

МЭРИЯ Ярославля намерена заплатить почти миллион рублей московской организации «Урбэкс-развитие» за разработку комплексной программы развития туризма в городе на период до 2010 года. Об этом сообщил депутатам муниципалитета Валерий Божко, курирующий в мэрии туризм. Фактически чиновники заказали еще одну стратегию развития Ярославля. Документ с таким названием уже написан столичными консультантами, правда, из другой организации.

– А надо ли тратить бюджетные деньги? – тут же задали каверзный вопрос депутаты.

Валерий Божко заверил, что другого выхода нет. До сих пор программы развития туризма писали сами чиновники мэрии. В итоге за девять месяцев 2002 года число ночующих в городе туристов снизилось на 5 тысяч человек (по сравнению с аналогичным периодом прошлого года). Между тем в среднем каждый иностранец оставляет на территории Ярославля 2,8 тысячи рублей в день. И хотя поток транзитных туристов, задерживающихся в Ярославле на несколько часов, вырос на 10 процентов, тратят они всего по 500 – 1000 рублей.

– Нам нужно знать, что делать, чтобы занять тысячи ярославцев, которые будут высокобюджетаться на предприятиях. Не хотелось бы промахнуться, – заявил Виктор Волончунас.

Поэтому мэрия и объявила этим летом всероссийский конкурс на право разработки научно обоснованной комплексной программы развития туризма в Ярославле. Прочитав объявления в «Эксперте» и «Коммерсанте», официальную заявку подали восемь структур. Ярославских фирм среди заявителей не оказалось. Отбор проводила конкурсная комиссия во главе

с замом мэра Вячеславом Сидоровым. В нее вошли не только чиновники, но и руководители турфирм, и депутат муниципалитета Анатолий Родионов.

Наибольшее число баллов набрала столичная автономная некоммерческая организация (АНО) по городскому и региональному развитию «Ур-

бэкс-развитие». На рынке консультационных услуг она с 1992 года. «Конек» этой структуры, руководство которой составляют кандидаты географических наук, – разработка программ развития территорий. В этом году «Урбэкс-развитие» разработала стратегию развития туризма Лахденпохского района Карелии. По словам В. Божко, специалисты АНО участвовали в разработке проекта «Родина Деда Мороза» в Великом Устюге.

Претенденты просили за свои услуги от 300 тысяч до 10 млн. рублей. Победитель вначале настаивал на 1,5 миллиона, но работникам мэрии удалось сбить цену. Сумма контракта – 960 тыс. рублей. 30 тыс. долларов – обычные расценки российских консультационных фирм. Ни одной копейки москвичи пока не получили. В течение декабря мэрия и «Урбэкс-развитие» должны согласовать условия договора. Валерий Божко заверил, что прием результатов каждого из шести этапов будет осуществляться лишь после обсуждения на совете по туризму при мэре

и на комиссии муниципалитета по экономике.

Четыре месяца москвичи будут заниматься сбором и анализом информации не только по туризму, а по всей социально-экономической структуре Ярославля. В мае-июне должны быть представлены результаты первого этапа.

ПРОРОКОВ НЕТ В ОТЕЧЕСТВЕ СВОЕМ...

Депутаты заинтересовались, приведет ли реализация программы к увеличению числа туристов.

– Мы сами опасаемся, как бы программу не пришлось положить на полку, – признался Валерий Божко. – Поэтому первое наше требование – чтобы она была реальной. Консультанты должны подсказать, куда можно вложить деньги. Есть много вариантов развития туристической инфраструктуры – аквапарк, лыжная база.

А вот Виктор Волончунас давал советы совершенно бесплатно:

– Сколько сейчас людей из Костромы и Иванова купили абонементы и ездят на каждый хоккейный матч в «Арену-2000»? А конференции разного уровня, которые мы умышленно проводим... Это туризм или не туризм?

Как только орган власти заключает с какой-то фирмой договор на разработку концепции или стратегии, у народа возникает вопрос: какую сумму «откатали» чиновникам?

– Модно стало не самим концепции писать, а москви-

чам шабашки давать, – возмущался Александр Цветков. – Рыбинские власти отдали московской фирме полмиллиона рублей за разработку программы реформы ЖКХ, а получили туфту.

Мэру пришлось специально обратиться к Валерию Божко:

– Предупреждаю, что ты лично за эти деньги отвечаешь.

Представители самого туризма весьма скептически отнеслись к затее мэрских чиновников.

– Если за миллион напишут, что надо заасфальтировать центральные улицы города, то я готов объяснить это мэру за 100 тысяч. Какие иностранцы к нам поедут, если есть Москва и Питер?! «Золотое кольцо» – это туризм выходного дня для русских, – уверен директор «Турцентра» Ярослав Юдин.

Чтобы привлечь туристов, эксперты рекомендуют найти и раскрутить какую-либо особенность, «изюминку» Ярославля.

– Наша особенность – нет нормальных гостиниц, – пошутил мэр. – Когда бельё будет чаще застилать, причем не влажное, туристы к нам поедут.

Отдать 30 тыс. долларов за разработку туристического «бренда» Ярославля, по мнению экспертов, можно только в случае, если есть уверенность в выполнимости программы. Но председатель комитета по туризму областной администрации Владимир Праздников остудил оптимистический тон, сообщив, что Костромская область сделала классную программу развития туризма, но она не работает, так как нет денег на ее реализацию. А москвичи, вложившие в Великий Устюг миллионы долларов, не знают, как их вернуть.

Сергей ВЛАДИМИРОВ.