

**СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ТОВАРОВ ИНТЕНСИВНОГО ОБНОВЛЕНИЯ  
КАК ОБЪЕКТ НАУЧНОГО АНАЛИЗА****Т.В. Сергиевич**

Белорусский национальный технический университет, serhiyevich@gmail.com

Термин «стимулирование» происходит от слова «стимул» (от лат. «stimulus»), которое первоначально использовалось в значении «остроконечная палка, которой погоняли животных» [1]. В толковом словаре стимул определяется как «побудительная причина, толчок; заинтересованность в совершении чего–н.» [2]. В научном исследовании стимулирования в случае отождествления стимула и побудительной причины, стимула и заинтересованности происходит упрощение исследуемого объекта, что, в частности, может привести к получению излишне идеализированных выводов.

В самом общем плане под стимулами понимаются «внешние обстоятельства, воздействующие на поведение человека» [3, с. 297]. Целью использования стимулов в управлении производством товаров интенсивного обновления является повышение заинтересованности работников в трудовой активности. Поясним, что товары интенсивного обновления – это товары, изначально предназначенные для такого потребления, при котором их замена происходит задолго до момента их полного физического износа или физический износ происходит очень быстро по причине агрессивной технологической среды, для эксплуатации в которой они предназначены [4, с. 278]. Обратившись к научной экономической литературе, можно найти более развернутые определения и описание сущности стимулов, как, например, «совокупность внешних относительно субъекта обстоятельств, побуждающих человека определить направленность поведения (*осознать свои экономические интересы — Т. С.*), показывая преимущества и недостатки, которые могут возникнуть в результате» [5, с. 153]. Автор прямо указывает на направленность стимулов — повышение заинтересованности субъектов в определенном трудовом поведении. Об этой же характеристике говорит и В. М. Шепель, определяя стимул как «внешнее воздействие, которое обостряет в сознании человека какие–то значимые для него потребности и интересы» [6, с. 127].

Обратимся к толковому словарю русского языка для выяснения сущности понятия «заинтересованность». Согласно словарю В. И. Даля, «заинтересовывать кого–либо» — значит «занять, привлечь внимание», «заинтересовываться» — «заняться, принять участие» [7, с. 961]. В словаре С. И. Ожегова содержится следующее определение: «заинтересовываться» — «проявить, почувствовать интерес к кому–чему–н.» [2]. Заинтересованность и интерес — тесно связанные, но не тождественные экономические категории. Заинтересованность представляет собой осознанный экономический интерес. В литературе по этому поводу отмечается, что «правильность осознания работниками и производственными коллективами объективных экономических интересов имеет

большое значение для активизации их деятельности, для обеспечения ее направленности в нужное для общества русло, для наиболее полной реализации экономических интересов как движущих импульсов развития общественного производства» [8, с. 22].

Экономическое моделирование является особым видом экономических межсубъектных отношений. С. Ю. Солодовников подчеркивает, что «при достаточно глубоком рассмотрении любого экономического отношения в основе его всегда обнаруживается социальный обмен деятельностью. Прогресс человеческого общества неразрывно связан с оптимизацией этого обмена, критерием которого выступает снижение транзакционных издержек» [9, с. 5]. В основе любого социального обмена деятельностью лежит интерес, поэтому важным элементом системы экономического стимулирования является субъект и объект стимулирования. Субъектами экономического стимулирования могут выступать государство, отраслевые органы управления, руководство предприятия и т.д. Объектами стимулирования являются отрасль, предприятие, руководство предприятия, трудовой коллектив, работник и т.д. Цель стимулирования, как правило, заключается в развитии производственной системы, т.е. в таком качественном изменении системы, которое позволяет говорить о том, что она прогрессирует.

Любая производственная система состоит из двух важнейших составляющих — структура системы и ее элементы. Для того чтобы система развивалась, управление должно быть направлено на совершенствование как связей и отношений, т.е. структуры производственной системы, так и самих элементов системы, т.е. на повышение трудового потенциала предприятия. Технико-технологическая структура производства меняется под влиянием новых технологий, принципов производства, которые также меняются людьми, обладающими вполне определенными интересами. Любая производственная задача может быть реализована только благодаря труду человека, обладающего набором компетенций и мотивацией. Структура производственной системы может развиваться только под воздействием человеческого фактора. Таким образом, любое изменение производственной системы – как развитие ее человеческого потенциала, так и прогресс технико-технологической структуры – зависит от компетенций и мотивации людей, эту систему образующих. Поэтому стимулирование производства товаров интенсивного обновления в конечном счете направлено на трудовую активность людей. Человеческие ресурсы при этом могут выступать как основная движущая сила развития системы, так и ограничительный фактор, когда, например, существует недостаток компетенций или не найдена точка пересечения их интересов с интересами субъектов стимулирования. Противоречие экономических интересов проистекает «главным образом из возможности одними социальными группами присваивать себе труд других» [10, с. 35], поэтому поиск баланса интересов сам по себе является архисложной задачей.

Стимулирование направлено на создание таких условий, в которых работники, реализуя свои экономические интересы, действовали бы в интересах субъекта стимулирования. Взаимосвязь экономических интересов работников и конечных производственных результатов, а также осознание ими своих интересов повышается через применение различных форм экономического стимулирования. Установление взаимосвязи между реализацией экономических интересов субъектов производственной системы и конечными производственными результатами в целях повышения их трудовой активности является компонентом системы экономического стимулирования.

Таким образом, стимулирование производства товаров интенсивного обновления можно определить как систему организации экономических отношений по поводу предоставления или обещания предоставления работнику благ, обеспечивающих удовлетворение его потребностей, за прилагаемый труд с целью развития систем производства товаров интенсивного обновления. Важнейшими задачами экономического стимулирования являются: создание или адаптация персонализированной системы показателей, позволяющей оценить результаты труда; установление взаимосвязей между достижением работниками этих показателей и вознаграждением; осознание работниками этих взаимосвязей и рост трудовой мотивации на этой основе.

#### **Список использованных источников:**

1. Толковый словарь иностранных слов Л. П. Крысина. – М: Русский язык, 1998. – 847 с.
2. Словарь Ожегова. Толковый словарь русского языка. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ozhegov.com>. – Дата доступа: 15.03.2017.
3. Веснин, В. Р. Основы менеджмента: Учеб. пособие / В. Р. Веснин. — М. : «ГНОМ-пресс», 1999. — 440 с.
4. Сергиевич, Т. В. Мода как фактор интенсивного обновления товаров / Т. В. Сергиевич // Российская экономика: взгляд в будущее. Материалы III международной научно-практической конференции (заочной).

– 2017. – С. 275–282.

5. Половинко, В. С. Управление персоналом: системный подход и его реализация / В. С. Половинко и др.; под науч. ред. Ю. Г. Одегова. — М.: Информ–знание, 2002. — 484 с.

6. Шепель, В. М. Управленческая психология / В. М. Шепель. — М. : Экономика, 1984. — 248 с.

7. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: современное написание. В 4 т. Т. 1 : А–З / В. И. Даль. – М.: АСТ: Астрель: Транзиткнига, 2006. – XXVI, 1158 с.

8. Клецкий, В. И. Материальное стимулирование производственных коллективов в промышленности / Ред. О. Н. Пашкевич. – Мн. : Наука и техника, 1976. – 280 с.

9. Солодовников, С. Ю. Перспективы и механизмы развития и капитализации социального потенциала Республики Беларусь / С. Ю. Солодовников // Экономическая наука сегодня. – 2013. – Вып. 1. – С. 5–33.

10. Солодовников, С. Ю. Категория «социальный класс» в контексте политико–экономического наследия П. А. Сорокина и Л. Н. Гумилева / С. Ю. Солодовников // Экономическая наука сегодня. – 2014. – Вып. 2. – С. 24–50.