

# Андрей Максимов: «Городам нужно искать собственные «фишки», чтобы оставаться конкурентоспособными»

\*Фото выше – на фото Андрей Максимов, председатель комиссии Общественной палаты РФ по территориальному развитию, генеральный директор Союза российских городов. Фото с личной страницы Андрея Максимова в соцсетях.

*Справка: Андрей Максимов – председатель комиссии Общественной палаты РФ по территориальному развитию, генеральный директор Союза российских городов.*

Материал подготовлен ЦСП «Платформа» в рамках работы Экспертного совета по развитию территорий.

Конкуренция городов за новых жителей только начинается

Города начинают делать первые робкие шаги в конкурентной гонке за человеческие ресурсы. Победят те территории, которые предложат жителям что-то большее – расширение географии и другие дополнительные преимущества.

Есть несколько факторов, которые влияют на желание людей переехать в конкретный город. Фактор номер один – это наличие рабочих мест. Второй фактор – качество среды. Среда города должна быть знаменитой и популярной. Некоторые города уже

начали активно работать в этом направлении. Так произошло с Нижним Новгородом после масштабного благоустройства последних лет и на волне подготовки к юбилею. Но пока мы не видим результатов в демографическом потоке. Напротив, в последние годы Нижний Новгород был крупнейший из сжимающихся городов, включая его пригороды. Люди оттуда, скорее, уезжали, чем приезжали туда. Но это все равно город-бренд, хотя пока менее значимый, чем Казань.

Третий фактор, работающий в связке со вторым: знаковые постройки, преобразующие город. Появление каких-то больших интересных сооружений или проектов могло бы кардинально поменять восприятие города. В Екатеринбурге это «Ельцин Центр» и сам Сити город. В Казани несколько таких открыточных объектов, начиная от мечети «Кул-Шариф» и заканчивая театром кукол «Экият».

Для города продуктивнее, когда бизнес не встраивается в рутину, а создает уникальные объекты, добавляющие городу привлекательности. Проще собирать инвестиции под мегапроекты, которыми можно себя увековечить. В мегаполисах, где трудно фундаментально изменить город, бизнес может идти путем создания отдельных городских привлекательных локаций.

В долгосрочной перспективе можно привлекать в города родителей, дети которых могут учиться чему-то востребованному на этой территории. В этом смысле стратегически важно в такие города привести кампус или филиал достаточно приличного вуза. Ребенок сможет получить профессию и остаться работать на местном предприятии. Кто-то из других городов приедет учиться, а потом останется. Даже 10% оставшихся в городе выпускников – это уже прилично.

Наличие учебного заведения с востребованными факультетами с более низким баллом поступления, чем в вузах областного центра, но при этом с качественными преподавателями способствует стабилизации населения города, служит фактором роста человеческого капитала в городе. Сочетание города-кампуса с городом-заводом было бы более удачным, чем просто город-завод. Еще интереснее, когда компании формируют сквозное образование, фактически от детского сада или ранней школы до вуза, как это происходит у бизнеса в Нижнекамске.

Продвижение близко расположенных друг к другу маленьких городов можно реализовать за счет совместной инфраструктуры. Содержать малые больницы на достойном уровне в каждой городке невозможно, но можно в одном городе сделать один приличный медицинский кластер, который будет охватывать всю округу, а в другом что-то, связанное с высшим или средним образованием.

Мыслить шире границ города

Вот пример, как может быть реализована модель, в которой мы рассматриваем город не сам по себе, а в связке с другими территориями. В городе Свободный Амурской области СИБУР строит большой промышленный комплекс, который нужно обеспечить людьми. Сам Свободный не доберет средовых и инфраструктурных преимуществ для того, чтобы удовлетворить запрос потенциального работника даже при высокой зарплате. Имеющуюся среду Свободного надо расширить за счет ближайшего крупного города. То есть, продвигать Свободный надо в пакете с Благовещенском, апеллируя к тому, что это всего 150 км от Благовещенска, а там через мост – Китай. Свободный должен восприниматься как ворота в Китай. Как прекрасная возможность для расширения кругозора и товарного ассортимента. Тогда он будет привлекательным. Кроме того, Свободный – это еще ворота на Большой Дальний Восток. Ты можешь быстро долететь до

гейзеров и вулканов Камчатки, а на выходные слетать во Владивосток. Если у тебя будут деньги, которые платит тебе компания, ты сможешь проводить прекрасные вечера на берегу Японского моря. Надо показать, что в Свободном приятно, но география твоей жизни Свободным не ограничится.

Поэтому мы работаем над сокращением барьеров в межмуниципальном сотрудничестве, чтобы города могли пользоваться одной инфраструктурой. Сейчас невозможно создать на средства нескольких муниципалитетов одно учреждение культуры или образования, а без общего пользования жители будут ограничены в возможности посещения этого заведения.

Необходимо законодательно прописать порядок межмуниципального хозяйственного сотрудничества: кто может выступать учредителем, на каких условиях, механизм создания, механизм внесения взносов в учредительный капитал, в общее имущество без конкурса, возможность передачи земельных участков хотя бы в долгосрочную аренду, а лучше в безвозмездное пользование или в общую собственность группе муниципалитетов, которая совместно создает инфраструктуру.

Значимые проекты и «фишки» для городов

Для привлечения новых жителей города должны учитывать свои особенности, свои размеры и искать то, что могло бы привлечь людей в краткосрочной или долгосрочной перспективе.

Например, индустриальные города пытаются выстраивать позиционирование с фокусом на карьерный трек. Это не город для всей жизни, а город для жизни на пять лет – приехать, поработать в хорошей компании и уехать. Но для этого

понадобится переформатировать базовые стереотипы поведения. Мало кто из людей мыслит в категориях интенсивной территориальной мобильности.

Если брать категорию людей, которые в принципе к этому готовы, то им нужны гарантии, что они эти пять лет проживут счастливо. Это могут быть только индивидуальные гарантии – в другие люди не поверят. Это вопрос персонального привлечения ценных сотрудников.

Массовая история возможна только в том случае, если на уровне глобального просвещения будет внедряться позитивная идея интенсивной территориальной мобильности. Пока мы эти стереотипы оседлости не поломаем, такие карьерные треки работать не будут.

Для миллионников важно запускать яркие истории, принципиально отличающие этот город от других. Например, в Омске можно оживить историю о «белой столице», поиграть на исторической памяти. У города должны быть собственные «фишки». В Красноярске когда-то был городской карнавал. К сожалению, сейчас это утрачено, но был период, когда Красноярск был единственным крупным городом страны, где действительно проходил привлекающий внимание карнавал, – как Рио-де-Жанейро, только Красноярск.

Для продвижения индустриального Нижнекамска в Татарстане надо показать также и постиндустриальные стороны города. Заводы должны подсвечиваться активностями, фестивалями, которые позволят по-другому взглянуть на Нижнекамск.

Может помочь создание рекреации. Тюмень использовала свои

термальные воды, чтобы показать, что это не бесцветный административный центр нефтегазовой отрасли, а город-курорт, в который едут по своей воле. Это можно сделать в Нижнекамске, где тоже есть водоем. Тогда люди задумаются, что, может, несмотря на разные минусы, интересно жить в полукурортном городе, где ты каждый день летом ходишь на пляж.

Для продвижения городов, которые не сильно привлекательны для переезда в силу своей удаленности от более освоенной территории, надо использовать «пакетное предложение», расширяя конкурентоспособность за счет макрорегиона или макрорайона.

Уникальной нишей для развития городов может стать создание квази-Диснейлендов. Детско-взрослый мегаразвлекательный комплекс точно сделает город заметным, повысит его конкурентоспособность на туристическом рынке и на рынке рабочей силы. Ниша создания развлекательных центров пока глобально не занята. Их по пальцам можно пересчитать.

Другая незанятая ниша – проекты реконструкции традиционной исторической среды. Это могло бы придать уникальности многим городам. Как пример, 130-й квартал в Иркутске, который сделал город знаменитым. Никто пока не смог создать историю такого масштаба.

Еще одна идея – университетские кампусы, микрогорода университета, IT-кластеры, биотехнологические кластеры. Все про них говорят, но мало кто делает. За счет увеличения количества студентов или цифровых кочевников поменяется эмоциональный фон во всем городе или хотя бы в прилегающих районах. В качестве примера можно взять кампус ДВФУ во Владивостоке на острове Русский.