Бутко Богдан Олександрович,

к.е.н., доцент кафедри міжнароднї економіки,

Національний авіаційний університет

м. Київ

ORCID: https://orcid.org/0000-0002-9769-7523

**Формування системи інституцій шостого укладу комерціалізації високотехнологічної продукції**

Різноманітні моделі комерціалізації високотехнологічної продукції набувають реального змісту лише у відповідному інституційному середовищі, яке активно сприяє, або, навпаки, гальмує процес. У свою чергу, інституційне середовище обумовлене засадами соціально-економічної системи.

Поглиблений аналіз інституційних засад комерціалізації високотехнологічної продукції потребує чіткого трактування базових категорій з метою практичного визначення тих інституційних засад, які в межах сучасної економіки знань найбільш ефективно сприятимуть комерціалізації високотехнологічної продукції. Водночас О. Іншаков та Д. Фролов наголошують на проблемі комерціалізації високотехнологічної галузі, зокрема, на недостатній розвиненості інститутів комерціалізації[1].

Для дослідників школи раціонального вибору інститути є або структурами, тобто силами, що спонукають суб’єктів до вибору рівноважного стану, або рівновагами, тобто наборами стратегій, із яких жоден агент не має стимулів до «відмов», якщо жоден інший актор «не відмовляє». Згідно з обома визначеннями інституції можна розглядати як правила незалежно від того, чи вважаються ці правила екзогенними закономірностями, що структурують вибір або закріплені зразки рівноважної поведінки. Сучасний інституціоналізм раціонального вибору є кульмінацією двох напрямів дослідження: одного в теорії соціального вибору, іншого – в новій класичній школі, що перетиналися на початку 1990-х років.

Розмежування інституцій, інститутів і організацій уможливлює уніфікований виклад ансамблю інваріант форм економічної співпраці, а саме: функціональних (інституції), генетичних (інститути) і структурних (організації) [2; 3]. Відповідно до постулатів діалектики наведений підхід дозволить ретроспективно та еволюційно проаналізувати передумови створення та становлення інституційного середовища і потенціалу розвитку комерціалізації продукції високотехнологічної галузі.

На нашу думку, інституційне середовище – це основоположна система політичних, соціальних, юридичних норм і правил, яка створює базис суспільного відтворення (тобто інституції) та втілюється у специфічних соціально-економічних інститутах, які виступають генетичною основою для формування різноманітних організацій, що діють відповідно до вимог, чітко окреслених цією системою. Таке розуміння інституційного середовища дозволяє окреслити норми, правила та інституції, які на базовому рівні визначають процес комерціалізації високотехнологічного продукту підприємств, основні інститути, задіяні в цьому процесі, провести аналіз діяльності організацій, які здійснюють генерацію і комерціалізацію інноваційних ідей.

Такими агентами, з точки зору інституціональних засад комерціалізації високотехнологічного продукту підприємств, виступає сукупність наявних інститутів, які для кожного конкретного високотехнологічного підприємства набувають форм різноманітних організацій, що функціонально можуть бути споживачами, партнерами або конкурентами даного підприємства. В основу таких інститутів покладені інноваційні та інфраструктурні інституції (рис. 1).

**Інституції інфраструктури комерціалізації високотехнологічного продукту**

**Інституції інноваційного аспекту комерціалізації високотехнологічного продукту**

**Підприємство**

Підрозділи, що використовуються при комерціалізації високотехнологічного продукту

Інституція трансферу технологій

Інституція інноваційної культури

Інституції маркетингового дослідження та моніторингу ринку високих технологій

Інституція забезпечення процесу генерування ідей інноваційного високотехнологічного продукту

Інституції кадрового забезпечення інноваційного процесу

Інституція інноваційного посередництва

Інституція фінансування інноваційних проектів створення високотехнологічного продукту

Інституція нормативно-правового регулювання інноваційної діяльності

Інституції міжнародного інноваційного підприємництва в сфері високих технологій

.

Рис. 1. Система інституцій у контексті моделі шостого покоління комерціалізації високотехнологічного продукту *(авторська розробка)*

Слід зазначити, що всі інституції, які безпосередньо впливають на процес комерціалізації високотехнологічного продукту, відособлені суто формально. В реаліях функціонування високотехнологічного підприємства вони знаходяться у тісному взаємозв’язку.

Інноваційна система норм і правил комерціалізації високотехнологічного продукту включає мотивацію високотехнологічних досліджень, підтримку високотехнологічних ідей, наукові дослідження, венчурне фінансування та трансфер високих технологій. Інфраструктурна система норм і правил комерціалізації високотехнологічного продукту об’єднує нормативно-правові засади, інформаційне та кадрове забезпечення, підтримку малого і середнього підприємництва.

Саме інститути є сукупністю агентів, які втілюються у різноманітних організаціях, що задіяні в процесі комерціалізації. Тому наступним кроком в аналізі інституційного середовища є виявлення та окреслення системи інститутів, поява і розвиток яких спираються на зазначені вище інституції.

**Література**

1. Іншаков О. В., Фролов Д. П. Інституція – ключ до розуміння економічних інститутів. *Економічна теорія*. 2011. № 1. С. 52–62.
2. Мазур О. Є. Систематизація підходів до визначення категорії інститут. *Економіка розвитку*. 2014. № 1. С. 41–45.
3. [Лозинська Т. М.](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9B%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%A2$) До проблеми вживання термінів «інститут» і «інституція» в контексті інституціонального аналізу. [*Бізнес Інформ*](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9614572). 2014. № 7. С. 8–13.