

5. Литвин М. І. О критеріях платоспроможності підприємства // Фінанси. – 2001.– № 6.

6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2. "Баланс": Затв. наказом Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. № 87.

7. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій: Затв. наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. № 291.

8. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – 7-ме вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2007. – 460 с., іл.

9. Цал–Цалко Ю.С. Фінансова звітність підприємства та її аналіз : Навч. Посібник. – 2-е вид., перероб. і доп. – Київ: ЦУЛ, 2002. – 360 с.

Шеремет А. Д., Сайфулин Р. С. Фінанси підприємств. – М.: ИНФРА– М, 1998. – 344 с.

**Літвінов Олександр Сергійович**

*litvinov\_a213@ukr.net*

*к е н, доцент, заступник декана факультету економіки та управління виробництвом*

*Одеський державний економічний університет (Україна)*

## **ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ СТИМУЛІВ В ЕКОНОМІЦІ**

**Формулювання актуальності та цілей дослідження.** У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі ще вкрай недостатньо досліджені методологічні та методичні питання сутності стимулів у економічній сфері підприємств.

Питання сутності стимулів економічних явищ не лишаються поза увагою економістів-дослідників, але ця сфера ще відзначається широким колом неузгодженостей, хоча вирішенню цих питань були присвячені роботи багатьох авторів як радянського періоду, так і періоду незалежності України, як у центральних, так і у регіональних виданнях, таких як Бражникова Н.П., Коломакович Г.М., Мишин В.І., Новиков Д.А., Швець І.Б. та інших.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В „Економічній енциклопедії”, яка вийшла з друку в Україні у 2002 році колективом авторів, наводиться таке визначення: „Стимулювання економічне – економічне спонукування, використання матеріальних стимулів з тим, щоб виробники, споживачі, покупці поводитись належним чином, а, отже, особи, що застосовують стимулювання, мали з цього вигоду” [1, с. 473].

У виданому також в 2002 році у Росії „Большом экономическом словаре” сутність поняття стимул визначається наступним чином: „Стимул (лат. *stimulus* – буквально остроконечная палка, которой погоняли животных, стрекало) – побуждение к действию, побудительная причина” [2, с. 1017]. Далі там же: „Стимул финансовый – стимул обеспечиваемый государством с целью достижения национальных приоритетов в отношении предприятий, в том чтобы способствовать их размещению в пределах определенной территории; развивать передовые технологии и ускорять обновление основных фондов; развивать экспорт;

инвестировать в НИОКР и т.д.” [2, с. 1017] і ще у цьому ж словнику: „Стимулирование экономическое – экономическое побуждение, использование материальных стимулов (побудителей) способствующих тому, чтобы производители, потребители, покупатели вели себя желаемым образом, к выгоде и в интересах лиц, применяющих стимулирование” [3, с. 1017].

У сучасних виданнях сутність стимулювання прийнята згідно точки зору, викладеної вище. Наприклад, у російській монографії, яку видано у 2003 році, міститься таке визначення: „Одной из разновидностей целенаправленных внешних побуждающих воздействий (создания условий деятельности) является стимулирование (от латинского *stimulus* – остроконечная палка, которой погоняли животных) – внешнее воздействие на организм, личность или группу людей, побуждение к совершению некоторого действия” [4, с. 9].

У 80-ті роки ХХ-го століття, у радянські часи, сутність стимулів в економіці багатосторонньо обговорювали, як з політекономічної точки зору, так і з конкретно-економічної. З боку політекономічного підходу стимули частіше за все ототожнювались з інтересами та потребами [3, с. 74]. Але висувалася точка зору, що не всі економічні потреби та інтереси виступають як стимули, а лише деякі з них (там же). Та обидві ці точки зору не могли бути доказово обґрунтовані, і у монографії В.І.Мішина є такий висновок: „Трактовка экономических стимулов как части потребностей общества так же мало убедительна, как и отождествление этих категорий. Более того, процесс реализации потребностей в том или ином обществе всегда опосредуется социально-экономической формой производства, системой производственных отношений” [3, с. 75].

Поглиблена політекономічна характеристика сутності економічних стимулів, на наш погляд, міститься у наступному визначенні Н.П. Бражникової: „Стимулы объективно обусловлены окружающей действительностью и существуют лишь как осознанная категория. Формирование стимулов неизбежно связано с сознанием человека, всегда субъективизировано. Действенность системы стимулов во многом зависит от степени познания, правильности выбора форм и методов реализации объективно существующих интересов, адекватных уровню развития производительных сил и системе производственных отношений, от осознания связи интересов и стимулов, факта действия форм и способов стимулирования, направлений развития и совершенствования производства. Ошибочное понимание этих зависимостей может в реальной действительности привести к несоответствию системы стимулов системе производственных отношений, интересов, уровню развития производительных сил, частичной реализации экономических интересов и возможностей развития производства. Стимулы правомерно определить как конкретные, объективно обусловленные экономическими интересами, уровнем развития производительных сил и соответствующими производственными отношениями формы и методы реализации экономических интересов, побуждающие людей к целенаправленным производственным действиям, открывающим возможность удовлетворения потребностей в определенном качестве и количестве” [1, с. 8-9].

Вважаємо, що у наведеній цитаті цілком достовірно висвітлено головні особливості політекономічного поняття економічних стимулів, знання яких

неодмінно потрібне при розробці конкретних організаційно-економічних заходів, які треба застосовувати у якості основи для побудови системи стимулювання, а також при виборі конкретних видів і форм стимулювання, розрахованих на досягнення найвищого економічного, соціального або екологічного ефекту.

Важливі доповнення щодо політекономічної характеристики сутності економічних стимулів, на наш погляд, містяться також у монографії Г.М. Коломакович: „Стимулы как объективная форма проявления интересов на поверхности выступают как обещанное вознаграждение за труд определенного количества и качества. Материальная заинтересованность в этом вознаграждении неотъемлемый элемент развития общественного производства, результат реализации системы интересов, причем эта реализация возможна только с помощью соответствующих материальных стимулов к труду...”

Каждой подсистеме экономических интересов соответствует определенная подсистема стимулов. Процесс практической реализации интересов и стимулов возможен на основе стимулирования, использующего материальную заинтересованность. Отсюда стимулирование можно охарактеризовать и как направленную на создание материальной заинтересованности деятельность, что является результатом соответствия системы экономических интересов и стимулов. Стимулы здесь выступают своеобразными побудителями к действию и в этом своем качестве служат двигателем экономического развития” [2, с.14-15].

Однак, на наш погляд, не можна ототожнювати стимули з інтересами. Г.М. Коломакович звертає на це увагу, підкреслює нерівнозначність цих економічних категорій: „Экономические интересы объективны. Это вытекает, в конечном итоге, из объективности элементов, из которых они складываются. Ведь экономические интересы являются категорией, выражающей экономические отношения людей по поводу удовлетворения объективных потребностей, обусловленных системой общественного производства и социальным положением индивида в обществе. А его интерес представлен в объективном взаимодействии, в воспроизводственном движении экономических форм присвоения им материальных благ и услуг. Но ведь эти формы, их взаимосвязь определяются не сознанием индивида, а системой экономических отношений общества и тем местом, которое он в нем занимает” [2, с. 12-13].

Не викликає заперечень твердження Г.М. Коломакович, що один і той же стимул (наприклад, заробітна плата) може застосовуватися для стимулювання у багатьох напрямках, відносно багатьох об'єктів. Але суто заробітна плата ще не є стимулом, а стимулом виступає удосконалення різних елементів організації оплати праці, тобто заробітна плата є способом мотивації підвищення ефективності виробництва, а стимулюванням на її основі є поліпшення, наприклад, в області нормування та ставок оплати праці, методів нарахування та виплати заробітної плати і т. ін.

Таким чином, насамперед, постає проблема визначення сутності взаємозв'язку між економічними інтересами та економічними стимулами. Можна повністю погодитися, що їх не можна ототожнювати, але роль кожної з цих економічних категорій у їхньому взаємозв'язку, на наш погляд, ще потребує уточнення. Не можна погодитись з тим, що економічні стимули – це форма реалізації економічних

інтересів, як це вже зазначалось у вищенаведених висловлюваннях В.І. Мішина, Н.П. Бражникової та Г.М. Коломакович. Синтезовано ця ідея викладена, наприклад, у наступному твердженні Г.М. Коломакович: „Материальная заинтересованность – неотъемлемый элемент развития общественного производства, результат реализации системы интересов, причем эта реализация возможна только с помощью соответствующих материальных стимулов к труду” [3, с. 14].

Метою роботи є розгляд питання про сутність таких економічних понять як „стимул”, „стимулювання”, а також розгляд взаємозв'язку категорій: економічні потреби, економічні інтереси, мотивація, стимулювання та винагорода.

На наш погляд, характеристика економічних стимулів лише як форми реалізації економічних інтересів настільки ж алогічна, як і ототожнювання інтересів та стимулів. Це означає що інтерес, виконання якого прагне індивід чи інший суб'єкт, потребує ще якогось підкріплення, підсилення цього прагнення, тобто стимулювання цього прагнення. Інакше стимули не можна розглядати як спонукальні заходи, вони тоді будуть виглядати як аморфні, недієздатні, пасивні, економічно незначущі організаційні заходи, започатковані для втілення в життя економічних інтересів, тобто для формування організаційних умов для цього. У такій ролі стимули виглядають як суто технічні, побічні заходи, які не містять ніякого економічного змісту.

Але, з одного боку, дійсно об'єктивно повинні існувати способи досягнення інтересів, а, з іншого, повинні існувати способи спонукання для досягнення різноманітних цілей у виробництві, яке є базою досягнення інтересів. У зв'язку з цим звернемося до розгляду логічного моменту виникнення у суспільстві економічних інтересів. Інтереси виступають економічною категорією, яка логічно виростає з факту існування потреб людини. Необхідність задоволення потреб спонукає індивіда до певного виду трудової діяльності, що дозволяє постійно відтворювати споживчі вартості на основі безперервного розвитку виробництва. Це і є економічний інтерес. Звідси потреба – матеріальна основа інтересу, визначальна умова його виникнення. Економічний інтерес за своєю сутністю постає як об'єктивно обумовлена необхідність виконання індивідами певних суспільних обов'язків, функцій і виглядає як „економічне відношення людей з приводу виробництва з метою задоволення потреб” [1, с. 8].

За нашою думкою, економічні інтереси та стимули ще не пов'язані безпосередньо згідно своєї сутності, а проміж них існує ланка, яка їх пов'язує. Цією ланкою є відповідна економічна категорія, яка призначена для створення умов реалізації економічних інтересів. Такою економічною категорією, на наш погляд, виступає мотивація.

От яке визначення мотивації, наприклад, дається у великобританських авторів Н. Уолл, Я. Маркузе, Д. Лайнз, Б. Мартин: „Мотивация – по определению профессора Херцберга – желание работать, обусловленное удовлетворением, получаемым от самой работы. Он же замечает, что мотивацию следует отличать от „побуждения”. По словам Херцберга, „если вы хорошо работаете с желанием хорошо сделать своё дело, то речь идет о мотивации. Если же вы работаете, руководствуясь стремлением купить дом или „ягуар”, то вами движут побуждающие мотивы. Многие авторы и бизнесмены толкуют мотивацию по-



другому, подразумеваю под ней факторы, заставляющие человека работать лучше, чем он работал бы в отсутствие таковых” [5, с. 239].

А у українських авторів наводиться таке визначення мотивації: „Мотивація являє собою процес спонукання себе та інших до певної діяльності, спрямованої на досягнення особистих цілей або ж цілей організації. У кінцевому підсумку мотивація виявляється у внутрішніх стимулах до праці, прагненні досягти найкращих її результатів ...

На перший погляд здається, що нічого складного в мотивації праці немає, оскільки ключові її ланки давно відомі: потреби – мотивація – винагорода” [6, с. 295].

Характерною спільною рисою цих визначень є те, що поняття мотивації у тій чи іншій мірі усе ж таки розкривається з залученням поняття „стимул”. У великобританських авторів мова йде про „побуждающие мотивы”, у українських про „внутрішні стимули”. Але слід також зазначити, що українські автори також простежують взаємозв’язок економічних категорій, комбінуючи ланцюг: „потреби – мотивація – винагорода”.

Але, на наш погляд, по-перше, мотивація – це ще не є стимулювання, а, по-друге, мотивація матеріалізується не у винагороді, і відповідно її сутність пов’язана не з винагородою.

Так, доктор економічних наук, професор, заслужений працівник народної освіти України С.Ф. Покропивний сутність мотивації визначив наступним чином: „Соціально-економічною основою поведінки та активізації зусиль персоналу підприємства (організації), що спрямовані на підвищення результативності їхньої діяльності, завжди є мотивація праці.

Система мотивації характеризує сукупність взаємозв’язаних заходів, які стимулюють окремого працівника або трудовий колектив у цілому щодо досягнення індивідуальних і спільних цілей діяльності підприємства (організації).

Для формування належного ставлення до праці необхідно створювати такі умови, щоб персонал сприймав свою працю як свідому діяльність, що є джерелом самовдосконалення, основою професійного та службового зростання. Система мотивації повинна розвивати почуття належності до конкретної організації. Відповідне ставлення до праці та свідоме поведінка визначаються системою цінностей працівника, умовами праці й застосовуваними стимулами.

За домінуючої ролі соціально-економічних умов у основу будь-якої моделі мотивації покладаються передовсім психологічні аспекти” [7, с. 374].

У наведеному визначенні мотивації доктора економічних наук, професора С.Ф. Покропивного, хоча й згадуються „застосовувані стимули”, все ж в основі мотивації знаходяться умови праці. Тому, на наш погляд, сутністю мотивації, як поняття економічної науки, є формування умов (соціальних, економічних, психологічних, екологічних та інших) для реалізації економічних інтересів (індивідуальних та інших економічних інтересів, які існують у суспільстві).

Таким чином можна вважати, що існує ланцюг економічних категорій: економічні потреби – економічні інтереси – мотивація – стимулювання – винагорода. У цьому ланцюгу провідною, за економічним значенням, роллю у економічній теорії, економічним змістом, суспільним значенням виступає початкова

категорія – економічні потреби. Усі наступні економічні категорії потрібні для „обслуговування” цієї провідної економічної категорії, тобто для реалізації тих економічних відносин, вимог, які складають сутність категорії „економічні потреби”.

Наведені на початку статті визначення сутності стимулу на тлі проведеного після цього поглибленого економічного аналізу категорій економічних інтересів та економічної мотивації здаються доволі схематичними, такими, що не відображають поглиблений економічний зміст вказаних категорій. Тому, насамперед, треба продовжити аналіз та виявлення економічної сутності поняття стимулу в економіці. Мається на увазі виявлення не лише зовнішніх ознак цього поняття, але й політекономічна характеристика його змісту, тобто його ролі та місця у економічних відносинах, або, інакше кажучи, сутності тих економічних відносин, які він відображає.

У монографії Д.А. Новикова міститься, на наш погляд, дуже важливе доповнення: „При этом в социально-экономических системах характерной чертой стимулирования, как разновидности управления, является необходимость согласования интересов управляющего и управляемого субъектов” [4, с. 9]. А в економічній енциклопедії з політичної економії важливою є наступна риса у характеристиці стимулювання: стимулювання включає форми, методи, засоби, кошти, необхідні для спонукання суб’єкту для виконання корисних дій [8, с. 408-409].

Таким чином, основою, серцевиною стимулювання є відношення стимулятора (того, хто стимулює) і стимульованого (того, хто стимулюється). Але суть цього відношення відрізняється від відношення мотиватора (того, хто мотивує) та мотивованого (того, хто мотивується). У тому й іншому випадку повинні дотримуватись інтереси цієї й іншої сторони. Але, якщо при мотивації метою є лише створення умов для реалізації економічних інтересів, то при стимулюванні має місце витрата коштів з метою підвищення вигоди для стимулятора і для стимульованого.

Отже, на наш погляд, сутність стимулювання в економіці можна визначити наступним чином. Стимулювання в економіці – це відношення стимулятора (того, хто стимулює) і стимульованого (того, хто стимулюється, на кого спрямовано стимулювання) з приводу виконання економічних інтересів обох з метою одержання обома додаткової економічної вигоди шляхом здійснення стимулятором дій, заходів, витрат коштів у відповідних формах, відповідними методами.

Відповідно до визначення поняття стимулювання сутність стимулу, на наш погляд, можна визначати так: стимул в економіці – це захід або дія того, хто здійснює стимулювання, з метою спонукання того на кого спрямовано стимулювання, до дій, поведінки, які приводили б до одержання стимулятором та стимульованим додаткової економічної вигоди вище існуючого рівня.

Таким чином застосування стимулів повинно вести до покращення існуючого економічного стану, до підвищення рівня економічних показників в інтересах того, хто здійснює стимулювання, і того, хто є об’єктом стимулювання. Об’єктами стимулювання можуть бути: окремі робітники, персонал підприємства у цілому, підрозділи компанії, дочірні фірми, підприємства, корпорації, бізнесові

угруповувався, підгалузі та галузі народного господарства. Суб'єктами стимулювання можуть виступати: підприємства (керівництво), підрозділи підприємств, корпорації, фінансово-банківські, податкові установи, міністерства, загальнодержавні установи.

Від загально прийнятих визначень поняття стимулу в економіці, наведених на початку даного підрозділу, визначення, що пропонується нами, більш повно розкриває сутність стимулювання, а саме, в ньому вказується, що стимулювання – це є відношення між тим, хто стимулює, і тим, на кого спрямоване стимулювання, і що стимулювання передбачає виконання інтересів обох сторін, а не однієї, стимулюючої, як це здається на поверхні у загальновизнаному визначенні стимулювання, де цей процес представлено абсолютно однобічно, як вплив стимулюючого направлений на того, кого стимулюють. На наш погляд, комплексне, глибинне політекономічне визначення стимулювання повинно включати таке висвітлення сутності стимулювання.

**Висновки.** Таким чином в роботі проаналізовано результати дослідження і публікацій, в яких розглядалися питання сутності і взаємозв'язку економічних категорій стимул, стимулювання, мотивація, інтерес, потреби, винагорода. Після чого запропоновано власне розуміння економічної сутності стимулів і стимулювання, а також викладено розуміння зв'язку і від'ємностей таких економічних категорій як стимулювання, стимул, інтерес і потреба.

### *Список використаної літератури*

1. Бражникова Н.П. Система экономического стимулирования интенсификации с использованием производственных фондов. – Казань: Издательство Казанского университета, 1985. – 158 с.
2. Коломакович Г.М. Экономические стимулы совершенствования общественного производства. – Иркутск: Издательство Иркутского ун-та, 1988. – 182 с.
3. Мишин В.И. Экономические стимулы эффективности общественного производства в условиях развитого социализма. – Воронеж: ВГУ, 1981. – 194 с.
4. Новиков Д.А. Стимулирование в организационных системах. – М.: СИНТЕГ, 2003. – 312 с. (Серия «Управление организационными системами»).
5. Уолл Н., Маркузе Я., Лайнз Д., Мартин Б. Экономика и бизнес. А-Я. Словарь – справочник / Пер. с англ. К.С. Ткаченко. – М.: ФАИР–ПРЕСС, 1999. – 624 с.
6. Кредісов А.І., Панченко Е.Г., Кредісов В.А. Менеджмент для керівників. – К.: Т-во «Знання», КОО, 1999. – 556 с.
7. Економіка підприємства: Підручник / За дот. ред. С.Д.Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2001. – 528 с.
8. Хейфец Л.С. Материальное и моральное стимулирование // Экономическая энциклопедия. Политическая экономия. – Т.2. – М.: Изд-во «Советская энциклопедия», 1975. – С. 408-410.