

## Конфликтная ситуация



# РАЗБИТАЯ АМПУЛА

## Спор у прилавка

Случай, который недавно произошел с жительницей Корабельного района пенсионеркой Аллой Лудой, можно назвать неординарным, хотя, признаться, в подобную ситуацию может попасть любой посетитель аптек. Что же случилось?

Алла Николаевна пришла с рецептом в аптеку № 3 торговой сети «Аптека низких цен», расположенную по проспекту Октябрьскому, 338а. Провизор взяла деньги, выдала чек и выложила на прилавок пакетик с лекарствами.

Как рассказывает Алла Николаевна, какое-то время она не отходила от кассы, а когда взяла пакетик в руку, то почувствовала, что он – мокрый. Развернув целлофан, увидела, что одна из ампул, причем дорогостоящего (187 грн.) лекарства, разбита, и жидкость вытекла наружу.

– Как колоть это лекарство? – обратилась она тут же с вопросом к девушке за прилавком.

Однако провизор обвинила ее в том, что ампулу разбила она сама, и разговаривать дальше не пожелала, убежав в подсобку.

Алла Луда вызвала милицию и зафиксировала происшествие. На место прибыли и работники службы безопасности аптеки, сбежали все сотрудники. Работники учреждения дружно поддержали свою коллегу, возложив всю вину на Аллу Николаевну. Пожилая женщина, конечно же, ушла из аптеки очень расстроенной – и без необходимого лекарства, и без денег.

Чуть позже она обратилась в Государственную службу по лекарственным средствам в Николаевской области, однако там ответили, что никак воздействовать на руководство аптеки не могут.

– Такого случая у нас еще не было, – пояснила начальник службы Нина Михайловна Славко. – Эта аптека относится к запорожскому предприятию «Фарматоп», имеет офис в Николаеве. У них четко прописаны все действия сотрудников. Они не имеют права принимать решения самостоятельно, это делают руководители центрального офиса. В частных аптеках такие вопросы решаются намного проще, потому что за все отвечает один человек – предприниматель.

В аптеках сети «Аптека низких цен» большой оборот, поэтому нет борьбы за покупателя. Люди туда идут из-за выгодной цено-

вой политики учреждения, цены там, действительно, умеренные по сравнению с другими.

Нина Славко отметила, что служба по лекарственным средствам предлагала аптеке компенсировать покупательнице стоимость поврежденной ампулы, но сотрудники аптеки остались при своем мнении.

– Битую ампулу мы однозначно не могли даже положить в пакет, – сказала в беседе с корреспондентом заведующая аптекой № 3 Алена Юрьевна Яценко. – Был выдан чек и товар. Женщина получила товар и долго не отходила от кассы. Девочка, которая отпускала, пошла отпускать другого человека. Покупательница продолжала стоять возле кассы. Через время она снова обратилась к провизору: как колоть эту ампулу? Ей ответили: «Она же разбита». На что покупательница сказала: «Какую дали, такая и есть».

– Как предположительно ампула могла разбиться?

– Когда женщине выдали товар, людей было много, на нее уже не обращали внимания, и никто не смотрел, что она делала с этими ампулами: ложилась в сумку, перебирала, перекладывала. Она «терлась» возле кассы. Внимания не обращали, но было слышно, как у кого-то разбилась ампула. Но почему-то никто никак не отреагировал. А женщина затем подошла к продавцу со своим вопросом.

Такого же мнения придерживается и провизор предприятия «Фарматоп» Виталий Сергеевич Громовой, хотя он и признался, что его на месте конфликта не было.

– Она отошла от кассы, а заведующая и первостольник (провизор, работающий на первой кассе) слышали звон стекла. Пол кафельный, поэтому было слышно.

– Как будто уронила покупательница?

– Да. Она скандалила, вела себя грубо, мы даже вызвали охрану. Женщина кричала, ругалась. Я понимаю, лекарство дорогое, и ей очень обидно. Но делать виноватым первостольника – тоже неправильно. В данной ситуации я верю нашим сотрудникам.

– Вы решили не компенсировать покупателю потерю?

– Да, учитывая то, как вела себя покупательница. Заведующую она просто довела до слез. Она уже согласна была отдать эти деньги.

– Почему передумали?  
– Потому что мы не били. Заведующая хотела уже сама успокоиться.

## Как найти виновного?

Разобраться в данной ситуации оказалась непросто, потому что в торговом зале аптеки нет видеокamеры, которая бы четко зафиксировала действия всех присутствующих. По словам В. Громовой, ее только собираются установить.

– С записью видеокamеры можно было бы что-то оспаривать, – считает Нина Славко. – А так свидетелей нет ни у одной, ни у другой стороны. Нет доказательной базы. Провизоры не могут подтвердить, что продали целую, не надтреснутую ампулу, и что вины предприятия совсем нет. Но и неосторожность, неаккуратность покупательницы тоже никто засвидетельствовать не может.

Выходит, так и придется пенсионерке Алле Луде остаться при своих интересах? Понимая это, Алла Николаевна обратилась в редакцию газеты «Рідне Прибужжя» с просьбой рассказать об этом происшествии, которое с ней произошло впервые, и предупредить наших читателей о том, что и с ними может случиться то же самое. Как же вести себя в подобных случаях?

– Ничего нового тут предложить нельзя. Нужно тщательно проверять товар и пересчитывать деньги, не отходя от кассы, находясь на виду у провизора, – посоветовала Нина Славко. И добавила: «К сожалению, у нас принято в спорных случаях, подобных тому, что произошел с Аллой Лудой, решение принимать в пользу субъекта хозяйствования. Однако лично я, как потребитель, считаю, что структура, которая имеет такой товароборот, как «Аптека низких цен», должна была встать на сторону потребителя и компенсировать ему стоимость лекарства. Это мое субъективное мнение».

От редакции могу добавить, что в пользу именно такого решения конфликта говорит то, что Алла Луда не выходила из помещения аптеки и не отходила далеко от кассы. А значит, была все время в поле зрения провизоров и других посетителей аптеки. К тому же она пенсионерка, у которой не самая большая пенсия, и на счету – каждая гривна...

■ Татьяна ФИЛИППОВА

## Выборы-2015

# Борды и кандидатские... лица

Журналисты «Николаевского центра журналистских расследований» накануне выборов подсчитали, сколько денежных средств вложили в политическую рекламу кандидаты на пост городского головы и в депутаты горсовета. Результатами своей работы они поделились на пресс-конференции.

Плакаты с изображением предполагаемых кандидатов начали появляться в Николаеве задолго до официального старта предвыборной кампании. В августе нынешнего года мониторинговая компания «ООО DOORS consulting» насчитала в областном центре 596 рекламных конструкций, имеющих отношение к политике. В сентябре их стало уже 840.

Согласно Закону Украины «О местных выборах» вся предвыборная агитация должна оплачиваться только из специальных избирательных фондов. «Однако, не имея официального статуса субъекта избирательного процесса, будущие участники выборов могут рекламировать свою политическую деятельность за счет любых средств. Поэтому большинство политических сил начинают заявлять о себе как можно раньше, и при этом всячески отрицают какую-либо связь с агитацией, стыдливо называя такую деятельность «информацией о себе», – отмечают журналисты НЦЖР.

Ссылаясь на данные мониторинговой компании, они подсчитали, что в октябре наибольшее количество рекламных площадей арендовали кандидаты от «Нашего края», «Блока Петра Порошенко «Солидарность», «Відродження» и «Оппозиционного блока». Перед выборами в Николаеве было установлено 2 тысячи 600 рекламных плоскостей, 39% которых заняла внешняя политическая реклама. Также журналисты выяснили, что месячная арендная плата за одну рекламную плоскость составляет 950-2700 грн. (в зависимости от ее вида).

«Каждый кандидат в своих лозунгах обещает прозрачность, честность и открытость. Но когда речь заходит о финансировании, большинство политсил становится закрытой кастой. Реальные средства, которые тратятся кандидатами ради мандатов, оказываются в разы больше задекларированных», – отмечают журналисты.

Мониторинговая компания «ООО DOORS consulting» подсчитала, что партия «Наш Край», рекламируя своего кандидата в мэры, разместила по Николаеву

213 рекламных конструкций. Сама же политсила арендовала в Николаеве 61 рекламную конструкцию.

По количеству наружной рекламы не отстает и партия «Солидарность». Согласно данным мониторинга, в октябре она разместила по городу 187 рекламных конструкций, полная стоимость аренды которых равняется 350 тыс. грн.

Изобилием политической рекламы поразила избирателей и партия «Відродження». Эту партию в Николаевский горсовет повел народный депутат Артем Ильюк. Эксперты мониторинговой компании выяснили, что на протяжении трех месяцев эта политсила арендовала в среднем 170 рекламных плоскостей, а это, по подсчетам журналистов, обошлось как минимум в 640 тыс. грн. Вместе с тем в своем промежуточном финансовом отчете партия указала, что на размещение агитационных материалов было потрачено всего 125 тыс. 70 грн.

Около 80 рекламных плоскостей в Николаеве арендовал лидер «Оппозиционного блока», кандидат на должность мэра Игорь Дятлов. В промежуточном отчете, который журналистам-расследователям предоставили в городском избиркоме, указано, что на предвыборную агитацию, в том числе на размещение политической рекламы на носителях наружной рекламы, кандидат потратил 157 тыс. 605 грн.

Наименьшее количество рекламных плоскостей арендовали кандидаты от «ДемАльянса» – 28, «Партии простых людей Сергея Каплина» – 9 и «Новой державы» – 1.

«Избирательная кампания 2015 года ничем не отличается от всех предыдущих. На нее же тратятся огромные деньги и много чего, скрытого за парадными избирательными обложками. А внешняя реклама как была, так и остается одной из самых популярных технологий избирательного процесса в Украине. И, по всей видимости, эта тенденция еще долго будет оставаться неизменной», – резюмируют журналисты НЦЖР.

■ Анна НИКУЛИНА

