

Нам пишут -

Уважаемый главный редактор!

Наверное, Вы обиделись на меня и мои замечания как в письме, так и в нашем телефонном разговоре. И напрасно, замечу я Вам. В газете так и не печатаются материалы (статьи и комментарии), которые были бы важны по теме и проблеме. Газета по-прежнему избегает острых тем и проблем, а какая же это газета без такого поворота?

Ваши статьи нередко оторваны от жизни, как бы высосаны из пальца. Понимаю так: Вы как редактор ездите на служебной «Волге», а то и «джипе» и не знаете, какой жизнью живут магазины и покупатели.

Чего по-прежнему нет в «Покупателе»?

1. Остроты момента. Качественной критики положения с товарами и с самими магазинами. Вы обходите острые углы, отделяетесь всяким мусором. Ни разу не читала у Вас серьезного разбора жуткого положения с продуктами. Не проходных заметок по частным случаям, а именно серьезного разбора, аналитики.

2. Вы совершенно обходите своим вниманием собственно магазины. Как они работают и на кого, что нового в том или ином магазине, какие новые магазины открываются и т. д. Вот, например, давно работают ЦУМ и ГУМ. Но Вы о них слова не сказали, хотя там такие изменения, что дрожь пробегает: совершенно исчезли доступные по цене отечественные товары, страшное подорожание импорта. А новые магазины типа «Охотный ряд», «Гостиный двор», «Петровский пассаж», «Парижский Пассаж», «Рамстор», «Партия», «Тверской пассаж»?

Да что так далеко ходить. Посмотрите в нашем районе, напомню, что я живу возле «Сокола», в 200 метрах от Ленинградского шоссе.

У меня сын фотоловитель, так он говорит, что цена на фотопленку и фотоаппараты подскочила в 5-6 раз. Может, это и справедливо, а может, и нет. Так разберитесь, не обходите остроту момента.

Или вот посылаю так называемый каталог. Это же сплошной обман. По каждой позиции. Жуткая обувь из запрещенной на Западе пленки (кожзаменитель) предлагается здесь как чудо. Но это вредная обувь. Из-за такой обуви, названной «Лонг-Лайф» и «Самые комфортные ботинки», у тысяч людей разовьются болезни, вплоть до варикозного расширения вен. Поговорите с врачами, они вам это подтвердят. Но Западу мало того, что он своими товарами уродует взрослых. Он добрался уже и до детей. То, что предлагают как «нарядные туфельки для девочек», на самом деле есть грубая обувь, противопоказанная детям не только потому, что все это сделано из вредных для здоровья товаров и материалов.

Вот во что надо влезать «Покупателю», а не нахваливать всякую ювелирную чушь и nepотребство.

Не хочу назвать «Покупатель» антинародной газетой, но то, что она не стоит на защите народных интересов, - факт!

Неужели Вы снова будете объяснять мне все это «как стечение обстоятельств» и «редакционный портфель»?

Власова Надежда Викторовна

ПЕРЕД НАМИ ПИСЬМО НАШЕЙ ЧИТАТЕЛЬНИЦЫ НАДЕЖДЫ ВИКТОРОВНЫ ВЛАСОВОЙ, В КОТОРОМ ОНА УПРЕКАЕТ РЕДАКТОРА ГАЗЕТЫ «ПОКУПАТЕЛЬ» В ТОМ, ЧТО ОН «ЕЗДИТ НА ДЖИПЕ, НЕ ЗНАЕТ, КАКОЙ ЖИЗНЬЮ ЖИВУТ ПОКУПАТЕЛИ», А ЕГО «ПОСТОЯННЫЕ СТАТЕЙКИ ВЫСОСАНЫ ИЗ ПАЛЬЦА».

ГАЗЕТУ «ПОКУПАТЕЛЬ» НАЗЫВАЮТ «АНТИНАРОДНОЙ ГАЗЕТОЙ». МЫ НЕ ОБЪЯСНЯЕМ ЭТО «СТЕЧЕНИЕм ОБСТОЯТЕЛЬСТВ» И СОДЕРЖИМЫМ «РЕДАКЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ» - МЫ РАБОТАЕМ ДЛЯ НАШИХ ЧИТАТЕЛЕЙ И ГОРДИМСЯ СВОЕЙ РАБОТОЙ. МЫ ОТВЕЧАЕМ НА ПИСЬМО.

МЫ ОТВЕЧАЕМ...

УВАЖАЕМАЯ НАДЕЖДА ВИКТОРОВНА!

Спасибо Вам за Ваше письмо. Поскольку в нем Вы критикуете «Покупатель» за отсутствие острых тем, оторванность от жизни и «высосанность из пальца редакторские статейки», позвольте принять это на свой счет и в качестве редактора отдела экспертиз и расследований ответить Вам по всем пунктам Вашего письма.

Прежде всего, газета «Покупатель» никогда не избегала острых тем. Но ведь всякая «острая тема» никогда не бывает важна сама по себе. Не составит особого труда наполнить полосы «Покупателя» дешевыми «сенсациями» или околополитической полемикой различного рода «экспертов». Конец всем этим «новациям» один - потеря читателя, рекламный коллапс и конец проекта в целом. Любая публикация на «острую» тему должна иметь в основе добротную фактуру, иначе будет клеветой. Это не только не увеличит популярность газеты, но и приведет к разорительным (для проекта в целом) судебным процессам, что вместе с потерей читателя и рекламодателей угробит газету.

Хочу обратить Ваше внимание на то, что в каждом номере газеты «Покупатель» мы размещаем две - четыре полосы критических материалов. Это и журналистские расследования, и сообщения «компетентных органов», и комментарии юристов и экспертов потребительского рынка. Наша газета действительно защищает права потребителей в непростых условиях московского рынка товаров и услуг.

Буду признателен, если в последующих письмах Вы конкретизируете Ваши утверждения ссылками на реальные публикации нашей газеты. В частности, мы не печатаем «серьезный разбор жуткого положения с продуктами», потому что его («положения») нет - все продукты лежат на прилавках и ждуг своего покупателя. Если Вы будете так любезны и сообщите редакции конкретный адрес «жуткого положения», мы обязательно туда съездим и опубликуем материал о «жутком положении» с фотографиями.

Мы также не обходим своим вниманием собственно магазины, активно сотрудничаем (регулярно получаем актуальную и достоверную информацию об объемах продаж) с крупнейшими магазинами Москвы и в каждом номере публикуем рейтинг продаж основных потребительских товаров. Ваша фраза «Как они (магазины - С.А.) работают и на кого, что нового в том или ином магазине... и т.д.» мне не совсем понятна. Обычно магазин работает для покупателя. Я, конечно, не принимаю в расчет фиктивные структуры, созданные для явной «отмычки» денег, где на случай зашедшего покупателя глядят «как на дохлую птичку или вялый лютик». Обычно магазин работает на конкретного покупателя и очень заинтересован в том, чтобы, во-первых, покупателей было больше и покупатель приходил почаще, во-вторых, покупатель обязательно уходил из магазина с покупкой.

В противном случае существование магазина было бы бессмысленно. Наша газета регулярно рассказывает о нарушениях Закона о защите прав потребителей РФ, Правил торговли и иных «правил игры» продавца и покупателя. Наши материалы достаточно актуальны (для газеты, выходящей два раза в месяц) и объективны.

Вы пишете о том, что в крупных центральных магазинах совершенно исчезли доступные по цене отечественные товары и происходит страшное подорожание импорта. Меня тоже тревожит это явление, но смею заметить, что это следствие смены приоритетов потребителя, ибо в условиях рынка спрос формирует предложение, а не наоборот.

Потребителю нравится высокое качество импортных изделий, он (потребитель) «голосует рублем» за импортные вещи, торговля медленно реагирует на это, а все остальное (высокая цена импорта и «вымывание» отечественных некачественных товаров) есть следствие неразумной экономической политики государства, которое хочет взять налог с каждого этапа движения импортной вещи от производителя к покупателю, независимо от категории товара, и с идиотическим упорством «под-

держивает» отечественного производителя, даже если он (производитель) выпускает велосипеды с квадратными колесами. Именно поэтому центральные магазины Москвы превратились в магазины для «очень богатых». Это не хорошо и не плохо, это сложившаяся реальность.

Конечно же, бедные и не бедные люди должны иметь каждый свои магазины, и состав, а главное, качество товаров в этих магазинах должны быть различными. А вот правила торговли должны быть одинаковыми, независимо от «ранга» магазина, и в случае нарушения этих правил «Покупатель» жестко критикует мошенников, независимо от «богатства» или «бедности» магазина.

Времена «экономических чудес», когда на всей территории «Союза нерушимого» от Калининграда до Владивостока плавный сырок «Дружба» стоил 21 копейку, миновали как страшный сон и (я очень на это надеюсь) уже никогда не вернутся. На потребительском рынке сегодня действуют (и достаточно жестко) экономические законы. Именно эти законы определяют реальную стоимость фотопленки и фотоаппаратов, о которых говорит Ваш сын. Давайте вспомним, как «легко» было быть фотолюбителем в стране «вечнозеленых помидоров». Вы пишете, что живете возле станции метро «Сокол». Вспомните, какой магазин был расположен прямо у выхода из метро на Ленинградский проспект. Правильно - большой-пребольшой магазин «Кинолюбитель». А что там продавалось, помните? Фото- и киноаппаратура, фото- и кинопленки, фотобумага, фотореактивы, фотоприспособления и иные «фотополуфабрикаты», предназначенные для поддержания у простого покупателя светлой иллюзии о том, что в бытовых условиях (ванная малогабаритной квартиры) каждый может стать «сам себе фотографом». И Ваш покорный слуга потратил немало времени в ранней юности в попытках получить качественные цветные фотографии, используя заведомо некачественную фотопленку (ЦО-22). Здесь уместна цитата из Венедикта Ерофеева: «Бог свидетель, как я дерзал!» И это, кстати, было большой экзотикой - основная масса фотолюбителей в те годы снимала на черно-белую пленку. А вот фирма «Кодак» взяла и решила эту проблему раз и навсегда, создав единую технологию обработки цветной пленки и получения цветных же фотографий высокого качества. Технология эта реализована в проявочных и печатных машинах, которые сегодня в Москве установлены повсеместно и освобождают владельцев фотоаппаратов от всех проблем обработки фотоматериалов. Как Вы считаете, такая услуга не стоит денег? Вот именно поэтому сегодня настоящая импортная цветная фотопленка стоит именно столько, сколько стоит - она является элементом большого технологического цикла, ее использование экономит время (а значит, деньги) фотолюбителя, при этом качество фотографий более не зависит от случайных факторов: процессом обработки пленки управляет компьютер. Вот мы и разобрались в этой «сложной» проблеме, не «обошли остроту момента». Кстати, Ваш сын может и сегодня самостоятельно проявлять пленку и печатать фотографии - может быть, это обойдется на несколько копеек дешевле, хотя вряд ли, ручной труд всегда стоит дороже.

Несколько слов по поводу каталога фирмы «ЕвроШоп», любезно присланного Вами в письмо. «Покупатель» опубликовал большой критический материал о фирме «ЕвроШоп» в №4 за 1998 г. под названием «Гоп-Стоп, или Торговля методом «ШОП». После того как эта же тема прозвучала в публикациях «Клуба потребителей» газет «Комсомольская правда» и «Труд», мы посчитали вопрос исчерпанным. Исследование качества и цен товаров фирмы «ЕвроШоп», которое Вы провели, очень интересно, однако с этой фирмой уже не стоит иметь дело только потому, что она регулярно нарушает Закон о рекламе РФ и Закон о проведении лотерей РФ. Жирную точку на незаконной деятельности мошенников из фирмы «ЕвроШоп» поставили в Министерстве по антимонопольной политике России, еще год назад предписав недобросовестным предпринимателям заплатить штраф в размере 1000 минимальных зарплат и прекратить лотерею до тех пор, пока фирма не приведет свои каталоги в соответствие с требованиями законов. Мы об этом сообщали. Так что читайте нашу газету регулярно и внимательно, и с Вашим кошелеком все будет в порядке - ни один мошенник Вам будет не страшен.

В заключение хочу поблагодарить Вас за письмо, за конструктивные предложения в адрес редакции, за желание видеть нашу газету еще лучше, еще интереснее. Поверьте, мы работаем над этим день и ночь!

Искренне Ваш!
Редактор отдела экспертиз и расследований
Сергей Алексеев

P.S. А езджу я на «Жигулях» четвертой модели 1988 года выпуска и не имею дуряцкой привычки обсасывать свои пальцы перед тем, как писать статьи. Так что «идеологический» я в полном порядке!

