

ИНФОРМАЦИОННЫЙ БЮЛЛЕТЕНЬ

**Верхнекамской торгово-
промышленной палаты**

№1-2 2013 г.



**БИЗНЕС & КУРЬЕР
ВЕРХНЕКАМЬЯ**

СОДЕРЖАНИЕ

1. ХРОНИКА ДЕЛОВОЙ ЖИЗНИ

К праздникам готовы!
Поддержка, опыт, перспективы!
Клиент всегда прав?
Всё, что нужно знать работодателю
Основы предпринимательского дела 18 +
«Маркетинговые технологии для повышения конкурентоспособности предприятия»

2. НОВОСТИ ЧЛЕНОВ ВК ТПП

Лучшие на Западном Урале
Березники – Прага: сотрудничество исследователей
Линия официально открыта
Система бюджетирования компании «Метафракс» - победитель конкурса «Проект года»
ОАО «Метафракс» - в числе «Лучших энергоэффективных предприятий Западного Урала»
«Метафракс занял вторую позицию в общегосударственном рейтинге предприятий РФ по итогам 2011 – 2012 года
Корпорация ВСМПО – АВИСМА на SMM INDIA – 2013

3. ЭКСПРЕСС-ОБЗОР ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИИ

4. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЮ НА ЗАМЕТКУ

Как выбрать имя бизнесу: этапы создания бренда или торговой марки
30 законов жизни

5. ЗНАКОМЬТЕСЬ, НОВЫЕ ЧЛЕНЫ ВЕРХНЕКАМСКОЙ ТПП

ХРОНИКА ДЕЛОВОЙ ЖИЗНИ

К праздникам готовы!

15 – 17 февраля 2013 года во Дворце культуры и творчества «Металлург» Верхнекамская торгово-промышленная палата провела Вторую Березниковскую ярмарку Подарков и Увлечений - «PRESENT - 2013».

Мероприятие прошло в нашем городе второй раз, в нём приняли участие порядка 90 экспонентов не только из городов Березники, Соликамск и Пермского края, но и из других регионов России, а также ближнего зарубежья. Свою продукцию представят Москва, Пермь, Екатеринбург, Киров, Челябинск, Каменск-Уральский, Нижний Тагил, Оренбург, Борисов (республика Беларусь).



Гости выставки имели уникальную возможность приобрести самые разнообразные подарки для любимых, родных и близких к приближающимся праздникам 23 февраля и 8 марта:



- к праздничному столу - вкуснейший тульский конфитюр, халву и восточные сладости, фиточаи, орехи, масло, мёд, медовуху и продукцию пчеловодства, копчёную рыбу.



- подарки для любимых и близких - одежда для мужчин, женщин и детей, игрушки, сумки-трансформеры, косметика, средства для маникюра, товары для здоровья, аксессуары и украшения из Индии, трикотаж от производителей, продукцию HandMade.

- заказать полиграфическую продукцию, праздничное оформление сувениров и подарков.

- получили квалифицированную помощь от специалистов банковской сферы.

Верхнекамская торгово-промышленная палата попыталась облегчить березниковцам задачу в поиске подарков к наступающим праздникам, организовав специализированную ярмарку подарков, где можно было выбрать необычный сувенир на любой вкус и создать ощущение праздника всем участникам и посетителям мероприятия.



Все три дня праздничную атмосферу в фойе ДКиТ «Металлург» поддерживали местные поэты и музыканты.

(Е.Голубева, специалист по маркетингу Верхнекамской ТПП)

Поддержка, опыт, перспективы!

Круглый стол на тему: «Поддержка, опыт, проблемы и перспективы в развитии малого и среднего предпринимательства», состоялся 25 февраля 2013 года в г. Березники, по адресу: пр. Ленина, 33, Верхнекамский филиал Пермского института муниципального управления.

Организатором мероприятия выступило Управление по вопросам потребительского рынка и развитию предпринимательства администрации города Березники.

Целью проведения круглого стола было привлечение субъектов малого и среднего предпринимательства к участию в формировании и реализации муниципальной политики в области развития малого и среднего предпринимательства.

Участники мероприятия - представители:

- администрации города Березники;
- администрации города Соликамск;
- Министерства развития предпринимательства и торговли Пермского края;
- Пермского института муниципального управления;
- Верхнекамской торгово-промышленной палаты;
- Пермского центра развития предпринимательства;
- Пермского гарантийного фонда;
- Пермского фонда развития предпринимательства;
- Березниковского муниципального фонда поддержки и развития предпринимательства;

- Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ»;

- Субъекты малого и среднего предпринимательства.

В рамках круглого стола субъектам малого и среднего предпринимательства была представлена информация о формах государственной поддержки на краевом и местном уровне.

С подробным докладом о данном направлении деятельности выступил директор Верхнекамской торгово-промышленной палаты Ситников Владимир Борисович.

(Е.Дьякова, специалист по маркетингу Верхнекамской ТПП)

Клиент всегда прав?

5 марта 2012 Верхнекамская торгово-промышленная палата провела информационно-консультационный семинар «Защита прав потребителей и продавцов при совершении сделки купли-продажи товара». На мероприятии в качестве экспертов выступали:

Аксёнова Наталья Алексеевна – старший помощник прокурора г. Березники, юрист первого класса,

Скуридина Наталья Николаевна — главный специалист отдела по защите прав потребителей Управления по вопросам потребительского рынка и развитию предпринимательства администрации города Березники.



На мероприятии присутствовало более 20 участников: преимущественно представители юридических лиц, индивидуальные предприниматели города, а также физические лица.

В течение 3-х часов мероприятия слушатели получали разъяснение основных положений Закона «О защите прав потребителей», практические советы по составлению претензий о некачественном товаре или услуге, а также услышали компетентные ответы на актуальные вопросы из сферы защиты прав не только потребителей, но и продавцов.

В ходе семинара слушатели получили механизм правового регулирования отношений, обобщение судебной практики в области защиты прав потребителей, консультации по тематическим направлениям:

1. Права и обязанности изготовителя (исполнителя, продавца) в области установления срока службы, срока годности товара (работы), а также гарантийного срока на товар (работу).

2. Права потребителя на безопасность товара (работы, услуги), на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товарах (работах, услугах). Ответственность изготовителя (исполнителя, продавца) за ненадлежащую информацию о товаре (работе, услуге). Ответственность изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера) за нарушение прав потребителей.

3. Имущественная ответственность за вред, причиненный вследствие недостатков товара (работы, услуги). Компенсация морального вреда.

4. Недействительность условий договора, ущемляющих права потребителя.

5. Устранение недостатков товара изготовителем (продавцом, уполномоченной организацией или уполномоченным индивидуальным предпринимателем, импортером). Замена товара ненадлежащего качества.

6. Судебная защита прав потребителей. Особенности рассмотрения дел в суде.

7. Как избежать односторонней ответственности при разногласиях между потребителем и продавцом.

В ходе семинара выяснилось, что самым актуальным вопросом является возврат товара ненадлежащего качества, на нём остановились поподробнее:



«В ряде случаев лишь по истечении некоторого времени мы понимаем, что данный товар не подходит нам по каким-то параметрам, и радость от покупки может быть этим омрачена. Вроде и товар качественный, а что-то не так. Что же делать в этом случае? Неужели придется смириться с такой покупкой? Вот тут нам на помощь может прийти [статья 25](#) Закона о защите прав Потребителя.

Данная статья является практически единственной в главе II, которая регулирует отношения между продавцом и потребителем, которому продан товар надлежащего качества без недостатков. Так же право на обмен закреплено за покупателем [статьей 502](#) параграфа 2 главы 30 Гражданского кодекса РФ, который является общей нормой для розничной купли-продажи. Эта статья при кажущейся простоте содержит множество нюансов при трактовке и применении, и именно она породила миф о том, что любой товар без объяснения причины можно вернуть продавцу в течение 14 дней с момента покупки.

И чтобы легче было разобраться мы разберем отдельно сроки предъявления подобного требования, условия, основания, особенности, возможности, ответственность продавца за неисполнение требования и перечень товаров-исключений.

Сроки. Потребитель имеет право на обмен недовольственного товара надлежащего качества в течение четырнадцати дней, не считая дня его покупки. Никакие обстоятельства не предусмотрены законом для продления этих сроков. Если по каким-то причинам Вы не смогли воспользоваться этим правом (больничный, командировка, семейные, личные и иные обстоятельства и т.п.), то продавец вправе отказать Вам в удовлетворении Вашего требования.

Условия. Обмен непродовольственного товара надлежащего качества проводится, если указанный товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки. Это немаловажное условие. Разъяснения "О некоторых вопросах, связанных с применением Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей" (ред. от 11.03.99), утвержденные Приказом МАП РФ от 20 мая 1998 г. N 160, совершенно определенно говорят: Если товар не соответствует данным требованиям Закона "О защите прав потребителей", то он не подлежит обмену как товар надлежащего качества. Гражданский кодекс Российской Федерации и Закон "О защите прав потребителей" не предусматривают возмещения каких-либо издержек продавцу товара в связи с реализацией покупателем данного права. Товар, возвращаемый продавцу, должен быть в том же состоянии, в котором он передавался потребителю. Если на нем есть следы эксплуатации, повреждена упаковка, сорваны фабричные ярлыки, или другим образом нарушен товарный вид, то в удовлетворении требования может быть отказано.

Дополнительные условия. Отсутствие у потребителя товарного чека или кассового чека либо иного подтверждающего оплату товара документа не лишает его возможности ссылаться на свидетельские показания. Продавец не может ограничить право потребителя на обмен товара надлежащего качества, вследствие утраты им документов, подтверждающих факт покупки. Но бремя доказательства факта совершения покупки данного товара у конкретного продавца ложится в этом случае на покупателя. Таким доказательством могут служить свидетельские показания, наличие гарантийного талона с печатью или ярлыки с наименованием продавца.



Основания. Потребитель вправе обменять непродовольственный товар надлежащего качества на аналогичный товар у продавца, у которого этот товар был приобретен, если указанный товар не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации. Перечень причин является исчерпывающим. И перед походом к продавцу четко определитесь – по какой же из этих причин Вам не подходит товар. Если ни одна из этих причин не будет указана, то у продавца будет шанс для отказа по формальным признакам. То есть нельзя сказать, что товар разонравился, передумали, стал ненужным – нужно четко указать параметр, по которому данный товар не подошел и высказать конкретное пожелание к аналогичному товару для обмена. Требование обмена на аналогичный товар должно быть исполнимым. Если сказать: «Вот такой же, но с перламутровыми пуговицами», а с перламутровыми пуговицами в природе не существует, то предлог будет надуманным и продавец сможет Вам отказать в связи с невозможностью исполнения. В ЗоЗПП отсутствует определение аналогичного товара, но, к примеру, в Законе Об основах Государственного регулирования внешнеторговой деятельности фигурирует такое определение: аналогичный товар - товар, который по своему функциональному назначению, применению, качественным и техническим характеристикам полностью идентичен другому товару, или в отсутствие такого полностью идентичного товара товар, имеющий характеристики, близкие к характеристикам другого товара.



Согласно [ст.502](#) ГК РФ покупатель вправе произвести обмен, произведя в случае разницы в цене необходимый перерасчет с продавцом.

Особенности. Также согласно [ст.502](#) ГК РФ у потребителя есть право обменять купленный товар в месте покупки и иных местах, объявленных продавцом. То есть если аналогичного товара нет в наличии на момент предъявления требования на обмен непосредственно в магазине, где была совершена данная покупка, то продавец может назначить иное место, где может быть произведен обмен.

Возможности. По соглашению потребителя с продавцом обмен товара может быть предусмотрен при поступлении аналогичного товара в продажу. Продавец обязан незамедлительно сообщить потребителю о поступлении аналогичного товара в продажу. Данной возможностью стоит воспользоваться, если данный товар эксклюзивен, либо нет возможности приобрести его у другого продавца. Во всех остальных случаях Вы можете воспользоваться пунктом 2 [ст.25](#) В случае, если аналогичный товар отсутствует в продаже на день обращения потребителя к продавцу, потребитель вправе отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за указанный товар денежной суммы. Это право появляется у потребителя, когда никакой из аналогичных товаров не удовлетворяет его требованиям. В этом случае Требование потребителя о возврате уплаченной за указанный товар денежной суммы подлежит удовлетворению в течение трех дней со дня возврата указанного товара.

Ответственность. Прямой ответственности за неисполнение норм данной статьи законом не предусмотрено, что не мешает потребителю в случае необоснованного отказа продавца, обратиться с жалобой в Роспотребнадзор, что может обернуться для продавца штрафом по Кодексу об Административных Правонарушениях. [Статья 14.15](#). Нарушение установленных правил продажи отдельных видов товаров - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от трехсот до одной тысячи пятисот рублей; на должностных лиц - от одной тысячи до трех тысяч рублей; на юридических лиц - от десяти тысяч до тридцати тысяч рублей.

Товары-исключения. И [статья 25](#) ЗоЗПП и [ст.502](#) ГК РФ содержат ссылку на перечень товаров, которые нельзя обменять по вышеуказанным причинам, вне зависимости от оснований. Перечень товаров, не подлежащих обмену по основаниям, указанным в настоящей статье, утверждается Правительством Российской Федерации. Согласно Разъяснениям - Перечень товаров является исчерпывающим и не может быть расширен продавцом по своему усмотрению»

По итогам мероприятия можно сделать вывод: что подобного рода встречи необходимы жителям нашего города и актуальны для предпринимателей, данные семинары проводятся Верхнекамской торгово-промышленной палатой ежегодно.

*(Специалист по маркетингу Е. И. Дьякова,
материал с сайта http://ozpp.ru/pr/articles-own/articles-own-new_27.html)*

Всё, что нужно знать работодателю

Верхнекамская торгово-промышленная палата совместно с Прокуратурой города Березники организовали и провели семинар-практикум по теме «Изменения трудового законодательства в 2013 году» 14 - 15 марта 2013 года.



Экспертом на данном мероприятии выступила старший помощник прокурора города Березники, юрист первого класса, преподаватель юридических дисциплин – Аксёнова Наталья Алексеевна.

Трудовое законодательство страны год от года совершенствуется. Одной из главных целей этой работы является защита прав граждан. В условиях рыночной экономики работодатели всеми силами стремятся сократить свои издержки, поэтому

законодательная защита прав трудящихся становится очень важной задачей.

Участниками семинара стали 13 слушателей, из числа: руководителей кадровых служб предприятий и организаций, бухгалтера, юрисконсульты и специалисты отделов по работе с персоналом. В течение двух дней, 14-15 марта 2013 года, слушатели повышали уровень знаний в области трудового права. В мероприятии приняли участие представители различных организаций, предприятий и учреждений городов Березники и Соликамска муниципальной и частной собственности.

Вопросы, связанные с трудовыми отношениями в компании, являются одними из наиболее сложных в правоприменительной практике, это подтверждает и большинство обращений работников в Роструд с жалобами на нарушение работодателем их трудовых прав. Подведение итогов всех нововведений в трудовом законодательстве в 2012 году и анализ всех планируемых поправок в Трудовой Кодекс в 2013 году помогут разобраться слушателям семинара во всех сложностях и нюансах трудового законодательства в 2013 году. Весь материал семинара основан на практическом опыте проведения инспекционных проверок и участия в судебных заседаниях по трудовым спорам действующего помощника прокурора города Березники Аксёновой Н. А.

На семинаре был представлен полный анализ вступивших в действие изменений Трудового Кодекса Российской Федерации, а также предоставлены практические рекомендации при решении конкретных вопросов.

- ст. 81 п.71 Трудового кодекса РФ (увольнение по основанию — утрата доверия, дополнения)

- ст. 99 Трудового кодекса РФ (общественно необходимые работы без согласия работника)

- ст. 77.1 Трудового кодекса РФ (дисциплинарные взыскания)

- размер и структура МРОТ (изменения с 01.01.2013). Правовое регулирование вопросов рабочего времени и времени отдыха.



Сложные вопросы начисления выплат в пользу физических лиц.

- Заработная плата. Последствия несвоевременной выплаты заработной платы. Денежная компенсация за задержку причитающихся работнику выплат. Порядок индексации заработной платы. Порядок выплаты премии при увольнении.

- Доплаты и надбавки. Компенсационные выплаты за тяжёлую работу, за сверхурочное и ночное время, в выходные и праздничные дни. Стимулирующие выплаты за выслугу лет, премии. Поощрительные выплаты: материальная помощь, подарки, расходы на питание, обучение, ДМС.

- Удержания из заработной платы: база для расчёта, очередность и максимальный размер. Виды начислений, на которые не может быть обращено взыскание. Штрафные санкции за нарушение закона об исполнительном производстве. Новые правила удержания алиментов.

- Расчёт среднего заработка за 2012 год. Порядок и методика расчета среднего заработка; определение расчетного периода. Средний заработок работников, которым установлен суммированный учет рабочего времени. Учет премий и вознаграждений. Учет повышения размеров оплаты труда. Сложные случаи.

Ведение учета рабочего времени. Суммированный учет рабочего времени. Ошибки при заполнении табеля учета рабочего времени.

Документирование работы сверх установленной продолжительности рабочего времени (сверхурочная работа, ненормированный рабочий день). Графики сменности и гибкие графики.

Фиксирование и оформление нарушений в области дисциплины труда.

Все участники получили Свидетельства о прохождении обучения.

В апреле 2012 года в Трудовой кодекс было внесено изменение о новогодних праздниках 2013 и последующих годов. Январские праздники сократили, теперь они будут длиться с 1 по 8 января. Два освободившихся дня Правительство страны будет по своему усмотрению добавлять к тем или иным праздникам. Планируется, что это будут праздники 1 и 9 мая.

С 2013 года больничные листы в России будут оплачиваться не работодателем, а напрямую Фондом социального страхования. Кроме того, согласно планам Министерства здравоохранения и социального развития, в 2013 году в России будут отменены трудовые книжки. Представители министерства считают, что данный документ устарел и в условиях современной экономики не требуется.

Министерство финансов планирует выступить с предложением, согласно которому с 2013 года работодателям будет запрещено выплачивать заработную плату наличными деньгами. Вся заработная плата должна перечисляться на банковскую [карту](#) работника. Такой способ осуществления выплат должен повысить собираемость налогов, сделать более прозрачными совершаемые финансовые операции. В качестве дополнительной [причины](#) называется желание снизить количество нападений на работников в день получения заработной платы. Выплата наличными будет разрешена только в том случае, если работники находятся в труднодоступных местах и не имеют доступа к банковскому

обслуживанию. Планируется, что законопроект о переходе на безналичную выплату заработной платы будет принят до конца 2012 года.

На стадии рассмотрения находится законопроект о том, что работодателям запрещается увольнять без существенных оснований работников, на иждивении которых находятся дети-инвалиды в возрасте до 18 лет. Уволить работника можно будет только в случае допущения им серьезного проступка.

Планируется принятие закона, согласно которому при неплатежеспособности работодателя работники предприятия будут находиться в привилегированном положении по отношению к любым другим кредиторам. Это значит, что из найденных на счетах предприятия средств сначала будут выплачены долги по зарплате работникам, и только потом будут осуществляться расчеты с партнерами фирмы.

Предполагается, что в расчетные листы будет введена строчка о компенсациях в случае задержки заработной платы. Такой подход призван стимулировать работодателей своевременно выплачивать зарплату.

В трудовом законодательстве появится понятие дистанционной работы, в настоящее время идет проработка всех нюансов законопроекта.

На семинаре был проведен полный обзор изменений трудового, законодательства, отрабатывалась практика оформления кадровой документации, проведен сравнительный анализ изменений.

Следующее мероприятие из цикла семинаров по трудовому праву планируется на май 2013 года.

(Е.Дьякова, специалист по маркетингу Верхнекамской ТПП)

Основы предпринимательского дела 18 +

26-29 марта в Березниках и 17-20 апреля в Соликамске Краевое государственное автономное образовательное учреждение среднего профессионального образования «Краевой колледж предпринимательства» (КГАОУ СПО ККП) совместно с Верхнекамской торгово-промышленной палатой, на базе Березниковского филиала УрГЭУг. (Березники, пр. Ленина 33) провели массовое обучение - цикл бесплатных семинаров по образовательной программе «Основы предпринимательского дела». Участниками стали все желающие: как потенциальные предприниматели, так и действующие бизнесмены в возрасте от 18 лет.

Программа курсов, рассчитана на 3 дня по 4 часа в день реализовывалась преимущественно в вечернее время.

Преподавателями на курсах выступили представители Краевого колледжа предпринимательства, бизнес-тренеры тренинговой компании «КПД» (г. Пермь), ведущие эксперты Пермского государственного национального исследовательского Университета – практикующие предприниматели, консультанты в сфере бизнеса.

Обучение проводилось группами по 30-50 человек в возрасте от 18 лет. Итого в Березниках прошло обучение 3-х групп, в Соликамске 2-х. По окончании обучения

каждый зарегистрировавшийся слушатель получил именной сертификат установленного образца.



Основной целью данных курсов было формирование у слушателей практически ориентированных знаний и навыков в области осуществления предпринимательской и любой экономической/хозяйственной деятельности, что должно подготовить их к самостоятельной предпринимательской деятельности и помочь избежать при этом наиболее типичных ошибок, так и к эффективному ведению личных финансов, семейного хозяйства.

Данный курс изучался слушателями разных профилей и социальных групп в силу своей актуальности и практической значимости. В задачи ведущего курса (тренера) входила адаптация материала под уровень готовности группы и разрешение реальных проблем аудитории слушателей.

Проведенное массовое обучение в результате позволило слушателям курсов получить:

- представление о предпринимательской деятельности, побывать в «роли предпринимателя» для начинающих предпринимателей или неработающих граждан и увидеть перспективу развития бизнеса для опытных предпринимателей;

- умения давать адекватную оценку состояния бизнеса, ведения финансового баланса хозяйствующего субъекта;

- умения работать с экономическими и юридическими источниками информации;

- умения прогнозировать результаты предпринимательской деятельности как в разрезе финансового планирования, так и в плане социально-экономических последствий этой деятельности;

- умения выступать публично, защищать свои проекты и бизнес-планы;

- умения вести финансовую и юридическую отчетность;

- умения составлять качественный бизнес – план;

- умения различать и сравнивать различные организационно-правовые формы ведения бизнеса, выбирать наиболее эффективную форму налогообложения;



- умения принимать самостоятельные управленческие решения на основе анализа ситуации.

Также обучение по данному курсу позволило слушателям получить знания в таких сферах как:

- базовые теоретические знания из экономики и права;
- алгоритмы регистрации предприятия или ИП (ПБОЮЛ);
- основные организационно-правовые формы ведения бизнеса по российскому законодательству;
- основные источники финансирования бизнеса;
- суть менеджмента, основные принципы управления предприятием;
- основные инструменты маркетинга, этапы продвижения товаров и услуг;
- принципы социальной ответственности бизнеса;
- проблемы современной предпринимательской деятельности;
- системы мотивации на предприятии, работы с кадрами.

В ходе обучения использовались преимущественно активные формы методы подачи материала. Основное место в преподавании данного курса отводилось интерактивным, проблемным, частично-поисковым и исследовательским методам, индивидуальным и групповым формам работы.



Учебно-тематический план был построен на сочетании лекций-дискуссий, семинарских и тренинговых занятий, мастер-классов.

Форма обучения – очная, с отрывом от производства.

Итоговое обобщение и итоговый контроль проводились в формате конференции, где слушатели защищали свои бизнес-планы и проекты самозанятости. Кроме этого, текущий

контроль за уровнем достижений слушателей проводился через тестовые задания. Промежуточный контроль в формате тестирования.

В период обучения по программе «Основы предпринимательского дела» каждый слушателей зарегистрировался, заполнил анкету и прошел тест на сайте <http://www.грамотный-бизнесмен.рф>.

Основным итогом изучения можно считать способность слушателей самостоятельно планировать свою хозяйственную и предпринимательскую деятельность для начинающих и провести аудит текущей предпринимательской деятельности и спланировать развитие предприятия для продолжающих предпринимателей (опираясь на консультации и опыт бизнес-тренеров и преподавателей).

(Е.Дьякова, специалист по маркетингу Верхнекамской ТПП)

«Маркетинговые технологии для повышения конкурентоспособности предприятия»

17 - 27 апреля в Березниках и 17 - 24 апреля в Соликамске при активном содействии Верхнекамской торгово-промышленной палаты прошло массовое специализированное обучение субъектов предпринимательской деятельности и их сотрудников, а также желающих открыть своё дело по теме «Маркетинговые технологии для повышения конкурентоспособности предприятия».

Данное обучение организовал Пермский государственный национальный исследовательский университет.

Все слушатели курсов по итогам обучения получили именной сертификат установленного образца.

В результате обучения слушатели получили знания по следующим тематическим направлениям:



- технологии маркетинговых исследований;
- базовые технологии продвижения товаров и услуг;
- приемы партизанского и вирусного маркетинга;
- ребрендинг и формированием лояльности сотрудников;
- принципы управления взаимоотношениями с клиентами (Customer Relationship Management - CRM);
- трейд-маркетинг и мерчендайзинг.

Все занятия проходили в форме выполнения практических заданий, тренингов.

Прошедший курс семинаров является первой частью специализированного курса массового обучения субъектов предпринимательства и их сотрудников на территории Верхнекамья по федеральной программе «Я - предприниматель», второй частью станет обучение по теме «Операционная эффективность», а также планируется проведение массового обучения молодежи до 30 лет, по теме «Основы предпринимательского дела» в мае 2013 года в Березниках и Соликамске.

(Е.Дьякова, специалист по маркетингу Верхнекамской ТПП)

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ ВК ТПП

Лучшие на Западном Урале

ОАО «Соликамский магниевый завод» удостоен звания «Лучшее энергоэффективное предприятие Западного Урала - 2012», а главный энергетик завода Вячеслав Иванович Даниленко признан победителем конкурса «Лучший энергетик Западного Урала - 2012».

В этом году в шестнадцатый раз Ассоциация энергетиков Западного Урала совместно с министерствами энергетики и жилищно-коммунального хозяйства, а также промышленности, инноваций и науки Пермского края подвели итоги традиционного ежегодного конкурса на присвоение званий: «Лучшее энергоэффективное предприятие Западного Урала», «Лучший энергетик Западного Урала», «Лучшее энергосервисное предприятие Западного Урала».



В конкурсе приняло участие большинство промышленных предприятий и организаций Пермского края, в том числе такие крупные и энергоемкие, как ООО «ЛУКОЙЛ-Пермь», ЗАО «Сибур-Химпром», ОАО НПО «Искра», ООО «ЛУКОЙЛ-ПНОС», ОАО «Энергетик-Пермские моторы», ОАО «Редуктор-Пермские моторы», ООО «Камский кабель», ОАО «Метафракс», ОАО «Соликамский магниевый завод», ОАО «Уралкалий», ОАО «Чусовской металлургический завод», а также муниципальные образования Прикамья.

Имена лауреатов конкурса, добившихся увеличения объемов производства и при этом снизивших удельные нормы расходования энергоресурсов, а значит и себестоимость продукции, были названы на межрегиональной конференции энергетиков, которая состоялась в Перми 20 - 21 февраля. Звания «Лучшее энергоэффективное предприятие Западного Урала - 2012 г.» кроме ОАО «Соликамский магниевый завод» удостоены также ЗАО «Сибур-Химпром» и ОАО «Метафракс». Главные энергетики этих предприятий признаны победителями конкурса «Лучший энергетик Западного Урала - 2012».

(Источник информации: <http://smw.ucoz.ru>)

Березники - Прага: сотрудничество исследователей

В конце декабря, в канун Нового, 2013 года, в столице Чехии – Праге – состоялась международная научно-практическая конференция, посвящённая актуальным социально-экономическим проблемам, вопросам организации и управления в современном мире.

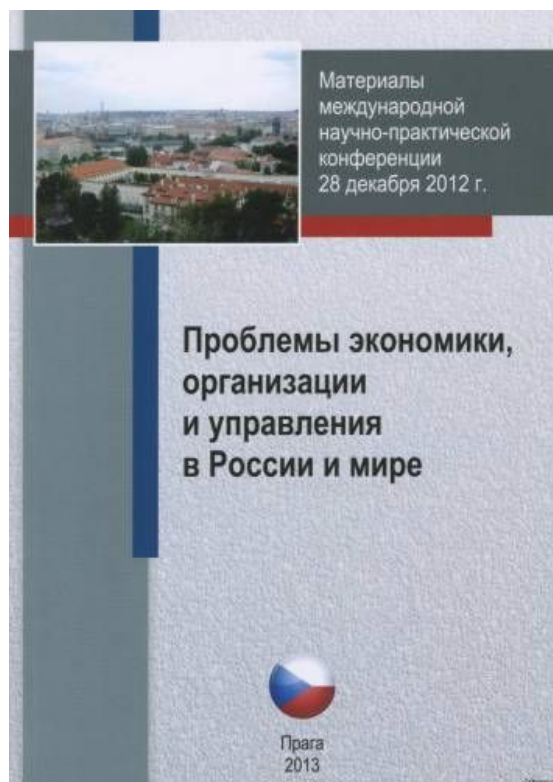
На данный форум были приглашены и исследователи Березниковского филиала Уральского Государственного Экономического Университета: кандидаты исторических наук В.В. Шилов, А.Б. Тимохин и лаборант кафедры общественных наук А.Н. Тарасова.

По техническим причинам (проходила зачётная неделя и начиналась сессия) березниковские исследователи не смогли выехать в Прагу, но направили в оргкомитет международного форума свой доклад, подготовленный на основе новых социологических исследований.

И вот из Чехии в филиал УрГЭУ пришёл солидный, объёмный сборник научных трудов, в котором опубликована на 13 страницах работа В.В. Шилова, А.Б. Тимохина и А.Н. Тарасовой «Региональный туризм как фактор рекреации и инвестиционной привлекательности» (Матер. межд. научн.-практ. конф. – Прага, Чешская республика: WORLD PRESS, 2013. С.547-559. ISBN 978-80-905187-6-6).

В свою очередь, Березниковский филиал УрГЭУ тоже ждёт гостей из Чехии. В конце апреля 2013 г. на базе филиала состоится международная научно-практическая конференция «Регионы в современном мире», заявки на участие в которой поступили уже от 189 учёных из различных регионов РФ и из зарубежных стран.

(Паламарчук Я.А., ст. преподаватель кафедры экономики БФ УрГЭУ)



Линия официально открыта

23 января, состоялось торжественное открытие новой технологической линии промывки и сортирования целлюлозы. Руководство компании отмечает, что новая технология сделает производство более экологичным и ресурсосберегающим.

Пуск новой линии промывки и сортирования целлюлозы состоялся в рамках реализации масштабного проекта «Модернизация оборудования технологической линии по производству волокна и бумаги. Строительство новой технологической линии». Примечательно, что этот проект в 2010 году Приказом № 147 Министерства промышленности и торговли РФ был включен в перечень приоритетных инвестпроектов в области освоения лесов.

Новая технологическая линия имеет ряд преимуществ. Во-первых, снизится нагрузка на окружающую среду



за счет минимизации органических сбросов в сточные воды целлюлозного производства. Во-вторых, будет снижение потребления воды и электроэнергии. В-третьих, повышение производительности и эффективности труда работников в результате автоматизации управления процессами промывки и сортирования. Общая стоимость этого проекта составила более 650 млн. руб.

Заинтересованность в развитии предприятия, реализации проектов проявили руководители Федеральных ведомств, представители Правительства Пермского края, депутаты Законодательного Собрания Пермского края. В успешной реализации проекта финансовыми партнерами ОАО «Соликамскбумпром» выступили ЗАО «ЮникредитБанк» и ОАО «Сбербанк России».

Как отмечает президент ОАО «Соликамскбумпром» Виктор Иванович Баранов, предприятию важно развиваться: «Модернизация всего производства – это гарантия конкурентоспособности предприятия. Внедрение современных технологий не только способствует экономическому росту, но и вызывает уважение к потребителю продукции ОАО «Соликамскбумпром».

(Источник информации: <http://www.solbum.ru>)

Система бюджетирования компании «Метафракс» – победитель конкурса «Проект года»

Система бюджетирования компании «Метафракс» признана победителем первого независимого конкурса на лучший ИТ-проект России. Программный продукт, разработанный компанией «Прогноз», стал лидером в категории «Бизнес-приложения: Финансы». Награда была вручена директору дочерней ИТ-компании «Метафракса» «Метафракс-Информ» Михаилу Стяжкину. Церемонии награждения состоялась 30 января в Москве.

Информационно-аналитическая система «Бюджетирование» - это современный инструмент для автоматизации бюджетных процессов в группе компаний «Метафракс». Внедрение системы позволит сократить сроки подготовки информации, снизить трудозатраты на формирование бюджетов и в конечном счете повысить качество бюджетного управления.

Сегодня информационная система внедрена на предприятии в промышленную эксплуатацию. - С 2014 года география проекта «Бюджетирование» должна расшириться и на остальные предприятия группы, - пояснила финансовый директор ОАО «Метафракс» Марина Сивкова.

Таким образом, к 2015 году весь комплекс задач бюджетирования группы компаний будет автоматизирован.

«Проект года» - первая в истории отечественной ИТ-индустрии премия, где проектные достижения оценивались непосредственно ИТ-руководителями. Организатором конкурса выступило крупнейшее в России сообщество ИТ-директоров Global CIO (при поддержке Союза ИТ-директоров (СоДИТ), а участниками стали 136 российских компаний.

Отличительными чертами конкурса стали открытость и доступность: принять участие, обсудить результаты, а также отдать свой голос за лучший проект года мог любой руководитель ИТ-службы, зарегистрированный на портале Global CIO. Проекты оценивались по нескольким критериям: масштаб проекта, его важность для организации, технологическая сложность и значимость для ИТ-отрасли.

(Источник информации: <http://www.metafrax.ru>)

ОАО «Метафракс» - в числе «Лучших энергоэффективных предприятий Западного Урала»

Ассоциация энергетиков Западного Урала совместно с министерством энергетики и жилищно-коммунального хозяйства, а также министерством промышленности, инноваций и науки Пермского края подвели итоги шестнадцатого традиционного конкурса на присвоение званий: «Лучшее энергоэффективное предприятие Западного Урала» и «Лучший энергетик Западного Урала».

Основными критериями при отборе номинантов конкурса по итогам 2012 года стало снижение энергоемкости внутреннего валового продукта, а также повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции, внедрение новых энергоэффективных технологий и пропаганда политики энергосбережения.

Имена лауреатов конкурса были названы на межрегиональной конференции энергетиков, которая состоялась в Перми 20-21 февраля.

Звания «Лучшее энергоэффективное предприятие Западного Урала-2012г.» удостоены ОАО «Метафракс», ЗАО «Сибур-Химпром» и ОАО «Соликамский магниевый завод». Главные энергетики этих предприятий: Александр Семенович Семин, Андрей Львович Кокарев и Вячеслав Иванович Даниленко признаны победителями конкурса «Лучший энергетик Западного Урала-2012г.».

По оценкам экспертов, названные предприятия добились увеличения объемов производства, снизив при этом удельные нормы расхода энергоресурсов. В торжественной обстановке под аплодисменты участников конференции победителям вручены дипломы и памятные призы.

(Источник информации: <http://www.metafrax.ru>)

«Метафракс» занял вторую позицию в общегосударственном рейтинге предприятий РФ по итогам 2011-2012 года

По результатам статистического ранжирования, основанного на официальной отчетности, компания заняла второе место в РФ (ОКВЭД 24.14.2 «Производство прочих основных органических химических веществ, не включенных в другие группировки»). Об этом сообщил Оргкомитет Национального бизнес-рейтинга в Российской Федерации.

В топ-15 предприятий-лидеров также вошла дочерняя компания предприятия - ООО «Метадинеа», занявшая десятую позицию и включенная в «серебро рейтинга».

Рейтинг был составлен на основе статистических данных. При его составлении учитывались официальные результаты финансовой отчетности предприятий: оборотные активы, капитал и резервы, краткосрочные обязательства, баланс, уставный капитал, кредиторская задолженность, выручка и чистая прибыль.

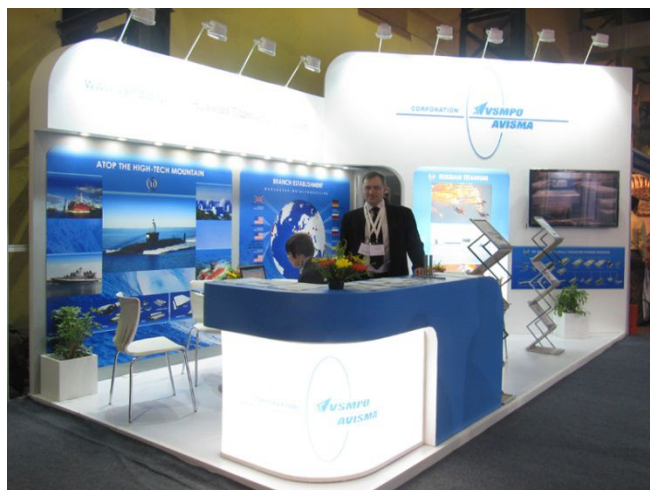
По информации организаторов, основные цели рейтингования - показать привлекательность предприятия для инвесторов и банков, информировать партнеров о состоянии предприятия, а также способствовать становлению честной и открытой конкуренции. Проект воплощает основные принципы авторитетных европейских рейтинговых программ: объективность, прозрачность и честность оценивания; масштабность и комплексность рейтингования (все отрасли, регионы, рынки); доступность и открытость.

Церемония награждения лучших предприятий России состоится 29 мая в Москве.

(Источник информации: <http://www.metafrax.ru>)

Корпорация ВСМПО-АВИСМА на SMM INDIA – 2013

Корпорация ВСМПО-АВИСМА приняла участие в судостроительной выставке SMM India – 2013, которая прошла с 4 по 6 апреля в городе Мумбаи (Индия). Этот региональный проект крупного судостроительного немецкого салона проводится по нечетным годам и предоставляет возможность наладить контакты с высокопоставленными представителями индийской судостроительной промышленности и судоремонтных заводов, индийских ВМС, структурами береговой охраны и судовладельцами.



В этом году делегация ОАО «Корпорация ВСМПО-АВИСМА» под руководством начальника управления по маркетингу и продажам для машиностроения Юлии Шашковой представляла корпоративный стенд оригинальной застройки с использованием аппаратуры для трансляции видеoinформации о производстве титановых пулуфабрикатов, в том числе применяемых в судостроении.

Все три дня выставки были заполнены встречами. Представители ВСМПО-АВИСМА провели переговоры с сотрудниками компании L&T по исполнению контракта, по условиям которого поставка продукции ВСМПО индийскому заказчику будет осуществлена в третьем квартале нынешнего года.

Корпорация заинтересована в расширении партнёрских отношений с Индией, которая планирует вернуть мировой статус крупной морской державы, а, следовательно, развивать свои судостроительные мощности. До кризиса, в 2007-2008 гг. 20% всех мировых морских перевозок принадлежало именно этой стране. По сообщениям индийских СМИ и одной из крупнейших судостроительных компаний L&T уже изготовлена и успешно проходит испытания первая индийская атомная подводная лодка, в

проекте - строительство еще четырёх подобных субмарин с применением титановых сплавов.

Индийских предприятия ведут активное освоение залежей углеводородных ресурсов на континентальном шельфе, что привлекает применение новых технологий и материалов для строительства морских платформ.

(По сообщению Пресс-службы ОАО «Корпорация «ВСМПО-АВИСМА»)

ЭКСПРЕСС-ОБЗОР ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИИ (февраль – апрель 2013 г.)

Приказ ФНС России от 15.01.2013 N ММВ-7-3/9@ «Об утверждении Классификатора видов предпринимательской деятельности, в отношении которых законом субъекта Российской Федерации предусмотрено применение патентной системы налогообложения (КВПДП)»

Разработан Классификатор, предназначенный для идентификации видов предпринимательской деятельности, в отношении которых может применяться патентная система налогообложения.

Классификатор (КВПДП) представляет собой систематизированный свод наименований видов предпринимательской деятельности и их кодов.

Кодовое обозначение вида предпринимательской деятельности включает шесть цифровых знаков:

первые две цифры - код вида предпринимательской деятельности, соответствующий номеру подпункта пункта 2 статьи 346.43 НК РФ;

следующие две цифры - код субъекта РФ;

оставшиеся две цифры - порядковый номер вида деятельности, установленного законом субъекта РФ.

Письмо ФНС России от 31.01.2013 N ЕД-4-3/1333@ «О применении в 2013 году норм статьи 346.32 НК РФ»

Разъяснен порядок уменьшения в 2013 году суммы исчисленного ЕНВД на сумму страховых взносов в ПФР и ФФОМС, уплаченных ИП за себя в фиксированном размере исходя из стоимости страхового года.

ФНС России со ссылкой на письмо Минфина России от 29.12.2012 N 03-11-09/99 сообщает, что налогоплательщики - индивидуальные предприниматели, производящие выплаты и иные вознаграждения физическим лицам (т.е. имеющие наемных работников), не вправе уменьшить сумму исчисленного ими единого налога на вмененный доход на сумму уплаченных за себя страховых взносов.

Если же индивидуальные предприниматели не имеют таких работников, то они вправе уменьшить исчисленную за налоговый период сумму ЕНВД на всю сумму уплаченных за себя страховых взносов в ПФР и ФФОМС.

Письмо ФНС России от 04.02.2013 N ЕД-4-3/1458@ «О направлении письма Министерства финансов Российской Федерации от 28.01.2013 N 03-11-09/10»

При получении патента на право применения патентной системы налогообложения на срок от одного до пяти месяцев включительно сумма налога уплачивается одним платежом в полном объеме

Также сообщается, что в случае получения патента на срок от шести месяцев до календарного года уплата налога производится в два этапа в сроки, указанные в пункте 2 статьи 346.51 НК РФ: первый платеж в размере одной трети суммы налога, второй - в сумме оставшихся двух третей суммы налога.

Если налог не был уплачен в установленные сроки, налогоплательщик считается утратившим право на применение патентной системы налогообложения и обязан пересчитать свои налоговые обязательства в соответствии с общим режимом налогообложения с начала налогового периода, на который ему был выдан патент (пп. 3 п. 6 ст. 346.45 НК РФ).

Информация Росстандарта «Консолидированный информационный перечень продукции, подлежащей обязательному подтверждению соответствия в кодах ТН ВЭД ТС»

В целях получения оперативной информации о необходимости проведения обязательного подтверждения соответствия конкретной продукции, изготавливаемой на территории России (и других государств - членов Таможенного союза) или поступающей на таможенную территорию Таможенного союза, разработан Консолидированный информационный перечень продукции, подлежащей обязательному подтверждению соответствия.

В Перечне учтены положения технических регламентов Российской Федерации, единые перечни продукции, подлежащей обязательному подтверждению соответствия, утвержденные Правительством РФ, единый перечень продукции, подлежащей обязательной оценке (подтверждению) соответствия в рамках Таможенного союза, а также технические регламенты Таможенного союза (по мере их вступления в действие).

Перечень содержит информацию о документах, подтверждающих соответствие продукции, необходимых для выпуска ее в обращение, о нормативных правовых актах, определяющих формы обязательного подтверждения соответствия, исходя из наименования продукции и кода Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Таможенного союза.

Формат перечня позволяет проводить поиск по наименованию продукции или коду ТН ВЭД ТС, а также принимать обоснованные решения по выбору документов, подтверждающих соответствие продукции.

Приказ Минтруда России от 12.12.2012 N 590н «О внесении изменений в Порядок проведения аттестации рабочих мест по условиям труда, утвержденный приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 26 апреля 2011 г. N 342н»

Аттестация рабочих мест по условиям труда будет проводиться только по определенным видам работ.

Приказом от 12.12.2012 N 590н (далее - Приказ) Минтруд России утвердил изменения, которые будут внесены в Порядок проведения аттестации рабочих мест по условиям труда (далее - Порядок). 6 февраля 2013 г. Приказ был зарегистрирован в Минюсте России, и велика вероятность того, что документ будет опубликован в ближайшем будущем. Он вступит в силу по истечении 10 дней после дня официального опубликования.

На необходимость внесения поправок в действующий Порядок указывало Минэкономразвития России в Заключении от 12.05.2012 «Об экспертизе Приказа Минздравсоцразвития России от 26 апреля 2011 г. N 342н «Об утверждении Порядка проведения аттестации рабочих мест по условиям труда». Рассматриваемый Приказ учел большинство замечаний, высказанных в указанном заключении.

Сократится число рабочих мест, подлежащих аттестации.

В соответствии с Приказом работодателю нужно будет проводить аттестацию не всех своих рабочих мест. Она будет проводиться только в отношении рабочих мест, предусматривающих выполнение определенных видов работ (трудовой функции), при осуществлении которых есть реальная вероятность причинения вреда здоровью работника.

К таким работам отнесены:

- эксплуатация, обслуживание, испытание, наладка и ремонт оборудования, машин, механизмов, установок, устройств, аппаратов, транспортных средств, а также работа с указанными объектами;

- работа с источниками опасностей, которые могут оказывать вредное воздействие на работника, определяемые аттестационной комиссией исходя из критериев оценки условий труда;

- работа с электрифицированным, механизированным или иным ручным инструментом;

- хранение, перемещение и (или) применение сырья и материалов.

Если сотрудник работает только за компьютером, то его рабочее место не нужно будет аттестовывать.

Приказ фактически освободит от проведения аттестации тех работодателей, чьи сотрудники работают только за компьютерами. Данное правило четко прописано в Приказе. Он определяет, что не требуется аттестация мест, на которых работники заняты работой исключительно на персональных компьютерах и (или) эксплуатируют аппараты копировально-множительной техники настольного типа, единичные стационарные

копировально-множительные аппараты, используемые периодически для нужд самой организации, иную офисную организационную технику, а также бытовую технику, не используемую в технологическом процессе производства.

По общему правилу не потребуется проводить повторную аттестацию, если условия труда признаны безопасными.

Приказом по-новому определены сроки проведения повторной аттестации. Так, если в результате предыдущей аттестации рабочих мест условия труда признаны безопасными, то работодателю не нужно будет проводить повторную аттестацию. Напомним, в действующей редакции Порядка предусмотрено, что работодатель должен проводить аттестацию рабочих мест по условиям труда не реже одного раза в пять лет.

Однако новое правило не означает, что если рабочие места были признаны безопасными, то повторная аттестация в отношении них не будет проводиться никогда. При наступлении соответствующих оснований будет осуществляться внеплановая аттестация (например, в связи с заменой производственного оборудования или изменением технологического процесса).

Если же по результатам аттестации будет установлено, что условия труда являются вредными и (или) опасными, либо если имеются основания для обязательного проведения предварительных и периодических медицинских осмотров (обследований), то повторная аттестация таких рабочих мест будет проводиться так же, как и раньше - раз в пять лет.

Положение об отсутствии необходимости в проведении повторной аттестации после вступления Приказа в силу будет распространяться на все уже прошедшие аттестацию рабочие места, на которых условия труда признаны безопасными.

Определено, что следует понимать под вновь организованным рабочим местом.

Еще одним нововведением станет точное определение момента, с которого рабочее место считается вновь организованным. Отметим, что в действующей редакции Порядка термин «вновь организованное рабочее место» употребляется, но его содержание не раскрывается.

В соответствии с Приказом рабочие места будут признаваться вновь организованными в следующих случаях:

- они образованы при создании юридического лица, регистрации индивидуального предпринимателя;
- они организованы по завершении строительства, реконструкции, технического перевооружения производственных объектов, производства и внедрения новой техники или новых технологий, влияющих на уровни показателей факторов производственной среды и трудового процесса.

Любые вновь организованные рабочие места должны быть закреплены в структуре организации соответствующей исполнительной технической документацией и локальными нормативными актами работодателя.

Приказ устанавливает более продолжительный срок, в течение которого необходимо провести аттестацию вновь организованных рабочих мест, созданных в

результате реализации проектов строительства, реконструкции, технического перевооружения производственных объектов, а также производства и внедрения новых технологий. В таком случае первая аттестация рабочих мест должна быть проведена после достижения показателей и характеристик, предусмотренных указанными проектами, но не позднее одного года с момента создания этих рабочих мест (а не 60 рабочих дней с момента их ввода в эксплуатацию, как предусмотрено действующей редакцией Порядка).

Установлены новые основания для проведения внеплановой аттестации.

Еще одним новшеством, предусмотренным Приказом, является изменение оснований для внеплановой аттестации рабочих мест. Новыми основаниями станут:

- обращение работника, представителя выборного органа первичной профсоюзной организации или иного представительного органа работников с заявлением к работодателю о проведении аттестации на соответствующем рабочем месте;
- выдача предписания Рострудом и его территориальными органами (региональными госинспекциями труда).

Приказ Минтруда России от 12.12.2012 N 590н «О внесении изменений в Порядок проведения аттестации рабочих мест по условиям труда, утвержденный приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 26 апреля 2011 г. N 342н». Зарегистрировано в Минюсте России 06.02.2013 N 26881.

Конкретизирован перечень рабочих мест, подлежащих аттестации.

Установлено, что аттестации подлежат рабочие места работодателя, в том числе рабочие места, организованные при создании юридического лица или регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, а также организованные по завершении строительства, реконструкции, технического перевооружения производственных объектов, производства и внедрения новой техники или новых технологий, влияющих на уровни показателей факторов производственной среды и трудового процесса, на которых заняты работники, трудовая функция которых предусматривает:

- работу с оборудованием, машинами, механизмами, установками, аппаратами, транспортными средствами;
- эксплуатацию, обслуживание, испытание, наладку, ремонт оборудования, машин, механизмов, установок, устройств, аппаратов, транспортных средств;
- работу с источниками опасностей, способными оказывать вредное воздействие на работника;
- использование электрифицированного, механизированного или иного ручного механизма;
- хранение, перемещение или применение сырья и материалов.

Исключение составляют рабочие места, на которых работники заняты исключительно на персональных ЭВМ или эксплуатируют аппараты копировально-множительной техники настольного типа, используемые периодически для нужд самой организации, или иную оргтехнику, не используемую в технологическом процессе производства.

В настоящее время аттестации подлежат все рабочие места работодателя.

Также уточнен порядок проведения внеплановой аттестации рабочих мест по условиям труда и порядок заполнения карты аттестации рабочего места.

Приказ ФТС России от 27.12.2012 N 2668 «О внесении изменения в Типовую форму соглашения о применении централизованного порядка уплаты таможенных пошлин, налогов, утвержденную приказом ФТС России от 2 ноября 2011 г. N 2245». Зарегистрировано в Минюсте России 06.02.2013 N 26876.

Уточнены дополнительные обязанности плательщика таможенных пошлин, налогов, предусмотренные соглашением о применении централизованного порядка уплаты таможенных пошлин, налогов.

Согласно изменениям, внесенным в Типовую форму соглашения, компания-плательщик в срок до 20 числа месяца, предшествующего первому месяцу отчетного квартала, направляет в ФТС России информацию о прогнозируемых к уплате суммах вывозных таможенных пошлин в отчетном квартале (помесячно) с указанием объемов по экспортируемым товарам (в разбивке до 6 знака десятизначного кодового обозначения по единой ТН ВЭД ТС).

Приказ вступает в силу по истечении 30 дней после дня его официального опубликования.

Постановление Правительства РФ от 09.02.2013 N 101 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства»

Предельные значения выручки для целей отнесения хозяйствующих субъектов к субъектам малого и среднего предпринимательства сохранены в прежних размерах

Предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) устанавливаются Правительством РФ один раз в пять лет с учетом данных сплошных статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства.

Согласно утвержденному Правительством РФ постановлению предельные значения выручки, как и ранее, не должны превышать следующих значений:

- для микропредприятий - не более 60 млн. рублей;
- для малых предприятий - не более 400 млн. рублей;
- для средних предприятий - не более 1000 млн. рублей.

Постановление Правительства РФ от 22.07.2008 N 556, которым были утверждены аналогичные показатели, признано утратившим силу.

Информация ФТС России от 15.02.2013

ФТС России информирует о порядке действий плательщиков таможенных пошлин, налогов в связи со снижением ставки таможенных сборов при подаче декларации в электронной форме.

Постановлением Правительства РФ от 12 декабря 2012 г. N 1286 были внесены изменения в Постановление Правительства РФ от 28 декабря 2004 г. N 863 «О ставках таможенных сборов за таможенные операции» в части установления ставки таможенных сборов за таможенные операции в размере 75 процентов от ставок таможенных сборов, установленных Постановлением Правительства РФ N 863, при подаче декларации на товары в электронной форме.

Постановление Правительства РФ N 1286 вступило в силу с 18 января 2013 г. и распространяется на правоотношения, возникшие с 21 августа 2012 года.

В связи с этим сообщается, в частности, что для возврата излишне уплаченных таможенных сборов декларанту или таможенному представителю необходимо обратиться в таможенный орган, в котором произведено декларирование товаров, с мотивированным письменным обращением о внесении изменений и дополнений в графу 47 «Исчисление платежей» декларации на товары в порядке, установленном Решением Комиссии Таможенного союза от 20 мая 2010 г. N 255 «О порядке внесения изменений и (или) дополнений в декларацию на товары после выпуска товаров».

После вынесения решения таможенным органом об изменении и (или) дополнении сведений, заявленных в декларации на товары, и проставления в установленном порядке отметок уполномоченным должностным лицом таможенного органа на формах корректировки декларации на товары, плательщик таможенных пошлин, налогов может обратиться с заявлением о возврате излишне уплаченных таможенных сборов за таможенные операции.

К заявлению о возврате излишне уплаченных или излишне взысканных сумм таможенных пошлин, налогов должны прилагаться документы, перечень которых поименован в части 2 статьи 147 Федерального закона от 27 ноября 2010 г. N 311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации».

Письмо ФНС России от 18.02.2013 N АС-4-2/2696@ «Об изменениях в законодательстве Российской Федерации о применении контрольно-кассовой техники»

Индивидуальные предприниматели, применяющие патентную систему налогообложения, вправе не применять ККТ.

Указанные налогоплательщики могут осуществлять наличные денежные расчеты и (или) расчеты с использованием платежных карт без применения ККТ при условии

выдачи по требованию покупателя (клиента) документа, подтверждающего прием денежных средств за соответствующий товар (работу, услугу).

Помимо этого, ФНС России напоминает также об отмене с 1 января 2013 года требования, касающегося обязательного наличия на корпусе ККТ знака «Государственный реестр» (Постановление Правительства РФ от 17.12.2012 N 1319).

Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 12.03.2013 N 4 «О Пояснениях к единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Таможенного союза»

Государствам - членам Таможенного союза и Единого экономического пространства рекомендовано применять новые Пояснения к единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Таможенного союза.

Пояснения к единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Таможенного союза - один из вспомогательных рабочих материалов, призванных обеспечить единообразную интерпретацию и применение ТН ВЭД ТС.

Пояснения содержат толкования содержания позиций номенклатуры, термины, краткие описания товаров и областей их возможного применения, классификационные признаки и конкретные перечни товаров, включаемых или исключаемых из тех или иных позиций, методы определения различных параметров товаров и другую информацию, необходимую для однозначного отнесения конкретного товара к определенной позиции ТН ВЭД ТС.

Рекомендация вводится в действие с даты вступления в силу Решения Коллегии Евразийской экономической комиссии от 12 марта 2013 года N 39 «О применении Пояснений к единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Таможенного союза».

Письмо ФНС России от 06.03.2013 N ЕД-4-3/3776@ «О направлении письма Минфина России от 13.02.2013 N 03-11-09/3758»

Налоговый кодекс РФ не содержит запрета на совмещение индивидуальными предпринимателями УСН и патентной системы налогообложения.

Если налогоплательщик совмещает два указанных специальных налоговых режима, то в налоговой декларации по УСН доходы определяются без учета доходов от предпринимательской деятельности, в отношении которой применяется патентная система налогообложения.

Аналогичным образом определяются доходы для целей исчисления минимального налога, уплачиваемого налогоплательщиками УСН, в случае, если за налоговый период сумма исчисленного в общем порядке налога меньше суммы исчисленного минимального налога.

Постановление Правления ПФ РФ от 28.01.2013 N 17п «О внесении изменений в постановление Правления Пенсионного фонда Российской Федерации от 31 июля 2006 г. N 192п». Зарегистрировано в Минюсте России 18.03.2013 N 27739.

Документы индивидуального (персонифицированного) учета в системе обязательного пенсионного страхования дополнены новыми формами.

В перечень форм документов индивидуального (персонифицированного) учета включены:

- форма СЗВ-6-4 «Сведения о сумме выплат и иных вознаграждений, о начисленных и уплаченных страховых взносах на обязательное пенсионное страхование и страховом стаже застрахованного лица»;
- форма АДВ-6-5 «Опись документов сведений о сумме выплат и иных вознаграждений, о начисленных и уплаченных страховых взносах на обязательное пенсионное страхование и страховом стаже застрахованного лица».

Связано это с тем, что с 2013 года организациям и индивидуальным предпринимателям необходимо уплачивать дополнительные взносы в ПФР с выплат тем работникам, которые трудятся в условиях, дающих им право на досрочную пенсию (размер тарифа дифференцируется в зависимости от вида работ).

Сведения в соответствии с указанными формами должны будут представляться с первого отчетного периода 2013 года.

Приказ ФНС России от 27.12.2012 N ММВ-7-3/1014@ «Об утверждении формы патента на право применения патентной системы налогообложения»

Налогоплательщикам ПСН будут выдавать патент на право применения данной системы налогообложения в соответствии с утвержденной формой.

Утверждена форма документа (патента), удостоверяющего право на применение ПСН. Патентная система налогообложения для индивидуальных предпринимателей (ПСН) применяется с 1 января 2013 года. Патент выдается налоговым органом по месту постановки ИП на учет в качестве налогоплательщика, применяющего ПСН. Патент действует на территории того субъекта РФ, который указан в патенте.

Напомним также, что до утверждения в установленном порядке формы патента (форма N 26.5-П) налогоплательщикам ПСН с 1 декабря 2012 года выдавался патент в соответствии с рекомендуемой формой, доведенной до налоговых органов Письмом ФНС России от 30.11.2012 N ЕД-4-3/20218@.

Письмо ФНС России от 22.03.2013 N ЕД-4-3/5024@ «О направлении письма Министерства финансов Российской Федерации от 28.02.2013 N 03-11-09/5817»

Размер потенциального годового дохода, возможного к получению индивидуальным предпринимателем в рамках патентной системы налогообложения, определяется по месту его постановки на учет в качестве налогоплательщика ПСН.

Размеры потенциально возможного к получению годового дохода по видам предпринимательской деятельности, в отношении которых применяется ПСН, устанавливаются законами субъектов РФ с учетом, в частности, минимальной величины

(100 тыс. рублей) и максимальной величины (1 млн. рублей). Максимальная величина может быть увеличена не более чем в пять раз при численности населения города более 1 млн. человек.

Патент выдается ИП по месту его постановки на учет в качестве налогоплательщика ПСН в налоговом органе того субъекта РФ, на территории которого планируется осуществлять предпринимательскую деятельность, подпадающую под действие ПСН. Соответственно по месту постановки на учет индивидуального предпринимателя будет определен и размер его потенциального годового дохода, возможного к получению при осуществлении на территории данного субъекта РФ соответствующего вида деятельности.

Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 26.03.2013 N 53 «О внесении изменений в Правила применения метода определения таможенной стоимости товаров по стоимости сделки с ввозимыми товарами (метод 1) и прекращении действия Рекомендации Коллегии Евразийской экономической комиссии от 20 июня 2012 г. N 1»

В Правила применения метода определения таможенной стоимости товаров по стоимости сделки с ввозимыми товарами (метод 1) включен дополнительный раздел «Проверка влияния взаимосвязи между продавцом и покупателем на цену, фактически уплаченную или подлежащую уплате за ввозимые товары».

Сведения о наличии взаимосвязи между продавцом и покупателем, а также о ее влиянии на цену, фактически уплаченную или подлежащую уплате, заявляются декларантом (таможенным представителем) в декларации таможенной стоимости.

Факт взаимосвязи между продавцом и покупателем сам по себе не является основанием для признания стоимости сделки неприемлемой для целей определения таможенной стоимости товаров.

В случае если в ходе проведения контроля таможенной стоимости ввозимых товаров таможенный орган не обнаружил признаков влияния взаимосвязи между продавцом и покупателем на цену, фактически уплаченную или подлежащую уплате, то есть оснований для признания стоимости сделки неприемлемой для целей определения таможенной стоимости товаров, то заявленная декларантом (таможенным представителем) таможенная стоимость ввозимых товаров при отсутствии иных признаков недостоверности заявленных сведений о таможенной стоимости товаров должна быть принята без проведения дополнительной проверки, предусмотренной статьей 69 Таможенного кодекса Таможенного союза (ТК ТС).

В случае если декларантом (таможенным представителем) не представлены ни документы и сведения, подтверждающие, что стоимость сделки близка к одной из проверочных величин, ни документы и сведения, отражающие сопутствующие продаже обстоятельства, в том числе дополнительно запрошенные таможенным органом, ни объяснение причин, по которым запрошенные документы и сведения не могут быть представлены, либо представленные документы и сведения не устраняют обнаруженные признаки влияния взаимосвязи между продавцом и покупателем на цену, фактически уплаченную или подлежащую уплате за ввозимые товары, то таможенный орган в соответствии с пунктом 4 статьи 69 ТК ТС принимает решение о корректировке заявленной таможенной стоимости товаров.

Письмо ФНС России от 03.04.2013 N ЕД-4-3/5870@ «О применении патентной системы налогообложения»

Налогоплательщики, утратившие право на применение упрощенной системы налогообложения на основе патента, вправе перейти на патентную систему налогообложения, не дожидаясь истечения трехлетнего срока

С 1 января 2013 года утратили силу положения Налогового кодекса РФ, регулирующие применение индивидуальными предпринимателями упрощенной системы налогообложения на основе патента. Данными положениями предусматривалось, в частности, что в случае утраты права на применение этой системы налогообложения (в том числе при неоплате стоимости патента в установленный срок), вновь перейти на УСН можно не ранее чем через три года.

Сообщается, что указанные положения не могут распространяться на правоотношения, возникающие в связи с применением патентной системы налогообложения.

«Пояснения к единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Таможенного союза (ТН ВЭД ТС). Том II. Разделы VI - VIII. Группы 29 - 43

Подготовлен второй том Пояснений к ТН ВЭД ТС, разделы VI - VIII, группы 29 – 43.

Пояснения к единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Таможенного союза - один из вспомогательных рабочих материалов, призванных обеспечить единообразную интерпретацию и применение ТН ВЭД ТС.

Пояснения содержат толкования содержания позиций номенклатуры, термины, краткие описания товаров и областей их возможного применения, классификационные признаки и конкретные перечни товаров, включаемых или исключаемых из тех или иных позиций, методы определения различных параметров товаров и другую информацию, необходимую для однозначного отнесения конкретного товара к определенной позиции ТН ВЭД ТС.

(По материалам СПС «КонсультантПлюс»)

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЮ НА ЗАМЕТКУ

Как выбрать имя бизнесу: этапы создания бренда или торговой марки

Имя бренда, товара или услуги замещает представление о бренде и сам товар во всех коммуникациях. С именем бренда или бизнеса чаще всего контактируют потребители, и, как правило, это самый активный коммуникатор. Первое впечатление часто определяет отношение потребителя к фирме или продукту, обозначенному торговой маркой. Как следует создавать названия для бизнеса, фирмы, продуктов или марок, где их искать?



Почему имя бренда — один из важнейших марочных атрибутов? В первую очередь потому, что имя замещает представление о бренде и сам товар во всех коммуникациях, связанных с маркой. Когда мы приходим в магазин, то не говорим: «Дайте мне бутылку сильногазированного прохладительного напитка на пряно-ароматическом растительном сырье». Скорее всего мы скажем: «Мне бутылочку "Байкала"». Вторая причина: с именем бренда чаще всего контактируют потребители, и, как правило, это самый активный коммуникатор. Первое впечатление часто определяет отношение потребителя к фирме или продукту, обозначенному торговой маркой. Особое значение имени бренда подчеркивают Эл и Лора Райс, назвав один из 22 непреложных законов брендинга Законом имени: «Из всех задач брендинга важнейшей, пожалуй, является имя, которое вы дадите своему товару или услуге».

Прежде чем ответить на вопрос, каким должно быть хорошее имя для бренда, рассмотрим, какими именами и названиями предпочитают пользоваться люди. Каждый предмет и явление имеет свое словесное обозначение, но иногда люди называют их по-

своему.

Точность и емкость. Часто потребители сами заменяют сложившееся название или имя марки на народное выражение, которое настолько «прирастает» к нему, что первоначальное имя практически перестает использоваться. Почему автоматический фотоаппарат стали называть «мыльницей»? По двум причинам: во-первых, он действительно похож на мыльницу по форме и, во-вторых, обращаться с ним так же просто. Многие слова «прилипали» к товару, так как они очень метко характеризовали форму и конструктивные особенности: так, «тарелкой» называют спутниковую антенну, «книжкой» — стол аналогичной конструкции.

Краткость. Как люди называют «Промышленно-строительный банк»? «Промстройбанком» или еще — «ПСБ». Почему не полным наименованием? Слишком длинно. По этой же причине Сберегательный банк России именуют в народе «Сбербанком», говорят не «Центральная клиническая больница», а «ЦКБ». Поэтому операционная система «Microsoft Windows» была упрощена до «Винды», компьютер сократили до «компа», «Apple Macintosh» стал простым «Маком». Сокращение длинных и сложных наименований до простого и выразительного слова характерно не только для российских потребителей.

Экспрессивность. Важной особенностью русского языка является его экспрессивность, т. е. способность передавать в речи не только содержание понятия, но и свое отношение к нему. Так, замена слова «телевизор» на «ящик» передает пренебрежительное отношение к качеству передаваемой информации и уровню передач. Или нейтральное слово «ресторан» часто замещается выразительным словом «кабак», выражающим атмосферу, качество кухни и уровень обслуживания. Негативное отношение к использованию готовой фонограммы на концертах передается в коротком и язвительном слове «фанера»: в нем выражено что-то примитивное, грубое и ненастоящее.

Благозвучие. В языке встречаются такие слова, для произнесения которых требуется внутреннее усилие, говорить такие выражения неприятно. Как правило, в конкуренции между словами побеждают помимо всего прочего те из них, которые более приятны на слух. Например, слово «самолет» более соответствует строю русского языка, чем «аэроплан». Такие же метаморфозы происходят и с названиями марок. Пакет молока завода «Петмол» стали называть «пятнистым» за коровью раскраску.

Таким образом, если мы не хотим, чтобы предложенное производителями название бренд не заменил своим хлестким словом, нужно позаботиться о том, чтобы имя бренда было точным, емким, кратким, живым, эмоциональным и благозвучным. Имя бренда должно быть пригодно для использования в различных марочных коммуникациях и разнообразных контекстах использования. Марочное название также не должно надоедать или раздражать при длительном и интенсивном использовании. Это общие требования к имени бренда.



Содержательные требования к имени бренда

Имя бренда является одним из самых активных коммуникаторов, поэтому желательно, чтобы оно содержало ключевую информацию для своих потребителей.

1. Правильно подобранное имя должно быть очень точным и содержательным, указывать на одну (несколько) из следующих категорий или ассоциироваться с ними:

идея позиционирования марки;

суть бренда;

главное отличие от конкурентных марок;

основная выгода или преимущество для потребителей;

результат от использования, получаемый потребителем;

назначение товара, товарная категория;

основные аспекты качества или свидетельства о качестве;

состав, конструктивные особенности товара;

торговое предложение своим потребителям;

главная ценность марки с точки зрения потребителей;

стиль и уровень жизни потребителя;

мотивы, побуждающие потребителей купить данную марку;

ценовая категория;

ситуации использования товара;

ситуации покупки товара.

2. Другим требованием к имени бренда является отсутствие негативных ассоциаций с перечисленными категориями. Название марки не должно вводить потребителей в заблуждение, снижать возникающее в их восприятии качество товара, противоречить идентичности бренда или размывать представление о назначении, выгоде и преимуществах данного бренда.

Как правило, удачное имя бренда содержит указания сразу на несколько категорий или ассоциируется с ними.



Формальные требования к имени бренда

Название марки — это слово или словосочетание, и оно должно соответствовать требованиям, связанным с его устным и письменным использованием, отвечая следующим критериям.

1. Фонетические критерии:

Имя должно ритмично и легко произноситься и соответствовать звуковому строю языка, в котором используется название.

Имя по звучанию должно существенно отличаться от имен конкурентных товаров.

2. Фоносемантический критерий. Если имя является неологизмом, его звучание должно вызывать позитивные ассоциации, соответствующие идентичности бренда.

3. Морфологический критерий. Для составных, гибридных, сокращенных слов и аббревиатур значения каждой из составных частей и целого слова и связанные с ними ассоциации должны соответствовать идентичности бренда.

4. Лексический критерий. Значение слова из активной лексики должно соответствовать идентичности бренда.

5. Семантические критерии:

Вызываемые словом ассоциации должны соответствовать идентичности бренда.

Имя не должно вызывать негативных ассоциаций на всех языках его использования в контексте идентичности бренда.

6. Лексикографические критерии:

Печатное название должно легко читаться.

Должно быть понятно, написано ли это имя кириллицей или латиницей.

Постановка ударений в названии не должна вызывать затруднений.

7. Критерий восприятия и запоминания. Имя должно легко восприниматься и хорошо запоминаться.

8. Юридические критерии.

Товарные знаки с таким названием не должны быть зарегистрированы в данном классе и стране возможного использования знаков.

Имя не должно относиться к категории названий, не подлежащих регистрации в качестве словесного товарного знака.

Этапы создания имени бренда

Создание имени для марки — это длительный и многоступенчатый процесс, и его можно разделить на девять основных этапов.

1. Маркетинговый блок:

анализ производимого товара (назначение, качество, польза, выгода и т. п.);

конкурентный анализ (сегменты потребителей, ценовая категория, позиционирование, названия и т. п.);

сегментирование потребителей (в том числе изучение их ожиданий от товарной группы, восприятия качества, жизненных ценностей, стиля жизни, особенностей потребления и т. п.).

2. Позиционирование бренда (в том числе концепция позиционирования).

3. Идентичность бренда (в том числе суть бренда).

4. Утверждение содержательных и формальных требований к имени.

5. Создание серии имен, удовлетворяющих заявленным требованиям.

6. Построение семантических полей для имен.

7. Экспертное тестирование имен.

8. Тестирование имен потребительскими группами.

9. Правовая экспертиза.

Способы образования имен брендов

Как следует создавать названия для марок, где их искать? Обратимся к уже существующим именам. Большинство названий можно разделить, обратившись к их морфологии. Такая классификация достаточно условна: некоторые названия попадают в две или три категории одновременно. Например, имя «БиЛайн» имеет отношение к категориям «иностранный слог» (bee — в переводе с английского — «пчела» + line — «линия»), «составной слог» (образовано путем сложения двух слогов) и «метафора» («би» — двойная, надежная + «лайн» — линия, связь). Название Lego попадает в категории «иностранный слог», «аббревиатура» и «синекдоха»

Встречаются и такие имена, которые невозможно отнести к какой-либо категории, трудно даже понять, какое оно имеет отношение к товару, его особенностям, фирме или ее основателю. Однако можно ли такие названия назвать удачными? При желании можно дополнить таблицу 28-й категорией. «Произвольное название».

Таблица. Категории имен брендов

№ п/ п	Категория	Содержание категории	Примеры
1	Составное слово	Слово, образованное при сложении двух слов	Альфа-Банк, Аэрофлот, БиЛайн, Быстросуп, Союзконтракт, Alldays, Aquafresh, Beefeater, Carefree, Citibank, Computerland, DeskJet, GoldStar, MasterCard, Newsweek, Oldsmobile, PowerBook, Rollerblade, Safeguard, Sunlight, Sunsilk, Thunderbird, Volkswagen
2	Гибрид	Окончание одного слова переходит в начало другого слова	Библион, Быстроном, Фруктайм, Eveready, ReaLook
3	Аббревиатура	Сложное слово, состоящее из усечений нескольких слов	Инкомбанк, КАМАЗ, Кампомос, Максидом, Макфа, Метроком, Петмол, Промэк, Росинкас, Связьинвест, Союзстройтрест, Фругурт, Bio-Max, Calibaker, Duracell, Durex, Electrolux, Epson, FedEx, Finnair, Microsoft, Nescafe, Netscape, Nissan, O riflame, Quicktionary, WorldCom
4	Сокращение	Сокращенное слово	Кимо, Меди, Стома, Шок, Fanta, Intel, Mand rin, Optima, Oxy, T rico
5	Акроним	Слово, состоящее из первых букв составных слов	ВАЗ, ГАЗ, ЗИЛ, МТС, НТВ, РАО ЕЭС, ABB, AOL, AGFA, AT&T, BASF, BBC, BMW, DHL, DVD, Fiat, GAP, GE, GSM, IBM, JVC, Ikea, KBE, KLM, LG, Minolta, MTV, NEC, O . B . , Ramec, Saab, TDK, UPS
6	Ассоциация	Название, вызывающее ассоциации с выгодой, назначением продукта, способом использования, местом происхождения товара	Азарт, Бирюса, Ворожея, Держава, Домик в деревне, Волшебный, Делми, Добрый, Заря, Исток, Лиляя, Пикадор, Роколог, Рондо, Сонет, Стинол, Толстяк, Черный жемчуг, Чудо, Эльт, Barbie, Blend-a-med, Bounty, Calve, Comet, Cottonelle, Dove, Fruitella, Fruttis, MaxFactor, Mentos, Motorola, Old Spice, Orbit, Pantene, Pringles, Rolex, Snickers, Sony, Tide, Viola
7	Звуковая ассоциация	Название, по звучанию ассоциируемое со свойствами товара	Олейна, Лисма, Масленкино, Gaoo, Jeep, Lexus, Supe ria, Tampax, Wella, Whiskas, Yahoo!, Zippo
8	Мимикрия	Название, имитирующее звучание известного слова	Absolut, Beaute, Biz, B rite, Chef, Euroflite, Isi, Kleenex, Kool, L'eggs, Miller Lite, Nesquik, NRG, Pizza Hut, PlaySkool, Swatch, Twix, Polar Bear

9	Аллитерация	Название, состоящее из ритмичных повторов согласных звуков	Милая Мила, Сам Самыч, Тото, Chupa-Chups, Coca-Cola, Kiki, Kitekat, KitKat, Naf-Naf, Piggly-Wiggly, Sisi, Tic-Tac
10	Рифма	Рифмованное словосочетание	7/Eleven, Buy & Fly, Pickwick, Tutti-Frutti
11	Иностранное слово	Название, заимствованное из другого языка	БиЛайн, Гейша, Гранд, Дельта, Кей, Лэнд, Люкс, Модус, Прима, Равиолло, Раптор, Тюнс, Фиеста, Фумитокс, Эдванс, AltaVista, Audi, BonAqua, GoodWin, Herbina, Invite, Lego, L'Oreal, Lucent, Nivea, Oggi, Omega, Reebok, Sobranie, Stoli, Taurus, Tsar, Ursa, Verbatim, Visa, Volvo, Xerox
12	Фамилия основателя	Название, в основе которого лежит фамилия основателя компании	Довгань, Калашников, Коркунов, МИГ, Смирнов, СУ, Фаберже, Adidas, Bacardi, Bic, Boeing, Bosch, Braun, Brooke Bond, Cadbury, Casio, Chane 1 №5, Colgate, Fazer, Gillette, Grundig, IKEA, Knorr, Lays, Levi's, Lipton, Maggi, Mars, Martini, McDonald's, Nestle, Parker, Philips, Schweppes, Siemens, Tinkoff, Unilever, W rigley, Yamaha
13	Имя	Женское или мужское имя	Александра и Софья, Аленка, Антошка, Аркадия, Афанасий, Даша, Дарья, Лада, Лиза, Линда, Мария Маруся, Машенька, Митя, Мишка на севере, Элис, Mercedes, Sandra
14	Топоним	Географическое название, чаще всего связанное с местом происхождения продукта	Бавария, Балтика, Балтимор, Беларусь, Богемия, Боржом, Вена, Волга, Жигули, Запорожец, Клинское, Минск, Москвич, Нарзан, Невское, Ока, Очаково, Питер, Покров, Прогаль, Сибирская, Таврия, Черноголовка, Шатура, Alka-Selter, Fmlandia, Fuji, Gosser, Hitachi, Holstein, Malibu, Nokia, Rio Grande, Salem, Sanpellegrino, Seltzer, Winston
15	Природа	Название животного или растения, ассоциируемое со свойствами продукта	Аист, Белочка, Белый орел, Великий тигр, Калина, Кобра, Колибри, Нива, Новый жемчуг, Сила лета, Сокол, Спрут, Стебель бамбука, Три кита, Три медведя, Черный жемчуг, Alligator, Camel, Eagle, Falcon, Jaguar, Lion, Mongoose, Mountain Dew, Mustang, Panda, Puma, Red Bull, Scorpio, Tiger, Thunderbird

16	Исторические корни	Историческое название, ассоциируемое со свойством или происхождением продукта	Афанасий, Беломорканал, Большевик, Витязь, Золото скифов, Иван Поддубный, Император, Империял, Корона Российской империи, Монарх, Петр I, Принц, Распутин, Рот Фронт, Степан Разин, Титаник, Царь-батюшка, Царь-пушка, Чайковский, Юнкерское, Bond Street, Cadillac, Cardinal, Cesar, Goodyear, Lincoln, Marlboro, Napoleon, Oracle, Pontiac
17	Мифологические, сказочные корни	Мифологические или сказочные персонажи, ассоциируемые со свойствами продукта	Аленушка, Аякс, Велес, Геркулес, Дионис, Колобок, Красная шапочка, Маленькая фея, Морозко, Парнас, Петрушка, Титан, Три богатыря, Три медведя, Троя, Цербер, Acura, Ariel, Fairy, Mazda, Mercury, Nike, Odyssey, Olympus, Samsung, Saturn, Sprite
18	Цитата	Название или выражение из известного произведения	33 коровы, Айболит, Дикая орхидея, Дядя Степа, Золотой ключик, Мойдодыр, Обломов, Простоквашино, Снежная королева, Старик Хоттабыч, Три поросенка, Три толстяка, Bada Boom, Hakuna Matata
19	Метафора	Название из одного класса, перенесенное на сходный класс	Богатырь, Бочкарев, Быстрое, Злато, Золотая чаша, Кристалл, Любимый сад, Маленькая фея, Масленкино, Морозко, Пекарь, Пышка, Радуга, Сладко, Спасские ворота, Цветы России, Coldrex, Compaq, Dr. Mom, Durex, GoodWin, Minton, More, Mr. Doors, Roach Motel, Rollerblade, Secret, Sorti, Sprint, Whirlpool
20	Метонимия	Название из одного класса, перенесенное на смежный класс	Беседа, Деревенское, Доярушка, Нива, Огни Москвы, Полюс, Растиска, Рукавички, Улыбка (стоматология), Ice White, Head & Shoulders, Nord, Winter Fresh
21	Синекдоха	Название, обозначающее меньшую часть вместо целого, и наоборот	Долька, Золотая семечка, Лоск, Моя семья, Росинка, Русский стиль, Русский стандарт, Северный город, Сладко, Солодов, Caterpillar, Dial, Mountain Dew, Twinhead
22	Оксюморон	Соединение противоположных по значению слов	Единственный выбор, Райский ад
23	Гипербола	Название, преувеличивающее свойство продукта	Громада, Море сантехники, Carlsberg, Computerland, Green Giant, Plato

24	Литота	Название, преуменьшающее свойство продукта	Маслице, Окошко, Шкафчик & Диванчик
25	Эпитет	Название, содержащее поэтическое описание	Белая река, Жемчуг, Золотая бочка, Мечта хозяйки, Старая Москва, Eagle's eye, Milky Way
26	Перифраз	Описательное выражение продукта	Двери и окна, Микрохирургия глаза, Строительные материалы, Хозяйственные товары, Ярославские краски
24	Значимые цифры	Цифры, ассоциируемые с качеством или товарной группой	100% Gold Premium; 1000 мелочей; Маяк 24; 32 (зубная паста); 36,6 (сеть аптек); 48 копеек; Пятерочка; Ph 5,5; 7x24

Таблица показывает, что способы образования имен многообразны. Некоторые категории используются часто, например, аббревиатуры, акронимы, исторические названия или метафоры. Другие — например гибриды, гиперболы, литоты или оксюмороны — применяются довольно редко. Для строя русской речи не очень характерна мимикрия, развитая в английском языке, поэтому она так редко используется в именах российских брендов.

Создание семантического поля для имени бренда

Семантический анализ проводится только для слов активной лексики или слов с «читаемой» морфологией. Если значение слова, предлагаемого для имени, известно или можно догадаться, из каких частей оно составлено, для создания семантического поля нам потребуются различные словари. Сначала выписываются все возможные значения слова по «Словарю русского языка», скажем С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой. Большая часть этого словаря составлялась в 60-70-е гг., поэтому необходимо дополнить приведенные там значения из современного словаря, например из «Большого толкового словаря русского языка». Затем нам понадобится словарь синонимов, чтобы дополнить значения базового слова синонимичным рядом, для этой работы может пригодиться также «Словарь антонимов». Синонимы выстраиваются по цепочке по мере удаления от базового значения, и для каждого из них составляется список значений. Полезно использовать частотный словарь русского языка, чтобы отделить часто встречающиеся слова от редко используемых. Часто бывает полезно заглянуть в словарь, составленный в XIX в., чтобы зафиксировать изменения или устаревание значений. Например — в самый известный такой словарь, составленный В. И. Далем. Весьма интересно проследить происхождение слов, попадающих в синонимичные ряды, для этого нужно взять этимологический или историко-этимологический словарь. Но это еще не все: неоценимую помощь здесь окажет «Русский семантический словарь», а также «Русский ассоциативный словарь», первый «раскручивает» значения слова по связи со смежными значениями, второй — по свободным ассоциациям носителей языка.

После того как создано семантическое поле, анализируются значения и ассоциации на точность передачи позитивного содержания и отсутствие негативных смыслов и ассоциаций. Значимость позитивного содержания и отсутствия негативного ослабевает по мере удаления от смыслового ядра тестируемого имени. Эту работу необходимо выполнять на всех языках возможного использования бренда. Часто составление семантического поля для английского варианта названия позволяет обнаружить новые,

непривычные оттенки значения, а также найти новую этимологию и нестандартные синонимичные ряды.

(Автор: Владимир Николаевич Домнин, консультант по брендингу, начальник отдела общественных связей Международного банка Санкт-Петербурга, опубликовано на сайте <http://www.elitarium.ru/>)

30 законов жизни

Как говорится - законы лучше знать и следовать им, чем не знать или пренебрегать ими. К Вашему рассмотрению предлагаются 30 законов жизни, которые могут помочь вам существенно облегчить жизнь.

1. **ЗАКОН ПУСТОТЫ.** Все начинается с пустоты. Пустота всегда должна быть заполнена.

2. **ЗАКОН ШЛАГБАУМА.** Возможности не даются впрок. Должно быть принято решение пересечь шлагбаум как условное препятствие. Возможности даются после внутреннего решения. Заветные желания даются нам вместе с силами на их осуществление.

3. **ЗАКОН НЕЙТРАЛЬНОГО ПОЛОЖЕНИЯ.** Чтобы измениться, надо остановиться, а потом уже менять направление движения.

4. **ЗАКОН ПЛАТЫ.** Платить нужно за все: за действие и бездействие. Что будет дороже? Иногда ответ очевиден только в конце жизни, на предсмертном одре – дороже плата за бездействие. Избегание неудач не делает человека счастливым. «В моей жизни было много неудач, большинство из которых так и не случилось»- слова старика сыновьям перед смертью.

5. **ЗАКОН ПОДОБИЯ.** Подобное притягивается подобным. В нашей жизни нет случайных встречных. Мы привлекаем к себе не тех людей, которых хотим привлечь, а тех, кто подобен нам.

6. **ЗАКОН МЫШЛЕНИЯ.** Внутренний мир мыслей человека воплощается во внешний мир вещей. Нужно не искать причины несчастий во внешнем мире, а обращать свой взор вовнутрь. Наш внешний мир- это реализованный мир наших внутренних мыслей.

7. **ЗАКОН КОРОМЫСЛА.** Когда человек чего-то хочет, но это недостижимо, надо придумать другой интерес, равновеликий по силе первому.

8. **ЗАКОН ПРИТЯЖЕНИЯ.** Человек притягивает к себе то, что он любит, боится или постоянно ожидает, т.е. все, что находится в его центральном, сфокусированном сознании. Жизнь дает нам то, что мы ожидаем от нее получить, а не то, что хотим. «На что рассчитываешь, то и обретешь».

9. **ЗАКОН ПРОСЬБЫ.** Если ничего у жизни не просишь, то ничего и не получаешь. Если мы просим у судьбы непонятно что, то и получаем неизвестно что. Наша просьба притягивает соответствующую реальность.

10. ЗАКОН ОГРАНИЧЕННОСТИ № 1. Всего предусмотреть нельзя. Всякий видит и слышит лишь то, что понимает, поэтому он и не может учесть все обстоятельства. Все зависит от наших внутренних преград, наших собственных ограничений. Есть события, происходящие помимо нашей воли, их нельзя предвидеть, и мы не несем за них ответственности. При всем своем желании человек не может контролировать все события своей жизни.

11. ЗАКОН ЗАКОНОМЕРНОСТИ. В жизни часто происходят независимые от нас события. Единоразовое произошедшее событие можно рассматривать как случайность, дважды произошедшие – совпадение, но трижды – закономерность.

12. ЗАКОН ОГРАНИЧЕННОСТИ № 2. Человек не может иметь все. Ему часто чего-то не хватает в жизни. Секрет счастья заключается не в потакании своим прихотям и желаниям, а в умении довольствоваться тем, что имеешь. Довольствоваться малым нелегко, но труднее всего довольствоваться многим. Можно потерять счастье в поисках богатства, а это значит – потерять все. Можно приобрести весь мир и потерять свою душу.

13. ЗАКОН ПЕРЕМЕН. Хочешь перемен в своей жизни – бери власть над обстоятельствами в свои руки. Нельзя изменить свою жизнь, ничего не изменяя в ней и не изменяясь самому. Из-за своей пассивности человек часто упускает реальный шанс, предоставленный судьбой. Кто расставляет в вашей жизни приоритеты – вы сами или кто-то другой? Может быть, их расставляет сама жизнь, а вы плывете по течению? Станьте хозяином своей судьбы. Если вы никуда не отправитесь, то никуда и не придете.

14. ЗАКОН РАЗВИТИЯ. Жизнь заставляет человека решать именно те задачи, от решения которых он отказывается, которые боится решать, решения которых избегает. Но эти задачи все равно придется решать на другом, уже на новом витке своей жизни. И накал эмоций, переживаний будет мощнее, а цена решения – выше. От чего бежим, к тому и придем.

15. ЗАКОН ТАКСИ. Если вы не водитель, если вас везут, то чем дальше вас завезут, тем это будет для вас дороже. Вы не заказывали маршрут, то можете оказаться где угодно. Чем дальше вы углубитесь по ошибочному пути, тем труднее вам будет вернуться.

16. ЗАКОН ВЫБОРА. Наша жизнь состоит из множества выборов. У вас всегда есть выбор. Наш выбор может заключаться в том, что мы не делаем выбора. Мир полон возможностей. Однако приобретений без потерь не бывает. Принимая что-то одно, тем самым мы отказываемся от чего-то другого. Заходя в одну дверь, мы пропускаем другую. Каждый должен сам решить, что для него важнее. Из потерь тоже можно получить приобретение.

17. ЗАКОН ПОЛОВИНЫ ПУТИ. В отношениях с другим человеком ваша зона – полпути. Нельзя полностью управлять поведением другого человека. Другой может не двигаться, нельзя пройти путь за него и сделать так, чтобы другой человек изменился.

18. ЗАКОН ПОСТРОЕНИЯ НОВОГО. Для того, чтобы построить что-либо новое, нужно: а). разрушить старое, если это необходимо- расчистить место, выделить время, мобилизовать силы для построения нового; б). знать, что именно вы хотите построить. Не стоит крушить, не зная путей к созиданию. Нужно знать, куда идешь. Если не знаешь, куда идешь, придешь не туда. «Кто никуда не плывет – для тех не бывает попутного ветра» /М. Монтель/

19. ЗАКОН РАВНОВЕСИЯ. Как бы человек ни хотел изменить свою жизнь, образ мышления, стереотипы его поведения будут пытаться удержать его в старой, привычной для него жизни. Но если человеку удастся что-то изменить в своей жизни, то уже новая, измененная жизнь будет подчиняться Закону равновесия. Изменения обычно протекают медленно и болезненно из-за инерции в мыслях и в поведении, своего внутреннего сопротивления и реакции окружающих людей.

20. ЗАКОН ПРОТИВОПОЛОЖНОСТЕЙ. Наша жизнь не мыслима без противоположностей, в ней присутствуют рождение и смерть, любовь и ненависть, дружба и соперничество, встреча и расставание, радость и страдание, потеря и приобретение. Человек тоже противоречив: он, с одной стороны, стремится к тому, чтобы его жизнь была стабильна, но в то же время некая неудовлетворенность гонит его вперед. В мире противоположностей человек стремится обрести утраченное единство с самим собой, с другими людьми и с самой жизнью. Все имеет начало и конец, это земной круговорот и круговорот жизни. Вещи, достигнув своего предела, переходят в свою противоположность. Пара противоположностей поддерживает равновесие, а переход от одной крайности в другую создает многообразие жизни. Иногда для того, чтобы понять что-либо, нужно увидеть, узнать противоположность этого. Одна противоположность не может существовать без другой – для того, чтобы был день, нужна ночь.

21. ЗАКОН ГАРМОНИИ. Человек ищет гармонии во всем: в себе, в мире. Достичь гармонии с миром можно только будучи в гармонии с самим собой. Хорошее отношение к себе, принятие себя – залог гармонии с миром, людьми и собственной душой. Гармония не означает отсутствие трудностей и конфликтов, которые могут быть стимулом для личностного роста. Гармония между разумом, чувством и действием – может быть это и есть счастье?

22. ЗАКОН ДОБРА И ЗЛА. Мир не создан лишь для удовольствия. Он не всегда соответствует нашим представлениям о нем и нашим желаниям. Тот, кто не способен сам сделать доброе дело, не оценит добра и от других. Для тех, кто не способен видеть зло, зло не существует.

23. ЗАКОН ЗЕРКАЛА. То, что человека раздражает в окружающих, есть в нем самом. То, что человек не хочет слышать от других людей, есть то, что ему важнее всего услышать на данном жизненном этапе. Другой человек может служить для нас зеркалом, помогая нам открыть то, что мы не видим, не знаем в себе. Если человек то, что его раздражает в других, исправит в себе, судьбе ни к чему будет посылать ему такое зеркало. Избегая всего того, что нам неприятно, избегая людей, вызывающих у нас негативные чувства, мы лишаем себя возможности изменить свою жизнь, лишаем себя возможности внутреннего роста.

24. ЗАКОН ДОПОЛНЕНИЯ. Нам нужны люди, события, источники знаний, способные нам дать то, что мы хотим иметь, но имеем лишь в небольшом количестве. Мы стараемся стать сопричастными потенциалу других людей. Мы достраиваем себя вовне. Наше желание обладать кем-либо или чем-либо – это непризнание, отрицание собственных достоинств, неверие в то, что они у нас есть.

25. ЗАКОН ЦЕПНОЙ РЕАКЦИИ. Если вы позволите разыграться своим негативным чувствам, то одно неприятное переживание потянется за другим. Если жить, предаваясь мечтам и грезам, то реальность вытиснится иллюзорным миром фантазий. Человеку бывает сложно остановить поток своих негативных и непродуктивных мыслей, т.к. у него вырабатывается привычка переживать, волноваться, страдать, мечтать, т.е. уходить от

действительности, от активного решения проблем. Чему отдаете больше энергии, того и будет больше. Мысль, которой вы дарите свое время, действует как магнит, притягивая себе подобные. С одной беспокоящей мыслью справиться легче, чем с роем навязчивых мыслей. В процессе нашего общения с другими людьми мы склонны перенимать их настроение посредством эмоционального заражения.

26. ЗАКОН ПОДАВЛЕНИЯ. То, что человек подавляет в своих мыслях или действиях, то, что он отрицает в себе, в самый неподходящий момент способно извергнуться наружу. Нужно принять свои мысли и чувства, а не подавлять и не накапливать их в себе. Примите себя, примите от, что вам не нравится в себе, не критикуйте себя. Принятие, признание отвергаемого и отрицаемого в себе способствует внутреннему росту человека. Это позволяет жить ему полной жизнью. Мы стремимся обрести утраченное единство.

27. ЗАКОН ПРИНЯТИЯ ИЛИ СПОКОЙСТВИЯ. Сама по себе жизнь ни плоха, ни хороша. Хорошей или плохой ее делает наше восприятие. Жизнь такова, какова она есть. Нужно принимать жизнь, радоваться жизни, ценить жизнь. Доверьтесь жизни, доверьтесь силе вашего разума и велению сердца. «Все будет так, как надо, даже если по-другому».

28. ЗАКОН ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ ВАШЕЙ ЛИЧНОСТИ. Окружающие практически всегда оценивают человека так, как оценивает он себя сам. Нужно принимать и ценить себя. Не создавать себе кумиров, либо недостижимого, идеального образа себя. Не принимать мнение окружающих о вас за истину, не подвергая его критике. Стараясь заслужить любовь всех людей (что невозможно), вы пренебрегаете собственными потребностями, вы можете потерять себя, потерять уважение к себе. Невозможно быть во всем совершенным человеком. Вы стоите ровно столько, во сколько сами себя оцениваете, какова ваша самооценка. Однако доля реалистичности никогда не повредит.

29. ЗАКОН ЭНЕРГООБМЕНА. Чем больше продвинулся человек в познании себя и мира, тем больше он может взять от мира и дать ему. Нужно суметь установить адекватный, справедливый обмен с судьбой. Если вы будете больше отдавать, чем брать, от это приведет к вашему энергетическому истощению. Если вы даете кому-то больше, чем получаете от него, у вас может возникнуть обида на человека. Мир существует для того, чтобы им можно было делиться друг с другом.

30. ЗАКОН СМЫСЛА ЖИЗНИ. Мы приходим из пустоты, пытаюсь обрести смысл жизни, и вновь уходим в пустоту. У каждого человека свой смысл жизни, который может меняться на разных жизненных этапах. В чем заключается смысл жизни – стремиться к чему-либо или просто жить? Ведь стремясь к чему-либо, мы вынуждены выпустить из поля зрения саму жизнь, таким образом, ради результата мы теряем сам процесс. Возможно, самый главный смысл жизни – сама жизнь. Нужно включаться в жизнь, принимая ее, тогда удастся воспринимать жизнь в ее многообразии и тогда она раскроет бытие человека теми красками, которыми владеет сама. Смысл жизни человек может найти лишь вне себя, в мире. В жизни выигрывает тот, кто не просит у судьбы единственного рецепта, панацеи от всех болезней и от всех бед.

ЗНАКОМЬТЕСЬ, НОВЫЕ ЧЛЕНЫ ВЕРХНЕКАМСКОЙ ТПП

ООО «Инфрахим»

117246, г. Москва, Научный проезд, д. 8, стр. 1, офис 412

Телефон/факс: (495) 763-62-64, 332-34-57

E-mail: infracim@bk.ru

Оптовая торговля химическими продуктами.

ООО «Вагонное депо Балахонцы»

618426, Пермский край, г. Березники, ул. Пятилетки, 63

Телефон/факс: (3424) 29-75-75

E-mail: infracim@bk.ru

Ремонт подвижного состава, деповский ремонт локомотивов, вагонов, тепловозов, техническое обслуживание локомотивов.