

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОСТОЛИМПИЙСКОГО СОЧИ: ОТ МОДЕРНИЗАЦИИ ФИЗИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА К ПЕРЕЗАГРУЗКЕ СОЦИАЛЬНЫХ СВЯЗЕЙ И КУЛЬТУРНЫХ КОДОВ



Светлана Москвичева
Департамент экономики и стратегического развития
администрации города Сочи

ЦЕЛЬ ГОРОДА СОЧИ КАК СООБЩЕСТВА ЖИТЕЛЕЙ (=ГОРОЖАН)

«Хорошо жить!»: высокий уровень жизни

Показатели:

- 1) увеличение доходов организаций и населения, руб.
- 2) увеличение объема уплачиваемых налогов в местный бюджет, руб.



Повышение привлекательности Сочи как курорта

Показатели:

- 1) количество туристов, чел.,
- 2) средние расходы туриста в день, руб.

ДАННЫЕ ПО ТУРИСТИЧЕСКОМУ ПОТОКУ И ДОХОДАМ МЕСТНОГО БЮДЖЕТА В 2013-2015 ГГ.

Показатель/год	2013	2014	2015
Туристический поток, млн. человек	3,8	5,6	6,1
Доходы местного бюджета, млн.рублей	7492	6482	6234

*** справочно: средний размер депозита в банках, осуществляющих деятельность на территории города Сочи, стабильно увеличивается и является самым высоким в крае**

СТРУКТУРА НАЛОГОВЫХ И НЕНАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ В МЕСТНЫЙ БЮДЖЕТ ГОРОДА СОЧИ В 2013-2015 ГГ.

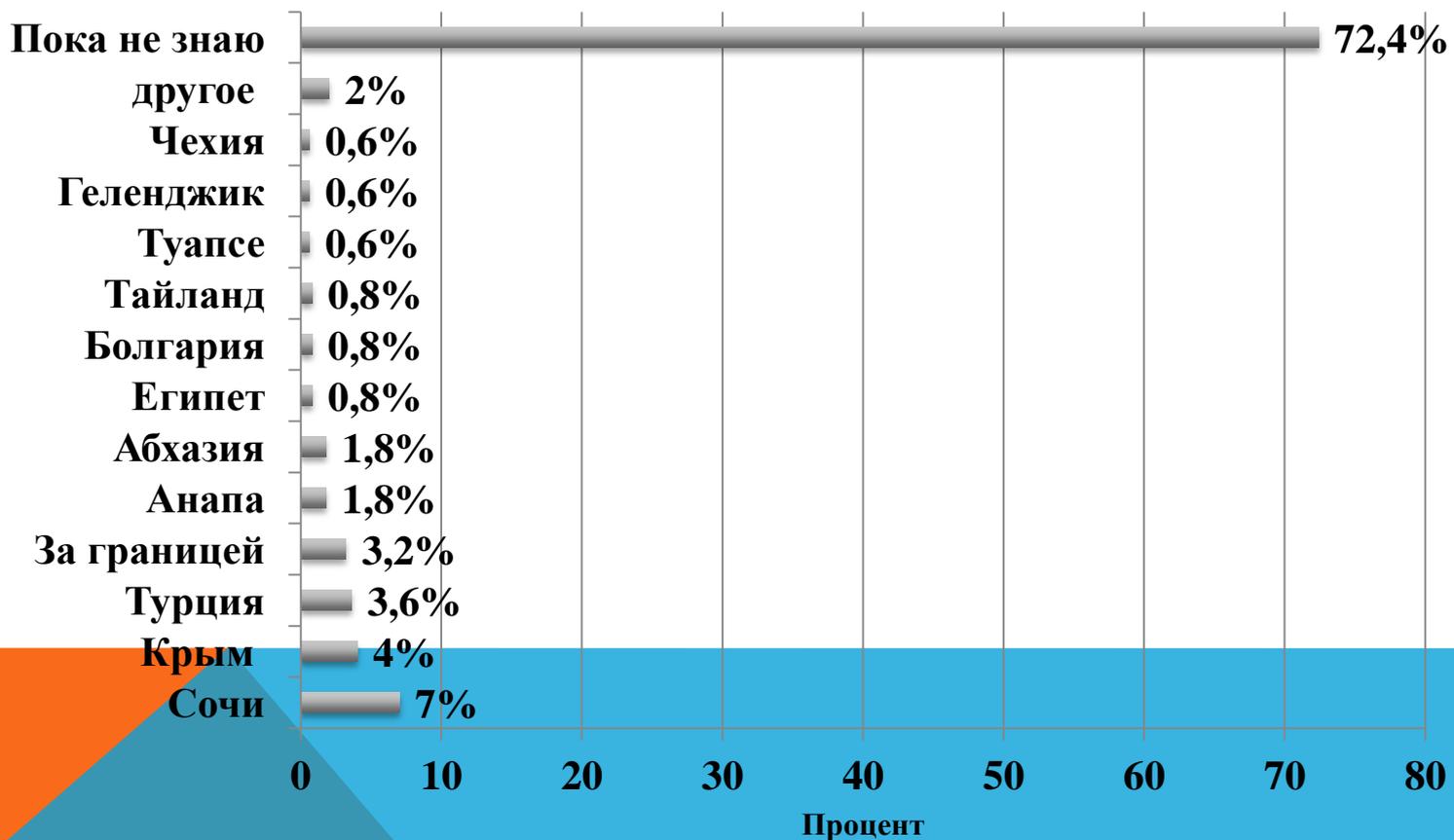
Доходный источник	Доля в общей структуре доходов, %		
	2013 год	2014 год	2015 год
НДФЛ	46,1%	35,8 %	29,5%
ЕНВД	7,3%	9,4%	9,6%
Земельный налог	7%	9,8%	14%
Аренда земли	21,3%	24,8%	26,9%

ДААННЫЕ НАУЧНОГО
ИССЛЕДОВАНИЯ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ
ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ В ГОРОДЕ-
КУРОРТЕ СОЧИ НА ОСНОВЕ
КОМПЛЕКСНОГО
НАУЧНОГО ПОДХОДА,
ПРОВЕДЕННОГО В 2015 ГОДУ

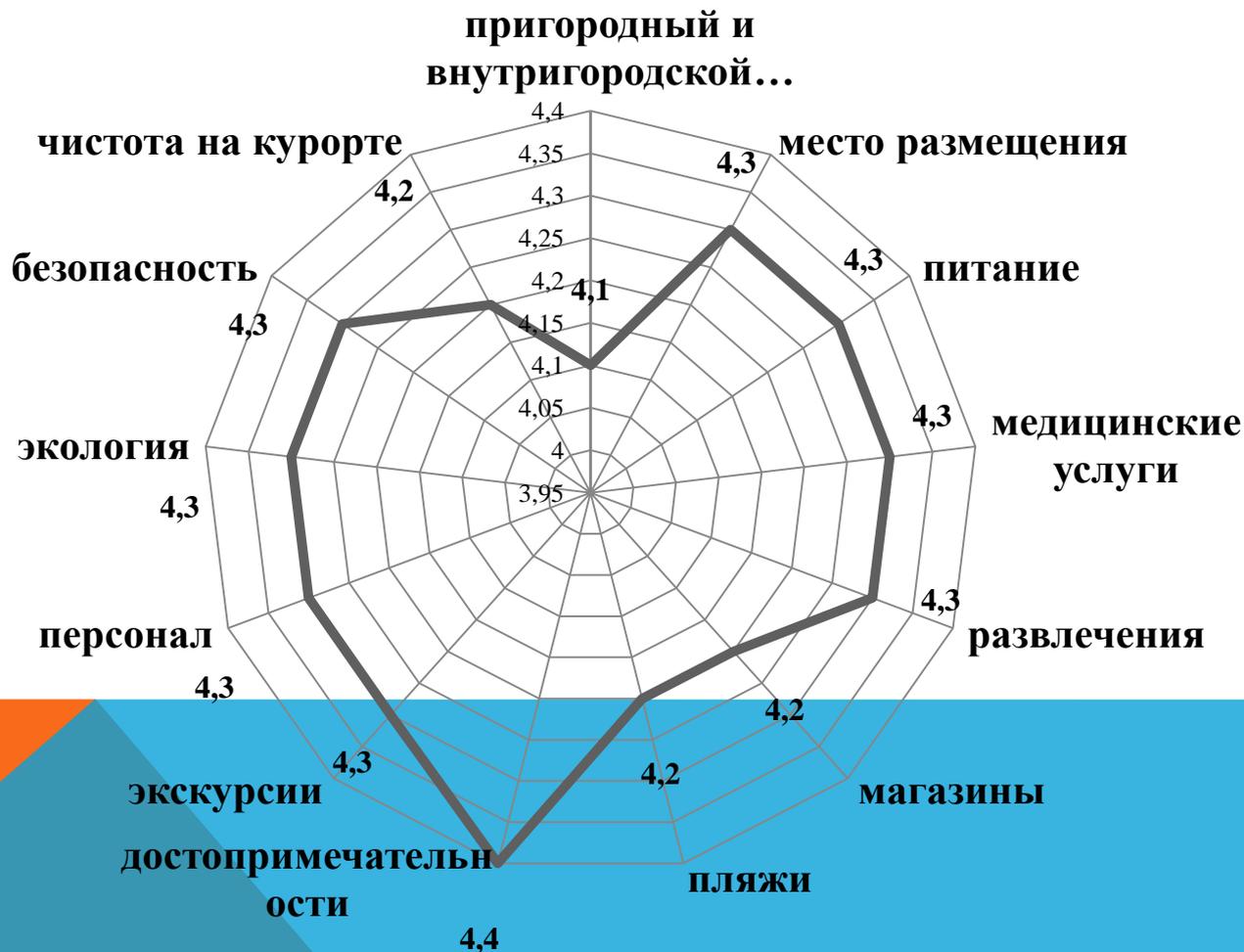
ЦЕЛЬ ПРИЕЗДА ТУРИСТОВ В ГОРОД СОЧИ, В ПРОЦЕНТАХ К ИТОГУ

Цель	Доля опрошенных, %
досуг, отдых	63,5
деловая, профессиональная	24,1
лечение и профилактика заболеваний	11,6
другое	0,8

МНЕНИЯ РЕСПОНДЕНТОВ О ВЫБОРЕ МЕСТА ПРОВЕДЕНИЯ ОТДЫХА В БУДУЩЕМ



ОЦЕНКА УРОВНЯ ОКАЗАННЫХ ТУРИСТАМ В Г. СОЧИ УСЛУГ ПО ПЯТИБАЛЛЬНОЙ ШКАЛЕ



ДРУГАЯ СТОРОНА ВОПРОСА: МОНЕТИЗАЦИЯ ОЛИМПИЙСКОГО НАСЛЕДИЯ

Обществом были инвестированы беспрецедентные финансовые ресурсы на подготовку материальной и нематериальной инфраструктуры Сочи

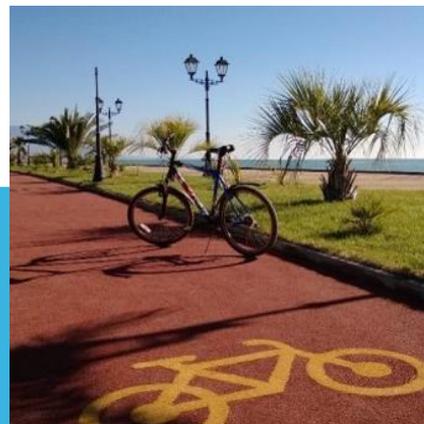
Основные направления:

- ✓ Строительство, реконструкция, капитальный ремонт
- ✓ Транспортное обслуживание и связь
- ✓ Культурные мероприятия
- ✓ Волонтерское движение
- ✓ Персонал Игр и образование
- ✓ Банковские услуги



ДРУГАЯ СТОРОНА ВОПРОСА: МОНЕТИЗАЦИЯ ОЛИМПИЙСКОГО НАСЛЕДИЯ

- ✓ Безбарьерная среда
- ✓ Единый облик города Сочи
- ✓ Объекты размещения и туристические сервисы
- ✓ Общественное питание и услуги
- ✓ Развитие спорта и тестовые соревнования



КАК НАСЛЕДИЕ ИГР ИЗМЕНИЛО ГОРОДСКУЮ СРЕДУ, ПРОСТРАНСТВО И АТМОСФЕРУ В ГОРОДЕ?

Инвестированные ресурсы позволили кардинально изменить материальную составляющую городской среды. С точки зрения физического пространства курорт соответствует мировым стандартам. В Сочи в инфраструктурном плане комфортно пребывать и жить людям самого высокого уровня.



А как быть с нематериальным пространством: культурной стороной, атмосферой, качеством общения, гостеприимства? Комфортно ли гражданам уровня мышления Столыпина, Чайковского быть гостями города или жить в нем? Черпать вдохновение и творить?

ЧТО МЕШАЕТ НАМ КАК СООБЩЕСТВУ ГОРОДА



(ВЛАСТИ, БИЗНЕСУ, ОБЩЕСТВЕННОСТИ)

**ПРЕДЛОЖИТЬ БОЛЕЕ КАЧЕСТВЕННЫЙ
ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ, КОТОРЫЙ ХОЧЕТСЯ
КУПИТЬ С НОВА И ПОТРАТИТЬ ЗАПЛАНИРОВАННЫЕ
СРЕДСТВА?**

- Плохая инфраструктура города?
- Устаревший и некачественный номерной фонд?
- Низкая достаточность и качество развлечений?
- Чистота моря?
- Уровень гостеприимства и сервиса?

СОСТАВЛЯЮЩИЕ ГОРОДА

1. Физическое пространство: ключевые материальные объекты, парки, отели, вокзалы, музеи, новостройки, дома, подъезды, придомовые территории, библиотеки, памятники, фонарные столбы, лавочки, мусорные урны.
2. Социальные системы, связи и отношения между ними: крупные предприятия, средний и малый бизнес, ГСС, общественные организации, администрация, экспертные сообщества, городские медиа, городские активисты, неформальные городские сообщества. Важно целеполагание каждой группы и ее ресурсы.
3. Культурные коды: продукты творчества; смыслы, которыми наполнен город.

ТРИ ОСНОВНЫХ ИСТОЧНИКА ТРАНСФОРМАЦИИ ГОРОДА

Власть



Бизнес



Общественность



ЧТО МЕШАЕТ КОНСТРУКТИВНО ВЗАИМОДЕЙСТВОВАТЬ ВСЕМ СУБЪЕКТАМ ГОРОДСКОГО СООБЩЕСТВА СОЧИ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КАЧЕСТВЕННОГО ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА И ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА??



1. Установка горожан на взаимодействия вида «развлекать», а не «вовлечь». 80% жителей не включены ни в один социальный институт.
2. Советское наследие патерналистских связей «власть- общество», «власть-бизнес», «бизнес-общество».
3. Отсутствие качественных знаний о том, как выстраивать конструктивные связи в текущих условиях (по наблюдениям 80% всех общественных связей имеют деструктивный конфликтный характер)

ВЫВОДЫ:

- как мы мыслим, такое пространство и атмосферу вокруг себя создаем;
- нельзя научить, можно научиться: за нас наше культурное, социальное пространство никто не изменит, если мы к этому не готовы;
- Сочи сегодня нуждается в горожанах, обладающих навыками, компетенциями, потребностями жителей Южной столицы. И этому нужно и возможно научиться.

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!