

## Технології product placement у сучасному маркетингу

*Єлизавета Беконіна*

*здобувачка освітньої програми «Маркетинг»,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: Bekoninain@krok.edu.ua*

*Ганна Пазєєва*

*к. е. н., доцент,  
заступник завідувача кафедри управлінських технологій,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: PazeevaA@krok.edu.ua,  
ORCID: 0000-0002-6557-6890*

Актуальність теми полягає в тому, що Product placement є ефективним способом створення позитивного іміджу бренду, який може викликати емоційну зв'язок зі споживачами та збільшувати лояльність до продукту.

Об'єктом дослідження є діяльність українського та світового product placement.

Предметом дослідження є сучасний product placement та його діяльність на ринку праці.

Метою цієї роботи є аналіз ринку product placement в цілому.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішили наступні завдання:

- охарактеризувати product placement та його ефективність;
- надати характеристику сучасним технологіям product placement;
- надати рекомендації щодо удосконалення технологій product placement.

В процесі дослідження використовували такі наукові методи: спостереження, порівняння, узагальнення, аналізування.

Інформаційна база дослідження складається з наукових статей, монографій та дисертацій вітчизняних та зарубіжних вчених, а саме Ізаар, Девід Воллес, Томас Астрюнг, Девід Гледхілл.

Технології product placement використовуються в різних сферах маркетингу, включаючи кіно, телебачення, відеоігри, музику та спорт, що дає можливість брендам насичувати різні аспекти культурного життя споживачів. Product placement є способом виходу на нові ринки та міжнародні аудиторії, дозволяючи брендам просувати свої продукти у країнах з іншими культурними цінностями та вподобаннями.

Product placement може бути використаний як окрема стратегія маркетингу або в поєднанні з іншими маркетинговими інструментами, такими як реклама, PR та соціальні медіа. Використання технологій product placement дозволяє брендам залучати увагу до своїх продуктів у природному контексті, що може бути більш ефективним, ніж пряма реклама.

Українські бренди все частіше використовують product placement в кіно та телевізійних проектах, що дозволяє їм насичувати культурний контекст України та налаштовувати позитивне сприйняття споживачів. Наприклад, компанія "Інтерфармаком" просувала свої продукти в серіалі "Школа", де їх використання

було вписане в сюжетну лінію.

Технології product placement допомагають українським компаніям виходити на зарубіжні ринки та налагоджувати міжнародне співробітництво. Наприклад, український бренд пива "Чернігівське" входить до складу холдингу Carlsberg Group, який використовує технології product placement в різних країнах світу, включаючи США, де пиво з'явилося у фільмі "Дорога до перемоги".

Product placement може бути ефективним інструментом вирішення соціальних проблем та просування цінностей й українського суспільства. Наприклад, компанія Nestle в Україні запустила проект з product placement у фільмах та серіалах, в яких було завдання просувати культуру споживання здорового харчування та здорового способу життя. Цей проект був спрямований на боротьбу з ожирінням та підвищення рівня свідомості споживачів.

Отже, Product placement - це метод реклами, коли певний продукт, бренд або послуга розміщується у фільмі, телешоу або іншому візуальному контенті з метою підвищення свідомості та визнання бренду. Цей метод реклами є досить ефективним, оскільки може допомогти бренду вступити в інтимний контакт зі споживачами та викликати позитивні емоції, але його використання повинно бути обережним, оскільки надмірна кількість product placement може викликати негативну реакцію аудиторії та спричинити відчуття, що їм намагаються "продати" щось.

**Ключові слова:** Product placement, реклама, продукт, бренд, споживачі, ринок.

### **Список використаних джерел**

1. Українські бренди помітили українське кіно. Скільки коштує product placement у вітчизняних фільмах. URL: <https://forbes.ua/company/yak-vryativati-kompaniyu-orientovanu-na-rinok-yakogo-bilshe-nemaie-keys-odnogo-z-naybilshikh-v-ukraini-virobnikiv-sonyachnikh-paneley-kness-03042023-12655>.
2. ПРОДАКТ ПЛЕЙСМЕНТ В ЕФІРІ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ. URL : [https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4\\_2021/part\\_3/31.pdf](https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4_2021/part_3/31.pdf).
3. Сучасні рекламоносії. URL: <http://www.tele.ru/cinema/survey/skrytaya-reklama-v-kinematografe/>.
4. Продакт-плейсмент : явище, яке кожен розуміє по-своєму. URL: <https://detector.media/rinok/article/45733/2009-05-22-prodakt-pleysment-yavyshche-yake-kozhen-rozumiie-po-svoiemu/>.