

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ "GLOBUS"
ЭКОНОМИКА И ЮРИСПРУДЕНЦИЯ
СБОРНИК НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ**

**XXVI МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ**

**«ЭКОНОМИКА И ЮРИСПРУДЕНЦИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»
(19 ноября 2017г.)**

г. Санкт-Петербург- 2017

© Научный журнал "Globus"

УДК 330
ББК У65

Сборник публикаций научного журнала "Globus" по материалам XXVI международной научно-практической конференции: «Экономика и юриспруденция: теория и практика» г. Санкт-Петербурга: сборник со статьями (уровень стандарта, академический уровень). – С-П. : Научный журнал "Globus", 2017. – 36с.

Тираж – 300 экз.

УДК 330
ББК У65

Издательство не несет ответственности за материалы, опубликованные в сборнике. Все материалы поданы в авторской редакции и отображают персональную позицию участника конференции.

Контактная информация организационного комитета конференции:

Научный журнал "Globus"

Электронная почта: info@globus-science.ru

Официальный сайт: www.globus-science.ru

СОДЕРЖАНИЕ

БУХГАЛТЕРСКИЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ

Коваленко С.Н., Махлис В.А.

КРИТЕРИИ И ПРАВИЛА 2017 ГОДА ПО ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЧАСТИ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТА	4
--	---

ГРАЖДАНСКОЕ ПРАВО И ПРОЦЕСС, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПРАВО, СЕМЕЙНОЕ ПРАВО

Лакота В.В.

ЮРИДИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЯ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ.....	8
---	---

ОЦЕНКА РОЛИ МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

Дутов С.Ю., Шамшина Н.В., Голякова Е.В.

СПОРТИВНАЯ СУБКУЛЬТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГИОНАЛЬНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	14
--	----

УГОЛОВНОЕ ПРАВО, КРИМИНОЛОГИЯ И ПРОЦЕСС

Сафин Н.М., Сафина Л.К., Халметов Т.А.

ЭКСТРЕМИСТСКИЕ ПРОЯВЛЕНИЯ КАК ПРЕДМЕТ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	21
--	----

Гараева Т.Б.

ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕЖИМА ИНЫХ МЕР УГОЛОВНО- ПРОЦЕССУАЛЬНОГО ПРИНУЖДЕНИЯ	23
--	----

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Малышев А.А., Лик А.П., Ардашова К.Р.

НАПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БРЕНДОВ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН.....	30
---	----

БУХГАЛТЕРСКИЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ

КРИТЕРИИ И ПРАВИЛА 2017 ГОДА ПО ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЧАСТИ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТА

Коваленко Светлана Николаевна

*Доцент кафедры учета, анализа и аудита Института экономики
«Белгородский государственный национальный исследовательский универ-
ситет» (НИУ «БелГУ»), г. Белгород, Россия*

Махлис Валентина Александровна

*Студентка 4 курса Института экономики,
«Белгородский государственный национальный исследовательский
университет» (НИУ «БелГУ»), г. Белгород, Россия*

Аудит – это независимая проверка бухгалтерской финансовой отчетности аудируемого лица в цели выражения мнения о достоверности такой отчетности.

Понятие обязательный аудит означает ежегодную аудиторскую проверку бухгалтерской и финансовой отчетности компании с целью выражения мнения о ее достоверности [8, 14]. Данная процедура регламентируется государством и может проводиться только аудиторскими организациями или индивидуальными аудиторами, имеющими соответствующий квалификационный аттестат и являющимися членами саморегулируемых организаций аудиторов (СРО) (часть 2 статьи 1, статьи 3, 4 Федерального закона от 30 декабря 2008 года № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» (далее — 307-ФЗ)).

Государственные корпорации и предприятия, негосударственные пенсионные фонды, компании, в которых доля государственной собственности составляет не менее 25%, кредитные и страховые организации — перечисленные организации подлежат проведению обязательного аудита только аудиторской компанией. Основным нормативным документом, регулирующим проведение обязательного аудита в Российской Федерации, является 307-ФЗ [1].

На аудиторскую деятельность, как и ранее, распространяются федеральные правила (стандарты), утвержденные приказами Минфина и постановлениями Правительства РФ (ФПСАД, ФСАД), документы, одобренные Советом по аудиторской деятельности. Цель обязательного аудита закреплена Федеральным правилом (стандартом) аудиторской деятельности № 1 и заключается в выражении мнения о достоверности финансовой и бухгалтерской отчетности аудируемого лица во всех существенных отношениях и соответствии порядка ведения бухгалтерского учета законодательству РФ [6].

Предприятия, которые подлежат обязательному аудиту определяются в статье 5 307-ФЗ. К ним относятся: акционерные общества; государственные

компании; корпорации и ФГУП, находящиеся в списке распоряжения Правительства РФ от 27 октября 2015 года № 2179-р. [2]; публично-правовые компании и организации, осуществляющие определенный вид деятельности (кредитные организации и бюро кредитных историй; страховые и клиринговые организации; микрофинансовые компании; негосударственные пенсионные и иные фонды; профессиональные участники рынка ценных бумаг и организаторы торговли; а также управляющие компании акционерного инвестиционного фонда и политические партии в индивидуальных случаях). Обязательный аудит проводится в организациях независимо от организационно-правовой формы и сферы деятельности, в том числе в ООО: если ценные бумаги компании допущены к организованным торгам; если стоимость активов компании за предшествующий период составила 60 млн. рублей, а балансовый объем выручки 400 млн. рублей и выше; если организация представляет и (или) раскрывает сводную (консолидированную) бухгалтерскую отчетность. В некоторых случаях обязательный аудит может быть проведен и в отношении предприятий, которые не определены в законе [7, 39]. К ним, в частности, относятся организации, ведущие высокорисковую налоговую политику. Критерии, по которым компания может быть отнесена к высокорисковым, изложены в приказе ФНС России от 30 мая 2007 года № ММ-3-06/333 «Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок». Например, одним из признаков является привлечение к сотрудничеству фирм-однодневок или отсутствие информации о фактическом местоположении компании. Соответствие организации хотя бы нескольким критериям из списка, содержащегося в Концепции, может стать причиной назначения обязательного аудита [3].

Обязательный аудит выполняется в полном соответствии с Международными стандартами аудита (МСА 200) с 1 января 2017 года. Согласно пункту 2 статьи 5 307-ФЗ, обязательная аудиторская проверка проводится ежегодно. Если же аудит охватывает весь объем финансовой отчетности за год и требует большого количества времени, специалисты рекомендуют организовывать проверку поэтапно на протяжении всего года. Более точные данные о ведении отчетности позволяет получить такое распределение объема и при этом практически не приходится отвлекать сотрудников организации от их основной деятельности.

Именно 2017 год ознаменовался введением в РФ Международных стандартов аудита — МСА. Приказом Минфина РФ от 24 октября 2016 года № 192н введено 30 стандартов [4], Приказом Минфина РФ от 9 ноября 2016 года № 207н — еще 18 стандартов [5]. Кроме МСА приняты Международные стандарты проверок, заданий и сопутствующих услуг. Стандарты МСА применяются с 1 января 2017 года, они вступили в силу на территории России со дня их официального опубликования. Однако если договор на проведение аудита был заключен до этой даты, то компания имеет право проводить аудит и составлять аудиторское заключение в соответствии с теми правилами (стандартами), которые применялись до вступления в силу МСА.

Также новшества коснулись формы аудиторского заключения. По всем новым договорам, заключенным с 1 января 2017 года на проведение обязательного аудита, в соответствии с МСА составляется новое, более информативное заключение. Данная форма содержит не только оценку финансовой отчетности организации, но и должна обращать внимание на самые важные моменты в деятельности аудируемой компании, например: что привлекло внимание аудитора, в чем аудитор видит наибольшие риски для бизнеса и так далее. Такое заключение будет содержать информацию, наиболее важную не только для бухгалтерии и руководителей фирмы, но и для всех заинтересованных лиц — акционеров, совета директоров, внешних пользователей, принимающих решения о стратегии развития бизнеса организации. Новые требования МСА также предполагают увеличение объема данных, необходимых для анализа деятельности аудируемого предприятия, и рост публичности результатов аудита.

Существует некоторая вероятность, что в 2018 году будет отменено требование о сохранении аудиторской тайны. На федеральном портале проектов нормативно-правовых актов для публичного обсуждения размещен проект Федерального закона о внесении изменения в статьи 82 и 93/1 части первой Налогового кодекса РФ. Нынешняя его редакция не допускает сбор, хранение и распространение информации о налогоплательщике, полученной от аудиторов и аудиторских организаций. Такие новшества повлекут за собой, по оценкам специалистов, увеличение трудоемкости проведения аудита примерно на 30–40%, так как возрастет количество аудиторских процедур, появится необходимость заполнения новых форм, таблиц и других документов. Увеличат они и стоимость самих услуг по проведению обязательного аудита.

Год от года требования к задачам, функционалу и ценности результатов этого вида деятельности только возрастают. Так, из вышесказанного можно сделать вывод о том, что разработка и применение новых стандартов делает аудиторское заключение более полным прозрачным и информативным. Появится возможность инвесторам и контрагентам компаний принимать более продуманные решения в сфере бизнеса.

Список литературы:

1. Федеральный Закон "Об аудиторской деятельности" от 30.12.2008 №307-ФЗ;
2. Распоряжение Правительства РФ от 27 октября 2015 года № 2179-р.;
3. Приказ ФНС России от 30 мая 2007 года № ММ-3-06/333 «Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок».
4. Приказ Минфина РФ от 24 октября 2016 года № 192н;
5. Приказом Минфина РФ от 9 ноября 2016 года № 207н;
6. Постановление Правительства РФ от 23.09.2002 N 696 (ред. от 22.12.2011) "Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности";

7. Агеева, Ю.Б. Аудиторская проверка: практическое пособие для аудитора и бухгалтера [Текст] / Ю.Б. Агеева, - М.: Бератор-Пресс. - 2009. - 120с.;
8. Шеремет, А.Д., Суйц В.П. Аудит: Учебник [Текст]/ А.Д. Шеремет, В.П. Суйц. - М.: ИНФРА-М. - 2009. - 380с.

ГРАЖДАНСКОЕ ПРАВО И ПРОЦЕСС, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПРАВО, СЕМЕЙНОЕ ПРАВО

ЮРИДИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЯ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Лакота Виктория Викторовна

*Ст-ка 2 курса магистратуры, юридического института РУДН
142150 РФ, г. Москва, ул. Мира, д.57*

Аннотация: Юридическая ответственность - это сложное многоплановое правовое явление, состоящее в применении к лицу (субъекту), совершившему правонарушение, предусмотренных законом мер государственного принуждения в установленном для этого процессуальном порядке. Ответственность в туристской деятельности наступает по определенным в Законе о туристской деятельности основаниям, однако зачастую установить пределы ответственности субъектов туристской деятельностью представляется затруднительным. Это связано с неточностями в Законе, отсутствием определения юридической ответственности вообще в законодательстве, а также с далеко не всегда надлежащим взаимодействием вышеназванных субъектов.

Ключевые слова: туризм, ответственность, правовое регулирование, туроператор, турагент, договор оказания услуг.

Туризм, несомненно, – одна из активно развивающихся отраслей экономики нашей страны, реализующая конституционное право человека на отдых. Однако именно эта отрасль, как показывает практика, нуждается в наиболее эффективном правовом регулировании. До недавнего времени туристская деятельность регулировалась, помимо норм Гражданского кодекса РФ, положениями Закона РФ «О защите прав потребителей» и Законом РФ «Об основах туристской деятельности в РФ» (далее Закон о туризме).

Проблемы гражданско-правового регулирования туристской деятельности в Российской Федерации, с развитием туризма, неоднократно рассматривались многими учеными-цивиристами. Причиной возникновения данных проблем было существенное противоречие норм Закона о туризме основным положениям Гражданского кодекса РФ. Так, например, согласно ГК РФ (ст. 779), должен заключаться договор возмездного оказания туристских услуг, в то же время на основании Закона о туризме отношения между туристом и турфирмой регулировались по договору купли-продажи.

Кроме того, возникало множество спорных моментов в практическом применении положений данного нормативного акта, и не раз ведущие специалисты в сфере туризма справедливо подчеркивали его недоработку и декларативность. Необходимость в более четком и действенном правовом регулировании туристской деятельности стала очевидна в связи с

участившимися фактами неисполнения или ненадлежащего исполнения своих обязательств турфирмами перед туристом, ростом числа судебных исков к туроператорам и турагентам. Принятие существенных поправок от 17.01.2007 г. в Закон о туризме, почти полностью изменяющих характер правоотношений между основными субъектами туристской деятельности (туроператором и турагентом), можно назвать попыткой законодателя упорядочить туристскую деятельность и определить права туристов на качественные туристские услуги введением новых механизмов защиты (банковская гарантия и договор страхования ответственности туроператора). Тем не менее, еще до внесения в Закон о туризме существенных поправок, предполагаемые изменения в нем подвергались критике, прежде всего со стороны основных субъектов туристской деятельности.

Помимо внесения существенных изменений в данный Закон, необходимо отметить также утверждение Правил оказания услуг по реализации туристского продукта, которые ведущие специалисты в сфере туризма называют первым в российском туристском законодательстве нормативным документом, посвященным деятельности розничных продавцов туристского продукта. Нововведения коснулись и путевки формы ТУР-1, применяемой в отношениях между турфирмой и туристом как бланк строгой отчетности. Изменились требования и к оформлению, и к содержанию данного документа. Можно сказать, что за весь период действия Закона о туризме после внесения в него существенных поправок главная его задача состояла в усилении степени защиты прав потребителей, и последние изменения в данный Закон от 1 июля 2011 года № 169-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» не исключение. Казалось, такие совершенствования в правовом регулировании туристской деятельности не могут не отразиться на качестве оказываемых туристу услуг, а также на оперативности и, главное, эффективности решения проблем и конфликтов между туристом и турфирмой. И можно было бы полагать, что все противоречия, существовавшие до этого в законодательстве о туристской деятельности, теперь устранены: туроператор отвечает за все услуги, оказываемые туристу третьими лицами, страхует свою ответственность в случае неисполнения обязательства, и страховая компания возмещает туристу убытки. Тем не менее, практика применения Закона о туризме снова выявила многочисленные недостатки, прежде всего, в институте финансовых гарантий, противоречия между положениями в самом Законе о туризме, а также несоответствие положений Закона о туризме нормам Гражданского кодекса РФ.

Российским законодательством предусмотрены различные виды юридической ответственности за нарушение правовых норм при оказании услуг в туристской деятельности. Наиболее распространенной является гражданско-правовая ответственность, так как «в целях обеспечения реализации конституционного права на отдых граждан, находящихся в правовом поло-

жении потребителей туристских услуг, а также предотвращения иных гражданских правонарушений и устранения их последствий законодательство устанавливает гражданско-правовую ответственность за нарушение обязательств в виде определенных санкций»¹.

При установлении гражданско-правовой ответственности исполнителя в обязательствах по оказанию туристских услуг Федеральный закон «Об основах туристской деятельности» (далее – Закон о туристской деятельности) реализует один из гражданско-правовых принципов, предполагающих ответственность основного должника за действия третьих лиц, на которых было возложено исполнение основного обязательства, кроме случаев, когда законом не установлено, что ответственность несет являющееся непосредственным исполнителем третье лицо. Подобный подход к регулированию отношений в сфере туризма объясняется в первую очередь необходимостью дополнительной защиты прав физических лиц, оказавшихся в условиях, в которых, в силу ряда причин, они не могут обеспечить себе надлежащую правовую защиту. Туроператор отвечает перед туристами или иными заказчиками за действия (бездействия) третьих лиц, если федеральными законами и иными нормативными правовыми актами РФ не установлено, что ответственность перед туристами несет третье лицо.

Правовая проблема действующего механизма гражданско-правовой ответственности исполнителя в обязательствах по оказанию туристских услуг проявляется в определении надлежащего субъекта (турагента или туроператора), обязанного нести гражданско-правовую ответственность перед туристом. Еще С.Н. Братусь обращал внимание на неурегулированность ответственности туристских организаций перед гражданами².

До принятия Федерального закона от 5 февраля 2007 года № 12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности» законодательство не проводило принципиальных различий в ответственности турагента или туроператора за неисполнение или ненадлежащее исполнение услуг по договору с туристом; турист был вправе предъявить претензии туроператору или турагенту и требовать исполнения всех услуг и от туроператора, и от турагента независимо от того, кем эти услуги оказываются.

После принятия названного нормативного акта основным субъектом, занимающим главную позицию в сфере предоставления туристского продукта, теперь становится туроператор. Согласно ст. 9 Закона о туристской деятельности туроператор несет предусмотренную законодательством Российской Федерации ответственность перед туристом и (или) иным заказчиком за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта (в том числе за неоказание или ненадлежащее оказание туристам услуг, входящих в туристский продукт,

¹ Ермакова Е.П., Мендоса-Молина С.В., Русакова Е.П. Актуальные проблемы гражданского процесса 2017.. Учебное пособие. М., РУДН, 2017. С. 81.

² Братусь С.Н. Юридическая ответственность и законность. М., 1976. С. 200.

независимо от того, кем должны были оказываться или оказывались эти услуги).

Между тем анализ положений абз. 11 и 13 Закона о туристской деятельности свидетельствует, что в договоре, заключаемом между туроператором и турагентом, устанавливается ответственность каждого из них перед туристом и (или) иным заказчиком за непредоставление или предоставление недостоверной информации о туристском продукте, за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта, следовательно, претензии туристов или иных заказчиков по договору о реализации туристского продукта могут предъявляться туроператору и турагенту. По изложенному Роспотребнадзор в оценке совокупности приведенных норм делает вывод, что положения ст. 9 Закона об основах туристской деятельности не исключают ответственности турагентов³.

Таким образом, Закон о туристской деятельности не устанавливает конкретную правовую модель распределения гражданско-правовой ответственности профессиональных участников туристического рынка в случае нарушения обязательств перед туристом и причинения ему убытков; законодательство допускает туроператору и турагенту в договоре между ними самостоятельно разграничить ответственность перед потребителем (туристом). Следовательно, от вида заключаемого договора будет зависеть, кто – турагент или туроператор – должен нести ответственность перед туристом⁴.

В соответствии с положениями ст. 9 Закона о туристской деятельности продвижение и реализация туристского продукта турагентом осуществляются на основании договора, заключаемого между туроператором и турагентом: турагент осуществляет продвижение и реализацию туристского продукта от имени и по поручению туроператора, а в случаях, предусмотренных договором, заключаемым между туроператором и турагентом, – от своего имени. Аналогичная норма, содержащаяся в Правилах оказания услуг по реализации туристского продукта (далее Правила), предусматривает, что исполнителем услуг по реализации туристского продукта может выступать турагент, действующий на основании договора со сформировавшим туристский продукт туроператором и заключающий с потребителем договор о реализации туристского продукта от своего имени, но по поручению и за счет туроператора (п. 2).

Анализируя описанную конструкцию, мы соглашаемся с С.Ю. Сапрыкиным, считающим, что туроператорам и турагентам фактически оставляют только один вариант сотрудничества посредством заключения агентского

³ Письмо Роспотребнадзора от 31.08.2007 № 0100/8935-07-23 «Об особенностях правоприменительной практики, связанной с обеспечением защиты прав потребителей в сфере туристического обслуживания». URL: <http://29.rosпотребнадзор.ru/documents/ros/letters/1248/print/> (дата обращения: 29.10.2017).

⁴ Лебедев В.М., Чененнов Ю.А. Правовое регулирование туристской деятельности в Российской Федерации. Екатеринбург. 2000. С. 54.

договора (гл. 52 ГК РФ), который давно активно используется при установлении правоотношений участниками туристского рынка, и считаем, что данный вид договора ближе к сути правоотношений, возникающих между туроператором и турагентом⁵.

Наибольшая востребованность агентских договоров в отношениях между туроператорами и турагентами объясняется тем, что договоры комиссии и поручения не исходят из цели развития длительных отношений, в то время как туроператоры и турагенты, являясь профессиональными игроками на рынке оказания туристских услуг преследуют цель оформления стабильных, постоянных в средне- и долгосрочной перспективе отношений.

ГК РФ в главе 52 «Агентирование» дает понятие агентских отношений, согласно которым агент может действовать от своего имени в сделках с конечным потребителем или от имени принципала (туроператора), в зависимости от объема полномочий, данных ему туроператором⁶.

Таким образом, основным отличием турагентов от операторов в туристической сфере является возможный статус поставщика услуг. Если туроператорами могут выступать только юридические лица, то агентом может быть и ИП. Резиденты предоставляют свои услуги в рамках заключенного договора. При этом большая часть их путевок приобретается у операторов ввиду низкого уровня обеспеченности финансами. Неисполнение туроператором обязательств исходит из того, что договор турагента как фирмы не является непосредственным исполнителем договора с туроператором. Контракт, который подписывается клиентом, содержит данные об участниках сделки, стоимость обслуживания, другие условия.

Согласно действующей практике, привлечение к ответственности турагента труднодостижимо. Происходит это по причине того, что резидент фактически отвечает за предоставление информации, которая входит в единый пакет услуг. Качество и срочность не входят в его зону ответственности.

Список литературы

1. Письмо Роспотребнадзора от 31.08.2007 № 0100/8935-07-23 «Об особенностях правоприменительной практики, связанной с обеспечением защиты прав потребителей в сфере туристического обслуживания». URL: <http://29.rospotrebnadzor.ru/documents/ros/letters/1248/print/>(дата обращения: 29.10.2017).

2. Авдеев В.В. Туристические услуги: туристическая деятельность через посреднический договор [Электронный ресурс] // СПС "Консультант-Плюс".

3. Братусь С.Н. Юридическая ответственность и законность. М., 1976.

⁵ Сапрыкин С.Ю. Комментарий к поправкам к Закону об основах туристской деятельности. М., 2017. С. 191.

⁶ Ермакова Е.П. К вопросу о понятии форм и способов разрешения споров в разносимтемных правоотношениях // Пробелы в российском законодательстве - М., 2016, № 6, с. 55-58.

4. Ермакова Е.П., Мендоса-Молина С.В., Русакова Е.П. Актуальные проблемы гражданского процесса 2017.. Учебное пособие. М., РУДН, 2017.
5. Ермакова Е.П. К вопросу о понятии форм и способов разрешения споров в разносимтемных правопорядках// Пробелы в российском законодательстве - М., 2016, № 6.
6. Лебедев В.М.. Чененнов Ю.А. Правовое регулирование туристской деятельности в Российской Федерации. Екатеринбург. 2000.
7. Сапрыкин С.Ю. Комментарий к поправкам к Закону об основах туристской деятельности. М., 2017.

ОЦЕНКА РОЛИ МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

СПОРТИВНАЯ СУБКУЛЬТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГИОНАЛЬНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Дутов Сергей Юрьевич

*кандидат педагогических наук, доцент, Тамбовский государственный
технический университет, Тамбов*

Шамшина Наталия Владимировна

*старший преподаватель, Тамбовский государственный технический
университет, Тамбов*

Голякова Елена Владимировна

*старший преподаватель, Тамбовский государственный технический
университет, Тамбов*

В общественной жизни провинциального Тамбова, как и любого другого российского города, можно выделить разнообразие современных субкультур, в их числе:

- музыкальные фанаты;
- приверженцы граффити-искусства;
- защитники окружающей среды;
- любители компьютерных технологий;
- спортивные фанаты и др.

Будучи теми или иными неформалами, молодые люди демонстрируют свою яркость и индивидуальность, в некотором роде бросают «вызов» повседневным будням, противопоставляя их выразительным и неординарным увлечениям. Иными словами, субкультура - это система ценностей и установок присущая небольшой социальной общности. Другое дело, культура, как массовое явление, характерное для большей части общества.

В лихие 90-ые, идущими в ногу со временем считались молодые люди с сигаретой в одной руке и баночкой пива в другой. В настоящее время, по утверждению заведующего Центром здоровья областной клинической больницы имени В.Бабенко Ю.Говшы, приоритеты у тамбовчан значительно изменились: молодые люди все чаще дают «отбой» - вредным привычкам, тяготеют к здоровому питанию и становятся приверженцами спортивного образа жизни. Большая часть прогрессивно мыслящего поколения устремляется в бассейны, спортзалы и фитнес-центры. Есть и другие ребята, предпочитающие спорт улиц. У них – свой особый образ жизни, свои правила и формы времяпрепровождения. Раскрывая личный потенциал, молодые люди объединяются в группы единомышленников с присущими только ей чертами: реализацией жизненных установок и социально-

спортивных ценностей, коллективным сознанием и ответственностью друг перед другом.

К сожалению, печально выглядят официальные данные Росстата, по которым в последние 15 лет население Тамбовской области стремительно сокращается и стареет. Тем не менее, несмотря на грустные данные статистики, ежегодно с наступлением весны, на улицах крупных городов региона (Тамбов, Мичуринск, Моршанск, Рассказово) можно наблюдать радующую глаз картину - местную молодежь на уличных турниках, скейтах и роликах, трюковых велосипедах и самокатах. Время инфантильных и слабых духом молодых людей остается в прошлом, в моде сегодня – уличный спорт, экстремальные физические нагрузки и туристическая сноровка. Благо, спортивная инфраструктура областного центра с годами демонстрирует положительную тенденцию развития, как следствие – увеличение молодых энтузиастов-последователей и формирование особой спортивной субкультуры тамбовской молодежи.

К одной из укрупненных форм субкультуры можно отнести – уличный спорт. Одним из бесспорных преимуществ уличных видов спорта является отсутствие временной и финансовой «привязки»: в отличие от спортивных залов, посещение которых регламентируется временными рамками и обходится в определенную сумму денег, занятия спортом на уличных площадках бесплатны и не лимитированы по времени. Для поддержания хорошей физической формы достаточно одного желания. Именно по причине дороговизны фитнес-центров в свое время в американских бедных кварталах появилась новая культура - street workout (далее - Стрит воркаут). Тогда главными «помощниками» в деле воспитания силы духа у молодых людей стали заборы, турники и другие уличные конструкции.

Поддержать энергию молодежи и направить её в нужное русло – такую задачу в последнее десятилетие ставят перед собой российские федеральные и региональные власти. В 21 веке на местах стали активно строиться уличные спортивные площадки. В поддержку благородного начинания в декабре 2015 года была организована Международная премия "За вклад в развитие уличных видов спорта". Первым из награжденных, активно пропагандирующих здоровый образ жизни, стал Президент РФ Владимир Путин. Представителей Тамбовской области в числе 25 лауреатов тогда не оказалось. Впрочем, в 2016 году в регионе наметился значительный прогресс в деле развития уличного спорта. В рамках масштабного проекта «Наш Двор», инициированным главой администрации Тамбовской области Александром Никитиным, с августа в областном центре стали заметно преобразовываться дворовые территории. Установленные новые игровые комплексы и сооружения для занятий спортом рассчитаны на детей и подростков. Площадки отвечают современным стандартам: все элементы надёжно закреплены, на стыках – специальные защитные устройства, гарантирующие безопасность. На оборудование 60 тамбовских дворов, по данным пресс-службы админи-

страции Тамбова, выделено свыше 300 млн рублей из федерального бюджета, еще 76 миллионов рублей – из региональной казны. Дополнительно 45 миллионов добавили по программе «Народная инициатива». Положительное общественное восприятие реализации проектов не испортил даже политический подтекст (кампания по установке спортивно-игровых площадок стартовала накануне выборов в депутаты Государственной и областной Дум): тамбовские представители ЗОЖ высоко оценили приоритеты этого года (напомним, в 2015 году акценты были расставлены на решение аграрных вопросов импортозамещения). Буквально на следующий день один из установленных комплексов (на Володарского,8) стал местом тренировки юных тамбовчан-приверженцев стрит воркаута - вида спорта, связанного с выполнением упражнений на турниках, брусьях и шведских стенках. Для этого, как известно, подходит любая спортплощадка под открытым небом.

В Советском Союзе такой спортивной дисциплины, как workout, не было, тем не менее, были ребята, которые проводили свое свободное время на турниках и брусьях. Упражнения на турнике даже входили в комплекс нормативов ГТО. Воркаут как самостоятельная дисциплина получил развитие уже в 2000 годах, что было связано с распространением популярности видео-хостингов: любители уличного фитнеса на дворовых снарядах стали активно выкладывать в сеть Интернет видеоролики со своими успехами, вовлекая в ряды своих последователей все большее количество новичков.

Сотни подростков сегодня занимаются на тамбовских пришкольных стадионах и в дворовых территориях своих многоквартирных домов. Уличные спортсмены с легкостью подтягиваются, крутят обороты на 360 градусов, исполняют зрелищные элементы из смеси спортивной гимнастики, акробатики и силовых упражнений. Только на турнике – более 60 упражнений. Тренируемые ребята привлекают внимание прохожих. Не удивительно, что последователей многочисленной «армии турникменов» с каждым годом становится все больше. Показательные личные примеры, как стимул к развитию, и шаговая доступность при этом играют немаловажную роль в популяризации такого выносливого дворового фитнеса. По утверждениям турникменов, упражнения на брусьях выполняются отнюдь не ради рекордов и поражения чьего-то воображения. В первую очередь, ребята просто доказывают себе огромный потенциал своего организма с очевидной пользой для собственного здоровья. Не ограниченные рутинным выполнением спортивных комбинаций в определенной последовательности, они импровизируют, всякий раз придавая тренировкам творческий замысел и подход. Употреблять алкоголь и иметь другие вредные привычки в этом случае откровенно противоречит внутреннему «уставу» приверженца здорового образа жизни. Оттачивая спортивное мастерство, ребята закаляют характер, становятся более целеустремленными и уверенными в себе. В числе прочих «бонусов» - хороший мышечный тонус, здоровый сон и отличное настроение.

Один из тренеров-активистов тамбовского движения стрит-воркаута - руководитель спортивного клуба «Феникс» Валерий Подоляко. На протяжении последних лет он неоднократно инициировал перед городскими властями вопрос о создании профессиональной базы для турнирменов: четырех гимнастических городков в разных районах областного центра. В 2012 году его проект стал участником III Всероссийского конкурса по здоровому образу жизни «Здоровая Россия», который проводит Министерство здравоохранения Российской Федерации. Не может не радовать появление подобных «спортивных деятелей» и в других российских городах. К примеру, в Нижнем Новгороде среди молодежи хорошо известен Владимир Зубрилин. Бывший цирковой артист и по выходу на пенсию поддерживает себя в спортивной форме, каждый день занимаясь на площадке с турниками. Когда городские власти решили снести спортивное оборудование, а участок сдать в аренду, мужчина сумел отстоять у руководства парка пустой клочок земли и в одиночку на свою пенсию построил там спортивный городок: сварил спортснаряды из найденного поблизости металлолома. Теперь в «фитнес-зале» под открытым небом есть турники, кольца, канаты и тренажеры. Ежедневно под руководством дяди Вовы (так зовут его на площадке) совершенно бесплатно занимается спортом до 200 человек.

Одно из лидирующих мест по динамике роста популярности в Тамбове занимает скейтбординг, если говорить просто, катание на скейтборде - роликовой доске, состоящей из толстой фанеры, которая установлена на колёса небольшого диаметра (ролики). Первые скейты появились в середине 20 века: их авторами стали калифорнийскими сёрферы, которым стало мало катания на волнах – они решили перенести свое увлечение на «твердую почву». Первые профессиональные команды скейтеров за рубежом заявили о себе спустя пару десятилетий, а в СССР скейт стал популярен после выхода фильма «Достигая невозможного».

Излюбленные места встречи тамбовских скейтбордистов – площадки со множеством скамеек, бордюров, перил, степенек, клумб и прочих всевозможных уличных препятствий: близ ЛДС «Кристалл» и памятника Зои Космодемьянской, тамбовская Набережная и Парк Победы, площадь им.Ленина и автогородок у памятника В.Вернадскому. Выполняя непредсказуемые трюки, подростки поражают очевидцев запредельным уровнем и фантазией городского катания. Вместе с тем, многие тамбовчане задаются вопросом безопасности данного вида спорта для окружающих, так и для самих спортсменов. Дабы обезопасить тамбовских пешеходов и вывести скейтбординг на новый уровень, спортивные функционеры области вплотную занялись вопросом строительства первого специализированного скейт-парка. В 2015 году он был презентован в парке «Дружба». На небольшой площадке разместились рампы, трамплины и парапеты. Теперь тамбовским любителям этого экстремального вида спорта есть где отрабатывать поразительные элементы скейтбординга.

Стоит отметить, что региональная общественная спортивная организация «Федерация скейтбординга Тамбовской области» была официально зарегистрирована в регионе в 2011-ом году, еще за 4 года до открытия первого городского скейт-парка. Цель создания и деятельности Федерации - пропаганда и популяризация скейтбординга в Тамбовской области, укрепления позиций спортсменов, занимающихся данным видом спорта, повышения роли физической культуры и спорта во всестороннем и гармоничном развитии личности, пропаганда здорового образа жизни. Основная «аудитория» Федерация – ребята от 15 до 22 лет. О своем увлечении скейтбордисты заявляют единогласно: «Скейт - это не просто средство передвижения по городу, это - образ жизни, определенная субкультура». Ребята встречаются не только на тренировках и состязаниях, но и объединяются в группы по интересам в соцсетях, где обсуждают актуальные вопросы, к примеру, в части приобретения специализированной обуви и одежды, а также непосредственно самих досок-скейтбордов. Если лет пять назад скейтеры закупились в профильных магазинах Москвы, реже в Европе, то сейчас появилась возможность для профессионального «обмундирования» непосредственно в Тамбове.

«Заниматься скейтбордом небезопасно, - констатируют местные энтузиасты. – Порой случаются травмы, уберечь себя от которых практически невозможно. Разве что поставить скейтборд в угол и напрочь забыть о нем». Многие из тамбовских экстрималов не раз обращались за квалифицированной помощью к врачам местных травмпунктов; говорят, что люди в белых халатах уже узнают их... по характеру травм: синяки, ушибы, гематомы, иногда рваные раны. Часто страдает позвоночник - сказываются колоссальные нагрузки на спину при катании и прыжках. При этом об увлечении своем тамбовские подростки говорят только с энтузиазмом.

С недавних пор скейтеры обрели свой официальный праздник: 21 июня отмечается Международный день скейтбординга. Эта дата уже стала традиционным поводом для встречи местных скейтбордистов: молодые парни и девушки состязаются в выполнении программных трюков на доске, среди которых выбирается автор самых сильных и лучших маневров на скейтборде.

Плечом к плечу с тамбовскими скейтбордистами соседствуют райдеры – велосипедисты, управляющие особыми маневренными двухколесными конструкциями. В Тамбове мини-велосипеды с изрядно побитыми в ходе тренировок рамами с 20-ти дюймовыми колесами без переключателя скоростей и тормозов, уже успели завоевать популярность среди местных спортсменов-экстрималов. Тамбовские райдеры все чаще «базируются» в том же скейт-парке, что и тамбовские скейтбордисты. Нередко демонстрируют свою трюковую удаль, используя архитектуру городских улиц, играючи выполняя самые сложные технические элементы, перепрыгивая через всевозможные препятствия, скользя по ступеням и перилам.

Сегодня в городских условиях ВМХ выделился в отдельный спорт, пользующийся спросом у тамбовских единомышленников. Наблюдая за ними, можно выделить не только единый стиль спортивного поведения и определенную стилизацию экипировки. Иные из них используют защиту при выполнении зрелищных трюков на лестницах и перилах, скамейках и бордюрах, пригодных для прыжков или скольжения. Молодежная спортивная субкультура налицо: экстремально, стильно и модно.

Периодически райдеры сходятся на контестах – специальных состязаниях единомышленников из Липецка, Рязани, Пензы, Воронежа и других городов Центрального Федерального округа и нередко оказываются в призерах, что свидетельствует о высоком уровне подготовки тамбовских спортсменов. По мнению тамбовских спортивных функционеров, в продвинутом ныне направлении велоспорта от молодых людей требуется смелость и решительность – то, что необходимо молодежи в повседневной жизни.

Такие же качества – сила, ловкость, отвага и бесстрашие – ассоциируются с паркурщиками. Паркур – это молодёжный уличный вид спорта, рассчитанный на эффективное преодоление препятствий в городской среде, требующий точности расчёта, координации движений и изрядной изобретательности. В Центральном Черноземье первые трейсеры заявили о себе более десяти лет назад. Люди непосвященные в хитрости подобной субкультуры окрестили прыгающих молодых людей в широких штанах акробатами, сами же паркурщики говорят несколько иначе: «Мы не спортсмены, а люди, преодолевающие препятствия, где тренировочной площадкой являются улицы города». Последние годы тамбовские трейсеры живут в ожидании строительства паркур-парка, городским властям активисты представили на рассмотрение свой проект, однако спортивные функционеры пока ограничились скейт-парком. Тем временем, даже при отсутствии специальной площадки, трюки отдельных тамбовчан-экстрималов становятся все сложнее. Вносятся разнообразие в спортивные направления: билдренг (лазание по зданиям), хэнд-стенд (трюки на руках), направление флоу, больше связанное с танцами. Сложные трюки спортсмены оттачивают годами, регулярно повторяя сложные элементы. Иногда для закрепления технических ноу-хау и психологического преодоления собственного страха тамбовчане участвуют в мастер-классах под руководством опытных наставников из Москвы и Санкт-Петербурга.

Уличный спорт в Тамбове активно поддерживают депутаты тамбовской городской Думы. На протяжении последних трех лет в областном центре проводится фестиваль «Спорт улиц», объединивший неформальные виды спорта – армрестлин, паркур и воркаут. В отличие от «Ударного шоу» (демонстрация боевых искусств) инициатором которого является в прошлом председатель Тамбовской городской Думы, ныне сенатор в Совете Федерации от Тамбовской области Алексей Кондратьев, зрителей и участников на Фестивале неформальных видов спорта не так много, однако задел

имеется, и это является большим подспорьем для развития уличных видов спорта на Тамбовщине.

Список литературы

1. Иванов В.А. К вопросу об управлении спортивными субкультурами экстремальной направленности в тюменской области //Спорт: экономика, право, управление. 2016. № 4. С. 16-18.

2. Лавриненко А. Спортсмены-экстремалы обживают скейтпарк [Электронный ресурс] //URL: http://www.vestitambov.ru/index.php/content/content/index.php?new_id=44990 (дата обращения 16.11.2017)

3. Лавриненко А. Чемпионат области по скейтбордингу [Электронный ресурс] //URL:http://www.vestitambov.ru/index.php/jw/content/banners/content/index.php?new_id=42133 (дата обращения 16.11.2017)

4. Синельникова Е. Мастер-класс по паркуру //URL: http://www.vestitambov.ru/?new_id=18916 (дата обращения 16.11.2017)

5. Эктов Д. «Нет границ, есть лишь препятствия»: паркур как образ жизни [Электронный ресурс] //URL: <http://vtambove.ru/news/sport/113977/> (дата обращения 15.11.2017)

6. Рудевич А. 5 главных трендов уличного спорта //URL: <http://russian7.ru/post/5-glavnykh-trendov-ulichnogo-sporta/> (дата обращения 15.11.2017)

УГОЛОВНОЕ ПРАВО, КРИМИНОЛОГИЯ И ПРОЦЕСС

ЭКСТРЕМИСТСКИЕ ПРОЯВЛЕНИЯ КАК ПРЕДМЕТ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Сафин Нияз Минерафкатович

старший преподаватель кафедры уголовного права,

Сафина Лилия Кадыровна

преподаватель кафедры административного права, административной деятельности и управления органов внутренних дел,

Халметов Тимур Анварович

*преподаватель кафедры тактико-специальной и огневой подготовки
Казанский юридический институт МВД России,*

Город Казань

Понятие «экстремистские проявления» часто подменяется понятиями «экстремистская деятельность», «экстремизм». Между тем, известно, что понятие, имеющее правоприменительное значение, должно быть юридически определенным. Неопределенность выступает основанием научных дискуссий. Мы считаем, что понятия «экстремистские проявления», «экстремистская деятельность», «экстремизм» сопряжены, но не идентичны [2; 4].

Экстремизм - негативный социальный феномен, сущность которого состоит в приверженности наиболее радикальным идеологиям, основанным на нетерпимости к принципам конституционного строя, охраняемым государством демократическим правам и свободам человека и гражданина, а также готовности к их пропаганде и реализации активными насильственными методами. Как социальный феномен экстремизм проявляется в разных формах (политической, националистической, религиозной, экологической, антиглобалистской, моральной и др.). Однако, все формы экстремизма объединяют общие признаки: 1) наличие четко сформулированной идеологической основы, активная пропаганда ее истинности и исключительности; 2) карательные меры за отступление или отклонение членов экстремистской организации от ее идеологии, а также совершение активных противоправных действий в отношении лиц, противопоставленных экстремистской идеологии; 3) культ личности лидера (руководителя) экстремистской организации; 4) крайний нигилизм в отношении общепринятых социальных норм.

Экстремистская деятельность – правовая категория для обозначения противоправных деяний экстремистской направленности, создающих реальную угрозу общественной безопасности и общественному порядку, обуславливающих социальную напряженность, а также посягающих на конституционные права и свободы граждан. Экстремистская деятельность имеет две формы: 1) противоправные деяния, основной объект которых основы конституционного строя и безопасности государства (УК РФ, статьи 280,

2801, 282-2833); 2) противоправные деяния, совершенные по экстремистскому мотиву, где основы конституционного строя выступают факультативным объектом (УК РФ, статьи 105, 111, 112, 115, 116, 117, 119, 150, 214, 244) [3].

Сущность экстремистских проявлений состоит в общественно опасных и противоправных деяниях, подрывающих идеи равноправия граждан, независимо от их социальной, идеологической, политической, расовой, национальной, религиозной принадлежности, и оказывающих деструктивное влияние на развитие общества. Общественно опасные деяния рассматриваются как идеологически и политически нежелательные. За дефиницией «общественная опасность» стоит лишь предположение социальной вредности. Противоправные деяния рассматриваются как социально вредные, взаимосвязанные с важнейшими условиями общественной жизни и объясняющие легитимный характер государственного принуждения за их совершение. Экстремистские проявления включают общественно опасные и противоправные деяния. Выяснено, что наиболее распространенные формы экстремистских проявлений составляют: 1) создание экстремистских организаций и попытки участия их лидеров или членов в выборах органов власти различных уровней; 2) проведение несанкционированных общественно-политических акций, направленных на распространение социальной, национальной и религиозной нетерпимости; 3) распространение печатной, аудио- и видеопродукции, разжигающей социальную, национальную и религиозную вражду; 4) совершение тяжких и особо тяжких преступлений с целью разжигания социальной, национальной и религиозной вражды, дестабилизации общественно-политической ситуации в стране.

Экстремистские проявления представляют собой угрозу устойчивому развитию государства и международной безопасности, оказывают деструктивное влияние на все мировое сообщество [1; 5]. Это обуславливает введение правовых мер в рамках международного и национального законодательства, а также теоретическое осмысление сущности экстремистских проявлений.

Литература:

1. Лунев А.Н., Пугачева Н.Б., Стуколова Л.З. Информационно-психологическая безопасность личности: сущностная характеристика // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 1. С.21.

2. Стратегия противодействия экстремизму в Российской Федерации до 2025 года (утв. Президентом РФ 28.11.2014 N Пр-2753) <http://legalacts.ru/doc/strategija-protivodeistvija-ekstremizmu-v-rossiiskoi-federatsii-do/> (дата обращения: 11.11.2017).

3. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 26.08.2017) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (дата обращения: 11.11.2017).

4. Федеральный закон от 25 июля 2002 г. N 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» (с изменениями и дополнениями) <http://base.garant.ru/12127578/> (дата обращения: 11.11.2017).

5. Lunev A.N., Pugachova N.B., Stukolova L.Z. Socially oriented regional economic space as an instrument in managing the development of service sector // Актуальні проблеми економіки. 2014. Т. 155. № 5. С. 247.

ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕЖИМА ИНЫХ МЕР УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНОГО ПРИНУЖДЕНИЯ

Гараева Татьяна Борисовна

Владивостокский филиал

Дальневосточного юридического института МВД России,

преподаватель кафедры общеправовых дисциплин, г. Уссурийск

Несмотря на то, что понятие «правовой режим» принадлежит к основополагающим правовым понятиям, которые достаточно часто используются как в теоретических исследованиях, так и в правоприменительной практике, ее определение отсутствует в нормативно-правовых актах. Обращение к толковым словарям свидетельствует о том, что само по себе значение понятия «режим» трактуется по-разному. Так, с одной стороны данное понятие привязывается к французскому *«regime»*, понимаемому как управление и дается его определение как «совокупности правил, мероприятий, норм для достижения какой-либо цели» [4, с.253]. С другой стороны «режим» раскрывается через «распорядок дел, действий, условия деятельности, работы, существования чего-нибудь» [12, с.696].

Существующие разночтения в определении понятия режим вызывают и различные трактовки понятия «правовой режим». Так В.Б. Исаковым «правовой режим» определен «как социальный режим некоторого объекта, закрепленный правовыми нормами и обеспеченный совокупностью юридических средств» [6, с.258-259]. В свою очередь Н.И. Матузов и А.В. Малько раскрывают сущность правового режима как особого порядка правового регулирования, выражающегося «в определенном сочетании юридических средств и создающий желаемое социальное состояние и конкретную степень благоприятности либо неблагоприятности для удовлетворения интересов субъектов права» [10]. Но следует указать на то, что для настоящего исследования адекватным может быть признано понятие правового режима данное С.С. Алексеевым: «порядок регулирования, выраженный в комплексе правовых средств, которые характеризуют особое сочетание взаимодействующих между собой дозволений, запретов, а также позитивных обзываний и создают особую направленность регулирования» [2, с.185].

Затрагивая проблему правового режима иных мер уголовно-процессуального принуждения, следует указать, что принуждение выступает в каче-

стве регулируемого нормами уголовно-процессуального права одного из видов влияния на поведение определенных участников уголовного процесса, в основе которого лежит возможность применения специальными субъектами государственного принуждения к лицам, которыми не исполняются требования законодательства или для предупреждения подобного неисполнения. Поэтому говоря о правовом режиме уголовно-процессуального принуждения, следует исходить из того, что оно обусловлено определенными процессуальными обязанностями участников уголовного судопроизводства, получившими нормативное закрепление, благодаря чему и формируется необходимая модель их поведения в уголовном судопроизводстве, определяя вид, объем и содержание необходимого и возможного принудительного воздействия. Это и выступает в качестве гарантии соблюдения установленного законодательством порядка уголовного судопроизводства. При этом каждой части уголовного судопроизводства (досудебной, судебной) соответствует своя совокупность процессуальных обязанностей участников и, следовательно, свой объем и содержание необходимого принудительного воздействия, обеспечивающего их надлежащее исполнение.

Процессуальное принуждение с теоретических позиций выступает как некая научная теория (концепция), объясняющая указанный феномен с точки зрения его социальной значимости и необходимости, изучающей его форму, содержание, структуру, систему и, как итог, выражающей определенное видение данного феномена на определенном этапе развития общества. В свою очередь нормативно-правовой уровень отражает процессуальное принуждение как форму правового образования, содержащее определенную совокупность правовых норм и регламентирующее вид, объем и порядок принудительного воздействия в уголовном процессе, организованных в строгом соответствии с общими закономерностями механизма правового регулирования и соответствующих логической структуре нормы права. И уже в правоприменительной практике процессуальное принуждение выступает как определенная совокупность мер принуждения, которые реально применяются в уголовном судопроизводстве, и содержание которых состоит, во-первых, действия и (или) решения должностных лиц, связанных с применением мер принуждения, а, во-вторых, — процессуальные права и обязанности участников процесса, подвергаемых принудительному воздействию.

Как отмечает Б.Т. Безлепкин, в качестве мер уголовно-процессуального принуждения выступают «решения и действия дознавателя, следователя, прокурора, суда (судьи), которые принимаются и совершаются в отношении подозреваемого, обвиняемого, свидетеля, потерпевшего и других участников уголовно-процессуальных отношений в целях обеспечения процесса доказывания по уголовному делу, гражданскому иску и осуществления функций уголовного преследования и справедливого разрешения уголовного дела» [3, с.65].

В свою очередь, для В.Н. Махова в качестве мер уголовно-процессуального принуждения выступают «процессуальные средства принудительного характера, применяемые в сфере уголовного судопроизводства уполномоченными на то должностными лицами и государственными органами при наличии оснований и в порядке, установленном законом, в отношении обвиняемых, подозреваемых и других лиц для предупреждения и пресечения неправомерных действий этих лиц в целях успешного расследования и разрешения уголовного дела и выполнения иных задач уголовного судопроизводства» [13, с. 26].

Основным отличием мер уголовно-процессуального принуждения от других мер государственного принуждения является то, что их применение производится только в период производства по уголовному делу и носит процессуально-правовой характер. Исходя из этого следует согласиться с В.М. Корнуковым, что «уголовно-процессуальное принуждение, являясь видом государственного принуждения, должно обеспечиваться теми же средствами правового принуждения, что и последнее» [8, с. 20]. Это следует из того, что меры принуждения в уголовном процессе подлежат применению должностными лицами или государственными органами исключительно в пределах их полномочий и только к участвующим в уголовном процессе лицам. При этом применение мер принуждения должно обладать конкретными целями, происходить при наличии определенных в законодательстве оснований и условий в соответствии с установленным порядком, который гарантирует их обоснованность и законность.

Поэтому достаточно отчетливо проявляются свойства мер уголовно-процессуального принуждения, раскрывающие их связь с порядком судопроизводства, установленным УПК РФ, и, как следствие, с надлежащим исполнением участниками процессуальных обязанностей. Именно эта связь раскрывает юридическую природу мер процессуального принуждения и обуславливает необходимость и целесообразность их применения в каждом случае возможного или реального неисполнения процессуальных обязанностей.

Среди мер процессуального принуждения особая роль принадлежит так называемым иным мерам уголовно-процессуального принуждения, которые обладают определенными отличиями от мер пресечения:

- иным мерам уголовно-процессуального принуждения свойственен менее строгий в сравнении с мерами пресечения характер, благодаря чему они обладают меньшими правоограничениями;
- иным мерам уголовно-процессуального принуждения свойственны различные основания их применения;
- допускается применение иных мер уголовно-процессуального принуждения как к подозреваемому и обвиняемому, так и к иным участникам уголовного процесса;

- к лицу одновременно могут быть применены несколько иных мер уголовно-процессуального принуждения. При этом ряд данных мер может применяться только по отношению к подозреваемому или обвиняемому, а ряд других — в отношении иных участников уголовного процесса. Так, на основании положений ч. 1 ст. 111 УПК РФ [1], в отношении подозреваемого и обвиняемого возможно применение следующих мер процессуального принуждения: 1) привод; 2) обязательство о явке; 3) наложение ареста на имущество; 4) временное отстранение от должности. В определенных УПК РФ случаях в отношении потерпевшего, гражданского ответчика, гражданского истца, эксперта, специалиста, переводчика, свидетеля или понятого возможно применение: 1) обязательства о явке; 2) привода; 3) денежного взыскания. При этом следует указать на то, что в отношении подозреваемого и обвиняемого указанные иные меры могут применяться наравне с мерами пресечения.

По своей сути меры уголовно-процессуального принуждения отличаются ярко выраженным принудительным характером и отнесены к индивидуальным пресекательным средствам. Учитывая, что совокупность закрепленных в Конституции РФ прав и обязанностей представляет собой неотъемлемую часть правового статуса гражданина, сам факт применения к нему уголовно-процессуального принуждения предполагает нанесение определенного вреда. Следует учитывать, что согласно ч. 3 ст. 55 Конституции РФ и признанных нормам международного права, которые посвящены правам и свободам вовлекаемого в уголовное судопроизводство человека, существует запрет в отношении произвольного применения ограничивающих право на свободу и личную неприкосновенность действий. При этом меры уголовно-процессуального принуждения, применяемые при производстве по уголовному делу, обладают превентивным воздействием, направленным «на обеспечение надлежащего поведения перечисленных в законе участников уголовного судопроизводства при наличии обстоятельств, вызывающих необходимость применения этого воздействия» [5, с.16].

Говоря об основаниях применения иных мер уголовно-процессуального принуждения, следует сказать о том, что они выступают в качестве основных признаков, отражающих их юридическую природу. В данном случае основания применения иных мер принуждения должны гарантировать законность и обоснованность в ограничении прав определенного участника процесса, которые вызваны избранной мерой процессуального принуждения в отношении него. Сущность процессуально-правовых оснований может быть раскрыта через возникновение принятого уполномоченным лицом или органом решения относительно правоограничения прав и интересов определенного лица. К основаниям могут быть отнесены «наиболее существенные и необходимые обстоятельства, при отсутствии которых исключается возможность применения принуждения» [7, с.61], «которые являются фактической предпосылкой принудительного воздействия, характеризуют

его с точки зрения обоснованности» [9, с. 39], а также определенные причины, наличие которых достаточно для принятия решения относительно применения иной меры пресечения.

Согласно существующей в российском уголовно-процессуальном праве доктрине в качестве основания избрания меры принуждения определяется наличие противоправного поведения участника процесса либо наличие с высокой степенью вероятности возможности такого поведения. Однако противоречивость в понимании значения понятия «поведение» является причиной неверного толкования в правоприменительной практике положений законодательства об уголовно-процессуальных основаниях. Отрицательным моментом этого может явиться принятие незаконного и необоснованного решения. Исходя из этого, применение иных мер принуждения должно предполагать наличие достаточного объема оснований, совокупность которых обладает необходимой полнотой и достоверностью. Фактически указанный объем оснований должен подтвердить, во-первых, ненадлежащее поведение лица, угрожающего установленному порядку уголовного процесса и, во-вторых, следствием ненадлежащего поведения должны стать нарушения в ходе расследования по уголовному делу.

Гарантии применения реальных мер принуждения, которые могут быть применены к участникам процесса, играют особую роль при отсутствии законопослушности участников и угрозе неисполнения или ненадлежащего исполнения ими процессуальных обязанностей требование об обязательности порядка. Поэтому при регламентации любого следственного действия возникает правовая триада: полномочия должностных лиц корреспондируют процессуальным обязанностям участников, а последние обеспечиваются мерами принудительного исполнения.

Как следует из положений УПК РФ, возможность применения иных мер уголовно-процессуального принуждения является правом, а не обязанностью должностного лица или судебного органа. Для применения иных мер принуждения является достаточным обоснованный вывод следователя или дознавателя относительно предполагаемого или возможно незаконного поведения участника процесса. При этом вероятность вывода можно объяснить тем, что это является предположением относительно будущего, которое нельзя заранее признать ни ложным, ни истинным до момента превращения его в действительность.

Для применения иных мер уголовно-процессуального принуждения общим основанием являются определенные жизненные обстоятельства, которые согласно законодательству являются юридическими фактами, определяющими применение иных мер принуждения. При этом они не могут быть признаны качественным признаком, т.к. являются индивидуальными для каждой меры принуждения. При этом, разрешая вопрос о возможности применения иных мер принуждения ключевое место по отношению к основаниям приобретают условия их применения, что выступает как первоначальный гарант законности и обоснованности их применения.

Возможность применения определенной иной меры принуждения обусловлена возникновением правовой ситуации, с которой законом связана возможность ее использования и существованием пределов ее применения. Поэтому применение иной меры должностными лицами при отсутствии подобной ситуации может повлечь признание соответствующего решения как незаконное и необоснованное. Как указывает Н.Г. Нарбикова, существуют четыре основных правила, которые играют существенную роль при определении пределов применения процессуального принуждения, а именно: «недопустимость ограничения прав и свобод личности, не вызываемого обстоятельствами дела и законной необходимостью; недопустимость недооценки охраняемых законом интересов других лиц и связанного с этим неприятия должных мер уголовно-процессуального принуждения путем ограничения соответствующих прав и свобод подозреваемого, обвиняемого; соблюдение баланса охраняемых законом интересов личности, общества и государства при применении мер уголовно-процессуального принуждения» [11, с.157].

Исходя из этого с целью надлежащего обеспечения прав и свобод участвующих в процессе лиц, факту применения иных мер процессуального принуждения должна предшествовать серьезная проверка существующей информации для формирования вывода о необходимости применения иных мер принуждения и его отражения в соответствующем процессуальном документе. Это является значимым моментом правового режима в силу того, что нарушение закона при применении иных мер процессуального принуждения может проявляться в нарушении оснований, целей или порядка применения, т.е. в нарушениях уголовно-процессуальных норм, регулирующих данные требования.

Таким образом, особенности правового режима иных мер уголовно-процессуального принуждения проявляются в том, что, во-первых, они представляют собой специальный вид государственного принуждения, применяемый в сфере уголовно-процессуального производства, во-вторых, для их применения требуется наличие нормативно определенных оснований, отражающих соразмерность в объеме ограничения прав участника процесса действительной необходимости при оценке влияния на успешность хода уголовного процесса и, в-третьих, их применение обеспечивает восстановление или создает предпосылки для недопущения нарушений правового порядка уголовного судопроизводства.

Список литературы

1. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 № 174-ФЗ // Собрание законодательства РФ, 24.12.2001, № 52 (ч. I), ст. 4921.
2. Алексеев С.С. Общие дозволения и общие запреты в советском праве. –М., 1989.
3. Безлепкин Б.Т. Уголовный процесс России : учебное пособие. – М. : Проспект, 2004.

4. Большой энциклопедический словарь: В 2 т. / Гл. ред. А.М. Прохоров. – М.: Советская энциклопедия, 1991. Т. 2.
5. Гуляев А., Зайцев О. Заключение под стражу на предварительном следствии // Законность. – 2003. – № 4.
6. Исаков В.Б. Механизм правового регулирования и правовые режимы // Проблемы теории государства и права. – М., 1987.
7. Коврига З.Ф. Уголовно-процессуальная ответственность. – Воронеж, 1984.
8. Корнуков В. М. Меры процессуального принуждения в уголовном судопроизводстве. – Саратов, 1978.
9. Кудин Ф.М. Принуждение в уголовном судопроизводстве. – Красноярск, 1985.
10. Матузов Н.И., Малько А.В. Правовые режимы: вопросы теории и практики // Известия высших учебных заведений. Правоведение. – 1996. – № 1 [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.law.edu.ru/artide/artide.asp?artideID=141915>.
11. Нарбикова Н.Г. Меры пресечения связанные с ограничением свободы: дис....канд. юрид. наук. – Оренбург, 2005.
12. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / РАН. Ин-т рус. яз.; Российский фонд культуры. – М.: Азъ, 1992.
13. Уголовный процесс в США (досудебные стадии): учеб. пособие / В.Н. Махов, П.А. Пешков. – М., 1998.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

НАПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БРЕНДОВ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Малышев Андрей Анатольевич

Лик Алина Петровна

Ардашова Кристина Романова

Научный руководитель –

к.э.н., доцент Университета "Туран" Давлетова М.Т

1. Сущность и значение основных направлений брендинга в Респуб- лике Казахстан

В современной экономической мысли существует очень много направлений развития брендинга. Ведущий специалист по брендингу С.Кумбер выделяет 6 брендовых направлений на основании особой маркетинговой функции:

1. Бренд товара.
2. Бренд услуги.
3. Бренд персоналии.
4. Бренды организации.
5. Бренды мероприятий
6. Национальные бренды (страны, города, курорты).

Ведущие специалисты по брендингу такие как: Айен Эллвуд, Х. Прингел, М. Томпсон отмечают, что в современном мире развиваются такие направления брендинга как сервисный, розничный и бизнес Бренддинг. Казахстанские специалисты по брендингу – Давлетова М, Сейсембаева М. Теплухин тоже выделяют эти направления, но отмечают еще и такое направление как пищевой Бренддинг.

2. Эффективность разработки бренда на примере компании «Казах- стан Кагазы»

АО «Казахстан Кагазы» - единственный в республике производитель бумаги для гофрокартона, а также крупнейший отечественный производитель гофроупаковки

АО «Казахстан Кагазы» образовано 5 февраля 2001 года с целью реализации проекта строительства комбината по производству бумаги и гофрокартона в рамках Программы «Импортозамещения» при поддержке Банка Развития Казахстана.

На сегодняшний день «Казахстан Кагазы» покрывает почти 50 % потребности отечественного рынка в гофроупаковке и гофробумаге.

С момента запуска комбината в него инвестировано более 30 миллионов долларов.

АО «Казахстан Кагазы» - динамично развивающаяся компания, которая оснащена инновационным оборудованием, придерживается международных стандартов качества и максимально высокого уровня обслуживания.

АО «Казахстан Кагазы» развивается как холдинговая структура, включающая в себя следующие дочерние подразделения:

- управляющую компанию «Кагазы Инвест», осуществляющую централизованное управление и привлечение инвестиций;

- ТОО «Кагазы Трейдинг», занимающийся продажей бумажного сырья и широкого спектра бумажной продукции производства «Казахстан Кагазы» и стран ближнего и дальнего зарубежья;

- Торговый Дом АО «Казахстан Кагазы», осуществляющий реализацию гофроупаковки производства АО «Казахстан Кагазы».

- Компанию ТОО «Global TransLogistics», которая была основана для оказания автомобильных и железнодорожных транспортных услуг по всему Казахстану и Евразийскому континенту.

- Компания ТОО «К-Вторсырье» Цель создания компании - бесперебойное и стабильное снабжение макулатурой, как основным сырьем, бумажно-картонного завода АО «Казахстан Кагазы».

Бумажно-картонный Комбинат АО «Казахстан Кагазы» - единственный производитель бумаги для гофрирования на территории Казахстана. Это основная «ПРОИЗВОДИТЕЛЬНАЯ СИЛА» холдинга. Основной профиль деятельности Комбината - выпуск всех видов гофроупаковки из стандартного гофрокартона, бумаги для гофрирования, оберточной бумаги, картона для плоских слоев, кровельного картона.

Как мы видим, АО «Казахстан Кагазы» - компания, которая твердо стоит на ногах и прекрасно осознает перспективность своего развития.

Именно поэтому руководством компании «Казахстан Кагазы» было решено создавать и поддерживать свой собственный бренд.

Основной упор в компании делается на развитие корпоративного имиджевого бренда. Это, безусловно, очень важно для установления доверительных отношений с партнерами, клиентами. Для создания благоприятного имиджа среди своих партнеров, руководством компании был разработан «План продвижения имиджа компании «Казахстан Кагазы».

Маркетологи идентифицировали и выбрали целевой рынок, разработали и реализуют продуктовую стратегию для удовлетворения их потребностей. Спрос диктует необходимость создавать продаваемые торговые марки. Поэтому за маркетологом закрепились следующие обязанности: определить воспринимаемые потребителем выгоды, которые сопоставимы с заложенными свойствами той или иной группы выпускаемых товаров. То есть, было решено продавать не «высококачественный гофрокартон, произведенный на модернизированном оборудовании», а «отличную упаковку

для Вашего товара». Вряд ли большое количество потребителей (даже учитывая то, что это профессионалы) оценит выгоду от модернизации производящего оборудования на Комбинате, если это включить в рекламную кампанию. Техническая характеристика, как правило, не срабатывает. Золотое правило: мы не продаем сверла, мы продаем дырки, точно было усвоено маркетологами компании.

Как известно, качество является немаловажным фактором для товара, который собирается стать брендом. Так компания «Казахстан Кагазы» очень заботится о качестве своей продукции. Для постоянного улучшения качества, а также для увеличения предоставляемых услуг, компания закупает новейшее оборудование. Некоторые станки являются редкостью даже для стран СНГ, не говоря уже о Казахстане.

Удачными маркетинговыми кампаниями можно назвать участие продукции Картонно-Бумажного Комбината АО «Казахстан Кагазы» на многих международных выставках, а также частые освещения деятельности и новостей компании в СМИ.

Более того, компания часто является спонсором различных спортивных мероприятий. Например, в апреле-мае 2005 года, «Казахстан Кагазы» выступала спонсором экспедиции казахстанских альпинистов на один из восьмитысячников – Пик Чо-Ойю. Это мероприятие широко освещалось не только в казахстанских СМИ, но и в странах СНГ.

Все это, несомненно, приносит известность компании. А так как в настоящий момент перед компанией стоит задача не столько создать товарный бренд, сколько создать себе благоприятный имидж (т.е. бренд компании), то деятельность руководства и маркетологов компании абсолютно оправдана.

3. Перспективы развития отечественного брендинга.

Попробуем понять, как великое многообразие товаров функционирует в не самой благоприятной среде, то есть в национальных экономиках. В попытке лоббировать интересы отечественных производителей товаров и услуг государственные и прочие органы *управления* пытаются вставлять палки в колеса иностранным компаниям. Между тем внедрение иностранных брендов неизбежно - крупные концерны стараются расширять *рынки* сбыта, пытаясь вытеснить более слабых конкурентов. Свои особенности налагает и экономика конкретной страны. Легче всего вести брендинг в сложившихся национальных и транснациональных экономиках. Но назовите хотя бы одну страну со стабильно положительной динамикой развития экономики!

Перейдем к нашим, казахстанским реалиям и попробуем понять, каким образом *компания* могут поддерживать бренды на должном уровне в сознании отечественного потребителя. В Казахстане сегодня налицо столкновение развивающихся отечественных и мощных западных брендов. Почему сложилась такая ситуация и как обстоят дела на этом межнациональном

"поле битвы"? Казахстанские производители сравнительно недавно осознали, что их товар должен отличаться от товара конкурента. Всего за несколько лет, отечественные *компании* сумели значительно укрепить позиции своих брендов. Но, к сожалению, составить серьезную конкуренцию западным товарам наши производители пока не могут. Это происходит, в первую очередь, из-за отсутствия средств. Достаточно спокойно в данной ситуации чувствуют себя *компании*, предлагающие товары для очень узкой аудитории, на которую не обратили внимания транснациональные корпорации или фирмы, которые поддерживаются местными властями к такой категории компаний относится АО «Казахстан Кагазы», речь о которой пойдет ниже.

Но все-таки, нашим отечественным компаниям не стоит унывать, т.к. существует целый ряд объективных факторов, способствующих созданию предпочтительного отношения к тому, что произведено именно в нашей стране (или в других странах бывшего СССР, особенно в России). Некоторые из данных факторов предопределены казахстанским менталитетом, другие - создавшейся в ней социально-экономической ситуацией. И этому предпочтительному отношению должны способствовать грамотные разработки в области брендинга. Для этого видится необходимым определить и учесть в практической работе именно те факторы, которые в последнее время стали оказывать наибольшее влияние на "раскладку сил" среди наших и зарубежных фирм, пытающихся укрепить свои позиции на рынке Казахстана и вступивших в борьбу за лояльность казахстанских потребителей.

Говоря «зарубежные» фирмы мы не имеем в виду российские, т.к. зачатую товары, произведенные в России и у нас считаются «нашими».

1. Фактор насыщения рынка. В данном случае многие отечественные товары имеют преимущество, т.к. их специфические свойства привычны для населения, наши производители лучше зарубежных чувствуют потребительские ожидания, товарам можно создать близкое менталитету наших людей "рекламное сопровождение", которое позволит выделить их среди, в основном безликих, конкурентов и отвоевать им существенную долю рынка.

2. Фактор низкой покупательной способности населения. В стране из-за интенсивной рекламы, осуществляемой транснациональными корпорациями, в основном известны товары, которые, как правило, большинству казахстанцев не по карману. Остаются ниши, которые можно прочно занять. Безусловную привлекательность отечественных товаров можно достаточно оперативно создать, затрачивая не такие уж большие средства.

3. Фактор роста недоверия к качеству дешевых (не фирменных) зарубежных товаров, особенно пищевых продуктов, закупаемых недобросовестными коммерческими структурами за рубежом по "бросовым" ценам.

Предпочтительность к отечественным (не только казахстанским, но и российским) товарам в ряде товарных групп из-за низкого качества зарубежной "дешёвки" распространяется "по горизонтали" и на другие отечественные товары.

4. Фактор государственных и общественных мер по защите отечественного потребителя. Свидетельствами активизации этой политики являются выступление Президента, призвавшего население покупать отечественные товары, деятельность государственных налоговых органов, обещающих льготы тем предприятиям, которые пишут на своих упаковках «сделано в Казахстане»

5. Фактор высокого уровня недоверия к рекламе. Согласно исследованиям компанией "КОМКОН-2 Евразия", 76,3 % населения страны относятся к ней скептически, а на вопрос, насколько часто реклама дает полную и достоверную информацию о продукте, 42,2 % ответили "не очень часто", и 33,9 % - "никогда". Треть населения считает, что реклама "очень часто" вводит в заблуждение или преувеличивает пользу продукта для здоровья (по данным исследований от сентября 2004 года)

Значит эффективность рекламы западных товаров (а на них приходится около 80% всех средств ассигнуемых на рекламу в СМИ на рынке РК) не так уж высока, как кажется, тем более, что она часто неадекватна культуре, традициям и менталитету казахстанцев. Грамотное применение технологии брендинга позволяет казахстанским товарам стать заметными в ряду конкурентов благодаря удачной рекламной идее, доказательности и адекватной рекламной продукции, потребительским ожиданиям и представлениям потребителей.

Создавая казахстанские фирменные товары и активизировав свою коммерческую и, в частности, рекламную деятельность, отечественные производители способны опередить зарубежных конкурентов, приучить население к своим товарам.

7. Фактор неприятия нашим населением "мягкой продажи" (т. е. использования в рекламе эмоционального воздействия в отличие от "жесткой продажи" - рациональной аргументации, которая не вызывает раздражения и отторжения). Согласно исследованиям, казахстанское население, пока еще не привыкшее к распространенному за рубежом метафорическому рекламному языку со сложной логикой и ассоциативными связями, предпочитает "авторитарный" стиль, простую логику, не требующую больших мыслительных усилий, конкретные выводы и рекомендации.

8. Фактор неразвитости на рынке РК промоциональных видов комплекса маркетинговых коммуникаций (паблик рилейшнз и сейлз промоушн), что привело к их беспрецедентной результативности. На мировом уровне из-за большой интенсивности потока рекламной информации и связанного с этим снижением эффективности рекламы указанные виды маркетинговых коммуникаций развиваются опережающими темпами. В 1983 г. затраты на них впервые достигли уровня затрат на рекламу в средствах массовой информации, в настоящее время в рамках всех отчислений на рекламно-информационную деятельность их соотношение составляет 70 % (затраты на паблик рилейшнз и сейлз промоушн) на 30 % (затраты на рекламу в средствах массовой информации).

Сегодня на рынке РК наблюдается заметная активизация деятельности зарубежных корпораций в области сейлз промоушн (конкурсы, лотереи, скидки и т. д.), но и среди отечественных производителей наблюдается активность (компании «Вимпекс», «Арома» и др.). Однако, думается, зарубежным конкурентам намного труднее проводить промоциональные акции на местах продажи. Сейлз промоушн, вовлечённый в мероприятия брендинга, может стать мощным орудием привлечения населения к отечественным товарам и достижения их безусловной предпочтительности.

9. Фактор "рекламной недостаточности". Уровень интенсивности рекламного информирования на рынке Казахстана на один-три порядка ниже, чем в основных промышленно развитых странах. Для "раскрутки" бренда на Западе нужно 20-50 млн. долл., у нас 2 -12 млн.

Грамотная "раскрутка" перспективных марок казахстанских товаров всегда будет эффективной и для неё нужны не столь большие деньги, какие требовались бы в промышленно развитых странах.

Престижность товара, являющаяся основой его фирменности и идентифицируемая комплексным символом - брендом, создающим его репутацию, формируется как бы в трех пластах.

Во-первых, фоном - особенностями страны, местности, отрасли, где товар произведен. Так, Франция известна высокой модой, Италия - изысканным дизайном, Швейцария - точностью, Германия - добротностью изделий машиностроения.

Во-вторых, престижность товара создаётся авторитетом фирмы-производителя.

И в-третьих, престижность формируется на "товарном" уровне - именно брендингом, и при этом, в частности, используются два предыдущих направления, создающие и поддерживающие долгосрочную репутацию товара, даже если он модифицируется в соответствии с требованиями времени или конъюнктурой рынка.

В этой связи нельзя обойти стороной проблему, которая заключается в том, что разработка рекламной продукции, в том числе элементов бренда, включающих товарные знаки, в нашей стране происходит в основном умозрительно, без предварительных исследований и обоснований.

Список литературы:

1. Абышева Ю. Ю. Проблема формирования имиджа города. Н. Новгород: Ритм. 2005 г. - 173 с.
2. Аврамов Д. С. Профессиональная этика журналиста. Парадоксы развития, поиски, перспективы / Д. С. Аврамов. – Москва: Эксмо. 2002. – 180с.
3. Белобрагин В.Я. Современная имиджеология и проблемы имиджа региона: ГРИЦ, 2003. - 120 с.
4. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Пер. с англ. Под ред. С. Г. Божук – Санкт-Петербург: Питер, 2001. - 864 с.

5. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации Москва: Эксмо, 2010. – 320 с.
6. Болотова А. К., Жуков Ю. М., Петровская Л. А. Социальные коммуникации: учебное пособие. — Москва: Гардарики, 2008. — 279 с.
7. Бориснёв С. В. Социология коммуникации: Учеб. пособие для вузов. — М., 2003.
8. Борисов Б. Л., Технологии брендинга и PR: учебное пособие / Б. Л. Борисов. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 624 с.
9. Бортник, Е. Управление связями с общественностью / Е. Бортник, Э. Коротков, А. Никитаева - Москва: ФБК-ПРЕСС, 2002. - 123 с.
10. Быков И.А. Организация и проведение кампаний по связям с общественностью: Учебное пособие, Санкт-Петербург: СПбГУТ 2003. – 80 с.