

# Экономическое стимулирование производства товаров интенсивного обновления: теоретико-методологические основы

Сергиевич Т.В.

*Учреждение образования «Белорусский национальный технический университет»*

Статья посвящена исследованию сущности экономического стимулирования производства товаров интенсивного обновления. Новые условия хозяйствования, внешние шоки в экономике влекут за собой нарушение финансово-экономической стабильности развития этих предприятий в Республике Беларусь, что обуславливает актуальность темы исследования.

Цель статьи – раскрыть теоретико-методологические основы экономического стимулирования производства товаров интенсивного обновления.

**Материал и методы.** Материалом для написания статьи послужили труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов, данные отчетов НИР, выполняемые автором, энциклопедические издания. В рамках исследования применялись общенаучные методы (анализ, синтез, единство исторического и логического), системный подход.

**Результаты и их обсуждение.** Выделено два подхода к пониманию сущности экономического стимулирования. Проведен анализ существующих в экономической науке точек зрения относительно содержания экономического стимулирования. Уточнено понятие экономического стимулирования на уровне предприятия. Доказано, что деятельность по сдерживанию, ограничению и запрещению определенного трудового поведения не противоречит экономической сущности стимулов. Раскрыта сущность товаров интенсивного обновления и показана специфика экономического стимулирования их производства. Описаны угрозы развития производства товаров интенсивного обновления. Показано, что условием перехода предприятий по производству этих товаров к интенсивному пути развития являются наличие организационно-управленческих инноваций и расширенное воспроизводство человеческого капитала, на что направлено совершенствование системы экономического стимулирования.

**Заключение.** На основе проведенного исследования сформулированы определения экономического стимулирования на уровне предприятия, товаров интенсивного обновления, получены выводы о специфике экономического стимулирования производства товаров интенсивного обновления.

**Ключевые слова:** экономическое стимулирование, трудовая мотивация, экономический рост, легкая промышленность, товары интенсивного обновления, модернизация.

# Economic Incentives for the Production of Goods of Intensive Renewal: Theoretical and Methodological Bases

Serhiyevich T.V.

*Educational Establishment "Belarusian National Technical University"*

The article centers round the study of the essence of economic incentives of the production of goods of intensive renewal. New economic conditions, external shocks in the economy entail a breach of the financial and economic stability of the development of these enterprises in the Republic of Belarus, which determines the relevance of the research topic.

The purpose of the article is to disclose the theoretical and methodological bases of economic incentives for the production of goods of intensive renewal.

**Material and methods.** The material for writing the article was the works of domestic and foreign economists, data of research reports carried out by the author, encyclopedias. In the research general scientific methods (analysis, synthesis, historical and logical unity), a systematic approach were used.

**Findings and their discussion.** Two approaches in understanding the concept of economic incentives are singled out. Existing in economics points of view concerning the content of economic incentives were analyzed. The concept of economic incentives on the level of the enterprise is specified. It's been proved that the activity towards inhibition, limitation and prohibition of certain labor behavior does not contradict the economic nature of the incentives. The essence of the goods of intensive renewal is revealed and the specificity of the economic stimulation of their production is shown. The threats of the development of the production of goods of intensive renewal are described. It is shown that the condition for the transition of enterprises for the production of these goods to an intensive development path is the presence of organizational and managerial innovations and expanded reproduction of human capital, which is aimed at improving the system of economic incentives.

**Conclusion.** On the basis of the conducted research, the definition of economic incentives at the enterprise level and the products of intensive renewal were formulated, conclusions on the specifics of the economic stimulation of the production of intensive renewal goods are made.

**Key words:** economic incentives, labor motivation, economic growth, light industry, goods of intensive renewal, modernization.

Сегодня производство товаров интенсивного обновления в Республике Беларусь испытывает трудности, проявляющиеся в финансово-экономической нестабильности предприятий и в наличии существенных диспропорций в развитии данного вида экономической деятельности. При этом, как показывает практика, даже наличие мощной государственной поддержки, нового технологического оборудования и серьезного опыта хозяйствования в современных условиях изменчивой внешней среды не гарантируют хозяйствующим субъектам достижения поставленных целей развития. Финансовая поддержка и технико-технологические инновации сами по себе не могут в полной мере обеспечить расширенное воспроизводство капитала предприятия. В литературе по этому поводу отмечается: «Сегодня стало очевидным, что инновационное развитие белорусской экономики возможно лишь на основе более рационального использования трудовых ресурсов» [1, с. 2]. Необходимыми составляющими перехода к интенсивному пути развития предприятий по производству товаров интенсивного обновления являются внедрение организационно-управленческих инноваций и расширенное воспроизводство человеческого капитала. Все это наряду с очевидным наличием резервов роста данного вида экономической деятельности обуславливает актуальность исследования экономического стимулирования производства товаров интенсивного обновления.

Цель статьи – раскрыть теоретико-методологические основы экономического стимулирования производства товаров интенсивного обновления.

**Материал и методы.** Материалом для написания статьи послужили труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов, данные отчетов НИР, выполняемые автором, энциклопедические издания. Экономическому стимулированию посвящено множество работ как отечественных, так и зарубежных авторов: В.В. Альханакта, В. Белкин, Н. Белкина, Н.В. Бухарова, О.В. Драпова, А.Я. Кибанов, В.П. Клавдиенко, В.И. Клецкий, Л.Ш. Лозовский, Э.А. Лутохина, И.Я. Обломская, Ю.Г. Одегов, И.П. Поварич, В.С. Половинко,

Б.А. Райзберг и другие. При этом понятие «экономическое стимулирование» применяется в отношении различных социально-экономических явлений и процессов – производство, производительность труда, инновации, инвестиции, развитие и др. – и в зависимости от контекста наполняется различным содержанием. В рамках исследования использовались общенаучные методы (анализ, синтез, единство исторического и логического), системный подход.

**Результаты и их обсуждение.** Термин «стимулирование» происходит от слова «стимул» (от лат. stimulus), которое первоначально употреблялось в значении «остроконечная палка, которой погоняли животных» [2]. В толковом словаре С.И. Ожегова стимул определяется как «побудительная причина, толчок; заинтересованность в совершении чего-н.» [3]. При научном осмыслении феномена экономического 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. Во избежание этого следует разграничить понятия «стимул» и «заинтересованность».

В словаре С.И. Ожегова содержится следующее определение: «заинтересовываться» – значит «проявить, почувствовать интерес к кому-чему-н.» [3]. Если опустить точки зрения, согласно которым понятия «заинтересованность» и «интерес» терминологически отождествляются, а также те, где при декларировании наличия различий между этими понятиями фактически никаких различий не проводится, то остается точка зрения, согласно которой заинтересованность определяется как «обнаруженный интерес» [4, с. 257]. Осознание экономических интересов носителями этих интересов не происходит автоматически, и наличие определенного экономического интереса само по себе не приводит субъекта к активности, поэтому, исходя из задач нашего исследования, в дальнейшем под заинтересованностью будем понимать осознанный экономический интерес. Стимулы в научной экономической литературе определяются как «совокупность внешних отно-

сительно 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 приведенного определения прямо указывает на направленность действия стимулов – повышение заинтересованности субъекта в определенном поведении.

Роль стимулов в повышении заинтересованности стимулируемого субъекта в определенной деятельности отмечается многими учеными [6; 7] и в целом не вызывает дискуссий в научном сообществе. Однако единый подход, который позволил бы выделить те управленческие устойчивые, сущностные, регулярно повторяющиеся связи и отношения, которые составляют структуру системы экономического стимулирования, до настоящего времени не выработан. Также отсутствует единство в употреблении понятий «субъект стимулирования» и «объект стимулирования». Не вступая в дискуссию по проблеме соотношения субъекта и объекта в экономической науке, поскольку это не входит в сферу наших научных интересов, будем в дальнейшем придерживаться того, что социально-экономический субъект – это «индивид (или группа индивидов), персонифицирующий определенные социальные и экономические функции, обладающий специфическими потребностями и активностью по отношению к другим субъектам» [8, с. 33]. В издании «Большой энциклопедический словарь: философия, социология, религия, эзотеризм, политэкономия» дано определение субъекта и объекта как парных категорий, а именно: «субъект и объект <...> – фундаментальные категории философии. Субъект – носитель субстанциальных свойств и характеристик, определяющих качественные особенности объекта. Соответственно объект – то, что находится в зависимости от субъекта и лишено самостоятельной сущности» [9, с. 807]. С.Ю. Солодовников поясняет: «Исходя из такого понимания названных категорий, становится понятным, что любой дееспособный человек, вступая в те или иные социальные отношения, всегда обладает определенным набором субъектных свойств» [8, с. 40]. Таким образом, можно сделать вывод о наличии двух субъектов в системе экономического стимулирования – стимулирующего и стимулируемого. Последнего при этом в литературе зачастую обозначают как объект стимулирования. В контексте нашего исследования стимулирующим субъектом, как правило, выступает работодатель в лице топ-менеджера, собственника, управленца среднего звена и т.д., а стимулируемым субъектом – наемный работник.

В экономической науке сложилось два декларируемых подхода к трактовке сущности экономического стимулирования. Первая группа исследователей (В.В. Альяханакта [6], Н.В. Бухарова [10]) считает, что экономическое стимулирование включает в себя систему мер, методов и средств, направленных как на повышение заинтересованности в желаемом для стимулирующего субъекта поведении, так и на ограничение нежелаемого поведения стимулируемого субъекта. Даже если последнее формально допустимо в рамках должностных инструкций, действующего законодательства, международных договоров и т.д., то оно становится экономически невыгодным для стимулируемого субъекта. Ряд авторов в рамках этого подхода рассматривает экономическое стимулирование как подсистему управления трудом. Так, например, Н.В. Бухарова определяет стимулирование трудовой деятельности как «управленческий процесс, в котором в целях побуждения, направления и поддержания необходимой модели трудового поведения работника используется, с одной стороны, совокупность благ, значимых для него, получить которые он сможет лишь добившись соответствующих результатов труда, а, с другой стороны, система наказаний, пресекающих те или иные негативные образцы трудового поведения» [10, с. 8]. Этот автор подчеркивает основную цель стимулирования – становление определенного поведения работника, которое является, с одной стороны, необходимым для работодателя, а с другой – экономически выгодным самому работнику.

Распространение подхода, в рамках которого экономическое стимулирование рассматривается как система мер поощрения и наказания, зачастую приводит к упрощению исследуемого объекта и к появлению в литературе деления стимулов на собственно «стимулы» и «антистимулы» или на «положительные» и «отрицательные» стимулы. Так, например, С.А. Константинов и П.В. Гуца отмечают, что «стимулы – это внешние обстоятельства, которые имеют значимость для человека. Они могут быть положительными и отрицательными» [11, с. 110]. По нашему мнению, стимулы нельзя классифицировать на основании искусственного разделения на поощрения и наказания, т.к. использование такого упрощенного подхода препятствует раскрытию экономической природы стимулов.

Вторая группа ученых-экономистов (В. Белкин [12], Н. Белкина [12], О.В. Драпова [13], Л.Ш. Лозовский [7], Б.А. Райзберг [7]) ограничивает систему экономического стимулирования мерами, направленными исключительно на повышение заинтересованности в желаемом для

стимулирующего субъекта поведении путем поощрения определенных действий работников. Представители этого подхода считают, что экономическое стимулирование включает в себя меры и методы, побуждающие работника к повышению трудовой активности в нужном для работодателя направлении.

Работающая в рамках данного подхода О.В. Драпова противопоставляет стимулирование (в позитивистском понимании) ограничениям (негативистская сторона регулирования). «Стимулирование является только одной, хотя и очень важной стороной регулирования, – поясняет свою позицию автор. – Кроме стимулирования, существенной составной частью регулирования является и деятельность по сдерживанию, ограничению, запрещению» [13, с. 15]. Как подсистему трудовых отношений стимулирование труда рассматривают В. Белкин и Н. Белкина. Стимулирование труда, по мнению этих авторов, – это «экономическая категория отношений между организацией и работниками по поводу благ (стимулов труда), которые первая предлагает последним за их труд» [12, с. 85]. С данной точки зрения следует, что по существу любое благо, предлагаемое работнику за его труд, априори выполняет стимулирующую функцию. Важной составляющей стимула как экономической категории является его функция – повышение заинтересованности стимулируемого субъекта в совершении или воздержании от совершения определенных действий. Однако далеко не все блага релевантны для конкретного работника. Так, не любое благо, предлагаемое стимулирующим субъектом работнику за прилагаемый труд, может удовлетворить его (работника) потребности.

Под стимулами нами понимаются объективные блага, потенциальное получение которых в целях удовлетворения своих потребностей побуждает субъекта к совершению или воздержанию от совершения определенных действий. Наказания и взыскания являются составляющими системы экономического стимулирования, выступая в качестве ограничителей нежелательного трудового поведения работников. Стимулом (объективным благом) является не сама санкция как таковая, а неприменение наказания и взыскания при условии обязательного его применения при определенных образцах трудового поведения. По существу, деятельность по сдерживанию, ограничению и запрещению определенного поведения не противоречит экономической сущности стимулов. Нарушение работником установленных правовыми и моральными нормами запретов может привести к потере рабочего места, сохранение которого является стимулом для недопуще-

ния такого поведения. Вне зависимости от того, разграничивают ли исследователи систему поощрений и систему наказаний или объединяют эти меры в системе экономического стимулирования, речь идет по существу об одном и том же, а именно: целью экономического стимулирования на предприятии является производство желаемого поведения работника с использованием определенных технологий.

Создание благоприятных условий для развития производства, роста инвестиций, укрепления устойчивого развития и охраны окружающей среды, что обычно подразумевается под экономическим стимулированием социально-экономических явлений и процессов (стимулирование труда, инвестиций, производства инноваций и т.д.), само по себе не может привести к изменению названных систем в желаемом для стимулирующего субъекта направлении. Изменение любой социально-экономической системы осуществляется под влиянием субъектных (социально-групповых) отношений. Из этой посылки следует, что экономическое стимулирование, хотя и имеет в своей основе объективную природу, но реализуемо только сквозь призму субъектных интересов и деятельности людей. Ни одно реальное экономическое явление нельзя рассматривать без учета субъектов, наделенных вполне определенными интересами. Сама политическая экономия – это «социальная наука, изучающая отношения между социальными субъектами, включенными в единый, относительно устойчивый, организационно оформленный материально-общественный комплекс, в пределах которого осуществляется внутренне взаимосвязанное производство, присвоение и социально значимое потребление материальных средств и благ для обеспечения физической жизни общества, а также для создания материальной базы всех сфер общественной жизни» [14, с. 25]. Такой подход обуславливает рассмотрение системы экономического стимулирования сквозь призму интересов субъектов, в нее входящих. В самом общем плане экономическое стимулирование на предприятии направлено на создание таких условий, в которых наемные работники, реализуя свои экономические интересы, действовали бы интересах работодателя.

Осознание работниками своих экономических интересов, взаимосвязь этих интересов и производственных результатов работников реализуется через применение различных форм экономического стимулирования.

На основании приведенных выше двух точек зрения на сущность экономического стимулирования, учитывая то позитивное, что есть в обеих точках зрения, и то, что не было раскрыто,

но требует выяснения для решения задач нашего исследования, и с учетом приведенных методологических пояснений предложим свой подход к определению сущности экономического стимулирования на предприятии.

Экономическое стимулирование является особым видом экономических межсубъектных отношений. С.Ю. Солодовников справедливо отмечает, 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» [15, с. 5]. В основе любого социального обмена деятельностью лежат субъектные интересы, поэтому важным этапом экономического стимулирования является его персонификация, суть которой заключается в необходимости «индивидуально-персонального различения работников и оценки именно его вклада в общий результат» [16, с. 33]. Стимулируемым субъектом на предприятии является наемный работник, на повышение заинтересованности в трудовой активности которого направлены конкретные формы экономического стимулирования.

Экономическое стимулирование на уровне предприятия – это разновидность общественно-функциональных технологий, направленных на производство желаемого для работодателя поведения наемных работников с применением инструментов целенаправленной дифференциации и распределения социальных и экономических благ, в том числе возможностей карьерного роста. Эти блага предоставляются наемному работнику в зависимости от степени и качества реализации находящихся в зоне его ответственности трудовых функций и обеспечивающих удовлетворение его потребностей на определенном уровне.

Содержание экономического стимулирования как экономической категории вне зависимости от объекта совпадает, отличия проявляются в особенностях действия экономического механизма стимулирования, в конкретных инструментах и формах стимулирования, эффективность действия которых зависит от специфики исследуемой системы. Поэтому прежде чем перейти к описанию природы экономического стимулирования производства товаров интенсивного обновления, раскроем содержание понятия «товары интенсивного обновления».

Понятие «товары интенсивного обновления» в научный оборот было введено В.П. Иванецким и М.С. Щегловым, которые определили их как «промышленные товары народного потребления, претерпевающие обновление визуаль-

но-эстетических характеристик, происходящее с определенной периодичностью» [17, с. 74]. Основным критерием, позволяющим отнести товар к товарам интенсивного обновления, по мнению этих авторов, является влияние социально-экономического феномена моды на их производство и потребление: «считаем целесообразным приложить “моды” к товарам народного потребления отразить в таком понятии, как “товары интенсивного обновления”» [17, с. 74]. Заслугой авторов определения товаров интенсивного обновления стало то, что они ввели в научный оборот само понятие «товары интенсивного обновления», показали обусловленность их производства и потребления модой, посвятив исследованию последней как фактора производства товаров интенсивного обновления значительную часть своей работы. Вместе с тем вне сферы научного интереса и вне рамок поставленных данными исследователями задач остались иные факторы, обуславливающие быстрое обновление товаров, среди которых мода занимает важное, но не единственное место. Главной отличительной особенностью товаров интенсивного обновления является их быстрая замена, которая может быть обусловлена не только обновлением визуально-эстетических характеристик этих товаров вследствие изменения моды, но и рядом других субъектных и объектных факторов. Социально-психологические воздействия моды являются частным случаем более широкого и значительного фактора изменений всей системы экономических потребностей и форм их реализации.

Товары интенсивного обновления представляют собой товары, изначально предназначенные для такого потребления, при котором их замена происходит задолго до момента их полного физического износа или физического износ происходит очень быстро по причине агрессивной технологической среды, для эксплуатации в которой они предназначены.

Сегодня в производстве товаров интенсивного обновления существует тенденция усиления зависимости конкурентоспособности этих предприятий от их трудового потенциала, а также усложнения системы трудовой мотивации. Под трудовым потенциалом нами предлагается понимать «производственные, инновационные, адаптационные и воспроизводственные возможности трудовых ресурсов, управление которыми осуществляется с использованием мотивационных и административно-командных механизмов» [18, с. 265]. Долговременное сохранение низкого уровня заработной платы вызвало ухудшение качества человеческого капитала занятых в производстве товаров интенсивного обновления, что повлекло

за собой снижение накопленного социального капитала, который, как отмечается в литературе, «еще менее осязаем, чем человеческий капитал» [19, с. 4]. Все это выступает одним из главных (наряду с инновационным и креативным) ограничителей модернизации отрасли и достижения средне-европейского уровня производительности труда, в то время как его расширенное воспроизводство является условием необходимой модернизации. При этом будут происходить изменения трудовой мотивации. «В случае успешной модернизации национальной экономики, которая будет сопровождаться как ростом хозяйственных укладов, так и усилением варибельности экономического поведения социально-экономических субъектов, количество которых также будет возрастать <...>, – справедливо подчеркивает С.Ю. Солодовников, – должно происходить усложнение системы трудовой мотивации» [20, с. 297–298]. Сегодня потребители диктуют необходимость изменения технико-технологической структуры производства, ускорения производственных циклов, усложнения технологии производства. Все это обуславливает необходимость совершенствования экономического стимулирования производства товаров интенсивного обновления.

Производство товаров интенсивного обновления характеризуется следующими признаками: высокая зависимость спроса на товары от социально-психологических факторов, что приводит к возникновению дополнительных рисков; быстрая оборачиваемость денежных средств; высокая доля креативного труда; сложная система создания добавленной стоимости, большая часть которой формируется за счет нематериальных активов и творческого труда; высокая зависимость конкурентоспособности предприятий от качества человеческого капитала; повышенный уровень адаптивности предприятий; активное включение предприятий по производству товаров интенсивного обновления в глобальные цепочки создания добавленной стоимости; высокий уровень включения в систему разделения труда, в том числе международного.

При построении системы экономического стимулирования необходимо учитывать угрозы развития производства товаров интенсивного обновления, среди которых: территориальная разрозненность участников рынка труда в производстве товаров интенсивного обновления (привлеченные дизайнеры, наемные рабочие, работодатели, учебные заведения, органы социальной защиты, местные органы власти и др.); высокая зависимость конкурентоспособности продукции от колебаний на рынке труда; низкая привлекательность предприятий как работодателей; высокий риск ухода наемных работников в сегмент

самозанятости после приобретения квалификации и опыта; низкая инновационная активность трудовых ресурсов; старение персонала; потеря квалификации из-за недостатка инвестиций в обучение и развитие персонала; низкая заработная плата, не позволяющая обеспечить расширенное воспроизводство человеческого капитала; устаревшее технологическое разделение труда; превалирование не рыночных, а административно-командных механизмов управления.

**Заключение.** На основе проведенного исследования получен вывод о том, что вне зависимости от того, разграничивают ли исследователи систему поощрений и систему наказаний или объединяют эти меры в системе экономического стимулирования, речь идет по существу об одном и том же, а именно: функцией экономического стимулирования на предприятии является производство желаемого поведения работника с использованием определенных технологий.

Предложено использовать понятие «товары интенсивного обновления» для обозначения товаров, изначально предназначенных 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.

На основе уточнения теоретических основ экономического стимулирования и выявленной специфики производства товаров интенсивного обновления можно заключить, что целью экономического стимулирования производства товаров интенсивного обновления является обеспечение расширенного воспроизводства человеческого капитала и мотивации к труду. Основными задачами экономического стимулирования производства товаров интенсивного обновления являются изменение структуры трудовых ресурсов, обусловленной спецификой производимых товаров, и повышение заинтересованности в трудовой активности работников.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Солодовников, С.Ю. Тенденции и перспективы развития занятости и создания социально-научного сообщества в условиях модернизации транзитивной экономики: на примере Республики Беларусь / С.Ю. Солодовников // Вестн. Полоц. гос. ун-та. Сер. Д. Экономические и юридические науки. – 2015. – № 6. – С. 2–9.
2. Стимул // Академик. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/rus\\_eng\\_biology/3195/стимул](http://dic.academic.ru/dic.nsf/rus_eng_biology/3195/стимул). – Дата доступа: 17.03.2017.
3. Словарь С.И. Ожегова. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ozhegov.com/>. – Дата доступа: 17.03.2017.
4. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. – 5-е изд., доп. и перераб. – М.: Ин-т новой экономики, 2002. – 1280 с.

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. Альханакта, В.В. Экономическое стимулирование охраны окружающей среды / В.В. Альханакта. – Минск: БелНИЦ «Экология», 2011. – 208 с.
7. Райзберг, Б.А. Учебный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский. – М.: Рольф: Айрис-пресс, 1999. – 416 с.
8. Солодовников, С.Ю. Классы и классовая борьба в постиндустриальном обществе: методологические основы политико-экономического исследования / С.Ю. Солодовников. – Минск: БНТУ, 2014. – 378 с.
9. Субъект и объект // Большой энциклопедический словарь: философия, социология, религия, эзотеризм, политэкономия / гл. науч. ред. и сост. С.Ю. Солодовников. – Минск: МФЦП, 2002. – 1008 с.
10. Бухарова, Н.В. Материальное (денежное) стимулирование труда научных работников отраслевых научно-исследовательских институтов: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Н.В. Бухарова. – М., 2014. – 32 с.
11. Константинов, С.А. Материальное стимулирование экономической эффективности производства в молочном скотоводстве / С.А. Константинов, П.В. Гуца. – Горки: БГСХА, 2015. – 247 с.
12. Белкин, В. Работник и работодатель: логика взаимного притяжения / В. Белкин, Н. Белкина // Человек и труд. – 2003. – № 5. – С. 84–85.
13. Драпова, О.В. Стимулирование предприятий перерабатывающей промышленности: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / О.В. Драпова. – Саратов, 2000. – 169 л.
14. Солодовников, С.Ю. Категория «социальный класс» в контексте политико-экономического наследия П.А. Сорокина и Л.Н. Гумилева / С.Ю. Солодовников // Экономическая наука сегодня: сб. науч. ст. / БНТУ; редкол.: С.Ю. Солодовников (пред. редкол.) [и др.]. – Минск: БНТУ, 2014. – № 2. – С. 24–50.
15. Солодовников, С.Ю. Перспективы и механизмы развития и капитализации социального потенциала Республики Беларусь / С.Ю. Солодовников // Экономическая наука сегодня: сб. науч. ст. / БНТУ; редкол.: С.Ю. Солодовников (пред. редкол.) [и др.]. – Минск: БНТУ, 2013. – № 1. – С. 5–33.
16. Лутохина, Э.А. Персонификация оплаты труда как императив инновационной экономики / Э.А. Лутохина // Вес. Ин-та предпринимательской деятельности. – 2011. – № 2(5). – С. 32–35.
17. Иваницкий, В.П. Промышленное производство швейных товаров интенсивного обновления: сущность, границы и структура / В.П. Иваницкий, М.С. Щеглов // Изв. УрГЭУ – 2012. – № 6(44). – С. 73–78.
18. Сергиевич, Т.В. Трудовой потенциал и управление трудом в текстильной и швейной промышленности как объекты экономического исследования / Т.В. Сергиевич // Экономическая наука сегодня: сб. науч. ст. / БНТУ; редкол.: С.Ю. Солодовников (пред. редкол.) [и др.]. – Минск: БНТУ, 2017. – № 5. – С. 260–275.
19. Солодовников, С.Ю. Социальный капитал как экономический ресурс / С.Ю. Солодовников // Вестн. Полоц. гос. ун-та. Сер. Д, Экономические и юридические науки. – 2015. – № 5. – С. 2–9.
20. Солодовников, С.Ю. Социально-экономические факторы, определяющие изменение системы трудовой мотивации в новых социально-экономических и технологических условиях в Беларуси / С.Ю. Солодовников // Экономическая наука сегодня: сб. науч. ст. / БНТУ; редкол.: С.Ю. Солодовников (пред. редкол.) [и др.]. – Минск: БНТУ, 2017. – № 5. – С. 296–308.

Поступила в редакцию 21.09.2017 г.