

## ВОЛЮЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНА ПАРАДИГМА МАРКЕТИНГОВО-ІННОВАЦІЙНОЇ СИНЕРГІЗАЦІЇ СУЧАСНОЇ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ ТЕОРІЇ

*У статті розглянуто розвиток інновацій в економіці, України сьогодні, що представляється не лише найбільш перспективним способом подолання сировинної залежності і переходу на якісно новий рівень розвитку але і обумовлено сприятливістю даного моменту, коли з боку держави регулюються заяви про готовність всемірної підтримки інноваційної діяльності.*

*Ключові слова: інституціоналізація, реалізації ініціатив. ринкові системи, авіаційна галузь України.*

*В статье рассмотрено развитие инноваций в экономике Украины сегодня, что представляется не только наиболее перспективным способом преодоления сырьевой зависимости и перехода на качественно новый уровень развития, но и обусловлено благоприятностью данного момента, когда со стороны государства регулярно делаются заявления о готовности всемерной поддержки инновационной деятельности*

*Ключевые слова: институционализация, реализации инициатив, рыночные системы, авиационная отрасль Украины.*

**Постановка проблеми.** Нами був встановлений факт інволюції наукових підходів до розвитку та реалізації інновацій, які звузилися, як в уявленнях про нього з боку економічної науки аж до вузького технічного підходу, так і з боку маркетингу, який не лише схилився у бік технічного підходу до розвитку та реалізації інновацій, але і погодився з їх збутовою роллю, а також з представленнями про нього як про завершальний етап процесу розробки товару.

Проте маркетинг як наука і практика ведення бізнесу на ринку, його філософія, виносно розвитку та реалізації інновацій ма' великий потенціал. Крім того, слід припустити, що в Україні процеси розвитку і реалізації інновацій, активізуються, якщо позитивну динаміку отримає інституціоналізація цього процесу. У зв'язку з цим автором формулюється гіпотеза про перспективність формування маркетингової парадигми інституціоналізації процесу розвитку і реалізації ринкових інновацій;

**Аналіз публікацій.** Ця гіпотеза підтверджується розвитком сучасної інституціональної теорії розвитку та реалізації інновацій, представленої в Цьому дисертаційному дослідженні. Інституціональна теорія розвитку та Реалізації інновацій виходить з декількох аспектів. По-перше, вони базуються класичних представленнях інституціональної теорії, що належать А. Алчіїну, Г. Демсецу Р. Коузу, Д. Норту, Г. Саймону, О. Уильямсону, Т.

Еггертсону, а також на деяких результатах робіт деяких сучасних авторів в області інституціоналізації Жаворонкова Г.В., Устенко А.О. і на дослідженнях інституціональних аспектів інноваційної діяльності, належних Чимшит С. І., становленню окремих інститутів розвитку і реалізації інновацій, що приділяє увагу Швиданенко Г. О., Щелкунов В.І. [1,2,4,5,7,8,9,10]. По-друге, і «інституціоналізація» і «розвитку та реалізації інновацій» і тим більше їх синергія мають закономірний, об'єктивний і системотворчий характер [3]. По-третє, «інституціоналізація» та «розвитку і реалізації інновацій» знаходяться в тісному взаємозв'язку кожна з них обумовлена і обумовлює іншу таким чином, що їх можна визначити, як устрої (засади) ринкової економіки взагалі і тим більше сучасної соціалізованої і інституціонально розвиненої економіки. По-четверте, їх синергія визначає «інституціоналізацію розвитку та реалізації інновацій» як об'єктивний, перспективний і закономірний для ринкової економіки і ринковий за своєю природою процес, темпи якого в умовах сучасної соціально-орієнтованої економіки нівелюються, а інституціональні форми прогресують і стають ефективнішими [6].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Дуже важливо розуміти, що для ринкових агентів розвитку та реалізації інновацій < не способом реалізації інновацій самих по собі, а формою розвитку бізнесу, зниження трансакційних витрат, отримання прибутку (у тому числі надприбутків новатора в шумпетеріанському сенсі). Але, щоб ринкові агенти, йшли на ризик, обумовлений розвитку та реалізації інновацій, в економіці мають бути присутніми спеціалізовані інститути, а інформація про них має бути об'єктивна і доступна ринковим агентам, надаючи їм можливість використовувати потенціал інститутів розвитку та реалізації інновацій. В той же час ринкові агенти, що комерціалізують інновації, у результаті, самі формують інститути. З цього виходить, що, інституціоналізація розвитку та реалізації інновацій - двосторонній динамічний процес формування, розвитку і вдосконалення інститутів розвитку та реалізації інновацій, яка виступає одночасно і результатом і стимулом до інституціоналізації, так само як і існуючі інститути є результатами процесів розвитку та реалізації інновацій і стимулом і до нього і до інноваційної діяльності. Отже, інституціональні зміни, що стосуються механізмів саморозвитку і само підтримки, закономірними і для розвитку та реалізації інновацій.

**Ціллю роботи є визначення основних умов інституціоналізації розвитку та реалізації інновацій авіаційній галузі України.**

**Виклад основного матеріалу.** Економіка не створюється, якщо немає умов для формування її інститутів. Отже, у будь-якій економіці спочатку існують інститути, а якщо це економіка - ринкова, то і інститути розвитку та реалізації інновацій. Але міра розвитку цих інститутів може бути різною: чим вище у цієї економіки міра інституціоналізації розвитку та реалізації

інновацій, тим більше у нього шансів на так очікуваний сьогодні технологічний прорив. Звідси слідує висновок про те, що низькі темпи інноваційного розвитку в Україні обумовлені, передусім, низькою мірою розвитку інститутів розвитку та реалізації інновацій [146].

Дійсно, в Україні показники і темпи інноваційної активності упродовж тривалого часу являються, низькими і ця динаміка не змінюється на краще. Так, в рейтингах ділової активності і готовності до використання передових методів економіки місце України з 2007 по 2012 рік знизилося на 7 позицій, з 2012 року по 2013 рік місце України за рівнем технологічної готовності до інновацій змістилося вниз на 3-позиції (з 69 місця на 72) і сьогодні наша країна відстає навіть від Тринідаду і Тобаго і Ботсвани (згідно з даними Global Competitiveness Report), природно, що за період кризи позитивних зрушень не сталося: В результаті, Україна маючи в розпорядженні 2 відсотків від числа учених у всьому світі, має долю в 0,3 відсотка на світовому ринку наукомісткої продукції. Існують, звичайно і дані, що більше позитивно відбивають інноваційну картину в Україні, наприклад ті, що показують, що за останні два роки у рамках реалізації найважливіших інноваційних проектів держава вклала 1,5 млрд. грн., а бізнес — 3 млрд. грн. і цьому продукції зроблено і реалізовано на 5,5 млрд. грн.

Основною проблемою розвитку інновацій в економіці нашої країни нарешті стали справедливо називати відсутність попиту. Але відсутність попиту на інновації — це, багатостороння проблема: наукова і методологічна, суспільно-економічна, макроекономічна і мікроекономічна. проблема розвитку маркетингу вітчизняних галузей НГ, що в цілому ідентифікується як інституціональна. їх інституціональний характер обумовлений мірою розвитку інститутів ринку і інститутів інновацій, інституціональних форм взаємодії -- інститутів бізнесу, суспільства і держави, які разом формують, використовуючи маркетингові комунікативні інструменти, інститути розвитку та реалізації інновацій. Ця інституціональна облема вимагає і формування відповідної теорії.

Питання про розвиток, інституціональної теорії розвитку та реалізації інновацій в сучасних умовах, якщо ще не визнане актуальним, то дуже скоро стане таким. Це обумовлено тим, що найбільш ефективним вектором Розвитку сучасної економіки і у світовому масштабі, і для нашої країни, сьогодні являється розвиток і реалізація ринкових інновацій.

Розвиток інновацій в економіці України сьогодні представляється не лише найбільш перспективним способом подолання сировинної залежності і

Переходу на якісно новий рівень розвитку, але і обумовлено сприятливістю Данного моменту, коли з боку держави регулярно робляться заяви про готовність всемірної підтримки інноваційної діяльності.

Одним з найбільш вагомих аргументів, що підкреслюють актуальність формування і розвитку саме інституціональної теорії розвитку та реалізації

інновацій, є характерна для ринкової економіки і така, що посилюється у міру їх соціалізації закономірність інституціоналізації процесу розвитку та реалізації інновацій, в слідстві і унаслідок розвитку корпоративної соціальної відповідальності ринкових агентів, громадянського суспільства і соціально-орієнтованої державної політики. Здатністю інтегрувати форми комунікацій між цими інститутами в процесі розвитку та реалізації інновацій і можливостями для їх регулювання володіє маркетинг розвитку і реалізації ринкових інновацій, що стає основою інституціоналізації процесу розвитку і реалізації ринкових інновацій на рівні державного маркетингу і маркетингу галузі.

Інституціональна теорія розвитку та реалізації інновацій дозволяє розкривати потенціал маркетингу розвитку і реалізації інновацій. Ґрунтуючись на об'єктивності ринкового підходу до розвитку та реалізації інновацій і розвиваючи його можливості, ця теорія покликана не лише виявити закономірності і визначити механізм дії розвитку та реалізації інновацій і інституціоналізації, але і дозволяє розвивати маркетинговий проектний підхід. У зв'язку з цим маркетингова парадигма інституціональної теорії розвитку та реалізації інновацій являється основою для формування теорії і методології маркетингу розвитку і реалізації ринкових інновацій.

Для інституціоналізації процесу розвитку і реалізації ринкових інновацій, таким чином, характерний ряд закономірностей, які по-перше, визначаються об'єктивними законами розвитку ринкової системи і є загальними для різних моделей господарювання. Загальні закономірності обумовлені законами формування економічних стосунків і формування ринку взагалі. При цьому ринок не є одновимірним інститутом його розвиток зумовлений поетапним утворенням різних інститутів, що обумовлюють можливості функціонування агентів спочатку на рівні окремих актів інституціоналізації процесу розвитку та реалізації інновацій (реалізація маркетингової стратегії розвитку та реалізації інновацій), і потім, формування і спеціальних інститутів. У такому разі розвитку та реалізації інновацій є підлеглим процесом інституціоналізації. Це - основне правило реалізації будь-якої економічної дії. Відносно розвитку та реалізації інновацій цей аспект проявляється в специфічній інституціональній формі. Наскільки інституціоналізований **РР1**, настільки високими темпами вони здійснюється і настільки високі темпи інноваційного розвитку на цьому ринку (економіці).

Але, оскільки інститути формуються в результаті розвитку розвитку та реалізації інновацій, остільки інституціоналізація процесу розвитку та реалізації інновацій сприяє прогресу, пов'язаному з появою нових інститутів і розширенням сфери дії існуючих (інститутів), одночасно розвиваючи форми інституціональних взаємодій між різними інститутами аж до створення і розвитку нових інститутів.

По-друге, особлива сторона, закономірностей, що визначають інституціональну природу розвитку та реалізації інновацій, полягає в тому, що інституціоналізація є наслідок розвитку та реалізації інновацій. Основне історичне значення розвитку та реалізації інновацій, полягає в тому, що вони є формою і правилом (технологією) формування інститутів ринкової економіки (а, можна сказати, що і будь-якої економіки, наприклад, розширення бази оподаткування в умовах планової економіки, коли держава реалізує свої економічні (фіскальні) інтереси в тих **СФЕРАХ, ДЕ ОПОДАТКУВАННЯ ДАЛ VFE ^СТОСОБУКАОАГ**).

Ринкова природа розвитку та реалізації інновацій визначає їх як механізм просування інтересів бізнесу в ті сфери діяльності людей. Проте ця дія здійснюється не само по собі, воно пов'язане з формуванням інститутів, які сприяють «проникненню» інтересів бізнесу і пов'язано з формуванням цим бізнесом нових інститутів. З цього виходить, що, починаючи з перших актів обміну, здійснених людиною, до найсучасніших форм розширення сфери бізнесу за рахунок некомерційного сектора (наприклад, будівництво доріг, інфраструктури, формування спеціальних корпоративних університетів і т. п., включаючи більшість форм корпоративної соціальної відповідальності бізнесу — як сучасної форми інституціоналізації розвитку та реалізації інновацій) агенти здійснювали і здійснюють розвитку та реалізації інновацій, пов'язану з формуванням нових і розвитком діючих інститутів, які не були б створені, якби не відбулися «приватні акти розвитку та реалізації інновацій». Таким чином, хід процесу розвитку та реалізації інновацій визначається формуванням інститутів, необхідних для реалізації комерційних цілей і вказує на закономірний взаємозв'язок, процесів інституціоналізації і розвитку та реалізації інновацій.

Існування взаємозв'язку між інституціоналізацією і розвитку та реалізації інновацій, призводить до висновків про її двоєдину природу і взаємну обумовленості як об'єктивних процесів формування і розвитку ринків, економіки і суспільства, що безумовно повинно знайти своє віддзеркалення на «категоріальному» рівні.

По-третє, існують закономірності, характерні для сучасних моделей розвитку ринкової економіки. Закономірність інституціоналізації розвитку та реалізації інновацій обумовлена сьогодні природним процесом становлення їх інститутів в результаті інституціональної діяльності ринкових агентів і цілеспрямованого формування інститутів державної підтримки інновацій.

І суб'єктивно і об'єктивно основним мотивом до розвитку та реалізації інновацій є прагнення ринкових агентів до отримання доходу, який в даному випадку, звеличується за рахунок економії трансакційних витрат. Причому саме розвитку та реалізації інновацій, дозволяє настільки трансформувати трансакційні витрати, що ринкові агенти отримують надприбутку. Отже,

агенти ринку прибігають до розвитку та реалізації інновацій, коли реалізуються наступні найважливіші умови:

1. Існують інститути розвитку та реалізації інновацій і вони відомі агентам (тобто інституціоналізація процесу РРІ досягла певною оптимального стану).

2. У агентів є інформація і можливості використання існуючих інститутів розвитку та реалізації інновацій, їм доступні технології (методи, способи) формування нових або адаптації діючих інститутів або залучення досі не задіяних в цій сфері інститутів.

3. Розвитку та реалізації інновацій дозволяє знижувати трансакційні витрати.

4. Сформувалися інститути оцінки, аудиту, порівняння, мінімізації і тому подібне трансакційних витрат.

5.. Наявність конкурентного середовища, в якому існують інші агенти, які також прагнуть понизити трансакційні витрати.

Визначеність на ринку, досконалістю інформації і можливості розвитку та реалізації інновацій обумовлюють інституціональне середовище протікання процесу розвитку та реалізації інновацій, що означає наявність, інститутів, які склалися і функціонують, забезпечують розвиток процесів розвитку та реалізації інновацій. Іншими, словами, розвитку та реалізації інновацій інституціоналізована значною мірою, що по-перше дає можливість використовувати існуючі інститути для вирішення завдань «приватних» актів інституціоналізації процесу розвитку та реалізації інновацій, шляхом її адаптації або нових комбінацій інститутів.

По-друге, якщо спеціалізованих інститутів ще немає, то у агентів є можливість створення нових інститутів, адаптації існуючих, залучення інститутів з інших сфер, які супроводжуватимуть процес розвитку та реалізації інновацій.

У будь-якому з цих випадків питання про розвитку та реалізації інновацій обумовлюється величиною трансакційних витрат, що визначає рішення агента, за умови, що існують інститути, сприяючі отриманню інформації об РРІ, інститути їх стимулюючі і ті що перешкоджають.

Таким чином, в інституціонально розвиненій економіці (сучасній інституціональній системі) трансакційні витрати стають ключових' інституціональним чинником, стимулюючим процес інституціоналізації розвитку та реалізації інновацій.

Ще однією ознакою інституціоналізації процесів розвитку та реалізації інновацій в сучасній економіці є різноманіття інститутів, які дозволяють вибирати варіанти способів реалізації усього процесу розвитку та реалізації інновацій і окремих їх етапів. Стосунки між агентами в інституціоналізованій (сучасній) економіці мають великий варіативний ряд і в принципі комбінаційну нескінченність, яка стає можливою в умовах відсутності

обмежень для інституціоналізації ринкових інновацій (природно, йдеться про законних і максимально наближених до соціально-відповідальних діючих актів), тобто розвитку та реалізації інновацій в такому середовищі придбавас можливість багатоваріантності їх здійснення. Агенти, прагнучи до скорочення трансакційних витрат, в цьому випадку, використовують можливість розвитку нових інститутів розвитку та реалізації інновацій і досягають цієї мети.

Проте агенти існують не в ізольованій системі і відповідно до їх прагнення до «оптимізації» трансакційних витрат може суперечити інтересам інших агентів. Конфлікти, що виникають при визначенні цілей мають тим менші наслідки, ніж розвиненіші інститути захисту прав власності (у тому числі інтелектуальною) і ніж розвиненішим є інституціональне середовище. Таким чином, кожному агентові в інституціоналізованій (сучасній) економіці необхідно погоджувати свої інтереси з інтересами інших агентів і правилами освіти і функціонування інших інститутів. Це обмежує можливості агентів, але і дозволяє їм визначати оптимальний рівень трансакційних витрат, який виробляється «інститутом угод», що характеризує взаємозв'язки між різними агентами і інститутами, прямо або що побічно беруть участь в процесі розвитку та реалізації інновацій.

З іншого боку, незадоволення агентів існуючими трансакційними витратами визначає і їх цілі, які спрямовані на скорочення трансакційних витрат. Це стає основним мотивом агентів до розвитку та реалізації інновацій, яка повинна дозволити «оптимізувати» трансакційні витрати. Таким чином, внаслідок розвитку та реалізації інновацій як результат) реалізації цілей агентів по оптимізації трансакційних витрат, економіка набуває нових інститутів шляхом цілеспрямованого їх формування (чи розширення дії існуючих, або адаптації до процесу розвитку та реалізації інновацій що раніше не брали участь в цій сфері).

В той же час, невизначеність трансакційних витрат і слабка інституціоналізація процесу розвитку та реалізації інновацій в безлічі випадків стає причиною відмови від їх реалізації. Таким чином, підтверджується висновок, який полягає в тому, що чим більше інституціоналізовані економічні процеси, тим більше розвинені практики розвитку та реалізації інновацій.

Значення трансакційних витрат як основного мотивуючого елемента в Діяльності агентів, формуванні і розвитку інститутів РРІ визначається на <sup>м</sup>акрорівні господарювання, тобто на окремих ринках (по М . Алле ).

Якщо незважаючи на умови невизначеності і неповноти інформації, агенти мають в розпорядженні інформацію про трансакційних витрати, характерні для їх ринків і трансакційних витратах, характерних для інших агентів ринку (конкурентів, в ланцюжках цінностей, на ринках збуту), то <sup>во</sup>ни мають можливість зробити висновок про оптимальність трансакційних

витрат і визначити їх цільові (оптимальні або ідеальні) значення, що і стає основним мотивом до розвитку та реалізації інновацій. При цьому агентам доцільно використовувати альтернативний підхід для визначення того, які будуть їх транзакційні витрати при реалізації процесу розвитку та реалізації інновацій і по його результатах.

Одночасно, невизначеність транзакційних витрат, пов'язаних з реалізацією маркетингових проектів розвитку та реалізації інновацій, а також відсутність інформації і інституціональна невизначеність можуть стати основою для відмови ринкових агентів від будь-якого «приватного акту розвитку та реалізації інновацій» (проекту).

Чим виразнішу структуру мають інститути, що забезпечують розвитку та реалізації інновацій, тим велику визначеність мають агенти для ухвалення рішення про розробку і реалізацію маркетингового проекту розвитку і реалізації ринкових інновацій.

Проект розвитку та реалізації інновацій для агентів, що приступили до його реалізації, таким чином, є способом оптимізації транзакційних витрат. Звідси виявляються завдання, що полягають в наступному: щоб здійснити ак: розвитку та реалізації інновацій (реалізувати маркетинговий проект розвитку та реалізації інновацій) таким чином, щоб не лише отримати кінцевий позитивний ефект від розвитку та реалізації інновацій, але і максимально оптимізувати транзакційні витрати в самому процесі розвитку та реалізації інновацій і оптимізувати кількість і якість інститутів, що беруть в цьому участь. Якщо ж це неможливо, то неминуче будуть створені нові інститути. При цьому агент знаходиться в стані невизначеності обумовленої розривами в ланцюжку цінностей, генерованими розвитком і реалізацією ринкових інновацій. «Розриви» можуть мати на увазі відмову від існуючих інститутів і залучення нових, що залежить від міри новизни розвитку і реалізації ринкової інновації.

Висновки. Таким чином, в усіх випадках проявляється оптимальність для реалізації приватного акту розвитку та реалізації інновацій (інститут) угод з іншими агентами і інститутами. Інститути угод реалізуються в різних договірних формах між ринковими агентами за допомогою маркетингу і його інструментів, що дозволяють якнайкраще оптимізувати ці угоди, при цьому самі інститути виступають посередниками. Отже, інституціоналізацію процесів розвитку та реалізації інновацій, засновану на використанні маркетингових методів і інструментів, можна розглядати як правило (технологію) мінімізації транзакційних витрат на проектному, ринковому і партнерському етапах розвитку та реалізації інновацій, що створює можливості оптимізації вибору інститутів, задіяних в кожному приватному акті розвитку та реалізації інновацій і забезпечує баланс угод, як між агентами і інститутами, так і усередині останніх.



Таким чином, інституціоналізація на рівні частки комерціалізаційного акту, характеризується використанням агентами інституту проектування, „потенціал якого нівелюється, якщо агент враховує принципи маркетингу розвитку і реалізації інновацій, що означають орієнтацію на досягнення угод і з приводу мінімізації трансакційних витрат з іншими агентами (споживачами, цільовими контактними аудиторіями) шляхом розвитку комунікації з ними і використовує інституціональні механізми управління життєвим циклом, шляхом розвитку тих же угод по величині трансакційних витрат з іншими інститутами і учасниками діяльності. Іншими словами комунікаційний потенціал маркетингу дозволяє управляти життєвим циклом ринкових інновацій шляхом розвитку інститутів і угод з агентами, спочатку задіяними в розвитку та реалізації інновацій.

Список використаних джерел

1. Андреева Т. П. Україна: економічний і інвестиційний потенціал / Т. П. Андреева. - Л. : Львів, комер. акад., 2002. - 162 с.
2. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. Монография - 2-е изд., стереотипное. - Луганск: Изд-во Восточноукраинского национального университета имени Владимира Даля, 2004. - 320 с.
3. Жаворонкова Г.В., Садловська І.П., Шкода Т.Н., Жаворонков В.О. Стратегічне управління авіатранспортними підприємствами [моногр.] / за ред. Жаворонкової Г.В. — К.: Кондор, 2012. 676 с.
4. Кулаев Ю.Ф. Экономика гражданской авиации. - К.: Феникс. 2004. - 667с
5. Онікієнко В.В. Інноваційна парадигма соціально-економічного розвитку України / Онікієнко Р.В., Смеляненко Л.М., Терон І.В.; за ред. В.В. Онікієнка. - РРВПС ПАІ 1 України. 2006. - 480 с.
6. Сич С.М., Ільчук В.П. Інноваційно - інвестиційні комплекси транспортної галузі: методологія формування та розвитку: Монографія. — К.: Логос. 2006. - 264с.
7. Щелкунов В.І. Механізм регулювання комерційної діяльності авіакомпаній України - К.: Наукова думка. 2006 - 304С.
8. Oswald A. J. Mascarenhas. Business Transformation Strategies: The Strategic Leader as Innovation Manager (Response Books). Sage Publications Pvt. Ltd; I edition February 14. 2011 - 668 p.
9. Chris Billon, Stephen Cummings. Creative Strategy: Reconnecting Business and Innovation. Wiley-Blackwell; 1 edition April 27, 2010. - 286 p.
10. Milan Janic. Air Transport System Analysis and Modelling [Текст] CRC Press: 1 edition. December 21. 2000. - 318 p.

## **EVOLUTIONARY-TECHNOLOGICAL PARADIGM OF MARKETING AND INNOVATION SYNERGIZATIONAL MODERN INSTITUTIONAL THEORY**

The article deals with the development of innovation in the economy of Ukraine today is represented not only the most promising way to overcome resource dependence and transition to a qualitatively new level of development, but also due to the auspiciousness of the moment when the state regularly made statements about readiness support innovation in every way.

One of the most compelling arguments that highlight the relevance of the formation and development institutional theory is the development and implementation of innovation is characteristic of a market economy such that increases as their socialization pattern institutionalization process of development and implementation of innovations in the investigation and as a result of corporate social responsibility market agents, civil society and social-oriented public policy. The ability to integrate forms of communication between the institutions in the development and implementation of innovation and opportunities for their regulation has marketing development and implementation of market innovation that becomes the basis of the institutionalization process of development and implementation of market innovation at the level of government marketing and marketing industry.

Institutional theory development and implementation of innovation revealing potential development and implementation of marketing innovation. Based on objective market-based approach to the development and implementation of innovation and developing its capabilities, this theory is called not only to identify patterns and determine the mechanism of action of innovation and implementation and institutionalization, but also allows you to develop a marketing project approach. In this regard, marketing paradigm institutional theory development and implementation of innovation is the basis for the formation of the theory and methodology of marketing and sales market innovation.

To institutionalize the process of development and implementation of market innovations through the identification of patterns that firstly determined by objective laws of the market system and are common to different management models. The general patterns due to the laws of the formation of economic relations and formation of the market in general. The market is not one-dimensional institute its development caused by gradual formation of various institutions that contribute to the possibility of functioning agents initially acts at the level of institutionalization of the development and implementation of innovation (implementation of marketing strategy development and implementation of innovation), and then forming individual special institutions. In this case, the development and implementation of innovations is subordinate process of institutionalization. This is the basic rule of any economic action. With respect to the development and implementation of innovation-

this aspect is manifested in a particular institutional form. How RRTIs institutionalized, so they carried high rates and high rates so innovative development in this market (economy).

But as institutions are formed as a result of the development and implementation of innovation insofar institutionalization process of development and implementation of innovation contributes to progress associated with the emergence of new institutions and expanding the scope of existing (institutions), while developing institutional forms of interactions between various institutions including the establishment and development of new institutions.

Second, a special party patterns that determine the nature of institutional development and implementation of innovation is that institutionalization is a consequence of the development and implementation of innovations. The main historical significance of the development and implementation of innovations is that they are a form of rule and (technology) formation of market economy institutions (and we can say that any economy, such as broadening the tax base in a planned economy where the State realizes the economic (fiscal) interests in areas where the tax has not yet been applied).

The market nature of the development and implementation of innovation defines them as a mechanism for promoting business interests in the areas of human activity. However, this action is carried out not by itself, it is associated with the formation of institutions that promote "penetration" of business interests and is associated with the formation of new institutions of this business. It follows that, since the first acts of exchange made man. to modern forms of expansion of business by non-profit sector (eg. roads, infrastructure, formation of corporate universities and so on. P.. Including most forms of corporate social responsibility - as a modern form of institutionalization and implementation of innovation) agents conducted and carried out the development and implementation of innovations related to the formation of new development and existing institutions that would not have been created if not held "private acts development and implementation of innovations." Thus, the process of development and implementation of innovations determined the formation of institutions necessary for the realization of business objectives and indicates the logical relationship, processes of institutionalization and the development and implementation of innovations.

Keywords: institutionalization, implementation, innovation, market systems, aviation industry of Ukraine.