ

Нұрғабден Бибісара Мергенқызы

bikosh03@mail.ru

Әлеуметтану кафедрасының 3-курс студенті, Әлеуметтік ғылымдар факультеті,
Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Ғылыми жеткешісі - Д.О. Досмурзаева

Қазіргі нарықтық экономика заманында, «демеуші» - ең алдымен, қоғамдағы пайдалы әрі маңызды іс-шараларға бағытталған тұлғаның немесе компанияның жомарттылығы. Мұндай адамдар жаңа жобалар жасап, оны іске асыруға көмектеседі. Инвестициясыз жасалуы мүмкін емес жұмыстарды жасайды. Демеушілік – бұл қоғамдық өмірдегі әр түрлі салаларды қолдаудың бір түрі, әлеуметтік инвестициялардың бір формасы. Бұл ұқсастықтары болғанымен, альтруизм емес, филантропия емес, меценаттық емес, қайырымдылық та емес. Ағылшындық белгілі PR менеджер Сэм Блэк «демеушілікті кәсіпкерлік қызметтің бір түрі деп қарастырған дұрыс» деп есептеген. Немесе мамандар берген тағы бір анықтама: «Демеушілік – бұл демеуші компанияның қаржысы мен құралдарын қандай да бір жобаға немесе акцияға тарту арқылы қажетті жарнамалық эффектіге жету». Әңгіме көрме, конференция және тағы осындай сипаттағы іс-шаралар жайлы болғандықтан, бұл жерде демеуші не PR-қоғамдық жарнамаға ие болады, не белгілі бір жеңілдікке ие болады. Демеушілік қолдау басқа да материалдық көмек түрлерінен (мысалы үшін меценаттылық) міндетті түрде қарама-қарсы көмек пен қызметті қажет етуімен ерекшеленеді. Демеуші өз құралдарын күтілетін пайдамен айырбастау үшін салады. Демеушілік демеушіге қандай пайда әкелсе, қарсы жаққа да сондай пайда әкелуі тиіс. Әлемдік тәжірибеге сүйене отырып, жарнамадағы демеушілік – бұл эффективті маркетингті инструмент деп айтуға болады. Бүгінгі күні жарнама нарығының толықтылығы сонша, тіпті ірі компаниялар жалпы массаның фонында көзге ілікпей жатады. Міне, сондықтан компаниялар демеушілікке жарнаманың заманауи түрі ретінде қарайды. Қазіргі уақытта осыны ескере отырып, көпшілігі фирманың имиджі мен оның қоғам және мемлекетпен байланысы қаншалықты маңызды екенін түсініп отыр. Осы жағдайда демеушілік компаниялардың басшылығының назарын өзіне аудартып отыр.

Кәсіпкерлік, азаматтардың, біріншіден, жеке және материалдық қызығушылықтарын қамтамасыз ететін қызметтің ерекше түрі ретінде, өркениетті азаматтық қоғамның маңызды құраушыларының бірі. Себебі, адамдардың белсенділігінің осы түрі әлеуметтік мәселелерді шешуде кез келген социумды ресурстармен мейлінше қамтамасыз ете алады. Бүгінгі күні кәсіпкерлікті әлеуметтік салаға тартудың негізгі механизмдері ретінде ірі кәсіпорындар мен олардың басшыларының қайырымдылықтың жеке бір түріне қолдау көрсетіп, билік құрылымдарымен өзара қарым-қатынас орнату қажеттілігін айтуға болады. Сонымен қатар кәсіпкерлік одақтардың, ассоциациялардың және басқа да кәсіпкерлердің қоғамдық бірлестіктерінің жағдайын жақсарту мақсатын айтуға болады.

Әлеуметтік жауапкершілік таныту корпорация имиджінің жақсаруына, ұжымдағы қарым-қатынастың нығаюына, жаңа клиенттер тартуға, қызметтің немесе тауардың сатылым көлемінің көбеюіне, нарықтағы корпорация акциялары құнының жоғарылауына көмегін

тигізеді. Бизнестегі әлеуметтік жауапкершілік түсінігі көбінесе салықтарды төлеумен, қайырымдылықпен байланыстырылады. Бизнесті әлеуметтік жауапкершілік арқылы жүргіземін деп шешім қабылдаған компания ара-тұра қоғамдағы өткір мәселелерге көмек көрсетіп тұрумен ғана шектеле алмайды. Әлеуметтік жауапкершілікке негізделген әлеуметтік кәсіпкерлік қызметкерлерді жалдау мен еңбекақысынан бастап, шешім қабылдау саясатына дейін компанияның барлық дерлік қызметі мен құрылымын қамтуы керек. Бұл жарнаманың, маркетингтің немесе PR-қызметтің саласы емес. Әңгіме жалпы компания қызметі жайлы, яғни, жұмыс жасау әдістері, инвестициялау, серіктестермен қарым-қатынас орнату. Компанияның қайырымдылық бағдарламаларын жүзеге асыруына келетін болсақ, қызметкерлер мен клиенттерді жергілікті ұйымдарға көмек көрсетуге бағыттау – нәтижеге жетудегі ең эффективті әдіс болып табылады.

Мемлекеттегі азаматтық қоғамның құрылуы мен дамуы жолында осы әлеуметтік кәсіпкерлік маңызды факторлардың бірі болып табылады. Себебі, кәсіпкерліктің бұл түрі коммерциялық емес секторға, өткір әлеуметтік мәселелерді шешуге, халықтың өмір сүру сапасын арттыруға өз септігін тигізеді. Егер осы агенттердің барлығы өзара әрекет етсе, жеке азаматтардың, азаматтық қоғамның, бизнестің, мемлекеттің мақсаттары тең дәрежеде іске асу мүмкіндігі туып отыр. Халықаралық нарыққа шығуға ұмтылатын және трансұлттық корпорациялармен іскерлік қарым-қатынас орнатушы бизнес әлеуметтік бейімделген болуға міндетті әрі мәжбүр. Себебі, тез табыс табуға бағытталған басқарудың ескі әрі үйреншікті жүйесі нақты экономикалық шығындарға әкеліп соқтырып отырады.

Бір жағынан, қайырымдылықты кәсіпкерлік бизнестің құраушысы ғана емес, сонымен қатар кәсіпкерлікті қайырымдылықтың негізі ретінде қарастыруға болады. Себебі, қайырымдылыққа апаратын жол кәсіпкерлік арқылы өтеді емес пе?! Бұл екі қызметтің түрі бір-бірімен ажырамастай байланысқан. Ірі кәсіпкерлік қайырымдылықтың фундаменті болып табылады деп айтуға болады. Алдымен біршама капитал жинақталады, осыдан кейін шығындалуға мүмкіндік табылады. Табыс пен қайырымдылықты қарама-қарсы қоймай-ақ, қайырымдылықтың әрқашанда бизнестің дамуы мен нығаюына көмектесіп отырғанын айта кеткен жөн. XIX ғасырдан бастап барлығы да бизнестен жол тапты. Фабрикалар мен зауыттар салған иелері қызметкерлер үшін тұрғын үй салуға мәжбүр болды. Таңғы уақытта 5-6км жүріп келген қызметкерлерден пайда болмады. Ауырғандар үшін аурухана керек болды; балалары бар әйел адамдар бала-бақша бар жерлерде ғана жұмыс жасай алды. Осының негізінде ірі кәсіпкерлер ауқымды әлеуметтік жұмыстар жүргізді. Бұл әрі табыс, әрі пайда әкелетін шығындар болды. Жұмыскерлер үшін тұрғылықты жерлер неге тегін деген сұраққа, кәсіп иелері өз персоналдарының онсыз да аз жалақысына тиіспей, тауар сатудан түскен табыстан олардың шығындарын өтей аламыз деп жауап берген. Осылай асханалар, перзентханалар, санаторийлер салынған. Осыдан барып тегіс өнеркәсіптік қалалар пайда болған.

Бүгінгі күні мұндай құрылыс түрлері қайта қолға алынып жатыр. Бірақ, бұл нұсқа мегаполистар үшін жарамайды. Себебі жер тым қымбатқа түседі. Бұл жолды Сібірдің және Қиыр Шығыстың кәсіпкерлері таңдаған.

Өндірісшілердің көпшілігі осы қайырымдылықтың арқасында өз айналасында және қоғамда кең танымалдылыққа ие болып, жақсы абырой жинақтаған. Қайырымдылық жасаған кәсіпкерге үлкен сеніммен қараған.

Өткен ғасырдың кәсіпкерлерінің жақсы жағы – өзінің қайырымдылық көрсететін объектісіне деген қарым-қатынасы. Жаңа құрылыс сала отырып, олар пайда туралы ойламаған, тек жұмыс орнына ие болатын адамдардың жағдайын жасап отырған.

Қайырымдылық істері үнемді әрі тиянақты жасалып отырған. Барлық салымдар фирманың есеп бөлімі арқылы жүргізіліп, қадағаланып отырған.

Осы айтылғандарды ескере келе, мынадай қорытындыға келуге болады:

Демеушілік пен қайырымдылық – әлеуметтік-мәдени тәжірибеде қолданылатын, әлеуметтік-мәдени қызметтің маңызды элементтері. Қайырымдылық және демеушілік іс-әрекеттер мемлекеттік және ұйымдасқан діни құрылымдардың шығуына дейін қоғамның

дамуының алғашқы сатысында пайда болған. Бұл компоненттер барлық уақытта да өзекті және сұранысқа ие болған және бола береді де.

Демеушілік – демеушілік көрсетіліп отырған жақ пен демеуші арасындағы өзара қарым-қатынастың маңызды түрі. Демеуші танымал спортшыға немесе спорттық командаға құрал-жабдықтарды жалға немесе сатып алып беруі мүмкін. Оның орнына спортшы немесе спорттық команда демеушінің сауда белгісін өз экипировкасында демонстрациялайды. Осы орайда демеушінің рейтингісі көтеріледі, ал спортшы ақша немесе басқа да материалдық игіліктерге ие болады. Демеушіліктің бұл түрі спорттық жарыстар, өнер, бұқаралық ақпарат құралдары, қайырымдылық секілді сфераларда танымалдылыққа ие болған.

Қайырымдылық – көмекке мұқтаж адамдарға қайтарылмайтын материалдық жәрдем көрсетудің түрі. Бұл көмектің түрін де назардан тыс қалдыруға болмайды. Себебі, қайырымдылық қоғамның жанашырлық сезімін тудыруға, өзара көмек жасауға үйретеді. Ақылмен жасалған қайырымды іс, көп жағдайда, қоғамнан қолдау табады. Бұл мемлекеттік немесе діни қайырымдылық істерге (мешіттердегі, шіркеулердегі) азаматтардың немесе мекемелердің жеке келіп қатысуынан көрініс табады. Осымен қайырымдылық қоғамның моральдық қалыптасуында және әлеуметтік-мәдени дамуында маңызды роль атқарады.

Сонымен, бизнестегі қайырымдылық, демеушілік, жарнама бір-біріне жақын ұғымдар. Демеушілік материалдық жағынан мұқтаж ұйымдарға көмектесе отырып, өз кезегінде одан пайда табады. Ешқандай да ірі кәсіпорын немесе компания демеушіліксіз орныға алмайды, дами алмайды, өзіне жақсы репутация қалыптастыра алмайды. Ал қайырымдылық қоғамға бір-біріне деген өзара көмек пен жанашырлықтың маңызды екенін жеткізу мақсатында жарнамаланады. Ал кейде, қайырымдылықтың өзі жарнама ретінде қолданылады. Мұндайды компаниялар өз брендин жарнамалау үшін және жағымды имидж қалыптастыру үшін қолданады.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Организация предпринимательской деятельности, Асаул А.Н., 2009
2. Организация предпринимательской деятельности - Схемы и таблицы - Попков В.П., Евстафьева Е.В.
3. Теория принятия решений - Орлов А.И.
4. Анализ финансово - хозяйственной деятельности предприятия - Пястолов С.М. - 2004 - 3 - е издание
5. Теория организации - Иванова Т.Ю., Приходько В.И.
6. Бизнес Планирование - Поляков О.В. - 2003
7. Управление персоналом - Т.Ю. Базаров, Б.Л. Еремин
8. Курс предпринимательства, Абчук В.А., 2001
9. Психология богатства, Кутис С.
10. Теория и методы принятия решений, а также Хроника событий в Волшебных Странах - О.И. Ларичев

УДК 371

ЖОҒАРЫ ОҚУ ОРЫНДАҒЫ ИНКЛЮЗИВТІ БІЛІМ БЕРУДІҢ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕСІ

Нұрланұлы О.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық университеті
Әлеуметтік ғылымдар факультетінің III курс студенті, Астана, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі - Досмурзаева Д.О.

Ұлт лидері Н. Ә. Назарбаев негізін қалаған «Қазақстанның үшінші жаңғыруы: жаһандық бәсеке қабілеттілік» бағдарламасында былай деп мәлімдеді: *«Ең алдымен, білім*