

ПЕРЕКРЕСТОК ПЯТИ МОРЕЙ

ВОЛГОГРАД ИЩЕТ НОВЫЕ ПУТИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БРЭНДА. О НАПРАВЛЕНИИ РАБОТЫ ГОРОДСКИХ ВЛАСТЕЙ В ОБЛАСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ КОРРЕСПОНДЕНТУ GUIDE «ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ. ТУРИЗМ» ТАИСИИ ЛЯЗНИКОВОЙ РАССКАЗАЛ ПРЕДСЕДАТЕЛЬ КОМИТЕТА ПО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ АДМИНИСТРАЦИИ ВОЛГОГРАДА АЛЕКСАНДР ФРОЛОВ.



АЛЕКСАНДР ФРОЛОВ,
ПРЕДСЕДАТЕЛЬ КОМИТЕТА
ПО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ
АДМИНИСТРАЦИИ
ВОЛГОГРАДА

GUIDE: Сегодня в России многие города начали активную работу над формированием туристических брэндов. Есть ли идеи, как Волгоград может привлечь туристов помимо как город-герой?

АЛЕКСАНДР ФРОЛОВ: Работу над формированием туристического брэнда Волгограда мы начали в прошлом году. Была разработана и принята муниципальная целевая программа «Развитие туризма и отдыха в Волгограде» на 2008–2010 годы, в которой было прописано 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. Заказали исследование в международном маркетинговом центре. Исследование было настолько подробным, что показало нам, какие маршруты пользуются спросом у туристов, достаточно ли развита гостинично-ресторанная отрасль. Интересно, что в работе маркетологов были учтены даже такие, на первый взгляд, незначительные факторы, влияющие на туристический поток, как светофоры и места разворота транспорта, парковки.

Основная идея, которая была заложена в основу программы, не нова. Волгоград по своему географическому положению — это транзитный город. Через него проезжают сотни тысяч автомобилей, которые держат курс на юг. Этот «дикий» поток можно и нужно контролировать. Эти люди останавливаются в Волгограде на ночевку в придорожных отелях, питаются в близлежащих к трассе заведениях. Почему бы не попытаться заинтересовать этих вынужденных туристов великой историей нашего города? Почему бы не организовывать для них экскурсии по местам боевой славы? Ведь Волгоград — это широко известный не только в нашей стране, но и за рубежом, всероссийский центр военно-патриотического воспитания.

Комитетом по предпринимательству администрации Волгограда совместно с Волгоградским союзом предприятий туристической индустрии были разработаны четыре маршрута, которые включают основные достопримечательности города. Таким образом была создана единая система экскурсионных маршрутов: были специально обучены экскурсоводы (нехватка квалифицированных кадров, к сожалению, сегодня большая проблема для развития туризма), были оборудованы специальные площадки, способные при-

нимать гостей. Во-первых, это маршрут под названием «Город-герой Волгоград». Туристы могут увидеть Центральную набережную, Площадь павших борцов, Дом Павлова, Мамаев курган, а также крупнейшую в Европе Волжскую ГЭС. Во-вторых, это маршрут, посвященный обороне так называемого «Острова Любимикова». Туристы могут не только посетить одноименный мемориал, но и увидеть старейшие заводы-гиганты Волгограда — «Красный Октябрь» и «Баррикады». В-третьих, это маршрут «Помнит мир спасенный», который помимо традиционных мест — Площади Павших борцов, Аллеи Героев, Мамаева кургана — демонстрирует гостям города мемориал «Солдатское поле». Ну и наконец, в-четвертых, маршрут «Мы стали жертвами войны» проведет по Площади Павших борцов, к музею-панораме «Сталинградская битва», к Дому Павлова, к планетарию, а также захватит уникальное мемориальное кладбище в Россошках. Особенность комплекса в Россошках состоит в том, что здесь захоронены не только воины Красной Армии, но и солдаты Вермахта.

Г.: Но ведь гостям города одних маршрутов недостаточно. Для туристического бизнеса необходима инфраструктура — от лотков с сувенирами до объектов общепита. Какая работа ведется в этом направлении?

А.Ф.: Сегодня структура общественного питания, которая сложилась в Волгограде, в полной мере удовлетворяет как запросы горожан, так и гостей города. А вот с изготовлением и продажей сувенирной продукции есть проблемы. Безусловно, в основе туристического брэнда Волгограда лежит военно-патриотическая символика. Но как представить образ города в отрыве от военной тематики? Мы изучали опыт других городов на различных туристических выставках. К примеру, Ярославская область демонстрировала сувенирную продукцию с изображением скелета мамонта, республика Калмыкия — национальных кибиток, Ростовская область — казачьего куреня и, конечно же, героев романа Михаила Шолохова «Тихий Дон». Нам тоже нужны новые яркие образы, помимо традиционных — скульптуры «Родина-мать зовет!», к примеру. На сегодня создана инициативная группа, в которую входят известные художники нашего города — Владислав Коваль и Вадим Малов. Уже появился ряд интересных предложений, которые мы рассматриваем.

Что касается продажи сувенирной продукции... Скажу, что в проекте муниципальной целевой программы «Развитие и поддержка малого и среднего бизнеса» на 2010–2012 годы нами прописан целый ряд преференций для предпринимателей. Этими льготами (к примеру, субсидирование процентной ставки по кредиту) могут воспользоваться и те, кто обеспечивает развитие въездного и внутреннего туризма на территории Волгограда. Кроме того, администрацией города рассматриваются предложения по снижению единого налога на вмененный доход для предпринимателей, которые торгуют сувенирной продукцией на экскурсионных маршрутах. Депутаты настроены пойти

нам на встречу. Потому что есть понимание: снижение ЕНВД будет компенсировано за счет увеличения оборотов сувенирной продукции.

Г.: А как сегодня Волгоград представлен на туристических выставках?

А.Ф.: Впервые Волгоград заявил о своем туристическом потенциале в марте прошлого года на международной выставке «Интурмаркет (ITM) 2008». Результатом участия в экспозиции стало то, что ряд туркомпаний выразили желание сотрудничать с администрацией Волгограда по вопросу продвижения города как туристического объекта, поскольку, по их оценкам, наш город уже в ближайшем будущем может привлечь в пять раз больше гостей, чем настоящее время. Сегодня, как известно, в Волгоград ежегодно приезжают порядка 400 тыс. человек. Работу на выставке в МВЦ «Крокус Экспо» мы считаем одной из приоритетных задач в рамках продвижения города. Для того, чтобы весной следующего года Волгоград стал снова заметным участником международной экспозиции, мы уже сейчас готовим новую полиграфическую продукцию: буклеты, каталоги... Отмечаем на них новые точки притяжения туристов. А таких за последние год-два появилось немало. К примеру, в центральной части Волгограда появились новые иллюминационные объекты: «Звездное небо» и светодиодное дерево. В условиях кризиса мы считаем активную организационную работу самой верной. Время «затишья» будет использовано нами для того, чтобы представлять Волгоград как туристический брэнд на федеральном и международном уровне, демонстрировать инвестиционные проекты, формировать позитивный имидж.

Г.: Получается, что Волгоград может предложить туристам и вполне мирные достопримечательности? Расскажите, пожалуйста, об этом.

А.Ф.: То, что Волгограду одного «военного» имиджа мало, становится все более очевидным. Мы ни в коей мере не отрицаем героического прошлого Волгограда. Но, тем не менее, ведем поиск новых точек притяжения туристов, новых путей, новых маршрутов. Предпочли к этому огромные! Волгоград, скажем так, стоит на перекрестке цивилизаций, с большим количеством туристических объектов самой разной направленности. И об этом нельзя забывать и в рамках продвижения турпродукта. К примеру, гостям можно представить три новых экскурсионных маршрута невоенной тематики. Первый маршрут назван «Легенды и были старого Царицына». Он рассказывает об истории самого южного района Волгограда. Объектов на маршруте всего три: церковь Никиты-исповедника (одно из древнейших зданий города, датированное концом XVIII века), музей-заповедник «Старая Сарепта», где можно познакомиться с культурой и бытом немцев Поволжья, Волго-Донской судоходный канал имени В.И. Ленина с 13 уникальными шлюзами, соединивший пять морей: Балтийское, Белое, Азовское, Черное, Каспийское. Второй маршрут — это «Дорога, ведущая к храму». В Волгограде есть старинные русские православные хра-

мы, современные церкви. Есть также памятники архитектуры, принадлежащие иным конфессиям. С некоторыми из этих храмов можно познакомиться в рамках экскурсионного маршрута. «Листая страницы истории» — это еще один маршрут невоенной тематики. Он посвящен культуре и быту донских казаков. Центральный объект маршрута — Иловлинский музей народной архитектуры и быта «Казачий курень». Это настоящая казачья усадьба конца XIX-начала XX веков, на территории которой есть дом (курень), летняя кухня, мастерская и хозяйственные постройки.

Г.: Что делается в городе для улучшения транспортного сообщения?

А.Ф.: Большое значение для въездного туризма имеет развитие дорожной сети Волгограда. Мы понимаем необходимость обеспечения свободного перемещения приезжих по городу как на экскурсионных автобусах, так и на собственном транспорте. Повысить проходимость городских дорог сможет строительство 3-й Продольной магистрали, поскольку весь транзитный транспорт будет проезжать именно по ней, минуя центральные улицы города. С просьбой о решении вопроса продолжения строительства 3-й Продольной магистрали глава Волгограда Роман Гребенников напрямую обратился к председателю Правительства РФ 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 выгодно для города и с точки зрения развития дорожной инфраструктуры. Магазины, автозаправочные станции, места отдыха и развлечений, безусловно, привлекут и транзитников, которые направляются на своем автотранспорте на юг, и туристов. А следствием этого станут дополнительные отчисления в муниципальный бюджет от предприятий малого и среднего бизнеса.

Г.: Мы говорили преимущественно о въездном туризме. А как обстоят дела с внутренним туризмом? Комфортно ли отдыхать в городе самим волгоградцам?

А.Ф.: Внутренний туризм в Волгограде развит пока что слабо. Хорошо, что за последние годы в городе появилось несколько крупных торгово-развлекательных центров, ночных клубов. Но жители нашей области отдыхают, скажем так, спонтанно. Нет какой-то единой системы массового досуга. Если горожанин захотел, к примеру, спрыгнуть с парашюта или прокатиться на аквабайке, то ему предстоит долгое выяснение по друзьям-знакомым, где и почем он может получить такую услугу. Но и в этом направлении работа ведется. Не так давно мы создали единую базу данных, которая размещена на официальном сайте администрации Волгограда. Изучив его, волгоградцы могут воспользоваться всем тем, что сегодня есть в городе. ■

«ВОЛГОГРАД ПО СВОЕМУ ГЕОГРАФИЧЕСКОМУ ПОЛОЖЕНИЮ — ЭТО ТРАНЗИТНЫЙ ГОРОД. ЧЕРЕЗ НЕГО ПРОЕЗЖАЮТ СОТНИ ТЫСЯЧ АВТОМОБИЛЕЙ, КОТОРЫЕ ДЕРЖАТ КУРС НА ЮГ. ЭТОТ «ДИКИЙ» ПОТОК МОЖНО И НУЖНО КОНТРОЛИРОВАТЬ»

ЛИЧНОЕ ДЕЛО
Фролов Александр Георгиевич родился 26 июня 1950 года в селе Заветное Заветинского района Ростовской области. В 1976 году окончил Калмыцкий государственный университет (специальность — агрономия). В 1985 году окончил Саратовскую высшую партийную школу. С 1976 по 1991 год работал в комсомольских партийных органах, в агропромышленном комплексе Калмыкии, Волго-

градской области. В 1992–1992 годах занимает должность председателя комитета по земельной реформе и земельным ресурсам Ленинского района Волгоградской области. В 1993 году становится главой крестьянско-фермерского хозяйства, председателем АККОР Ленинского района. Через пять лет Александр Фролов получает должность заместителя становится руководителем комитета по земельным ресурсам и

землеустройству Ленинского района Волгоградской области. В 2002–2003 годах работает заместителем председателя комитета по агропромышленному комплексу администрации Волгограда. С 2003 по 2006 годы занимает должность заместителя руководителя, председателя комитета по предпринимательству департамента предпринимательства и потребительского рынка администрации Волгограда. С 2006

года и по настоящее время является председателем комитета по предпринимательству администрации Волгограда. Александр Фролов награжден почетной грамотой ЦК ВЛКСМ, почетной грамотой за активную работу по организации райкозема в период его становления, почетной грамотой главы администрации Волгоградской области за значительный вклад в развитие предпринимательства и др.