

**НОВОСТИ ТОВАРНОГО РЫНКА!**  
Использованы материалы пресс-центра мэрии и корреспондентов «Покупателя»

**ЦЕНЫ НА БЕНЗИН В МОСКВЕ НЕ ВЫРАСТУТ.** Московскому региону в обозримой перспективе не грозит рост цен на бензин, подобный происходящему в Санкт-Петербурге. В этом автомобилисты заверяют специалисты Центральной топливной компании (ЦТК). По их данным, емкости Московского нефтеперерабатывающего завода в настоящее время заполнены до предела. Компании удалось резко увеличить долю «живых» денег в расчетах за бензин, и она не планирует повышения цен на топливо. ЦТК контролирует 60% бензинового рынка Московского региона и не намерена отступать от условий подписанного в июне по инициативе правительства Соглашения о сотрудничестве по стабилизации положения в экономике РФ, которое предусматривает фиксацию на неизменном уровне цен на нефтепродукты.

**С МЕЛЬКОМБИНАТАМИ-НАРУШИТЕЛЯМИ БУДУТ БОРЬТЯСЯ НЕЩАДНО.** Департамент продовольственных ресурсов поручил УЭП ГУВД Москвы и Управлению Госторгинспекции провести проверки правильности расходования зерна и муки на всех хлебозаводах и мелькомбинатах города.

Ежедневный расход зерна в Москве превышает 3 тыс. тонн, а ежедневная выпечка хлеба составляет около 1,4 тыс. тонн (с учетом того, что зерно закупается в основном на бюджетные деньги и 17 регионов практически закрыли для Москвы зерновой рынок). В случае обнаружения фактов вывоза за пределы столицы муки или зерна к виновным будут применены самые жесткие меры.

**ОПРЕДЕЛЕН СРОКИ ХРАНЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ ГОРОДСКОГО РЕЗЕРВНОГО ФОНДА.** Согласно распоряжению столичных властей, установлены следующие сроки хранения на товары городского резервного продовольственного фонда: мясо говядина на кости - 18 мес. (при -18°C) и 24 мес. (при -25°C); мясо говядина бескостная блочная - 12 мес. (при -18°C), 18 мес. (при -25°C); мясо свинина на кости - 12 мес. (при -18°C), 18 мес. (при -25°C); мясо свинина бескостная блочная - 6 мес. (при -18°C), 12 мес. (при -25°C); масло коровье сливочное - 12 мес. (при -18°C) и несоленое, любительское, крестьянское - 24 мес. (при -25°C).

**ОТКРЫТ УЧАСТОК ТРЕТЬЕГО ТРАНСПОРТНОГО КОЛЬЦА МОСКВЫ.** Благополучно завершилось строительство участка третьего транспортного кольца Москвы, который проходит от Комсомольского проспекта до Московского международного делового центра «Москва Сити». Его протяженность 4 километра. Строительство длилось около года, а затраты на строительные работы составили 3,8 млрд рублей (основная часть денег поступила из Дорожного фонда). Участок включает в себя шесть туннелей, объединенных одной конструкцией четырехуровневой развязки на Кутузовском проспекте, Бережковский мост и двухъярусный мост через Москву-реку в районе комплекса «Москва Сити». Примечательно, что вдоль участка разместились паркинги на 1,5 тыс. мест.

**РАЗБОРКИ**  
**Отдай деньги и тихо уйди**



Средство для устранения течи салников ручной коровки передат с инструкцией на немецком языке. А может быть, это жидкость для чистки унитаза?

Неправильно думать, что торговля - простое дело. Спросите сведущих людей, и они приведут тьму примеров, когда лавка прогорает, хотя и товар хорош, и цены вроде бы без запроса. А все почему? Или у приказчика физиономия Джека-Потрошителя, или хозяин «тыкает» покупателям без разбора...».

Актуальность этого утверждения известного автора Алексея Азарова удалось подтвердить нам, посетив недавно открывшийся магазин «Автозапчасти» на Ленинградском шоссе. Скажем сразу - ассортимент запасных частей, автоагрегатов, расходных материалов и средств автохимии просто ошеломляет покупателя. Окрестным жителям более нет нужды ездить на авторынки в Кунцево или на Ярославское шоссе - в этом магазине есть все. Более того, организаторам торговли удалось избежать порочной практики требовать от покупателя называть при покупке коды товаров (а предварительно бедный покупатель должен где-то достать карандаш и бумажку, да еще правильно записать эти коды), ставшей, к сожалению, сегодня повсеместной при продаже автозапчастей в специализированных магазинах. Торговый зал магазина разделен на секции, в каждой из которых своя касса и два (как минимум) продавца-консультанта. Покупать при такой организации торговли стало и быстро, и удобно.

Тем обиднее наблюдать грубость персонала и нарушение Закона РФ о защите прав потребителя. Владельцы магазина, как мне кажется, решили, что самое главное - разгородить секции и заполнить прилавки, а кто и как будет все это продавать - не суть важно. Уважаемые господа! Магазин без покупателей - это музей (или заброшенный склад). Известный политический дея-

тель говорил «Кадры решают все», и это правильно! Покупателю (такой уж он нежный!) нельзя приказывать совершить покупку, а можно только порекомендовать и порекомендовать вежливо. При этом продавец не может задавать покупателю вопросы типа: «А зачем вам это нужно?», «А чего вы сюда пришли?» или пугать робкого клиента страшным «Законом о товаре», в соответствии с которым (по утверждению продавца) у покупателя есть только одно право - отдать свои деньги и тихо выйти из магазина. Стоит также позаботиться о наличии инструкции на русском языке для средств автохимии, да не только дать покупателю прочитать эту инструкцию при покупке, а вручить инструкцию вместе с товаром, как его (товара) неотъемлемую часть. И самое главное, уровень обслуживания покупателей не может зависеть от душевного (или физического) состояния продавца (по-моему разумению, это и есть профессионализм!). У продавца может болеть зуб или он может получить повестку из военкомата, но на качестве обслуживания покупателя его проблемы не должны сказываться. Как решить такую сложную задачу - забота администрации магазина, а забота покупателя - не испортить себе настроение на целый день, случайно посетив магазин «Автозапчасти».

Только в этом случае уйдем мы (и покупатель, и продавец) в светлое будущее от времен «совковой торговли», когда продавец смотрел на покупателя, как на «дохлую птичку или вялый лютик», и терзался только одним вопросом - ну когда же этот надоедливый отойдет от моего прилавка?

Материал подготовлен Сергеем Алексеевым, www.expertiza.ru

**Фирма «Сони» вас не ждет**



Уважаемая Ада Николаевна! Вы выиграли аппаратуру марки SONY - именно такими словами начиналось письмо, которое пришло по почте нашей постоянной читательнице г-же А. Н. Шевченко. С первых же строк клиента совершенно завораживает внезапно привалившее ему счастье: «...на последнем собрании Комитета по проведению игр было принято решение о предоставлении именно Вам, одному из лучших наших клиентов, необыкновенного, совершенно исключительного подарка... Это решение не может быть оспорено... теперь один из подарков марки SONY ... принадлежит Вам». Ну просто не почтовое отправление, а сердце лобзание...

Как всякий вменяемый человек, ранее не имевший никаких клиентских отношений с таинственной фирмой ЗАО «Покупки на дом», Ада Николаевна ничего на послание фирмы не ответила, а сразу обратилась в отдел экспертизы и расследований нашей газеты и любезно предоставила нам оригинал письма.

В результате проведенного расследования нам удалось выяснить, что:

- 1. Коммерческая структура ЗАО «Покупки на дом» действительно зарегистрирована в Московской регистрационной палате под регистрационным номером 60327, руководитель Ксавье Брандери, телефон 232-17-86, юридический адрес 109316, Москва, ул. Стройковская, д. 12, корп. 2, помещение правления, уставной фонд 72 000 рублей (около \$2 500), основной вид деятельности: торговля-закупочная, дата регистрации 19.03.96. На бланке фирмы, указан другой адрес: 109428,

Москва, Рязанский пр-т, 8-А, стр. 14, телефоны: 174-33-35; 174-32-85;

2. ЗАО «Покупки на дом» имеет учредителя - Компанию с ограниченной ответственностью «Континентал Листинг энд Сервисез Лимитед», расположенную (а где бы вы думали???) по адресу: 8 Иннз Курт, Вайнтаверн Стрит, г. Дублин (вероятно, страна Ирландия) и (странное дело!) с тем же уставным капиталом и 100%-ным участием этого капитала в деятельности дочерней компании. Говоря простыми словами - денег в России нет, все деньги в Ирландии.

Мы связались с представителем отдела претензий ЗАО «Покупки на дом» г-жой Т. Сахаровой и выяснили, что, вообще говоря, каждому-всякому клиенту не стоит рассчитывать на немедленное (вслед за рекламным письмом) получение аппаратуры фирмы SONY, а для начала надо сделать заказ на товары, предлагаемые фирмой «Покупки на дом» - брошюрки типа «Секреты легкой жизни» или «Молочко для автозагара», послать деньги по почте, а уж потом-потом-потом будет розыгрыш призов, на котором возможно вам и повезет (итоги прошлого розыгрыша - целых три аппарата от фирмы SONY: недорогой телевизор, стереосистема и видеоплеер). Как говорил в таких случаях Михаил Жванецкий: «На всех рассчитано не было!».

Нас также неприятно удивило воспроизведение торговых знаков фирмы SONY в письме ЗАО «Покупки на дом». У рядового покупателя складывается ощущение, что ему предлагают участие в совместном проекте и



что фирма SONY таким образом продвигает свои товары в российскую глубинку. Наши предположения опровергла представитель пресс-службы SONY СНГ Мария Касаткина, которая категорически заявила, что уважаемая компания SONY не имеет ровно никакого отношения к деятельности ЗАО «Покупки на дом», совместных проектов в письмах не ведет и, более того, намерена категорически потребовать от ЗАО более не использовать ее (SONY) логотипы и товарные знаки в своих письмах. Категорическую позицию компании SONY подтвердил юрист международной юридической фирмы «Бейкер и Макензи» г-н В. Н. Шитиков, который непосредственно занимался решением этой проблемы. Он информировал редакцию о том, что ЗАО «Покупки на дом» в своем письме № 138 от 29.11.1999 г. обязалось более не использовать логотип и торговый знак фирмы SONY в своих письмах. Эту информацию опроверг юрист ЗАО «Покупки на дом» г-н И. В. Корсаков, заявивший, что никакого использования логотипов и торговых знаков фирмы SONY не происходит, а призы для розыгрыша среди клиентов ЗАО «Покупки на дом» приобретает в обычном магазине как частное лицо. Для рядового потребителя все тонкости юридического спора сводятся к одному - не стоит обращать внимание на логотип и товарные знаки фирмы SONY, которые приводятся в письме ЗАО «Покупки на дом» - это не совместный проект. Более того, в случае неполучения обещанного приза не стоит обращаться с претензиями в фирму SONY - там вас не ждут.

**ГОТОВИТСЯ К ПУБЛИКАЦИИ НОВАЯ КНИГА ИЗ СЕРИИ «БИБЛИОТЕКА ПОКУПАТЕЛЯ»**  
Газета «Покупатель»,  
Независимая ассоциация покупателей (НАП РФ)  
представляют новую книгу Сергея АЛЕКСЕЕВА  
«ЭКСПЕРТИЗА»  
Рекламные фокусы с полным их разоблачением  
1994 - 1999 гг.

«ЭКСПЕРТИЗА» - результат шестилетней плодотворной работы автора в потребительских проектах центральной прессы и телевидения.

«ЭКСПЕРТИЗА» - более 200 разоблачений рекламных мифов о потребительских свойствах товаров и услуг ведущих фирм и мировых брендов, результаты журналистских расследований и судебных процессов.

«ЭКСПЕРТИЗА» - просто прочитайте заголовки:  
«Наша экспертиза спасла жизнь Президенту России» - газета «Комсомольская правда»;  
«Не ходите, дети, в Юрмалу гулять» - газета «Известия»;  
«Великий комбинатор Билл Гейтс» - газета «Покупатель».

«ЭКСПЕРТИЗА» - 20 000 экземпляров, мало не покажется!

Все заинтересованные физические и юридические лица могут обращаться по тел. 459-97-51, на пейджер 946-36-00 аб. 1735 или по E-mail: Alexeev@rosnet.ru