

В ближайшее время ожидается принятие поправок в Жилищный кодекс, которые сделают контроль за механизмом управления многоквартирными домами более эффективным. О том, насколько действенными могут быть новые меры, рассказал нашему еженедельнику начальник управления Государственной жилищной инспекции Тверской области Сергей ТАТАРИНОВ

— Жилищный кодекс действует в нашей стране с 2005 года. По сути, с принятием этого документа управление многоквартирными домами перешло к собственникам и частному бизнесу, и до настоящего времени государство не вмешивалось в процесс. Сергей Сергеевич, насколько оправданным оказался такой подход?

— На практике кодекс оказался слишком либеральным — все чаще жители и представители УК, образовавшихся из МУПов, не находят взаимопонимания. За пять лет количество управляющих организаций на рынке возросло. Жители получили возможность выбрать управляющую компанию, организовать товарищество собственников жилья или предпринять непосредственное управление домом. Тем не менее они по-прежнему остаются недовольными работой тех, кто должен обеспечивать достойное содержание многоквартирных домов и соответствующее качество жилищных и коммунальных услуг. Компании с неохотой вкладывают



деньги в улучшение содержания домов, в их текущий ремонт или вовсе этого не делают. Особенно печально, что многие УК с самого начала не пытаются построить долгосрочный бизнес и быть полезными, стараясь урвать себе кусок побольше.

— Насколько поправки в Жилищный кодекс существенны и способны ли они исправить сложившуюся ситуацию?

— Ожидается, что поправки будут приняты в начале апреля. В первую очередь они смогут повысить прозрачность работы УК. Сейчас степень достоверности информации о собранных за жилищные услуги средствах никто не гарантирует. Пока представителям УК это часто сходит с рук, ведь наказания за несоблюдение норм раскрытия информации не предусмотрено. С принятием изменений в Жилищный кодекс будет прописана административная ответственность за достоверность предоставленных

сведений, а грубых нарушителей ждет уголовная ответственность за мошенничество. Кроме того, в новых правилах будет четко обозначен механизм передачи документов от старой управляющей компании новой. Известно, что «свергнутые» УК иногда начинают вставлять палки в колеса своим конкурентам, в итоге новой компании приходится заново собирать документацию. Кроме того, старая УК будет обязана отчитаться и вернуть неистраченные деньги. Разумеется, ответят за халатность и недобросовестные руководители ТСЖ.

Если в вашем доме:

- ✓ протекает кровля
- ✓ подъезды и стены находятся в удручающем состоянии
- ✓ не убирается придомовая территория
- ✓ незаконно завышаются тарифы на жилищные и коммунальные услуги

звоните по телефонам «Горячей линии»

Государственной жилищной инспекции

по Тверской области 8-800-700-10-35

или адресуйте вопросы на сайт www.gji.tver.ru

— Итак, у нас остаются те же три формы управления домами, значить, защитить интересы жителей можно только одним способом — усилить контроль, обязав представителей управ-

ляющих организаций отчитываться перед жильцами. В связи с этим, на какие дополнительные полномочия вы рассчитываете?

— Государственная жилищная инспекция получит больше рычагов влияния на УК и ТСЖ. Сейчас мы проверяем информацию и даем рекомендательные указания, а заставить их отчитаться пока не можем. После принятия поправок в Жилищный кодекс у нас такие полномочия появятся. Разумеется, возрастут и суммы штрафов. Сейчас максимальный штраф для юридического лица у нас

области. Из них 42 — от жителей тех домов, в которых недавно провели капитальный ремонт. Всего за это время по ремонту и уборке кровель от наледи ГЖИ возбудила 96 административных дел и взыскала штрафов на сумму 840 тыс. руб. После вступления в силу поправок в Жилищный кодекс у нас появится возможность направлять документы о проверках в УВД для возбуждения уголовных дел.

— Сергей Сергеевич, часто люди адресуют вам вопросы, которые не входят в вашу компетенцию, например, о предоставлении квартир. А иногда, наоборот, не обращаются, хотя и могли бы получить реальную поддержку. В каких именно случаях может помочь ГЖИ?

— Нужно понимать, что есть общее имущество дома, а есть частное. Если даже вы живете в муниципальной квартире, то по закону, как наниматель, должны сами ремонтировать ее изнутри — к примеру, менять унитаз или раковину. Мы рассматриваем вопросы содержания общего имущества: состояние подъездов и лифтов, труб и кровель, вывоз мусора. Сейчас к нам поступает много вопросов о правомерности тарифов. К примеру, некоторые УК обозначают плату за вывоз мусора, обслуживание лифтов и освещение мест общего пользова-

ния отдельными строками, хотя фактически все это входит в понятие «содержание дома». Если стоимость вывоза мусора, услуг по содержанию дома указана отдельной строкой и заметно выросла, вполне может оказаться, что управляющая компания увеличила тариф незаконно. Представители УК должны были инициировать собрание собственников и получить их согласие на повышение расходов на содержание дома. Если жильцы не согласятся доплачивать за услуги, компания должна, соответственно, уменьшить плату за содержание дома.

Ответы на вопросы, касающиеся качества жилищных и коммунальных услуг, жители многоквартирных домов региона могут получить у специалистов ГЖИ по горячей линии 8-800-700-10-35, которая открылась недавно и по инициативе губернатора Дмитрия Зеленина сделана бесплатной. По этому телефону можно обратиться с конкретной проблемой и получить юридическую консультацию. Главное — не пускать ситуацию на самотек. Тем более теперь меры наказания для любителей хорошей жизни за чужой счет станут более суровыми. Возможно, угроза понести уголовную ответственность заставит их дважды подумать, прежде чем от легких денег окончательно съедет крыша.

Геннадий ГРИГОРЬЕВ

ИНСТРУМЕНТЫ БИЗНЕСА

Пахучая услуга

Владельцы магазинов и кафе все реже рассчитывают на обычную рекламу. Они уверяют, что теперь покупатели идут к ним... на запах

Привлечь клиента с каждым днем все труднее. Поэтому компании вынуждены прибегать к необычным мерам. Одной из них недавно стала ароматизация мест продаж. Это явление, долетевшее до России из Америки, принято называть аромаркетингом. Специальные установки распыляют запах, который оказывает благоприятное влияние на покупателя, тем самым подталкивая его что-нибудь купить. Сегодня на рынке более 300 запахов. Самый популярный — кофе с пирожным, якобы нагоняющий аппетит. Бары охотно благоухают стойком, кафе — эспрессо, а подарочные отделы — сиренью и ванилью. Даже в булочных запахах горячего хлеба включается кнопкой, а под Новый год продукты охотнее раскупают, если в магазине пахнет хвоей и мандаринами.

И польза от этого, похоже, есть. Маркетологи подсчитали, что ароматы задерживают покупателя в магазине на 20% дольше, повышают долю спонтанных покупок на 6%, а продажи — на 15% даже без расширения ассортимента. Зарубежные психологи уверяют, что микро-

климат пахучего помещения кажется лучше на 15%, чистота и свежесть — на 27%, интерьер — на 90%. Но неужели только кажется?

— Запахи рождают определенные эмоции у любого человека, — говорит врач-психотерапевт Тверского областного клинического психоневрологического диспансера Владимир Тутов. — Но использование их для повышения спроса, скорее, выдумки. Ведь обоняние — это не условный рефлекс: повел носом и сразу купил. Все зависит от вашего опыта, памяти и набора ассоциаций. Говорить о коллективном эффекте здесь нельзя. Если для вас какой-то запах особенно приятен, возможно, вы и купите. А кто-то другой, наоборот, проскочит мимо, прочь от горьких воспоминаний. Часто аромат кажется людям навязчивым, поэтому куда эффективнее настраивают на покупку хороший интерьер и вежливый персонал. В противном случае, даже если в магазине, как в парке Чаир, «распускаются розы и расцветает миндаль», торговля не улучшится. Лично для меня, как для рядового потребителя, такие уловки пусты. Все словно кричит: мы стараемся, а вы не покупаете. В психиатрии есть понятия «фон» и «фигура». Фон незначителен, фигура — то, что для вас существенно. Представьте: на

столе стоят пепельница и графин с водой. Если вы хотите пить, то увидите графин, если курить — пепельницу. А у кого-то пепельница вызовет отвращение. Так и с запахами. Есть потребность — купили продукт, нет ее, то вам все равно, чем вонючий пахнет.

Тем не менее рынок аромаркетинга ширится, а предприниматели тратят по 50-70 тысяч рублей на «генераторы благовоний» и набор ароматов, которого хватит на пару месяцев. Кроме того, в моду входят так называемые аромабренды для пропитки визиток и пригласительных, ароматизированный аромаручки. С их помощью салон потрепанной «Волги» благоухает дорогой кожей, а директор фирмы сможет подписать контракт особыми чернилами. Словом, духи, как во времена Татьяны Лариной, в современном мире уже не прокатят.

Но иногда ароматизация просто необходима. Например, нужно быстро избавиться от запаха ремонта. Да и в обувных магазинах, где часто разуваются, без благовоний никуда. Считается, что впервые аромаркетинг испробовали в России в 1980-е, с появлением импортных моющих средств, которые сначала расходились вяло. Как выяснилось, нашим домохозяйкам не доставало запаха хлорки — с



ним у них ассоциировалась чистота. Появился запах, и торговля пошла.

И все же ясно, что запах не панацея. Пока аромаркетинг в Твере только расцветает, и пускать его вход предприниматели стараются с

умом, заблаговременно разнюхав ситуацию в своей нише. И здесь важно не переборщить. Чтобы клиентам не пришлось бежать на улицу за порцией свежего воздуха, который у нас пока, к счастью, ни к каким покупкам не обязывает.

Как вы считаете, может ли аромаркетинг иметь реальный успех в Твере?

Анна, 41 год: — Меня привлекают в первую очередь качественные услуги, внимательный персонал и приятный интерьер. Аромат — лишь маленький нюанс в общем механизме завлечения, и то, если он действительно уместен.

Павел, 26 лет: — По-моему, в кофейнях должно пахнуть кофе, а не чем-то абстрактным и непонятным. А в некоторых магазинах духов, пожалуй, не помешал бы какой-нибудь нейтральный запах: от какофонии ароматов голова кругом, и зерна кофе понюхать не везде дают, чтобы нос «не растерялся» при выборе.

Сергей, 19 лет: — Обожаю заглядывать в чайные лавки и книжные магазины из-за приятного аромата. Но не помню, чтобы запах заставил меня что-то купить без особой надобности. А вот где такой коммерческий ход точно не помешал бы, так это в общественных туалетах города.

Геннадий ГРИГОРЬЕВ