ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ КАК ФАКТОР ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА И ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

Балынская Н. Р.

Доктор политических наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления и управления персоналом института экономики и управления, Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова (Россия), 455000, Россия, г. Магнитогорск, ул. Ягодная, 15, balynskaya@list.ru

Зиновьева Е. Г.

Кандидат философских наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления и управления персоналом института экономики и управления, Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова (Россия), 455038, Россия, г. Магнитогорск, пр. Карла Маркса, 170, ekaterina_7707@mail.ru

Лимарева Ю. А.

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и экономического анализа института экономики и управления, Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова (Россия), 455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Карла Маркса, 37, y.limareva@mail.ru

УДК [316.334.2+504.05](1-21)(470.55)
ББК 60.561.2+65.050.23

Цель. Проведение исследования, позволяющего оценить имидж города Магнитогорска для его жителей.

Методы. Исследование базируется на методах количественной, балльной оценки и анкетирования.

Результаты и практическая значимость. Привлекательность региона обеспечивает развитие демографических, инвестиционных и общих экономических показателей, поднимает уровень жизни, как в регионе, так и в стране в целом.

Научная новизна. Выявлено отношение жителей к региону своего проживания через экологическую ситуацию как фактор привлекательности и показатель качества жизни населения.

Ключевые слова: территориальный маркетинг, маркетинговое исследование, привлекательность города, инвестиционный климат, экология, охрана окружающей среды.

© Балынская Н. Р., Зиновьева Е. Г., Лимарева Ю. А., 2017

ECOLOGICAL SITUATION AS A FACTOR OF ATTRACTIVENESS OF THE REGION AND AN INDICATOR OF THE QUALITY OF LIFE OF THE POPULATION

Balynskaya N. R.

Doctor of Political Sciences, Professor of the Department of State and Municipal Management and Personnel Management, Institute of Economics and Management, Magnitogorsk State Technical University. G. I. Nosova (Russia), 455000, Russia, Magnitogorsk, Karl Marx Ave., 170, balynskaya@list.ru

Zinovyeva E. G.

Candidate of Philosophy, Associate Professor of the Department of State and Municipal Management and Personnel Management, Institute of Economics and Management, Magnitogorsk State Technical University. G. I. Nosova (Russia), 455038, Russia, Magnitogorsk, Karl Marx Ave., 170, ekaterina_7707@mail.ru

Limareva Ju. A.

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Accounting and Economic Analysis of the Institute of Economics and Management, Magnitogorsk State Technical University. G. I. Nosova (Russia), 455000, Russia, Magnitogorsk, Karla Marksa Ave., 37, y.limareva@mail.ru

Балынская Н. Р., Зиновьева Е. Г., Лимарева Ю. А.

Purpose. Carrying out a study to assess the image of the city of Magnitogorsk for its residents.

Methods. The research is based on methods of quantitative, scoring and questioning.

Results and practical importance. The attractiveness of the region ensures the development of demographic, investment and general economic indicators, raises the standard of living both in the region and in the country as a whole.

Scientific novelty. The attitude of residents to the region of their residence through the environmental situation as a factor of attractiveness and an indicator of the quality of life of the population.

Key words: territorial marketing, marketing research, city's image, human resources.

Экономический кризис, который переживает Россия, заставляет по-новому относиться к имеющимся внутри страны ресурсам. На фоне снижения потребностей мирового сообщества в энергетических сырьевых ресурсах и связанного с ним общим снижением уровня жизни в нашей стране необходима иная экономическая политика, ориентированная на не связанные с природными энергетическими ресурсами активы.

Основным богатством нашей страны являются люди, её населяющие. Экономическая политика и в рамках всей страны в целом, и в рамках каждого региона должна быть направлена на сохранение и приумножение человеческих ресурсов, что даст возможность для роста человеческого капитала, являющегося основным активом в условиях экономики постиндустриального общества.

Города Южного Урала не исключение, и вопрос сохранения человеческих ресурсов требует внимательного изучения и поиска возможных решений. Несмотря на то, что Южный Урал – промышленный регион, в котором безработица традиционно ниже, чем в целом по стране, а природные условия таковы, что могут конкурировать с любым курортным местом на планете, прирост населения в городах Южного Урала происходит в основном за счёт мигрантов из Средней Азии, при этом рождаемость среди местных жителей в последние годы превышает смертность [1–2].

Фактически получается, что южноуральцы по достижению определённого возраста стремятся переехать в иные регионы, что говорит о проигрываемой конкурентной борьбе региона другим регионам, прежде всего – центральным.

Поскольку социальные, природные и экономические условия жизни на Южном Урале остаются на достаточно высоком уровне по сравнению с иными регионами, возможной причиной утраты человеческих ресурсов может быть сложившийся негативный имидж города. Для оценки этого предположения было проведено исследование имиджа города Магнитогорска в сознании его жителей [2–5].

Для проведения исследования необходимо определить целевую аудиторию. Её можно классифицировать по ряду признаков. Основные целевые группы, на которые должен быть направлен маркетинг города – это его жители, представители бизнеса и туристы. У каждого сегмента свои критерии привлекательности территории. Для инвесторов важными критериями являются стоимость оборудования и стройматериалов, налоговые льготы, стоимость лицензий; для туристов – наличие достопримечательностей, климат, проводимые в городе мероприятия; для местных жителей – уровень доходов, пенсий, социальных льгот, а также стоимость конкретных товаров и услуг на территории [6–8].

Любое изучение проблемы предполагает в первую очередь изучение имеющихся данных. В данной статье источником вторичной информации стали постановления и распоряжения администрации города Магнитогорска [6], а также информация, полученная от отдела по обращениям граждан. Анализ этих документов позволяет выделить ряд проблем, по которым обращаются граждане – часто это вопросы по проблемам жилищно-коммунального хозяйства, транспорта, социальной защиты населения и охрана окружающей среды.

Кроме того, жители присылают письма с благодарностью за помощь в том или ином вопросе. Это позволяет судить о работе органов власти, оценивать результаты.

Анализ документов очень важен в вопросе позиционирования, однако больше информации можно получить из первичной информации.

С целью получения первичной информации был проведен опрос жителей города Магнитогорска. Анкета, состоящая из 13 вопросов, была предложена горожанам в возрасте от 18 лет и старше в Интернете (группа Vk.com), а также путём личного опроса.

В опросе приняли участие 1136 человек. Из них 58,8% мужчины и 41,2% женщины. Около 40% опрошенных – жители в возрасте до 30 лет, поскольку первоочередной задачей для города является именно сохранение молодёжи – наиболее активной и мобильной части населения. Для этого необходимо знать их интересы.

Распределение ответов респондентов на вопрос «Нравится ли вам город Магнитогорск» показано на рис. 1.

Таким образом, большинство респондентов положительно относятся к городу, однако очень многие недовольны теми или иными обстоятельствами, что ведёт к негативной оценке города в целом.

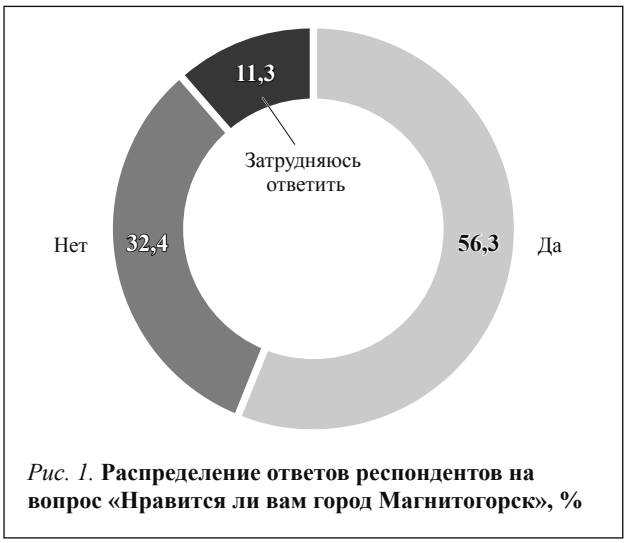


Рис. 1. **Распределение ответов респондентов на вопрос «Нравится ли вам город Магнитогорск», %**

Высказать свое мнение о городе, его достоинствах и недостатках, жители смогли в вопросах 8–9 анкеты. Эти вопросы открытого типа, поэтому для удобства обработки были выделены наиболее часто обозначенные плюсы и минусы города.

Результаты представлены в табл. 1 от наиболее часто встречающихся ответов к реже встречающимся.

Анализ полученных результатов и корректная работа по созданию имиджа позволит «подтянуть слабые места» и выделить достоинства, превратив их в преимущества города.

Эту же цель преследует 10 вопрос анкеты о достопримечательностях города и его «изюминке». Ответы респондентов представлены в табл. 2 и 3 также в порядке понижения распространенности.

Среди достопримечательностей также перечислены: театр им. А. С. Пушкина, театр оперы и балета, дворец культуры им. С. Орджоникидзе, Свято-Вознесенский кафедральный собор, аквапарк и хоккейный комплекс «Арена «Металлург». Кроме того, отмечалась смотровая площадка и её запущенное состояние, а также «Парк трёх поколений», который также находится в ненадлежащем виде. Несколько человек с горечью отнесли к «изюминке» города смог и дым от ОАО «ММК».

В 11 вопросе жители перечислили слова-ассоциации, связанные с городом:

1 – Металл, сталь, чугун;

2 – ММК, промышленный, рабочий;

Табл. 1. **Распределение ответов респондентов на вопрос о достоинствах и недостатках Магнитогорска**

Достоинства города	**Недостатки города**
Природа за городом – горы, леса, озёра	Экология, грязь, серость
Наличие функционирующего производства (Группа ОАО «ММК»)	Моногород
Два горнолыжных курорта мирового уровня	Тяжело найти работу, особенно молодым
Возможность получить образование	Мало парков и зелени, особенно сосен
Размер города	Бескультурье (в т.ч. мусорят)
Архитектура Ленинского района	Мало бассейнов и спортплощадок
Возможность заниматься спортом	Отсутствие развитой политики управления, коррупция
Развитая инфраструктура	Торговые центры на месте скверов
Хоккейная команда	Низкий уровень заработной платы
Духовность граждан	Наркотики, спайсы и алкоголь везде
Качество жизни	Упадок общественного транспорта
Чистая водопроводная вода	СМИ зависимы или молчат
Доступное жилье	Неблагоустроенные дворы
Удобное расположение улиц и домов	Дороги, особенно внутри кварталов
Быстрое развитие	Нет туристической политики
Количество магазинов	Грязная река и набережная
Культурная жизнь – театры, цирк, кино	Нет развития творчества и клубов по интересам для взрослых
Трамваи	Некрасивые новостройки
Количество кафе	Избыток рекламных баннеров

Табл. 2. **Распределение ответов респондентов на вопрос о достопримечательностях Магнитогорска**

Место по ранжиру	Основные достопримечательности
1	Памятники города («Тыл-фронту», «Первая палатка», «Сталевар», «Первый паровоз», «Солнечные часы»)
2	ОАО «ММК»
3	«Немецкий квартал» в Ленинском районе
4	Парк по ул. Металлургов
5	Уют, компактность и размер города
6	Граффити на фасадах домов
7	Горнолыжные курорты
8	Большие торгово-развлекательные комплексы в маленьком городе
9	Крупная сеть трамвайных путей
10	Куранты и «поющие фонтаны»

Табл. 3. **Распределение ответов респондентов на вопрос об «изюминках» Магнитогорска**

Место по ранжиру	«Изюминка»
1	Место встречи Европы и Азии (граница между сторонами света проходит по реке Урал и делит город на две части)
2	ХК «Металлург»
3	ОАО «ММК»
4	Близость леса и гор
5	«Стальное сердце России»
6	Молодой, быстро развивается
7	Старые районы, как в Санкт-Петербурге
8	Хорошие люди
9	Кулинария «Лакомка»
10	Археологический комплекс «Аркаим»

3 – Грязь, мусор, серость;
4 – ХК «Металлург», хоккеисты;
5 – Урал, горы, река;
6 – Коррупция, бандитогорск;
7 – Горнолыжный спорт;
8 – Молодёжь;
9 – Трамвай.

Такой перечень слов не создает благоприятную картину города. Но если сами жители так описывают свой город, то и у иногородних сложится такое же мнение, что не способствует развитию туризма.

Далее жителями были названы имена, с которыми ассоциируется город:

1 – В. Рашников, П. Шиляев (руководители ПАО «ММК»);
2 – Б. Дубровский (губернатор Челябинской области);
3 – С. Бердников, А. Морозов (аппарат управления города), П. Крашенинников, (депутат);
4 – Е. Малкин, В. Кулемин (хоккеисты);
5 – И. Ромазан, Г. Носов (бывшие руководители ПАО «ММК»);
6 – Р. Пускепалис (актёр, режиссёр);
7 – Н. Макаров (директор индустриального техникума во время СССР), Г. Пикин (убитый в 2014 году тренер по плаванию);
8 – Л. Одер (тренер по лёгкой атлетике, министр спорта Челябинской области);
9 – Л. Татьяничева (поэтесса);
10 – А. Писаренко и Е. Никишин (КВН).

Далее в анкете следуют два взаимосвязанных вопроса. Они позволят выяснить, хотел бы респондент покинуть город (рис. 2), если да, то почему и что нужно сделать, чтобы Магнитогорск был более привлекательным для жителей города.

Список наиболее частых причин, по которым жители хотят покинуть город:

1 – плохая экология;
2 – нет развития, перспектив (особенно для молодежи);
3 – проблемы с работой (особенно для женщин);
4 – маленькая заработная плата по сравнению с ценами;
5 – не нравится климат (холодно, ветрено, далеко от моря);

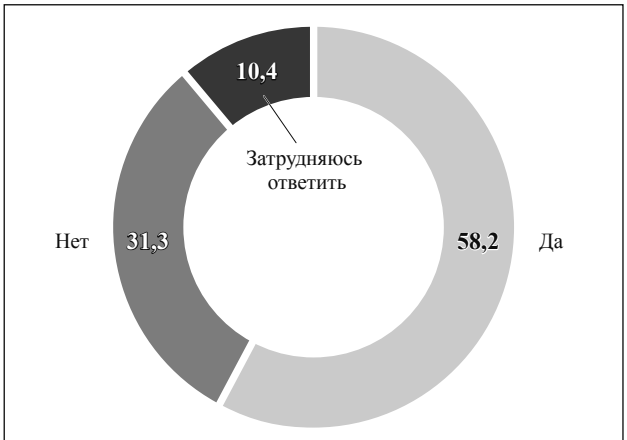


Рис. 2. **Распределение ответов респондентов на вопрос «хотели бы вы поменять место жительства»**

6 – серость и грязь;

7 – низкий уровень образования, здравоохранения и социальной защиты;

8 – маленький город, нет интересного досуга;

9 – низкий уровень культуры жителей;

10 – отсутствие политической жизни.

В 13 вопросе анкеты «Что на ваш взгляд может сделать имидж города более привлекательным для жителей», респонденты дали развёрнутые ответы, многие из которых администрация может взять на вооружение. Все предложенные жителями ответы можно обобщить в список:

1 – Реставрация памятников, новые скульптуры. Стела званию города трудовой доблести и славы. Продумывать внешний вид новостроек, планировать подземные гаражи в новых домах.

2 – Грамотное озеленение города, уход за саженцами. Восстановление парка Ветеранов. Создание парков и скверов в южной части города. Создание красивой набережной и уход за ней.

3 – Создание новых рабочих мест, нового производства за чертой города. Повышение заработной платы в целом по городу.

4 – Экологический контроль. Публикация данных по выбросам ММК.

5 – Ремонт дорог в кварталах.

6 – Ремонт театров. Проведение культурных мероприятий для граждан, в том числе бесплатных для детей, ветеранов и инвалидов.

7 – Строительство спортивных площадок, велодорожек, площадок для роллеров.

8 – Проведение грамотной туристической политики. Привлечение туристов не только на горнолыжные курорты, но и в город.

9 – Работа со СМИ. Создание независимых СМИ, интересное освещение мероприятий города.

10 – Повышение уровня здравоохранения, культуры и спорта.

11 – Возрождение общественного транспорта. Соблюдение графика работы трамваев.

Так как одним из субъектов городского маркетинга в Магнитогорске является городская администрация, респондентам предлагалось оценить деятельность органов власти по созданию привлекательного имиджа города по 5-балльной шкале. Итоговая оценка составила 2,2 балла при следующем распределении баллов:

1 балл – 37,3 %;

2 балла – 22,4 %;

3 балла – 29,9 %;

4 балла – 7,5 %;

5 баллов – 3 %.

Такие показатели говорят о невысокой оценке деятельности органов власти в части создания имиджа города. Необходимо выстроить чёткую стратегию продвижения и донести её до жителей, соблюдать открытость информации.



Рис. 3. **Распределение ответов респондентов на вопрос о влиянии местных СМИ**

Большую роль в формировании имиджа играют СМИ. В связи с этим респонденты ответили на вопрос «Какое влияние местным СМИ оказывают на имидж города?» (рис. 3).

64 % опрошенных считают, что СМИ просто освещают факты и не создают городу имидж. При этом рейтинг доверия к СМИ по 5-бальной шкале оценили на 2,3 балла при следующем распределении баллов:

1 балл – 31,3 %;

2 балла – 25,4 %;

3 балла – 23,9 %;

4 балла – 16,4 %;

5 баллов – 3 %.

Более 50 % опрошенных оценили на 1 или 2 балла, что соответствует достаточно невысокой оценке местных СМИ в плане подачи городской информации.

Также жителям был предложен вопрос «Из каких источников вы получаете информацию о происходящих в городе событиях?» (рис. 4). Выбирая ответ «другое», респонденты указывали варианты: друзья, родные, всё вышеперечисленное. На вопрос «Достаточно ли информации о событиях в городе вы получаете» 52,2 % респондентов ответили «да». Это недостаточно высокий показатель.

Таким образом, администрации стоит усилить работу с местными СМИ.

Подводя итоги анкетирования, следует отметить, что жители недовольны многими сферами жизни в городе Магнитогорске. Это недостатки, на которые в первую очередь необходимо обратить внимание. Работа над превращением недостатков в достоинства,

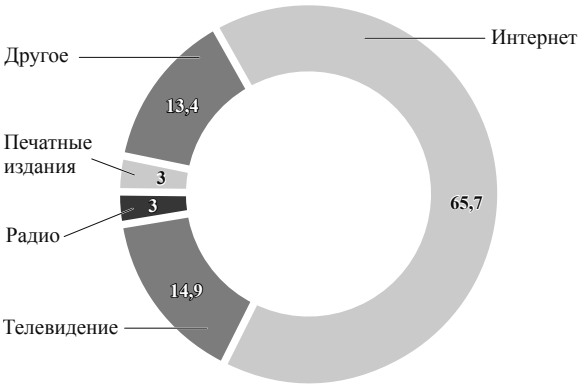


Рис. 4. **Распределение ответов респондентов на вопрос: «Из каких источников вы получаете информацию о происходящих в городе событиях»**

автоматически поднимет рейтинг местного самоуправления, улучшит качество жизни в городе, а значит и благотворно отразится на имидже.

Однако есть вещи, которыми жители гордятся. Это те уже имеющиеся преимущества, которые необходимо использовать в создании положительного имиджа города.

Кроме того, местные СМИ должны стать связующим мостом между аппаратом управления и жителями – показывать проблемы, волнующие горожан и шаги, предпринятые для их устранения, своевременно оповещать о готовящихся мероприятиях и рассказывать о городе.

Город Магнитогорск является промышленным городом, на территории которого расположены предприятия черной металлургии, предприятия по производству строительных материалов, тепловые электростанции и т.д. Воздействие промышленных предприятий, а также большого количества автотранспорта отразилось на состоянии окружающей среды. Негативному воздействию подвержены практически все компоненты природной среды: атмосферный воздух, поверхностные и подземные воды, почвы, растительный и животный мир и т.д. Промышленный район расположен преимущественно в центре города, вдоль левого берега реки Урал. Влияние на формирование уровня загрязнения атмосферного воздуха города также оказывает автотранспорт, как индивидуальный, так и промышленный, численность которого в последнее время увеличивается.

Снижение загрязнения воздушного бассейна должно достигаться мероприятиями, проводимыми на промышленных предприятиях, направленными на сокращение выбросов, пересмотром потоков движения автотранспорта и облагораживанием территорий:

1) внедрение новых и совершенствование существующих технологических процессов, снижающих объем вредных выбросов в атмосферу;

2) вывод из эксплуатации морально и физически устаревших агрегатов и цехов;

3) строительство новых и реконструкция существующих газо- и пылеочистных установок;

4) перераспределение транспортных потоков в городе;

5) озеленение санитарно-защитных зон и зон жилой застройки.

В настоящее время большинство организованных источников выбросов предприятия оснащено газоочистным оборудованием. Отходящие газы очищаются в сухих электрофильтрах, рукавных и волокнистых фильтрах, циклонах, абсорберах, трубах Вентури, скрубберах и других системах очистки. Для очистки аглогазов от диоксида серы используется скруббер мокрого типа и каплеуловитель.

По информации представленной ФГБУ «Уральское управление по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды» (табл. 4), индекс загрязнения атмосферы города (ИЗА) – суммарный комплексный показатель, учитывающий вклад различных веществ в загрязнение воздуха, с 2012–2015 года снижается, так в 2012 году был равен 25,2, а в 2015 году составил 14, но в 2016 году наблюдается рост до 15. Несмотря на это, среднегодовые концентрации взвешенных веществ, диоксида азота, формальдегида и бенз(а)пирена в среднем по городу в 2015 году превысили ПДК.

В городе действует муниципальная программа «Безопасность в городе Магнитогорске», в которую включены природоохранные мероприятия, а также мероприятия промышленных предприятий города Магнитогорска (ПАО «ММК», ПАО «ММК-МЕТИЗ» и ПАО «МЦОЗ»).

Природоохранные мероприятия промышленных предприятий за 2013–2017 годы [10]:

1) ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат»

Крупнейшее металлургическое предприятие Магнитогорска и Российской Федерации провело следующие мероприятия: внедрена система автоматизированного контроля промышленных выбросов от источников ПАО «ММК», проведена реконструкция сероулавливающих установок в аглоцехе, доменном цехе. Завершено строительство аспирационных установок литейных дворов и подбункерных помещений доменных печей, реконструкция цикла охлаждения коксового газа блока № 1 (установка теплообменника), строительство комплекса по обезвоживанию конвертерных шламов, Также проведена реконструкция системы оборотного водоснабжения с расширением резервуара-охладителя.

Табл. 4. **Изменения уровня загрязнения атмосферы г. Магнитогорска различными примесями, ИЗА за 2010–2016 гг. [10]**

Примесь	Годы						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Взвешенные вещества	0,2	0,2	0,4	0,327	0,325	0,28	0,33
Диоксид серы	0,016	0,036	0,024	0,02	0,019	0,027	0,022
Оксид углерода	2	3	2	2,3	1,7	1,7	1,6
Диоксид азота	0,04	0,05	0,06	0,058	0,039	0,031	0,041
Оксид азота	0,04	0,03	0,03	0,039	0,022	0,024	0,018
Сероводород	0,002	0,002	0,001	0,0013	0,0015	0,0019	0,0023
Фенол	0,002	0,002	0,003	0,0031	0,0019	0,0023	0,0026
Аммиак	0,02	0,02	0,03	0,017	0,016	0,017	0,014
Формальдегид	0,007	0,008	0,013	0,0141	0,0143	0,0144	0,0154
Бензол	0,01	0,01	0,01	0,016	0,012	0,015	0,018
Ксилол	0,00	0,00	0,00	0,003	0,003	0,002	0,002
Толуол	0,00	0,01	0,01	0,013	0,009	0,004	0,008
Этилбензол	0,013	0,013	0,015	0,014	0,011	0,012	0,010
Бенз(а)пирен, $\cdot 10^{-6}$мг/м^3	4,7	5,7	5,7	5,7	4	4,1	5,7
Тяжелые металлы, $\cdot 10^{-3}$ мг/м^3							
Железо	7,15	7,86	7,44	7,29	3,73	3,35	3,92
Кадмий	0,00	0,00	0,005	0,01	0,01	0,01	0,01
Магний	2,25	2,27	2,53	1,9	1,44	1,18	1,25
Марганец	0,18	0,20	0,17	0,16	0,15	0,15	0,13
Медь	0,05	0,05	0,07	0,19	0,07	0,09	0,11
Никель	0,00	0,01	0,01	0,01	0,004	0,001	0,02
Свинец	0,05	0,05	0,07	0,05	0,04	0,03	0,04
Хром	0,04	0,04	0,03	0,05	0,04	0,03	0,01
Цинк	0,21	0,23	0,27	0,29	0,17	0,18	0,28
ИЗА	16,6	21,0	25,2	26	19	14	15

2) ПАО «ММК-МЕТИЗ»

Проведены работы по наладке теплотехнического и водно-химического режимов котлов заводских котельных, в результате чего наблюдается снижение выбросов в атмосферу углекислого газа и окислов азота, снижение потребления природного газа

Закончено обустройство заводского полигона для размещения неутилизируемых отходов производства – полигон приведён в соответствие нормативным требованиям.

3) ПАО «МЦОЗ»

Завершение строительства градирни дало сокращение выбросов на 25 000 т/год. Реконструкция пылевых камер печей 1,2,3 привела к сокращению выбросов пыли на 480 т/год. Готовится реконструкция рукавных фильтров цементных мельниц, что даст сокращение выбросов на 1000 т/год аммиака, фенола, сероводорода, цианистого водорода.

В результате природоохранных мероприятий достигнуты следующие результаты: контроль состояния загрязнения атмосферного воздуха города, сокращение выбросов на 25 000 т/год, сокращение выбросов пыли на 480 т/год, сокращение выбросов на 1000 т/год аммиака, фенола, сероводорода, цианистого водорода, утилизация 80 000 т/год железосодержащих шламов, сокращение водопотребления из Магнитогорского водохранилища, сокращение объема сброса сточных вод в Магнитогорское водохранилище.

Результаты атмосферных природоохранных мероприятий показаны в табл. 5.

Город недостаточно обеспечен как подземными, так и поверхностными водами. Основные проблемы

Приложение

Опросный лист «Имидж города Магнитогорска в сознании его жителей»

Здравствуйте! Вы являетесь участником опроса для работы на тему: «Формирование благоприятного имиджа города в сознании жителей Магнитогорска». Ваше мнение очень важно для нас! Пожалуйста, ответьте на предлагаемые вопросы.

1. **Нравится ли вам город Магнитогорск?**
   - ☐ Да
   - ☐ Нет
   - ☐ Затрудняюсь ответить
2. **Из каких источников вы получаете информацию о происходящих в городе событиях?**
   - ☐ Интернет
   - ☐ Телевидение
   - ☐ Радио
   - ☐ Печатные издания
   - ☐ Другое _____
3. **Достаточно ли информации о событиях в городе вы получаете?**
   - ☐ Да
   - ☐ Нет
4. **Довольны ли вы деятельностью органов власти по созданию привлекательного имиджа города?**
5. **Какое влияние местные СМИ оказывают на имидж города?**
   - ☐ Положительное
   - ☐ Нейтральное (констатация фактов)
   - ☐ Отрицательное
6. **Рейтинг доверия к СМИ**
7. **Назовите, пожалуйста, главные достоинства города Магнитогорска.**
8. **Назовите, пожалуйста, главные недостатки города Магнитогорска.**
9. **Назовите, пожалуйста, главные достопримечательности города Магнитогорска. Есть ли у города своя «изюминка»?**
10. **Назовите, пожалуйста, любые слова-ассоциации, связанные с городом.**
11. **С какими именами у вас ассоциируется город Магнитогорск? Руководители, спортсмены, писатели и т.д.**
12. **Что, на ваш взгляд, может сделать имидж города более привлекательным для жителей?**
13. **Хотели бы вы поменять место жительства? Если да, то почему?**
14. **Укажите, пожалуйста, ваш пол:**
15. **Укажите, пожалуйста, ваш возраст:**
16. **Укажите, пожалуйста, ваш род занятий:**
    - ☐ Учащийся
    - ☐ Безработный (ая)
    - ☐ Служащий (ая)
    - ☐ Рабочий
    - ☐ Предприниматель
    - ☐ Занят (а) в научной сфере

    Другое _____

Табл. 5. **Концентрация загрязняющих веществ в атмосфере по состоянию на 23.03.2017 г. (граница промышленной зоны г. Магнитогорска) [10]**

Загрязняющие вещества	Фенол	Аммиак	Азота диоксид	Серы диоксид	Взвешенные вещества	Сероводород	Формальдегид	Углерода оксид
Средняя величина	0,005	0,005	0,029	0,017	0,09	0,0008	0,005	0,7
ПДК	0,010	0,20	0,20	0,50	0,50	0,008	0,050	5,0

в системе водоснабжения связаны в основном с нарушением водоотбора с месторождений и незаконченным строительством водопроводных сооружений. Эти факторы создают напряженный режим подачи воды городу в целом. Недостаточная очистка сточных вод и отсутствие ливневой канализации в южных районах города приводят к превышению в воде предельно допустимой концентрации по многим показателям.

Основные направления развития хозяйственно-бытовой канализации города связаны с сокращением объемов водоотведения, обусловленные тенденцией снижения водопотребления и созданием бессточной системы Левобережного промышленного узла, внедрением маловодных технологий на производствах. Очистка сточных вод сохраняется на двух комплексах очистных сооружений – правобережных и левобережных комплексах очистных сооружений (КОС). Схема канализования сохраняется по сложившейся структуре. Предусматривается строительство самотечно-напорных систем от площадок нового строительства в южных районах города, а в районах левобережной коттеджной застройки предполагается организация локальных систем канализования.

В целях рационального использования водных ресурсов рекомендуется:

1) строгое соблюдение режима эксплуатируемых водозаборов, недопущение превышения водоотбора над разведанными запасами;

2) запрет использование подземных вод для технических целей;

3) снижение потребления свежей воды на промышленное водоснабжение путем создания единой для промышленного узла оборотной бессточной системы, при этом для подпитки системы предлагается использовать доочищенные хозяйственно-бытовые стоки с левобережных КОС, а также доочищенные ливневые воды;

4) совершенствование технологических процессов на предприятиях, повсеместное внедрение систем оборотного и повторного использования воды;

5) разработка более совершенных методов очистки сточных вод различного состава и качества и при необходимости осуществить строительство дополнительных сооружений глубокой доочистки стоков для отдельных производств;

6) реконструкция очистных сооружений хозяйственно-бытовых сточных вод, строительство дополнительных сооружений глубокой доочистки, исключение сброса в бытовую канализацию загрязненных промышленных стоков, особенно залповых сбросов концентрированных сточных вод;

7) ликвидация выпуска промышленных стоков в акваторию Магнитогорского водохранилища;

8) выполнение мероприятий по оздоровлению акватории Магнитогорского водохранилища;

9) осуществление строительства ливневой (дождевой) системы канализации с очисткой вод на очистных сооружениях;

10) установление водоохранной зоны реки Урал и водохранилищ на реке Урал, проведение мероприятий по их охране в соответствии с действующим законодательством.

Таким образом, развитие человека – это и основная цель, и необходимое условие прогресса современного общества. На сегодняшний день и в долгосрочной перспективе – это абсолютный приоритет в деятельности городских властей. Будущее города, его успехи, конкурентоспособность предприятий зависят от образования и здоровья людей, от их стремления к самосовершенствованию и использованию своих навыков и талантов. От мотивации к инновационному поведению горожан и от отдачи, которую приносит труд каждого человека, будет зависеть будущее Магнитогорска.

Литература:

1. Александрова М. В. Анализ мероприятий по совершенствованию структуры управления персоналом // Экономика и политика. 2015. №2 (5). С. 11–13.
2. Гладышева Я. С. Оценка современного состояния процесса развития и продвижения регионов и городов России // Евразийский международный научно-аналитический журнал. 2014. №4 (52). С. 15–18.
3. Егорова С. И., Зиновьева Е. Г. Позитивный имидж организации // Вестник магистратуры. 2014. №7-2 (34). С. 48–51.

4. Зиновьева Е. Г. Анализ внешних факторов маркетинговой среды предприятия // Маркетинг: теория и практика. Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. 2008. С. 75–81.
5. Калиева О. М., Кудрявцева И. В., Чарикова А. А. Исследование имиджа города Оренбурга // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2013. №5. С. 6–10.
6. Лимарева Ю. А. Исследование потребителей внутреннего туризма в Республике Башкортостан // Маркетинг в России и за рубежом. 2016. №4. С. 40–47.
7. Майкова С. Имидж города в системе территориального маркетинга // Маркетинг. 2011. №4. С. 56–66.
8. Морозова Т. А. Имидж города как основа его продвижения // Вестник Адыгейского государственного университета. 2010. №1. С. 6.
9. Федеральная служба государственной статистики. [электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru (дата обращения 12.14.2017).
10. Администрация города Магнитогорска: [электронный ресурс]. URL: http://www.magnitogorsk.ru/ (дата обращения 12.14.2017).
11. Zinovieva E. G., Kuznetsova M. V., Dorfman T. V., Limareva J. A. Study of external and internal factors affecting enterprise's stability // Advances in Systems Science and Application. 2016. Т. 16. №1. С. 62–71.

References:

1. Alexandrova M. V. Analysis of measures to improve the structure of personnel management // Economics and Politics. 2015. №2 (5). P. 11–13.
2. Gladysheva Ya. S. An assessment of the current state of the process of development and promotion of regions and cities of Russia // The Eurasian International Scientific and Analytical Journal. 2014 №4 (52). P. 15–18.
3. Egorova S. I., Zinovieva E. G. Positive image of the organization // Herald of Magistracy. 2014. №7-2 (34). Pp. 48–51.
4. Zinovieva E. G. Analysis of external factors of the marketing environment of the enterprise // Marketing: theory and practice. Collection of articles of the All-Russian Scientific and Practical Conference. 2008. P. 75–81.
5. Kalieva O. M., Kudryavtseva I. V., Charikova A. A. Research of the image of the city of Orenburg // Actual problems of the humanities and natural sciences. 2013. №5. P. 6–10.
6. Limareva Yu. A. Research of consumers of domestic tourism in the Republic of Bashkortostan // Marketing in Russia and abroad. 2016. №4. P. 40–47.
7. Maikova S. Image of the city in the system of territorial marketing // Marketing. 2011. №4. P. 56–66.
8. Morozova T. A. Image of the city as the basis for its advancement // Bulletin of the Adyghe State University. 2010. №1. P. 6.
9. Federal Service of State Statistics. [e-resource]. URL: http://www.gks.ru (date of reference 14.12.2017).
10. Administration of the city of Magnitogorsk. [e-resource]. URL: http://www.magnitogorsk.ru/ (date of reference 14.12.2017).
11. Zinovieva E. G., Kuznetsova M. V., Dorfman T. V., Limareva J. A. The study of external and internal factors. 2016. V. 16. №1. P. 62–71.