

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

*Е.В. Алимпов, д.э.н., профессор кафедры экономической теории,  
Университет экономики и права «КРОК»  
evgenii.alimpiev@krok.edu.ua*

*Я.К. Павлюченко, студентка магистратуры факультета  
экономики и предпринимательства,  
кафедры маркетинга и поведенческой экономики,  
Университет экономики и права «КРОК»  
pavlyuchenko.yana1@gmail.com*

**Методология исследования.** С помощью системного подхода исследованы основные аспекты рекламного приема продукт-плейсмент. Оценено фактическое состояние современной рекламной технологии продакт-плейсмент на рынке рекламы в Украине.

**Результаты.** Проанализированы становление и современный уровень востребованности продакт-плейсмент как метода продвижения продукции. Оценены преимущества использования этого маркетингового инструмента и исследованы его недостатки. Обоснованы инструменты государственного ограничения отрицательных проявлений продакт-плейсмент.

**Новизна.** Раскрыты объективные предпосылки формирования продакт-плейсмент на рынке Украины. Предложены методологические подходы к анализу обеспечения и реализации рекламной деятельности в Украине. Осуществлена классификация тенденций становления и развития метода продакт-плейсмент, определяющих структурные изменения в рекламном рынке, которые отражаются в государственной экономической политике. Предложены направления активного регулирования со стороны государства применения рекламы типа продакт-плейсмент как наиболее распространенного вида скрытой рекламы.

**Практическая значимость.** На основании усовершенствованной методологии исследования объективных характеристик, особенностей применения определены необходимые меры государственного регулирования распространенной технологии рекламы – продакт-плейсмент.