

> СКАЛЯРОВТические
МЫСЛИ

Допились...

В ГОРОДАХ, переживших потоп, нередко устанавливают метки, до которых поднималась вода. Обязательно в людных местах, в назидание потомкам, так сказать.



Магнитогорцам в последние недели то и дело показывают, до чего доведет обезвоживание. Источники живой влаги мелеют на глазах, и дно водного кризиса, в отличие от экономического, неровен час будет нащупано. Вот-вот в трубах нечему течь будет, а в виновных ни камень не бросить, ни остатками воды плеснуть. Это Дальний Восток, Москва и Сочи захлебываются в мощных потоках, а у нас матушка-природа по-другому напроказила. Зимой у нее снега не допросишься, летом – дождя. Форс-мажор, в общем. Спросить не с кого.

Только не покидает чувство, что спохватились слишком поздно. Талант управленца в том, чтобы предвидеть опасность и вовремя предупреждать о ней. Но городские «водяные» до последнего убаюкивали себя заклинаниями, что не опустеет чаша сия, а вышло все наоборот. Банально проспали? По-надеялись на русское авось? Не хотели пугать раньше времени? Верно ли хотя бы одно из предположений или не годятся все – теперь без разницы. Только огоршили неприятной вестью вполне профессионально, чтобы приняли как данность, не успели опомниться да по-тихому смирились.

Сейчас в тресте «Водоканал» уповают на Всевышнего и, как сказано в одном из интервью, готовы для прихода дождя молебн заказывать. Пока одна рука осеняет себя крестным знамением, другая грозит земными карами тем, кто иссушил водные источники. Итак, под раздачу попали: а) огородники; б) торговцы растительностью; в) сельчане, преграждающие путь воде самодельными плотинами; г) «очумельцы», сбивающие показания водомеров; д) мелкие ворюжки.

Желание опаивающих вывести расхитителей воды на чистую воду правомерно, но уж очень смахивает на кампанейщину. Неприглядно, должно быть, мы выглядим в глазах контролеров. Поливаем, пока грядки не заболятся. Часвиначаем, пока не лопнем. Купаемся в ванне помногу раз в день до бесчувственного состояния. Одним словом, пускаемся во все тяжкие, чтоб плескаться водичку через край. Чего с несознательными церемониться? Останемся наедине с шипящими кранами – поделом.

Если дело швах, без непопулярных мер никак. Но это, когда ничего другого не остается. Сомнительно только, что не осталось в городе ни одной худой трубы. Что при строительстве новых микрорайонов точно просчитывали, сколько они в состоянии «выпить». Что нет управы против деревенских запруд, и надо сложа руки дожидаться, пока прокуратура разберется с тремя лежащими поперек бревнами. Помнится, во время шумной истории со сносом незаконных торговых центров власть не робела до такой степени, а теперь чего ж?

Но все рассуждения об этом – в пользу бедных. Чему быть – того не миновать. Время плановой экономики, похоже, безнадежно упущено. С трудом верится, что появятся графики отключения, как перед началом летних ремонтов. И те, что есть, если сбьются худшие прогнозы, – коту под хвост. За природную немилость и просчеты в работе расплаются правые и виноватые, экономные и водолюбивые.

У сильного всегда бесправный виноват.

ДМИТРИЙ СКАЛЯРОВ

Поделиться мнением по поводу прочитанного или поспорить с автором можно на сайте «Магнитогорского металла».



Короли туризма

> «Правильные» турфирмы
хотят избавляться от «неправильных»

«БЕСПРЕЦЕДЕНТНОЕ разращение клиентов скидками», – такую претензию предъявил президиум ассоциации туристических организаций Магнитогорска молодым турагентам. О попытке установить монополию на рынке туризма – в материале «ММ».

На пресс-конференции «О защите прав потребителей туристических услуг» тех, кто желал дать интервью, оказалось куда больше, чем тех, кто хотел его взять. В центре конференц-зала расположилась президент ассоциации туристических организаций Магнитогорска Наталья Макарова. Возле других участников стояли аналогичные визитки: пара вице-президентов ассоциации, несколько начальников отдела, начальник юридической службы, начальник по связям с общественностью и прочие.

Пресс-конференция началась с заявления ассоциации о том, что она – общественная организация, которая призвана «навести порядок на рынке туристических услуг» и «установить некие правила игры».

– Рынок туристических услуг в городе может обрушиться, – заявила президент ассоциации. – Что ждет нас впереди, если ничего не предпринять? Уже сегодня многие туроператоры отмечают беспрецедентную разращенность магнитогорцев скидками. Дело дойдет до того, что они перестанут иметь дело с магнитогорскими агентствами и нам придется летать через Москву. И кто, как не мы, имеющие огромный опыт в этой сфере, может защитить сегодня потребителя? Вот поэтому мы и создали ассоциацию. В связи с отменой лицензий туристический рынок города претерпел изменения: количество фирм утроилось, а клиентов, естественно, не прибавилось. На рынок вышли фирмы, гордо и безосновательно именующие себя компаниями.

– Представьте только: турфирмы открывают жены, дочери, лю-

бовницы обеспеченных людей! Им кажется, что это красивый бизнес. У всех нас – тех, кто давно работает, – есть клиенты, которые, съездив пару раз за рубеж, открывают турфирму. На первых порах они, стремясь массово привлечь клиентов, даже отказываются от комиссионных! Но это еще не самый аморальный случай, и объясняется такая стратегия недостатком опыта или ума.

Голословное обещание скидок вносит сумятицу в умы потребителей? – продолжала Макарова. – Вся туристическая сфера, которую мы много лет профессионально развивали в городе, превращается в гранд-базар. Это такое емкое выражение не несет глубокий смысл. Это базар и хаос, который привел на туристический рынок непрофессионалов и некомпетентных людей. Когда существовало лицензирование, ценовая политика в городе была корректной, было запрещено манипулировать ценами операторов, а сейчас все стало бесконтрольно.

В глазах журналистов общественный статус президиума возрастал с каждой фразой: умы и души горожан скоро будут очищены от «скидочного разврата» и к людям вернется право приобретать туристические путевки по полной цене.

«Как вы будете осуществлять свою миссию?» – поинтересовались журналисты.

Участники пресс-конференции раскрыли методы воспитания туристического «молодняка»: от привлечения надзорных органов и сообщения «куда надо» до составления черного списка молодых и резвых, но «неправильных» компаний, которые посмели сбить цену авторитетным участникам туристического рынка. Президиум ассоциации также намекал на возвращение лицензирования туристического бизнеса – пусть не во всей России, так хотя бы в Магнитогорске.

– Для этого мы, старые профессиональные фирмы, собрались и объединились в ассоциацию, – сообщила Наталья Макарова.

Не знаю, что чувствовали в этот момент коллеги, но у меня в голове произошел щелчок. До этого меня все мучил вопрос, откуда в городе вдруг разом появилось столько бескорыстных правозащитников? Общественная работа – дело неприбыльное. Поскольку возле членов президиума ассоциации никаких других табличек, кроме тех, что говорили об их общественном статусе, не стояло, думалось о них очень уважительно. Но тут закралось подозрение...

– Так вы все, значит, тоже коммерческие структуры? Только опытные, да? Авторитетные? И вы объединились, чтобы научить бизнесу молодых? – спросила я.



ЮЛИЯ СЧАСТЛИВЦЕВА
ждет ваших откликов
на нашем сайте
www.magmetall.ru

За табличками «вице-президентов» и «начальников отделов» замаячили

бренды конкретных турфирм: туристическая компания «Магнитогорский Спутник» – ее возглавляет президент ассоциации, «Ковчег», Marina Club, «Алые паруса», «Эльдорадо-Тур» и еще несколько «общественников».

На вопрос журналистов, как, собственно, инициатива местных авторитетов по установлению своих «правил игры» на туристическом рынке соотносится с законом о конкуренции, те разразились негодующими возгласами:

– Наша задача – упорядочить бизнес, который вышел из соответствующих рамок. Заманивают людей скидками якобы до 10–30 процентов ...

– Демпинговать на рынке могут только туроператоры, что сейчас и происходит в связи с кризисом. И, на мой взгляд, демпингуют они беспредельно, доходя до предложений в 10–12 тысяч рублей. И от этой цены наши туристы еще просят скидку!

В зале повисла короткая пау-

за. Я попробовала прикинуть степень собственного разврата и поняла, что в этой аудитории вслух о ней лучше не сообщать.

– И вы знаете, сегодня этот скидочный вирус поразил все сферы бизнеса, – продолжал негодовать президиум.

– Да, новоиспеченные турфирмы приходят и дают скидки. К сожалению, это не запрещено законом...

– На туристический рынок пришли те, кто еще вчера торговал мясом или, в лучшем случае, продавал колготки...

– Нет рычагов, кроме криминальных, запретить кому-либо заниматься этим бизнесом...

– Да, мы боремся за потребителя. И мы вынуждены принимать меры.

– Клиенты не должны теряться в море турагентств города и попасть в лапы непрофессионалов. Мы заявляем об этом официально.

Стало жарко. Приближалась кульминация. Журналисты задали, наконец, правильный вопрос: «А как бы вы, руководители ассоциации, порекомендовали выбирать турфирму?»

Президиум ассоциации ответил:

– Ну, если, например, на двери турфирмы будет написано: «член ассоциации».

– Членов ассоциации мы еще не набрали. Прием открыт, – намекнула Макарова.

– Но сразу внесем поправочку. Мы создаем ассоциацию только из профессионалов, которые работают не менее десяти-пятнадцати лет на этом рынке...

– ...и старые лицензии надо будет достать...

– Каждый член ассоциации должен будет принять и подписать устав, этический кодекс и строго ему следовать. Мы всех знаем. Здесь, среди членов правления, сидят сведущие люди с наметанным глазом, которые сразу определяют профессионализм.

Ознакомиться с этическим кодексом «правильных» турфирм журналистам не дали: президиум сосался на то, что это многостраничный довольно скучный документ, главные положения которого они, собственно, уже рассказали. То есть в нем – те самые «правила игры». Кроме того, для вступления в ассоциацию турфирме придется заполнить подробную анкету и представить «документы, подтверждающие профессионализм». Нарушение этических правил, установленных авторитетами рынка (речь, видимо, о «развратных скидках») грозит позорным изгнанием из ассоциации, возможно, с помещением в «черный список».

Но ни одна заблудшая и погрязшая «в аморальности» турфирма, раскаявшаяся в своих связях с демпингом, на пресс-конференции не явилась. Молодняк бессовестно не уважил авторитетов. Да и журналисты остались слегка неудовлетворенными: хотелось услышать про реальные механизмы повышения качества туристических услуг – семинары, «круглые столы»... Нам же все рассказывали про «неправильную» ценовую политику и избавление от нерадивых.

– Странно, мы разослали более ста приглашений с призывом вступить в ассоциацию, но никто не отозвался, – удивилась президент «общественников» Наталья Макарова.

ЮЛИЯ СЧАСТЛИВЦЕВА
ФОТО > ЕВГЕНИЙ РУХМАЛЕВ

> В связи с отменой лицензий туристический рынок претерпел изменения