

**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 ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Научный консультант: доктор экономических наук, профессор
Мортиков Виталий Владимирович

Официальные оппоненты: **Пономарев Александр Иванович**,
доктор экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО
«Российская академия народного хозяйства и
государственной службы Южно-российский
институт управления при Президенте Российской
Федерации» (г. Ростов-на-Дону), заведующий
кафедрой налогообложения и бухгалтерского учета

Фомина Марина Валерьевна,
доктор экономических наук, профессор, ГО ВПО
«Донецкий национальный университет экономики и
торговли имени Михаила Туган-Барановского»,
и.о. заведующей кафедрой экономической теории

Пенькова Инесса Вячеславовна,
доктор экономических наук, профессор, Институт
экономики и управления (структурное подразделение)
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В. И. Вернадского», профессор кафедры бизнес
информатики и математического моделирования

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический
университет»

Защита состоится «21» июня 2017 года в 11 часов на заседании
диссертационного совета Д 01.003.01 при ГОУ ВПО «Донецкий национальный
университет» по адресу: 83015, 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. Такая 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 ними творческих и интеллектуальных возможностей 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. При этом существенно активизируется мотивостимулирующий фактор конкуренции.

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 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 этой связи возникает актуальная научная проблема, связанная с формированием и действием механизма конкурентной мотивации в инновационной экономике.

Степень разработанности темы исследования. В разработке проблемы конкурентной мотивации в инновационной экономике значительную роль сыграли известные зарубежные ученые: Ф. Котлер, М. Портер, М. Мескон, М. Альберт, Ф. фон Хайек, И. Хентц, И. Метцнер, Э. Тоффлер; российские: Л. Началин, В. Маровгулов, В. Иванов, Е. Ильин, Ю. Рубин, И. Стрелец и другие. 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.

Несмотря на значительный вклад ученых и специалистов в исследование различных механизмов мотивации, имеет место 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.

Связь работы с научными программами, планами, темами. Диссертация выполнена в соответствии с планом научных исследований кафедры «Мировая экономика и управление персоналом» ГОУ ВПО ЛНР «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.

Диссертация выполнена в соответствии с Паспортом специальности 08.00.01 – Экономическая теория (п. 1.1 «Политическая экономия: инновационные факторы социально-экономической трансформации; гуманизация экономического роста; теория «информационной», «постиндустриальной» экономики и «экономики, основанной на знаниях», п. 1.4 «Институциональная и эволюционная экономическая теория: теория переходной экономики и трансформации социально-экономических систем; социально-экономические альтернативы»).

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 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 4.01.2017 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 № 616/1 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 ЛНР «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.).

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; труды 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, а именно: метод исторического и логического (для выявления постиндустриального характера проявления двойственной рыночно-коммерческой природы отношений конкурентного соперничества и конкурентного сотрудничества на микро-, мезо-, макроуровнях инновационной экономики); диалектический метод (для изучения 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 (для исследования инновационного рыночно-коммерческого процесса как конкурентно-мотивационной системы с внутренне присущими её структурно-функциональными элементами); метод научной абстракции (для формулирования ряда категорий теории конкурентной мотивации; выявления двуединых конкурентно-мотивационных свойств постиндустриальной рыночной мотивации и коммерческого стимулирования в функциональной структуре инновационного рыночно-коммерческого процесса); метод статистического количественного

анализа (для оценки рыночного коммерческого использования экономическими субъектами конкурентных мотивов, конкурентной мотивации, конкурентно-мотивационного механизма рынков высоких технологий и современных рынков труда); метод экспертных оценок (для оценки инвестиционно-инновационной деятельности современных организаций), а также методы эвристического моделирования (для научной разработке инновационных моделей мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в инновационной экономике); метод экономико-математического моделирования (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).

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, присвяченої 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-Евпатория, 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. Содержание работы изложено на 366 страницах, содержит 10 рисунков на 7 страницах.

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. 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 являются 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 взаимодейжении 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 активирующего 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 результативует 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, предпроизводственный 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.

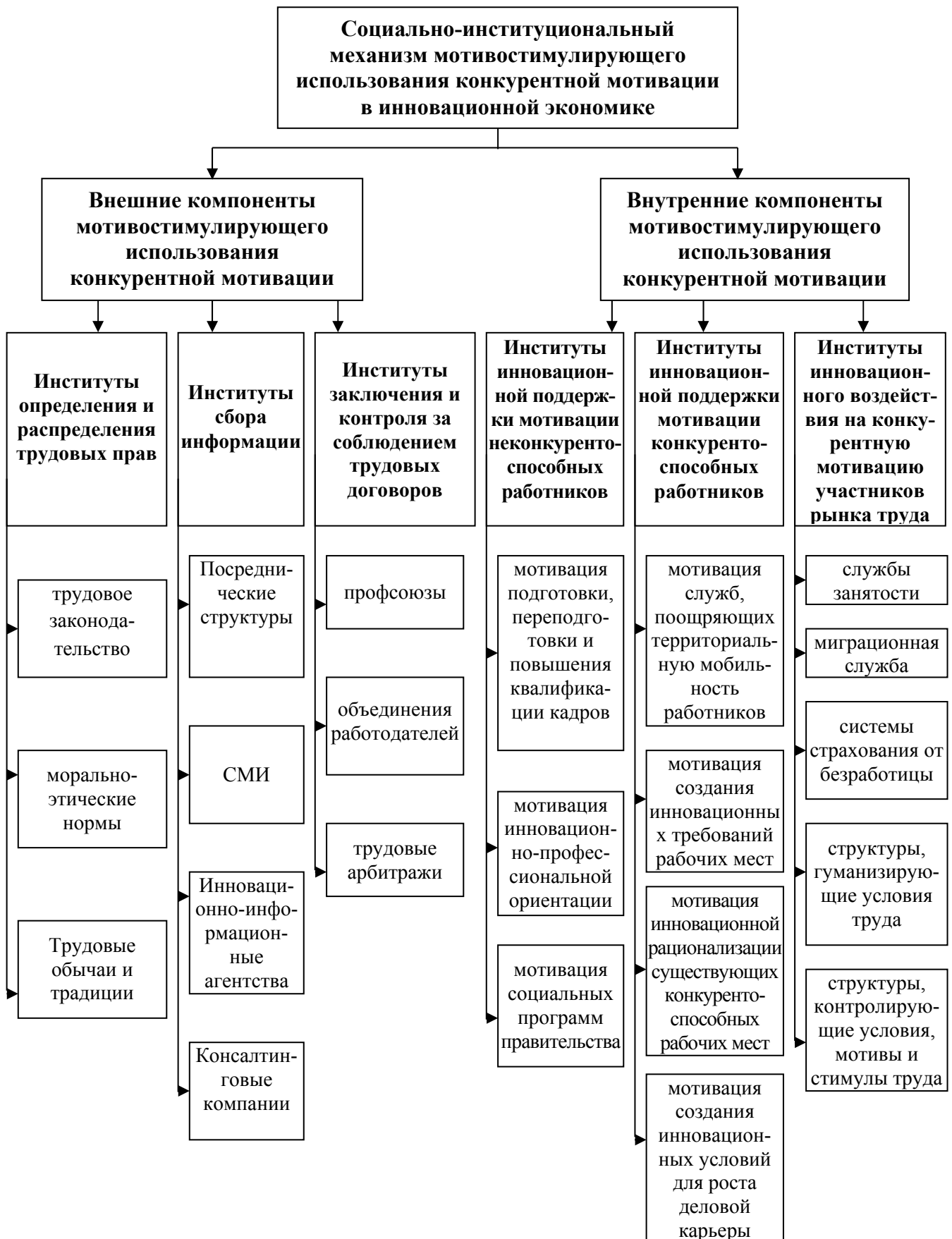


Рисунок 2 – Социально-институциональная модель мотивостимулирующего использования конкурентной мотивации в инновационной экономике

В диссертации разработана организационно-маркетинговая и организационно-управленческая модели 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 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 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.

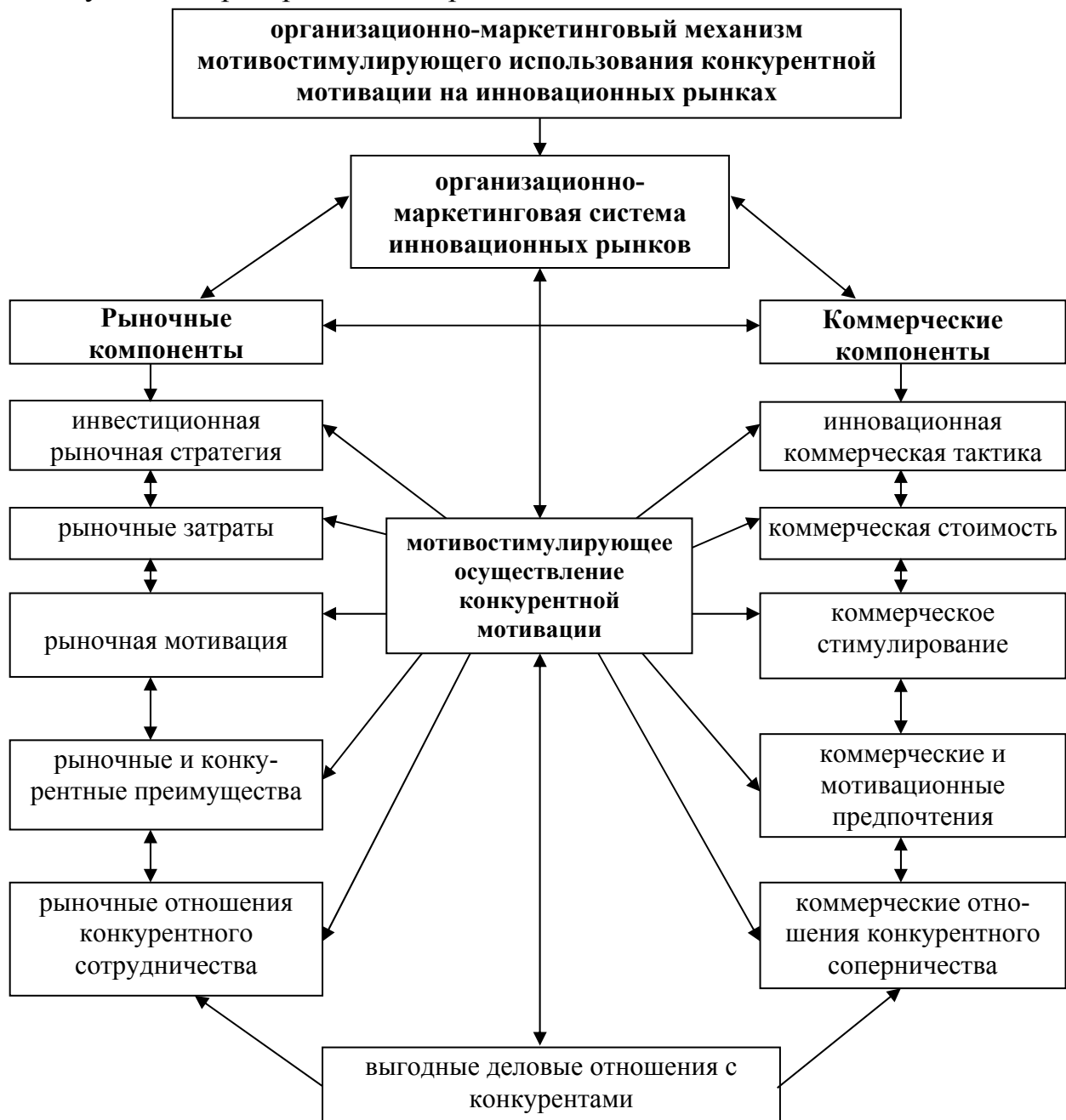


Рисунок 3 – Организационно-маркетинговая модель мотивостимулирующего использования конкурентной мотивации на инновационных рынках

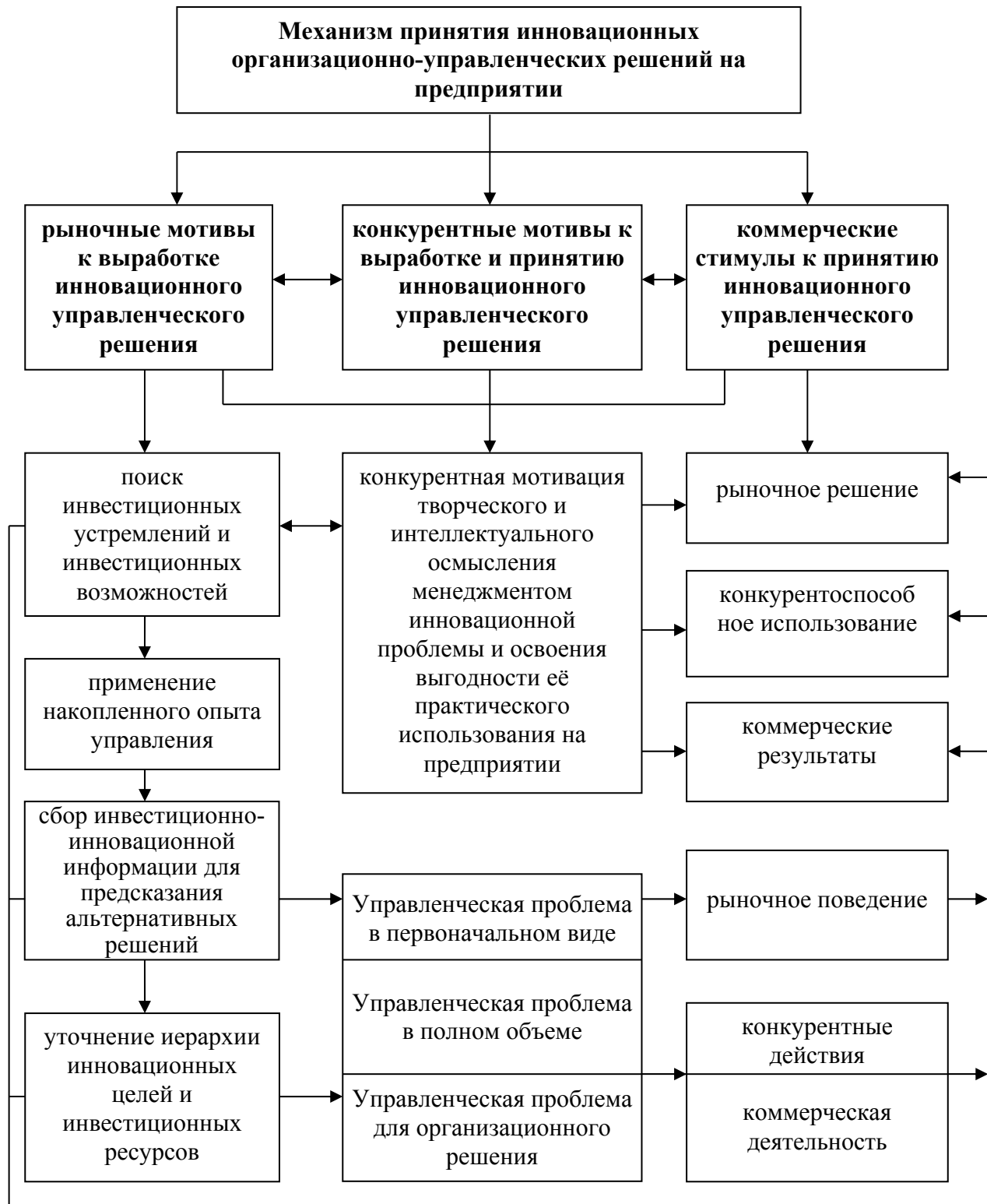


Рисунок 4 – Организационно-управленческая модель мотивостимулирующего использования конкурентной мотивации на современном предприятии

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 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 транзакциями 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. Разработанный 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 инструментальный 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», 2014. – 420 с. (24,41 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. Болдырев К. О. Конкурентно-мотиваційне становлення інвестиційно-інноваційного характеру економіки України / К. О. Болдырев // Журнал «Інвестиції: практика та досвід». – 2016. – № 3. – С. 5–8. (0,5 п.л.), *включён в Scopus*.

8. Болдырев К. А. Конкурентно-мотиваційний характер підвищення конкурентоспособності творчого потенціалу кваліфікованих працівників / К. А. Болдырев // Науковий журнал «Бізнес Інформ». – 2016. – № 2 (457). – С. 378–383. (0,4 п.л.), *включён в Scopus*.

Статті в наукових рецензованих виданнях

9. Болдырев К. О. Конкурентний стан інвестиційно-інноваційного характеру економіки України / К. О. Болдырев // Науково-виробничий журнал «Часопис економічних реформ». – 2014. – № 3 (15). – С. 13–18. (0,4 п.л.)

10. Болдырев К. А. Економіко-правове забезпечення інноваційної конкурентоспособності економіки України / 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. Умови інноваційного формування конкурентоспособного ринку праці України / 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. Конкурентність як імманентне властивість ринкової економіки / К. А. Болдырев // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2013. – № 17 (206) Ч. 1 – С. 133–140. (0,47 п.л.)

13. Болдырев К. О. Інституціоналізація інноваційного розвитку конкурентного потенціалу найманих працівників / К. О. Болдырев // 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 - Евпаторія, 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 І 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 // Розвиток фінансових ринків та інститутів в умовах міжнародної інтеграції: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Полтава 19–20 лютого 2009 р.): Тези доп.: У 2 ч. – Ч. І. / Відп. ред. Р. В. Шинкаренко. – Полтава: ПолтНТУ, 2009. – С. 73–75 – укр., рос. та англ. мовами (0,13 п.л.)

АННОТАЦИЯ

Болдырев К.А. Теория и модели конкурентной мотивации в инновационной экономике. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.01 Экономическая теория. – ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», Донецкая Народная Республика, 2017.

В диссертации проведено теоретико-методологическое исследование конкурентной мотивации и её мотивостимулирующего действия на инвестиционно-инновационную реализацию творческого и интеллектуального потенциала человеческого капитала в инновационной экономике. Определены причинно-факторные условия возникновения, становления и развития конкурентной мотивации, как основного вида постиндустриальной мотивации человеческого капитала на различных рыночных уровнях инновационной экономики. Дается содержательная характеристика теоретико-методологической архитектуры, конструирующей постиндустриальное формирование двуединой мотивостимулирующей природы конкурентной мотивации в инновационной экономике и определяются концептуальные особенности системного осуществления в функциональной структуре инновационного рыночно-коммерческого процесса.

Проведено исследование системной организации парно-противоположных рыночных и коммерческих составляющих структурно-функциональных элементов инновационного рыночно-коммерческого процесса. Обоснована роль двух ключевых

структурно-функциональных элементов инновационного рыночно-коммерческого процесса, которые образуют парно-противоположные рыночные потребности и коммерческие интересы, а также рыночные мотивы и коммерческие стимулы в образовании и действии новых конкурентных мотивов на формирование конкурентной мотивации. Выявляется структурно-функциональное предназначение конкурентных мотивов в образовании конкурентной мотивации в инновационной экономике и дается её понятийное определение, как универсальной постиндустриальной формы полимотивационного проявления рыночных потребностей в рыночной мотивации и коммерческих интересов в коммерческом стимулировании, а их самих – в виде двуединого мотивостимулирующего осуществления конкурентной мотивации человеческого капитала.

Выстроена логическая схема анализа мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации человеческого капитала в инновационной экономике. Исследованы проблемные вопросы, связанные с формированием и применением механизма мощного побуждающего действия конкурентной мотивации в рыночно-коммерческой практике современных предприятий, фирм и компаний в качестве инвестиционно-инновационного атрибута творческой и интеллектуальной деятельности предпринимателей и квалифицированных наемных работников.

В дискурсе неоинституциональной парадигмы рассмотрена концептуальная основа построения и практического осуществления на всех трех рыночных уровнях инновационной экономики эвристических моделей социально-институционального, организационно-маркетингового и организационно-управленческого действия конкурентной мотивации. Исследуется функциональная технология их практического осуществления на макро-, мезо-, микроуровнях уровнях инновационной экономики в контексте выгоды инвестиционного рыночного применения и инновационного коммерческого использования её участниками своих творческих и интеллектуальных способностей с целью повышения собственной конкурентоспособности на инновационных рынках высоких технологий и современных рынках труда.

В качестве научно-методического конструкта рыночного применения и коммерческого использования эффективного инструментария практического осуществления мотивостимулирующего действия конкурентной мотивации в организационно-маркетинговой, а также организационно-управленческой деятельности менеджмента современных предприятий, фирм и компаний представлена экономико-математическая модель управления квалифицированным персоналом в бизнес-структурах инновационной экономики.

Ключевые слова: рыночная мотивация, коммерческое стимулирование, человеческий капитал, инвестиционно-инновационная реализация, парно-противоположные рыночные и коммерческие составляющие, инновационный рыночно-коммерческий процесс, конкурентные мотивы, конкурентная мотивация, инновационная экономика.

SUMMARY

Boldyrev K. A. Theory and models of competitive motivation in the innovation economy. – As a manuscript.

The thesis for the degree of doctor of economical sciences, specialty 08.00.01 Economic theory. – Donetsk National University, Donetsk People's Republic, 2017.

In the thesis creates a theoretical and methodological study of competitive motivation as a new postindustrial type of joint stimulating effect of market motivation and motivational action of commercial stimulation of investment and innovation activity of business structures and its motivating implementation at different market levels of innovation economy.

It is substantiated that in the innovation economy the main purpose of competitive motivation consists in the integration transformation of a certain duality of market motivation and commercial incentives into their two-way motivating action that motivates the investment and innovation realization of the creative and intellectual potential of human capital. In the discourse of the logic of the dualistic motivating behavior of the competitive motivation of human capital in the innovation economy, a complex methodology has been developed and applied that allows one to analyze, firstly, the emergence, formation and development of competitive motives and competitive motivation in a system of pair-opposite market and commercial components of structural and functional elements of the innovation, secondly, the concept of the formation and functioning of an innovative mechanism for the practical implementation of the powerful motivating effect of competitive motives and competitive motivation for activating the investment-innovative realization of the creative and intellectual potential of human capital is standardized, and thirdly, the scientific methodology of the heuristic construction of economic, As well as the economic-mathematical model that reflects the features of the practical application of the motivestimulating effect of the competitive motivation of human capital in the innovation economy.

Keywords: market motivation, commercial incentives, human capital, investment-innovative implementation, pair-opposite market and commercial components, innovative market-commercial process, competitive motives, competitive motivation, innovative economy.