

У ВОЛГОГРАДА ЕСТЬ ВСЕ ПРЕДПОСЫЛКИ
СТАТЬ МОЩНЫМ ТУРИСТИЧЕСКИМ БРЭНДОМ



вая заполняемость этих объектов размещения составляет 62%. «Большинство наших гостиниц и баз отдыха не соответствуют мировым стандартам по качеству сервиса, — отмечает руководитель комитета по предпринимательству администрации города Александр Фролов. — Например, только 10% турбаз могут обеспечить потребителям услуг достаточный уровень комфортности и способны функционировать круглогодично».

По подсчетам аналитиков ИК «ФИНАМ», чтобы обеспечить приезжающих в Волгоград туристов комфортными и доступными местами для проживания, необходимо увеличивать гостиничный фонд до 1,5–2 тыс. номеров. При этом инвесторы не спешат вкладывать средства в строительство новых современных отелей и туристических баз. «Общеизвестный факт, что средний срок окупаемости новой гостиницы составляет порядка семи лет, — комментирует Александр Фролов. — Для сравнения: новостройка окупится приблизительно через три года. Именно по этой причине инвесторы предпочитают финансировать строительство жилых домов».

Еще одна проблема — это недостаточное количество туристических маршрутов на территории города и близлежащих районов области. Большинство местных туроператоров и турфирм сейчас не занимаются организацией въездных туров, так как спрос на них невелик.

Не на должном уровне развита и транспортная инфраструктура. С одной стороны, туристов касается общерегиональная проблема недостаточного качества и

низкой пропускной способности дорог. С другой, — дефицит комфортных и доступных транспортных средств, которые могли бы доставлять их к различным местам отдыха и достопримечательностям города.

НЕОБХОДИМОЕ ПАРТНЕРСТВО Эксперты видят несколько путей решения накопившихся проблем. В первую очередь это грамотная политика властей муниципального и регионального уровней. В прошлом году городская дума приняла программу развития туризма и отдыха на 2008–2010 годы. Сумма финансирования этой программы на текущий год составит 5,5 млн рублей. Планируется, что в ее рамках в декабре начнет работу Центр туризма и отдыха, который целенаправленно будет заниматься продвижением бренда «Волгоград» и формировать позитивный имидж мегаполиса: выпускать информационно-рекламную продукцию, представлять туристические возможности города на специализированных выставках, осваивать уже действующие интернет-ресурсы и создавать собственные. Аналогичная структура уже несколько лет работает при администрации Волгоградской области, однако, по мнению экспертов, эта организация не оказывает существенного влияния на сложившуюся ситуацию.

Одной из основных функций Центра туризма станет совместная с туроператорами разработка новых маршрутов, формирование «точек притяжения» отдыхающих.

Среди наиболее перспективных потенциальных турпроектов Александр Фролов обозначает строительство современных баз отдыха на острове Голодном и на Бакалде, использование водных ресурсов Варваровского водохранилища, где есть возможность организации яхт-клубов, создание условий для событийного туризма в городе.

Значительный вклад в развитие туризма в городе внесет модернизация причалов Речного порта. Сейчас «водные ворота» города не могут принимать суда большого водоизмещения. Если же такие условия создать, то в Волгограде станут на длительное время останавливаться круизные лайнеры с отдыхающими, которые являются потенциальными потребителями услуг экскурсионных бюро, развлекательных и торговых центров, точек общественного питания.

Наиболее важным критерием успешного развития туризма в Волгограде, с точки зрения экспертов, является выстраивание конструктивного партнерства между бизнесом и властью. «Мировой опыт показывает, что в большинстве стран туризм развивается за счет малого и среднего бизнеса, — отмечает Виктор Мосейко. — Есть множество вариантов взаимовыгодного сотрудничества властей с предпринимателями: объявление конкурсов на освоение той или иной территории и получение целевых грантов, реализация разного рода совместных проектов».

Возможности привлечения девелоперов для строительства тех же гостиниц рассматриваются городскими

властями. «В ряде стран применяется практика обеспечения налоговых льгот для, снижения арендной платы для инвесторов, вкладывающих деньги в строительство объектов туристической инфраструктуры, — рассказывает Александр Фролов. — И эти меры достаточно эффективны». Уже сейчас у инвесторов есть возможность компенсировать свои затраты на землеотведение практически на 80%, так как городская программа развития туризма связана с областной программой по развитию предпринимательства. На реализацию последней в бюджете региона предусмотрено 1,7 млн рублей, которые позволят сделать проведение землеустроительных работ более дешевыми для предпринимателей.

С мнением представителей власти согласны и независимые эксперты: «Чтобы развивать туризм на территории Волгограда, необходимо вкладывать больше средств в коммуникационные компании, направленные на продвижение города и отдельных туристических маршрутов, вырабатывать точки туристической привлекательности и целенаправленно продвигать их, более активно сотрудничать с туроператорами», — полагает Сергей Фильченков.

НЕДОЛГОСРОЧНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ По мнению наблюдателей, в ближайшее время кардинально повысить популярность бренда «Волгоград» не удастся: слишком глобальные проблемы стоят перед властями, в частности в сфере развития инфраструктуры. В течение двух-трех лет вряд ли удастся и сделать

Дина Полишук
индивидуальное
консультирование
и обслуживание

Orbita
туристическая фирма

*Как путешественников —
«туризм» и «горизонт»*

**Индивидуальные туры
для взыскательных клиентов:**

- уикенды в городах мира из Волгограда (Рим, Милан, Прага, Тель-Авив)
- SPA и здоровье
- путешествия по сценарию
- охота, рыбалка
- конференции, выставки, симпозиумы

33-11-41, 33-16-35

Каждую среду на вашем столе

- Новости
- Прогнозы
- Аналитика
- Интервью
- Репортажи

**ВРЕМЯ
ДЕНЬ**
ВОЛГОГРАД

**(8442) 24-19-71,
www. vr-dengi. Ru**