

UDC 334

ADVERTISING AND MECHANISMS OF ITS DEVELOPMENT¹Narsou G. Dzhopua²Zaur I. Shalashaa¹Abkhazian State University1 Universitskaya Str., Sukhumi, Republic of Abkhazia.
student²Abkhazian State University

1 Universitskaya Str., Sukhumi, Republic of Abkhazia.

Doctor of economic sciences, Professor

E-mail: shal-57@mail.ru

The article reveals problems of advertisement market development in Republic of Abkhazia, estimates 'Ritsa' Media Agency and 'Neon-AAA' Advertisement Agency activities.

Keywords: advertisement, program, advertisement market, Abkhazia.

На протяжении своей истории *реклама* приобретала различные черты, отражавшие культурные нормы и ценности той или иной эпохи. Она изменила облик средств массовой информации, став неотъемлемой составной частью современных газет, журналов и других носителей информации.

Реклама, с одной стороны, доводит до потребителей разные сведения, необходимые для покупки и использования изделий. С другой, – сочетая свою информационность с убедительностью и внушаемостью, реклама оказывает на человека эмоционально-психическое воздействие. Отсюда – многие считают, что реклама, сама по себе, одновременно и бизнес, и искусство.

Каждый этап, начиная с момента создания продукции и заканчивая ее сбытом, должен сопровождаться *активной программой рекламного воздействия*.

Лишь немногие коммерческие предприятия могут сегодня успешно вести дела без рекламы в том или ином виде. В крупных фирмах, где есть штатные специалисты и обеспечена поддержка рекламного агентства, разные функции легко распределить среди подходящих для их выполнения работников. Многие общенациональные рекламодатели ежегодно тратят миллионы долларов и охотно рискуют огромными суммами ради выведения на рынок новых марочных товаров или услуг. И наоборот, мелкая фирма должна обеспечить извлечение максимальной выгоды из каждого цента, выделенного ею на достижение известности.

С одной стороны, есть немало свидетельств, что люди нуждаются в рекламе, даже ищут ее. А с другой стороны, довольно широко бытует весьма скептическое отношение к рекламе. К сожалению, сегодняшняя наша рекламная практика некоторых товаров и услуг дают немало поводов и для юмора, и для скепсиса.

Конституция Республики Абхазия определяет *право граждан на достоверную информацию*. Реализация этого права стала возможна после принятия закона Республики Абхазия «О рекламе». Закон регулирует отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы на рынке товаров, работ и услуг. При этом следует отметить, что Закон о рекламе не распространяется на политическую рекламу и на объявления физических лиц, в том числе в средствах массовой информации, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Принятый Закон «О рекламе» позволяет на современном этапе управлять рынком различных средств рекламы, определяет особенности рекламы отдельных видов, товаров и услуг, устанавливает права и ответственность рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя.

Основными целями Закона являются защита от недобросовестной конкуренции в области рекламы, предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы, способной ввести потребителей рекламы в заблуждение или нанести вред здоровью граждан, имуществу граждан или юридических лиц, окружающей среде либо вред чести, достоинству или деловой репутации указанных лиц, а также посягающей на общественные интересы, принципы гуманности и морали.

Закон распространяется на иностранных юридических лиц, а также на иностранных граждан и лиц без гражданства – индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных в установленном порядке, производящих, размещающих и распространяющих рекламу на территории Республики Абхазия.

На рекламном рынке Республики Абхазия уже сегодня действуют Медиа Агентство «Рица» и Рекламное Агентство «Неон-ААА».

Основным предметом деятельности этих предприятий является осуществление рекламной и производственно-издательской деятельности.

Каждая рекламная кампания в ЗАО Медиа Агентство «Рица» и «Неон-ААА» включает в себя три основных этапа: подготовительный, кульминационный и заключительный. Основным является подготовительный, так как от него зависят остальные два этапа, а также успех рекламной кампании в целом.

Рекламная кампания в Медиа Агентство «Рица» и «Неон-ААА» – это результат совместных согласованных действий рекламодателя, как заказчика рекламной кампании, рекламного агентства, как создателя, организатора и координатора кампании и средства распространения рекламы, как канала, доводящего рекламное обращение до потребителя.

Одним из направлений расширения сфер деятельности ЗАО Медиа Агентство «Рица» и «Неон-ААА» могло бы стать предоставление дополнительных рекламных услуг в сети Internet. Созданием сайтов с рекламой в сети Internet занимаются практически все рекламные агентства, поэтому необходима разработка принципиально новых для рынка нашей республики продуктов, таких, например, как:

1. *Аудит сайтов* – тщательный анализ следующих параметров: контент, дизайн и эргономика, статистика сайта. Результатом аудита является подробный отчет о текущем состоянии сайта и список рекомендаций по улучшению с указанием сроков стоимости редирайна в рекламном агентстве.

Аудит сайтов проводится по следующим параметрам:

- цели и задачи сайта, критерии оценки эффективности выполнения их (информация заказчика). Оценка эффективности и соответствия бизнес-задачам;
- собственно веб-ресурс: структура и навигация, уровень юзабилити (удобство использования), дизайн, контент, программная часть;
- потенциальная целевая аудитория сайта. Составляется ориентировочный портрет аудитории по результатам исследования источников трафика на сайт;
- анализ статистики посещения сайта; сайты конкурентов и отслеживание ошибок.

2. *Поддержка сайтов и WEB-программ.*

Возможны следующие пакеты поддержки сайтов;

- базовый.
- VIP пакет

3. *Продвижение сайтов.*

Мы постоянно пользуемся поисковыми машинами, чтобы найти необходимую информацию в пространстве Internet. Практика показывает, что абсолютное большинство – 60 % посетителей на сайты приходят именно с помощью поисковиков. Следовательно, данные системы играют решающую роль в процессе продвижения сайта.

Безусловно, *основа популярности сайта* – часто обновляемый, интересный и полезный контент, однако самая качественная и оперативная информация не сделает рейтинга, если на сайт не приводят поисковые системы.

Целесообразность работы над продвижением доказывает первое же обращение. На ваш запрос поисковая система выдает несколько сотен ресурсов, содержащих ключевые слова. Однако одни сайты машина ставит на первые места, а другие – на сотые. Первые выигрывают в конкурентной борьбе за посетителя.

Технология продвижения ресурса на первые строки в результатах поиска специфична: все страницы сайта должны быть оптимизированы под поисковую систему. Существуют определенные – допускаемые – правила создания «дружественных» поисковику страниц. Они лучше индексируются. Некорректная оптимизация запрещена и наказывается удалением из результатов поиска. Если же сайт является основным поставщиком новых клиентов, то подобные нарушения грозят существенными потерями для бизнеса в целом.

Таким образом, *профессиональное продвижение ресурса через поисковые системы* – это серьезная кропотливая работа, которая должна вестись регулярно. В этом случае она даст результат высокого уровня и, в конечном итоге, обеспечит постоянный поток клиентов.

В итоге, можно констатировать, что в современных условиях республики Абхазия, в целях расширения сфер деятельности МА «Рица» и «Неон-ААА» изучив российский опыт компьютеризации аналогичных рекламных агентств, целесообразно предложить руководству МА «Рица» внедрение новых Интернет продуктов, таких как: *Аудит сайтов, поддержка сайтов и WEB-программ, продвижение сайтов.*

Примечания:

1. Модель менеджмента для экономики, основанной на знаниях. Материалы трудов участников 11-й Междунар. науч.-практ. конф. / Под ред. д.э.н., проф. С.А. Орехова. М.: МЭСИ, 2010.

УДК 334

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И МЕХАНИЗМЫ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

¹ Нарсоу Геннадиевич Джопуа

² Заур Иванович Шалашаа

¹ Абхазский государственный университет
Республика Абхазия, г. Сухум, ул. Университетская, 1.
студент

² Абхазский государственный университет
Республика Абхазия, г. Сухум, ул. Университетская, 1.
Доктор экономических наук, профессор
E-mail: shal-57@mail.ru

В статье скрыты вопросы развития рекламного рынка в республики Абхазия. Дана оценка деятельности предприятий Медиа Агентство «Рица» и Рекламное Агентство «Неон-ААА».

Ключевые слова: реклама, программа, рекламный рынок, Абхазия.