

## Не самые заметные, но тем не менее важные для жителей Петербурга события, явления и тенденции — в еженедельном обзоре и авторских комментариях наблюдателя «ВП» Петра СЕМЁНОВА

### ЗАМЕТКИ НА ПОЛЯХ

#### Про таксистов и... таксистов

«Вечёрка», конечно, не обошла стороной нашумевший скандал на рынке такси-перевозок («Почему таксисты хотят, чтобы интернет-сервисы UBERались с петербургского рынка?»; «ВП» за 24.07 и 31.07). Внесу и я свои пять копеек на сей счет. Тем более что такси пользуюсь часто, рынок мне этот знаком и свой потребительский интерес у меня, как у человека, который принципиально отказывается от личного авто, на этом рынке ой как имеется.

ОТВЕТ НА ВОПРОС, вынесенный в заголовке июльской статьи «Вечёрки», до слез очевиден: завсегда на рынке не хотят лишней конкуренции, им и внутренней хватает. А дальше начинается набор аргументов про то, почему интернет-сервисы — это вредно.

К этим аргументам мы еще вернемся, а пока отмечу, что к питерским такси-бизнесменам у меня и без всяких интернет-сервисов претензий минимум. Все последние годы они снижали цены, не снижая при этом качества услуг. Как им это удавалось? А очень просто. Вместо того чтобы содержать обременительные автопарки, они стали нанимать людей со своими машинами. Вместо того чтобы наблюдать, как водители простаивают в ожидании жирных заказов, они стали нагружать их по максимуму. Ну и новые технологии, конечно, помогли: связь, навигация и так далее. И главное — конкуренция между компаниями развернулась нешуточная.

И помните, кто на заре этой таксомоторной революции негодил больше всего? А негодил традиционные автопарки с их «Волгами» да таксистами с манерами не то советских швейцаров, не то королевских котов. И где теперь эти традиционные автопарки?..

А еще в те времена по улицам Петербурга сновали бомбилы — как правило, гости с юга на разбитых «Жигулях». Вот уж кого таксисты ненавидели! Обвинений бомбилам предъявляли уйму. И водить-то они не умеют. И города-то не знают. И налоги-то они не платят. И безопасности-то у них никакой. И ответственности — тем более. И рынок-то они своими низкими ценами убивают...

Согласитесь: все это очень напоминает набор претензий, которые нынче выкатывают интернет-сервисам. И главная из них — низкие цены. И тут же, кто бы сомневался, выдвигается гениальная идея установить минимальные тарифы.

А теперь давайте вспомним, чем закончилась история с бомбилами. Почему они ушли с рынка? Может, кто-то написал на них клевету губернатору, и власти повыгоняли бомбил с улиц? Не-а. Просто официальные перевозчики — внимание! — стали снижать цены. И все.

...К сожалению, у меня нет места, чтобы познакомить вас со всеми потребительскими нюансами: какой фирмой удобнее пользоваться при тех или иных поездках, какие особенности компаний следует учитывать... К сожалению, у меня нет места подробно рассказать о том, за счет чего новые игроки рынка снижают цены, как они работают с водителями, с клиентами, о том, как у них дела с безопасностью и финансовой отчетностью... Это все, конечно, важно (и как-нибудь об этом поговорим), но важнее другое: технический прогресс неумолим, а конкуренция — единственная питательная среда для любого бизнеса. Где есть конкуренция — там и низкие цены, и бизнес-победитель в порядке.

Да, такси за минувшие годы стало доступнее. Но все же цены последних лет еще не позволяют превратить его в повседневный общественный транспорт. А ведь когда это произойдет, половина транспортных проблем Петербурга будет решена. Люди как в страшном сне будут вспоминать, что когда-то они мотались на работу на своих машинах, мыкались в поисках места для парковки... И о пробках мы забудем.

### ЧЕЛОВЕК НЕДЕЛИ

#### ПРОДАВЩИЦА ЛИЗА

ЗНАЕТЕ, я, кажется, понял, чем хороший закон отличается от плохого. Поясню на примере. Дело было в среду, на даче. Послал старшего сына в магазин. Помимо прочего наказал купить две бутылки пива. А сыну — только 16. Поэтому написал записку (так, мол, и так, прошу отпустить, дата, подпись), дал ему свой паспорт. Но из магазина сын вернулся без пива. Продавщица, говорит, ни в какую: закон есть закон — и точка.

Знаю я эту продавщицу — Лизой зовут. Может, она боится проверок? Да ну!.. Это же не магазин в центре города, где того и гляди на контрольную закупку нарвешься, а захолустная лавка в садоводстве, где все друг друга знают. Просто вот не продала, не нарушила закон — и все.

Так вот. Закон, запрещающий продавать даже пиво лицам до 18 лет, — правильный закон. Почему? Потому что он исполняется. Исполнение — лакмусовая бумажка для любого закона. Если он работает — значит, хороший. А работает он потому, что общество его принимает. Вот та же продавщица Лиза. Ей окрики и указания сверху не нужны. Она сама понимает, что пить детям — плохо. А закон — он ей опора и только.

...Вспоминаю свои 16 лет. Самое начало 1990-х. Магазин у «Маяковской». Здесь принимали стеклотару, а взамен — дефицитное пиво. У меня тогда даже в мыслях не было, что пиво мне могут не продать. И ведь что интересно. По тогдашним законам алкоголь можно было покупать только с 21 года. Бред! Человек уже из армии вернулся, женился, ребенка родил, а выпить ему — нельзя. Так, может, потому и не соблюдался тот закон (даже в отношении 16-летних), что был одним из бредовых проявлений антиалкогольной кампании, а не результатом общественного консенсуса?

### ЦИФРЫ НЕДЕЛИ

#### ПЛЮС 140 ПРОЦЕНТОВ

НА ПРОШЛОЙ НЕДЕЛЕ «Вечёрка» в очередной раз обратилась к теме велосипедного Петербурга («ВП» за 30.07; «Петербург — идеальный город для велосипедистов»). Всецело разделяя позицию редакции, которая давно ратует за велосипедное развитие города, дополню картину одной цифрой.

На днях участники движения «Велосипедизация Санкт-Петербурга» вышли на мосты, ведущие на Васильевский остров, и принялись считать велосипеды, по этим мостам проезжающие. В прошлый раз они делали то же самое в то же время и при той же погоде в 2013-м. Выяснилось: за два года велосипедный трафик на Благовещенском и Дворцовом мостах вырос в полтора раза, на Тучковом — почти в два с половиной, на 140 процентов.

Вывод: Петербург потихоньку пересаживается на велосипеды. Вот только без выделенных линий — беда. Велосипедисты и сами не рады, что сейчас или они от машин шарахаются, или пешеходы от них.

### ЦИТАТА НЕДЕЛИ

#### «БОРОТЬСЯ С ЛЕТНИМИ ВЕРАНДАМИ КАФЕ...»

«ПРОКУРАТУРА проверила летние кафе на Невском проспекте и Большой Конюшенной улице. По результатам проверки в отношении юридических лиц возбуждены восемь дел об административных правонарушениях. Напомним, что с летними верандами кафе, мешающими проходу по тротуарам, можно бороться при помощи сайта «красивыйпетербург.рф».

*Движение «Красивый Петербург» (источник: сообщение в группе движения «Красивый Петербург» в соцсети «ВКонтакте»)*

КРАСИМИР (Врански, лидер «Красивого Петербурга») мне друг, но истина дороже. Истина же заключается в том, что я никак не могу понять: ну вот чего он и его друзья ополчились на эти несчастные веранды? Поддерживаю практически все инициативы «Красивого Петербурга» — ребята эти для нашего города бесценны. Но вот кафе...

Уличные кафе наполняют город теплотой — раз. Ресторанный бизнес — одно из приятных питерских исключений по части развития малого бизнеса — два. Пожалейте курильщиков, которым теперь курить в закрытых кафе нельзя, — три.

Веранды занимают место на тротуарах? Ну да. Но где же им еще быть? Не в воздухе же висеть...

### КАРТИНКА НЕДЕЛИ

#### АВТОДРОМЫ У МЕТРО

ТАКОЕ ОЩУЩЕНИЕ, что в Петербурге у станций метро собираются проводить соревнования по автомобильному спорту. Чем иначе объяснить, что все пространства у метрополитеновских вестибюлей зачищены начисто? Нет, я, разумеется, знаю, что объяснить это можно постановлением городского правительства за номером 1045. Но логику этого постановления понять не могу.

Впрочем, лукавлю, конечно. Логика как раз очевидна: торговля у метро, такая удобная для горожан и выгодная для малого бизнеса, была что кость в горле как для сетевиков, так, не исключаю, и для бизнесменов из нашего метро. Ведь это только у метро торговать нельзя, а в самом метро — запросто.



У станции метро «Парк Победы» плитка хотя бы чистая. Большинство же прочих подобных пространств плотно загажены подножной рекламой.



фото Натальи ЧАЙКИ

фото Алексея ЛОЩИКОВА