

Как построить зону для туристов

ЕСТЬ МНЕНИЕ

В апреле-мае 2006 года Федеральное агентство по управлению особыми экономическими зонами (ОЭЗ) планирует объявить конкурс на создание рекреационно-туристических зон. Предполагается, что их будет не более пяти в стране. По словам главы агентства Юрия Жданова, фирмам, зарегистрированным в особых туристических зонах, не следует надеяться на таможенные льготы и существенные налоговые послабления. Однако государство намерено активно участвовать в строительстве и реконструкции инфраструктуры на территориях, где будут создаваться такие зоны, а именно: строить дороги и реконструировать аэропорты.

Кроме того, официальное признание на федеральном уровне того или иного региона рекреационно-туристической ОЭЗ станет для международного турбизнеса своеобразным знаком качества. Это будет неким подтверждением того, что в этих местах есть что посмотреть, и тем самым привлечет внимание крупных турфирм, а они, в свою очередь, направят в зону туристические потоки. Иначе говоря, ОЭЗ равносильна мощной рекламной кампании за государственный счет.

На мой взгляд, отдельно взятая Ярославская область вряд ли сможет войти в пятерку особых рекреационно-туристических зон. Первые две ОЭЗ,

судя по всему, уже определены – этот статус рассчитывают получить территория вокруг озера Байкал и Краснодарский край с его Черноморским побережьем и будущими горнолыжными курортами. Этим двум примерам достаточно для того, чтобы понять, насколько высок уровень требований к регионам-претендентам на ОЭЗ. Краснодарский край – единственный в стране регион, имеющий теплое морское побережье, а Байкал – уникальный объект мирового значения. Что наша область может предложить такого, что было бы сопоставимо с Байкалом и Сочи?

Конечно, за последние годы ярославская индустрия ту-



Чуден град наш при всякой погоде. Но без инвестиций с Египтом соревноваться трудно.

претендовать на желанный статус ОЭЗ. Владимир и Суздаль скажут: «Мы не хуже, да и туристических объектов у нас больше, и туристическая инфраструктура в порядке». Это подтверждается статистикой – на территории Ярославской области находятся лишь 12 процентов инфраструктуры базы «Золотого кольца», а во Владимирской области – 17. Кстати, больше половины инфраструктуры приходится на Московскую область.

Другие области, входящие в «Золотое кольцо», тоже предъявят свои претензии. Начнется война региональных лobbyистов в московских коридорах власти, и, как это обычно бывает в таких случаях, приз может не достаться никому из них, а уйдет за пределы «Золотого кольца». Например, в Новгород, тоже весьма достойный город (как туристический центр – ничуть не хуже Ярославля, к тому же расположен на полпути из Петербурга в Москву).

По-видимому, для Ярославской области шансы на получение статуса рекреационно-туристической особой экономической зоны возможны не на пути конкурентной борьбы с соседями, а за счет объединения усилий по «проталкиванию» в режим ОЭЗ всего «Золотого кольца» как единого целого. Это возможно, ведь будущая байкальская ОЭЗ тоже расположена на землях двух субъектов Федерации. Глава агентства по управлению ОЭЗ Юрий Жданов сказал, что в отличие от промышленно-производственных и технико-внедренческих ОЭЗ в туристических зонах будет более сложный механизм деления, так как они не так жестко привязаны к субъектам РФ.

Какие трудности потребуются преодолеть для того, чтобы добиться объявления «Золотого кольца» рекреационно-туристической особой экономической зоной. На весах лоббистской борьбы административный напор Юрия Лужкова «весит» не меньше, чем байкальские глубины и сочинские пляжи.

Административная практика последних лет приучила российских региональных руководителей к тому, что по отношению к соседям они в первую очередь конкуренты. Однако общие интересы могут оказаться сильнее, чем привычка действовать поодиночке. Например, во всем мире отношения внутри руководящих органов политических партий тоже конкурентные, но это не мешает партиям выступать на выборах единым фронтом.

Главный объединяющий фактор находится в Москве. Это – столичный бизнес, кровно заинтересованный в развитии «Золотого кольца». Московским строительным фирмам тесно в столице. Они хотят строить гостиницы, причалы, мотели, развлекательные комплексы и прочие туристические объекты. Причем строить недалеко от Москвы, чтобы, во-первых, использовать свою строительную базу, а во-вторых, чтобы задействовать недорогие провинциальные трудовые ресурсы. А банки готовы кредитовать такое строительство, им тоже тесно в Москве.

Москва входит в «Золотое кольцо», и любой иностранный турист, а также большинство российских, посещающие города «Золотого кольца», значительную часть денег оставляют в столице, мимо которой им просто не проехать. Поэтому московские городские власти тоже заинтересованы в развитии туристического комплекса «Золотого кольца России».

Все это, вместе взятое (региональные администрации и мэрии, столичный бизнес, московская мэрия), формирует мощный административно-экономический комплекс. Ему вполне по силам добиться объявления территории «Золотого кольца» рекреационно-туристической особой экономической зоной. В первую очередь организационно-политические. Губернаторам и мэрам нескольких областей придется работать в единой команде, где победа возможна лишь одна

Александр ПРОХОРОВ, кандидат экономических наук.

Фото Вячеслава ЮРНСОВА.

Ярославль конкурирует со всем миром

Борьба за туриста сегодня остра как никогда. И если Ярославская область хочет серьезно развивать туризм, ей, как воздух, нужна областная программа развития туристической инфраструктуры и раскрутки региональных туристических брендов. Сегодня мировой турист с туго набитым кошелем выбирает отдых между красотами Малайзии, древностями Китая и Индии, пирамидами Египта, фьордами Норвегии, Колизеем Рима и Гранд-Каньоном Америки. Это в глобальном плане. В России также много конкурентов – от Суздалья и Новгорода до Москвы и Санкт-Петербурга.

Поэтому если в области решили серьезно развивать туризм как одну из основных отраслей региональной экономики, в первую очередь заинтересованные лица должны ответить на вопрос – почему турист должен сюда приехать? Что привлечет его внимание, тронет сердце, какой опыт он получит и какие волнующие впечатления возьмет с собой? Люди уже не едут просто в провинциальные российские музеи. С туристом надо играть, вовлекать его в процесс творчества, позволять ему примерить на себе необычные роли. Бурлаки в Угличе – идеальный тур-продукт. Но создать его мало – все это надо еще раскрутить, чтобы парижанин или немец захотел приехать в Ярославль, а не в Грецию.

Вопрос, где турист будет жить в Ярославской области, при поддержке губернатора и мэра Москвы Юрия Лужкова уже решается. Строятся гостиницы. Но что остановившийся там на два дня иностранец или богатый москвич будет делать, предположим, в Ростове Великом? Пить водку? Гулять по древним улочкам, смотреть храмы и монастыри? Наверное, но это можно сделать и за один день. Владельцы гостиниц могут, конечно, сами начать изобретать велосипед – конные прогулки вокруг озера Неро, катание на лодках и т. д. Но это будет воплощаться очень медленно, сдерживаться нерешительностью местных властей.

Поэтому и нужна областная программа, которая бы соединила усилия чиновников и бизнеса в создании туристической инфраструктуры. Тогда мы сможем хотя бы обеспечить комфорт и интересный отдых для гостей региона. Но есть и другие проблемы, которые решали страны-лидеры турбизнеса – как сделать отдых туристов безопасным и обеспечить им современный уровень коммуникаций. При решении всех этих вопросов главной проблемой остается одна – найти и воплотить в жизнь идею уникальности Ярославской области или отдельных ее мест для туриста. Без этого все материальное будет использоваться неэффективно, а область так и не получит серьезных доходов от развития туризма.

Евгений СОЛОВЬЕВ.