

FTAXP 82.13.11
ӘОЖ 35.083
JEL J88

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2023-1-1-297-310>

С.С. АЮБАЕВА,*¹

докторант.

*e-mail: s.ayubayeva@apa.kz

ORCID ID: 0000-0002-3441-7301

Л.И. КУСАИНОВА,¹

э.ғ.к., профессор.

e-mail: l.kussainova@apa.kz

ORCID ID: 0000-0003-4973-8703

А.А. ТЫНЫШБАЕВА,¹

психол.ғ.к., әлеум.ғ.д., профессор.

e-mail: a.tynyshbayeva@apa.kz

ORCID ID: 0000-0002-6209-727X

¹Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы
Мемлекеттік басқару академиясы,
Астана қ., Қазақстан

МЕМЛЕКЕТТІК АППАРАТТЫҢ РЕПУТАЦИЯСЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУ ҮРДІСІНДЕГІ МЕМЛЕКЕТТІК ҚЫЗМЕТШІЛЕРДІҢ РӨЛІ

Андатпа

Мемлекеттік қызметшілер мемлекеттік басқарудың негізгі әлеуметтік буыны болып табылады және елдің жоғары басшылығының еркін және халықтың қалың жігінің мүдделері мен қажеттіліктеріне негізделуі тиіс биліктің нормативтік белгіленген талаптарын іске асырады. Сондай-ақ мемлекеттік қызметшілердің қызметі қоғамдық өмірді реттеуден тұрады, осыған байланысты мемлекеттік қызмет атқару мемлекеттік қызметшілердің әрқайсысына бүкіл мемлекеттік аппараттың жоғары репутациясын қамтамасыз ету үшін сақталуы тиіс қатаң талаптар қояды. Бұл мақалада «ұйымдық репутация» құбылысын түсінудің негізгі тәсілдері сипатталған. Сондай-ақ, мақалада мемлекеттік қызметшілердің репутациясына әсер ететін негізгі факторлар қарастырылады. Мақаланың мақсаты мемлекеттік аппараттың ұйымдық репутациясын қалыптастырудағы мемлекеттік қызметшілердің рөлін айқындау болып табылады. Әлеуметтік сауалнама әдісімен Қазақстан Республикасының мемлекеттік аппараты мен мемлекеттік қызметшілерінің ағымдағы репутациясы айқындалды. Жүргізілген социологиялық зерттеу мемлекеттік қызметшілердің репутациясы бүкіл мемлекеттік аппараттың репутациясына тигізетін әсерін анықтады. Мемлекеттік қызметшілердің репутациясын сақтау арқылы мемлекеттік аппараттың оң репутациясын қалыптастыру мемлекеттік аппаратты дамытудың ажырамас бөлігі болып табылады, өйткені ұйымның оң репутациясы өз қызметін табысты жүргізуге мүмкіндік беретін бірегей қасиеттері мен қабілеттеріне ие екендігінің дәлелі болып табылады.

Тірек сөздер: репутация, имидж, мемлекеттік аппарат, мемлекеттік қызметші, кадр саясаты.

Кіріспе

Халыққа және мемлекетке қызмет ету бірінші кезектегі міндет болып табылатын кәсіби мемлекеттік аппаратты қалыптастыру қажеттілігі алғаш рет 1997 ж. «Қазақстан-2030» стратегиясында айтылды [1]. Бұл идея басты бағытқа айналды және «Қазақстан-2050» стратегиясы [2], Мемлекеттік қызметтің жаңа моделі тұжырымдамасы [3], «100 нақты қадам» Ұлт жоспары [4], Мемлекеттік басқаруды 2030 жылға дейін дамыту тұжырымдамасы [5] сияқты елдің кейінгі стратегиялық және бағдарламалық құжаттарына енді. Бұл құжаттар Қазақстан Республикасының мемлекеттік қызметін реформалаудағы міндеттер мен шаралар кешенін қалыптастырады. Репутацияны дамыту контексінде республиканың мемлекеттік қызметінің соңғы жиырма жылдағы дамуын талдау оның өзгеру серпінін және енгізілген инновациялар мен қайта құруларды көрсетеді.

Елде жүргізіліп жатқан кәсіби және тиімді мемлекеттік аппаратты құру саясаты мемлекеттік аппараттың ұйымдық репутациясына және мемлекеттік қызметшілердің имиджін қайта форматтауға орасан зор әсер етеді.

Қазақстанның дамуының қазіргі кезеңінде жүзеге асырылып жатқан қоғамның барлық салаларын жаңғырту мемлекеттік басқару институттарын ұйымдастыру мен олардың жұмыс істеуін түбегейлі жетілдіруді талап етеді. Бұл процестегі ең маңызды орындардың біріне билік институты ретінде мемлекеттік аппарат ие. Қазақстанда болып жатқан оң өзгерістердің болашағы осы саяси институттың жұмысы мен жетілдірілуінің тиімділігімен тығыз байланысты. Мемлекеттік аппараттың тиімді жұмыс істеуінің маңызды бағыты оның репутациясы болып табылады, оған жалпы билік институтының да, оның қызметкерлерінің де репутациясы кіреді.

Мемлекеттік аппарат жүйесіне нақты қызметкерлер қызметін жүзеге асыратын мемлекеттік органдар мен мекемелер кіретінін есепке ала отыра, мемлекеттік аппараттың репутациясының келесідей схемалық құрылымы ұсынылды (1-сурет). Мемлекеттік аппарат қызметкерлерінің кәсіби, іскерлік және моральдық қасиеттерінің сипаттамасы ретіндегі репутациясы белгілі бір мемлекеттік органның репутациясының негізгі буыны болып табылады. Өз кезегінде, мемлекеттік органдардың репутациясы мемлекеттік аппараттың жалпы репутациясын қалыптастырады [6].



Сурет 1 – Мемлекеттік аппарат репутациясының құрылымы

Ескертпе: [6] дереккөз негізінде құрастырылған.

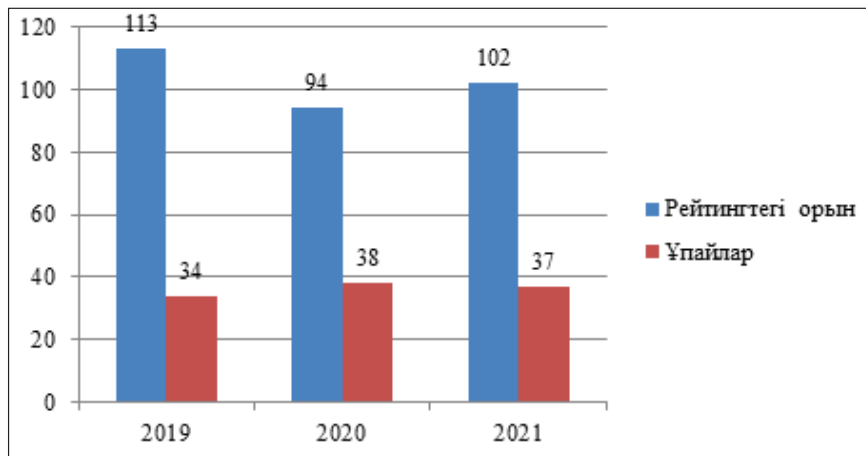
Мемлекеттік аппарат қызметкерлерінің репутациясын қамтамасыз ету басқарушылардың әлеуметтік тобында жоғары біліктілікке, терең кәсіби және жеке қасиеттерге ие мамандарды іріктеу мен бекітудің жоғары көрсеткіштерін қолдауға арналған. Бүгінгі таңда мемлекеттік аппарат қызметкерлеріне қойылатын талаптар, ең алдымен, қазіргі кезеңде мемлекеттік қызметшінің кәсіби қызметінің негізгі біліктілік көрсеткіштерінің біріне айналуға арналған репутацияның тиісті деңгейін қалыптастыруға негізделуі тиіс.

Кәсіби біліктіліктің сапасын, оның ішінде мемлекеттік аппарат қызметкерлерінің репутациясын арттыру мемлекеттік билік жүйесін жетілдіру тұрғысынан ғана емес, сонымен қатар заманауи азаматтық қоғамды құру тұрғысынан да өзекті міндет болып табылады. Бұл азаматтық қоғамның мемлекеттік басқару жүйесімен үйлесімді өзара іс-қимылы қазіргі кезеңде оның тиімді жұмыс істеуінің міндетті элементтерінің біріне айналуына байланысты.

Ел басшылығы біздің еліміздегі мемлекеттік биліктің тиімділігін арттырудың басты тежегіштерінің біріне айналған сыбайлас жемқорлыққа қарсы жүзеге асырып жатқан аяусыз күрес жүргізуде, осыған байланысты мемлекеттік аппарат қызметкерлерінің репутациясы қазіргі кезеңде мемлекеттік басқаруды жетілдірудің маңызды факторына айналууда.

Сыбайлас жемқорлықты зерттеу және оған қарсы күрес мәселелерімен айналысатын Transparency International халықаралық үкіметтік емес ұйымның деректері бойынша 2021 ж. сыбайлас жемқорлықты қабылдау индексі бойынша рейтингте Қазақстан 180 елдің ішінде 102-орынға ие болды. Бұл ретте 0-ден 100 балға дейінгі шкала бойынша (мұндағы 0 – сыбайлас жемқорлықтың жоғары деңгейі, ал 100 – оның болмауы) Қазақстан тек 37 балл жинады, бұл

2020 жылмен салыстырғанда 1 баллға төмен. 2020 ж. сыбайлас жемқорлықты қабылдау индексі бойынша Қазақстан 94-ші орынды иеленді. Бір жыл бұрын (2019 ж.) Қазақстан сыбайлас жемқорлықты қабылдау индексі бойынша Transparency International рейтингіндегі елдердің ішінде 113-орынды алып, мүмкін 100-ден 34 балл алды (2-сурет) [7].



Сурет 2 – Қазақстандағы сыбайлас жемқорлықты қабылдау индексі 2019–2021 жж.

Ескертпе: [7] дереккөз негізінде құрастырылған.

Дүниежүзілік пандемияға және бүкіл өркениетті әлемдегі демократиялық институттардың тұрақты даму қаупіне қарамастан, Қазақстанның 2020 ж. сыбайлас жемқорлықты қабылдау индексі рейтингінде 19 позицияға серпінді өсуі сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл саласындағы мемлекеттік саясаттың дұрыс таңдалған траекториясын айғақтайды. Оның ішінде: саяси жаңғырту, азаматтық қоғам мен қоғамдық бақылаудың рөлін күшейту, ашықтық пен транспаренттілік, мемлекеттік көрсетілетін қызметтерді цифрландыру жөніндегі кең ауқымды жұмысты қоса алғанда, мемлекеттік аппараттың есептілігі мен халыққа бағдарлануы [8]. Қазақстандық сыбайлас жемқорлыққа қарсы тәжірибе мен институционалдық құрылымның халықаралық стандарттар мен құжаттарға бағдарлануы Қазақстанның сыбайлас жемқорлыққа қарсы әлемдік күрестің қағидаттарын сақтайтынын және жаһандық трендтермен консенсуста екенін көрсетеді [9].

Жоғарыда баяндалғанға қарамастан, 2021 ж. Қазақстанның рейтингтегі орны төмендеді. Бұл сыбайлас жемқорлық пен теңсіздікке қарсы демонстрацияларға ұласқан 2021 жылдың басындағы газ бағасының көтерілуіне қарсы наразылықтарға байланысты болуы мүмкін [10].

Сонымен бірге, жалпы мемлекеттік аппараттың да, оның жұмысшыларының да репутациясы туралы түсінік әлі де нормативтік құқықтық құжаттарда құрастырылмаған, оның осы мәселе бойынша ғылыми зерттеулерде жалпы қабылданған түсіндірмесі анықталмаған. Яғни, бұл тұжырымдама институттандыру кезеңіне дейін өткен жоқ, бұл өз кезегінде мемлекеттік аппарат институтының дамуына және жалпы мемлекеттік биліктің тиімділігіне теріс әсер етеді. Жоғарыда көрсетілгеннің барлығы осы зерттеу тақырыбының өзектілігін жеткілікті әрі дәлелді негіздейді деп санаймыз.

Материалдар мен әдістер

Мемлекеттік органдардың ұйымдық репутациясының теориялық негізі мемлекеттік сектор саласындағы теориялық және эмпирикалық зерттеулерді жүйелі жүргізу нәтижесінде қалыптасты. Сонымен қатар, репутация ұғымын енгізу ғылыми білімді өндіру мақсатында ғана емес, мемлекеттік басқару тәжірибесінде де қолданылады.

Мақаланы жазу барысында авторлар мемлекеттік ұйымдардың ғана емес, жеке сектордың да ұйымдық репутациясын қалыптастырудың жалпы теориясының ортақ қабылданған негізгі зерттеулеріне сүйенді. Зерттеу ұйымдастырушылық репутацияны қалыптастыру саласындағы

ғылыми зерттеушілердің еңбектерін қамтыды. Сондай-ақ, авторлар халықаралық рейтингтік агенттіктердің статистикалық деректерін және ЭЫДҰ деректерін пайдаланды.

Қазақстандағы мемлекеттік органдар мен мемлекеттік қызметшілердің ұйымдық репутациясының ағымдағы жай-күйін бағалау үшін осы зерттеуде халықпен әлеуметтік сауалнама жүргізу әдісі пайдаланылады. Мемлекеттік аппарат пен мемлекеттік қызметшілердің ұйымдық репутациясының деңгейін анықтау мақсатында 2022 жылдың сәуір айында Астана қаласының тұрғындарымен сауалнама жүргізілді. Анонимді сауалнама Google Forms электрондық бағдарламасы арқылы электронды форматта жүргізілді. Сауалнама нәтижелерін пайдалану кезінде респонденттерге анонимділікті сақтау шарты туралы алдын ала хабарланды.

Негізгі ережелер

Мемлекеттік қызметшілердің репутациясы мемлекеттік аппараттың тұрақты оң репутациясын қамтамасыз етудің маңызды факторларының бірі болып табылады. Мемлекеттік басқару контекстінде репутация ұғымы ғылыми еңбектерде жиі кездеседі, бірақ әлі де нормативтік құжаттарда бекітілмеген.

Репутация деңгейі ұйымның тұрақтылығы мен тиімділігінің көрсеткіші болып табылатындықтан, мемлекеттік қызметшілердің репутациясын сақтау арқылы мемлекеттік аппараттың репутациясын қалыптастыру ұйымның әл-ауқатының маңызды алғышарты ретінде қарастыруға болады. Мемлекеттік сектордағы репутацияны қалыптастыру, нығайту және қорғау бойынша жұмыс мемлекеттік қызметке неғұрлым білікті кандидаттарды тарту үшін катализатор ретінде қызмет етеді.

Әдебиетке шолу

Мемлекеттік сектордың репутациясын қалыптастырудың заманауи теориясын зерттеудің негізін қалаушы Дэниел Карпентер атап өткендей, соңғы онжылдықтар ішінде мемлекеттік сектор ұйымдары қолайлы репутацияның маңызын мойындайтыны және репутацияны басқаруды стратегиялық маңыздылыққа ие мәселе ретінде қарастыра бастағанының көптеген дәлелдері табылуда [11]. Оның пікірінше, ұйымның репутациясы оның мүмкіндіктері, тарихы, мақсаттары мен міндеттері туралы пікірлерден тұрады. Бұл ретте бұл бейнелер көптеген стейкхолдерлердің (көрсетілетін қызметті алушының, бұқаралық ақпарат құралдарының, саяси сарапшылардың, азаматтардың және т.б.) санасына енгізілген. [12].

Т. Кристенсен, П. Легрейд, Т. Капелос, М. Парути, Дж. Барнет, Дж. Ченоуэт, К. Файвшоу және Т. Келэй сияқты шетелдік авторлардың пайымдауынша, репутацияны басқару жағымды репутацияны құруға және сақтауға көмектеседі; ол ұйымдарды зияннан қорғау, жоғары нәтижелерге қол жеткізу немесе әкімшілік институттар мен субъектілерге деген сенімділікті арттыруға оң үлесін тигізеді [13, 14]. Алайда, Дж. Этьен репутацияны нашар басқару мемлекеттік мекемені заңды дағдарысына немесе тіпті оның жоғалуы сияқты елеулі жағымсыз салдарға алып келеді деп санайды [15]. Сондықтан М. Майор, С. Гилад және П. Блум мемлекеттік менеджерлер стейкхолдерлердің пікірін талдау арқылы оларға мұқият назар аударып, сарапшылармен кеңесу және стратегиялық коммуникацияны жетілдіру керек деп санайды [16].

Мемлекеттік аппараттың репутациясын қалыптастыру мәселелерін зерттеген ресейлік авторлардың ішінде Г. Атамчук, Е. Коган, Р. Галлямов, З. Мингазова, М. Кашин, Л. Вострякова, С. Батайкина, О. Мирошниченко, Ю. Тарасов, В. Орлова, А. Ростомян, В. Огнева, И. Медведева және басқалардың еңбектерін атап өтуге болады. Бұл авторлар репутацияны негізінен оның құрамдас бөліктерінің бірі – имидж тұрғысынан қарастыратынын атап өткен жөн.

Отандық ғылымда мемлекеттік аппараттың ұйымдастырушылық репутациясына қатысты зерттеулер жүргізілмегенін атап өту керек. Алайда, ҚР мемлекеттік қызметі мен мемлекеттік қызметшілерінің имиджі М. Нұртазин, А. Сәдуақасова, С. Аязбеков сияқты қазақстандық ғалымдардың еңбектерінде қарастырылады. А. Садуллаева өзінің еңбектерінде «бренд» ұғымын тұтынушылар арасында жоғары репутацияға ие сауда белгісі ретінде анықтайды [17]. Сондай-ақ, Б. Боқаев және т.б. өз еңбектерінде мемлекеттік саяси қызметшілердің репутациясын қалыптастырудағы БАҚ пен әлеуметтік медианың рөлін зерттейді [18].

Осылайша, қарастырылып жатқан мәселенің өзектілігі мен жеткіліксіз зерттелуі ғылыми мақала тақырыбының таңдауын айқындауда.

Зерттеушілердің көпшілігі өз еңбектерінде экономиканың коммерциялық секторының құрылымдарындағы ұйымдық репутация құбылысын зерттеу саласындағы ғылымның жетістіктеріне сүйенеді, осыған байланысты ол көбінесе корпоративтік репутация ретінде белгіленеді және зерттеледі. Бұл ретте оның мәні мен мазмұны мәселелері бүгінде экономистердің, стратегиялық менеджмент, әлеуметтану және коммуникация саласындағы мамандардың ғылыми мүдделерінің тұрғысында жатыр (1-кесте).

Кесте 1 – Ұйымның репутациясын зерттеу тәсілдері

Тәсіл	Мазмұны
Экономикалық	Репутация ұйымның бұрынғы әрекеттеріне сүйене отырып, оның болашақтағы әрекетін болжауға мүмкіндік беретін сипаттамалар жиынтығы болып табылады.
Стратегиялық менеджмент	Репутация – ұйымның стейкхолдерлері жүзеге асыратын басқа ұқсас ұйымдармен көп қырлы салыстырмалы бағалауының нәтижесін көрсететін материалдық емес актив ретінде көрінеді.
Социологиялық	Репутация – ұйымның моральдық, көркемдік, техникалық және т.б. критерийлері бойынша қоғамдық бағалауы.
Коммуникациялық	Репутация белгілі бір ұйымның және оның қызметінің жалпы бағасы болып табылады, ал репутацияны қалыптастыру процесі ұйымдар мен оның сыртқы ортасының субъектілері арасындағы тұрақты коммуникативті өзара әрекеттесу процесінде жүреді.
Ескертпе: [19, 20, 22, 23] дереккөздер негізінде жасалынған.	

Репутацияны қарастырудың экономикалық тәсілі ойын теориясын дамыту аясында елеулі дамуға ие болды. Осы бағыттағы зерттеушілер репутация ұйымның бұрынғы әрекеттеріне сүйене отырып, оның болашақтағы әрекетін болжауға мүмкіндік беретін сипаттамалар жиынтығы болып табылатындығына назар аударады (1-кесте). Бұл сипаттамалар «бақылаушының санасында» тұрақтайды, яғни олар шынайы жағдайға әрқашан да сәйкес келе бермейді, бірақ соған қарамастан экономикалық субъектілерге серіктестерінің болашақ мінез-құлқы туралы болжам жасауға көмектеседі және олар туралы толық ақпарат болмаған жағдайда олармен өзара әрекеттесудің орындылығы туралы шешім қабылдау процесін жеңілдетеді. Осы теория шеңберінде репутация ұйымның контрагенттеріне (клиенттері мен бәсекелестеріне) оларда бар, бірақ айқын емес сипаттамалар туралы, ең алдымен, нарықта жүзеге асырылатын мінез-құлық стратегиясы туралы «сигнал беретін» нақты іс-әрекеттері нәтижесінде пайда болатын құбылыс ретінде әрекет етеді [19].

Стратегиялық менеджмент шеңберінде ғалымдар репутацияны экономикалық түсіндіруден алшақтатып, компаниялар сыртқы ортаға және, ең алдымен, бәсекелестеріне жіберетін «сигналдардың» тізімін «бәсекелестің ниетін, уәжін, мақсатын немесе ішкі жағдайын тікелей немесе жанама түрде көрсететін кез-келген әрекетіне» дейін кеңейтті [20]. Бұл жағдайда репутация компанияның стейкхолдерлері жүзеге асыратын басқа ұқсас ұйымдармен көп қырлы салыстырмалы бағалауының нәтижесін көрсететін материалдық емес актив ретінде түсіндіріледі (1-кесте). Ч. Фомбрун және М. Шенли [21] сигналдардың тұжырымдамасын кеңейтіп, оған әр түрлі ақпараттық ағындарды білдіретін нарықтық, стратегиялық және институционалдық сигналдарды қосты.

Мәдениет социологиясы тұрғысынан репутация саясаткерді, суретшіні, кәсіпкерді немесе кез-келген басқа көрнекті тұлғаны оның моральдық, көркемдік, техникалық және т.б. критерийлері бойынша қоғамдық бағалау болып табылады (1-кесте). Шын мәнінде, репутацияны қалыптастыру процесі стейкхолдерлер құрған «интерактивті ареналарда» [22] орын алатын қоғамдық-саяси процесс ретінде ұсынылады.

Коммуникация теориясы тұрғысынан репутация белгілі бір ұйымның және оның қызметінің жалпы бағасы ретінде әрекет етеді, бұл ретте репутацияны қалыптастыру процесі ұйым-

дар мен оның сыртқы ортасының субъектілері арасындағы тұрақты коммуникативті өзара әрекеттесу процесінде жүреді (1-кесте). Егер алдыңғы тәсілдерде репутация компания туралы ақпаратты өздігінен немесе тиісті делдал ұйымдар (мысалы, БАҚ) арқылы тарату нәтижесінде қалыптасқан болса, қарастырылып жатқан тәсіл шеңберінде репутация үнемі өзара әрекеттесетін субъектілер қауымдастығында болады және олар оны өз коммуникациялары шеңберінде бірлесіп шығарады [23].

Осылайша, жоғарыда айтылғандарға сүйене отырып, біз қазіргі жағдайда «мемлекеттік қызметшінің репутациясы» ұғымын сипаттаудың жаңа тәсілдерін әзірлеу қажеттілігі туралы қорытындыға келеміз. Бұл тәсілдер, бір жағынан, әртүрлі ғылыми бағыттардағы алдыңғы авторлардың теориялық әзірлемелерін синтездеуі керек. Екінші жағынан, репутацияның негізгі тасымалдаушысы қарастырылып отырған құбылыстың тиісті деңгейін тудыратын жоғары жеке, кәсіби және жалпы мәдени қасиеттерді біріктіретін мемлекеттік қызметшінің өзі болуы керек екенін есте ұстаған жөн. Сонымен қатар, репутация мемлекеттік қызметшілердің кәсібилігінің маңызды біліктілік көрсеткіші ретінде қарастырылуы керек және осы мағынада елдегі мемлекеттік басқарудың бүкіл жүйесін түбегейлі модернизациялауды қамтамасыз ететін қазіргі заманғы кадр саясатының факторы ретінде әрекет етуі керек.

Нәтижелер мен талқылау

Құқықтанушы Ф. Гареева жазғандай: «Мемлекеттік аппарат – бұл, ең алдымен, белгілі бір жолмен ұйымдастырылған адамдар, ол адамдарсыз ештеңе емес, өйткені бұл мемлекеттік машинаны қозғалысқа келтіретін адамдар» [24].

«Қазақстан Республикасының мемлекеттік қызмет туралы» Заңға сәйкес [25] «мемлекеттік қызметші – мемлекеттік органда Қазақстан Республикасының заңнамасында белгіленген тәртіппен республикалық немесе жергілікті бюджеттерден не Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің қаражатынан ақы төленетін мемлекеттік лауазымды атқаратын және мемлекеттің міндеттері мен функцияларын іске асыру мақсатында лауазымдық өкілеттіктерді жүзеге асыратын Қазақстан Республикасының азаматы».

Шынында да, мемлекеттік қызметшілер: біріншіден, мемлекеттік басқарудың негізгі әлеуметтік буыны болып табылады; екіншіден, тікелей іс жүзінде елдің жоғары басшылығының еркін және халықтың кең топтарының мүдделері мен қажеттіліктеріне негізделуі тиіс биліктің нормативтік белгіленген талаптарын жүзеге асырады. Мемлекеттік қызметшілер «адамдардың әлеуметтік тыныс-тіршілігін ретке келтіру мақсатында оған мемлекеттің ұйымдастырушылық және реттеушілік әсерін» жүзеге асыра отырып, бұл әсерді мәселеге субъективті көзқарастың «призмасынан» өткізеді [26]. Тұлғалар мен кәсіпқойлар ретінде қалыптасып, әр түрлі әлеуметтендіруші факторлардың кешенді әсерінен мемлекеттік қызметшілер өз қызметін субъективтілік пен жеке көзқарас сегментін азайтып жүзеге асыруға міндетті.

Мемлекеттік қызметші жоғары моральдық жауапкершілік, кәсіби білім, оны іс жүзінде қолдана білу, ашықтық, адалдық, белсенді өмірлік ұстаным сияқты қасиеттерге, патриотизм сезіміне, оң моральдық келбетке ие болуы тиіс.

Әрбір мемлекеттік қызметші өз еңбегінің маңыздылығын сезініп, мемлекеттік қызметтің оң келбетін сақтауға тырысуы тиіс. Мемлекеттік қызметшілердің репутациясын қалыптастыру идеологиялық, саяси және мәдени тәсілдерді қамтиды. Мемлекеттік қызметшінің оң репутациясын қалыптастыру процесі мемлекетіміздің имидж саясатымен тығыз байланысты. Мемлекеттік қызметшінің оң имиджін қалыптастыру жөніндегі негізгі ережелер Қазақстан Республикасы мемлекеттік қызметшілерінің Әдеп кодексінде белгіленген: «мемлекеттік қызмет атқару қоғам мен мемлекет тарапынан ерекше сенім білдіру болып табылады және мемлекеттік қызметшілердің қызметтік әдебіне жоғары талаптар қояды» [27].

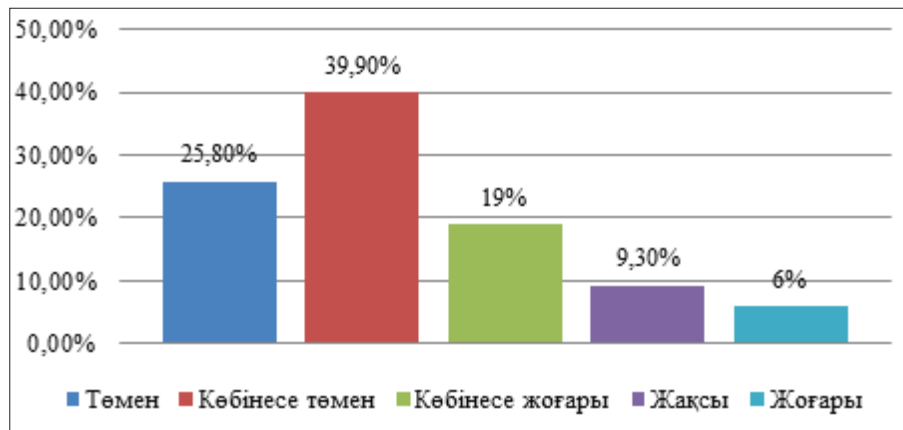
Осыған сүйене отырып, мемлекеттік қызметшілерге қандай жоғары жауапкершілік жүктелгенін бағалауға болады. Мемлекеттік қызметті атқару жоғары абырой, осыған байланысты мемлекеттік қызметші құзыреттілігімен қатар жоғары моральдық қадір-қасиетке ие болуы тиіс. Жалпы, Венгрия тәжірибесінде мемлекеттік қызметші мемлекеттік қызметтің имиджін сақтауға міндетті [28]. Мемлекеттік қызметші билік пен өз өкілеттіктерін дұрыс пайдалануы

және адал болуы тиіс. Мемлекеттік қызметте ол өзі үшін емес, мемлекеттік әл-ауқат үшін жұмыс істеуі керек, қалтасын мемлекеттік қаражатпен шатастырмауы керек. Мемлекеттік қызметші өмір салтын заң талаптарына толық сәйкес жүргізуі керек. Кез келген лауазымда кез келген жағдайда мемлекеттік қызметші халықтың, өз елінің азаматтарының сенімін жоғалтпай жұмыс істеуге тиіс.

Қазақстандық мемлекеттік қызметші адалдықтың, қарапайымдылықтың үлгісі болуға, қоғамда өзін ұстай білуге, ұжымды басқара біліп қана қоймай, бағыныштылардан орындауды талап ете білумен қатар, орындай білуі тиіс. Мемлекет мүдделерінің бұзылуы немесе сыбайлас жемқорлық көріністері анықталған жағдайда, мұндай фактілердің жолын кесу және қажетті шараларды қабылдау қажет.

Мемлекеттік аппараттың репутациясын зерттеуге жан-жақты көзқарас жүргізілген социологиялық зерттеулердің талдауын көрсетеді. Мәселен, мемлекеттік аппарат пен мемлекеттік қызметшілердің репутациясының деңгейін анықтауға бағытталған социологиялық зерттеу жүргізу шеңберінде авторлар мынадай нәтижелерге қол жеткізді.

Сауалнамаға қатысқандардың көпшілігінің пікірінше, мемлекеттік аппараттың репутациясы төмен деңгейде. Сауалнамаға қатысқандардың 39,9%-ы оны көбінесе төмен деп санайды, ал тағы 25,8%-ы репутация деңгейі төмен деп жауап берді. Респонденттердің 19%-ы мемлекеттік аппараттың репутациясы көбінесе жоғары деңгейде деп санайды және сауалнамаға қатысқандардың тек 15,3%-ы мемлекеттік сектордың репутациясы жақсы және жоғары деп есептейді (3-сурет).

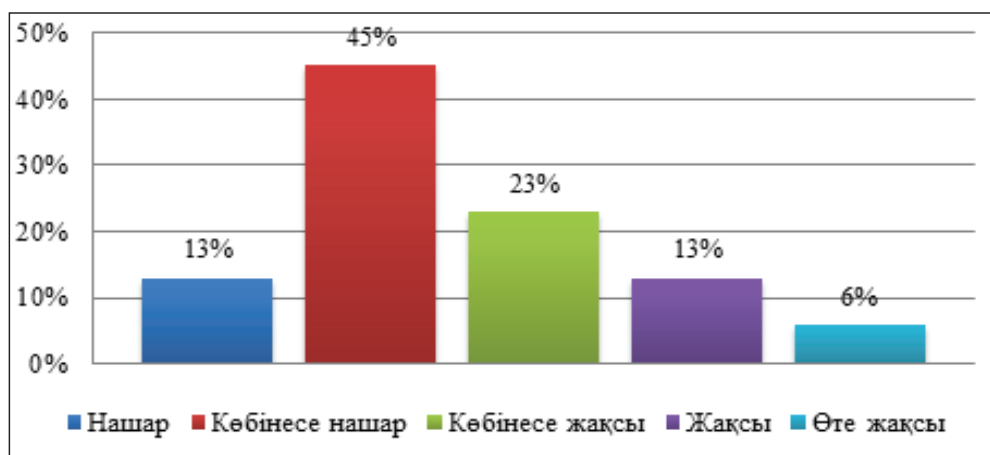


Сурет 3 – Мемлекеттік аппараттың репутациясын бағалау

Ескертпе: Авторлар жүргізілген социологиялық зерттеу негізінде құрастырған.

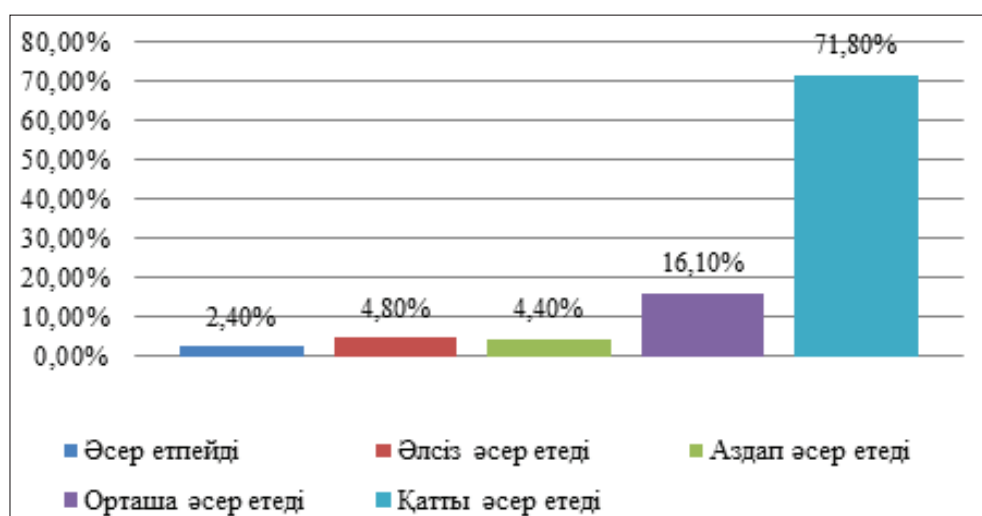
Мемлекеттік қызметшілердің қазіргі репутациясын бағалай отырып, респонденттер жауаптарын келесідей бөлді: 45% – көпшілік мемлекеттік лауазымдардағы қызметкерлердің репутациясы жақсыдан гөрі нашар деп санайды, тағы 23% мемлекеттік қызметшілердің репутациясы жаманнан гөрі жақсы деп санайды. Сауалнамаға қатысқандардың аз бөлігі (әр нұсқаға 13%-дан) мемлекеттік қызметшілердің репутациясы жақсы немесе нашар деп жауап берді. Респонденттердің тек 6%-ы мемлекеттік қызметшілердің репутациясы өте жақсы деп жауап берді (4-сурет, 304 б.). Жоғарыда айтылғандарға сүйене отырып, олардың репутациясының деңгейін арттыру бойынша жұмыс жүргізу қажеттілігі бар деген қорытынды жасауға болады.

Осыған байланысты, зерттеу барысында респонденттерге мемлекеттік қызметшілердің репутациясы мемлекеттік органдардың репутациясына қаншалықты әсер ететінін бағалау ұсынылды. Респонденттердің басым көпшілігі (сауалнамаға қатысқандардың 71,8%) «қатты әсер ететінін», 16% «орташа әсер ететінін» және шамамен 4% елеусіз немесе әлсіз әсер ететінін және тек 2% әсер етпейтінін атап өтті (5-сурет, 304 б.). Сауалнама деректерінің нәтижелері негізінде мемлекеттік қызметшілердің жоғары репутациясы, олардың мінез-құлқы, жұмысқа деген көзқарасы, жауапкершілігі мемлекеттік органдардың репутациясын айтарлықтай арттырады деп айтуға болады.



Сурет 4 – Мемлекеттік қызметшілердің репутациясын бағалау

Ескертпе: Авторлар жүргізілген социологиялық зерттеу негізінде құрастырған.



Сурет 5 – Мемлекеттік қызметшілердің репутациясының мемлекеттік аппараттың репутациясына әсері

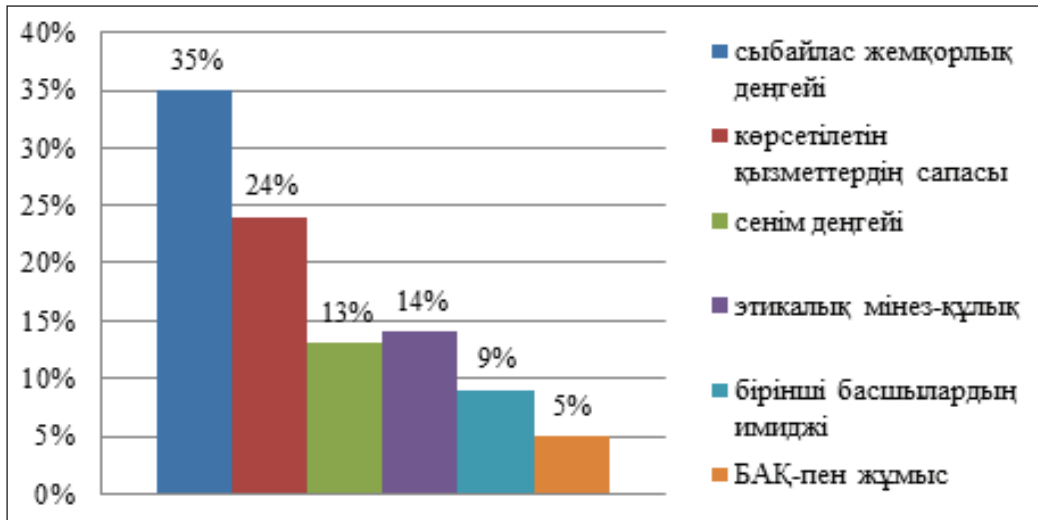
Ескертпе: Авторлар жүргізілген социологиялық зерттеу негізінде құрастырған.

Әлеуметтік сауалнама жүргізу шеңберінде респонденттерге: «келтірілген факторлардың қайсысы мемлекеттік қызметшілердің репутациясына барынша әсер етеді» деген сұраққа жауап беру ұсынылды. Респонденттердің 35%-ы сыбайлас жемқорлық деңгейі мемлекеттік қызметшілердің репутациясына барынша әсер ететінін, 24%-ы олар көрсететін қызметтердің сапасын, 13%-ы халықтың сенім деңгейін, 14%-ы мемлекеттік қызметшілердің әдепті сақтауын және респонденттердің тек 9%-ы бірінші басшылардың имиджін, респонденттердің 5%-ы мемлекеттік органдардың БАҚ-пен жұмысын атап өтті (6-сурет, 305 б.).

Осылайша, сыбайлас жемқорлық деңгейі мемлекеттік қызметшілердің репутациясына барынша әсер етеді, себебі ол қоғамдағы моральдық-саяси ахуалға теріс әсерін тигізіп, жүргізіліп жатқан саяси, экономикалық және әлеуметтік реформаларға қатысты халықтың теріс көзқарасын, мемлекеттік қызметшілерге деген халықтың көңілін қалдырып және тиісінше құрметтің жоғалуын туындатады. Бұл ретте ұсынылған басқа да факторлар мемлекеттік қызметшілердің репутациясын қалыптастыруда маңызды рөл атқарады.

Ең алдымен, мемлекеттік аппаратқа сауатты сала мамандары, белгілі бір саланың қалай жұмыс істейтіні туралы нақты түсінігі бар, олар жұмыс істейтін салада жақсы білімі мен тәжірибесі бар адамдар қажет. Егер адам, айталық, ауыл шаруашылығы мәселелерін

қадағалайтын мемлекеттік органда жұмыс істегісі келсе, онда ол, әрине, бұл саланы өте жақсы білуі керек. Саланың қалай жұмыс істейтінін білмей, заңдар, регламент, ережелер, даму стратегияларын жазу өте қауіпті.



Сурет 6 – Мемлекеттік қызметшілердің репутациясына әсер ететін факторлар

Ескертпе: Авторлар жүргізілген социологиялық зерттеу негізінде құрастырған.

Екіншісі – парасаттылық, адалдық, жауапкершілік, патриотизм, сыбайлас жемқорлыққа мүлдем төзбеушілік сияқты құндылықтар. Бұл құндылықтарды отбасында, өскен, оқыған және жұмыс істеген ортада сіңірген және оларды әріптестері арасында одан әрі дамытатын адамдар қажет.

Үшіншісі – жеке құзыреттер. Яғни, ұжым ішінде және одан тыс қарым-қатынас жасау, дұрыс көлденең және тік коммуникациялар құру, халықтың әртүрлі топтарымен және бизнеспен байланысу мүмкіндігі. Өзін-өзі дамыту дағдысының болуы маңызды – атап айтқанда оқу, жетіспейтін құзыреттерді дамыту. Өз ісінің кәсіби маманы бола тұра, мүдделі тараптармен сөйлесе алмаудың жарамсыздығы жақсы коммуникатор болып, салалық мәселелерді түсінбеумен тең.

Қорытынды

Жоғарыда айтылғандарды негізге ала отырып, мемлекеттік қызметшінің репутациясы деп стейкхолдерлердің мемлекеттік қызметшінің кәсіби және жеке қасиеттері және мемлекет туралы түсінігін қарастыруға болады. Бұл қасиеттер туа біткен және (немесе) бұрын қалыптасқан болуы мүмкін, сондай-ақ мемлекеттік қызметті өткеру процесінде, мысалы, нормативтік бекітілген және ғылыми негізделген әдістемелерге негізделген осы қасиеттерді бағалау нәтижесінде қалыптасуы мүмкін. Осылайша, қазіргі ғылымда «мемлекеттік қызметшінің репутациясы» ұғымын анықтаудың бірнеше негізгі бағыттары қалыптасты. Бұл тұжырымдама таза ғылыми құбылыс болып қана қоймай, бұдан әрі нормативтік-құқықтық құжаттарда бекітуді, оны анықтаудың жаңа және жалпы қабылданған тәсілдерді әзірлеуді қажет етеді.

Әлеуметтік сауалнама нәтижелері, ғылыми жарияланымдарға және саяси тәжірибеге жүргізілген талдау көрсеткендей, мемлекеттік аппараттың тұрақты оң репутациясын қамтамасыз етудің маңызды факторларының бірі – мемлекеттік қызметшілердің репутациясы болып табылады. Заманауи мемлекеттік аппараттың әлеуметтік мазмұн жүйесіндегі салыстырмалы түрдегі жаңа тұжырымдама нормативтік құжаттарда әлі бекітілген жоқ, бірақ ғылыми басылымдарда өте қарқынды талқылануда.

Социологиялық зерттеу нәтижелері көрсеткендей, мемлекеттік қызметшілердің сыбайлас жемқорлық деңгейі олардың репутациясына барынша әсер етеді, бұл нәтижесінде халықтың елде

жүргізіліп жатқан реформаларға теріс көзқарасына және тиісінше мемлекеттік қызметшілерге деген сенімін жоғалтуға әкеледі.

Зерттеушілер қалыптастырған әр түрлі түсіндірулердің болуына қарамастан, репутация ұзақ уақыт бойы құрылады және ерекше сипатқа ие деген жалпы түсінік қалыптасты. Мұндай қорытындыға репутация мәнін теориялық түсіндіруге сүйене отырып, келуге болады. Қорыта келе, репутация – бұл ұйымның өз қызметін жүзеге асыру саласындағы қасиеттері, артықшылықтары мен кемшіліктері туралы қоғамдық пікір.

Мемлекеттік қызметшілердің репутациясын сақтау арқылы мемлекеттік аппараттың репутациясын көтеру ұйымның әл-ауқатының маңызды алғышарты болып табылады, себебі оң репутация ұйымның өз қызметін ойдағыдай жүргізуге мүмкіндік беретін ерекше қасиеттері мен қабілеттеріне ие екендігінің дәлелі болып табылады.

Мемлекеттік сектордағы репутацияны басқарудың мақсаты мемлекеттік қызметке неғұрлым білікті кандидаттарды тарту болып табылады. Сонымен қатар, жақсы репутация ұйымның қызмет алушылары арасында оң көзқарас қалыптастырады және олардың ұйымға деген сенімін арттырады [29]. Жақсы репутацияға ие болу және оны уақыт өте басқара білу ұйымның бәсекеге қабілеттілігін арттыруға мүмкіндік береді [30].

ӘДЕБИЕТТЕР

1 Ел Президентінің Қазақстан халқына 1997 жылғы Жолдауы «Қазақстан-2030 Барлық Қазақстандықтардың өсіп-өркендеуі, қауіпсіздігі және әл-ауқатының артуы». URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K970002030_ (өтініш берілген күн: 14.12.2022)

2 Қазақстан Республикасының Президенті – Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына 2012 жылғы 14 желтоқсандағы Жолдауы «Қазақстан-2050 Стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты». URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1200002050> (өтініш берілген күн: 14.12.2022)

3 Қазақстан Республикасы Президентінің 2011 жылғы 21 шілдедегі № 119 Жарлығы «Қазақстан Республикасы мемлекеттік қызметі жаңа моделінің тұжырымдамасы туралы». URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1100000119> (өтініш берілген күн: 14.12.2022)

4 Қазақстан Республикасы Президентінің 2015 жылғы 20 мамырдағы бағдарламасы «100 нақты кадам». URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1500000100> (өтініш берілген күн: 14.12.2022)

5 Қазақстан Республикасы Президентінің 2021 жылғы 26 ақпандағы № 522 Жарлығы «Қазақстан Республикасында мемлекеттік басқаруды дамытудың 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы». URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U2100000522> (өтініш берілген күн: 14.12.2022)

6 Мингазова З. Деловая репутация государственного аппарата как института власти: политологический анализ: автореферат. – Казань: Башкирский государственный аграрный университет. – 2012. – С. 24. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197389625.pdf> (дата обращения: 14.12.2022)

7 Transparency international. Corruption perceptions index. URL: <https://www.transparency.org/en/cpi/2021/index/kaz> (date of access: 12.12.2022)

8 Қазақстан Республикасы Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл агенттігі. Сыбайлас жемқорлықты қабылдау индексіне Қазақстан алғаш рет 38 балл жинап, 19 орынға көтерілді. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/anticorruption/press/news/details/153783?lang=kk> (өтініш берілген күн: 14.12.2022)

9 Сатыбалдин А., Халитова М. Анализ основных антикоррупционных институтов и выявление их сильных и слабых сторон // Вестник университета «Туран». – 2021. – № 4. – С. 153–160.

10 Власть. Казахстан ухудшил свои позиции в Индексе восприятия коррупции Transparency International. URL: <https://vlast.kz/novosti/48379-kazahstan-uhudsil-svoi-pozicii-v-indekse-vospriatia-korrupcii-transparency-international.html> (дата обращения: 10.12.2022)

11 Carpenter D., Krause G. Reputation and Public Administration // Public Administration Review. 2012, no. 72, pp. 26–32. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2011.02506.x> (date of access: 12.12.2022)

12 Demortain D. Reputation and Power: Organizational Image and Pharmaceutical Regulation at the FDA. By Daniel Carpenter, Governance. 2012, no. 25, pp. 347–349. URL: https://www.researchgate.net/publication/261108020_Reputation_and_Power_Organizational_Image_and_Pharmaceutical_Regulation_at_the_FDA_-_By_Daniel_Carpenter (date of access: 07.12.2022)

13 Capelos T., Provost C., Parouti M., Barnett J., Chenoweth J., Fife-Schaw C., Kelay T. Ingredients of Institutional Reputations and Citizen Engagement with Regulators, Regulation and Governance. 2016, no. 10(4), pp. 350–367. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/rego.12097> (date of access: 01.12.2022)

- 14 Christensen T., Lægread P. The Coronavirus Crisis – Crisis Communication, Meaning-Making, and Reputation Management, *International Public Management Journal*. 2020, no. 23(5), pp. 713–729. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10967494.2020.1812455> (date of access: 05.12.2022)
- 15 Etienne J. The Politics of Detection in Business Regulation // *Journal of Public Administration Research and Theory*. 2015, no. 25(1), pp. 257–284. URL: <https://academic.oup.com/jpart/article/25/1/257/888658> (date of access: 05.12.2022)
- 16 Maor M., Gilad S., Bloom P. Organizational Reputation, Regulatory Talk, and Strategic Silence // *Journal of Public Administration Research and Theory*. 2013, no. 23(3), pp. 581–608. URL: <https://academic.oup.com/jpart/article/23/3/581/948824> (date of access: 05.12.2022)
- 17 Садуллаева А. Определение понятий бренда и бренда города // *Вестник университета «Туран»*. – 2020. – № 4. – С. 214–218.
- 18 Bokayev B., Nauryzbek M., Baktiyarova G., Balmanova A. The Voice of Social and Mass Media in Transforming Political Appointees' Reputations: Cases from Kazakhstan, *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*. 2022, no. 27(2), pp. 1–20. URL: https://innovation.cc/scholarly-style/2022_27_2_1_bokayev_social-media-kazakhstan.pdf (accessed: 05.12.2022)
- 19 Дулясова М., Ханнанова Т. Социальная защита работника: жизнь, здоровье, деловая репутация. Учебное пособие. – Москва: Экономика, 2008. – С. 399.
- 20 Porter M. *Competitive Strategy*. New York: Free Press. 1980, p. 75.
- 21 Fombrun C., Shanley M. What's in a name? Reputation building and corporate strategy // *The Academy of Management Journal*. 1990, no. 33(2), pp. 233–258. URL: <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/256324> (accessed: 08.12.2022)
- 22 Fine G. *Difficult reputations: Collective memory of the evil, inept, and controversial* // Chicago: The University of Chicago Press. 2001, p. 264.
- 23 Шарков Ф. *Основы теории коммуникации. Учебное пособие*. – Москва: Социальные отношения, 2003. – С. 246.
- 24 Гареева Ф. *Государственный аппарат российского государства: возникновение, становление, перспективы развития (историко-правовое исследование) / Автореферат диссертации кандидата юридических наук*. – Казань: Казанский ГУ, 2003. – С. 28.
- 25 Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 23 қарашадағы № 416-V Заңы «Қазақстан Республикасының мемлекеттік қызметі туралы». URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1500000416> (өтініш берілген күн: 08.12.2022)
- 26 Атаманчук Г. *Теория государственного управления: курс лекций*. – Москва: Омега-Л, 2006. – С. 301.
- 27 Қазақстан Республикасы Президентінің 2015 жылғы 29 желтоқсандағы № 153 Жарлығы «Қазақстан Республикасы мемлекеттік қызметшілерінің әдептілік нормаларын және мінез-құлық қағидаларын одан әрі жетілдіру жөніндегі шаралар туралы». URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1500000153> (өтініш берілген күн: 08.12.2022)
- 28 *Promoting Performance and Professionalism in the Public Service* // OECD. Sigma Papers № 21. 1997. URL: www.oecd-ilibrary.org/promoting-performance-and-professionalism-in-the-public-service_5kml615rm5mv.pdf?itemId=%2Fcontent%2Fpaper%2F5kml615rm5mv-en&mimeType=pdf (date of access: 08.12.2022)
- 29 Brønn C., Brønn P. Reputation and Organizational Efficiency: A Data Envelopment Analysis Study, *Corporate Reputation Review*. 2005, no. 8, pp. 45–58. URL: <https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.crr.1540238> (accessed: 02.12.2022)
- 30 Fombrun C., van Riel C. *Fame and fortune: how successful companies build winning reputations*. New Jersey: FT Prentice Hall. 2004, p. 265.

REFERENCES

- 1 El Prezidentiniñ Qazaqstan halqyna 1997 jylǵy Joldaıy «Qazaqstan-2030 Barlyq Qazaqstandyqtardyñ ösıp-örkendeui, qaıpsızdıǵı jáne äl-auqatynyñ artuy». URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K970002030> (ötınısh berilgen kün: 14.12.2022). (In Kazakh).
- 2 Qazaqstan Respublikasynyñ Prezidenti – Elbasy N.Ä. Nazarbaevtyñ Qazaqstan halqyna 2012 jylǵy 14 jeltoqsandaǵy Joldaıy «Qazaqstan-2050 Strategiasy qalyptasqan memlekettñ jaña saıası baǵyty». URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1200002050> (ötınısh berilgen kün: 14.12.2022). (In Kazakh).
- 3 Qazaqstan Respublikasy Prezidentiniñ 2011 jylǵy 21 şildedegi No. 119 Jarlyǵy «Qazaqstan Respublikasy memlekettik kyzmeti jaña modeliniñ tüjyrymdamasy turaly». URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1100000119> (ötınısh berilgen kün: 14.12.2022). (In Kazakh).

- 4 Qazaqstan Respublikasy Prezidentiniñ 2015 jylǵy 20 mamyrdaǵy baǵdarlamasy «100 naqty qadam». URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1500000100> (ötiniş berilgen kün: 14.12.2022). (In Kazakh).
- 5 Qazaqstan Respublikasy Prezidentiniñ 2021 jylǵy 26 aqpanndaǵy No. 522 Jarlyǵy «Qazaqstan Respublikasynda memlekettik basqarudy damytudyñ 2030 jylǵa deingı tūjyrymdamasyn bekitu turaly». URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U2100000522> (ötiniş berilgen kün: 14.12.2022). (In Kazakh).
- 6 Mingazova Z. (2012) Delovaja reputacija gosudarstvennogo apparata kak instituta vlasti: politologičeskij analiz: avtoreferat. – Kazan': Bashkirskij gosudarstvennyj agrarnyj universitet. P. 24. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197389625.pdf> (data obrashhenija: 14.12.2022). (In Russian).
- 7 Transparency international. Corruption perceptions index. URL: <https://www.transparency.org/en/cpi/2021/index/kaz> (date of access: 12.12.2022). (In English).
- 8 Qazaqstan Respublikasy Sybailas jemqorlyqqa qarsy is-qimyl agenttiǵı. Sybailas jemqorlyqqa qabyldau indeksinde Qazaqstan alǵaş ret 38 bal jinap, 19 orynǵa köterildi. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/anticorruption/press/news/details/153783?lang=kk> (ötiniş berilgen kün: 14.12.2022). (In Kazakh).
- 9 Catybaldin A., Halitova M. (2021) Analiz osnovnyh antikorrupcionnyh institutov i vyjavlenie ih sil'nyh i slabyh storon // Vestnik universiteta «Turan». No. 4. P. 153–160. (In Russian).
- 10 Vlast'. Kazahstan uhudshil svoi pozicii v Indekse vospriyatija korrupcii Transparency International. URL: <https://vlast.kz/novosti/48379-kazahstan-uhudshil-svoi-pozicii-v-indekse-vospriatia-korrupcii-transparency-international.html> (data obrashhenija: 10.12.2022). (In Russian).
- 11 Carpenter D., Krause G. (2012) Reputation and Public Administration // Public Administration Review, no. 72, pp. 26–32. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2011.02506.x> (date of access: 12.12.2022). (In English).
- 12 Demortain D. (2012) Reputation and Power: Organizational Image and Pharmaceutical Regulation at the FDA. By Daniel Carpenter, Governance, no. 25, pp. 347–349. URL: https://www.researchgate.net/publication/261108020_Reputation_and_Power_Organizational_Image_and_Pharmaceutical_Regulation_at_the_FDA_-_By_Daniel_Carpenter (date of access: 07.12.2022). (In English).
- 13 Capelos T., Provost C., Parouti M., Barnett J., Chenoweth J., Fife-Schaw C., Kelay T. (2016) Ingredients of Institutional Reputations and Citizen Engagement with Regulators, Regulation and Governance, no. 10(4), pp. 350–367. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/rego.12097> (date of access: 01.12.2022). (In English).
- 14 Christensen T., Læg Reid P. (2020) The Coronavirus Crisis – Crisis Communication, Meaning-Making, and Reputation Management, International Public Management Journal, no. 23(5), pp. 713–729. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10967494.2020.1812455> (date of access: 05.12.2022). (In English).
- 15 Etienne J. (2015) The Politics of Detection in Business Regulation // Journal of Public Administration Research and Theory, no. 25(1), pp. 257–284. URL: <https://academic.oup.com/jpart/article/25/1/257/888658> (date of access: 05.12.2022). (In English).
- 16 Maor M., Gilad S., Bloom P. (2013) Organizational Reputation, Regulatory Talk, and Strategic Silence // Journal of Public Administration Research and Theory, no. 23(3), pp. 581–608. URL: <https://academic.oup.com/jpart/article/23/3/581/948824> (date of access: 05.12.2022). (In English).
- 17 Sadullaeva A. (2020) Opredelenie ponjatij brenda i brenda goroda // Vestnik universiteta «Turan». No. 4. – P. 214–218. (In Russian).
- 18 Bokayev B., Nauryzbek M., Baktiyarova G., Balmanova A. (2022) The Voice of Social and Mass Media in Transforming Political Appointees' Reputations: Cases from Kazakhstan, The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal, no. 27(2), pp. 1–20. URL: https://innovation.cc/scholarly-style/2022_27_2_1_bokayev_social-media-kazakhstan.pdf (accessed: 05.12.2022). (In English).
- 19 Duljasova M., Hannanova T. (2008) Social'naja zashhita rabotnika: zhizn', zdorov'e, delovaja reputacija. Uchebnoe posobie. – Moskva: Jekonomika. P. 399. (In Russian).
- 20 Porter M. (1980) Competitive Strategy. New York: Free Press, p. 75. (In English).
- 21 Fombrun C., Shanley M. (1990) What's in a name? Reputation building and corporate strategy // The Academy of Management Journal, no. 33(2), pp. 233–258. URL: <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/256324> (accessed: 08.12.2022). (In English).
- 22 Fine G. (2001) Difficult reputations: Collective memory of the evil, inept, and controversial // Chicago: The University of Chicago Press, p. 264. (In English).
- 23 Sharkov F. (2003) Osnovy teorii kommunikacii. Uchebnoe posobie. Moskva: Social'nye otnoshenija. P. 246. (In Russian).
- 24 Gareeva F. (2003) Gosudarstvennyj apparat rossijskogo gosudarstva: vznikovenie, stanovlenie, perspektivy razvitija (istoriko-pravovoe issledovanie) / Avtoreferat dissertacii kandidata juridicheskikh nauk. Kazan': Kazanskij GU. P. 28. (In Russian).
- 25 Qazaqstan Respublikasynyñ 2015 jylǵy 23 qaraşadaǵy No. 416-V Zañy «Qazaqstan Respublikasynyñ memlekettik qyzmeti turaly». URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1500000416> (ötiniş berilgen kün: 08.12.2022). (In Kazakh).

26 Atamanchuk G. (2006) Teorija gosudarstvennogo upravljenija: kurs lekcij. Moskva: Omega-L. P. 301. (In Russian).

27 Qazaqstan Respublikasy Prezidentiniñ 2015 jylǵy 29 jeltoqsandaǵy No. 153 Jarlyǵy «Qazaqstan Respublikasy memlekettik qyzmetshilerinıñ ádeptilik normalaryn jáne minez-qılıq qaǵıdalaryn odan ári jetildiru jónindeǵı şaralar turaly». URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1500000153> (ötiniş berilgen kün: 08.12.2022). (In Kazakh).

28 Promoting Performance and Professionalism in the Public Service // OECD. Sigma Papers No. 21. 1997. URL: www.oecd-ilibrary.org/promoting-performance-and-professionalism-in-the-public-service_5kml615rm5mv.pdf?itemId=%2Fcontent%2Fpaper%2F5kml615rm5mv-en&mimeType=pdf (date of access: 08.12.2022). (In English).

29 Brønn C., Brønn P. (2005) Reputation and Organizational Efficiency: A Data Envelopment Analysis Study, Corporate Reputation Review, no. 8, pp. 45–58. URL: <https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.crr.1540238> (accessed: 02.12.2022). (In English).

30 Fombrun C., van Riel C. (2004) Fame and fortune: how successful companies build winning reputations. New Jersey: FT Prentice Hall, p. 265. (In English).

С.С. АЮБАЕВА,*¹

докторант.

*e-mail: s.ayubayeva@apa.kz

ORCID ID: 0000-0002-3441-7301

Л.И. КУСАИНОВА,¹

к.э.н., профессор.

e-mail: l.kussainova@apa.kz

ORCID ID: 0000-0003-4973-8703

А.А. ТЫНЫШБАЕВА,¹

к.п.с.н., д.соц. н., профессор.

e-mail: a.tynyshbayeva@apa.kz

ORCID ID: 0000-0002-6209-727X

¹Академия государственного управления
при Президенте Республики Казахстан,
г. Астана, Казахстан

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ РЕПУТАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО АППАРАТА

Аннотация

Государственные служащие являются основным социальным звеном государственного управления, исполняя нормативные требования ведомства, которые должны основываться на волеизъявлении высшего руководства страны, интересах и потребностях населения. Деятельность государственных служащих также входит в регулирование общественной жизни, в этой связи выполнение государственных обязанностей предъявляет к каждому государственному служащему строгие требования, которые необходимо выполнять для обеспечения хорошей репутации всего государственного управления. В данной статье описываются базовые подходы к пониманию феномена «организационная репутация». Также в статье рассматриваются основные факторы, влияющие на репутацию государственных служащих. Целью статьи является определение роли государственных служащих в формировании организационной репутации государственного аппарата. Методом социологического опроса определена текущая репутация государственного аппарата и государственных служащих Республики Казахстан. Проведенное социологическое исследование выявило влияние репутации государственных служащих на репутацию всего государственного аппарата. Формирование положительной репутации государственного аппарата через поддержание репутации государственных служащих является неотъемлемой частью развития государственного аппарата, поскольку положительная репутация является свидетельством того, что организация обладает уникальными качествами и способностями, позволяющими ей успешно вести свою деятельность.

Ключевые слова: репутация, имидж, государственный аппарат, государственный служащий, кадровая политика.

S.S. AYUBAYEVA,*¹

PhD student.

*e-mail: s.ayubayeva@apa.kz

ORCID ID: 0000-0002-3441-7301

L.I. KUSSAINOVA,¹

c.e.s., professor.

e-mail: l.kussainova@apa.kz

ORCID ID: 0000-0003-4973-8703

A.A. TYNYSHBAYEVA,¹

c.ps.s, d.s.s, professor.

e-mail: a.tynyshbayeva@apa.kz

ORCID ID: 0000-0002-6209-727X

¹Academy of Public Administration under
the President of the Republic of Kazakhstan,
Astana, Kazakhstan

ROLE OF CIVIL SERVANTS IN THE PROCESS OF FORMING THE IMAGE OF THE STATE APPARATUS

Abstract

Civil servants are the main social link of public administration, fulfilling the regulatory requirements of the department, which should be based on the will of the country's top leadership, the interests and needs of the population. The activities of civil servants are also included in the regulation of public life, in this regard, the performance of public duties imposes strict requirements on each civil servant, which must be fulfilled to ensure the good reputation of the entire public administration. This article describes the basic approaches to understanding the phenomenon of "organizational reputation". The article also discusses the main factors affecting the reputation of civil servants. The purpose of the article is to determine the role of civil servants in the formation of the organizational reputation of the state apparatus. The current reputation of the state apparatus and civil servants of the Republic of Kazakhstan was determined by the method of a sociological survey. The conducted sociological research revealed the influence of the reputation of civil servants on the reputation of the entire state apparatus. The formation of a positive reputation of the state apparatus through the maintenance of the reputation of civil servants is an integral part of the development of the state apparatus, since a positive reputation is evidence that an organization has unique qualities and abilities that allow it to successfully conduct its activities.

Key words: reputation, image, state apparatus, civil servant, personnel policy.