

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

Драгункина Ирина Юрьевна

ФГБОУ ВО Саратовский государственный университет генетики, биотехнологии и инженерии им.
Н.И. Вавилова, ул. Советская, 60, Саратов, Россия

e-mail dragunkina1@yandex.ru

<https://orcid.org/0009-0002-3225-6855>

обучающаяся в магистратуре по направлению подготовки 35.04.09 Ландшафтная архитектура

Аннотация. В статье дается определение понятия «общественное пространство», рассматривается благоустройство общественных пространств, как экономический потенциал города.

Ключевые слова: общественное пространство, город, потенциал, комфортная среда, общение, досуг, рекреация, налог, экономический капитал.

Для цитирования: Драгункина И. Ю. ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КАПИТАЛ / Драгункина Ирина Юрьевна // Агрофорсайт. 2023. № 3 — Саратов: ООО «ЦеСАин», 2023. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Загл. с этикетки диска.

PUBLIC SPACES AS ECONOMIC CAPITAL

Dragunkina Irina Yurievna

FGBOU VO Saratov State University of Genetics, Biotechnology and Engineering named after N.I. Vavilov,
st. Sovetskaya, 60, Saratov, Russia

e-mail dragunkina1@yandex.ru

studying for a master's degree in direction of preparation 35.04.09 Landscape architecture

Annotation. The article defines the concept of "public space", considers the improvement of public spaces as the economic potential of the city.

Key words: public space, city, potential, comfortable environment, communication, leisure, recreation, tax, economic capital.

For citing: Dragunkina I. Yu. PUBLIC SPACES AS ECONOMIC CAPITAL / Dragunkina Irina Yu. //

Agroforesight. 2023. No. 3- Saratov: LLC "Center for Social Agroinnovations of SGAU", 2023. - 1 electron. wholesale disc (CD-ROM). - Title from the disc label. (In Russ.)

Введение

Общественное пространство представляет собой территорию, которая используется горожанами для общения, проведения досуга и рекреации. К общественным пространствам относятся парки, бульвары, площади, скверы, стадионы, набережные, детские площадки, места отдыха. Современное общественное пространство, это среда для рождения нового психологического, социального, экономического результата. В общественных пространствах могут предоставляться услуги, как на коммерческой, так и на безвозмездной основе.

Материалы и методы исследования

В качестве основного материала использовались изученные публикации, библиографические материалы, интернет-источники и собственные исследования, которые помогли обосновать и раскрыть тему развития городских общественных пространств в развитии экономики города.

В процессе работы были применены следующие методы исследования: метод анализа, метод синтеза, метод сопоставления, которые дали возможность оценить источники пополнения городского бюджета при коммерциализация общественных пространств.

В XXI веке проблема развития городских общественных пространств становится особенно актуальной. Помимо основной, рекреационной функции, они способствуют развитию и обновлению городской среды, дают новую жизнь территориям и прилегающим кварталам, на которых реализованы. Общественные пространства создаются по инициативе как государства для улучшения качества жизни граждан, так и по инициативе частных компаний в личных интересах. [1]

Основная часть. Результаты исследования.

Благоустроенные общественные пространства становятся более комфортными для жителей и активно привлекают поток туристов. В условиях конкуренции городов за «человека» возрастает их роль как фактора комфортной среды и фактора экономического роста. [2] Численность населения очень важна для развития экономики города. Более 25 % поступлений в виде НДФЛ в городской бюджет генерируют местные жители. Это четверть бюджета города. На сегодняшний день приоритетным направлением стало развитие открытых общественных пространств, определяющих имидж городской застройки. Цены на недвижимость в этих районах на 20-40 % выше чем в других. Недвижимость растёт в цене, привлекая платежеспособное население, предпринимателей, инвесторов. Как по цепочке, друг за другом появляются разнообразные объекты инфраструктуры: медицинские центры, банки, детские учреждения. Город становится привлекательным для жизни, интересным. [3]

Ярким примером экономического влияния экологических удобств на ценовую политику, может служить строительство знаменитого парка Миллениум в Чикаго. После введения его в эксплуатацию, городская застройка начала уплотняться, концентрироваться по периметру. Строительство жилых домов вокруг парка за первые 10 лет увеличилось на 57%. Новые жилые кварталы с видом на Миллениум парк дали увеличение стоимости жилья на 25-40% и доходили до 125 долларов за м2 стоимость жилья с видом на город и озеро Мичиган. Посещаемость парка составила более 5 млн.

человек в год. Годовой доход парка от прямых расходов посетителей составил \$1.4 млрд. и \$ 78 млн. дополнительно в виде налоговых поступлений. Отсюда появилось название «Эффект Миллениума» [10]

Парк «Зарядье» в центре Москвы произвел эффект, сравнимый с эффектом парка «Миллениум», стал эксклюзивным проектом на российском рынке недвижимости, который уже кардинально повлиял на строительство и стоимость недвижимости рядом с парком, а также на строительство подобных проектов в стране. Парк приносит прибыль городу, как хороший современный отель. [11]

Строительство Центрального парка в Нью-Йорке, увеличило стоимость недвижимость вблизи него на \$11,5 млрд., а налог от коммерческой аренды составил \$400 млн ежегодно. [2]

Создание и благоустройство общественных пространств всегда было дотационным элементом социально-экономической стратегии развития комфортной среды. К сожалению, затраты государства на развитие общественных пространства составляют 2-3% России и 5-10% в Европе от общих расходов на строительство. [4] Что явно недостаточно.

Однако сегодня настал момент посмотреть на строительство общественных пространств (парков, скверов, набережных...) не только как на расходную часть бюджета, но как экономически выгодную.

Общественные пространства могут создаваться не только для решения социальных задач, но и быть самокупаемыми, иметь экономическую эффективность. Доходность бюджета может увеличиться на 10-15% за счет организации общественных пространств по различным видам поступлений: земельный налог, налог на имущество физических лиц, доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности, доходы от продажи материальных и нематериальных активов, патенты, ЕСХН, ЕНВД, НДФЛ. [1]

В настоящее время активно развивается новый подход- коммерциализация общественных пространств. Бизнес становится не только исполнителем работ, но и равноправным партнёром. Появляются парки, идущие по пути максимальной коммерциализации пространства, а есть которые эту часть сокращают, всё зависит от задач и особенностей пространства. [5]

Сегодня основные элементы коммерциализации паркового пространства-это качественная инфраструктура с современной архитектурой и насыщенной программой мероприятий. Современные тематические парки, нацелены на привлечение посетителей, формирование потоков, а также получение прибыли от обслуживания. Тематический парк У. Диснея стал катализатором экономического развития в регионе. [9]

Эффективными с позиции формирования качественной рекреационной среды и экономически выгодными становятся различные сервисы, которые вносят разнообразие в формат отдыха и несут инфраструктурные функции. Это точки общепита и проката спортивного инвентаря, развлекательные и интерактивные площадки, зоны для игр и проведения мастер-классов. Организация различных тематических фестивалей также оправдана с экономической точки зрения. Успешность и востребованность общественных пространств зависит от их посещаемости. До 2012 года отсутствие

стратегии по развлекательной инфраструктуре зимой приводило к уходу коммерсантов с объектов. Сегодня общественные пространства становятся круглогодичными: в зимний период предлагают много различных развлечений (хоккей, горки для сноубордов, трассы для лыжников и снегоходов, лаунж-зоны). [8]

Вложение денег в развитие общественных пространств является высоко рискованным вложением (зависит от погоды, выходных), но при правильном расчёте может принести значительную прибыль. Наиболее многолюдные пространства, имеющие высокую посещаемость, оснащённые объектами культурно-развлекательной сферы становятся самокупаемыми и экономически выгодными. Образуются новые рабочие места, увеличиваются налоговые поступления.

Дополнительные доходы бюджета от реализации программы «Моя улица», в 2017 году составили около 62 млрд рублей, а в 2018 году достигнут уровня 80 млрд рублей. При этом, в 2015 – 2017 годах расходы на программу составили более 93 млрд рублей. Таким образом, капитальные затраты, которые сделаны не на один год, а на 20 - 30 лет, окупаются в течение одного года, а последующие годы дают чистый доход в бюджет. [14]

В Ижевске был создан единый оператор «Парки Ижевска», который объединил управление всеми общественными пространствами города в единое целое. Перед ним была поставлена задача провести реконструкцию парков и увеличить сборы городской бюджет. К чемпионату мира по футболу был создан новый объект -фан- зона. За месяц зону посетило более 200 тыс. человек. Сегодня фан-зону арендуют различные компании для проведения мероприятий. Расчётная окупаемость фан -зоны порядка 10 лет. За полгода в результате модернизации парков посещаемость в них выросла на 85%, а ежегодная прибыль составила 20 млн. рублей. [7]

Средства, полученные от коммерческих специализированных и тематических парков, могут быть использованы в качестве источника финансирования малорентабельных и некоммерческих объектов, социально значимых с точки зрения общественных потребностей. [6]

В процессе создания проекта современного комплекса «Сады Йерба-Буэна», в Сан-Франциско, максимально была увеличена стоимость земли, а затем полученная прибыль, была использована для финансирования запланированных улучшений района. Закладка парка обеспечила дополнительную прибыль в размере \$26 млн. Наличие парка дало возможность добиваться от частных застройщиков инвестиций в объекты культуры и общественные пространства.

Выводы.

Сегодня современные общественные пространства рассматриваются не только, как и объекты, созданные для отдыха горожан. Общественные пространства города являются активом, который генерирует доход и формирует сбережения для различных отраслей жизни города. Зелёные общественные пространства увеличивают стоимость прилегающей недвижимости, что порождает увеличение налога на имущество, способствуют уменьшению загрязнения воздуха, и помогают с управлением ливневых стоков, что позволяет экономить деньги, стимулируют активный образ жизни, снижать стресс, тем самым уменьшая расходы на здравоохранение. Многочисленные туристы создают дополнительный доход для бизнеса и городских властей. [13]

Изучение экономической ценности общественных территорий является новым шагом, но очень важным для ландшафтных архитекторов, экономистов и городской администрации.

Список источников

1. Создание комфортной среды [Электронный ресурс] <https://urtnag.ru/public/290/>(дата обращения 4.04.2023 г.)
2. Благоустроенные общественные пространства [Электронный ресурс] https://www.vedomosti.ru/realty/articles/2013/03/11/obschee_mesto(дата обращения 4.04.2023 г.)
3. Как благоустройство парков способствует развитию городов [Электронный ресурс] <https://mirrorgroup.ru/kak-blagoustrojstvo-parkov-sposobstvuet-razvitiyu-gorodov/>
4. Современные стратегии инвестиционных проектов по развитию общественных пространств [Электронный ресурс] <file:///C:/Users/Ирина/Downloads/sovremennye-strategii-investitsionnyh-proektov-po-razvitiyu-obschestvennyh-prostranstv.pdf> (дата обращения 4.04.2023 г.)
5. В поисках «третьего места» [Электронный ресурс] <https://www.kommersant.ru/doc/5087656> (дата обращения 4.04.2023 г.)
6. Экономический механизм современного парка (О. В. Григорьев). [Электронный ресурс] <http://townevolution.ru/books/item/f00/s00/z0000049/st005.shtml> (дата обращения 4.04.2023 г.)
7. Парк как доходное место <https://kiozk.ru/article/ekspert/park-kak-dohodnoe-mesto> [Электронный ресурс] (дата обращения 4.04.2023 г.)
8. Оазисы притяжения: как парки и общественные пространства измеряют свою эффективность [Электронный ресурс] <https://www.arendator.ru/articles/167743-oazisy-prityazheniya-kak-parki-i-obschestvennye-prostranstva-zameryayut-svoyu-effektivnost/> (дата обращения 4.04.2023 г.)
9. Тематические парки и их вклад в развитие [Электронный ресурс] <https://scienceforum.ru/2018/article/2018001141>(дата обращения 4.04.2023 г.)
10. Как измерить экономические выгоды от общественных пространств и парков [Электронный ресурс] <https://prorus.ru/interviews/chto-nam-stoit-park-postroit-ehkonomika-gorodskih-obschestvennyh-prostranstv/>(дата обращения 4.04.2023 г.)
11. «Зарядье» произвел «эффект миллениума» на рынке недвижимости РФ [Электронный ресурс] <https://cud.news/12733/>(дата обращения 3.04.2023 г.)
12. Как измерить экономические выгоды от общественных пространств и парков <https://rqud.ru/documents/Как%20измерить%20экономические%20выгоды%20от%20общественных%20пространств%20и%20парков.pdf> (дата обращения 3.04.2023 г.)
13. Инициатива на местах: как благоустроить город без крупных инвестиций [Электронный ресурс] <https://trends.rbc.ru/trends/sharing/5ec25e8a9a79476681499455>
14. Реновацию и программу «Моя улица» объявили драйверами экономики Москвы [Электронный ресурс] <https://quote.ru/> «РосБизнесКонсалтинг» (РБК). (дата обращения 1.04.2023 г.)
15. Экономика садово-паркового и ландшафтного строительства: Учеб.-ник. 1-е изд. – СПб.: Издательство «Лань», 2016. – 224 с. (дата обращения 3.04.2023 г.)

Информация об авторе (авторах)

Драгункина Ирина Юрьевна

обучающаяся в магистратуре по

направлению подготовки 35.04.09 Ландшафтная архитектура

ФГБОУ ВО Вавиловский университет, ул. Советская, 60, Саратов, Россия

Dragunkina Irina Yurievna

studying for a master's degree in

direction of preparation 35.04.09 Landscape architecture

FGBOU VO Vavilov University, st. Sovetskaya, 60, Saratov, Russia