

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

На правах рукописи

Болдырев Кирилл Александрович

**ТЕОРИЯ И МОДЕЛИ КОНКУРЕНТНОЙ МОТИВАЦИИ В
ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Специальность 08.00.01 – Экономическая теория

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени
доктора экономических наук

Донецк – 2017

Работа выполнена в ГОУ ВПО «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Научный консультант: доктор экономических наук, профессор
Мортиков Виталий Владимирович

Официальные оппоненты:

Ведущая организация:

Защита состоится «___»_____2017 года в _ часов на заседании диссертационного совета Д 01.003.01 при ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» по адресу: 283015, г. Донецк, ул. Челюскинцев, 186, ауд. 409. Тел. факс: (062) 302-09-76, e-mail: d01.003.01@mail.ru.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» по адресу: 83001, г. Донецк, ул. Университетская, 24 и на сайте ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» <http://science.donnu.ru>.

Автореферат разослан «___»_____2017 г.

Учёный секретарь диссертационного
совета Д 01.003.01, к.э.н.



А.Н. Бойко

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Инновационная экономика промышленно развитых стран создала условия, которые побуждают современные конкурентоспособные предприятия, фирмы и компании к использованию преимущественно интенсивных факторов экономического роста. Именно они реализуют инновационный потенциал высоких технологий и человеческого капитала. Инновационная ориентация бизнес-структур обусловлена тем, что на современном этапе в реальном секторе экономики формируются мотивы выгодного коммерческого использования конкурентных преимуществ инновационного потенциала передовых технологий и человеческого капитала.

Безальтернативность коммерческого использования современными предприятиями, фирмами и компаниями конкурентных преимуществ, основанных на инновационных технологиях и факторе человеческого капитала, обуславливает высокую мотивацию бизнес структур к выгодной эксплуатации ими творческих и интеллектуальных возможностей человеческого капитала. При этом в инновационной экономике возникает противоречивая рыночно-коммерческая ситуация, проблемный характер которой стал проявлять себя в позиционировании конкурентной необходимости и мотивационной возможности повышения заинтересованности современных предприятий, фирм и компаний в выгодной конкурентной эксплуатации инновационного потенциала как высоких технологий, так и человеческого капитала.

В современной инновационной экономике (под влиянием фактора выгодного рыночного применения и коммерческого использования конкурентоспособными предприятиями, фирмами и компаниями высоких технологий и человеческого капитала) формируется новая инновационная рыночно-коммерческая ситуация. Её выражением является необходимость активизации инвестиционной и инновационной деятельности бизнес-структур. При этом существенно активизируется мотивостимулирующий фактор конкуренции в инвестиционно-инновационной деятельности. В такой ситуации необходимость усиления конкурентной мотивации инновационной деятельности современных предприятий, фирм и компаний обусловлена значительным увеличением инвестиционных и других экономических рисков, связанных с нарастающими темпами роста, с одной стороны, технико-технологических и организационно-управленческих затрат и, с другой – затрат, идущих на использование современными предприятиями, фирмами и компаниями дорогостоящей квалифицированной рабочей силы. Существенный рост данных затрат, в первую очередь, создает конкурентную и мотивационную асимметричность в тандеме «инвестиционные риски – инновационные выгоды», которая увеличивает конкурентную неопределенность получения инновационной рыночно-коммерческой выгоды. Вместе с тем, инновационная возможность определяется рядом условий и факторов, которые устраняют конкурентную и мотивационную разбалансированность, существующую между рыночной мотивацией и коммерческим стимулированием инновационной деятельности современных предприятий, фирм и компаний. Это касается таких условий, причин и факторов инновационной экономики, которые превращают автономную и разновременную направленность рыночной мотивации и коммерческого стимулирования всех субъектов рынка на их совместную инновационную деятельность, на инвестиционную эксплуатацию ими информационного потенциала

научно-технологических инноваций и интеллектуального потенциала человеческого капитала.

Таким образом, в инновационной экономике воздействие выгодного рыночного использования современными конкурентоспособными предприятиями, фирмами и компаниями высоких технологий и человеческого капитала обусловило формирование конкурентного мотивационного механизма – механизма взаимодействия рыночной мотивации и коммерческого стимулирования. В рыночной экономике такое конкурентно-мотивационное взаимодействие присутствует в любом инновационном процессе, который сопровождается установлением конкурентной сбалансированности и мотивационной скоординированности побуждающего поведения экономических субъектов. На стыке конкурентно-мотивационного взаимодействия рыночной мотивации и коммерческого стимулирования происходит конкурентное и мотивационное сопряжение, переплетение, интеграция и слияние воедино их побуждающего действия на участников любого инновационного рыночного коммерческого процесса. В первую очередь это касается современных конкурентоспособных предприятий, фирм и компаний, осуществляющих инвестиционно-инновационную деятельность.

В функциональной структуре любого инновационного рыночного субъекта происходит конкурентная мотивационная интеграция, объединение, сращивание побуждающего действия рыночной мотивации и коммерческого стимулирования. В инновационной экономике это превращается в конкурентную мотивацию инвестиционно-инновационной деятельности конкурентоспособных предприятий, фирм и компаний. Закономерно, что в инновационной экономике конкурентная мотивация предстает в виде превращенной постиндустриальной формы более мощного содержательного проявления совместного побуждающего действия рыночной мотивации и коммерческого стимулирования инвестиционно-инновационной активности современных конкурентоспособных предприятий, фирм и компаний. Поэтому в инновационной экономике превращение двуединого побуждающего действия рыночной мотивации и коммерческого стимулирования в более мощную конкурентную мотивацию не лишено логики рыночно-коммерческого обоснования. Особенно это проявляется в контексте образования и действия постиндустриальных механизмов повышения мотивации современных конкурентоспособных экономических субъектов в активизации их инвестиционно-инновационной деятельности, в использовании каждым из них научно-технического потенциала новейших технологий, а также творческого и интеллектуального потенциала человеческого капитала.

В этой связи возникает актуальная научная проблема, связанная с формированием и действием механизма конкурентной мотивации в инновационной экономике. Недостаточная теоретическая и методологическая разработанность концепции выгодного рыночного применения и коммерческого использования современными конкурентоспособными предприятиями, фирмами и компаниями конкурентной мотивации в инновационной экономике определяет актуальность темы диссертации. Особое значение приобретают исследования, связанные с научным поиском и обоснованием новых более мощных механизмов мотивации инновационной бизнес-деятельности современных предприятий, фирм и компаний, направленных на повышение выгоды рыночного применения и коммерческого

использования ими высоких технологий и человеческого капитала. Несмотря на значительный интерес ученых и специалистов к исследованию различных механизмов мотивации, имеет место теоретическая и методологическая неразработанность комплексного использования рыночной мотивации и коммерческого стимулирования в их взаимообуславливающем, высокоинтегрированном, совместном побуждающем воздействии на инвестиционно-инновационную деятельность современных бизнес-структур и, прежде всего, конкурентоспособных предприятий, фирм и компаний.

В выборе темы исследования значительную роль сыграли фундаментальные работы видных *зарубежных ученых*: Ф. Котлера, М. Портера, М. Мескона, М.Альберта, Ф. фон Хайека, И. Хентце, И. Метцнера, Э.Тоффлера; российских: Л. Началина, В. Маровгулов, В. Иванова, Е.Ильина, Ю.Рубина, И.Стрелец и др. Весомый вклад в развитие исследуемой проблемы внесли *украинские учёные*: А.Воронков, А.Гальчинский, В. Гринёва, Ю.Зайцев, В.Захарченко, В.Кириленко, Э.Либанова, О.Мельник, В.Мороз, Ю.Николенко, В.Савчук, И.Смолин, Н.Тарнавская, А.Чухно и др.

В силу научной многоаспектности и дискуссионности проблемных вопросов по интегрированному использованию бизнес-структурами рыночной мотивации и коммерческого стимулирования в инновационной экономике, эти вопросы рассматривались фрагментарно. Теоретические и методологические представления ученых и специалистов формировались без учета комплексного двуединого побуждающего действия рыночной мотивации и стимулирования конкурентоспособной инвестиционно-инновационной деятельности экономических субъектов, направленной на выгодное рыночное применение и коммерческое использование ими высоких технологий и человеческого капитала.

Недостаточность теоретико-методологической разработанности и обоснования практического решения проблемы конкурентной мотивации инвестиционно-инновационной деятельности современных бизнес-структур, прежде всего, конкурентоспособных предприятий, фирм и компаний, делает актуальным исследование данной проблемы, определяет постановку цели и задач диссертации.

Связь работы с научными программами, планами, темами. Диссертация выполнена в соответствии с планом научных исследований кафедры «Мировая экономика и управление персоналом» ГОУ ВПО «Луганский национальный университет имени Владимира Даля» в рамках темы: «Функционирование социально-экономических институтов в особых условиях», где автором исследованы причинно-факторные условия возникновения, становления и развития в инновационной экономике такого вида постиндустриальной мотивации, как конкурентная мотивация.

Цель и задачи исследования. Цель исследования состоит в теоретико-методологическом обосновании концепции конкурентной мотивации и механизма её реализации в инновационной экономике.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих основных задач:

- исследовать постиндустриальные изменения теоретико-методологического и организационно-практического характера, произошедшие в концепциях мотивации под воздействием причинно-факторных условий инновационной экономики;

- дать качественную характеристику рыночно-коммерческого процесса, типичного в инновационной экономике;
- установить парно-противоположные рыночные и коммерческие составляющие структурно-функциональных элементов инновационного рыночно-коммерческого процесса;
- исследовать в структурно-функциональной организации инновационного рыночно-коммерческого процесса систему конкурентных мотивов, активирующих интеграцию рыночной мотивации и коммерческого стимулирования и превращающих их двуединое побуждающее действие в конкурентную мотивацию;
- обосновать конкурентно-мотивационную логику совместного побуждающего действия рыночной мотивации и коммерческого стимулирования на инвестиционно-инновационную деятельность современных бизнес структур в реальном секторе инновационной экономики;
- определить принципы мотивостимулирующего механизма конкурентной мотивации в инновационной экономике;
- проанализировать характер мотивостимулирующего действия нового конкурентно-мотивационного механизма реализации инвестиционно-инновационной конкурентной мотивации в инновационной экономике;
- аргументировать выгодность рыночного применения и коммерческого использования современными предприятиями, фирмами и компаниями мотивостимулирующего механизма конкурентной мотивации и его влияния на инвестиционно-инновационную активность конкурентоспособных квалифицированных работников, на использование ими их творческого и интеллектуального потенциала;
- систематизировать инструментарий инновационных моделей мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации на трех рыночных уровнях: инновационной экономики, современных рынков и современных организаций;
- построить динамическую экономико-математическую модель, описывающую внутреннюю когерентность социально-институциональных, организационно-управленческих и организационно-маркетинговых методов рыночного коммерческого использования современными организациями мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике.

Объект исследования – процесс формирования современной модели конкурентной мотивации в инновационной экономике.

Предмет исследования – отношения конкуренции, возникающие между экономическими субъектами инновационной экономики, по поводу выгодного рыночного применения и коммерческого использования конкурентной мотивации их инвестиционно-инновационной деятельности.

Методология и методы исследования. Методологической основой диссертации являются фундаментальные положения экономической теории о мотивах, стимулах и механизмах их использования для активизации инновационной деятельности с целью обеспечения конкурентоспособности экономических субъектов; труда известных учёных в этой области; аналитические отчёты, законодательные документы, регулирующие систему отношений по поводу

стимулирования и мотивации конкуренции.

В работе использована совокупность общефилософских и специальных методов, что позволило реализовать концептуальное единство исследования. *Метод исторического и логического* позволил выявить постиндустриальный характер проявления двойственной рыночно-коммерческой природы отношений конкурентного соперничества и конкурентного сотрудничества на микро-, мезо-, макроуровнях инновационной экономики. *Диалектический метод* использован при изучении конкурентно-мотивационных связей и взаимосвязей, возникающих между взаимоисключающими и одновременно взаимопредполагающими друг друга парно-противоположными составляющими структурно-функциональных элементов инновационного рыночно-коммерческого процесса. *Системный анализ* применён при исследовании инновационного рыночно-коммерческого процесса как конкурентно-мотивационной системы с внутренне присущими её структурно-функциональными элементами. *Метод научной абстракции* позволил сформулировать ряд категорий теории конкурентной мотивации; выявить двуединые конкурентно-мотивационные свойства постиндустриальной рыночной мотивации и коммерческого стимулирования в функциональной структуре инновационного рыночно-коммерческого процесса. На *методе статистического количественного анализа* основана оценка рыночного коммерческого использования экономическими субъектами конкурентных мотивов, конкурентной мотивации, конкурентно-мотивационного механизма рынков высоких технологий и современных рынков труда. *Метод экспертных оценок* инвестиционно-инновационной деятельности современных организаций, а также *методы эвристического моделирования* использованы при научной разработке инновационных моделей мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике. *Метод экономико-математического моделирования* использован при обосновании выбора рациональных вариантов институциональной, управленческой и маркетинговой реализации конкурентной мотивации на всех уровнях инновационной экономики. *Методы социологических исследований* – при выборе основных условий развития инновационной экономики, побуждающих активизировать механизм рыночной мотивации и коммерческого стимулирования наемных работников, человеческого капитала.

Научная новизна полученных результатов состоит в комплексной методологической разработке базовых концептуальных положений теории и моделей конкурентной мотивации в инновационной экономике.

К наиболее существенным результатам диссертационного исследования, составляющим научную новизну, относится следующее:

впервые:

осуществлена теоретико-методологическая и практическая интерпретация постиндустриальных условий, причин и факторов, создающих рыночно-коммерческие предпосылки для интеграции побуждающего действия рыночной мотивации и коммерческого стимулирования участников инновационной экономики;

введена в научный оборот новая категория – «конкурентная мотивация», раскрыта её сущность как постиндустриального интегратора стимулирующей мощи рыночной мотивации и мотивационной силы коммерческого стимулирования,

выражающего их двуединый мотивостимулирующий характер проявления в инновационной экономике;

разработан новый методологический подход к теоретическому исследованию механизма реализации конкурентно-мотивационной двойственной природы отношений конкуренции в инновационном рыночно-коммерческом процессе посредством парно-противоположного взаимодействия рыночных и коммерческих составляющих его структурно-функциональных элементов;

выполнено структурирование инновационного рыночно-коммерческого процесса на парно-противоположные рыночные и коммерческие составляющие, взаимодействие которых приводит к формированию и реализации конкурентной мотивации на любом из основных инновационных рынков;

определена система конкурентных мотивов, активирующая в инновационной экономике интеграционное превращение двуединого побуждающего действия рыночной мотивации и коммерческого стимулирования в конкурентную мотивацию инвестиционно-инновационной деятельности современных бизнес структур;

выявлен инвестиционно-инновационный характер проявления конкурентной мотивации в инновационной экономике в виде, во-первых, мотивостимулирующего действия конкурентных мотивов, во-вторых, эффективного функционирования механизма конкурентной мотивации, в-третьих, конкурентно-мотивационного взаимодействия отношений конкурентного соперничества и конкурентного сотрудничества;

разработан новый методологический подход к теоретическому исследованию механизма конкурентно-мотивационной реализации современными предприятиями, фирмами и компаниями информационного потенциала высоких технологий, а также творческого и интеллектуального потенциала человеческого капитала в конкурентной борьбе на инновационных рынках;

конфигурирована инвестиционно-инновационная архитектура моделирования мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике;

построена экономико-математическая модель, описывающая внутреннюю мотивостимулирующую взаимосопряженность конкурентоспособных организационно-управленческих и организационно-маркетинговых методов эффективного рыночного применения и выгодного коммерческого использования механизма конкурентной мотивации инвестиционно-инновационной деятельности предприятий, фирм и компаний инновационной экономики;

усовершенствованы:

алгоритм функциональной интеграции мотивационного действия коммерческого стимулирования и стимулирующего действия рыночной мотивации – его трансформация в двуединый мотивостимулирующий механизм конкурентной мотивации к инвестиционно-инновационной активизации предпринимателями и квалифицированными работниками своих творческих и интеллектуальных способностей в постиндустриальных формах современной конкурентной борьбы на рынках высоких технологий и современных рынках труда;

характеристика критериев выгоды инвестиционного рыночного и инновационного коммерческого использования предприятиями, фирмами и компаниями конкурентно-мотивационной и информационно-творческой компонент

своей бизнес деятельности на рынках высоких технологий и современных рынках труда;

обоснование двуединого конкурентно-мотивационного характера управленческо-маркетинговых отношений конкурентного соперничества и конкурентного сотрудничества в инновационной экономике;

аргументация эффективности рыночного и коммерческого использования современными предприятиями, фирмами и компаниями мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации на развитие инновационных форм социального партнерства и взаимовыгодного конкурентного сотрудничества предпринимателей и квалифицированных наемных работников;

эвристическое моделирование, отображающее использование современными бизнес структурами побуждающего действия конкурентной мотивации в качестве инвестиционно-инновационного способа наращивания собственных конкурентных преимуществ на рынках высоких технологий и современных рынках труда;

социально-институциональная оптимизация уровня рационального действия конкурентной мотивации на инвестиционно-инновационную реализацию участниками постиндустриальных форм современной конкурентной борьбы своих творческих и интеллектуальных способностей в инновационной экономике;

получили дальнейшее развитие:

концептуальное обоснование механизма конкурентно-мотивационной связи, возникающей в инновационном рыночно-коммерческом процессе в результате парно-противоположного взаимодействия рыночных мотивов и коммерческих стимулов между собой, а также другими рыночными и коммерческими составляющими его структурно-функциональных элементов;

классификация наиболее важных мотивостимулирующих рыночных характеристик и коммерческих признаков конкурентной мотивации, которые формируются в системной организации инновационного рыночно-коммерческого процесса в результате побудительного действия конкурентных мотивов инвестиционно-инновационной реализации каждым его участником своих творческих и интеллектуальных способностей;

аргументация мотивостимулирующего воздействия конкурентных мотивов в инновационной экономике на высокомотивированный выбор экономическими субъектами рыночных ценностей и коммерческих предпочтений, побуждающих к такой инвестиционно-инновационной деятельности, в которой эффективно сочетается, с одной стороны, достижение ими своих рыночных потребностей и коммерческих интересов и, с другой – реализация собственных творческих и интеллектуальных способностей;

инновационная логика двуединого мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации на рыночную выгодность коммерческой эксплуатации творческой природы человеческого капитала в инновационной экономике;

многофакторный анализ побуждающего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике в качестве мотивостимулирующего катализатора инвестиционно-инновационной реализации предпринимателями и квалифицированными работниками современных предприятий, фирм и компаний своих творческих и интеллектуальных способностей с целью постоянного повышения собственной конкурентоспособности на рынках высоких технологий и современных рынках труда;

теоретическое положение о механизме конкурентной мотивации, функционирующем на инновационных рынках высоких технологий и современных рынках труда, в качестве самостоятельного атрибута мотивостимулирующей реализации конкурентной мотивации в инновационной экономике.

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическое значение полученных результатов определяется достигнутым уровнем разработанности исследуемых проблем, научной новизной, полученной в результате исследования постиндустриальных черт, признаков и свойств формирования, действия и использования конкурентной мотивации в инновационной экономике. Разработанные в диссертационной работе предложения и рекомендации являются основой для дальнейших исследований в области выгодного инвестиционного рыночного применения и инновационного коммерческого использования конкурентоспособными предприятиями, фирмами и компаниями конкурентной мотивации.

Полученные научные результаты доведены до конкретных практических предложений и рекомендаций, что подтверждено справками о внедрении в деятельность Народного Совета Луганской Народной Республики, предприятий и организаций.

Научные результаты внедрены на государственном уровне, а также на уровне предприятий и организаций:

на государственном уровне: Департаментом финансово-экономической деятельности, бухгалтерского учета и медицинского снабжения Министерства здравоохранения Луганской Народной Республики (справка № 1578 от 12.12.2016 г.) – технология учета усиления конкурентной мотивации медицинского персонала при помощи когерентной связи коммерческих стимулов с соответствующими рыночными мотивами;

на уровне предприятий: ООО «Акрисмед» (справка № 17 от 30.11.2016 г.) – влияние конкурентной мотивации на усовершенствование и оптимизацию труда квалифицированного персонала предприятия, оптимизация альтернативных издержек предприятия; ООО «Антрацит углепродажа» (справка № 28/16 от 18.10.2016 г.) – экономико-математическая модель рыночного применения инвестиционно-инновационной методики количественной оценки управленческо-маркетинговых затрат в системе управления персоналом предприятия; ЧАО «Научно-производственный центр Трансмаш» (справка № 118/16 от 20.12.2016 г.) – разработка и осуществление мероприятий, направленных на усиление мотивации работников к труду, улучшения конкурентного положения «ЧАО НПЦ Трансмаш»; ООО «ПМ «ПЕНТХАУС» (справка № 202/16 от 29.11.2016 г.) – методика усовершенствования мотивации и стимулирования персонала предприятия посредством повышения роли внутрифирменного конкурентного поведения; ООО «Водомир» (справка № 30/16 от 4.11.2016 г.) – разработка и осуществление мотивостимулирующих мероприятий, побуждающих работников предприятия к реализации своих творческих и интеллектуальных способностей; ЦОФ «Нагольчанская» (акт о внедрении от 21.10.2016 г.) – комплекс научно-обоснованных конкретных практических мероприятий по гуманизации условий труда квалифицированных работников; ООО «Донбасс-Днепрострой ЛТД» (акт о внедрении от 3.06.2015 г.) – система взаимосвязанных конкретных мероприятий по улучшению инвестиционного рыночного применения и инновационного

коммерческого использования мотивации и стимулирования в системе управления конкурентоспособным и квалифицированным персоналом предприятия; ОАО «Антрацитшахтстрой» (акт о внедрении от 28.11.2014 г.) – комплекс научно-обоснованных конкретных практических мероприятий по: совершенствованию мотивации и стимулирования квалифицированного труда при организации и управлении персоналом в комплексных бригадах, улучшению конкурентной мотивации при проведении аттестаций и рационализации старых рабочих мест, внедрению конкурентных мотивов в инвестиционно-инновационный процесс бригадной организации;

на уровне организаций: ГУ «Луганский республиканский клинический онкологический диспансер» Луганской Народной Республики (справка № 161/1 от 23.11.2016 г.) – методика усовершенствования мотивации и стимулирования персонала учреждения посредством внедрения элементов конкурентной мотивации во внутриорганизационные отношения; ГУ «Краснолучская центральная городская многопрофильная больница Княгининская» Луганской Народной Республики (справка № 1073 от 1.11.2016 г.) – связь социальных, трудовых, материальных коммерческих стимулов и конкурентных мотивов творческого и интеллектуального самосовершенствования, творческого и интеллектуального самовыражения, творческого и интеллектуального самоосуществления в процессе повышения эффективности труда квалифицированного персонала учреждения.

Результаты диссертационной работы внедрены в учебный процесс кафедры «Мировая экономика и управление персоналом» ГОУ ВПО «Луганский национальный университет имени Владимира Даля» при разработке курсов дисциплин: «Экономическая теория», «Система мотивации и стимулирования трудовой деятельности», «История экономики и экономических учений» (справка № 108-115-230/33 от 06.03.2017 г.).

Положения, выносимые на защиту:

1. Технология причинно-факторного формирования парно-противоположных рыночных и коммерческих составляющих структурно-функциональных элементов рыночно-коммерческих процессов в инновационной экономике.

2. Системная организация структурно-функциональных элементов инновационного рыночно-коммерческого процесса.

3. Методология парно-противоположного взаимодействия рыночных и коммерческих составляющих структурно-функциональных элементов инновационного рыночно-коммерческого процесса.

4. Теоретическое положение о полимотивационной ценности парно-противоположного взаимодействия в системной организации инновационного рыночно-коммерческого процесса мотивообразующих составляющих таких двух его структурно-функциональных элементов, как «рыночные мотивы – коммерческие интересы», «рыночные мотивы – коммерческие стимулы».

5. Теория процессного формирования новых конкурентных мотивов в инновационной экономике.

6. Концепция мотивостимулирующего механизма реализации человеческого капитала в инновационной экономике.

7. Архитектоника превращения рыночной мотивации и коммерческого стимулирования в конкурентную мотивацию человеческого капитала в условиях постиндустриальной инновационной экономики.

8. Инвестиционно-инновационный подход к аргументации интеграционного соподчинения стимулирующего действия рыночной мотивации и мотивирующего действия коммерческого стимулирования в двуединое мотивостимулирующее действие конкурентной мотивации человеческого капитала в инновационной экономике.

9. Типология мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации на инвестиционно-инновационную деятельность современных предприятий, фирм и компаний, а также на аналогичную реализацию их квалифицированными работниками своих творческих и интеллектуальных способностей.

10. Качественные особенности механизма действия и механизма использования конкурентной мотивации в инновационной экономике.

11. Методика конкурентно-мотивационного сопряжения рыночных интересов предпринимателей и профессиональных интересов квалифицированных работников в результате выгодного использования бизнес-структурами отношений или конкурентного соперничества, или конкурентного сотрудничества, возникающих между ними в инновационной экономике.

12. Эвристические модели социально-институционального, организационно-маркетингового и организационно-управленческого использования конкурентной мотивации на трех основных уровнях инновационной экономики.

13. Экономико-математическая модель количественной оценки управленческо-маркетинговых затрат, идущих на инвестиционно-инновационную реализацию мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике.

Степень достоверности результатов исследования. Диссертационная работа является самостоятельным научным исследованием моделей конкурентной мотивации в инновационной экономике. Все научные положения, результаты и выводы, изложенные в диссертации и вынесенные на защиту, получены лично автором. Из научных трудов, опубликованных в соавторстве, использованы только те идеи и положения, которые являются результатом личных исследований соискателя. Достоверность результатов диссертации основывается на использовании современных экономических общенаучных и специальных методов и принципов научного познания, а также экономико-математических методов и эвристических моделей мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике, разработанных соискателем.

Апробация результатов диссертации. Материалы исследования докладывались диссертантом на: Міжнародній науково-практичній конференції «Розвиток фінансових ринків та інститутів в умовах міжнародної інтеграції» (Полтава, 2009 г.); Міжнародній науково-практичній конференції «Інституціональні аспекти функціонування трудового потенціалу» (Луганск, 2009 г.); I Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції, присвяченій 90-річчю СНУ ім. В. Даля (Луганск, 2009 г.); Міжнародній науково-практичній конференції «Формування та розвиток трудового потенціалу України: проблеми і перспективи» (Луганск, 2011 г.); Міжнародній науково-практичній конференції «Розвиток трудового потенціалу в умовах інноваційної економіки» (Луганск-Евпаторія, 2013 г.); Международной научно-практической конференции «Модернизация современной экономики: налогообложение и управление» (Ростов-на-Дону, 2016 г.).

Публикации. Основные положения диссертационной работы опубликованы в 36 научных трудах, в том числе в 3 личных монографиях (54,98 п.л.), 24 статьях (20 личных и 4 в соавторстве) в рецензируемых изданиях (лично автору принадлежит 9,63 п.л.). В других изданиях имеется 9 публикаций (3 научные статьи и 6 трудов конференций) общим объемом 2,2 п.л. Совокупный объем публикаций автора составляет 66,81 п.л.

Структура диссертационной работы определяется поставленной целью и соответствует логической последовательности решения задач исследования. Диссертация содержит введение, 5 глав, включающих 15 параграфов и выводы по каждой главе, заключение, список литературы из 312 наименований.

Диссертация имеет следующую структуру:

Введение

Глава 1. Теоретико-методологические основы исследования конкурентной мотивации в инновационной экономике.

- 1.1. Конкурентная мотивация: сущность, условия и факторы развития.
- 1.2. Генезис теории конкурентной мотивации.
- 1.3. Формы конкурентной мотивации в инновационной экономике.

Выводы по главе 1.

Глава 2. Конкурентные мотивы и конкурентная мотивация: единство и различие в инновационной экономике.

- 2.1. Детерминация конкурентных мотивов в инновационной экономике.
- 2.2. Взаимодействие конкурентных мотивов и конкурентной мотивации в инновационной экономике.
- 2.3. Двойственная природа отношений конкуренции в инновационной экономике

Выводы по главе 2.

Глава 3. Концепция конкурентной мотивации в инновационной экономике.

- 3.1. 3.1. Механизм конкурентной мотивации инновационной деятельности бизнес структур.
- 3.2. Конкурентная мотивация в сфере деловых интересов предпринимателей и квалифицированных работников.
- 3.3. Синхронизирующее действие конкурентной мотивации в бизнес-структурах инновационной экономики

Выводы по главе 3.

Глава 4. Модели конкурентной мотивации в инновационной экономике.

- 4.1. Социально-институциональная модель конкурентной мотивации в инновационной экономике.
- 4.2. Организационно-маркетинговая модель конкурентной мотивации на инновационных рынках.
- 4.3. Организационно-управленческая модель конкурентной мотивации в современных бизнес структурах.

Выводы по главе 4

Глава 5. Инструментарий реализации конкурентной мотивации в инновационной экономике.

- 5.1. Социально-институциональные инструменты реализации конкурентно-мотивационной когерентности в инновационной экономике
- 5.2. Организационно-маркетинговые инструменты реализации конкурентной мотивации на инновационных рынках.

5.3. Организационно-управленческие инструменты реализации конкурентной мотивации в бизнес структурах.

Выводы по главе 5.

Заключение

Список литературы

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Во **введении** диссертации обосновывается актуальность исследуемой темы, степень её разработанности, сформулированы цель и задачи, представлены объект, предмет, указана теоретико-методологическая и концептуальная база исследования, представлены научная новизна, практическая значимость, выделены основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе диссертационной работы анализируется концептуальная основа постиндустриальной трансформации причинно-факторных условий в современной инновационной экономике.

Постиндустриальная трансформация причинно-факторных условий инновационной экономики промышленно развитых стран приводит к фундаментальным рыночным преобразованиям в её реальном секторе. Уникальность этих преобразований состоит, прежде всего, в том, что реальный сектор инновационной экономики быстро трансформируется в направлении перехода от неэффективного ресурсно-затратного к эффективному ресурсно-сберегающему технологическому типу экономического развития, в основе которого находится инвестиционное рыночное применение и инновационное коммерческое использование, с одной стороны, новейших технологий и, с другой – творческих и интеллектуальных ресурсов человеческого капитала. В реальном секторе инновационной экономики человеческий капитал, образуя творческий синтез информации, знаний и интеллекта, обуславливает трансформационный переход от технократической к антропоцентрической эксплуатации преимущественно интенсивных факторов экономического развития. Благодаря этому человеческий капитал формирует новый концептуальный каркас инновационной экономики, который опредмечивается в её реальном секторе возникновением неисследованных ранее видов рыночных потребностей и коммерческих интересов. Иерархия их рыночного удовлетворения продуцирует появление в инновационной экономике новых постиндустриальных мотиваторов, способных оказывать более мощное побуждающее действие, чем рыночная мотивация и коммерческое стимулирование на рыночное применение и коммерческое использование её конкурентоспособными участниками таких инновационных ценностей, как информация, знания, интеллект, носителями которых является человеческий капитал.

В результате исследования дано теоретическое обоснование взаимообусловленности концептуального действия причинно-факторных условий и формирования в реальном секторе инновационной экономики такого нового постиндустриального мотиватора человеческого капитала, как конкурентная мотивация. При этом осуществлен исследовательский анализ концептуального действия тех причинно-факторных условий, которые определили границы инвестиционной необходимости и инновационной возможности конкурентного удовлетворения участниками инновационной экономики, прежде всего, таких своих высоких рыночных потребностей, как: потребности в творческой и

интеллектуальной самореализации; потребности общественного признания своих успехов в предпринимательской и профессиональной деятельности; потребности приобретения социального статуса; потребности приобретения информационного потенциала коммуникационных контактов.

В инновационной иерархии рыночных потребностей именно данные потребности инициировали возникновение, мотивировали становление и стимулировали развитие такого постиндустриального мотиватора человеческого капитала, в качестве которого в инновационной экономике стала выступать конкурентная мотивация её конкурентоспособных участников.

Раскрыто определение двойственной рыночно-коммерческой природы конкурентной мотивации и постиндустриальные формы её содержательного проявления в инновационной экономике. Показано, что конкурентная мотивация в инновационной экономике явилась постиндустриальным выражением инвестиционной необходимости и инновационной возможности диффузного расширения границ действия рыночной мотивации и коммерческого стимулирования предпринимателей и квалифицированных наемных работников, так как, прежде всего, они осуществляют инвестиционно-инновационное использование информации, знаний и интеллекта в качестве доминантных составляющих человеческого капитала.

Таким образом, в диссертации получило теоретическое обоснование концептуальное положение о том, что в инновационной экономике среди всех способов и форм, методов и средств рыночной мотивации и коммерческого стимулирования конкурентная мотивация призвана выполнять особое инвестиционно-инновационное предназначение. Внутренний механизм конкурентной мотивации предназначен рыночно сопрягать, конкурентно интегрировать и коммерчески превращать самостоятельное действие рыночной мотивации и коммерческого стимулирования, направленных на всех участников любой рыночно-коммерческой деятельности в их более мощное двуединое мотивостимулирующее действие, сфокусированное только на конкурентоспособных участниках инвестиционно-инновационной деятельности. В данном смысле механизм побуждающего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике содержательно интегрирует общие черты, однородные признаки и одинаковые свойства, присущие рыночной мотивации и коммерческому стимулированию. Такая их едионаправленная сопряженность осуществляется в любом инновационном рыночно-коммерческом процессе современной экономики и находит свое концентрированное выражение в двуедином мотивостимулирующем действии на его участников, побуждающем каждого из них к инвестиционно-инновационной деятельности, направленной на максимально полное удовлетворение своих постиндустриальных рыночных потребностей и собственных коммерческих интересов.

Сделан вывод о том, что безальтернативность инновационного развития современной экономики обусловила действие постиндустриальных причинно-факторных условий в качестве постоянного катализатора, активирующего возникновение в инновационной экономике не только необходимости, но и возможности функционального превращения побуждающего действия, как рыночной мотивации, так и коммерческого стимулирования в более мощное двуединое мотивостимулирующее действие конкурентной мотивации на

инвестиционно-инновационную реализацию её основными участниками своих творческих и интеллектуальных способностей с целью максимально полного удовлетворения собственных постиндустриальных рыночных потребностей и коммерческих интересов.

Вторая глава диссертационной работы посвящена научному обоснованию единства и различия конкурентных мотивов и конкурентной мотивации в инновационной экономике.

Научная аналитика комплексной методологии исследования образования и действия конкурентной мотивации в инновационном рыночно-коммерческом процессе сфокусирована на выстраивании логической схемы, которая отражает категориальную цепочку всех парно-противоположных рыночных и коммерческих составляющих его структурно-функциональных элементов. Целью такой научной логизации инновационного рыночно-коммерческого процесса является определение структурно-функционального предназначения в нем таких его парно-противоположных составляющих, которые обеспечивают участникам постиндустриальных форм современной конкурентной борьбы конкурентные преимущества и мотивационные предпочтения в виде наиболее полного удовлетворения своих рыночных потребностей и максимальной реализации собственных коммерческих интересов. На основании этого в диссертации разработан метод антиподуального взаимодействия парно-противоположных рыночных и коммерческих составляющих структурно-функциональных элементов инновационного рыночно-коммерческого процесса, который позволил создать методологическую конструкцию, теоретически и концептуально соответствующую, по крайней мере, двум общепринятым экономическим положениям. Это относится, во-первых, к конкурентному осуществлению в инновационной экономике двойственной рыночно-коммерческой природы отношений конкуренции и, во-вторых, к мотивированному выбору участниками инвестиционно-инновационной деятельности относительно доступных альтернатив в силу их конкурентных преимуществ и мотивированных предпочтений в виде получения каждым из них собственной максимальной выгоды.

В диссертационной работе метод антиподуального взаимодействия парно-противоположных рыночных и коммерческих составляющих структурно-функциональных элементов инновационного рыночно-коммерческого процесса является одним из ключевых экономических методов исследования конкурентной мотивации в инновационной экономике через призму конкурентных преимуществ и мотивационных предпочтений, побуждающих её участников к инвестиционно-инновационной деятельности. Это, прежде всего, касается аналитического обоснования структурно-функционального предназначения в инновационном рыночно-коммерческом процессе таких его парно-противоположных составляющих, как «рыночные потребности – коммерческие интересы», а также «рыночные мотивы – коммерческие стимулы». В данной зависимости наблюдается первичность рыночных потребностей по отношению к коммерческим интересам, парно-противоположным, отражением которых являются рыночные мотивы и коммерческие стимулы, а на поверхности инновационного рыночно-коммерческого процесса их парно-противоположная взаимообусловленность проявляется в виде конкурентных преимуществ и мотивационных предпочтений, оказывающих побуждающее воздействие на выбор его участниками альтернативы, приносящей

каждому из них наибольшую выгоду.

Комплексный теоретический анализ методологической конструкции парно-противоположных рыночных и коммерческих составляющих структурно-функциональных элементов инновационного рыночно-коммерческого процесса свидетельствует о том, что в качестве организации их этимологического двуединства являют собой: «рыночные условия – коммерческие предпосылки», «рыночные потребности – коммерческие интересы», «рыночные мотивы – коммерческие стимулы», «рыночные цели – коммерческие средства», «рыночная организация – коммерческое управление», «рыночные результаты – коммерческие затраты». Системное исследование их структурно-функциональной организации в инновационном рыночно-коммерческом процессе позволило научно обосновать два важных теоретических положения: первое – антиподуальное взаимодействие парно-противоположных составляющих структурно-функциональных элементов инновационного рыночно-коммерческого процесса и второе – парно-противоположные составляющие ключевого структурно-функционального элемента этого процесса.

Это относится к «рыночным мотивам – коммерческим стимулам», так как взаимодействие каждого из них друг с другом образует её самый активный структурно-функциональный элемент. Таковым он становится потому, что взаимодействие «рыночных мотивов и коммерческих стимулов» друг с другом побуждает аналогичное взаимодействие рыночных и коммерческих составляющих всех остальных структурно-функциональных элементов инновационного рыночно-коммерческого процесса. При этом все структурно-функциональные элементы инновационного рыночно-коммерческого процесса становятся живыми и подвижными, так как приобретают способность к постоянному антиподуальному взаимодейжению и взаимодействию друг с другом в его системной организации.

Весь этот сложный и противоречивый инновационный рыночно-коммерческий процесс антиподуального взаимодействия парно-противоположных составляющих его структурно-функциональных элементов результативен их взаимодейжением друг к другу, которое обеспечивает трансформационный взаимопереход рыночных условий в коммерческие предпосылки, рыночных потребностей в коммерческие интересы, рыночных мотивов в коммерческие стимулы, рыночных целей в коммерческие средства, рыночной организации в коммерческое управление, рыночных результатов в коммерческие затраты и наоборот. В данном взаимодействии и взаимодействии роль его активатора принадлежит трансформационному взаимопереходу «рыночных мотивов» в «коммерческие стимулы» и наоборот.

Будучи парной противоположностью, рыночные мотивы и коммерческие стимулы, трансформируясь друг в друга в инновационном рыночно-коммерческом процессе, выполняют в его функциональной структуре двуединую функцию активизирующего стимулятора или стимулирующего мотиватора антиподуального взаимодействия парно-противоположных рыночных и коммерческих составляющих всех его структурно-функциональных элементов. Благодаря этому в функциональной структуре инновационного рыночно-коммерческого процесса, рыночные мотивы и коммерческие стимулы реализуют двуединую мотивостимулирующую функцию, но не сами по себе, а как парная противоположность, стремящаяся к внутреннему двуединому

мотивостимулирующему действию на его участников. При этом, соотносясь друг к другу в качестве парных противоположностей, рыночные мотивы и коммерческие стимулы предстают в функциональной структуре инновационного рыночно-коммерческого процесса, как взаимодействующая, а значит и как не только конкурентная, но и мотивационная совокупность. В такой совокупности рыночные мотивы и коммерческие стимулы находятся в постоянном противоборстве и в результате жесткого противостояния друг с другом приобретают конкурентно-мотивационный характер своего двуединого мотивостимулирующего осуществления в системной организации функциональной структуры инновационного рыночно-коммерческого процесса.

В результате исследования получил теоретико-методологическое обоснование алгоритм формирования новых конкурентных мотивов в системной организации функциональной структуры инновационного рыночно-коммерческого процесса. Его системное действие в инновационном рыночно-коммерческом процессе прослеживается в том, что рыночные мотивы и коммерческие стимулы в своем парно-противоположном противостоянии стремятся не только к взаимодействию друг с другом, но и к структурно-функциональной интеграции. Инновационная ценность такой интеграции состоит в конкурентном объединении мотивационного действия коммерческих стимулов и стимулирующего действия рыночных мотивов в двуединое мотивостимулирующее действие, как минимум, девяти конкурентных мотивов (рис. 1).

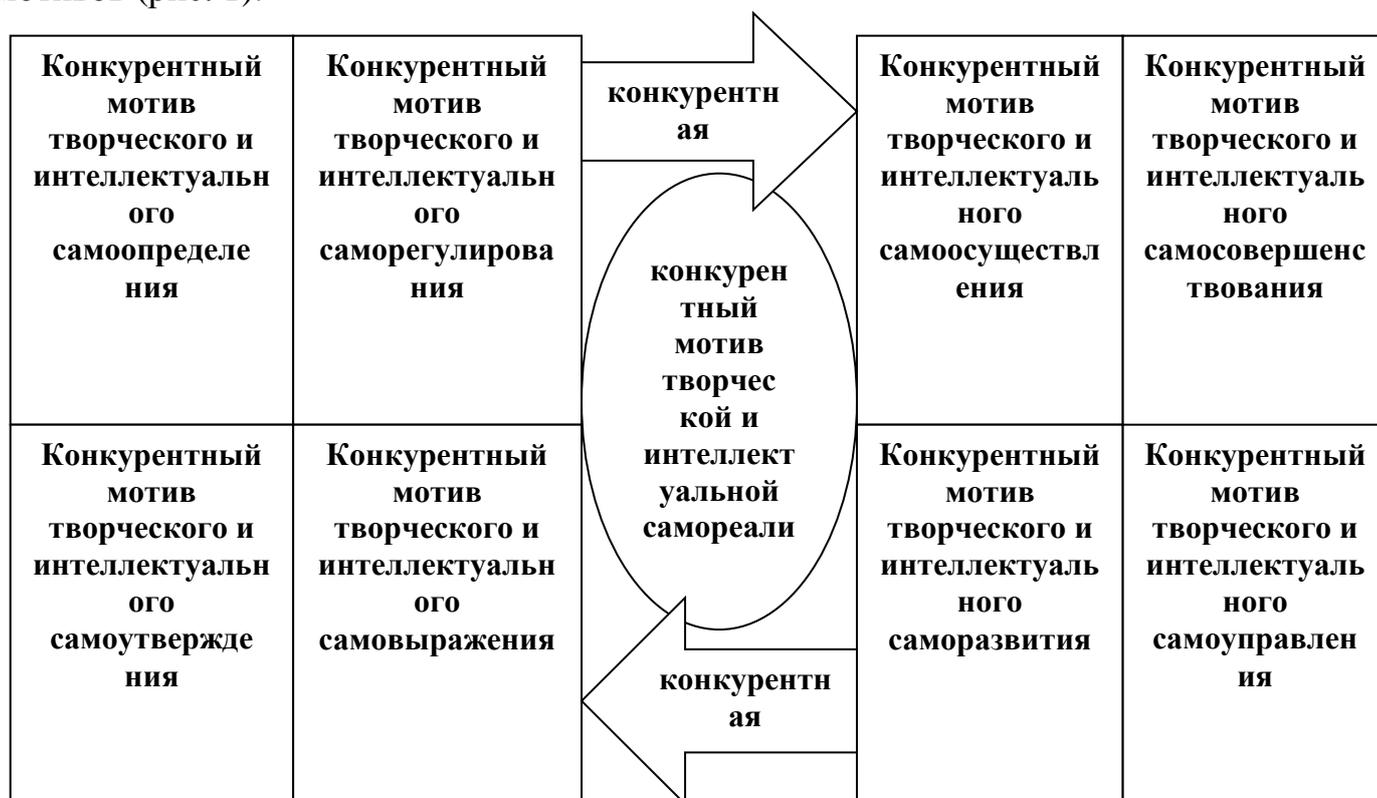


Рисунок 1 - Конкурентные мотивы в системной организации инновационного рыночно-коммерческого процесса

При инвестиционно-инновационной характеристике каждого из новых конкурентных мотивов основной исследовательский акцент сделан на аналитической разработке парно-противоположной связи, взаимосвязи и взаимодействия рыночных мотивов и коммерческих стимулов между собой и со

всеми остальными структурно-функциональными элементами инновационного рыночно-коммерческого процесса, так как под воздействием этого в его системной организации содержательно формируются инвестиционные возможности образования инновационных свойств каждого конкурентного мотива. Такой анализ позволяет также осуществить содержательное разграничение всех конкурентных мотивов с точки зрения логического обоснования в системной организации инновационного рыночно-коммерческого процесса, во-первых, взаимопревращения рыночных мотивов в коммерческие стимулы и наоборот, а также, во-вторых, экстраполяцию этого взаимопревращения на содержательную трансформацию рыночной мотивации и коммерческого стимулирования в конкурентную мотивацию.

В исследовании проанализировано теоретическое положение о том, что содержательная взаимосвязь конкурентных мотивов с рыночными мотивами и коммерческими стимулами – это диалектическая логика их парно-противоположного позиционирования в системной организации функциональной структуры инновационного рыночно-коммерческого процесса, которая эффективно результирует новой инвестиционно-инновационной целостностью в виде самостоятельно действующих конкурентных мотивов. В этом смысле, конкурентные мотивы качественно выражают диалектическое единство инвестиционно-инновационного взаимодействия парно-противоположных рыночных мотивов и коммерческих стимулов, которое осуществляется, таким образом, благодаря их внутренней конкурентно-мотивационной взаимосвязи и взаимозависимости, обеспечивающей постоянный взаимопереход каждого из них друг в друга. Последний, сохраняя трансформационную содержательность рыночных мотивов в коммерческих стимулах и наоборот, позволяет им повторяться в каждом конкурентном мотиве лишь теми своими характерными чертами, признаками и свойствами, которые образуют их новое общее двуединое мотивостимулирующее действие.

Кроме того, конкурентные мотивы, являясь в системной организации инновационного рыночно-коммерческого процесса содержательным продуктом взаимодействия, взаимоперехода и взаимоосуществления рыночных мотивов и коммерческих стимулов, представляют собой достаточно сложное постиндустриальное образование. В системной организации инновационного рыночно-коммерческого процесса все конкурентные мотивы находятся в динамической взаимосвязи друг с другом и в зависимости от возникающих рыночно-коммерческих ситуаций в нем, сочетаются различным образом между собой. В то же время, все конкурентные мотивы целенаправлены на инвестиционное формирование у участников инновационного рыночно-коммерческого процесса внутреннего мотивационного побуждения к инвестиционно-инновационной реализации каждым из них собственных творческих и интеллектуальных способностей для достижения конкурентных преимуществ и мотивационных предпочтений в постиндустриальных формах современной конкурентной борьбы. Их такое современное осуществление нашло свое содержательное проявление в инвестиционно-инновационной интеграции коммерческой силы рыночных мотивов и мотивационной мощи коммерческих стимулов в двуединый мотивационно-стимулирующий потенциал новых конкурентных мотивов.

Поэтому содержание нового понятия «конкурентные мотивы», с одной

стороны, исключает содержательную синонимизацию понятий «рыночные мотивы» и «коммерческие стимулы», а с другой – по существу интегрирует такие рыночные черты, конкурентные признаки и коммерческие свойства рыночных мотивов и коммерческих стимулов, которые побуждают участников инновационного рыночно-коммерческого процесса к выгодной реализации собственных творческих и интеллектуальных способностей в своей инвестиционно-инновационной деятельности, направленной на достижение максимальных конкурентных преимуществ и мотивационных предпочтений в современной конкурентной борьбе.

Не случайно, что в любом инновационном рыночно-коммерческом процессе действие конкурентных мотивов не уничтожает самостоятельное действие и рыночных мотивов в рыночной мотивации, и коммерческих стимулов в коммерческом стимулировании всех участников этого процесса. Наоборот, действие конкурентных мотивов в инновационном рыночно-коммерческом процессе преумножает их стимулирующее действие в рыночной мотивации и мотивирующее действие в коммерческом стимулировании его участников и, тем самым, в какой-то мере, снимает проблему тождества и различия рыночных мотивов и коммерческих стимулов, а также рыночной мотивации и коммерческого стимулирования.

Таким образом, внутренняя логика содержательного осуществления в системной организации инновационного рыночно-коммерческого процесса рыночных мотивов и коммерческих стимулов в конкурентных мотивах находит свое внешнее проявление в совместном действии рыночной мотивации и коммерческого стимулирования инвестиционно-инновационной деятельности его участников, в результате которого образуется механизм мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации – нового высокоинтегрированного вида рыночной мотивации и коммерческого стимулирования человеческого капитала.

В третьей главе диссертации обоснована концепция конкурентной мотивации в инновационной экономике как доминантного постиндустриального мотиватора творческой и интеллектуальной деятельности предпринимателей и квалифицированных наемных работников.

На основе теоретического анализа стимулирующего действия рыночной мотивации и мотивационного действия коммерческого стимулирования наемных работников раскрыт механизм мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике. Комплексное исследование этого механизма конкурентной мотивации показало, что в функциональной структуре инновационного рыночно-коммерческого процесса мотивостимулирующее действие каждого из конкурентных мотивов в отдельности и всех вместе взятых формирует в его системной организации инвестиционно-инновационную сферу высокой конкурентной мотивации. В данной сфере все конкурентные мотивы, структурно осуществляя конкурентный и мотивационный взаимопереход рыночных мотивов и коммерческих стимулов, функционально проявляют себя в адекватном конкурентном сопряжении и мотивационной интеграции стимулирующего действия рыночной мотивации и мотивирующего действия коммерческого стимулирования его участников. При этом последние в системной организации инновационного рыночно-коммерческого процесса соотносятся друг к другу, как конкурентное и мотивационное отражение одного в другом, формируемое в результате содержательного взаимопревращения стимулирующего действия рыночной мотивации и мотивационного действия коммерческого стимулирования его

участников в их двуединое мотивостимулирующее действие, которое в инновационной экономике осуществляет конкурентная мотивация.

В связи с этим в диссертации проведено всестороннее логическое обоснование концептуальных составляющих, формирующих механизм мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике. Последний на любом инновационном рынке выступает в роли постоянного конкурентного интегратора коммерческой силы рыночной мотивации и рыночной мощи коммерческого стимулирования участников постиндустриальных форм современной конкурентной борьбы, через которые проявляются результаты их инвестиционно-инновационной деятельности. Победителем такой современной конкурентной борьбы, как правило, становится тот из них, который в рыночно-коммерческой практике эффективнее соперников осуществляет инвестиционно-инновационную реализацию своих творческих и интеллектуальных способностей с целью постоянного повышения собственной конкурентоспособности на соответствующем инновационном рынке. При этом, на инвестиционно-инновационную реализацию творческих и интеллектуальных способностей участников постиндустриальных форм современной конкурентной борьбы рыночная мотивация и коммерческое стимулирование оказывают свое побуждающее действие не отдельно друг от друга, а во взаимосвязи, комплексно, так как инновационный рыночно-коммерческий процесс, сопровождающий их инвестиционно-инновационную деятельность, является одновременно и рыночным, и коммерческим. Это значит, что в любом инновационном рыночно-коммерческом процессе в результате современной конкурентной борьбы происходит конкурентная интеграция коммерческих форм рыночной мотивации и рыночных форм коммерческого стимулирования участников любой инвестиционно-инновационной деятельности. В конечном итоге такая конкурентная интеграция приводит к конкурентной трансформации всех коммерческих форм рыночной мотивации и рыночных форм коммерческого стимулирования участников инвестиционно-инновационной деятельности и превращения их в конкурентные формы полимотивного, т.е. двуединого мотивостимулирующего осуществления в функциональной структуре инновационного рыночно-коммерческого процесса. В последней интеграционный тандем коммерческих форм рыночной мотивации и рыночных форм коммерческого стимулирования её конкурентоспособных участников конкурентно варьирует в пределах инвестиционного формирования и инновационного проявления постиндустриальных форм современной конкурентной борьбы в диапазоне их двуединого мотивостимулирующего действия на высокомотивированную инвестиционно-инновационную реализацию каждым из них своих творческих и интеллектуальных способностей для постоянного повышения собственной конкурентоспособности на инновационных рынках.

Тем самым, в любом инновационном рыночно-коммерческом процессе на интеграционном стыке взаимодействия рыночной мотивации и коммерческого стимулирования происходит формирование новой конкурентной мотивации инвестиционно-инновационной деятельности конкурентоспособных участников инновационной экономики.

Поэтому в самом общем виде конкурентная мотивация представляет собой ценностный постиндустриальный вид мотивационной адаптации инновационной экономики к инвестиционной необходимости и инновационной возможности более

мощного побуждения её участников к реализации своих творческих и интеллектуальных способностей для постоянного повышения собственной конкурентоспособности на инновационных рынках. Мотивационная ценность такого действия конкурентной мотивации состоит в конкурентной интеграции коммерческой силы рыночной мотивации и рыночной мощи коммерческого стимулирования участников инвестиционно-инновационной деятельности. В данном контексте формируется механизм конкурентной мотивации, который сопрягает, а также синхронизирует мотивирующее и стимулирующее действия, соответственно, рыночной мотивации и коммерческого стимулирования конкурентоспособных участников инновационной экономики. Благодаря этому механизм конкурентной мотивации не только формирует, но и модернизирует двуединое мотивостимулирующее действие, побуждающее каждого из них к выгодной инвестиционно-инновационной реализации своих творческих и интеллектуальных способностей для повышения собственной конкурентоспособности на инновационных рынках. Тем самым, конкурентная мотивация, как бы воспроизводит в инновационной экономике постиндустриальное самообновление мотивостимулирующего действия рыночной мотивации и коммерческого стимулирования инвестиционно-инновационной деятельности её конкурентоспособных участников.

В результате системного исследования механизма мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике, его универсальный постиндустриальный характер представлен в виде функционального обеспечения в любом инновационном рыночно-коммерческом процессе взаимодействия, взаимоперехода и взаимопревращения рыночной мотивации в коммерческое стимулирование и наоборот, направленного на осуществление её мотивостимулирующего действия, прежде всего, на рынке высоких технологий и современных рынках труда.

В результате исследования аргументировано, что свой высокий инновационный статус на этих двух рынках механизм действия конкурентной мотивации приобретает благодаря устойчивому инвестиционно-инновационному осуществлению трех основных своих мотивостимулирующих функций:

- мотивостимулирующего активатора инвестиционной рыночной инициативы и инновационной коммерческой предприимчивости субъектов предпринимательского и профессионального бизнеса, направленных на конвертацию их новаторской экспрессии в собственные конкурентные преимущества и мотивационные предпочтения, достигнутые в постиндустриальных формах конкурентной борьбы в результате инвестиционно-инновационной реализации каждым из них своих творческих и интеллектуальных способностей на инновационных рынках;
- мотивостимулирующего регулятора деловых рыночных интересов предпринимателей и квалифицированных наемных работников, обеспечивающего конкурентно-мотивационную согласованность более полного удовлетворения их разнообразных инновационных потребностей и инвестиционной эксплуатации на инновационных рынках своих творческих и интеллектуальных способностей;
- мотивостимулирующего синхронизатора, устанавливающего такие коммуникативные связи между участниками постиндустриальных форм конкурентной борьбы, которые устраняют конкурентный и мотивационный

диспаритет в отношениях конкурентного соперничества и конкурентного сотрудничества, возникающих по поводу инвестиционно-инновационной реализации ими своих творческих и интеллектуальных способностей для достижения собственной конкурентоспособности на инновационных рынках.

Четвертая глава диссертационной работы посвящена исследованию моделей конкурентной мотивации и обоснованию её современной модели на макро-, мезо- и микроуровнях инновационной экономики.

Обоснование мотивостимулирующей модели конкурентной мотивации в инновационной экономике направлено: *во-первых*, на координацию конкурентного и мотивационного соотношения между инвестиционными (конкурентными) и инновационными (мотивационными) ресурсными затратами, идущими на инвестиционно-инновационную реализацию конкурентоспособными участниками инновационной экономики своих творческих и интеллектуальных потенций для обеспечения собственных конкурентных преимуществ и мотивационных предпочтений над соперниками; и *во-вторых*, на синхронизацию конкурентного и мотивационного соответствия между инвестиционными рыночными затратами на инвестиционно-инновационную реализацию конкурентоспособными участниками инновационной экономики своих творческих и интеллектуальных способностей и достигнутыми от этого инновационными коммерческими результатами в виде наиболее полного удовлетворения своих постиндустриальных рыночных потребностей и максимального достижения собственных коммерческих интересов.

Рассмотрение инвестиционной (количественной) и инновационной (качественной) проекции мотивостимулирующего использования конкурентной мотивации в инновационной экономике позволило определить суть, требования и механизм инновационного моделирования этого явления. Так, изучение и анализ основных требований соответствующих инновационным моделям, позволяющих обозначить наиболее важные мотивостимулирующие связи, качества, возможности и характеристики конкурентной мотивации без которых этот вид постиндустриальной мотивации не может эффективно осуществляться на макро-, мезо- и микроуровнях инновационной экономики, показали, что таковым, в большей степени, отвечают, соответственно, социально-институциональная, организационно-маркетинговая и организационно-управленческая эвристические модели.

Поэтому в диссертационной работе построены и анализируются данные эвристические модели через призму комплексного использования мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации на разных уровнях инновационной экономики и особенно на уровне инвестиционно-инновационной деятельности современных предприятий, фирм и компаний, что позволило определить единство всех различных рыночно мотивирующих и коммерчески стимулирующих компонент, составляющих социально-институциональную, организационно-маркетинговую и организационно-управленческую инновационные модели.

Схематизированное построение и проведенный модельный анализ социально-институциональной организационно-маркетинговой и организационно-управленческой инновационных моделей позволил теоретически обобщить их основные концептуальные положения.

Содержательная разработка социально-институциональной модели мотивостимулирующего использования конкурентной мотивации (Рис. 2) позволила

определить усиление в инновационной экономике институционального влияния социальных институтов на конкурентоспособное взаимосопряжение рыночно-коммерческих интересов владельцев капитала и профессиональных интересов квалифицированной рабочей силы. Социальная институционализация прямо противоположных рыночных интересов предпринимателей – работодателей и квалифицированных наемных работников меняет мотивостимулирующий характер постиндустриальных форм их конкурентной борьбы, прежде всего, на рынках высоких технологий и современных рынках труда. Это находит свое практическое проявление в комплексном воздействии правовых, государственных, экономических и социальных институтов на инвестиционно-инновационное использование мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике.

В представленной модели институты дифференцированы по типам, которые характеризуются внешними (стимулирующими) и внутренними (мотивирующими) комбинациями различных признаков мотивостимулирующего использования конкурентной мотивации в инновационной экономике. Такая социально-институциональная классификация позволила сделать три вывода о том, что все институты в определенной мере: во-первых, являются катализаторами практического осуществления социально-институционального механизма мотивостимулирующего использования конкурентной мотивации в инновационной экономике; во-вторых, способствуют тому, что социальная координация и институциональная согласованность инвестиционно-инновационных действий участников постиндустриальных форм современной конкурентной борьбы для максимизации их общей выгоды будут определять, в основном, предпроектный и производственный уровни мотивостимулирующего использования конкурентной мотивации в инновационной экономике; в-третьих, в инновационной экономике конкурентная мотивация должна быть функционально целенаправлена на равновыгодную защиту рыночных интересов не только предпринимателей, но и квалифицированных наемных работников, которая бы устраняла демотивацию конкурентоспособных связей между ними.

Поэтому все возрастающая социальная институционализация инновационной экономики диапозонирует разнообразными формами производственной демократизации организационно-маркетинговой и организационно-управленческой деятельности менеджмента современных предприятий, фирм и компаний, направленной на инвестиционно-инновационное обеспечение постоянного повышения своей конкурентоспособности, в том числе, и за счет мотивостимулирующего использования конкурентной мотивации.

В диссертации разработка организационно-маркетинговой и организационно-управленческой моделей мотивостимулирующего использования конкурентной мотивации в инновационной экономике сфокусирована на аргументацию рыночно мотивирующего и коммерчески стимулирующего действия основных компонент соответствующих механизмов. На основании полученных результатов такого

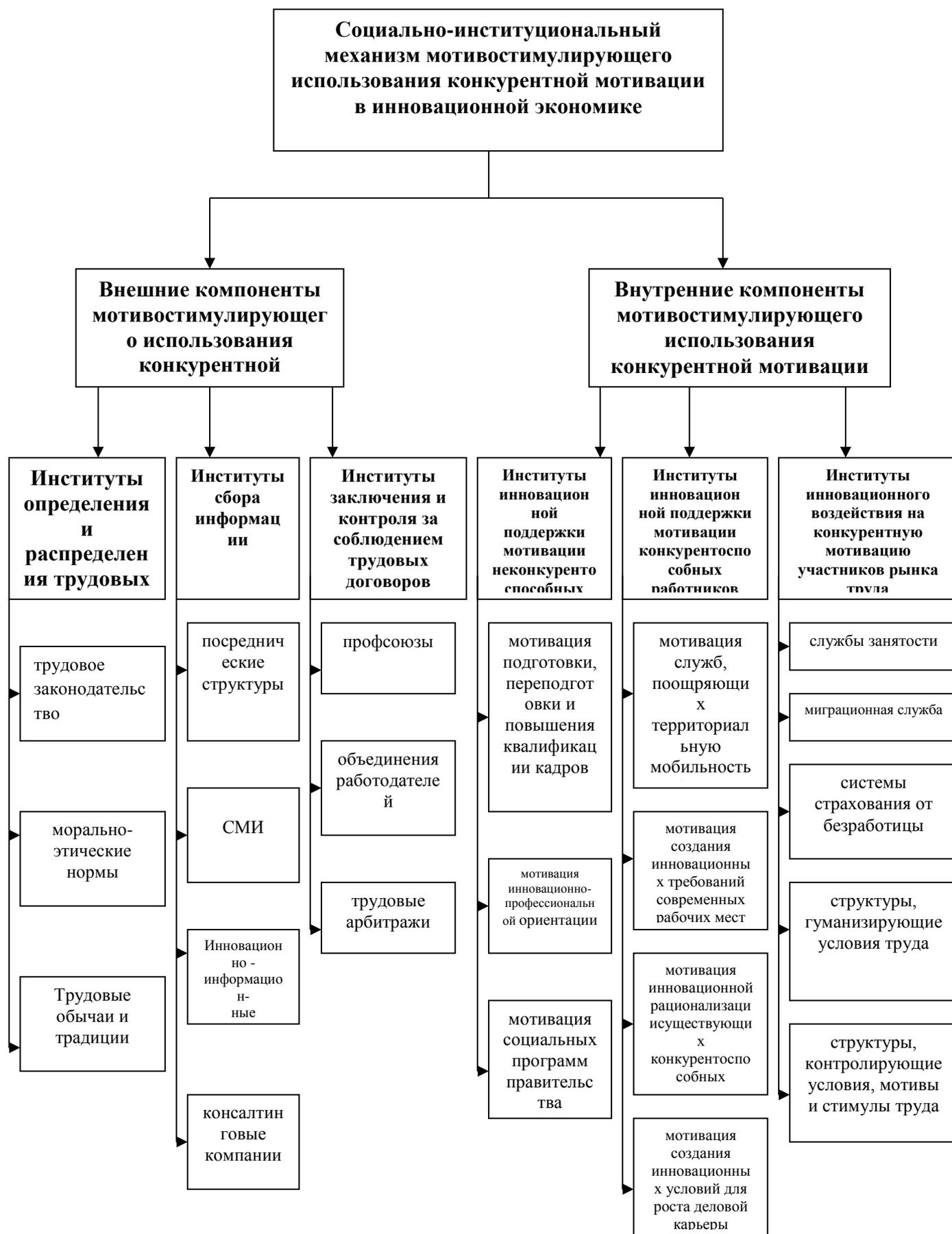


Рисунок 2 - Социально-институциональная модель мотивостимулирующего использования конкурентной мотивации в инновационной экономике.

компонентного моделирования и их аналитической оценки в инвестиционно-инновационной практике предпринимательской и профессиональной деятельности, показана рационализация организационно-маркетингового и организационно-управленческого механизмов использования мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации, которое происходит в инновационной экономике на инновационных рынках.

Предложенная в диссертации организационно-маркетинговая модель использования мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации на инновационных рынках (Рис. 3) описывает конкурентоспособную организационно-маркетинговую интеграцию всех её основных компонент. Их практическая реализация менеджментом предприятий, фирм и компаний создает для них рыночные и конкурентные преимущества, а также коммерческие и мотивационные предпочтения.

В диссертации организационно-маркетинговый механизм использования мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации на инновационных рынках получил свое аналитическое обоснование применительно, в основном, к инновационным рынкам высоких технологий и особенно к современным рынкам труда, т.е. к тем рынкам, где, в основном, происходит инвестиционно-инновационная деятельность предпринимателей и квалифицированных наемных работников. Это внесло определенную аналитическую коррекцию в определение инновационных функций организационно-маркетингового механизма выработки и принятия соответствующих решений на современных предприятиях, фирмах и компаниях.

Так, в диссертации исследовательский подход к моделированию функциональных связей между всеми основными составляющими инновационного механизма организационно-управленческой модели мотивостимулирующего использования конкурентной мотивации на современных предприятиях, фирмах и компаниях (Рис. 4) преследовал конструирование его мотивостимулирующих компонент с учетом и оценкой их организационного взаимодействия управленческо-маркетинговой деятельности их менеджмента. Это, в первую очередь, касается тех из них, которые устраняют организационный диспаритет в управленческом и маркетинговом использовании конкурентной мотивации на предприятии: определения и реализации общей инвестиционно-инновационной стратегии управления предприятием, фирмой, компанией и корпорацией; научно-обоснованного планирования наиболее конкурентоспособных инвестиционно-инновационных проектов; эффективного контроля за исполнением инвестиционно-инновационных управленческих и маркетинговых решений; глубокого и всестороннего изучения инвестиционно-инновационной конъюнктуры рынка; конкурентно-мотивационной оценки инвестиционно-инновационных потребностей рынка и конечных потребителей; инвестиционно-инновационного обеспечения роста маркетинговой конкурентоспособности своей организации и не только в ближайшей, но и в отдаленной перспективе; решения практических задач управления инфраструктурой тех производственных подразделений, которые устраняют узловые рыночно-технологические и финансово-конъюнктурные неопределенности в дальнейшей управленческой и маркетинговой деятельности; снижения доли инвестиционного риска при принятии инновационных управленческих и маркетинговых решений; конкурентно-мотивационной

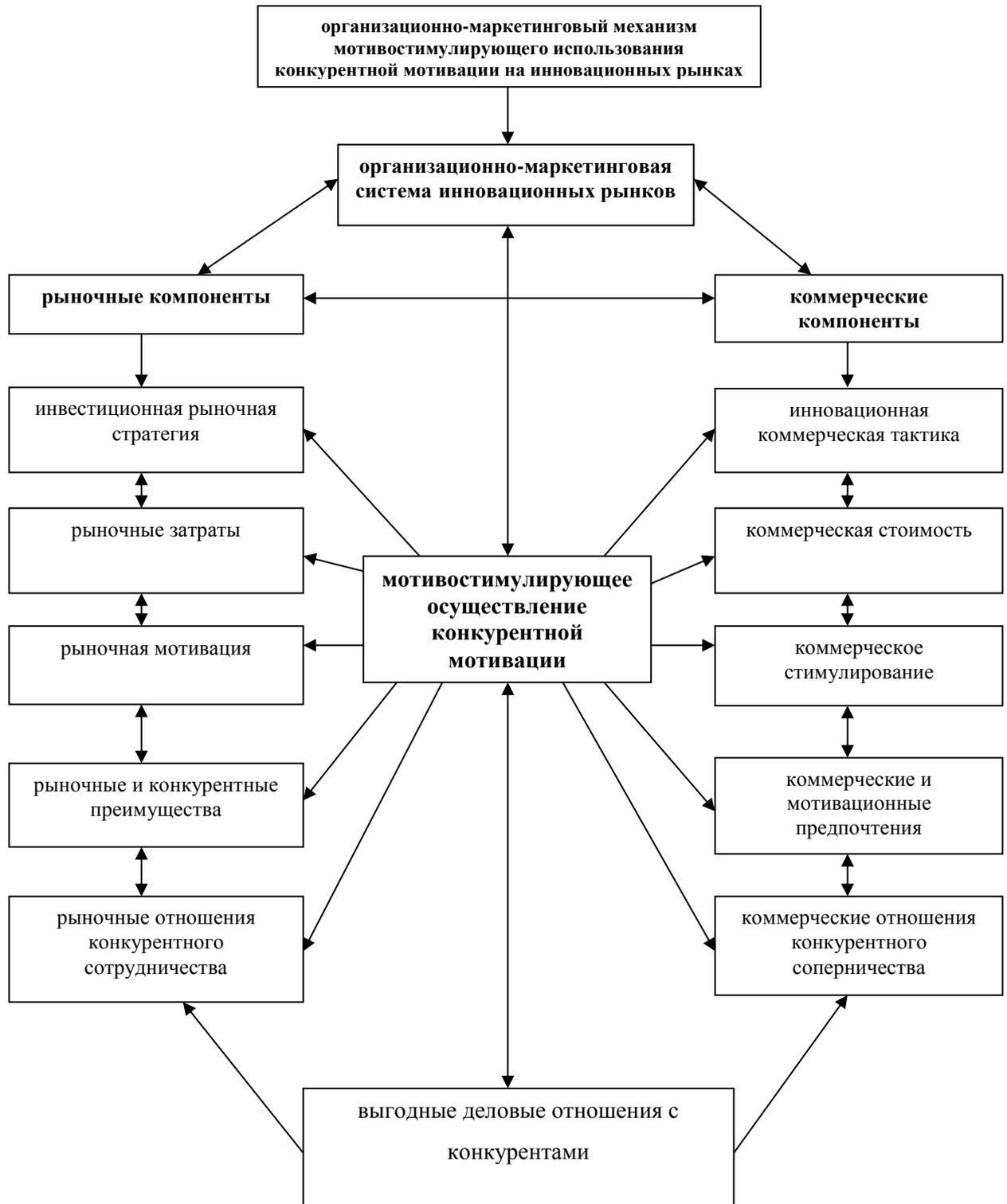


Рисунок 3 - Организационно-маркетинговая модель мотивостимулирующего использования конкурентной мотивации на инновационных рынках.

синхронизации отношений конкурентного соперничества и отношений конкурентного сотрудничества между участниками инвестиционно-инновационной деятельности и на этой основе координации профессиональных интересов квалифицированных наемных работников с рыночными интересами предпринимателей в виде творческой «репрофессионализации», вызванной быстро меняющимися инновационными требованиями современных рабочих мест, долевого участия в распределении прибыли и т.п.

Перечисленные и другие инновационные изменения, которые касаются организационно-управленческой и организационно-маркетинговой деятельности современных предприятий, фирм и компаний внесли определенную информационно-творческую и конкурентно-мотивационную коррекцию в конструкцию организационно-управленческой модели использования мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации на современном предприятии.

Поэтому организационно-управленческий механизм выработки и принятия инновационных решений, направленных на использование мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации менеджментом предприятий, фирм и компаний реализует побуждающее действие, по меньшей мере, трех инновационных функций: вознаграждения, обеспечивающего рыночное возмещение коммерческих затрат, идущих на воспроизводство сложного труда квалифицированной рабочей силы; приведения в соответствие высоких инновационных требований современных рабочих мест и создания, с одной стороны, гуманизированных условий и с другой – высоких мотивов и стимулов, адекватных творческим и интеллектуальным усилиям квалифицированных работников; управленческо-маркетинговой организации мотивостимулирующего взаимодействия рыночной мотивации и коммерческого стимулирования инвестиционно-инновационной реализации конкурентоспособными работниками своих творческих и интеллектуальных способностей в достижении рыночно-коммерческих результатов современных предприятий, фирм и компаний, обеспечивающих им конкурентные преимущества и мотивационные предпочтения над соперниками.

Пятая глава диссертационной работы охватывает предметный анализ рыночного применения и коммерческого использования инструментария реализации конкурентной мотивации в инновационной экономике. В результате исследования осуществлена концептуальная разработка инновационной когерентности в качестве алгоритма применения менеджментом современных предприятий, фирм и компаний социально-институционального, организационно-маркетингового и организационно-управленческого инструментария по инвестиционному рыночному применению и инновационной коммерческой реализации мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации на разных рыночных уровнях инновационной экономики.

Обозначено и подвергнуто аргументации концептуальное положение о том, что мотивостимулирующее действие конкурентной мотивации на инновационных рынках содержательно проявляет себя и реализуется благодаря инвестиционному рыночному применению и инновационному коммерческому использованию менеджментом современных предприятий, фирм и компаний двух взаимообуславливающих управленческо-маркетинговых функций: информационно-творческой и конкурентно-мотивационной. Именно комплексное

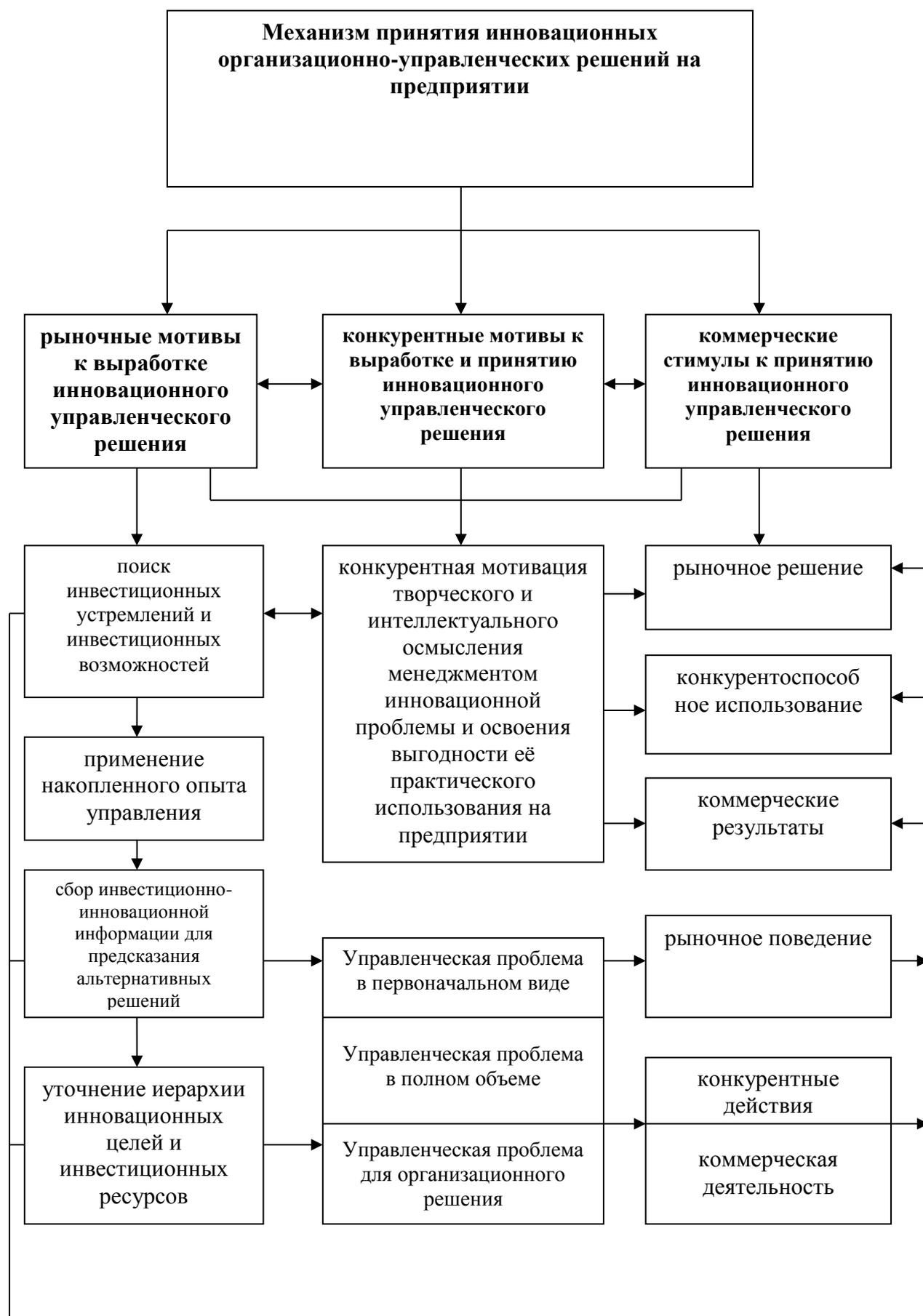


Рисунок 4 - Организационно-управленческая модель мотивостимулирующего использования конкурентной мотивации на современном предприятии.

мотивостимулирующее осуществление менеджментом современных предприятий, фирм и компаний этих двух функций в системе организации маркетинга и управления придает главную конкурентно-мотивационную особенность их общей управленческо-маркетинговой деятельности, варьирующей вокруг рыночного применения разнообразных инвестиционных способов и форм, а также коммерческого использования различных инновационных методов и средств реализации своих творческих и интеллектуальных способностей. Все это меняет концептуальный характер, во-первых, инвестиционного рыночного применения организационно-маркетингового инструментария и, во-вторых, инновационного коммерческого использования организационно-управленческого инструментария, что позволило сформулировать следующие научно-практические выводы.

1. Инновационный статус управленческо-маркетинговой деятельности современных предприятий, фирм и организаций под мотивостимулирующим воздействием конкурентной мотивации тенденционирует в направлении координированной синхронизации информационно-творческого подхода к стратегическому прогнозированию и конкурентно-мотивационного подхода к корпоративному планированию своей инвестиционно-инновационной деятельности, связанной с реализацией собственных деловых интересов.
2. Применение предприятиями, фирмами и компаниями сложного долговременного и затратного инструментария по инвестиционно-инновационной реализации их маркетинговыми и управленческими службами мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике компенсируется выгодой от конкурентных преимуществ, полученных ими в современной конкурентной борьбе с соперниками за счет использования их менеджментом, с одной стороны, творческого и интеллектуального потенциала предпринимателей и квалифицированных наемных работников и, с другой – сопряжения рыночных интересов и тех, и других.

В подтверждение этих выводов на основе постинституциональной теории универсальной логистической системы (ULS) разработан концептуальный подход для исследовательского использования аналитического инструментария в новом виде, с одной стороны, методологии управления логистическими затратами в (ULS) (методология ULS-M-TVS) и, с другой – инвестиционно-инновационной методики количественной оценки управленческо-маркетинговых затрат на организацию эффективного осуществления мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в системе организации управления конкурентоспособными предприятиями, фирмами и компаниями.

В частности, в диссертации получила исследовательское обоснование экономико-математическая модель, описывающая конвертацию управленческо-маркетинговых затрат, идущих на инвестиционно-инновационную реализацию мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике в качестве важнейшей составляющей операционных логистических затрат (α – затрат) и инфраструктурных логистических затрат (λ – затрат). Они рассматривались в контексте аксиоматической теории экономического анализа (АТЭА) – аппарат теории универсальной логистической системы (ULS). При этом операционные логистические затраты включают в себя стоимость операций логистического менеджмента ULS по повышению мотивостимулирующего уровня конкурентной мотивации инновационной экономики с помощью рыночного

применения инвестиционных способов и форм, а также коммерческого использования инновационных методов и средств управления персоналом современных организаций (создание комфортных условий, адекватных мотивов и достойных стимулов для творческого труда), а λ – затраты – это затраты, которые идут на выполнение инфраструктурного реинжиниринга ULS, способствующего увеличению инвестиционно-инновационной значимости человеческого капитала, технико-технологический аспект творческой и интеллектуальной деятельности персонала).

В диссертации проведено исследование возникновения операционных логистических затрат, связанных с внутренними трансакциями и относящихся к такой проблеме организации управления современными предприятиями, фирмами и компаниями, как мотивостимулирующее действие конкурентной мотивации. При этом получена формула для математического ожидания инвестиционно-инновационной функции организационно-управленческой и организационно-маркетинговой реализации мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации, как объекта логистического управления в инновационной экономике (*e*-ИРКМ-функцией ОЛУ)

$$M[m^{(e)}] = \int_G \left[\xi^{(a)n} + \sum_{j=1}^{n-1} x_j (\xi^{(a)j} - \xi^{(a)n}) \right] p_{r_1^{(e)} \dots r_{n-1}^{(e)}}(x_1, \dots, x_{n-1}) dx_1 \dots dx_{n-1},$$

где область G $n-1$ -кратного интегрирования представляет собой проекцию той части гиперплоскости $x_1 + x_2 + \dots + x_n = 1$, которая принадлежит n -мерному единичному кубу $\Pi: 0 \leq x_1 \leq 1, \dots, 0 \leq x_n \leq 1$, на гиперплоскость $x_n = 0$.

Предложенная инновационная технология перераспределения *e*-рейтингов факторов π_j , а также инструментарий аргументации аппарата математического ожидания могут быть использованы в рейтинговом ранжировании мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации на конкурентоспособных работников произвольного предприятия инновационной экономики.

В результате научной разработки мотивостимулирующего осуществления конкурентной мотивации в инновационной экономике сделан следующий обобщающий вывод. Выгодность практической реализации инвестиционно-инновационного потенциала конкурентной мотивации на предприятиях, фирмах и компаниях состоит в конкурентно-мотивационной интеграции, объединения коммерческого действия рыночной мотивации и рыночного действия коммерческого стимулирования конкурентоспособных квалифицированных работников, побуждающих каждого из них к инвестиционно-инновационной реализации собственных творческих и интеллектуальных способностей с целью быстрой профессиональной адаптации не только к технико-технологическим, но и к социально-институциональным, организационно-маркетинговым и организационно-управленческим нововведениям, а также другим постиндустриальным новациям, постоянно происходящим в инновационной экономике.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

В результате проведенного исследования решена актуальная научная и практическая задача разработки концепции конкурентной мотивации и механизма её реализации в инновационной экономике.

На основе полученных результатов сделаны следующие выводы:

1. Выявлены постиндустриальные условия, причины и факторы, инициирующие реализацию, с одной стороны, таких инновационных ценностей, как информация, знания, опыт и интеллект, других творческих и интеллектуальных составляющих человеческих ресурсов инновационной экономики и, с другой – таких инновационных потребностей, как: потребности в творческой и интеллектуальной самореализации; потребности общественного признания своих успехов в предпринимательской и профессиональной деятельности; потребности достижения высокого социального статуса; потребности приобретения информационного потенциала коммуникационных контактов. Показано, что их взаимосвязь осуществляют новые конкурентные мотивы, особенностью которых является их побуждающее воздействие на творческую природу человеческих ресурсов инновационной экономики, осуществляемое в конкурентной мотивации (в более конкурентоспособном виде, чем рыночные мотивы и коммерческие стимулы) – в рыночной мотивации и коммерческом стимулировании её участников. Необходимость постоянного удовлетворения этих и других постиндустриальных потребностей за счет использования интеллектуальных ресурсов продуцирует формирование в инновационной экономике целой иерархии новых конкурентных мотивов. Особенностью их побуждающего действия на творческую природу человеческих ресурсов инновационной экономики осуществляются в конкурентной мотивации – в более конкурентоспособном виде, чем рыночные мотивы и коммерческие стимулы, соответственно, в рыночной мотивации и коммерческом стимулировании её участников

2. Обосновано положение о том, что в любом инновационном рыночно-коммерческом процессе конкурентный взаимопереход рыночных мотивов в коммерческие стимулы и наоборот логичен, и целесообразен. Это происходит потому, что одновременное конкурентно-мотивационное действие рыночных мотивов и коммерческих стимулов на рыночные и коммерческие составляющие всех структурно-функциональных элементов инновационного рыночно-коммерческого процесса формирует двуединый мотивостимулирующий характер проявления в новых конкурентных мотивах.

3. Доказано, что, возникновение, становление и развитие постиндустриального вида рыночной мотивации и коммерческого стимулирования становится возможным в инновационном рыночно-коммерческом процессе. Формирование конкурентной мотивации происходит в результате структурно-функционального взаимодействия его парно-противоположных составляющих – «рыночных мотивов – коммерческих стимулов». Это обусловлено тем, что их парно-противоположное взаимодействие в инновационном рыночно-коммерческом процессе побуждает взаимодействие других парно-противоположных рыночных и коммерческих составляющих всех структурно-функциональных элементов, что и обеспечивает их конкурентный взаимопереход друг в друга. К таковым относятся: «рыночные условия – коммерческие предпосылки», «рыночные потребности – коммерческие интересы», «рыночные мотивы – коммерческие стимулы», «рыночные цели – коммерческие средства», «рыночная организация – коммерческое управление», «рыночные результаты – коммерческие затраты». Из всех них в инновационном рыночно-коммерческом процессе, приоритетное инновационное предназначение и доминантная роль в возникновении конкурентной мотивации принадлежит такой

парной противоположности, как «рыночные мотивы – коммерческие стимулы».

4. Аргументирован тезис: в каждом конкурентном мотиве рыночные мотивы и коммерческие стимулы соотносятся друг с другом как парная противоположность, стремящаяся к их внутренней мотивационной и стимулирующей сбалансированности, конкурентная суть которой содержательно проявляется в их мотивостимулирующих чертах, признаках и свойствах. Алгоритм формирования новых конкурентных мотивов прослеживается в том, что рыночные мотивы и коммерческие стимулы в своем парно-противоположном взаимодействии стремятся к структурно-функциональной интеграции, инновационная ценность которой состоит в объединении мотивационного действия коммерческих стимулов и стимулирующего действия рыночных мотивов в двуединый мотивостимулирующий механизм. В этом смысле в инновационном рыночно-коммерческом процессе конкурентные мотивы содержательно выражают диалектическое единство и различие парно-противоположного взаимодействия рыночных мотивов и коммерческих стимулов, которое осуществляется благодаря их внутренней конкурентно-мотивационной взаимосвязи и взаимозависимости, обеспечивающей постоянный мотивостимулирующий взаимопереход каждого из них друг в друга.

5. В инновационной экономике содержательная трансформация рыночных мотивов в коммерческие стимулы и наоборот позволяет всем конкурентным мотивам оказывать свое интегрирующее действие одновременно и в рыночной мотивации, и в коммерческом стимулировании, но лишь теми своими характерными чертами и признаками, которые сохраняют их новое мотивостимулирующее двуединство. Такая интеграционная вариативность мотивостимулирующего действия конкурентных мотивов в инновационной экономике сохраняет адаптивную значимость, стабильную преемственность и поступательную прогрессивность конкурентоспособных характеристик стимулирующего действия рыночных мотивов и мотивирующего действия коммерческих стимулов. В этом случае возникают варианты структурно-функционального взаимоперехода рыночной мотивации и коммерческого стимулирования в новую постиндустриальную форму их своего двуединого содержательного осуществления в виде конкурентной мотивации творческой и интеллектуальной деятельности человеческого капитала. Между рыночной мотивацией и коммерческим стимулированием устанавливается жесткая взаимосвязь, которая обеспечивает внутреннюю парно-противоположную гармонию, единство стимулирующего действия рыночной мотивации и мотивирующего действия коммерческого стимулирования.

6. Доказано, что конкурентная мотивация, соединяя воедино стимулирующее действие рыночной мотивации и мотивационное действие коммерческого стимулирования в инновационной экономике, оказывает мощное двуединое мотивостимулирующее воздействие на инвестиционно-инновационную реализацию экономическими субъектами творческих и интеллектуальных способностей.

Благодаря интеграционному действию конкурентных мотивов в инновационной экономике между рыночной мотивацией и коммерческим стимулированием устанавливается жесткая взаимосвязь, которая обеспечивает внутреннюю парно-противоположную гармонию, единство стимулирующего действия рыночной мотивации и мотивирующего действия коммерческого стимулирования. Такая концентрация последних соединяет и делает общим побуждающее действие рыночной мотивации и коммерческого стимулирования,

которое в инновационной экономике проявляется в двуедином виде мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации творческой и интеллектуальной деятельности её участников.

Раскрыта сущность категории «конкурентная мотивация», которая представляет собой совокупное мотивостимулирующее действие, формируемое побуждающим действием конкурентных мотивов. Это обусловлено тем, что в современной инновационной экономике каждый из конкурентных мотивов обеспечивает наличие вариативных возможностей для взаимопроникновения стимулирующего действия рыночной мотивации в мотивационное действие коммерческого стимулирования, а также наоборот и, тем самым, побуждает их к сращиванию и превращению в двуединое мотивостимулирующее действие конкурентной мотивации.

7. Раскрыт инновационный механизм побуждающего действия конкурентной мотивации на формирование ценностных ориентиров конкурентного и мотивационного поведения экономических субъектов с целью максимального удовлетворения собственных постиндустриальных потребностей и интересов. Это значит, что как конкурентное, так и мотивационное поведение соперников по постиндустриальным формам современной конкурентной борьбы становится восприимчивым к инвестиционно-инновационной реализации каждым из них своих творческих и интеллектуальных способностей. Конкурентная мотивация участников постиндустриальных форм современной конкурентной борьбы выступает как её содержательная компонента мотивостимулирующей компенсации инвестиционных затрат на инновационную реализацию ими своих творческих и интеллектуальных способностей.

Поэтому конкурентная мотивация в самом общем виде – это многокомпонентное понятие, содержательно отражающее мотивостимулирующую квинтэссенцию побуждающего действия конкурентных мотивов, которая проявляется в коррекции поведенческих характеристик её конкурентоспособных участников с высокой вероятностью, дающей им конкурентные преимущества и мотивационные предпочтения.

8. В инновационной экономике сфера эффективного действия конкурентной мотивации на выгодную инвестиционно-инновационную эксплуатацию современными предприятиями, фирмами и компаниями творческого потенциала интеллектуальных способностей человеческого капитала, в основном, осуществляется на инновационных рынках за счет: рыночного применения конкурентной мотивации во всех рыночных сферах инвестиционно-инновационной деятельности; коммерческого использования мотивостимулирующего действия конкурентных мотивов на инвестиционно-инновационную деятельность; создания благоприятных управленческо-маркетинговых условий для инновационного коммерческого использования квалифицированными работниками своих творческих и интеллектуальных способностей.

Поэтому в инвестиционно-инновационном аспекте конкурентная мотивация являет собой рыночно-коммерческий атрибут инвестиционного рыночного применения и инновационного коммерческого использования предприятиями, фирмами и компаниями творческого и интеллектуального потенциала человеческого капитала.

9. Доказано, что инновационное развитие экономики любой страны

обуславливает не только необходимость, но и возможность формирования инновационных механизмов мотивостимулирующей реализации конкурентной мотивации на постиндустриальных рынках. Это, прежде всего, касается рынков высоких технологий и современных рынков труда, так как их конкурентно-коммерческая организация перестала соответствовать постиндустриальным требованиям современной инновационной экономики. Поэтому инновационные рынки высоких технологий и современные рынки труда стали диссонировать с эффективным функционированием их конкурентно-коммерческих механизмов, что способствовало формированию инновационных механизмов мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации человеческого капитала на этих рынках. Формирование и функционирование инновационных механизмов мотивостимулирующей реализации конкурентной мотивации на рынках высоких технологий и современных рынках труда является закономерным результатом, отражающим их адаптацию к конкурентоспособным требованиям инновационной экономики.

10. Выявлено, что в инновационной экономике механизмы мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации успешно функционируют лишь в том случае, когда инвестиционно-инновационная реализация участниками постиндустриальных форм конкурентной борьбы происходит на основе сбалансированного сочетания, прежде всего, рыночных интересов предпринимателей и квалифицированных работников. В противном случае, рыночное применение и коммерческое использование предприятиями, фирмами и компаниями, как инвестиционных способов и методов, так и инновационных форм и средств, становится для кого-то из них или неконкурентоспособным, или невыгодным, или неэффективным.

Систематизированы причины и факторы формирования инновационной среды: 1) конкурентное поведение предпринимателей и квалифицированных работников (направленное на повышение рыночной результативности, конкурентной заинтересованности и коммерческой эффективности своей инвестиционно-инновационной деятельности); 2) мотивированное поведение предпринимателей и квалифицированных наемных работников (связанное с конкурентной выгодностью для первых – инвестировать в создание новых современных и в реконструкцию старых конкурентоспособных рабочих мест, а для вторых – выполнять их инновационные требования).

11. В инновационной экономике одним из условий рыночного применения мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации являются отношения конкурентного сотрудничества между конкурентоспособными участниками конкурентной борьбы за инвестиционно-инновационную реализацию ими своего творческого и интеллектуального потенциалов. Инвестиционно-инновационный характер проявления отношений конкурентного сотрудничества сопрягает рыночные интересы предпринимателей и квалифицированных работников современных предприятий, фирм и компаний, прежде всего, в эксплуатации инновационных факторов роста конкурентоспособности своих организаций. Формируется феномен партнерских отношений взаимовыгодного конкурентного сотрудничества.

В инновационной экономике отношения конкурентного сотрудничества во многом определяют инновационный характер мотивостимулирующего действия

конкурентной мотивации участников постиндустриальных форм современной конкурентной борьбы: и инвесторов, и инноваторов, и производителей новых товаров и услуг в инвестиционно-инновационной реализации своих творческих и интеллектуальных способностей, направленной на удовлетворение собственных постиндустриальных потребностей.

12. Раскрыта основная управленческо-маркетинговая особенность мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации на инвестиционно-инновационную реализацию рыночной конъюнктуры. Она состоит в том, что побуждает менеджмент современных предприятий, фирм и компаний к выгодному осуществлению информационно-творческой и конкурентно-мотивационной функций. Её двуединый управленческо-маркетинговый характер проявляется: *во-первых*, в сборе инвестиционно-инновационной информации для комплексной оценки потребностей рынка и творческого анализа инновационных потребностей покупателей в ближайшей и более отдаленной перспективе; *во-вторых*, в принятии организационно-управленческих решений, связанных с использованием мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации на инвестиционно-инновационную реализацию квалифицированными наемными работниками своих творческих и интеллектуальных способностей и, особенно, при выполнении инновационных требований современных рабочих мест.

13. Проведено сравнение зарубежного опыта совместной организационно-управленческой и организационно-маркетинговой практик исследования менеджментом современных предприятий, фирм и компаний мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации. Исследование показывает, что в инновационной экономике её внутренний конструктивизм свое практическое применение находит при создании новых современных и модернизации старых, но конкурентоспособных рабочих мест. Это обусловлено тем, что по своему конкурентно-мотивационному предназначению вновь создаваемые современные рабочие места представляют собой эффективную инвестиционно-инновационную технологию организации и стимулирования производительного труда, мотивостимулирующей доминантой которой является преодоление регрессивного и асоциального характера рыночного проявления творческого и интеллектуального потенциала человеческого капитала. Это происходит за счет придания человеческим ресурсам нового мотивостимулирующего качества в виде гуманизированных условий труда и достаточно высоких стимулов, побуждающих и предпринимателей и квалифицированных наемных работников, к инвестиционно-инновационной реализации своих творческих и интеллектуальных способностей, соответственно, при формировании и выполнении жестких инновационных требований современных рабочих мест. Именно поэтому в инновационной экономике инвестиции в создание дорогостоящих современных рабочих мест превратились в высокодоходную бизнес-деятельность.

14. Разработанная механизм реализации концепции конкурентной мотивации в инновационной экономике дал возможность определить основные мотивостимулирующие компоненты, отражающие его практическое использование в эвристических моделях. Инвестиционно-инновационный диапазон мотивостимулирующего использования этих компонент конкурентной мотивации в практике инновационной экономики нашел свое выражение на макроуровне в социально-институциональной инновационной модели, а на остальных её двух

уровнях, соответственно, в организационно-управленческой и организационно-маркетинговой инновационных моделях.

Представленная типологическая интерпретация эвристических моделей использования конкурентной мотивации в инновационной экономике обусловлена их двумя однонаправленными ориентациями мотивостимулирующего использования конкурентной мотивации в инновационной экономике. Во-первых, практической ориентации этих трех инновационных моделей в целом на макроуровень инновационной экономики, на её мезоуровень инновационных рынков (рынков высоких технологий и современного рынка труда), а также на микроуровень современных предприятий, фирм и компаний. Во-вторых, взаимодополняемостью в описании мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в проекции инвестиционно-инновационной реализации конкурентоспособными участниками инновационной экономики своих творческих и интеллектуальных способностей для приобретения конкурентных преимуществ и мотивационных предпочтений над соперниками.

15. Обоснован алгоритм конкурентно-мотивационного образования конкурентных преимуществ и мотивационных предпочтений теми бизнес-структурами, которые практикуют рыночное применение и коммерческое использование этих моделей. Доминантными мотивостимулирующими составляющими конкурентной мотивации, обеспечивающими реализацию конкурентных преимуществ и мотивационных предпочтений в инновационной экономике являются: 1) нормативно-правовые и другие государственные, экономические и социальные институты; 2) сбалансированное развитие отношений конкурентного соперничества и конкурентного сотрудничества между предпринимателями и квалифицированными работниками; 3) пропорциональное применение принципов равномерности, транспарентности, кумулятивности и компетентности в конкурентно-мотивационной синхронизации инвестиционно-инновационной деятельности; 4) целенаправленное устранение функционального диспаритета в организационно-управленческом использовании менеджментом современных бизнес-структур мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации на инновационных рынках, а также на предприятиях, фирмах и компаниях; 5) инвестиционное и финансовое обеспечение создания современных инновационных рабочих мест, конкурентоспособная технология.

16. Сделан обобщающий вывод, что рационализация инвестиционной рыночной организации и инновационного коммерческого управления этим инновационным рыночно-коммерческим процессом содержательно проявляется в высокомотивированной интеграции рыночной мотивации и коммерческого стимулирования роста творческой инициативы и повышения интеллектуальной предприимчивости квалифицированными работниками конкурентоспособных предприятий, фирм и компаний. Это концептуальное положение обозначило мотивостимулирующий инструментарий конкурентоспособного инвестиционного рыночного применения и инновационного коммерческого использования бизнес-структурами конкурентной мотивации в инновационной экономике: эвристическое обоснование типичных инновационных моделей, описывающих содержательные компоненты мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике; социально-институциональное обоснование организационно-маркетинговой и организационно-управленческой когерентности

мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в функциональной структуре инновационных рынков труда, а также в системе управления предприятиями, фирмами и компаниями в инновационной экономике; логическое обоснование инновационных функций механизма мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации на практическое осуществление двойственной природы отношений конкуренции в инновационной экономике; практическое обоснование инвестиционного рыночного применения и инновационного коммерческого использования конкурентоспособными предприятиями, фирмами и компаниями экономико-математического инструментария, без которого также не реализуется инвестиционно-инновационная технология мотивостимулирующего осуществления конкурентной мотивации в инновационной экономике.

Таким образом, конструктивная особенность мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике проявляется в системе действующей внутриорганизационной технологии, а это позволяет менеджменту конкурентоспособных предприятий, фирм и компаний реально применять и использовать организационно-маркетинговый и организационно-управленческий инструментарий для выгодной инвестиционно-инновационной реализации их квалифицированными наемными работниками своего творческого и интеллектуального потенциала.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Монографии

1. Болдырев К.А. Конкурентная мотивация в инновационной экономике: монография / К.А. Болдырев. – Луганск: Изд-во «Ноулидж», 2015. – 288 с. (16,74 п.л.).
2. Болдырев К.А. Отношения конкуренции: теория и практика конкурентно-мотивационного осуществления в инновационной экономике: монография / Болдырев К.А. – Луганск: из-во «Ноулидж», 2013. – 288 с. (16,74 п.л.).
3. Болдырев К.А. Отношения конкуренции: мотивационная трансформация на рынке труда: монография / Болдырев К.А. – Луганск: из-во «Ноулидж», – 2009. – 238 с. (13,83 п.л.)

Статьи в научных рецензируемых изданиях, представленных в международных наукометрических базах данных

4. Болдырев К.А. Инновационная оценка конкурентоспособности трудового потенциала современного рынка труда / К.А. Болдырев // Международное научное издание «Современные фундаментальные и прикладные исследования» - 2016. - № 4 (23) – С. 123-129. (0,4 п.л.), включён в систему *Российского индекса научного цитирования (РИНЦ)*.
5. Болдырев К.А. Институционализация инновационного развития конкурентного потенциала современного рынка труда / К.А. Болдырев // Международное научное издание «Современные фундаментальные и прикладные исследования» - 2015. - № 4 (19) – С. 104-111. (0,4 п.л.), включён в систему *Российского индекса научного цитирования (РИНЦ)*.
6. Болдырев К.А. Проблемы повышения конкурентоспособности инновационной экономики / К.А. Болдырев, А.П. Болдырев // Международное научное издание «Современные фундаментальные и прикладные исследования». – 2014. - № 4

(15). – С. 49-56. (0,46 п.л.), включён в систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ).

Личный вклад соискателя: обозначены контуры исследования проблем повышения конкурентоспособности инновационной экономики в контексте инновационного развития конкурентно-мотивационной составляющей человеческого капитала (0,26 п.л.).

7. Болдирев К.О. Конкурентно-мотиваційне становлення інвестиційно-інноваційного характеру економіки України / К.О. Болдирев // Журнал «Інвестиції: практика та досвід». – 2016. - № 3. – С. 5-8 . (0,5 п.л.), включён в *Scopus*.
8. Болдырев К.А. Конкурентно-мотивационный характер повышения конкурентоспособности творческого потенциала квалифицированных работников / К.А. Болдырев // Научный журнал «Бизнес Информ». – 2016. - № 2 (457). – С. 378-383. (0,4 п.л.), включён в *Scopus*.

Статьи в научных рецензируемых изданиях

9. Болдирев К.О. Конкурентный стан інвестиційно-інноваційного характеру економіки України / К.О. Болдирев // Науково-виробничий журнал «Часопис економічних реформ». – 2014. - № 3 (15). – С. 13-18. (0,4 п.л.)
10. Болдырев К.А. Экономико-правовое обеспечение инновационной конкурентоспособности экономики Украины / К.А. Болдырев // Актуальні проблеми права: теорія і практика: збірник наукових праць № 28. – Луганськ, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, 2013. – С. 110-118. (0,4 п.л.)
11. Болдырев К. А. Условия инновационного формирования конкурентоспособного рынка труда Украины / К.А. Болдырев // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. –2013. - № 17 (206) Ч. 2 – С. 130-134. (0,4 п.л.)
12. Болдырев К. А. Конкурентность как имманентное свойство рыночной экономики/ К.А. Болдырев // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2013. - № 17 (206) Ч. 1 – С. 133-140. (0,47 п.л.)
13. Болдирев К.О. Інституціоналізація інноваційного розвитку конкурентного потенціалу найманих робітників / К.О. Болдирев // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля –2013 № 12 (201) – С. 32-36. (0,4 п.л.)
14. Болдырев К. А. Конкурентный механизм институционального повышения инновационного потенциала современного рынка труда/ К.А. Болдырев // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля –2013 № 9 (198) Ч. 2 – С. 15-20. (0,4 п.л.)
15. Болдырев К.А. Инновационное обеспечение повышения конкурентоспособности трудового потенциала Украины / К.А. Болдырев // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2013. - № 8 (197) Ч. 2 – С. 203-206. (0,4 п.л.)
16. Болдырев К.А. Правовое регулирование инновационного становления рынка труда Украины / К.А. Болдырев // Вісник Східноукраїнського національного

- університету імені Володимира Даля. – 2013. - № 7 (196) Ч. 1 – С. 34-40. (0,4 п.л.)
17. Болдырев К.А. Институциональные особенности инновационного развития отношений конкуренции на современном рынке труда / К.А. Болдырев // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля –2013 № 3 (192) Ч. 2 – С. 212-217. (0,4 п.л.)
18. Болдырев К. А. Внутренние мотиваторы повышения конкурентоспособности участников бизнес деятельности в Украине / К.А. Болдырев // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2012. - № 13 (184) Ч. 2 – С. 302-309. (0,47 п.л.)
19. Болдырев К.О. Інноваційна конкурентоспроможність економічного потенціалу України: господарський та правовий аспекти / К.О. Болдырев // Теорії мікро-макроекономіки: збірник наукових праць, випуск 39. – К., 2012. – С. 84-90. (0,4 п.л.)
20. Болдырев К.А. Конкурентное партнерство – характерный инновационный признак современных рынков труда / К.А. Болдырев, А.П. Болдырев // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2012. - № 12 (183) Ч 2. – С. 31-37. (0,4 /0,25 п.л.)
Личный вклад: предпринята научная попытка инновационной адаптации отдельных аспектов института социального партнерства к конкурентной среде современных рынков труда.
21. Болдырев К.О. Поняття «інноваційна конкурентоспроможність» у її економіко-правовій трактовці / К.О. Болдырев, О.П. Болдырев // Теорії мікро-макроекономіки: збірник наукових праць, випуск 35. – К., 2010. – С. 139-145. (0,4/0,25 п.л.)
Личный вклад: осуществлена попытка экономико-правовой трактовки понятия «инновационная конкурентоспособность»
22. Болдырев К.О. Корпоративний характер розвитку партнерських стосунків взаємовигідної співпраці держави і великого бізнесу в підвищенні конкурентоспроможності економіки України / К.О. Болдырев // Науковий Вісник Академії муніципального управління. Серія «Економіка», випуск 8. – К., 2010. – С. 74-81. (0,73 п.л.)
23. Болдырев К.О. Інноваційно-інституційне забезпечення конкурентного потенціалу кваліфікованої робочої сили в Україні / К.О. Болдырев // Теорії мікро-макроекономіки: збірник наукових праць, випуск 33. – К., 2009. – С. 65-71. (0,4 п.л.)
24. Болдырев К.О. Інноваційне становлення ринку праці України / К.О. Болдырев, Б.Т. Светлов // Теорії мікро-макроекономіки: збірник наукових праць, випуск 32. – К., 2009. – С. 58-66. (0,53 п.л./0,3 п.л.)
Личный вклад: рассмотрены конкурентно-мотивационные аспекты инновационного становления и развития рынка труда.
25. Болдырев К.А. Институциональное обеспечение конкурентоспособности современных рынков труда промышленно развитых стран / К.А. Болдырев // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2009 № 3 (133). – С. 19-25. (0,4 п.л.)
26. Болдырев К.А. Конкурентный механизм эффективного использования инновационного потенциала современного рынка труда / К.А. Болдырев //

Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2009. – № 10 (140). Ч. 1. – С. 25-29. (0,4 п.л.)

27. Болдырев К.А. Маркетинговая составляющая конкурентоспособного развития рынка труда Украины / К.А. Болдырев // Маркетинг: теорія і практика: збірник наукових праць Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля / Ред. кол. Т.С. Максимова (гол. ред.). – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2009. – С. 46-51. (0,4 п.л.)

Научные статьи в других изданиях и материалы конференций

28. Болдырев К.А. Конкурентно-мотивационный характер постиндустриального развития инновационных рынков труда / К.А. Болдырев // Модернизация современной экономики: налогообложение и управление. Сборник материалов научно-практической конференции с международным участием, 26 апреля 2016 г. Ростов н/Д. Изд-во ЮРИУ РАНХиГС, 2016. – С. 58-64. (0,3 п.л.)
29. Болдырев К.А. Инвестиционное обеспечение роста конкурентоспособности инновационной экономики / К.А. Болдырев // Вестник Южно-Российского государственного технического университета. – 2016. - № 1. – С. 74-78. (0,4 п.л.)
30. Болдырев К.А. Конкурентный характер инвестиционного становления инновационной экономики Украины [Электронный ресурс] / К.А. Болдырев // Научный сетевой экономический журнал «Вопросы политической экономии» - 2014 - № 1 (10) – С. 95-103. – Режим доступа: URL : <http://www.vopoliteco.ucoz.com> (0,54 п.л.)
31. Болдырев К.А. Концептуальные признаки формирования инновационной модели рынка труда Украины / К.А. Болдырев, А.П. Болдырев // Розвиток трудового потенціалу в умовах інноваційної економіки (Луганськ - Євпаторія, 25-26 квітня 2013 року). – Луганськ: Вид-во «Ноулідж», 2013. – С. 33-36 (0,2 п.л.)
32. Болдырев К.А. Правовое обеспечение инновационной конкурентоспособности трудового потенциала Украины / К.А. Болдырев // «Формування та розвиток трудового потенціалу України: проблеми і перспективи»: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції / 12-13 травня 2011 року, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Луганськ. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2011. – С. 11-13 (0,13 п.л.)
33. Болдырев К.А. Инновационная стратегия повышения конкурентоспособности трудового потенциала в Украине / К.А. Болдырев, А.П. Болдырев, Б.Т. Светлов // «Формування та розвиток трудового потенціалу України: проблеми і перспективи»: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції / 12-13 травня 2011 року, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Луганськ. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2011. – С. 158-161 (0,2 п.л. из них авторских 0,1 п.л.)
34. Болдырев К.А. Корпоративная модернизация партнерских отношений государства и бизнеса в Украине / К.А. Болдырев // Правові проблеми взаємодії держави та бізнесу: Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції присвяченої 90-ю СНУ ім. В. Даля (м. Луганськ, 3-10 лютого 2010 р.) / За заг. ред. О.В. Шаповалової. – Л.: вид-во СНУ ім. В. Даля. – 2009. – С. 13-15 (0,14 п.л.)

35. Болдырев К.А. Инновационная модель конкурентоспособного развития рынка труда Украины / К.А. Болдырев // Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Інституціональні аспекти функціонування трудового потенціалу» / 4-6 травня 2009 року, Східноукраїнський нац. ун-т ім. В. Даля, м. Луганськ, 2009. – С. 9-13 (0,26 п.л.)
36. Болдырев К.А. Оценка ресурсного потенциала конкурентоспособности экономики Украины / К.А. Болдырев // Развитие финансовых рынков та інститутів в умовах міжнародної інтеграції: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Полтава 19-20 лютого 2009 р.): Тези доп.: У 2 ч. – Ч. I. / Відп. ред. Р.В. Шинкаренко. – Полтава: ПолтНТУ, 2009. – С. 73-75 – Укр., рос. та англ. Мовами (0,13 п.л.)