



Разграбленный сад

ПРОБЛЕМА

Сколько времени идет автобус второго маршрута от вокзала до Самостроя — из одного конца города в другой? Минут сорок? Пока на площади Победы постоит, пока вернется... более полутора часов пройдет. Да и шутка ли — километры десять, а то и больше наматывает, петляя по улицам города.

А автобус маршрута № 25 в сады «Металлург-2» идет в одну сторону 20-25 минут, протяженность маршрута — 6-7 километров. В трестовские сады — маршрутом № 14 — и того быстрее.

Теперь о ценах за поездку. Билет в городском транспорте стоит шесть рублей, пенсионеры едут бесплатно, а до садов отменили городские автобусы и пустили маршрутные такси с оплатой по восемь рублей. Для разумного, умеющего считать затраты, человека непонятно: за более короткий путь нужно платить больше, вдобавок транспортной льготы в такси лишаются. Нищие пенсионеры, а большинство из нас таковы, должны платить существенную для них сумму за возможность побывать в саду и посмотреть, все ли в порядке на участке и цел ли домики.

По словам членов правления сада «Металлург-2», по разным подсчетам, от 400 до 600 участков заброшены, заросли бурьяном, и садовые взносы за них много лет не плачены. Если пенсионеров заставят и летом платить «за комфорт» на транспорте, то эти траты для многих станут непомерными, и заброшенных участков станет еще больше. Кто стал хозяином в садах в те месяцы, когда нам стало дорого навещать участки? Воры. Ведь зимой в садах нет электричества, а охрана — плохая.

Может, власти задумаются над тем, оправдана ли транспортная экономия на стариках? Сад для нас — необходимость, его урожай — обеспечение нашего, и не только нашего, стола. В разграбленном саду кто станет работать?

Ладно. Экономьте. Но пусть хоть раз в неделю, в выходные, подают в сады простой автобус с нормальной ценой билета, пусть ветераны, инвалиды и прочие льготники платят за проезд половину стоимости. Такое решение станет настоящей заботой о малоимущих. И мы убедимся, что городская власть заботится, чтобы воры не хозяйничали в наших садах, что она — за порядок и охрану личной собственности.

Василий ДЕНИСОВ,
ветеран, бывший работник ММК.

Закон не в почете

РЕКЛАМА

«Уважаемая редакция газеты «Магнитогорский металл»! Пишут нам жители дома №7 по улице Завенкина. Думаем, с нашей проблемой сталкивается большинство горожан. Многие из нас, пожившие после работы, включают телевизор — фильм какой посмотреть или передачу. Это как-то успокаивает, помогает расслабиться. Но очень уж мешает реклама. Понятно, что реклама — двигатель торговли, и, видимо, другого телевидения — без рекламы, у нас уже не будет. Но хотелось, чтобы рекламные вставки делались в соответствии с законом. А то что же это получается: как передача — звук один, а как реклама — то громкость иногда так повышается, что мертвого поднять можно. А ведь у многих дети спят, большие ждут отца в покое, да и людям надо отдохнуть, а не взрывать каждые пятнадцать минут. Неужели нет защищающего нас закона?»

Закон такой есть, и называется федеральный «Закон о рекламе». Контроль за его соблюдением возложен на Министерство по антимонопольной политике. Мы связались с его территориальным управлением по области, и вот что рассказала Людмила Галичина, руководитель отдела по контролю за рекламной деятельностью:

— Действительно, в статье 11 федерального «Закона о рекламе» четко и недвусмысленно сказано: «При трансляции рекламы ее звук не может быть громче звука транслируемой программы». Так что если рекламный блок громче фильма или программы, в которой он появляется, то это нарушение закона, за что предусмотрен штраф до 400-500 минимальных размеров оплаты труда (МРОТ), а в случае неисполнения предписания об устранении нарушения — до 5000 МРОТ.

Однако на практике часто приходится сталкиваться с бессилием закона. За прошлый год нами подано несколько судебных исков, связанных с несоблюдением положения о громкости рекламы. Они в стадии рассмотрения, но пока результаты предсказать сложно. Как выяснилось, в Российской Федерации на данный момент не существует методики определения разницы в громкости рекламного ролика и транслируемой передачи. Кроме того, нет технических средств, позволяющих это сделать. Проблема эта выявилась не только в нашей области, но и по всей стране. Сейчас в министерстве ведется работа по ее устранению. К концу года ситуация должна проясниться. Пока же мы можем только рекомендовать рекламородам и производителям привести свою деятельность в соответствие с законом.

Ну а простым зрителем остается только ждать. Правда, даже если найдутся средства на техническое оснащение и будет разработана соответствующая методика, то далеко не факт, что все телеканалы сразу бросятся выполнять закон. Для региональных студий штрафы, предусмотренные законодательством, действительно заметны, а вот для крупных каналов 5000 МРОТ — не деньги. Реклама там может стоить и тысячу долларов за секунду эфирного времени. Если рекламный блок длится пять минут, то это 300 тысяч долларов, а 5000 минимально — всего лишь 500 тысяч рублей. Выгоднее заплатить штраф. Ведь клиентам-то важна именно эффективность рекламы, а не соблюдение правовых норм. А различие в звуке эту эффективность повышает.

Представьте: сидите вы после рабочего дня, телевизор убавляюще гудит, глаза слипаются. Нет, конечно, если вы не спите, а посмотрите любимый сериал, но усталость берет свое, и вскоре слова из «ящика» сливаются в монотонный гул, смысла вы уже не разбираете. Создатели реклам прекрасны об этом осведомлены. Но у вас своя работа, у них своя — сделать так, чтобы рекламу заметили. А как вы ее заметите, если уже и глаза закрыли, и носом клюете? Правильно, только если монотонный гул будет прерван громкими и резкими звуками. И неважно, что вам это не понравится, свое раздражение вы скорее всего выплеснете на телевидение, которое совсем вас не уважает. А рекламный девиз все равно услышите.

Единственный способ расчитать с хитрыми телевизионщиками — доказать, что перепады громкости между рекламой и транслируемой передачей нанесли вред вашему здоровью. Послужили, например, причиной невроза или, допустим, импотенции на нервной почве. В таком случае имеете полное право подать в суд на телекомпанию. Если сможете отстоять свою правоту, то компании придется компенсировать нанесенный вред (статья 31 «Закона о рекламе»).

Вообще же надо осознавать, что цель рекламы — продать больше товара, а не обеспечить комфортные условия для отдыха перед телевизором. Да, голубой экран кажется неотъемлемой частью нашей жизни. Но на деле без него вполне можно обойтись, и уж вовсе не так сложно ограничить время просмотра телепрограмм. В конце концов, ничуть не менее интересно почитать хорошую книгу, встретиться с друзьями, просто прогуляться по улицам. А снования на то, что телевидение пользуется всеобщим интересом к своим программам, ничего не меняет. Мы ведь не платим деньги за просмотр телепередач, а студиям и передающим центрам надо на что-то жить. Вот они и зарабатывают. Есть платные каналы, где рекламы нет — средства поступают из абонентской платы. Так что или бесплатные программы с рекламой, или платные без. А с тем, что закон нарушают, рано или поздно разберутся. Во всяком случае, хочется на это надеяться.

Михаил ВИХРОВ.

Мыльная пена вместо... французского шампуня

Богатых и бедных покупателей обманывают одинаково

В качестве товаров одинаково заинтересованы все социально-демографические группы вне зависимости от пола, возраста, образования и даже материального положения.

Интересный факт: обеспеченные слои жителей города, которые могут потратить на товары больше, чем среднестатистический горожанин, и, соответственно, выбрать более качественный товар, натываются на обман так же часто, как и все остальные. Мыльная пена вместо французского шампуня, маргарин вместо австралийского сливочного масла, якобы японские видеокассеты, на самом деле сделанные нашими умельцами в подпольных цехах, — лишь несколько примеров «неправильных» товаров. Естественно, влияет и обстоятельство, что чем чаще потребитель сталкивается с приобретением того или иного товара, услуг, тем больше вероятность поиметь халтуру.

— Наши специалисты осуществляют надзор за соблюдением требований стандарта и обеспечением единства измерений, — говорит директор магнитогорского Центра стандартизации, метрологии и сертификации Людмила Покрамович, — и на предприятиях, и в сфере реализации, и при оказании услуг согласно закону о защите прав потребителей. Мы не оставляем без внимания и жалобы горожан.

В прошлом году проверили партию шпирцев и отправили обратно поставщику: не было даты изготовления и трудно было установить срок их использования. Другой покупатель пожаловался на водяные сланги: вода на выходе почему-то пахла резиной. Он подождал неделю, где, но запах только не исчез, а усилелся. И тогда сланги попали в Центр. Их испалили в госсанэпиднадзоре. Оказалось, их необходимо использовать не для подведения воды, а только для слива. В данном случае имеет значение информация для потребителя: продавец должен знать,

что он продает. Поэтому важно, чтобы продукт поступил с полной информацией, которая содержится в сопроводительной документации. К сожалению, горожане часто не обращают внимания на отсутствие информации как об изготовителе, так и о товаре. Все это кажется не важным, пока товар качественный. Но часто случается наоборот, и в результате незадачливый потребитель не знает, кому предъявлять претензии. Начинаются походы по инстанциям и жалобы. Это цена, которую человек платит не за товар, а за свою не внимательность, потребительскую неграмотность, легкомыслие.

Там, где дело касается производства продукции технического назначения, отношение к качеству более серьезное. На рынке много фальсифицированных продуктов питания, товаров с истекшим сроком хранения. Их нельзя продавать, но они лежат на прилавках. Что делать, считают некоторые предприниматели, продающие не деньги: то потрачено, а страдают потребители. Хотя сегодня, по словам Людмилы Евгеньевны, безграмотных производителей, поставщиков и предпринимателей практически нет. Кто хочет — учится, знает и умеет.

Специалисты Центра стандартизации проводят семинары, совещания, участвуют в обучении студентов в институте, техникумах. Однако многое в решении проблем качества товаров и услуг зависит от потребителя. И тут ни одна инспекция не поможет. Когда покупатель научится требовать у продавца «покажите, что произвел товар, где, что может случиться с товаром, если...», тогда дело сдвинется с мертвой точки.

— Все проверки выявляют факты нарушения государственных стандартов по части соответствия информации для потребителя — продолжает разговор начальник отдела государственного надзора за стандартами Надежда Тулина. — Придя на рынок, в магазин, мы должны получить качественный товар. Написано на этикетке, что он изготовлен из натуральных продуктов — например, из говядины, свиного мяса, и нет растительного белка — значит, это должен быть натуральный продукт, выпущенный по государственному стандарту. Но если указаны ГУ (технические условия) написано, что продукты натуральные, необходимо более внимательно относиться к товару. Наша цель — предупредить покупателя, чтобы он не попался на обман, чтобы продукция соответствовала государственным стандартам или другим нормативным документам, были сертификаты соответствия, удостоверения о качестве на продукцию, работы и услуги. Наиболее часто встречаются недостатки маркировки — отсутствие сроков реализации, сроков годности продукции, ее состава, пищевой ценности, а также наименования и местонахождения изготовителя. Например, на растительном масле — «без холестерина», «без консервантов» и «без искусственных добавок».

Это при том, что консерванты в растительном масле не используются, а холестерин не может быть по природе. И почему-то многие производители считают излишним указывать на этикетке условия хранения, хотя бы такие, как «хранить в темном месте» или «хранить в закрытой упаковке». Уместно сослаться на опыт США, где принят Закон «Об образовании в области питания и информативной роли упаковки продуктов питания». Согласно их за-

кону инструкции по безопасному обращению с продуктами стали важнейшей составной частью оформления упаковки. В инструкциях излагают правила обращения с продуктом. При использовании ложной информации производителю грозит срок от 2 до 3,5 лет и 150-250 тысяч долларов штрафа.

— Летом прошлого года произошел случай, — рассказывает Надежда Дмитриевна. — Женщина купила сосисок, сварила. Ребенок начал их есть, а откуда выпал... напальчник. Родители и ребенок — в шоке. Мы выехали на место изготовления сосисок. Выяснилось, что работница цеха при обработке мяса порезалась, одела напальчник. А он соскользнул в фарш. В другом случае поступила информация о том, что в городе большой наплыв масла сливочного коровьего, производства Сибайского завода. Завод в Сибайе в то время стоял, а масло продавали на всех городских рынках. Специалисты Центра вышли на объекты, которые оптом реализуют масло. Установили, что на базис сибайского масла не было, зато было масло сливочное коровье «Крестьянское», челябинского производителя и еще двух заводов. Так вот, все эти масла не прошли испытания: в информации для потребителей не было сведений о продукте. Кроме того, масла не прошли по баканализу. Продукцию изыняли из оборота, частных предпринимателей-оптовиков привлекли к административной ответственности.

Система штрафов, которая в соответствии с действующим законодательством нацелена на нарушение правил торговли и продажу подделок, малоэффективна. Продавцам выгоднее уплатить их, чем прекратить торговлю некачественным товаром. Очень много нарушений в торговле глазированными сырками. Было и такое, что мы выехали на проверку 12-го числа, а сырки были изготовлены 13-го. Предприниматели

нарушают условия хранения этого продукта: не все обеспечены холодильными камерами. Мы работаем в тесном контакте с отделом по борьбе с продовольственной преступностью УВД города. Они изымают в kiosках, на рынках, в магазинах из продажи товары с истекшим сроком реализации и приносят на экспертизу в Центр. Каждый вправе требовать, чтобы информация о товаре была доступна. Ведь рядовому покупателю абсолютно безразлично, кто будет контро-

лировать подлинность товаров, представленных на прилавках магнитогорских магазинов: государство или товаропроизводители. Покупатель хочет за свои деньги приобрести товарный знак данного продукта. И если на картонной упаковке продукта написано, что это чай, то в упаковке должен быть именно чай, а не силос, смешанный с травой. При этом товарный знак данного продукта должен гарантировать его безупречное качество.

Олег КУДРЯВЦЕВ.



нарушают условия хранения этого продукта: не все обеспечены холодильными камерами. Мы работаем в тесном контакте с отделом по борьбе с продовольственной преступностью УВД города. Они изымают в kiosках, на рынках, в магазинах из продажи товары с истекшим сроком реализации и приносят на экспертизу в Центр. Каждый вправе требовать, чтобы информация о товаре была доступна. Ведь рядовому покупателю абсолютно безразлично, кто будет контро-

лировать подлинность товаров, представленных на прилавках магнитогорских магазинов: государство или товаропроизводители. Покупатель хочет за свои деньги приобрести товарный знак данного продукта. И если на картонной упаковке продукта написано, что это чай, то в упаковке должен быть именно чай, а не силос, смешанный с травой. При этом товарный знак данного продукта должен гарантировать его безупречное качество.

Считается, что любовь к деньгам — корень всех бед. То же можно сказать и про отсутствие денег.

Сэмюэл БАТЛЕР

К вопросу об электронных деньгах

КРЕДИТЫ

Пластиковой карточкой «Магнитка» пользуются давно. Это удобно: не нужно складывать в себе стоимость покупок и измерять с количеством денег в кошельке, а в магазине самообслуживания это важно. Общую сумму я подсчитывала, сохраняя чеки из магазинов, и сравнивала потом с суммой обозначенной в «табелушке». Никаких проблем никогда не было. Теперь все изменилось. С января кредитовать нас стал Кредит Урал Банк. По сути, это правильно. Банк — это такое учреждение, где перемещаются деньги и выдаются кредиты.

Однако не прошло и квартала со времени перемены эмитента, как я усомнилась, следует ли дальше пользоваться электронной «Магниткой». Взглянув на сумму, которую у меня вычли после совершенных по-

купок, я нашла ее завышенной. Пошла выяснять в банк. Работница банка сделала распечатку операций с моей карточкой, оказалась аж три листа. Что к чему, сразу понять трудно. Из объяснений следовало, что в январе вычли не деньги, а в феврале сняли сумму покупок за январь и февраль. К тому же, сумма вычетов за два месяца у меня получилась, как и у банка. Претензий нет.

Но в марте мы не пользовались карточкой, а вычет был. Откуда?

Возможно, что каких-то трат с использованием карточки «Магнитка» в январе или в феврале я не учла, сейчас уже не вспомнить. Но где четкая, ясная информация о произведенных покупках? С указанием, что я покупала. Разобраться невозможно! Скажете: а сохраненные чеки? Но я по привычке сохраняла чеки с 26-го числа прошлого месяца по 25-е нынешнего.

А иначе, видно, отчетными являются другие числа. А что касается общей суммы, так мне могут сказать, что какой-то из чеков я потеряла. И что возразить? Если у меня вычли повторно за какие-то покупки, как я могу это доказать?

Хотелось бы получить от банка более развернутую информацию о том, в какие числа производится расчет за покупки. И если: если на моем банковском счете остаются деньги от зарплат, то они снимаются на следующий день после покупки в магазине на карточку «Магнитка» или остаются на счете, и я могу их снять в банкомате, когда потребуется? Есть и другие нюансы. В общем, много остается неясным. Полагаю, что у многих возникли подобные вопросы.

Ирина ПОПКОВА,
кладчик КУБА.

Стимулировать производительный труд



СОЦИУМ

Лишь та работа является хорошей, за которую хорошо платят, считает большинство россиян. В предположении, что интересной работы верит только треть опрошенных. К таким выводам пришел фонд «Общественное мнение» по итогам всероссийского опроса 1500 наших соотечественников.

Согласно данным социологов, подавляющему большинству наших сограждан осущес-

ствляется ими работа не приносит ни радости, ни морального удовлетворения. На вопрос, какой должна быть работа, чтобы радовать, 58 процентов опрошенных уверенно заявили: «Денег, чтобы нормально платили и без задержек». Доля респондентов, заявляющих о том, что они бросили бы работать, если бы имели достаточно денег, почти одинакова среди молодежи и людей среднего возраста: 47 и 48 процентов соответственно.

Эксперты, опрошенные фондом, обращают внимание на то, что на отечественных предпри-

ятиях крайне низка доля оплаты труда по сравнению с себестоимостью продукции. По их мнению, стимулировать производительный труд, не вкладывая денег в сотрудника предприятия, невозможно.

В цене продукции в нашей области, равно как и во всей стране, стоимость рабочей силы составляет 10-12, максимум 15 процентов. А в Европе и США — от 40 до 60 процентов. Естественно, что у людей пропадает стимул к труду, — полагает эксперт из Барнаула. Ему вторит коллега из Владимира:

— Народ понимает, что за такие деньги, которые он получает, нужно полностью себя не уважать, а не то чтобы работать на полную катушку.

Выходящая пропагандистской карточкой советского образа жизни любовь к труду из идейных соображений (на благо Родины) канула в Лету. Хотя второе место в списке приоритетов для работающих по-прежнему занимает моральное удовлетворение от производимых ими действий — так считают 36 процентов ответивших на вопрос, что на работе приносит им радость. Они предпочитают работу «не по нужде, а по выбору».

Для 11 процентов респондентов на первом месте стоит возможность карьерного роста. Лишь десятая часть полагает, что необходимым условием радости на работе является хорошее отношение начальства.

Для сравнения — американцы более всего ценят не уровень зарплат, который им предоставляет работодатель, а откровенность руководства компании и стабильность работы. К этому выводу пришли аналитики журнала «Форчун», который опубликовал список американских компаний, предоставляющих своим сотрудникам наилучшие условия труда. К таким условиям американцы относят прежде всего возможность участвовать в программах повышения квалификации, а также участие в прибылях самой компании. А без регулярных отчислений от прибыли на пенсионные счета и медицинские обслуживание своих подчиненных передовые американские топ-менеджеры могут забыть об успехе возглавляемых ими корпораций. Большинство российских управленцев такое пока не снится даже в страшных снах.

Георгий ИЛЬЧЕНОВ,
«Известия».

Когда не на что жить

ДУМА

Госдума во втором чтении приняла порядок расчета среднедушевого дохода россиянина, который определяет, кто в нашей стране малоимущий и может претендовать на социальную помощь государства, а кто должен справляться со своей нуждой собственными силами.

Порядок этот такой — гражданам или его представители должны обратиться с заявлением в органы соцзащиты по месту жительства и указать в нем состав семьи и все семейные доходы, а также сообщить о принадлежащем ей имуществе. Обманывать государство не рекомендуется, потому что работники соцзащиты будут эти сведения проверять. Расчет среднедушевого дохода семьи и дохода одиноко проживающего гражданина производится по доходам трех последних календарных месяцев. При этом будут учитываться доходы каждого члена семьи, полученные и в деньгах, и, так сказать, в натуральной форме — в виде благотворительной помощи предпринимателей, организаций, какой бы эта помощь ни была, — товарами, услугами, продуктами или плодами садов-огородов.

Не включаются в доходы только плоды семейных трудов, полученные на земельном участке для личного потребления.

При расчете среднедушевого дохода семьи Дума предложила не включать в состав семьи тех, кто находится на полном государственном обеспечении, а также людей, отбывающих срок наказания в местах не столь отдаленных, и военнослужащих, проходящих службу по призыву.

Все эти процедуры учета и расчета не очень легкие. Но когда не на что жить и не на кого надеяться, кроме как на родное государство, пройдишь и ее.

