

**Висновки.** Розроблений науково-методичний підхід до визначення потреби в реструктуризації підприємств на основі оцінки їх стратегічної стійкості. Його використання на практиці допоможе керівникам м'ясопереробних підприємств приймати своєчасні та ґрунтоні рішення, необхідні підприємствам для підтримки їх стратегічної стійкості в сучасних умовах існування.

**Список літератури:** 1. *Догиль Л.Ф.* Управление хозяйственным риском / Л.Ф. Догиль. – Минск: Книжный Дом Мисанта, 2005. – 224 с. 2. *Ильченко А. Н., Рычихина, Н. С.* Индикативный метод определения потребности предприятия в реструктуризации // Экономический анализ: теория и практика. – 2006. – № 20. – С.23-26 3. *Ригер Ф.* Реструктуризация предприятий в условиях кризисных ситуаций / Ф. Ригер // Финансовый бизнес. 1997. – № 3. – С. 55–61 4. *Аистова М. Д.* Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям / М. Д. Аистова. – М.: Альпина Паблшер, 2002. – 288 с. 5. *Малярець Л. М.* Вимірювання ознак об'єктів в економіці: методологія та практика / Л. М. Малярець. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – 384с. 6. *Омельченко И. Н.* Сбалансированная система показателей как инструмент стратегического управления на предприятиях ОПК / И. Н. Омельченко, Д.П. Мухортов // Вестник машиностроения. – 2007. – № 7. С.79-85. 7. *Шеремет А. Д.* Финансы предприятий: менеджмент и анализ / А.Д. Шеремет, О. Ф. Ионова. – М.: ИНФРА. 2006. – 479 с.

**Bibliography (transliterated):** 1. *Dogil L.F.* Upravlenie hozyaystvennyim riskom – Minsk: Knizhnyiy Dom Misanta, 2005. – 224 p. 2. *Ilchenko A. N., Ryichihina, N. S.* Indikativnyiy metod opredeleniya potrebnosti predpriyatiya v restrukturizatsii: Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika. – 2006. – No 20. – P.23–26 3. *Riger F.* Restrukturizatsiya predpriyatiy v usloviyah krizisnyih situatsiy – Finansovyy biznes. 1997. – No 3. – P. 55–61 4. *Aistova M. D.* Restrukturizatsiya predpriyatiy: voprosyi upravleniya. Strategii, koordinatsiya strukturnyih parametrov, snizhenie soprotivleniya preobrazovaniyam – Moscow: Alpina Pabliher, 2002. – 288 p. 5. *Malyarets L. M.* Vimiryuvannya oznak ob'ektlv v ekonomitsi: metodologiya ta praktika. – Kharkiv : Vid. HNEU, 2006. – 384 p. 6. *Omelchenko I. N.* Sbalansirovannaya sistema pokazateley kak instrument strategicheskogo upravleniya na predpriyatiyah OPK: Vestnik mashinostroeniya. – 2007. – No 7. – P.79–85. 7. *Sheremet A. D.* Finansyi predpriyatiy: menedzhment i analiz – Moscow: INFRA. 2006. – 479 p.

Надійшла (received) 17.09.2014

УДК 330.341.1

**Г. М. ХРИСТЕНКО**, канд. екон. наук, доц., Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України «Бережанський агротехнічний інститут», Бережани

## **ЕВОЛЮЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ІННОВАЦІЙ**

Розглянуто загальні положення, досягнення та основні праці вчених у сфері інновацій від класиків економічної теорії до сучасників. Узагальнено сутність і особливості економічної категорії «інновація». Запропоновано та обґрунтовано авторський підхід до визначення інновацій як економічної категорії. Проаналізовано вітчизняні та закордонні публікації стосовно даного дослідження. В умовах конкуренції досягти бажаного результату можна при забезпеченні ефективності застосування науково-технічних, економічних, організаційних, соціальних та екологічних факторів.

**Ключові слова:** інновація, нововведення, зміна, процес, результат, новизна.

**Вступ.** Інновація є рушієм соціально-економічного прогресу, виступає втіленням сучасних підходів у теорії та практиці господарювання,

забезпечуючи кількісне зростання з підвищенням якісних показників економічного розвитку, збільшення обсягів виробництва з підвищенням його ефективності.

Інноваційна ситуація, яка склалася в Україні характеризується, з одного боку, появою нових відкриттів і науково-технічних розробок, а з іншого – недостатнім рівнем нововведень у реальну практику виробництва через складний фінансовий стан сільськогосподарських підприємств.

**Аналіз останніх досліджень та літератури.** Теоретичним підґрунтям у дослідженні поняття інновацій та проблеми інноваційного розвитку стали праці зарубіжних вчених-економістів Л. Водачек, О. Водачкова, П. Друкера, Б. Санто, Р. Солоу, Ш. Тацуно, Б. Твісса, М. Хучек, Й. Шумпетера.

Вагомий внесок у дослідження особливостей інноваційних процесів в Україні зробили відомі українські вчені: О.М. Алимов, В.Ф. Бесєдін, А.С. Гальчинський, В.П. Галушко, В.М. Геєць, О.Д. Гудзинський, О.І. Дацій, М.В. Зубець, С.М. Кваша, О.В. Крисальний, П.А. Лайко, А.І. Сухоруков, В.М. Трегобчук та інші. Однак залишаються дискусійними та потребують продовження досліджень багато аспектів визначення інновації як економічної категорії.

**Мета досліджень.** Метою дослідження є узагальнення та уточнення економічної сутності інновацій, представлене авторське визначення поняття «інновація».

**Постанова проблеми.** Теоретичні проблеми розвитку інноваційних процесів завжди посідали вагоме місце в системі наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених. Інновації є матеріальною основою підвищення ефективності виробництва, якості та конкурентоспроможності продукції, зниження витрат і виступають найважливішою умовою економічного зростання на якісно новій основі. Інноваційний потенціал формує здатність підприємств конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках і допомагає уникнути економічної кризи.

**Матеріали досліджень** Об'єктом дослідження є економічна категорія «інновація».

**Результати досліджень.** У вітчизняній науці щодо розвитку суспільного виробництва тривалий час використовувався термін «науково-технічний прогрес». Світова практика для позначення якісних змін у виробництві використовує термін «інновація» або «нововведення».

Слід зазначити, що у науковій літературі немає однозначного визначення поняття «інновація». Якщо прийняти те, що слово «інновація» є похідним від латинського «*novare*», що означає змінювати, оновлювати, то під інновацією слід розуміти процес змін, оновлення [1, с. 9]. Наприклад, угорський економіст Б. Санто визначив інновацію, як «такий суспільно-технічно-економічний процес, який через практичне використання ідей та винаходів

приводить до створення кращих, за своїми властивостями виробів, технологій та у випадку, якщо вони орієнтуються на економічну вигоду, на прибуток; їх поява на ринку може приносити додатковий успіх» [2, с. 83].

Однак більш поширеним є погляд, згідно з яким за основу беруть переклад поняття «нововведення» як *innovation*, тобто «введена новація». Отже, цим терміном називають об'єкти впровадження (наприклад, за Е. Роджерсом, «нововведення – це ідея, практика або продукт, що сприймаються як нові» [1, с. 9]). Американський економіст П. Лемер тлумачив інновацію як «новий продукт або послугу, спосіб їх виробництва, новацію в організаційній, фінансовій, науково-дослідній та інших сферах, будь-яке вдосконалення, яке забезпечує економію витрат або створює умови для неї» [1, с. 9].

Поняття «інновація» вперше з'явилося в роботах культурологів ще у ХІХ столітті й означало введення певних елементів однієї культури в іншу.

Узагальнивши теоретичні дослідження, розпочаті українським вченим-економістом світового рівня Михайлом Туган-Барановським, австрійський вчений Йозеф Шумпетер на початку ХХ століття ввів у науковий обіг терміни «нові комбінації» та «інноваційний процес». У праці «Теорія економічного розвитку» (1911 р.) він визначає п'ять типів нових комбінацій змін або інновацій [3, с. 159]:

- 1) виробництво нового продукту чи відомого продукту в новій якості;
- 2) впровадження нового методу виробництва;
- 3) освоєння нового ринку збуту;
- 4) залучення для виробничого процесу нових джерел сировини;
- 5) проведення реорганізації (уведення нових організаційних форм).

Таким чином, предметом цих змін можуть бути: продукти, технологічні процеси, сировина, організація виробництва та нові ринки збуту.

Шумпетер Й. визначив інновації як нові комбінації змін у розвитку виробництва і ринку [3, с. 320–322].

Слід зазначити, що з розглянутих позицій інновація виступає не як результат наукової діяльності, а як результат, що знайшов певне застосування в суспільному виробництві.

Аналіз економічної літератури свідчить, що, виходячи із цілей і специфіки досліджуваного об'єкта, існує, як мінімум, два підходи до визначення сутності інновації. Ряд учених і фахівців стверджують [4; 5], що інновація – це ідея, практика чи продукт, що сприймаються індивідом як нові. На думку А. Томпсона та інших [6; 7], інновацією є генерування, прийняття і впровадження нових ідей, процесів, продуктів і послуг. Тобто в одному випадку, інновація – це результат творчого процесу у вигляді нової продукції

(техніки), технології, методу тощо, в іншому – процес уведення нових виробів, елементів, підходів, принципів замість існуючих.

Прихильником першого підходу щодо визначення інновації є Р.А. Фатхутдінов, який розуміє її як «кінцевий результат упровадження нововведення з метою зміни об'єкта управління й одержання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного чи іншого виду ефекту» [8, с. 17]. Дещо іншою є думка Г.Д. Ковальова, який зазначає, що інновація – це «кінцевий результат інноваційної діяльності, у процесі якої створюються (купуються) і використовуються нововведення» [9, с. 33].

Багато дослідників вважають, що інновації варто розглядати як процес зміни стану об'єкта (системи). Зокрема, чеський вчений Ф. Валента визначає поняття «інновація» як «зміни в первісній структурі виробничого організму, тобто як перехід його внутрішньої структури до нового стану» [10, с. 21]. Даним визначенням інновації цей автор певним чином уточнює «нові комбінації» Й. Шумпетера, оскільки зміна первісної структури виробничого організму може бути пов'язана з кожним із п'яти типів нових комбінацій.

Словацькі економісти Л. Водачек і О. Водачкова під інновацією розуміють «цільову зміну у функціонуванні підприємства як системи» [10, с. 23]. У свою чергу Ю.В. Яковец стверджує, що інновації є «якісними змінами у виробництві» [11, с. 95], а А. І. Пригожин визначає нововведення як «цілеспрямовану зміну, що вносить у середовище впровадження (організацію, поселення, суспільство тощо) нові відносно стабільні елементи. Нововведення – ...процес, тобто перехід деякої системи з одного стану в інший» [12, с. 29].

Більш змістовним у цьому плані є, на нашу думку, визначення В.Н. Лапіна, що нововведення або інновація – це «комплексний процес створення, поширення і використання нового практичного засобу (нововведення) для нової (чи для кращого задоволення уже відомої) суспільної потреби, одночасно це є процес сполучених з даним нововведенням у тій соціальній і речовинній сфері, у якій відбувається його життєвий цикл» [13, с. 23]. Безперечно, з даним твердженням російського вченого є всі підстави погодитися.

Лаконічним, але змістовним слід вважати визначення інновацій польським економістом М. Хучеком, який трактує їх як «зміни в техніці, технології, організації, екології, економіці, а також соціальному житті підприємства» [14, с. 67].

Особливий підхід до визначення інновацій у П.Ф. Друкера, який вважає, що інновація – це особливий засіб підприємців, за допомогою якого вони досліджують зміни, що мають місце в економіці та суспільстві, з метою використання їх у бізнесі чи в різних сферах обслуговування [15, с. 5].

Подальше вивчення цього питання свідчить, що ряд авторів розглядають інновації як новий додаток наукових і технічних знань, які забезпечують успіх на ринку. Так, Б. Твісс вважає, що інновація є «процес, у якому винахід чи ідея набуває економічного змісту» [7, с. 36]. Тобто, винахід стає нововведенням, якщо сприймається ринком. Американські вчені інтерпретують нововведення як складну систему, за допомогою якої ідея або винахід перетворюється в комерційну реальність. Інновація розглядається як успішне впровадження продукту або послуг на ринок або в економіку. За твердженням Ш. Тацуно, у західному розумінні інновація «відноситься до застосування ідеї, що веде, у кінцевому рахунку, до зростання прибутку чи збільшення обслуговування» [16, с. 297].

Ряд економістів, зокрема Т. Морозов [17; 18], під інноваціями розуміють «прибуткове використання новацій у вигляді нових технологій, видів продукції, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного чи іншого характеру».

Слід наголосити, що в багатьох визначеннях інновацій відсутня конкретизація мети їхнього впровадження. Окремі автори вважають, що метою інноваційного процесу є створення, впровадження і використання нових продуктів, технологій, форм організації.

Іншими вченими підкреслюється суспільна значимість тих змін, які можуть відноситись до інновації. У деяких формулюваннях поняття «інновації» результатом інноваційної діяльності вважається одержання певного ефекту (економічного, технічного, соціального, екологічного).

Так, П. І. Ратанін під інновацією розуміє «результат створення й освоєння принципово нового чи модифікованого засобу (нововведення), що задовольняє конкретні потреби» [19, с. 34], а ряд російських економістів визначає інновацію як «новий спосіб задоволення потреб, що дає приріст корисного ефекту і, як правило, заснований на досягненнях науки і техніки» [20, с. 270].

Дещо іншим є визначення О.І. Дація, який розглядає інновацію як проведення зміни в техніці, технології, організації, екології, економіці, а також у соціальній сфері з метою одержання економічного ефекту на основі задоволення певних суспільних потреб [21, с. 11].

На нашу думку, основним спонукальним мотивом впровадження інновацій для більшості суб'єктів господарювання є виробництво конкурентоспроможної продукції з метою одержання прибутку. Однак в умовах конкуренції досягти бажаного результату можна при забезпеченні ефективності застосування науково-технічних, економічних, організаційних, соціальних та екологічних факторів.

Отже, залежно від об'єкта і предмета дослідження інновації можна розглядати як:

- 1) зміни (Й. Шумпетер, Ю. Яковец, М. Хучек, Ф. Валента, А. Пригожин, Л. Водачек, О. Водачкова, О. Дацій та ін.);
- 2) процес (Б. Твісс, Б. Санто, В. Лапіна, Ш. Тацуно, Т. Морозов та ін.);
- 3) результат (Р. Фатхутдінов, П. Ратанін, Г. Ковальова та ін.).

Відповідно до наших міркувань, інновація – це нагромадження нових знань, втілених у наукових, економічних, технічних, організаційних, соціальних новинках з метою одержання суб'єктами господарювання прибутку на основі задоволення суспільних потреб.

**Висновки.** Таким чином, існуючі визначення інновації дозволяють трактувати дане поняття як новизну, будь-яку зміну, яка вноситься суб'єктом господарювання у власну діяльність із метою підвищення своєї конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках.

**Список літератури:** 1. Йохна М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності: [навч. посібник] / М. А. Йохна, В. В. Стадник. – К.: Академія, 2005. – 400 с. 2. Санто Б. Інновація як средство економічного розвитку / Б. Санто; общая ред. и вступ. ст. Сазановова Б. В.; пер. с венг. – М.: Прогресс, 1990. – 296 с. 3. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с. 4. Ионов М. Инновационная сфера: состояние и перспективы / М. Ионов // Экономист. – 1993. – № 10. – С. 62-67. 5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер; общ. ред. и вступ. ст. Пенькова Е.М.; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с. 6. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – [12-е изд.]; пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2002. – 928 с. 7. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями / Б. Твисс; авт. предисл. и науч. ред. К. Ф. Пузиня; сокр. пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 271 с. 8. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент: [учебник для вузов] / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1998. – 600 с. 9. Ковалев Г. Д. Основы инновационного менеджмента: [учебник для вузов] / Г. Д. Ковалев; под ред. В. А. Швандара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 208 с. 10. Водачек Л. Стратегия управления инновациями на предприятии: [монография] / Л. Водачек, О. Водачкова; авт. предисл. Рапопорт В. С.; сокр. пер. со словац. – М.: Экономика, 1989. – 167 с. 11. Яковец Ю. В. Ускорение научно-технического прогресса: теория и экономический механизм / Ю. В. Яковец. – М.: Экономика, 1988. – 335 с. 12. Пригожин А. И. Нововведения: стимулы и препятствия (Социальные проблемы инноватики) / А. И. Пригожин. – М.: Политиздат, 1989. – 271 с. 13. Лапин Н. В. Социальные аспекты управления нововведениями / Н. В. Лапин // В сб.: проблемы управленческих нововведений и хозяйственного экспериментирования. – Таллинн, 1981. – 231 с. 14. Хучек М. Социально-экономическое содержание инновации на предприятии / М. Хучек // Вестник Московского университета. Серия экономика. – 1995. – № 1. – С. 62-71. 15. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво / П. Друкер; пер. з англ. В. С. Гуля. – К.: Україна, 1994. – 319 с. 16. Тацуно Ш. Стратегия – технополисы / Ш. Тацуно; общ. ред. и вступ. ст. В. И. Данилова-Данильяна; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1989. – 344 с. 17. Морозов Ю. П. Наукоемкие технологии и технопарки – высший этап реформирования экономики государства и регионов / Ю. П. Морозов // Підприємництво, господарство і право. – 2001. – № 11. – С. 105-106. 18. Покропивный С. Инновационный менеджмент в рыночной системе хозяйствования / С. Покропивный // Економіка України. – 1995. – № 2. – С. 24–31. 19. Ратанін П. І. Інноваційне підприємництво в перехідний період Росії к ринку / П. І. Ратанін. – М.: Известия, 1993. – 174 с. 20. Экономика предприятия: [учебник для вузов] / [Аврашков Л. Я., Адамчук В. В., Антонова О. В. и др.]; под ред. проф. В. Я. Горфинкеля, проф. В. А. Швандара. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 742 с. 21. Дацій О. І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України: [монографія] / О. І. Дацій. – К.: ННЦ ІАЕ, 2004. – 428 с.

**Bibliography (transliterated):** Johna M. A. Ekonomika i organizacija innovacijnoji dijaj'nosti: [navch. posibnik]. – Kyev.: Akademija, 2005. – 400 p. 2. Santo B. Innovacija kak sredstvo jekonomicheskogo razvitija – obshhaja red. i vstup. st. Sazanovova B. V.; per. s veng. – Moscow: Progress, 1990. – 296 p. 3. Shumpeter J. Teorija jekonomicheskogo razvitija. – Moscow: Progress, 1982. – 455 p. 4. Ionov M. Innovacionnaja sfera: sostojanie i perspektivy – Jekonomist. – 1993. – No 10. – P. 62–67. 5. Kotler F. Osnovy marketinga – obshh. red. i vstup. st. Pen'kova E.M.; per. s angl. – Moscow: Progress, 1990. – 736 p. 6. Tompson A. A. Strategicheskij menedzhment: koncepcii i situacii dlja analiza. – [12-e izd.]; per. s angl. – Moscow: Izd. dom «Vil'jams», 2002. – 928 p. 7. Tvis B. Upravlenie nauchno-tehnicheskimi

novovvedenijami – avt. predisl. i nauch. red. K. F. Puzinja; sokr. per. s angl. – Moscow: Jekonomika, 1989. – 271 p. 8. Fathutdinov R. A. Innovacionnyj menedzhment: [uchebnik dlja vuzov]. – Moscow: ZAO «Biznes-shkola «Intel-Sintez», 1998. – 600 p. 9. Kovalev G. D. Osnovy innovacionnogo menedzhmenta: [uchebnik dlja vuzov]. – Moscow: JuNITI-DANA, 1999. – 208 p. 10. Vodachek L. Strategija upravlenija innovacijami na predprijatii: [monografija]– avt. predisl. Rapoport V. P.; sokr. per. so slovac. – Moscow: Jekonomika, 1989. – 167 p. 11. Jakovec Ju. V. Uskorenje nauchno-tehnicheskogo progressa: teorija i jekonomicheskij mehanizm. – Moscow: Jekonomika, 1988. – 335 p. 12. Prigozhin A. I. Novovvedenija: stimuly i prepjatstvija (Social'nye problemy innovatiki).– Moscow: Politizdat, 1989. – 271 p. 13. Lapin N. V. Social'nye aspekty upravlenija novovvedenijami – V sb.: problemy upravlencheskih novovvedenij i hozjajstvennogo jeksperimentirovanija. – Tallinn, 1981. – 231 p. 14. Huchek M. Social'no-jekonomicheskoe sodержanie innovacii na predprijatii – Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija jekonomika. – 1995. – No 1. – P. 62–71. 15. Druker P. Jak zabezpečiti uspih u biznesi: novatorstvo i pidpriemnictvo – per. z angl. V. S. Gulja. – Kyev: Ukraїna, 1994. – 319 p. 16. Tacuno Sh. Strategija – tehnopolisy – obshh. red. i vstup. st. V. I. Danilova-Danil'jana; per. s angl. – Moscow: Progress, 1989. – 344 p. 17. Morozov Ju. P. Naukoemkie tehnologii i tehnoparki – vysshij jetap reformirovanija jekonomiki gosudarstva i regionov – Pidpriemnictvo, gospodarstvo i pravo. – 2001. – No 11. – P. 105-106. 18. Pokropivnyj S. Innovacionnyj menedzhment v rynochnoj sisteme hozjajstvovanija – Ekonomika Ukraїni. – 1995. – No 2. – P. 24–31. 19. Ratanin P. I. Innovacionnoe predprinimatel'stvo v perehodnyj period Rossii k rynku. – Moscow: Izvestija, 1993. – 174 p. 20. Jekonomika predprijatija: [uchebnik dlja vuzov] – [Avrashkov L. Ja., Adamchuk V. V., Antonova O. V. i dr. ]; pod red. prof. V. Ja. Gorfinkelja, prof. V.A. Shvandara. – [2-e izd., pererab. i dop.]. – Moscow: Banki i birzhi, JuNITI, 1998. – 742 p. 21. Dacij O. I. Rozvitok innovacijnoi dijal'nosti v agropromislovomu virobnictvi Ukraїni: [monografija] j. – Kyev: NNC IAE, 2004. – 428 p.

Надійшла (received) 22.09.2014

УДК 351.862.4:659.1

**В. О. ШВЕДУН**, канд. екон. наук, ст. наук. співр., Національний університет цивільного захисту України, Харків

## **ІННОВАЦІЙНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ НОРМАТИВНО-ПРАВОВИХ ЗАСАД ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УКРАЇНІ**

В роботі проаналізовано провідні нормативно-правові засади, що регламентують державного державне управління сферою рекламних відносин в Україні. Здійснено оцінку інноваційних процесів стосовно розвитку законодавчої бази державного регулювання рекламною діяльністю в Україні. В якості альтернативного підходу до подальшого вдосконалення нормативно-правових засад державного управління рекламною діяльністю в Україні слід вважати подальший розвиток механізму реалізації рекламного законодавства, що базується на розробці організаційного забезпечення державного управління недотриманнями рекламного законодавства.

**Ключові слова:** інновації, нормативно-правові засади, державне регулювання, рекламна діяльність.

**Постановка проблеми.** Сучасна нормативно-правова база України щодо державного регулювання рекламної діяльності є складною та розгалуженою. Крім того, деякі нормативно-правові акти держави мають суттєві суперечності. Також присутня систематична трансформація нормативно-правової бази державного регулювання рекламної діяльності. Переважна частина нормативно-правових актів держави спрямована на регулювання визначених аспектів рекламної діяльності, що підпадають під сферу впливу норм окремих державних документів, що, в свою чергу, спричиняє відсутність комплексного довершеного механізму нормативно-правового регулювання державною сфери