

ВОСПРИЯТИЕ ОПЛАТЫ ТРУДА ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНИЧЕСКИМИ РАБОТНИКАМИ ПРОЕКТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ БЕЛАРУСИ

Деятельность проектных организаций формирует стартовые условия для последующих этапов строительства, гарантирует успешное возведение объектов, во многом определяет инновационные процессы в строительной отрасли. При этом постоянно необходимо заниматься пополнением кадров с инженерно-технической подготовкой, ИТР, их закреплением в проектных организациях. Эти процессы связаны с необходимостью разработки комплекса мероприятий по адаптации сотрудников к условиям данной организации.

Мера успешности процесса трудовой адаптации определяется в авторском исследовании состоянием адаптированности, которое эмпирически интерпретируется рядом составляющих компонентов: профессиональной и социально-психологической адаптацией, удовлетворенностью трудом, потенциальной текучестью кадров, исследованием восприятия оплаты труда и системы социальных гарантий работниками проектных организаций. Цель данной статьи состоит в представлении восприятия оплаты труда инженерно-техническими работниками проектных организаций г. Гродно. Автор опирается на результаты собственного социологического исследования, проведенного в 2008—2009 гг. Опрошено 204 ИТР. 62,2 % выборки составляет молодежь в возрасте до 30 лет и 37,8 % — это ИТР от 31 до 65 лет. Менее года работают в данной организации 13,7 % ИТР, 36,3 % — от одного до двух лет, от трех до пяти лет заняты 42,2 % респондентов, более 5 лет — 7,8 %.

Подходы по урегулированию и стимулированию заработной платы в проектном деле были подняты на совещании по вопросам работы проектных организаций у Премьер-министра Республики Беларусь С.С. Сидорского, которое прошло в РУП «БелНИИПрогростроительства» 4 сентября 2008 г. Министр архитектуры и строительства А.И. Селезнёв отметил, что проектные организации загружены всевозрастающим объемом работ, который опережает рост численности работников и заработной платы. Действующая система оплаты труда не способствует сокращению сроков проектирования, поскольку в этом случае уменьшается фонд оплаты труда: если объект проектируется десять месяцев, то фонд составляет 70 млн р.; если же удастся сократить срок на пять месяцев, то он уменьшается до 35 млн р. Можно было бы стимулировать работников из прибыли, но в 2008 г. вся она направлялась в бюджет — в Фонд национального развития [1]. Премьер-министр С.С. Сидорский отметил, что «сумма, которая остается сверх затрат проектной организации, принадлежит государству как собственнику субъекта хозяйствования. Если руководитель института считает, что ему нужно больше, пожалуй-

ста, пусть обращается в Фонд национального развития, и ему будут выделены средства под конкретную программу развития» [1]. На вопрос же министра архитектуры и строительства А.И. Селезнёва: «Как быть с заработной платой — как возместить ее сумму в случае опережения сроков разработки?», заместитель министра труда и социальной защиты М.А. Щеткина дала следующий ответ: «Подготовлен проект постановления Совета Министров, где вся тарифная часть зарплаты относится на себестоимость. Можно регулировать зарплату увеличением тарифной ставки первого разряда, которую разрешено поднимать до 270 тыс. р. Но ни один проектный институт этим не пользуется в полной мере. Мы взяли имеющуюся базу и просчитали, сколько может заработать в месяц инженер-проектировщик, получилось 6,2 млн р.» [1]. Отметим, что это очень высокие и лишь потенциальные цифры заработной платы проектировщиков.

В какой же мере такой элемент производственной ситуации, как заработная плата, преобразуется в мощный адаптационный механизм? Многое зависит от того, как сами работники воспринимают оплату труда. Так, немецкий социолог Р. Штольберг отмечает некоторые особенности мотива материального вознаграждения для работников: 1) мотив материального вознаграждения не имеет степени насыщения в отличие от других мотивов [2, с. 84]; 2) заработная плата — фактор, который легко поддается количественной оценке, и работник пользуется им для оценки рабочего места [2, с. 84]; 3) заработная плата часто воспринимается как «символ статуса», т.е. работник судит по зарплате, как оценивается его деятельность и его значение для общества [2, с. 85].

Итак, восприятие оплаты труда — субъективное отображение в сознании работника уровня заработной платы, его справедливости по отношению к затраченным усилиям и вознаграждению других за аналогичную работу.

Каким образом сами работники оценивают соответствие собственной заработной платы своим трудовым достижениям, т.е. считают ли они справедливой оплату труда? Так, считают ее полностью соответствующей своим трудовым достижениям 54,9 % респондентов, лишь частично — 40,2 %, 3,4 % считают, что не соответствует, не ответили 1,5 % опрошенных ИТР. Что касается оценки респондентами соответствия зарплаты работников предприятия их трудовым достижениям, то 58,8 % респондентов отметили, что зарплата справедлива, тогда как 36,3 % считают, что она не соответствует трудовым достижениям, 4,9 % ИТР не дали ответ.

В целом оплатой труда полностью довольны 13,2 % респондентов, 55,9 % скорее удовлетворены, 17,2 % ИТР скорее не удовлетворены, 6,4 % опрошенных полностью недовольны оплатой труда, а 7,3 % затруднились ответить.

Анализ состояния восприятия оплаты труда в социологических исследованиях дает возможность обосновать меры по усилению позитив-

ного влияния зарплаты на мотивацию трудового поведения и результаты труда.

Литература

1. *Надеждин, В.* Пора вспомнить о проектировщиках / В. Надеждин // Директор: журнал для руководителей [Электронный ресурс]. — 2008. — Окт. — Режим доступа: <http://www.director.by/cgi-bin/article.cgi?date=2008/10/30&name=23>.

2. *Штольберг, Р.* Социология труда / Р. Штольберг. — М., 1982. — 248 с.

О.Г. Черненко

Белорусский государственный экономический университет (Минск)

ПРЕДПОСЫЛКИ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Транзитивный характер экономических процессов при переходе к рыночной экономике объективно предопределяет необходимость формирования и постоянной модернизации механизмов согласования стратегических целей государства и бизнеса.

Один из путей повышения качества жизни населения и обеспечения устойчивого развития, по мнению ряда исследователей, кроется в институциональной ориентации систем управления в противовес стихийной рыночной регуляции экономических процессов и порождаемых ими изменений социальных взаимодействий. Современная экономическая действительность такова, что развитие экономических систем, основанных на рыночном обмене, происходит наряду с глобальным процессом социальной персонификации.

Маркетинг сегодня понимается как выражение ориентированного на рынок управленческого стиля мышления, для которого характерны творческие, систематические и нередко агрессивные подходы. Необходимо не только реагировать на развитие обстановки, регистрировать параметры окружающей среды, следует стремиться самому изменять эти параметры.

Институциональная концепция маркетинга исходит из предположения, что рынок представляет собой сферу, в которой проявляется коллективная деятельность социальных групп и организаций. В этой связи теория рынка и маркетинга предполагает анализ поведения социальных групп, государств, различных организаций как коммерческого, так и некоммерческого характера.

Институциональный маркетинг подразумевает учет мнений всех заинтересованных сторон, применение системной интеграции в реше-