

Сегодня мы являемся свидетелями, как отечественный бизнес, пережив все стадии развития, от зачатия до отрочества, входит в зрелый возраст. Это так же очевидно, как и то, что он развивается с оглядкой на Запад. Этот процесс закономерен - за время, прошедшее с момента краха русского купечества, коммерческая наука Европы и Америки сумела уйти далеко вперед.

Однако если западный бизнес развивался размеренно во всех направлениях, то скороспелый бизнес современной России имеет во многих отраслях серьезные пробелы и яркое тому подтверждение - катастрофически низкий уровень отечественной рекламы. То, что **реклама** - двигатель торговли, всякому бизнесмену отчетливо ясно. Но, если российский бизнес в целом сегодня способен составить конкуренцию Западу, то отечественная **рекламная** продукция в большинстве своем не то что не выдерживает никакой критики, но чаще всего становится показателем

несостоятельности рекламных производителей. Вряд ли для кого-то секрет, что больше половины от общей массы **рекламного** продукта вызывает у зрителя отвращение и стойкую неприязнь к рекламным блокам в эфире СМИ. Около семидесяти процентов рекламного продукта на

современном экране не только не соответствует минимальным стандартам, а скорее дискредитируют рекламируемую продукцию.

Для сравнения стоит хотя бы взглянуть на сайты в сети Интернет, посвященные теме качественной **рекламы**, и разница станет очевидна. И, если заказчику простительно дурновкусие и отсутствие навыков в сфере **рекламного бизнеса**, то

производитель отвечает за нее в полной мере. Хотя в стране открывается все больше и больше центров подготовки рекламных служащих, а цены на **рекламные кампании**

стремительно растут, количество плохой, и подчас весьма дорогой **рекламы** не уменьшается.

Студия фото и видео рекламы