

*Є.В. Алімпієв*

*доктор економічних наук, доцент,  
професор кафедри економічної теорії  
Університет економіки та права «КРОК»*

*Я.К. Павлюченко*

*студентка магістратури факультету  
економіки та підприємництва,  
кафедра маркетингу та поведінкової економіки,  
Університет економіки та права «КРОК»*

### **Державне регулювання рекламної технології продакт-плейсмент на українському ринку**

У роботі досліджено основні аспекти сучасного виду реклами – продакт-плейсмент. Визначено та проаналізовано доцільність використання продакт-плейсмент як методу просування продукції, переваги та недоліки цього маркетингового інструменту. З'ясовано, що надвисока ефективність продакт-плейсмент як різновиду прихованої реклами забезпечується шляхом зловживання, пов'язаного з утиском прав споживачів медіа-контенту та власників торгових марок, сприяння розвитку тіньового рекламного ринку та порушення Закону України «Про рекламу». Запропоновано заходи державного регулювання з недопущення зловживань і способи державного контролю за використанням продакт-плейсмент реклами.

**Ключові слова:** продакт-плейсмент, прихована реклама, державне регулювання, конкуренція, права споживачів медіа-контенту, «джинса», авторські права.

***Е.В. Алимпиев***

*доктор экономических наук, доцент,  
професор кафедры экономической теории,  
Университет экономики и права «КРОК»*

***Я.К. Павлюченко***

*студентка магистратуры факультета  
экономики и предпринимательства,  
кафедры маркетинга и поведенческой экономики,  
Университет экономики и права «КРОК»*

## **Государственное регулирование рекламной технологии продакт-плейсмент на украинском рынке**

В работе исследованы основные аспекты современного вида рекламы – продакт-плейсмент. Определена и проанализирована целесообразность использования продакт-плейсмент как метода продвижения продукции, преимущества и недостатки использования этого маркетингового инструмента. Выяснено, что сверхвысокая эффективность продакт-плейсмент как разновидности скрытой рекламы обеспечивается через злоупотребления, связанные с ущемлением прав потребителей медиа-контента и владельцев торговых марок, содействие развитию теневого рекламного рынка и нарушение Закона Украины «О рекламе». Предложены меры государственного регулирования по недопущению злоупотреблений и способы государственного контроля над использованием продакт-плейсмент рекламы.

**Ключевые слова:** продакт-плейсмент, скрытая реклама, государственное регулирование, конкуренция, права потребителей медиа-контента, «джинса», авторские права.

***Yevheniy V. Alimpiyev***

*Doctor of Economic Sciences, Associate*

*Professor of Economic Theory*

*“KROK” University*

***Yana K. Pavlyuchenko***

*Master Degree Student of the Faculty*

*of Economics and Business,*

*Department of Marketing and Behavioral Economics,*

*“KROK” University*

## **State Regulation of Advertising Technology of Product Placement on the Ukrainian market**

The research examines basic aspects of the modern form of advertising - product placement. Reasonability of product placement as a method of product promotion is identified and analyzed. The paper presents the advantages of using of this marketing tool and investigates its shortcomings. It was found that the ultra-high efficiency of product placement as a kind of hidden advertising is provided by the abuse, connected with infringement of the rights of media content consumers and brand owners, promoting the development of the shadow advertising market and the violations of the Law “On Advertising”. The measures regarding state regulation to prevent abuse and provide methods for monitoring the use of product placement advertising are offered.

**Keywords:** product placement, hidden advertising, government regulation, competition, rights of media content consumers, «jeans», copyright.