

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ В СФЕРІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Шведун В.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

На сучасному етапі спостерігається велика кількість недотримань рекламного законодавства з боку промислових підприємств, які розповсюджують рекламну інформацію про власну продукцію. Виходячи з цього, актуальною є розробка специфічного механізму в сфері державного управління рекламною діяльністю.

Зазначений інноваційний механізм доцільно представити у вигляді спеціально розробленого організаційного забезпечення державного управління недотриманнями рекламного законодавства, яке складається з трьох етапів: визначення змісту недотримання рекламного законодавства; класифікаційний аналіз недотримань рекламного законодавства; розробка механізму державного управління недотриманнями рекламного законодавства.

Зокрема, в якості засобів реалізації першого етапу запропонованого організаційного забезпечення виступають розроблені методичні положення змістовного аналізу недотримань рекламного законодавства, що складаються з трьох комплексних блоків: визначення характеристик об'єкту державного управління рекламною діяльністю; фіксація суб'єктів та нормативно-правових засад державного управління рекламною діяльністю; аналіз відповідності рекламного звернення чинному законодавству.

Для досягнення мети другого етапу організаційного забезпечення державного управління недотриманнями рекламного законодавства було сформовано додаткову послідовність етапів побудови класифікаційної схеми недотримань рекламного законодавства, яка містить такі блоки: формування узагальненої класифікаційної схеми недотримань рекламного законодавства; побудова розподільчої структури недотримань рекламного законодавства.

Змістом третього етапу розробленого організаційного забезпечення є методичне забезпечення формування механізму державного управління недотриманнями рекламного законодавства, що включає наступні блоки: визначення засобів державного управління недотриманнями рекламного законодавства; формування заходів державного управління недотриманнями рекламного законодавства.