

Фильм о жизни и о тебе

Портативные видеокамеры

Canon XF305 и XF300



Компания Canon выпустила две модели портативных видеокамер XF305 и XF300 с записью в файлы, в которых применяется новый кодек MPEG-2 Full HD (4:2:2).

Разработанная система объединяет процессор DIGIC DV III, объектив Canon HD Video серии L с 18-кратным увеличением, и 3 1/3-дюймовые сенсора CMOS. Высокоскоростная технология считывания данных разработанная Canon, сводит к минимуму эффект «бегущего затвора» (rolling shutter) — искажение, которое может возникать в других видеокамерах с сенсорами CMOS.

Видео в формате MPEG-2 Full HD записывается в файлы открытого промышленного стандарта MXF (Material eXchange Format) на карты памяти Compact Flash со скоростью передачи данных до 50 Мбит/с и цветовым сэмплением 4:2:2.

На момент выпуска видеокамеры XF полностью совместимы с основными пакетами ПО для монтажа и обработки видеоматериалов Adobe Systems Incorporated, Apple Inc., Avid Technology Inc. и Grass Valley.

Запись видео происходит напрямую на карту Compact Flash (CF)

в одном из двух доступных слотов. В процессе записи не используемую в данный момент карту можно заменить, что гарантирует непрерывную съёмку и после заполнения одной карты автоматически переключиться на другую.

Обе модели поставляются с приложением Canon XF Utility для PC и Mac.

В объективах Canon помимо элемента Hi-UD используются UD-линза (с ультранизкой дисперсией), асферическая (UA) линза со сверхвысоким показателем преломления и два двухсторонних асферических элемента, что обеспечивает чёткое, детализированное изображение без хроматических aberrаций.

Новый стабилизатор изображения (IS) имеет три режима стабилизации: стандартный, динамический и усовершенствованный. Это позволяет добиться не плохих результатов при коррекции дрожания камеры.

XF305 и XF300 оснащены электронным ви-

доискателем (1,55 млн точек) со 100% охватом изображения и вынесенным вперёд ЖК дисплеем 10,1 см (4") с разрешением 1,23 млн точек, который можно использовать слева и справа от продольной оси камеры в соответствии с условиями съёмки.

Владельцы видеокамер могут сконфигурировать до 26 пользовательских настроек изображения, контролируя более 50 параметров и имеют возможность назначить одну из 30 функций для каждой из 13 пользовательских кнопок. Таким образом, видеокамера будет полностью отвечать условиям окружающей среды или стилистическим особенностям съёмки. Для каждой видеокамеры могут быть сохранены до девяти вариантов пользовательских настроек изображения, включая три защищённые стандартные настройки — VIDEO.C, CINE.V и CINE.F. Функции замедленной и ускоренной съёмки расширяют творческие возможности. Для создания различных визуальных эффектов операторам предлагается на выбор 20 значений скорости съёмки.

Обе модели записывают звук в формате Linear PCM (линейная импульсно-кодовая модуляция) с разрешающей способностью 16 бит и частотой дискретизации 48 кГц, обеспечивая высокое профессиональное качество аудиосигнала.



родов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга в случае, если создание таких условий определено как вопрос местного значения законами этих субъектов Российской Федерации.

Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» относит вопросы создания условий для обеспечения жителей муниципальных образований услугами торговли к вопросам местного значения. Часть 1 ст. 7 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» предусматривает, что по вопросам местного значения населением муниципальных образований непосредственно и (или) органами местного самоуправления и должностными лицами местного самоуправления принимаются муниципальные правовые акты.

Однако уже Закон о торговле определяет, что органы местного самоуправления вправе издавать муниципальные правовые акты по вопросам, связанным с созданием условий для обеспечения жителей муниципального образования услугами торговли, в случаях и в пределах, которые предусмотрены настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами, указами Президента Российской Федерации, постановлениями Правительства Российской Федерации, законами субъектов Российской Федерации (ч. 3 ст. 3 Закона о торговле).

Небезынтересными для многих участников торговой деятельности должны быть и ряд положений ст. 8 Закона о торговле, определяющей некоторые права и обязанности хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки товаров, при организации торговой деятельности и ее осуществлении.

Так ч. 2 ст. 8 Закона о торговле определяет, что хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность, при организации торговой деятельности и ее

осуществлении, самостоятельно определяют вид торговли, форму и способ торговли, специализацию торговли, тип используемого торгового объекта, основания использования имущества при осуществлении торговой деятельности, порядок и условия осуществления торговой деятельности, в том числе: ассортимент продаваемых товаров; режим работы; приемы и способы, с помощью которых осуществляется продажа товаров; количество, типы, модели технологического оборудования, инвентаря, используемых при осуществлении торговой деятельности; способы доведения до покупателей информации о продавце, о предлагаемых для продажи товарах, об оказываемых услугах (не ясно, однако, по каким причинам в данном случае в Законе о торговле упомянуты договоры возмездного оказания услуг, тогда как торговля товарами осуществляется на основе договора купли-продажи); цены на продаваемые товары; форму распространения рекламы в торговом объекте и в его витринах; условия заключения договоров купли-продажи товаров и договоров возмездного оказания услуг (в данном случае также не ясно, по каким причинам здесь упоминаются договоры возмездного оказания услуг); а также иные порядок и условия осуществления торговой деятельности. При этом согласно указанной норме Закона о торговле, ограничение самостоятельного решения хозяйствующими субъектами всех указанных вопросов возможно лишь в случаях, установленных самим Законом о торговле или другими федеральными законами.

Несмотря на продолжавшиеся на протяжении многих лет споры и вносившиеся в органы законодательной и исполнительной власти предложения о законодательном ограничении времени работы торговых объектов и объектов бытового обслуживания населения в ночное и вечернее время, они не были воплощены в данном законодательном акте. Теперь в федеральном законе прямо прописано, что хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность, самостоятельно определя-

ют режим своей работы, то есть режим осуществления ими хозяйственной деятельности, в том числе и непосредственной торговой деятельности, если иное не предусмотрено только каким-либо федеральным законом.

Очень актуальным является и прямое указание в федеральном законе на самостоятельное определение хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность, способов доведения до покупателей информации о продавце, о предлагаемых для продажи товарах и об оказываемых услугах (в данном случае законодатель видимо имел в виду услуги, оказываемые хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность, как сопутствующую деятельность в связи с продажей товаров — услуги по доставке, сборке, подключению, настройке товаров, и т.п.), хотя ранее право хозяйствующих субъектов на самостоятельное определение способов доведения до покупателей информации о продавце, о предлагаемых для продажи товарах и об оказываемых услугах, с учетом необходимости ее доведения в наглядной и доступной форме, и подразумевалось.

Ограничение самостоятельности хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, в выборе способов доведения до покупателей информации о продавце, о предлагаемых для продажи товарах, об оказываемых услугах, согласно ч. 2 ст. 8 Закона о торговле возможно только в случаях, установленных самим Законом о торговле или другими федеральными законами. Однако согласно п. 1 ст. 495 «Предоставление покупателю информации о товаре» § 2. «Розничная купля-продажа» главы 30. «Купля-продажа» ГК РФ, продавец по договору розничной купли-продажи обязан предоставить покупателю необходимую и достоверную информацию о товаре, предлагаемом к продаже, соответствующую установленным законом, иными правовыми актами и обычно предъявляемым в розничной торговле требованиям к содержанию и способам предоставления такой информации. Таким образом, рассматриваемая норма

ч. 2 ст. 8 Закона о торговле, в части договоров розничной купли-продажи прямо противоречит п. 1 ст. 495 ГК РФ, поскольку не предусматривает ограничения прав хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, на самостоятельное определение способов доведения до покупателей информации о продавце и о предлагаемых им для продажи товаров, если такие способы доведения данной информации определены не федеральными законами, а подзаконными нормативными правовыми актами и (или) обычно предъявляемым в розничной торговле требованиям к содержанию и способам предоставления такой информации.

Так, например, согласно п. 1 ст. 9 Закона РФ «О защите прав потребителей» исполнитель услуг (работ) и продавец товаров, являющиеся организациями (юридическими лицами), обязаны доводить до сведения потребителей фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы на своей вывеске.

Согласно п. 11 Правил продажи отдельных видов товаров, утвержденных постановлением Правительства РФ от 19.01.1998 № 55, об имеющихся в товаре недостатках продавец по договору розничной купли-продажи должен предупредить покупателя не только в устной, но и в письменной форме (на ярлыке товара, товарном чеке или иным способом). В соответствии с п. 48 Правил продажи отдельных видов товаров, образцы предлагаемых для продажи технически сложных товаров бытового назначения должны быть размещены в торговом зале, иметь оформленные ярлыки с указанием наименования, марки, модели, артикула, цены товара, а также краткие аннотации, содержащие его основные технические характеристики.

Форму распространения рекламы в торговом объекте и в его витринах хозяйствующие субъекты также определяют самостоятельно, но естественно с учетом общих и специальных требований и ограничений, установленных законодательством Российской Фе-

дерации о рекламе, которое состоит из Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Как было сказано ранее, ч. 2 ст. 8 Закона о торговле определяет, что хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность, при организации торговой деятельности и ее осуществлении, самостоятельно определяют условия заключения договоров купли-продажи товаров, договоров возмездного оказания услуг, за исключением случаев, установленных самим Законом о торговле или другими федеральными законами. Необходимо отметить, что данные положения Закона о торговле также противоречат ГК РФ, поскольку фактически ограничивают волю сторон при определении условий договора купли-продажи товаров и договоров возмездного оказания услуг, обязательными правилами, установленными только федеральными законами.

Согласно п. 4 ст. 421 ГК РФ условия договора определяются по усмотрению сторон, кроме случаев, когда содержание соответствующего условия предписано законом или иными правовыми актами (ст. 422 ГК РФ). Пунктом 1 ст. 422 ГК РФ предусмотрено, что договор должен соответствовать обязательным для сторон правилам, установленным не только законом, но и иными правовыми актами (императивным нормам), действующим в момент его заключения.

При этом иные, правовые акты, содержащие нормы гражданского права, и не являющиеся законодательными, принимаются в соответствии с пунктами 3-7 ст. 3 ГК РФ. В п. 4 ст. 3 ГК РФ в частности определено, что Правительство РФ вправе принимать постановления, содержащие нормы гражданского права на основании и во исполнение ГК РФ, иных законов, а также указов Президента РФ.

Так, пунктом 4 ст. 426 ГК РФ предусмотрено, что в случаях, предусмотренных законом, Правительство РФ может издавать правила, обязательные для сторон при заключении и исполнении публичных договоров (типовые договоры, положения и т.п.),

к каковым п. 1 той же ст. 426 ГК РФ, п. 2 ст. 492 и п. 2 ст. 730 ГК РФ относят, в частности, договор розничной купли-продажи (розничную торговлю) и договор бытового подряда. На основании и в соответствии с п. 4 ст. 426 ГК РФ, в абз. 2 п. 2 ст. 1 Закона РФ «О защите прав потребителей» оговаривается право Правительства РФ издавать для потребителя и продавца (изготовителя, исполнителя, уполномоченного продавцом (изготовителем) организации или уполномоченного продавцом (изготовителем) индивидуального предпринимателя, импортера) правила, обязательные при заключении и исполнении публичных договоров (договоров розничной купли-продажи, энергоснабжения, договоров о выполнении работ и об оказании услуг).

При несоответствии условий договора купли-продажи товара или договора возмездного оказания услуг требованиям подзаконных правовых актов, соответствующие условия будут являться недействительными, также как если бы они не соответствовали закону.

Согласно ст. 168 ГК РФ, сделка, не соответствующая требованиям закона или иных правовых актов, ничтожна, если закон не устанавливает, что такая сделка оспорима, или не предусматривает иных последствий нарушения. Недействительность части сделки не влечет недействительности прочих ее частей, если можно предположить, что сделка была бы совершена и без включения недействительной ее части (ст. 180 ГК РФ).

Стоит отметить, что принятый Закон о торговле, несмотря на то, что его проект обсуждался много лет, нуждается в серьезной доработке. В тоже время существование специального федерального закона, регулирующего торговую деятельность, представляется необходимым.

И как стало известно, уже в феврале этого года ряд федеральных ведомств уже начали разработку поправок к только принятому Закону о торговле.

Илья Виноградов (г. Москва)



Редакция и компания PHILIPS объявляют

КОНКУРС

Принесли в редакцию оригинальный рецепт приготовления витаминного напитка и получили приз!



Современная HR1858 из коллекции Black&White снабжена мощным мотором (700Вт и 650 Вт соответственно) и 2 скоростями, которые позволяют отжать сок из любых типов фруктов, овощей и ягод. Широкий поддоный лоток экономит время, так как продукты можно загружать целиком, без предварительной порезки.



Ждем Ваших писем до 01 сентября 2010 года по адресу: 123001, Москва, а/я 82. Победителей конкурса определит жюри. Желаем удачи!

Уважаемые читатели!

Вы можете оформить подписку на наш журнал в редакции **с любого месяца**. Для этого достаточно заполнить бланк квитанции по образцу и произвести оплату.

ОБРАЗЕЦ

Извещение

ООО Издательство «РЕМОНТ и СЕРВИС 21»

получатель платежа

ИНН получателя платежа *ИНН 7710287216 КПП 771001001*

расчетный счет 40702810900000000016

в КБ «Природа» (ООО) г. Москва

корр. счет 30101810300000000455

БИК 044585455

СУММА

Подписка на журнал «Покупаем от А до Я» на № 1, 2, 3, 4 — 2010 года

240 руб.

Всего

Кассир

Дата

Плательщик

Наш журнал Вы можете найти в торговых сетях по распространению прессы в Москве: «Сейлс» (38 магазинов).

В ТЦ «Горбушкин Двор», «Электронный рай», ТК «Митинский рынок» (2 этаж, пав. 479), Царицыно, Красная Пресня, Олимпийская книжная ярмарка.

В книготорговой компании «Альянс-книга» и торговых сетях издательств «СОЛОН-ПРЕСС» (Москва, Санкт-Петербург и регионы).

В магазинах бытовой техники и кухонной мебели г. Москвы и регионов, в том числе в салоне-магазине «Погода в доме» в г. Смоленске.