

**ПОЛУЧИТ ЛИ ГОРОД МЕЖДУНАРОДНУЮ ПРЕМИЮ ПО  
АРХИТЕКТУРНОЙ ПОДСВЕТКЕ/11  
КАКИМ МЕЧТАЕТ УВИДЕТЬ ВОЛГОГРАД ЧЕРЕЗ 10 ЛЕТ  
МЭР РОМАН ГРЕБЕННИКОВ/14  
КАК ВЛАСТЬ ДОГОВАРИВАЕТСЯ С РЕКЛАМНЫМИ  
АГЕНТСТВАМИ/15  
ПЕРЕСТАНЕТ ЛИ ТУРИНФРАСТРУКТУРА БЫТЬ  
«СЛАБЫМ МЕСТОМ»/16  
ВЫЖИВУТ ЛИ АРХИТЕКТУРНЫЕ БЮРО ПОСЛЕ  
КРИЗИСА/18**

Пятница, 29 мая 2009 №95

(№4150 с момента возобновления издания)

Цветные тематические страницы №9–20

являются составной частью газеты «Коммерсантъ»

Рег. №01243 22 декабря 1997 года.

Распространяются только в составе газеты.

**Коммерсантъ**

# Волгоград

# Guide



Администрация Волгограда  
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА



Коммерсантъ  
**QUALITY**  
ЖУРНАЛ  
ИЗ ОБЛАСТИ  
ПРЕКРАСНОГО



ДМИТРИЙ ГРУШЕВСКИЙ,  
РЕДАКТОР GUIDE «ВОЛГОГРАД»

## БЫТЬ ТРИНАДЦАТЫМ

Волгоград — это три в одном: почти не сохранившийся купеческий Царицын (так назывался город до 10.04.1925) — с краснокирпичными особнячками и узкими улочками; монументальный Сталинград (до 10.11.1961) — с архитектурой в стиле классицизма и самой большой в мире скульптурой, и, собственно, Волгоград — промзона с однотипными спальными районами, торговыми центрами и постперестроечной электикой. Три города спорят, привикают и атакуют друг друга. И люди в них, не взирая на время, живут разные: царицынцы — творческая интеллигенция, воспевавшая исчезнувший город в книгах, графике и живописи; сталинградцы — горожане, ностальгирующие по СССР с его величием и предсказуемостью, до сих пор переживающие в себе Великие Победы; волгоградцы — люди постмодерна, в большинстве своем воспринимающие мир таким, каков он есть.

Единственное, о чем все дружно переживают — о потере Волгоградом статуса города-миллионника. На начало 2009 года численность постоянного населения составила 984,2 тыс. человек, что соответствует тринадцатому месту в России. Впрочем, если считать население с учетом прилегающих к городу поселков — Гумрак, М. Горького, Горная Поляна и Орловка, то получается 1 018,9 тыс. человек. Это устраивает волгоградцев, но не устраивает царицынцев и сталинградцев. У них возникает вопрос. Почему в 1989–1998 годах, когда Волгоград был городом-миллионником, жизненного пространства хватало, а в 2000-ных годах, при падении численности населения, возникла необходимость в точечной застройке, уничтожившей генеральный план, зеленые дворы и Центральный парк культуры и отдыха?

Сегодняшняя администрация города пытается примирить стороны новой концепцией. Ее суть: город, как открытая система, должен обладать наследственностью и изменчивостью. Наследственность — исторические зоны, которые стоит сохранять в первозданном виде, лишь усиливая их визуальное восприятие с помощью модных современных технологий. Изменчивость — постоянная адаптация инфраструктуры, архитектуры и культуры к вызовам времени. Что получится? Покажет время.

# ФОКУС С ПЕРЕОДЕВАНИЕМ

## НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УСИЛИЛИ ВОСПРИЯТИЕ МЕМОРИАЛЬНЫХ ЗОН СТАЛИНГРАДА И СОЗДАЛИ СМЫСЛОВОЕ ПРОСТРАНСТВО СОВРЕМЕННОГО ВОЛГОГРАДА. ИЗМЕНИВ С ПОМОЩЬЮ СВЕТА ОБЛИК ГОРОДА, МЭРИЯ ДОБИЛАСЬ ЗА СЧЕТ УВЕЛИЧЕНИЯ ТУРПОТОКА НА 23,4% ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСПЕХОВ, А ТАКЖЕ СОЦИАЛЬНЫХ — ГЛАВНЫЕ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ СТАЛИНГРАДА БЛАГОДАРЯ ПРОЕКТУ СТАНЕТ ОДНИМ ИЗ ОСНОВНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ МИРА И ПОЛУЧИТ МЕЖДУНАРОДНУЮ ПРЕМИЮ ЗА ДОСТИЖЕНИЯ В ОБЛАСТИ АРХИТЕКТУРНОЙ ПОДСВЕТКИ.

АЛЕКСАНДР ТЕР-ГАЗАРЯН

**СТАЛИНГРАДСКИЙ РЕНЕССАНС** В первоначальные планы администрации города входило исключительно осовременивание классического Сталинграда — комплекса памятников и музеев, рассказывающих о переломной битве II Мировой войны. В рамках концепции в 2007 году город объявил конкурс на создание архитектурной подсветки. В результате было выполнено оформление Аллеи Героев: появились чугунные опоры в классическом стиле со светильниками «Петергоф», стела у «Вечного огня» была подсвечена двенадцатью прожекторами iGuzzini. Световые решения найдены и реализованы для памятника Рубену Ибаррури, стел с именами героев Советского Союза и полных кавалеров Ордена Славы, фонтана «Искусство» в точке соединения Аллеи Героев и Центральной набережной и для пропилеев (см. план-схему на стр. 13). «Таким образом аллея получила законченное световое решение, став линией более интенсивного притяжения волгоградцев и гостей города», — считает директор ООО «Светосила» Игорь Бородав.

Перемены сказались на популярности места. Во-первых, по данным департамента информации администрации Волгограда, возросло число фотографий аллеи, размещенных в интернете, во-вторых, вырос оборот расположенных вдоль световой линии ресторанов, кафе и магазинов. «Данные индикаторы позволяют в натуральных величинах оценивать эффективность тех или иных инноваций и инвестиций в изменение городской среды», — утверждает руководитель постоянно действующего научного семинара «Синергия» Вячеслав Ягубкин. Получив положительную оценку жителями и бизнесменами, ночная подсветка мемориального комплекса привлекла внимание неволаградцев.

«До 2008 года основной поток региональных туристов приходился на буддистские храмы и шахматный город в Республике Калмыкия, соленые озера, монастыри и меловые горы Волгоградской области. Сегодня мы возим туристов из Астраханской, Саратовской областей и республики Калмыкия в вечерний и ночной Волгоград», — говорит директор туристического агентства «Континент» Ирина Киль. «Рост числа клиентов волгоградских гостиниц составил в 2008 году

36% по отношению к 2007 году, и в этом большой вклад иллюминации», — развивает тему директор туристической компании «Орбита» Дина Полищук.

На волне успеха мэрия продолжила эксперименты со светом. Следующим этапом реализации концепции стала подсветка западного фасада Дома солдатской славы (Дома Павлова) и памятника В.И. Ленину на одноименной площади. «На мой взгляд, это наиболее удачный светотехнический проект города, — считает руководитель Нижневолжского территориального управления Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в области охраны культурного наследия (Росохранкультура) Константин Каркачев. — Впрочем, служба дала положительные заключения на все предложенные мэрией объекты архитектурной подсветки. Они действительно, усиливают образ города-победителя...» Чтобы сохранить мемориальность исторического центра Волгограда исполнители — светодизайнеры бюро света ООО «Энд Лайт» (Москва) и ООО «Светосила» (Волгоград) — использовали белый свет с элементами зеленой подсветки.

В процессе рассмотрения находится еще один концепт московско-волгоградского тандема: световая инсталляция «Минута памяти», которая должна создать новый образ руинам мельницы Герхарда — не восстановленному со времен войны зданию, входящему в комплекс музея-панорамы «Сталинградская битва». На ее стены будет проецироваться фотохроника Сталинградской битвы, а в проемах окон и трещинах фасадов светом будет создан эффект тлеющего угля.

**ИСКУШЕНИЕ «ЗВЕЗДНОГО НЕБА»** В конце 2008 года в городе появились два арт-объекта, которые нарушили первоначальный план и концептуально изменили подход волгоградских властей к роли и месту городской иллюминации. История началась с того, что к последнему празднованию Дня города, 6 сентября 2008 года, приглашенные мэрией светодизайнеры создали еще пять световых объектов. Четыре из них — постоянно действующие световые объекты архитектурной подсветки: памятник Александру Невскому на площади Павших борцов (главной площади города),

памятник чекистам (офицерам контрразведки Сталинградского фронта, солдатам и командирам 10-й дивизии войск НКВД, погибшим в боях за Сталинград), памятник стрельцам — основателям Царицына и ротонда на нижней террасе Центральной набережной. Они развили тему Аллеи Героев, но остались практически не замеченными горожанами и экспертами. Пятый объект — «Звездное небо» — модернистский объект, накрывший Аллею Героев на отрезке «проспект Ленина — улица Чуйкова». Проект представляет собой светодиодную инсталляцию — 44 натянутах на опорах струны с гирляндами String light производства компании МК-Illumination (Австрия), которые при порывах ветра дают эффект мерцания.

Объявленный муниципалитетом конкурс на реализацию проекта выиграло ООО «Квант» из Новороссийска. «Для нас это был сложный и интересный проект, — прокомментировал итоги его реализации директор фирмы Дмитрий Коляда. — Волгоградцы сразу отказались от дешевых китайских элементов, которые используются в городах черноморского побережья, и сделали ставку на профессиональное оборудование и комплектующие из Австрии, Германии и Италии».

В сентябре 2008 года появление «Звездного неба» стало самым обсуждаемым событием на интернет-форумах Волгограда. 14 сентября его фотография стала «фоткой дня» портала «Яндекс.Фотки», обеспечив 6732 просмотра и 219 комментариев. В результате администрация города решила сделать проект, который планировался как праздничная иллюминация, постоянно действующим: небо ежедневно включается в момент наступления темноты и сияет до 1.00 ночи.

Четыре месяца спустя успех «Звездного неба» повторило «Светодиодное дерево» — стандартное рождественское уличное украшение, которое поставляется как готовое изделие «под ключ», из каталога группы компаний «МК Illumination». Дерево было установлено на пересечении проспекта Ленина и Аллеи Героев на время новогодних праздников. И также, в силу популярности среди горожан и туристов, стало постоянно действующим объектом. Чтобы скрыть его новогоднюю сущность, специалисты ООО «Светосила» придумали метаморфозы с «переодеванием». Весной на нем появляются светодиодные цветы, летом — листья, к осени на складе фирмы заготовлены яблоки.

Проекты администрации Волгограда в области света делятся на две группы: архитектурная подсветка и

**ПОЯВЛЕНИЕ «ЗВЕЗДНОГО НЕБА» СТАЛО САМЫМ ОБСУЖДАЕМЫМ СОБЫТИЕМ НА ИНТЕРНЕТ-ФОРУМАХ ВОЛГОГРАДА. ЕГО ФОТОГРАФИЯ СТАЛА «ФОТКОЙ ДНЯ» ПОРТАЛА «ЯНДЕКС.ФОТКИ», ОБЕСПЕЧИВ 6732 ПРОСМОТРА И 219 КОММЕНТАРИЕВ**



ГЕННАДИЙ ГУТНОВ



КОЛОНКА РЕДАКТОРА

СТРАТЕГИЯ



праздничная иллюминация, которая монтируется на короткий отрезок времени к конкретной дате. Таким образом, изначально одноразовые объекты случайного выбора стали самостоятельными популярными точками городского пространства, изменившими среду города и стратегию ребрендинга вопреки первоначальному замыслу мэрии и команды дизайнеров. В итоге, созданный в феврале 2009 года световой план города построен как синтез двух идей. Первая — усиление бренда города-героя Сталинграда. Вторая — романтизация современного Волгограда.

«Архитекторы, дизайнеры и администрация города вступили в игру, результат которой непредсказуем», — считает искусствовед Татьяна Гафар. Какая из идей создаст доминирующий тренд — не готов ответить ни один из экспертов. «Первоначальная идея мэрии — добиться современного восприятия и прочтения памятников истории, вылилась в нечто новое и непредсказуемое», — говорит председатель комитета по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда Елена Козлова.

**ЦВЕТЫ И ЦВЕТА** В развитие незапланированного успеха в 2008 году в городе стартовал еще один светотехнический проект. Его суть — идентификация городских районов с помощью символов, света и цвета. «На планерках шло состязание производителей и романтиков», — рассказывает руководитель департамента информации администрации Волгограда Марина Кригер. — Производители предлагали соответствующие символы районов: для Тракторозаводского — шестеренку, для Ворошиловского, где расположены два градообразующих предприятия (кондитерская фабрика «Конфил» и ООО «Пивовар — Живое Пиво»), соответственно — конфетку или бутылку, для Красноармейского — речной буксир и прочее».

Победу в итоге одержали романтики — проект флористической идентификации районов «Цветы Волгограда», идея которого принадлежит Елене Козловой и ООО «Светосила», а техническое решение — бюро света «Энд Лайт». Таким образом у каждого района появился свой символ-цветок из числа дикорасту-



«КОСМИЧЕСКИЕ ОДУВАНЧИКИ» ПОЯВЯТСЯ  
НАПРОТИВ БИБЛИОТЕКИ ИМ. М. ГОРЬКОГО

щих, встречающихся в окрестностях города и вошедших в Красную книгу Волгоградской области: степной тюльпан, ветреница, гвоздика, степной пион, ирис (касатик), колокольчик (лазерный цветок), фиалка, адонис. Идея проекта — украшение светодиодными стилизациями цветов двух мостов и основных магистралей районов города. Фирменные цвета районов получились заданными генетикой выбранных цветов.

Первый проект — «Астраханский мост», украшенный лазерными цветками в светодиодном исполнении, соединяющий Центральный и Ворошиловский районы города, открылся 25 мая этого года. Ко Дню города в Красноармейском районе будет реализован проект «Степной тюльпан», который украсит мост через Волго-Донской судоходный канал. В остальных районах города будут установлены крошечные и перетяжки на столбах-опорах главных улиц. По словам Елены Козловой, задача проекта была не только в том, чтобы сделать главные магистрали районов узнаваемыми и эстетически привлекательными, но и в том, чтобы включить в его реализацию творческий потенциал горожан. Ботаники искали волгоградские краснокнижные цветы с лаконичными названиями,

дизайнеры и художники — прорисовывали их исполнение, инженеры — техническое решение.

**ВНЕБРАЧНЫЕ ДЕТИ** В ходе реализации проекта «Цветы Волгограда» вне технического задания родилось 37 идей, способных перестроить городское пространство. Одна из лучших, по мнению мэра Волгограда Романа Гребенникова, принадлежит светодизайнеру бюро света «Энд Лайт» Юлии Черкасовой, бывшей волгоградке, выпускнице Волгоградского архитектурно-строительного университета. «Ее проект «Космические одуванчики» появился вне концепции, но не был отброшен в силу эстетики и оригинальности. Скорее всего, он будет реализован в сквере перед библиотекой имени М. Горького», — говорит Марина Кригер.

Ко Дню города-2009 администрация города планирует реализовать еще один амбициозный проект — «Театр света» на 500-метровом отрезке в парке Победы на верхней террасе Центральной набережной. «Пока в мире существует только один такой проект в открытом городском пространстве — Aristide Briand square в городе Валанс, Франция», — утверждает директор ООО «Светосила» Игорь Бородав.

ние основано на использовании гобо-пржекторов и прожекторов фирмы Philips. В Европе это направление получило название «Urban-Scene», — рассказывает Елена Козлова. — Это светотехнический прием, когда в качестве декораций используются повседневные городские объекты, и с помощью света им придается новый образ и смысл». В волгоградском случае на деревьях и тротуарах будет создана движущаяся композиция из синих полос и белых кругов. «Скорее всего, это будет еще один объект праздничной иллюминации, которому в силу эстетической привлекательности суждено стать постоянно действующим», — считает искусствовед и критик Татьяна Гафар.

«Сила проекта и в том, что он разбудил креатив в компаниях Волгограда», — считает Елена Козлова. — Если в первых конкурсах мэрии участвовали только москвичи, питерцы, нижегородцы и одна компания из Новороссийска, то сейчас почти 90% фирм, привлеченных к работе — волгоградские. Например, перестроило работу и вышло на рынок декоративной подсветки ООО «Гринстрит», занимавшееся раньше исключительно функциональным освещением Волго-Донского судоходного канала. Складывается рынок дизайнеров и поставщиков. Городское освещение превратилось в нечто большее, чем средство обеспечения безопасности и видимости, оно рассматривается как часть культурного своеобразия города. «Свет на подсознательном уровне привлекает живое. Это безопасность, тепло и достаток — то, к чему стремится любой организм. Он становится самостоятельной субстанцией, необязательно связанной с логикой исторических объектов», — рассуждает Игорь Бородав. «В современных мегаполисах процесс потребления непрерывен, он происходит 24 часа в сутки. Представить такую картину в отсутствие эстетически привлекательного освещения невозможно. И Волгоград, с этой точки зрения, шагнул в мир огней больших городов», — говорит автор идеи светового мастер-планирования Роже Нарбони (Roger Narboni, France). Таким образом, непреднамеренный случай — экспериментирование с праздничной подсветкой, создало параллельный мир современного Волгограда. ■

## КАК ПОЛУЧИТЬ ПРЕМИЮ «CITY. PEOPLE. LIGHT»

Волгоград обязан получить международную премию за достижения в области архитектурной подсветки — считает заведующий кафедрой менеджмента Волго-

градского государственного университета профессор Виктор Мосейко. GUIDE: Шанс есть?

**Виктор Мосейко:** Есть. Волгоград имеет колоссальное историческое значение мирового уровня. Осталось за малым: еще раз нестандартно и сильно преподнести его миру. Например так, как это делает в кинематографе Витторио Стораро. Первая премия дается за идейно завершенные

световые проекты. В Волгограде создана концептуально интересная подсветка центральной части города. Далее необходимо ее развитие в поселке Сталинградской ГРЭС в Кировском районе, на улице Дзержинского — в Тракторозаводском, набережной Волго-Донского судоходного канала — в Красноармейском. Усилив эти точки и линии светом, соединив магистралями, город может претендовать на уникальность и в этой области.

**Г:** Какой бренд, на ваш взгляд, сильнее: город-герой Сталинград или южный креативный город Волгоград?

**В.М.:** Для туристов, несомненно, город-герой Сталинград. Для большинства горожан — Волгоград, наполненный не-

определенностью постмодерна — в стиле, образе жизни и деловой практике. Для части интеллигенции важен дореволюционный уездный город Царицын, с предсказуемостью, собственным стилем и узкими уютными улочками. Он возрожден элементами в работах художника Виктора Лосева и архитектора Сергея Сены.

**Г:** Чего, на ваш взгляд, не хватает световой концепции развития Волгограда? **В.М.:** Включенности горожан. Но это не вина ее идейных вдохновителей. Они делают все, чтобы творческий потенциал волгоградцев был востребован. Скорее здесь российская привычка быть зрителем и критиком, не включаясь в процесс. Но все-таки менталитет мед-

ленно, но верно меняется. И в этом смысле участие в международных проектах и рейтингах даст новый импульс. Поэтому Волгоград просто обязан номинироваться и получить международную премию «City. People. Light». Ее лауреатами были Вена (подсветка архитектурных объектов), Лейпциг (концепция освещения канала, в которой тема воды усиливается синим светом), мексиканский город Сан-Луис-Потоси, представивший генеральный план освещения, построенный на игре света и тени на фасадах старой архитектуры. Премией отмечены генеральный план освещения Франкфурта-на-Майне и концепция подсветки для шестнадцати мостов «KunstLichtTore Bochum» в

городе Бохум. В Волгограде дотаточно объектов, которые могут стать полем деятельности светодизайнеров: памятник-ансамбль «Героям Сталинградской битвы» на Мамаевом Кургане, центральная фигура которого «Родина-мать зовет!» — самая большая скульптура в мире, музей-панорама «Разгром немецко-фашистских войск под Сталинградом». Триумфальные ворота Волго-Донского канала, Волжская ГЭС имени XXII съезда КПСС — крупнейшая гидроэлектростанция Европы. Такими величественными объектами может похвастаться далеко не каждый город мира. Важно придать им современный образ и смысл, работающий на бренд города.

## ГОРОД ОСТАЕТСЯ ПОЛЕМ БИТВЫ

Судьба города-героя Волгограда — быть полем битвы: бизнеса и власти, классики и модерна, высокого стиля и полного безвкусицы, света и тени — уверена директор галереи «Art-Salon» Ирина Басова.

GUIDE: Кто победит: город-мемориал или современный Волгоград?

**Ирина Басова:** Победит «равновесие по Нэшу». В городе идут два противоположных процесса. Первый — ностальгия по СССР, по сталинскому ампиру с его упорядоченностью, помпезностью, классическим звучанием архитектуры. И центральная часть города несет именно такой смысл. Второй — увлеченность неконцептуаль-

ным украшательством, диктуемых модой. Среда этого — Китай-город архитектурного мусора, полной безвкусицы, с проблесками стиля. И игры со светом дают ту же картину. С одной стороны — концептуальные вещи команды Игоря Бородава, с другой — дешевые китайские фонарики на фасадах значных мест. Все разнообразие жизни.

**Г:** А в остальных видах искусства?

**И.Б.:** Волнами... 2007–2008 годы ознаменовались ростом спроса на живопись художников советской эпохи. За год цены на «социалистический реализм» выросли в 2,8 раза. Что интересно: в это же время администрация города увлекается подсветкой советских мемориальных объектов, студия архитектора-модерниста Александра Лотника «Megalopolis»

ударяется в концепты Византии и советской эпохи 30–40-х годов, Сергей Карсаев воспекает генеральный план Сталинграда в серии документальных фильмов. Т.е. интеллигенция города живет на одной волне.

**Г:** А не интеллигенция? **И.Б.:** По-моему, большинству волгоградцев нравится «Светодиодное дерево». И это здорово! А посторонними город воспринимается как памятник. Опять пример из живописи: если волгоградцы любят и покупают Виктора Лосева и Витторио Аксенону, то москвичи и иностранцы — соцреалистов. Коллекционеры обнаружили важную особенность волгоградской школы живописи. До середины прошлого века в городе не существовало собственной школы живописи. Но в начале 50-х годов

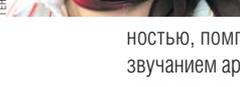
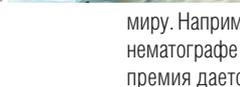
в город приехали выпускники престижных учебных заведений страны, чтобы за деньги, славу или из чувства сопричастности к великой стройке эпохи индустриализации запечатлеть в искусстве величие побед трудового народа. Николай Бароха, Евгений Батыршин, Алексей Бурлай, Александр Мамонтов, Алексей Бровка, Алексей Прокопенко и многие другие. На их монументальных полотнах — рабочие, колхозники, заводские трубы, тракторы и паровозы. Художники этой волны, преодолев региональное тяготение, вышли на международный уровень и составили основы серьезных коллекций поклонников живописи.

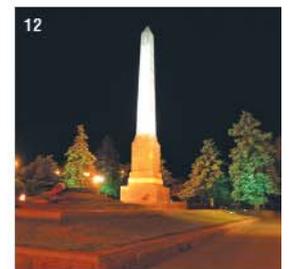
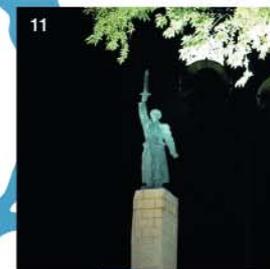
Бренд Волгограда в целом повторил этот путь: Аллея Героев, Мамаев курган, площадь Ленина — это для туристов, а

«Звездное небо», «Светодиодное дерево» и «Цветы Волгограда» — для горожан. Это разные группы людей, с разными запросами и стереотипами. Отсюда двойственность волгоградского искусства: будь то живопись, скульптура или свет.

**Г:** Сегодняшняя увлеченность мэрии светом, на Ваш взгляд, — это дань моде, стремление к эстетике или явление какого-то другого порядка?

**И.Б.:** Думаю, и первое, и второе, и третье... Это приятная теплая волна, захлестнувшая город. Волгоградский государственный университет, не сговариваясь с мэрией, выпустил в свет концептуально эффектную монографию «Свет и цвет в экономике и обществе». Значит прав был Аристотель: все идеи из одного эфира. И антиидеи — тоже.





- 01. Пропилеи на Центральной набережной
- 02. Площадь им. В.И. Ленина
- 03. «Пушкинские светильники» на Аллее Героев
- 04. Памятник Александру Невскому
- 05. Светодиодное дерево на Аллее Героев
- 06. Памятник в честь основания Царицына («Царицынские стрельцы»)
- 07. «Звездное небо»
- 08. Памятник, посвященный Героям Советского Союза и полным кавалерам ордена Славы, уроженцам Волгоградской области, и героям Сталинградской битвы
- 09. Фонтан «Искусство»
- 10. Ротонда на Нижней террасе набережной
- 11. Памятник чекистам – офицерам контрразведки Сталинградского фронта, солдатам и командирам 10-й дивизии войск НКВД, погибшим в боях за Сталинград
- 12. Обелиск на могиле защитников города, погибших в Гражданской войне
- 13. Мост через реку Царица
- 14. Площадь имени Ф.Э. Дзержинского
- 15. Преображенская церковь
- 16. Волжская ГЭС им. XII съезда КПСС — крупнейшая гидроэлектростанция Европы
- 17. Памятник Михаилу Паникахе
- 18. Здание Дворянского собрания Царицына (в н.в. — Волгоградский краеведческий музей)
- 19. Памятник-ансамбль «Героям Сталинградской битвы» на Мамаевом кургане.  
Центральная фигура композиции — «Родина-мать зовёт!»
- 20. Музей-панорама «Разгром немецко-фашистских войск под Сталинградом»
- 21. Вечный огонь на площади Павших борцов
- 22. Тополь на Аллее Героев, пережил Сталинградскую битву и имеет на своем стволе пулевые и осколочные раны
- 23. Скульптура «Ангел города» в парке им. Саши Филиппова
- 24. Триумфальные ворота Волго-Донского канала
- 25. Историко-этнографический и архитектурный музей-заповедник «Старая Сарепта»

# НАПЕРЕГОНКИ СО ВРЕМЕНЕМ

## ГОРОЖАНЕ ДОЛЖНЫ ПОСТОЯННО ГЕНЕРИРОВАТЬ НОВЫЕ ИДЕИ, СМЫСЛЫ, ПРОЕКТЫ. БЕЗ ЭТОГО ГОРОД ОБРЕЧЕН. СКОРОСТЬ ПЕРЕМЕН — ЭТО ПАРАМЕТР, УПРАВЛЯЯ КОТОРЫМ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ИНОЙ ВОЛГОГРАД. О ТОМ, КАКИМ ДОЛЖЕН СТАТЬ ГОРОД, РАССКАЗЫВАЕТ МЭР РОМАН ГРЕБЕННИКОВ.



ГЕННАДИЙ ГУБЕВ

**РОМАН ГРЕБЕННИКОВ,**  
ГЛАВА АДМИНИСТРАЦИИ  
ВОЛГОГРАДА

**GUIDE:** В каждом городе есть отрасли-локомотивы. Для Волгограда это все-таки химическая и металлургическая промышленности?

**Роман Гребенников:** Для Волгограда 40–50-х — да. Это была эпоха индустриализации, массового производства... Но мир быстро меняется. Показателями развития становятся не фондовые индексы или рентабельность капитала, а качество

образовательной системы, научно-технический потенциал. Ното есопомісис должен умереть. Таков, например, последний тезис директора Института комплексных стратегических исследований, профессора О.С. Виханского. Сформировавшаяся после выборов 2007 года команда мэрии начала с перестройки образовательной инфраструктуры Волгограда. Цель — раскатать людей: стимулировать поиск новых идей, знаний и смыслов, уход от стереотипов и стандартов. Прежде всего мэрия создала систему грантов, которая позволяет учителям общаться с коллегами из других регионов: бывать на конференциях, семинарах, открытых уроках. Частота появления новых идей зависит от частоты общения, от скорости взаимодействия их носителей. Поэтому муниципалитет поощряет обмен знаниями.

Импульсный проект — создание Дома учителя в здании, где располагался кинотеатр «Победа». Работы начаты. Там будут конгресс-центр, кинолекторий, музей педагога, дискуссионные площадки — все, что необходимо учителям для постоянного развития. В Доме учителя будут проходить открытые публичные лекции российских и зарубежных ученых. Проектом муниципалитет убивает двух зайцев: наполняет систему образования новыми знаниями, навыками и — что важно — поднимает престиж профессии учителя.

Вообще, скорость — переменная, определяющая дизайн городского ландшафта, логику инфраструктуры. Она в свою очередь зависит от силы первоначального импульса и сопротивления среды. Поэтому муниципалитет концентрирует внимание на старт-менеджменте и снятии барьеров. К примеру, серьезный барьер — недостаточное количество детских садов...

**Г:** Он также влияет на скорость перемен?

**Р.Г.:** Безусловно. Время, которое горожане могли бы потратить на созидательный труд, уходит на очереди, чтобы только записать ребенка в детский сад, на поиск частных воспитателей, и, собственно, на занятие с детьми в рабочее время. В настоящий момент в городе действуют 243 детских садика. В последний год СССР их было 312. Но и тогда существовала очередь. За два года муниципалитет восстановил и запустил три детских дошкольных учреждения. До конца 2009 года откроются еще два детских сада. Кроме того, город возвратил еще три детских сада, в которых находились кол-

ледж и подразделения Федеральной налоговой службы. Но здания нуждаются в капитальном ремонте. Мы ведем переговоры с предпринимателем Н.В. Волковым, чтобы он возвратил детский сад на Спартановке, арендованный под фитнес-центр. Задача — вернуть потерею в 69 учреждений. Тогда город получит порядка 11 040 освобожденных от забот активных взрослых.

**Г:** Не бойтесь, что по утрам возрастет число пробок, образованных автомобилями родителей, спешащих успеть отвезти детей до начала рабочего дня?

**Р.Г.:** Теоретически нет. Параллельно должна быть решена дорожная проблема. И перспективы есть. В 2008 году муниципалитету удалось убедить Федеральное дорожное агентство Министерства транспорта РФ (Росавтодор) в том, что нужно достроить начатые в прошлые годы объекты. Прежде всего, продолжение 3-й Продольной магистрали в южной части Волгограда. Мэрия профинансировала проект развязки между северной и южной частями магистрали в Ворошиловском районе. Стоимость развязки около 1 млрд рублей. В 2010 году муниципалитет имеет высокий шанс получить финансирование из федерального бюджета. Во-первых, проект создаст рабочие места в период экономического спада, частично компенсировав увольнения в промышленности. Во-вторых, город получит пространственное развитие Красноармейского, Кировского и Советского районов. Появится возможность застройки свободных площадей Советского района, где минимальная в городе плотность населения.

Благодаря обозначенной перспективе в 2007–2008 годах компания IKEA вела с муниципалитетом переговоры о строительстве рядом с 3-й продольной торгового центра. К сожалению, они приостановлены в связи с неопределенностью экономического кризиса. Но кризис не вечен... Наконец, после ввода 3-й продольной за пределы города будет выведен транзитный транспорт, что даст возможность регулировать поток по существующим 1-й и 2-й продольным магистралям.

Следующий проект — вторая очередь скоростного трамвая. Если удастся сохранить финансирование на сегодняшнем уровне, то к концу 2010 года появятся три новые станции: «Торговый центр», «Театр юного зрителя» и «Тулака». Это 4,8 км. Параллельно проектируются ветки скоростного трамвая в Дзержинский и в Советский районы. Чтобы дотянуть ветку до Волгоградского государственного университета при сегодняшних темпах, понадобится пять–шесть лет.

Город получил новые трехсоставные трамваи из Санкт-Петербурга. Они не только вместительны, но потребляют значительно меньше электроэнергии и меньше шумят. Модернизируется и автобусный парк. В 2008 году муниципалитет получил 92 автобуса, в этом году получит еще 35. Постепенно город будет разгружен от дикого «ковбойского» извоза «Газелей». Сейчас их на дорогах 2800.

Следующая задача — связать весь транспорт в единую систему. Муниципалитет подписал инвестиционный контракт с южнокорейской компанией о создании дорожной карты Волгограда и единого проездно-

го билета на все виды транспорта. Это инвестиции порядка \$20 млн.

**Г:** Судя по вашим выступлениям, самым важным инфраструктурным проектом мэрия считает тоннель под железной дорогой в районе Тулака?

**Р.Г.:** Действительно, проект убивает не двух, а сразу пяти зайцев: убираются пробки, уменьшается расход автомобильного топлива и, соответственно, выбросы отработанных газов в жилом микрорайоне Тулака, значительно снижается уровень шума. Тоннель увеличит скорость сообщения между северной и южной частями города и соединит два культурных центра Волгограда: старый, сложившийся в историческом Царицыне, и новый, формирующийся вокруг Волгоградского государственного университета. Стоимость тоннеля порядка 1,2 млрд рублей. Он расконсервирован и строится. Третья продольная, тоннель и новый транспорт дадут импульс общению севера и юга, выпустят людей из домов и квартир. Горожане станут чаще встречаться и общаться. А это — среда для идей и инициатив.

К слову, на пересечении 2-й продольной магистрали и ул. Менделеева в Краснооктябрьском районе администрация Волгоградской области планирует построить жилой дом для работников культуры. Думаю, проект стоит перенести в район ВолГУ, чтобы усилить творческую составляющую нового культурного центра. Тем более, что из художественных мастерских там откроется вид на Волгу.

**Г:** Только будет смешно, если дом по традиции построят по типовому проекту... Волгоград отличается от многих городов именно типовыми решениями. Во многих муниципалитетах Европы, например, нельзя строить по одному проекту более трех домов. В городе-герое — типовые кварталы. В прошлом году GUIDE «Волгоград» профессор Иветта Михайловна Шабунина рассуждала о том, как важно вносить эклектику, игру в городское пространство. Мелочи изменяют лица городов, наполняют их содержанием. Ситуацию в Волгограде возможно преломить?

**Р.Г.:** Она обязательно переломится. Именно поэтому основной упор муниципалитет делает на инфраструктурные проекты. Дороги увеличивают шансы людей на встречи и взаимодействие. Образование провоцирует пылкость ума, спрос на новые постановки в театрах, выставки, интеллектуальное общение. И на создание точек притяжения... А дальше — инициативы горожан. Художник Андрей Выстопов планирует поставить скульптурную композицию «За пять минут до любви» в сквере между техническим и педагогическим университетами. Владелец галереи Art-Salon Ирина Басова, скульптор Сергей Щербakov и архитектор Вячеслав Юшин планируют открыть памятник художнику Виктору Лосеву, наверное, самому искреннему и непосредственному человеку, творившему в нашем городе...

**Г:** Какое место в Вашей концепции занимает святилище дерево на Аллее Героев? Все-таки это идея мэрии.

**Р.Г.:** Это как раз наполнение пространства смыслом. Место встречи. Точка пересечения маршрутов и судеб. Около дерева на самом деле назначают встречи и знакомятся. Как и у Ангела города в Ворошиловском рай-

оне, у источников на Горной Поляне и в поселке имени Максима Горького — в Советском. Таких точек должно быть много. Они должны появляться как можно чаще, привнося новые смыслы и поддерживая скорость перемен. В идеале — муниципалитет создает инфраструктуру и снимает барьеры. А горожане наполняют городскую среду содержанием.

**Г:** Еще муниципальные органы власти создают правила игры. В связи с этим, насколько адекватен сегодняшний генеральный план города запросам людей и экономическим тенденциям?

**Р.Г.** Он нуждается в изменении. Вообще, генеральный план — продукт согласования двух разнонаправленных векторов силы. Первый — определяет развитие города как деловой среды, бизнес-площадки. Второй — как места жизни, которое должно быть максимально комфортным. Первый — постоянно изменяет направление. Второй консервативен. Поэтому генплан не может быть идеальным и верным для всех ситуаций. Он также должен способствовать развитию города, а не блокировать инициативы. Например, благодаря активности экологических организаций будет сохранена лесопарковая зона с прудами в районе поселка Ангарский Дзержинского района, которая по сегодняшнему генплану запланирована под застройку.

**Г:** Кстати, в развитие темы: удастся ли гармонизировать отношения между жителями и застройщиками, которые перерастают в открытое противостояние?

**Р.Г.** Мэрия принимает прозрачные «Правила землепользования и застройки в городе Волгограде», разработанные в рамках муниципального контракта Научно-исследовательским институтом пространственного планирования «ЭНКО» (Санкт-Петербург). Мы впервые подходим к созданию безупречной с точки зрения законодательства технологии выделения земельных участков. Плюс — помог экономический кризис. Из-за резкого падения спроса на недвижимость давление девелоперов на все уровни власти ослабло. Город получил шанс, воспользовавшись перерывом, привести правила игры в порядок.

Ведь муниципалитету удалось создать четкие правила игры в сфере образования и культуры. И они преобразуют действительность. Возрождается Волгоградский муниципальный музыкальный театр. В разы увеличилась посещаемость. Динамично развивается «Молодежный театр» Алексея Серова. Пытаюсь подтолкнуть его к масштабным проектам. Он сопротивляется, старается сохранить камерность.

13 мая закрылся сезон школьных театров. Он стал знаковым мероприятием. За год число театров выросло с 7 до 48. Сегодня в школьных постановках задействовано более 2000 школьников. Представляете, что они сделают с городом лет через 10? Это именно тот случай, когда инфраструктура дала импульс творчеству.

**Г:** И каким будет город через 10 лет?

**Р.Г.:** Летом — пестрым, южным, зимой — интеллигентным европейским. И круглый год — уютным, современным и творческим. И очень надеюсь, в нем не будет равнодушных жителей, обывателей.

**Беседовал Дмитрий Грушевский**

**В ИДЕАЛЕ — МУНИЦИПАЛИТЕТ СОЗДАЕТ ИНФРАСТРУКТУРУ И СНИМАЕТ БАРЬЕРЫ. А ГОРОЖАНЕ НАПОЛНЯЮТ ГОРОДСКУЮ СРЕДУ СОДЕРЖАНИЕМ**

### ЛИЧНОЕ ДЕЛО

Роман Георгиевич Гребенников родился 25 августа 1975 года в Волгограде. После окончания юридического факультета Волгоградского государственного университета в 1997 году организовал и возглавил юридическую фирму «Спартак». В декабре 1998 года был избран депутатом Волгоградской областной думы. Возглавил думский комитет по организации государственной власти и местного са-

моуправления. В 2001 году избран председателем Волгоградской областной думы, став самым молодым спикером законодательного собрания субъекта РФ в современной истории. Роман Гребенников является автором и разработчиком законов региона: «О квотировании рабочих мест для трудоустройства молодежи в Волгоградской области», «О поддержке органами государственной власти и местного самоуправления мо-

лодых семей в улучшении жилищных условий на территории Волгоградской области», «О наказах и обращениях избирателей к депутатам Волгоградской областной думы и главе администрации Волгоградской области», «О дополнительных гарантиях занятости граждан, уволенных с военной службы и проживающих на территории Волгоградской области» etc. В 2003 году был повторно избран депутатом Волгоградской област-

ной думы и вновь до апреля 2005 года стал ее председателем. 20 мая 2007 года на внеочередных выборах избран главой администрации Волгограда. С августа 2008 года Роман Гребенников является руководителем региональной общественной приемной председателя ВПП «Единая Россия» Владимира Путина.



МНЕНИЕ

# РЕКЛАМА НА ВЫНОС

## ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ТЕРРИТОРИИ ВОЛГОГРАДА РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА ЗАКЛЮЧИЛИ С РУКОВОДСТВОМ ГОРОДА «ДЖЕНТЛЬМЕНСКОЕ» СОГЛАШЕНИЕ НА ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА. АГЕНТСТВА ВОЗДЕРЖИВАЮТСЯ ОТ СОКРАЩЕНИЯ СОТРУДНИКОВ И НЕ СВОРАЧИВАЮТ ПРОГРАММЫ ЗАМЕНЫ СТАРЫХ РЕКЛАМНЫХ ЩИТОВ НА ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫЕ НОСИТЕЛИ, А МЭРИЯ ГАРАНТИРУЕТ АГЕНТСТВАМ РЯД ПОСЛАБЛЕНИЙ. ЭКСПЕРТЫ ОЦЕНИВАЮТ СОГЛАШЕНИЕ КАК ПОЧТИ СВОЕВРЕМЕННОЕ. ИГОРЬ ИВАНОВ

Антикризисные меры можно считать продолжением начатой в 2007 году муниципальной реформы в области наружной рекламы, расположенной в исторических и мемориальных зонах города-героя, точнее — ее адаптацией к спаду на рекламном рынке в период экономического кризиса. Рекламная реформа, инициированная мэрией Волгограда, стартовала в декабре 2007 года. В новом порядке размещения наружной рекламы были определены зоны, в которых обозначен особый режим установки рекламных конструкций. В зоне №1 (историческая часть, где расположены основные достопримечательности классического Сталинграда) была запрещена установка любых видов отдельно стоящих рекламных конструкций. В зоне №2 (территории, прилегающие к зоне №1) городские власти запретили размещение крупноформатной рекламы — щитов более 3х6 и перетяжек.

Более того, рекламные конструкции в разрешенных исторических зонах было предписано заменить на высокотехнологичные: скроллеры, пилоны и пилаарсы, светодиодные экраны и мультипанели. До 1 марта 2008 года все рекламные конструкции из первой зоны подлежали демонтажу. А для второй зоны рекламными агентствами были разработаны и согласованы с администрацией города индивидуальные программы замены щитов. Каждое рекламное агентство представило программу замены, которая была заслушана и утверждена на комиссии по наружной рекламе. По данным на 1 мая 2009 года, более 50 рекламных носителей, в соответствии с программами, были заменены.

8 апреля 2008 года мэрия приступила к демонтажам. Первый был принудительным, производился силами муниципального подрядчика и начался с разбора рекламного щита ООО «Гэллэри Сервис». Затем рекламные агентства стали разбирать конструкции самостоятельно.

«Работающие в Волгограде рекламные агентства сами попали в правовую ловушку. Разрешения на размещения рекламных носителей у них были на пять лет, а договора — только на один год — до 1 января 2008 года», — говорит президент Союза экономически независимых предпринимателей (СЭНП) Александр Орлов.

В первую очередь от рекламных конструкций были освобождены раздельный сквер проспекта имени В.И. Ленина, площадь Павших борцов, Аллея Героев и вершина Мамаева кургана. В результате в Центральной части города было демонтировано 153 рекламных конструкции. Администрация Волгограда доказала правомерность своих действий в суде, выиграв в течение 2008-2009 годов семь судебных разбирательств. Последнее решение в пользу мэрии было вынесено 30 апреля: по поводу пяти рекламных конструкций на улице Советской, принадлежащих ООО «ГорСпортИнформ».

**ПРОВЕДЯ РЕФОРМУ НА ГОРОДСКОМ РЫНКЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ РАДИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВКУСА ГОРОЖАН, МЭРИЯ В 1,9 РАЗА УВЕЛИЧИЛА ПОСТУПЛЕНИЯ В БЮДЖЕТ ОТ ОТРАСЛИ**



ПОСЛЕДНИЕ ДНИ «КИТАЙ-ГОРОДА»

«Мы были не первыми. Ранее подобные реформы прошли в Москве и Санкт-Петербурге, и суды во многом руководствовались практикой принятия решений обеих столиц», — говорит председатель комитета по развитию телерадиовещания и рекламы администрации Волгограда Елена Козлова.

«В целом программа замены щитов была встречена владельцами рекламных конструкций благосклонно», — говорит директор ООО «Биг Борд» Александр Корнейчук. — Рынок должен развиваться, и рекламные носители по факту стали смотреться более выиг-

рышно и, соответственно, лучше продаваться. Плюс — появились прозрачные правила игры».

Парадокс заключается в том, что проведя реформу на городском рынке наружной рекламы ради эстетического удовлетворения граждан и почти в два раза уменьшив площадь рекламных носителей в центре Волгограда, мэрия в 1,9 раза увеличила поступления в бюджет от отрасли. Эксперты считают, что рекламные площади, которые стали смотреться более выигрышно, стали стоить в три раза дороже. В 2007 году поступления в бюджет составили 68 млн рублей, в 2008 году —

131 млн рублей. Плюс ко всему, по данным ЦСР «Юг», доли рекламных компаний на рынке города не изменились.

**«НАРУЖКА» ОЖИВИЛАСЬ** Антикризисный пакет, родившийся в результате двухмесячных переговоров руководителей рекламных агентств и администрации Волгограда, включает в себя сокращение арендных платежей на 25% для рекламных агентств, продление deadline по программе замены старых рекламных щитов на высокотехнологичные носители, снижение налога на вмененный доход (ЕНВД) на 40%. В результате, по словам Елены Козловой, на рынок вернулся ряд рекламодателей, доходы бюджета по итогам четырех месяцев 2009 года упали всего на 7,4%, кадровые ресурсы отрасли полностью сохранены, а преобразования в целях дальнейшего улучшения эстетики города продолжились.

Эксперты отмечают, что результатом антикризисных мер, предпринятых мэрией для владельцев «наружки», рекламный рынок в целом оживился. «Скроллер стоит 20 тыс. евро, а окупается примерно два года», — говорит Елена Козлова. — Тем не менее рекламные агентства продолжают устанавливать их вместо устаревших конструкций кустарной работы. В центре установлено уже 23 скроллера. И это выгодно не только муниципальным властям и предпринимателям, но и всем жителям Волгограда, ведь облик города изменился в лучшую сторону».

По мнению исполнительного директора ООО «РА\_Навсегда» Ярослава Белоногова, антикризисные предложения мэрии — это существенная помощь для владельцев рекламных конструкций. Поскольку сейчас в тяжелом положении находятся все агентства, в том числе и московские. «В кризисный период заказов стало на 60-70% меньше», — считает он. — Поэтому меры, которые предпринимает мэрия, очень своевременны». «По новым правилам договоры с рекламными агентствами заключаются на пять лет. Это делает игру на рынке более честной и предсказуемой», — считает директор ООО Рекламная группа «ДРИМ» Дмитрий Кремнев.

Руководитель волгоградского представительства ООО «АПР-Сити/ТВД» (News Outdoor) Валентин Бондарь предполагает, что на обсуждение можно вынести также и дополнения в антикризисное соглашение между предпринимателями и муниципальными властями: «Безусловно, комплекс мер, предложенных администрацией Волгограда, эффективен. Кроме уже принятых шагов, допустимо вынести ряд других предложений, которые уже стали руководством к действию в крупных российских городах. Например, в силу того, что сейчас многие щиты пустуют, можно было освободить арендаторов от платы за них. Также на наших щитах часто размещается бесплатная социальная реклама. Было бы справедливо освободить агентства от арендной платы за эти площади на тот период, пока они используются в общественных целях». ■

### СПИСОК КРУПНЕЙШИХ ВЛАДЕЛЬЦЕВ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В ВОЛГОГРАДЕ

| РЕКЛАМАРОСПРОСТРАНТЕЛЬ        | ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ РЕКЛАМНЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ (КВ.М.) | %    |
|-------------------------------|--|------|
| ООО «АПР-СИТИ/ТВД»            | 11 710,38                                    | 13,2 |
| ООО «ГОРСПОРТИНФОРМ»          | 11 519,82                                    | 13   |
| ООО «ЭКСПРЕСС-СИТИ»           | 10 457,24                                    | 11,8 |
| ООО «ГЭЛЛЭРИ СЕРВИС»          | 7 250,9097                                   | 8,2  |
| ООО «БИГ БОРД»                | 3 468,1944                                   | 3,9  |
| ООО РЕКЛАМНАЯ ГРУППА «ДРИМ»   | 3 463,2                                      | 3,9  |
| ООО «РА НАВСЕГДА»             | 2 664  | 3    |
| ЗАО «ВОЛГОГРАДПРОГРАММСИСТЕМ» | 2 624,35                                     | 2,9  |
| ООО «КОВЧЕГ»                  | 1 845,84                                     | 2    |
| ООО «ФК «РЕКЛАМА-СЕРВИС»      | 1 679,94                                     | 1,9  |
| ИТОГО                         | 56683,87                                     | 64   |

ПО ДАННЫМ КОМИТЕТА ПО РАЗВИТИЮ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЯ И РЕКЛАМЫ АДМИНИСТРАЦИИ ВОЛГОГРАДА



# ИМИДЖ В МЕЛОЧАХ

## ЭКСПЕРТЫ УВЕРЕНЫ, ЧТО У ВОЛГОГРАДА ЕСТЬ ВСЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ СТАТЬ МОЩНЫМ ТУРИСТИЧЕСКИМ БРЭНДОМ. К ЭТОМУ РАСПОЛАГАЕТ БОГАТОЕ ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ, ВЫГОДНОЕ ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ГОРОДА, ТЕПЛЫЙ КЛИМАТ. ОДНАКО «СЛАБЫМ МЕСТОМ» ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ ВОЛГОГРАДА ЯВЛЯЕТСЯ НЕДОСТАТОЧНО РАЗВИТАЯ ИНФРАСТРУКТУРА. РЕШИТЬ ДАННУЮ ПРОБЛЕМУ ПРИЗВАНА ЦЕЛЕВАЯ МУНИЦИПАЛЬНАЯ ПРОГРАММА, НАПРАВЛЕННАЯ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА.

ЕЛЕНА ДЕМИЧЕВА

«Среди основных факторов, определяющих формирование имиджа города как привлекательного туристического бренда, стоит назвать наличие развитой инфраструктуры: воздушное, водное и железнодорожное сообщение, необходимый гостиничный фонд, соответствующий современным стандартам, заведения общественного питания, развлекательные центры и другие объекты подобного типа, наличие культурных и исторических памятников, уникальных природных зон отдыха, разнообразных туристических программ и туристско-экскурсионных маршрутов», — отмечает аналитик УК «Финанс Менеджмент» Максим Клягин.

Разработка привлекательных туристических маршрутов, специальных туристических программ — это сфера деятельности, относящаяся к компетенции областных властей. В свою очередь, развитие инфраструктуры находится в зоне ответственности муниципалитета. Как раз на решение этой проблемы ориентирована целевая программа «Развитие туризма и отдыха в Волгограде» на 2008–2010 годы, предполагающая привлечение инвестиций в смежные с туризмом отрасли: гостиничный, развлекательный, экскурсионный бизнес, а также вложение средств бюджетов разного уровня в строительство и реконструкцию дорог, установку светофоров, указателей, информирование потенциальных туристов о возможностях отдыха в нашем городе.

«Имидж города как привлекательного туристического объекта формируется даже в мелочах, — отмечает руководитель комитета по предпринимательству Александр Фролов. — Установлен ли светофор на дороге, которая ведет к памятнику, музею или другому культурному объекту, есть ли возможность для парковки автомобилей, для подъезда автобусов, оборудованы ли сервисные туристско-экскурсионные пункты. Ответственность за то, чтобы приехавшему в Волгоград туристу было комфортно, фактически лежит на плечах муниципалитета. Кроме того, важный аспект: развитие туристической инфраструктуры напрямую связано с развитием малого бизнеса. А это очень важно для городских властей, так как одним из источников доходов бюджета являются налоги, перечисляемые предпринимателями в казну».

Эту позицию подтверждают и независимые эксперты: «Мировой опыт показывает, что в большинстве стран туризм развивается в первую очередь за счет малого и среднего бизнеса, — отмечает заведующий кафедрой менеджмента Волгоградского государственного университета 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, предоставление муниципалитетом различных преференций для пред-

принимателей, чья деятельность связана с развитием туризма».

**«ВОРОТА» ВОЛГОГРАДА** Важнейшим аспектом развития транспортной инфраструктуры города является реконструкция воздушного, железнодорожного, речного и автовокзалов. Построенные в середине прошлого века объекты на сегодня не только не отвечают современным требованиям по предоставлению услуг, уровню комфортности, но и элементарно не могут принять возросший за последний год поток отъезжающих и въезжающих пассажиров (например, в прошлом году Волгоград посетили порядка 400 тыс. человек).

В рамках указанной программы администрацией города разработаны и уже представляются на специализированных выставках инвестпроекты по реконструкции «ворот» Волгограда. Так, на сегодня аэропорт представляет собой комплекс, состоящий непосредственно из аэровокзала, павильона и гостиницы на 59 мест. Для того чтобы увеличить пропускную способность объекта, выделить место для оборудования торговых точек и мест общественного питания, необходимо расширение площадей. Также предполагается завершение строительства второй взлетно-посадочной полосы. Для реконструкции и расширения аэровокзального комплекса по предварительным оценкам требуется 490 млн рублей, которые предположительно окупятся в течение девяти лет. На строительство взлетно-посадочной полосы необходимо свыше 21 млн рублей. Сейчас ведутся переговоры по выделению этих средств из федерального бюджета.

Площадь, занимаемую автовокзалом, планируется увеличить до 17 тыс. кв. м. Проект реконструкции предполагает также соединение улиц Пархоменко и Балонина, расширение корпуса автовокзала, в том числе строительство пятиэтажного комплекса с торговыми галереями, гостиницей, точками общественного питания, оборудование на верхней террасе автовокзала парковки на 85 мест. Общая стоимость проекта — 800 млн рублей.

Уже давно морально устаревшим является Волгоградский речной порт. Сейчас он не способен принимать крупные многотоннажные лайнеры в необходимых количествах. Поэтому турфирмы часто не включают город в программу круизов. Хотя в Волгограде могла быть полноценная остановка, туристы могли бы осматривать достопримечательности, ездить на экскурсии, покупать сувениры, посещать объекты развлекательной сферы. «Реконструкция речпорта — проблема на сегодня достаточно сложная. Этот шаг должен осуществляться в рамках комплексного проекта модернизации Центральной набережной Волгограда, — комментирует заместитель генерального директора по связям с общественностью ОАО «Волгоградский речной порт»

Юрий Митасов. — В данной ситуации проблемы связаны неразрывно: привлечь туристов невозможно без того, чтобы не была реконструирована техническая составляющая, в том числе причальные стенки, а пока не будет наплыва туристов, нет необходимости в строительстве торговых галерей, точек общественного питания. Мы надеемся на сотрудничество с муниципальными властями, на то, что взаимопонимание будет найдено и средства на реконструкцию будут выделены, так как своими силами речной порт с такой задачей не справится». Согласно разработанному инвестпроекту только на модернизацию здания речного вокзала потребуется 300 млн рублей.

**ДОСТАВИМ ДО МЕСТА** Напрямую не входит в программу развития туризма, но имеет ключевое значение развитие дорожной сети Волгограда. Необходимо обеспечить свободное перемещение приезжих по городу как на экскурсионных автобусах, так и на общественном транспорте. Сегодня в Волгограде, как и в любом другом крупном городе, остро стоит проблема пробок. Существенно повысить проходимость городских дорог сможет завершение строительства 3-й продольной магистрали. «Тот участок дороги, который мы сегодня имеем, так называемый Северный, был построен в 2001-м и введен в эксплуатацию в 2002 году, — описывает ситуацию заместитель руководителя департамента городского хозяйства администрации Волгограда Виктор Ключков. — Задача финансирования этого проекта для одного бюджета Волгограда является неразрешимой, так как цена вопроса составляет порядка 14 млрд рублей. Это практически весь годовой бюджет нашего города. С просьбой о решении вопроса продолжения строительства 3-й продольной магистрали мы напрямую обратились к председателю Правительства Владимиру Путину. Учитывая тот факт, что условия софинансирования предполагают выделение 90% средств из федерального бюджета и оставшиеся 10% — из областного или городского, на местный бюджет может лечь 1,4 млрд рублей. Сроки строительства предполагают пятилетний период, соответственно, изыскать данную сумму, разбив ее на пять равных частей, для Волгограда реально».

«Завершение строительства 3-й продольной выгодо для города и с точки зрения развития дорожной инфраструктуры. Магазины, автозаправочные станции, места отдыха и развлечений, безусловно, привлекут и транзитников, которые направляются на своем транспорте на юг, и туристов. А следствием этого станут дополнительные отчисления в муниципальный бюджет от предприятий малого и среднего бизнеса», — прокомментировали аналитики УК «Тройка Диалог».

Развитие системы общественного транспорта также является важнейшим аспектом формирования

имиджа города. В этом направлении самым крупным и значимым проектом является строительство второй и третьей очереди скоростного трамвая. Именно на скоростной трамвай приходится 10% пассажирских перевозок, выпадающих на долю электрического общественного транспорта.

Скоростной трамвай является одним из самых «знаменитых» достроенных Волгограда. Около 10 лет — с 1992 по 2002 год — проект был полностью заморожен. Финансирование строительства метрограма возобновилось в 2003 году, когда на эти цели было выделено 22,6 млн рублей. Объем выделяемых средств с каждым годом увеличивался, достигнув в 2008 году суммы в 433,6 млн рублей, из которых 207 млн рублей — из федеральной казны.

Для полного завершения строительства второй очереди скоростного трамвая — практически четырехкилометрового отрезка от станции «Площадь Чекистов» до станции «Ельшанка» — требуется 485 млн рублей в текущем году и еще 869,4 млн рублей в 2010 году. При условии финансирования проекта в полном объеме три станции метрограма будут сданы в эксплуатацию в 2010 году.

### ИНВЕТОРЫ ЖДУТ ЛУЧШИХ ВРЕМЕН

Одним из самых неразвитых инфраструктурных направлений является гостиничный бизнес. По данным комитета по предпринимательству администрации Волгограда, в настоящее время на территории города действуют свыше 60 гостиниц общей вместимостью 2,1 тыс. человек и 217 турбаз, готовых принять более 5 тыс. туристов. При этом среднегодовая заполняемость этих объектов размещения составляет 62%. Однако в период крупных мероприятий мест для размещения катастрофически не хватает.

Большинство наших гостиниц и баз отдыха не соответствуют мировым стандартам по качеству сервиса. Например, только 10% турбаз могут обеспечить потребителям услуг достаточный уровень комфортности и способны функционировать круглогодично.

По подсчетам аналитиков ИК «Финанс», чтобы обеспечить приезжающих в Волгоград туристов комфортными и доступными местами для проживания, необходимо увеличивать гостиничный фонд на 1,5–2 тыс. мест. При этом инвесторы не спешат вкладывать средства в строительство новых современных отелей и туристических баз. «Общезвестный 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. Чтобы решить эту проблему, необходимо разрабатывать систему преференций для инвесторов, готовых вкладывать средства в увеличение гостиничного фонда. Над этим работаем».

**СЕГОДНЯ В ВОЛГОГРАДЕ, КАК И В ЛЮБОМ ДРУГОМ КРУПНОМ ГОРОДЕ, ОСТРО СТОИТ ПРОБЛЕМА ПРОБОК. СУЩЕСТВЕННО ПОВЫСИТЬ ПРОХОДИМОСТЬ ГОРОДСКИХ ДОРОГ СМОЖЕТ ЗАВЕРШЕНИЕ СТРОИТЕЛЬСТВА 3-Й ПРОДОЛЬНОЙ МАГИСТРАЛИ**



ИНВЕСТИЦИИ

«В докризисный период была намечена реализация нескольких крупных инвестиционных проектов строительства и реконструкции, — рассказывает генеральный директор ООО «Турист» Леонид Мильман. — На рынок планировали прийти крупные гостиничные операторы. Однако сейчас сложная экономическая ситуация притормозила осуществление данных проектов, инвесторы ждут лучших времен. Полагаю, что до 2010 года никаких существенных шагов в данном направлении не будет предпринято».

По мнению эксперта, может «подождать» и рынок, так как из-за кризиса снизилось количество и командированных сотрудников, и туристов. «Если раньше крупные предприятия могли командировать единовременно до 40 сотрудников, которых размещали в нашей гостинице, — сравнивает Леонид Мильман, — то сейчас это же предприятие направляет на работу в Волгоград не больше шести человек одновременно. Эти цифры свидетельствуют об отрицательной динамике в развитии сферы».

Среди значимых инвестиционных проектов можно выделить строительство и реконструкцию гостиниц девелоперской компанией «Diamant Development Group». Это гостиницы «Диамант-Орион» (номерной фонд — 149 номеров, 3\*, стоимость проекта — 345 млн рублей), «Диамант Ангарская» (корпус А категории 2\* — 96 номеров, корпус В категории 4\* — 334 места, стоимость проекта — 876 млн рублей), «Диамант-Октябрьская» (4\*, номерной фонд — 257 единиц, стоимость реконструкции — 892 млн рублей), «Диамант-Юность» (3\*, номерной фонд — 293 номера, стоимость проекта 838 млн рублей). Сооружение гостиниц планируется в рамках реализации комплексных проектов, например, комплекса «Актив-Сити», в который входят центр водных видов спорта, аквапарк, многофункциональный спортивно-оздоровительный комплекс, а также трехзвездочная гостиница на 250 номеров. Однако говорить о сроках реализации названных проектов на данный момент сложно, так как средств на их осуществление не найдено.

**«ОБЛАГОРОДИТЬ» ОКРАИНЫ** Самые крупные туристические объекты располагаются преимущественно в центре Волгограда. Однако существует необходимость развивать и окраины города, тем более что основания для этого есть. На данный момент ищет своих инвесторов целый ряд интересных проектов. Например, проект реконструкции и развития набережной имени Высоцкого в Кировском районе Волгограда. Он предполагает возведение на верхней террасе спортивного комплекса со стадионом на 3 тыс. зрителей, теннисными кортами, аквапарком, досуговым центром с гостиницей. Нижняя терраса в перспективе станет местом для размещения фестивальной деревни (уже который год на набережной проводятся бардовские фестивали) на 49 коттеджей, а также крытого эллинга для яхт (400 мест) с оборудованием для подъема и спуска на воду судов. Общая стоимость проекта оценивается в сумму около 3 млрд рублей.

Аналогичная ситуация не только с туристическими объектами, но и с развлекательными центрами и точками общественного питания. Несмотря на то, что за 2008 год в городе открылось сразу несколько крупных ТРК («Европа Сити Молл», Ворошиловский торговый центр (после реконструкции), «Диамант-Зеленое кольцо»), они преимущественно сконцентрированы в Центральном и прилегающих к нему районах. В городе до сих пор есть районы, где нет ни одного крупного торгово-развлекательного комплекса (Краснооктябрьский, Кировский). По мнению исполнительного директора ООО «Випойл-Гиперцентр» Владимира Кацко, в 2009 году

каких-либо позитивных изменений на этом рынке ожидать не приходится, так как он «замер в ожидании» в кризисный период.

Что касается сферы общественного питания, то, согласно статистическим данным, в Волгограде сейчас насчитывается порядка 25 посадочных мест в заведениях общепита на 1 тыс. человек. При этом ГОСТ закрепляет норматив в 40 мест на 1 тыс. человек. «За последние несколько лет отрасль общепита в городе сделала существенный скачок вперед, и количественный, и качественный, — поясняет генеральный директор кафе «Якитория» Александр Бут. — Однако говорить о насыщенности рынка еще очень рано. В городе недостаточно полный спектр заведений с точки зрения формата. Например, туристам был бы интересен формат free flow — «свободный поток», когда человек в режиме самообслуживания может выбрать себе блюда из имеющегося ассортимента, быстро покушать и отправиться по своим делам дальше. Таких заведений в Волгограде явно недостаточно».

Соглашается эксперт и с мнением о неравномерном распределении заведений общепита по городу. «Окраинные районы, действительно, в недостаточной степени охвачены сферой общественного питания, — продолжает Александр Бут. — И связано это не только с географическими особенностями Волгограда, но и с более низкой платежеспособностью людей, проживающих в отдаленных районах. Поэтому очевидно, что предприниматели стремятся вкладывать деньги в проекты, которые быстрее окупятся, которые будут пользоваться успехом у потребителей, и расположены в таких местах, где наблюдается их наибольший поток».

Таким образом, можно говорить о тесной взаимосвязи развития сфер общественного питания и развлечений с популяризацией различных внутригородских экскурсионных маршрутов. Если будут созданы интересные для приезжих места на окраинах Волгограда, там автоматически появятся и инфраструктурные объекты, которые будут приносить доход.

В заключении отметим, что, с точки зрения экспертов, Волгоград является потенциальным туристическим брэндом, однако дальнейшая судьба этой сферы зависит от того, насколько эффективно будут использованы имеющиеся возможности властями и предпринимательским сообществом. Прогнозы на этот счет весьма оптимистичные.

«Безусловно, Волгоград пользуется определенной популярностью у туристов, — комментирует Максим Клягин. — Но на данном этапе город, на наш взгляд, вряд ли стоит называть сформировавшимся туристическим брэндом. В этом отношении он заметно уступает целому ряду других российских городов. Например, Санкт-Петербургу, который в 2008 году посетило около 5 млн туристов (из них примерно 50% — иностранцы)».

«На данный момент кризис затормозил развитие туристической инфраструктуры, вынудил инвесторов отказаться от многих проектов, — подводит итог Александр Фролов. — Однако я полагаю, что это время «затишья» будет использовано нами для того, чтобы представлять Волгоград как туристический брэнд на федеральном и международном уровне, демонстрировать инвестиционные проекты, формировать позитивный имидж. Необходимо сделать город узнаваемым не только как центр военной славы, но и как место, удобное для активного отдыха, развлечений, культурной жизни. Мы надеемся, что этот вынужденно затянувшийся подготовительный этап реализации программы развития туризма позволит нам «выстрелить» сразу же после окончания экономического кризиса». ■

**СОГЛАСНО СТАТИСТИЧЕСКИМ ДАННЫМ, В ВОЛГОГРАДЕ СЕЙЧАС НАСЧИТЫВАЕТСЯ ПОРЯДКА 25 ПОСАДОЧНЫХ МЕСТ В ЗАВЕДЕНИЯХ ОБЩЕПИТА НА 1 ТЫС. ЧЕЛОВЕК. ПРИ ЭТОМ ГОСТ ЗАКРЕПЛЯЕТ НОРМАТИВ В 40 МЕСТ НА 1 ТЫС. ЧЕЛОВЕК**

## КД КНЯГИНИНСКИЙ ДВОРЬ

*Ресторанный комплекс «Княгининский дворь» — это сочетание классики и модерна. В реконструированном особняке царицынской эпохи вы можете вкушать традиционные русские блюда, а также мясные яства из мяса дикого кабана, кролика, утки с личного подсобного хозяйства. В современной постройке Вам предложат обед «на скорую руку».*

*У нас четыре зала:*

*— пивной (девять сортов пива и блюда русской и европейской кухни, 100 посадочных мест);*

*— рыбный (700 наименований вин из собственного погреба, блюда русской и средиземноморской кухонь и, конечно же, изысканные рыбные яства, 65 посадочных мест);*

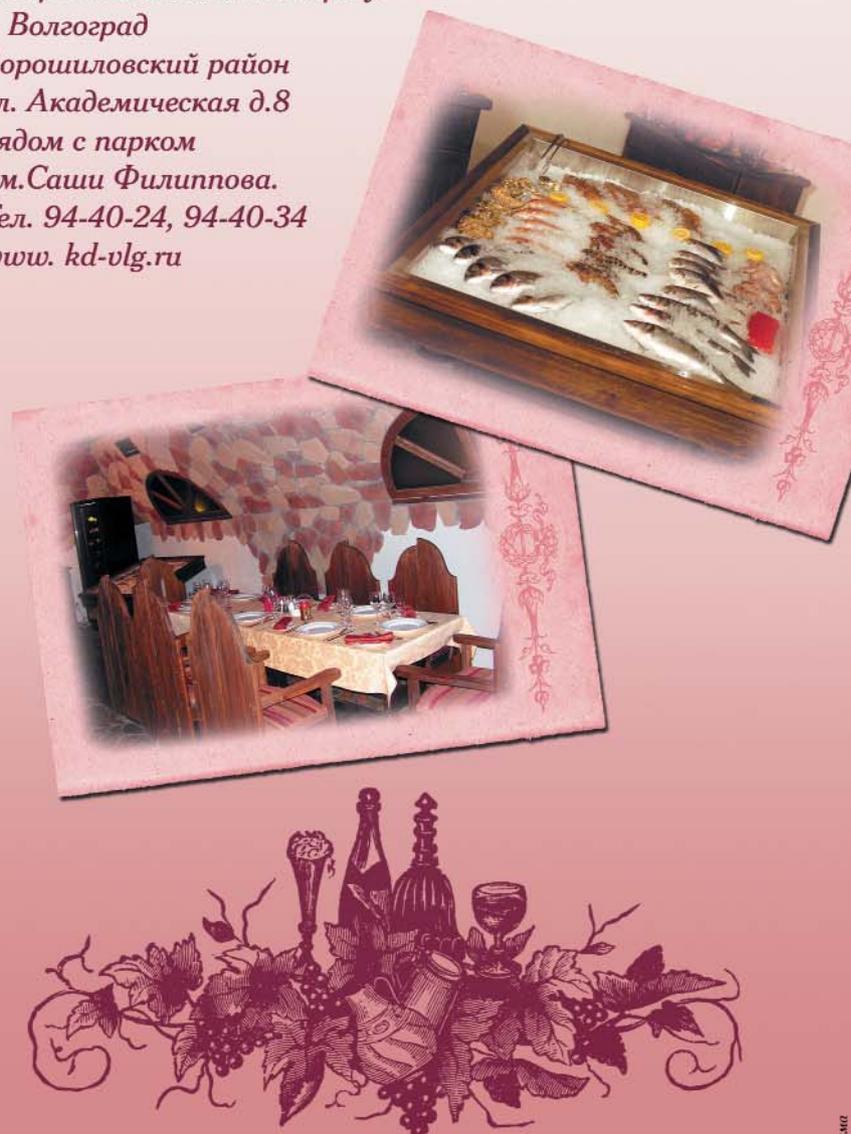
*— стейк-кафе (кухня русская и японская, приготовление блюд из мяса и рыбы на открытом огне, в зале 70 посадочных мест);*

*— зал быстрого питания (демократичное меню для быстрого обеда, 100 посадочных мест).*

*Для корпоративных встреч мы предлагаем воспользоваться нашим конференц-залом, оснащенным современным оборудованием.*

*Мы располагаемся по адресу:*

*г. Волгоград  
Ворошиловский район  
ул. Академическая д.8  
рядом с парком  
им. Саши Филиппова.  
Тел. 94-40-24, 94-40-34  
www.kd-vlg.ru*



# ПРОЕКТНАЯ «ФИЛЬТРАЦИЯ» ВОЛГОГРАДСКИЙ РЫНОК АРХИТЕКТУРНО-ПРОЕКТНЫХ БЮРО МОЖНО НАЗВАТЬ НАСЫЩЕННЫМ. ОДНАКО, ПО МНЕНИЮ ЭКСПЕРТОВ, ЕГО РАЗВИТИЕ СУЩЕСТВЕННО ЗАТОРМОЖЕНО В СВЯЗИ С КРИЗИСОМ, ТАК КАК СМЕЖНАЯ ОТРАСЛЬ — СТРОИТЕЛЬСТВО — В НАИБОЛЬШЕЙ СТЕПЕНИ ПОСТРАДАЛА ОТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КАТАКЛИЗМОВ. С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ УЧАСТНИКОВ РЫНКА, В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОИЗОЙДЕТ «ФИЛЬТРАЦИЯ»: КРУПНЫЕ ИГРОКИ СОХРАНЯТ СВОИ ПОЗИЦИИ, МЕЛКИЕ — БУДУТ ВЫНУЖДЕНЫ ИСКАТЬ ПОДДЕРЖКИ В СРО, ОБЪЕДИНЯТЬСЯ ДРУГ С ДРУГОМ ИЛИ ВОВСЕ ЗАКРЫВАТЬСЯ.

ЕЛЕНА ДЕМИЧЕВА, МАРИЯ ЧУРАКОВА

Сегодня на волгоградском рынке проектных услуг насчитывается порядка 100 архитектурно-проектных бюро. «Конкуренция между ними высокая. Это обусловлено тем, что в Волгограде есть профильный вуз, который ежегодно выпускает архитекторов, многие из них открывают собственные бюро, начинают свой бизнес», — отмечает директор ГУП «Волгоградское областное архитектурно-планировочное бюро» Евгений Игнатъев.

По мнению аналитиков, сейчас наблюдается резкое расслоение игроков по масштабу. Еще со времен СССР действуют проектные институты, вроде ЗАО «Волгоградгражданпроект», ГУП «Волгоградское областное архитектурно-планировочное бюро», ПИИ «Волгоград-проект». Среди крупных бюро, открывшихся уже в постсоветские годы, можно выделить лишь ООО «Универсалпроект», на счету у которого «Парк Хаус», «Волжские паруса», «Волгоград-Сити». «Спецификой волгоградского рынка является то, что у нас практически нет «среднячков», — характеризует положение в проектной сфере лицензированный архитектор МК РФ, руководитель творческой мастерской Виктор Тихонов. — Бюро, где работает более 100 сотрудников, — считанные единицы. Остальные — совсем маленькие, по три–пять человек. Заметны на рынке «Универсалпроект», «Дедал», «АПБМ 9», ИП Буров, «Аркада». Специфическую часть рынка составляют группы архитекторов

при районных администрациях, а также те «фирмочки», которые занимаются дизайном интерьеров».

Заместитель директора ООО «Новый город» Андрей Восков предлагает сегментировать рынок в соответствии с «профилем» компании: во-первых, это работы по государственному или муниципальным заказам, во-вторых, это проектирование частных крупных объектов от 10 тыс. кв. м и выше и, в-третьих, это проектирование зданий с площадью, меньшей обозначенной отметки. Однако такое разделение касается докризисного положения, сейчас различия существенно сгладились.

На волгоградском проектом рынке нет крупных федеральных игроков, все фирмы — местного «розлива», хотя сейчас все чаще в конкурсах на проектные работы участвуют бюро из других субъектов Федерации, в том числе ростовские. При этом об окончательном выходе проектировщиков из других регионов на волгоградский рынок, с точки зрения экспертов, на данный момент говорить преждевременно.

**СМЕНА КУРСА** Высокая концентрация архитектурно-проектных бюро в городе — свидетельство жесткой конкуренции на рынке этого вида услуг. Ситуацию осложняет и финансово-экономический кризис, который негативно сказался на всех отраслях, в том числе и на смежной отрасли — строительстве.

«Рынок проектных услуг в настоящий момент находится в состоянии стагнации, если не упадка, так как он напрямую связан с инвестиционными предложениями, — говорит профессор кафедры градостроительства Волгоградского государственного архитектурно-строительного университета Владимир Остробородов. — В условиях кризиса абсолютное большинство строительных площадок оказалось заморожено, а новые вложения проблематичны». С экспертом соглашается и Евгений Игнатъев: «Сейчас рынок архитектурного проектирования находится в тяжелом положении в связи со сложившейся экономической ситуацией, — комментирует Евгений Игнатъев. — Крупных частных заказов практически нет, так как у инвесторов нет средств в связи с ужесточением условий кредитования в банках. Большинство бюро завершает работу над проектами, начатыми в прошлом году. К примеру, за пять месяцев 2009 года у нас не было еще ни одного объемного заказа по жилой застройке или возведению каких-либо крупных социальных объектов».

По свидетельству участников рынка, обороты архитектурно-проектных бюро с начала этого года существенно снизились. Особенно сильно эта тенденция коснулась тех компаний, которые работают в сфере частных заказов, так как строительство на сегодня практически замерло. В прошлом году доход архитекторов,

спроектировавших какой-либо строительный объект, составлял 3–8% от общей его стоимости.

Кризис вынуждает проектировщиков переориентироваться с частных заказов на участие в муниципальных конкурсах: «Сам по себе проектный рынок сузился и перешел из среды коммерческого в среду муниципально-го и государственного „существования“, то есть проектные бюро борются за государственные и муниципальные заказы, — дает оценку ситуации Владимир Остробородов. — В этой сфере есть хоть какие-то гарантированные бюджетные деньги. Естественно, что фирмам приходится бороться за победу в конкурсе, так как желающих побеждать в них более чем достаточно».

Соответственно, в таких жестких условиях существенную роль играют методы конкурентной борьбы: «Единственно правильный метод конкурентной борьбы — это разработка качественных проектов, — подчеркивает директор ООО «Универсалпроект» Эльвира Бондаренко. — Если компания в состоянии справиться с крупными заказами, оказать комплексные услуги высокого уровня, то и ее авторитет на рынке будет крепнуть. А если нет, то бюро придется довольствоваться мелкими единичными проектами».

Еще один способ преодоления кризисных последствий предлагает Евгений Игнатъев: «В условиях кризиса, чтобы компании выжить на рынке, необходимо

Уважаемые требовательные заказчики, исполнительные подрядчики, талантливые архитекторы и рачительные владельцы престижных бизнес-центров, посещаемых торгово-развлекательных комплексов, компаний кафе и хлебосольных ресторанов, модных ночных клубов и современных кинотеатров, комфортных гостиниц и притягательных баз отдыха, популярных магазинов и дорогих бутиков. Хотим сообщить вам, что профессиональное освещение любых фасадов, манящих витрин, вместительных парковок, безупречного ландшафта, людных скверов, просторных атриумов, строгих рабочих и уютных общественных зон, ведет к индивидуальному стилю, современному имиджу, повышенной заметности и неминуемой прибыли!

Работая в режиме полного цикла, — проектирование, подбор, производство и поставка оборудования, монтаж и сдача объекта в эксплуатацию — мы делаем лучший коммерческий свет в этом городе. Нам не интересно просто продать вам оборудование — мы сделаем вас самыми яркими, безопасными, посещаемыми, запоминающимися и благополучными, сделаем это качественно, креативно и в срок, за небольшие, приличные, огромные и просто неприличные деньги :-)



**светосила**

Волгоград, Невская, 4а  
(8442) 26-97-37

приглашаем к сотрудничеству дизайнеров и архитекторов

расширять сферу своей деятельности. Мы стараемся участвовать в конкурсах на проектирование различных объектов, разработку генпланов в других регионах. Например, со дня на день ждем результатов конкурса по разработке правил землепользования для города Тамбова, участвовали в конкурсе даже в Приморском крае. И такая политика дает свои результаты. В кризис необходимо быть гибкими и подвижными».

С этой позицией соглашается и Виктор Тихонов: «Чтобы хоть как-то бороться за выживание, архитекторы вынуждены либо уходить за пределы области, то есть пытаться получить заказы в других регионах, либо немного изменить сферу деятельности, то есть вместо или параллельно с традиционными услугами: разработкой генеральных планов, проектирования жилых и общественных зданий с последующей сдачей их в эксплуатацию, реконструкции городской среды с разработкой ее элементов (правда, такое у нас практически никто не делает — нужна отдельная лицензия), — начинают заниматься дизайнерскими проектами, интерьером».

**РЕГУЛИРУЕМ САМИ** Прогнозы развития рынка архитектурно-проектных организаций весьма осторожные. В первую очередь, оно зависит от экономической ситуации в целом: «Так уж развивается экономика: упал в яму, выкарабкался, добрался до вершины, а потом опять происходит что-то негативное. Поэтому, полагаю, и сфера проектирования возродится, как только поднимается строительство, пойдут инвестиции, — рассуждает Владимир Остробородов. — Естественно, что это произойдет в результате общего оздоровления экономики. Тогда и станет возможным приход новых игроков. И обусловлено это будет не столько недостатком проектировочных фирм, сколько нехваткой квалифицированных кадров, которую мы наблюдали и в период интенсивного развития».

О том, что кризис еще серьезнее усугубит кадровую проблему на архитектурном рынке, говорит и Андрей Восков: «Если до 2009 года мы испытывали острый дефицит в кадрах, то сейчас в проектировочные бюро выстраиваются целые очереди кандидатов. У нынешних выпускников ВолГАСУ практически нет шансов устроиться на работу по специальности. В большинстве компаний идут сокращения, людей отправляют в неоплачиваемые отпуска, как и в других отраслях. Но когда кризис закончится — а это когда-нибудь произойдет — восстановить кадровый потенциал будет очень сложно».

В ближайшей перспективе рынок проектных работ ожидают также перемены, связанные с отменой лицензирования и переходом на саморегулирование. Саморегулируемые организации (СРО) призваны быть «внутренним контролером» деятельности всех компаний, в них входящих. «Если раньше найти „виноватого“ в ошибках каких-либо мелких проектировщиков было сложно, то теперь ответственность за работу своих членов несет саморегулируемая организация, — рассказывает Эльвира Бондаренко. — По закону все проектировщики должны вступить в СРО, застраховать свою деятельность и внести определенную сумму в общий фонд. Из него как раз и осуществляется компенсация разного рода недоработок, ошибок, допущенных членами саморегулируемой организации».

Дальнейшие перспективы рынка проектировочных услуг Эльвира Бондаренко связывает как раз с реализацией закона о СРО: «С большой долей вероятности рынок сократится в связи с кризисом. Однако далеко не обязательно банкротство мелких бюро (хотя и такой вариант развития событий, конечно же, возможен). Они могут «выжить» благодаря поддержке СРО, может произойти слияние нескольких мелких компаний в одну более крупную».

**ОБОРОТЫ АРХИТЕКТУРНО-ПРОЕКТНЫХ БЮРО С НАЧАЛА ЭТОГО ГОДА СУЩЕСТВЕННО СНИЗИЛИСЬ. ОСОБЕННО СИЛЬНО ЭТО КОСНУЛОСЬ КОМПАНИЙ, КОТОРЫЕ РАБОТАЮТ В СФЕРЕ ЧАСТНЫХ ЗАКАЗОВ, ТАК КАК СТРОИТЕЛЬСТВО СЕГОДНЯ ПРАКТИЧЕСКИ ЗАМЕРЛО**

# Начните день с газеты Коммерсантъ

25.08.2009  
выйдет  
цветное приложение  
«Туризм  
Волгоградской  
области»

Транспорт  
По всем направлениям

Волгоградская область  
Guide

КОМПАНИИ  
BUSINESS GUIDE

04.09.2009  
выйдет  
BUSINESS GUIDE  
«Нефть и газ»

04.09.2009  
выйдет  
BUSINESS GUIDE  
«Нефть и газ»

09.10.2009  
выйдет  
BUSINESS GUIDE  
«АПК»

МЕТАЛЛУРГИЯ  
BUSINESS GUIDE

09.10.2009  
выйдет  
BUSINESS GUIDE  
«АПК»

Нижняя Волга  
Итоги года  
Guide

Владимир Путин  
посыл под разгрузку  
Картинный жест

Михаил Прохоров еще подросток  
В результате сделки по «Нориниум» он получил по 1,5 и 14 процентов «Русала»

**ЗАО «Коммерсантъ-Волга»**  
тел./факс (8442) 23-87-40, 23-87-98  
www.kommersant.ru  
e-mail: tema@volgograd.kommersant.ru



ежедневная газета  
+ цветные приложения:  
Guide, Business guide, Quality

Год молодежи —

Год новых возможностей!

Вас ждут летние профильные смены,

организованные при поддержке

Комитета по делам молодежи

Администрации Волгоградской области!

Творите! Отдыхайте! Познавайте мир!

2009  
Год молодежи



**Лагерь актива «Альтаир»**  
Организатор – Волгоградская областная общественная организация «Федерация детских организаций»  
Тел.: (8442) 97-82-52  
Сайт: [www.vfdo.ru](http://www.vfdo.ru)  
E-mail: [vfdo@mail.ru](mailto:vfdo@mail.ru)



**Лагерь актива «Волжские Наследники» («ВолНас»)**  
Организатор – Молодежная общественная организация «Инструкторский отряд города Волжского «Первые ласточки»»  
Тел.: (8443) 39-57-06  
E-mail: [chao1976@mail.ru](mailto:chao1976@mail.ru)



**Лагерь общения и развития «Детские творческие дачи»**  
Организатор – Волгоградская региональная молодежная общественная организация «Созвездие талантов»  
Тел.: (8442) 23-74-05  
E-mail: [stalant@mail.ru](mailto:stalant@mail.ru)



**Экологический лагерь «Зеленый миг»**  
Организатор – Волгоградская региональная молодежная общественная организация «Интеграл»  
Тел.: 8 960 876 86 02  
E-mail: [VRMOO\\_Integral@mail.ru](mailto:VRMOO_Integral@mail.ru)



**Учебно-оздоровительный лагерь «Интеграл»**  
Организатор – Волгоградская региональная молодежная общественная организация «Интеграл»  
Тел.: 8 960 876 86 02  
E-mail: [VRMOO\\_Integral@mail.ru](mailto:VRMOO_Integral@mail.ru)



**Лагерь творческого развития и профессиональной ориентации «Интеллект»**  
Организатор – Волгоградская региональная общественная организация содействия детям-инвалидам  
Тел.: (8442) 97-81-61  
Сайт: [www.vroosdi.ru](http://www.vroosdi.ru)  
E-mail: [vroosdi@yandex.ru](mailto:vroosdi@yandex.ru)



**Лагерь актива «Искра»**  
Организатор – Волгоградская областная общественная организация Российского Союза Молодежи  
Тел.: (8442) 97-83-48  
E-mail: [rsm@list.ru](mailto:rsm@list.ru)



**Лагерь любителей авторской песни «Корифей»**  
Организатор – Волгоградская региональная молодежная общественная организация авторской песни «Корифей»  
Тел.: (8442) 44-31-88,  
8 904 776 00 71  
Сайт: <http://korifey3.narod.ru>  
E-mail: [allager@rambler.ru](mailto:allager@rambler.ru)



**Лагерь пионерского актива «Костер»**  
Организатор – Волгоградская областная общественная пионерская организация  
Тел.: (8442) 975805, 97 8479  
Сайт: [www.voooro.ru](http://www.voooro.ru)  
E-mail: [pioneria Volg@mail.ru](mailto:pioneria Volg@mail.ru)



**Лагерь отдыха и творческой реабилитации для детей-инвалидов «Мечта»**  
Организатор – Межрегиональная общественная организация детей-инвалидов «Аленький цветочек»  
Тел.: (8442) 37-65-81, 33-70-89



**Профильный лагерь «Молодежный формат Добровольчества»**  
Организатор – Волгоградская региональная молодежная общественная организация «Участие»  
Тел.: (8442) 55-13-02,  
8 927 521 40 66  
E-mail: [uchastie@nm.ru](mailto:uchastie@nm.ru),  
[uchastie@bk.ru](mailto:uchastie@bk.ru)



**Летний скаутский палаточный лагерь «Радужный»**  
Организатор – Областная общественная организация «Волгоградская Ассоциация Девочек-скаутов»  
Тел.: 8 937 717 31 86;  
Сайт: [www.volgoscout.ru](http://www.volgoscout.ru)  
E-mail: [volgoscout@gmail.com](mailto:volgoscout@gmail.com)



**Лагерь юных журналистов «Острое перо»**  
Организатор – Волгоградская областная общественная организация Российского Союза Молодежи  
Тел.: (8442) 97-83-48,  
8 902 360 80 05  
E-mail: [rsm@list.ru](mailto:rsm@list.ru)



**Оборонно-спортивный лагерь «Патриот»**  
Организатор – Волгоградская областная общественная организация Российского Союза Молодежи  
Тел.: (8442) 97-83-48  
E-mail: [rsm@list.ru](mailto:rsm@list.ru)



**Языковой, историко-краеведческий лагерь «Поллиглот»**  
Организатор – Волгоградская областная общественная организация Российского Союза Молодежи  
Тел.: (8442) 97-83-48  
E-mail: [rsm@list.ru](mailto:rsm@list.ru)



**Спортивно-трудовой лагерь «Ровесник»**  
Организатор – Волгоградская областная общественная организация Российского Союза Молодежи  
Тел.: (8442) 97-83-48  
E-mail: [rsm@list.ru](mailto:rsm@list.ru)



**Лагерь студенческого самоуправления «Решает сама молодежь»**  
Организатор – Волгоградская областная общественная организация Российского Союза Молодежи  
Тел.: (8442) 97-83-48,  
8 917 834 78 64  
E-mail: [rsm@list.ru](mailto:rsm@list.ru)



**Скаутский лагерь «Родной край»**  
Организатор – Областная общественная организация «Волгоградская областная организация скаутов»  
Тел.: 8 917 648 23 02  
E-mail: [guaraz@yandex.ru](mailto:guaraz@yandex.ru)



**Профильный лагерь «Творческие спасатели»**  
Организатор – Волгоградская региональная общественная организация «Центр творческой молодежи»  
Тел.: (8442) 74-09-40,  
8 904 776 71 25  
E-mail: [ctm-volgograd@mail.ru](mailto:ctm-volgograd@mail.ru)



**Лагерь труда и отдыха «ТОРРА»**  
Организатор – Государственное учреждение «Областная молодежная биржа труда»  
Тел.: (8442) 54-27-63, 54-25-16  
E-mail: [OMBT@yandex.ru](mailto:OMBT@yandex.ru)



**Оборонно-спортивный лагерь «Штурм»**  
Организатор – Волгоградская региональная военно-патриотическая молодежная общественная организация «РОСИЧ»  
Тел.: 8 903 374 83 42  
Сайт: [www.kdm.org.ru](http://www.kdm.org.ru)  
E-mail: [rosich2001@rambler.ru](mailto:rosich2001@rambler.ru)