УДК: 316
Старых Наталья Петровна, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и информационных технологий, Среднерусский институт управления – филиал, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Российская Федерация, г. Орёл), e-mail: npstaryh@rambler.ru
Кондратова Евгения Константинова, лаборант кафедры социологии и информационных технологий, Среднерусский институт управления –филиал РАНХиГС (Российская Федерация, г. Орёл), e-mail: janefilatova@yandex.ru

ВОЗМОЖНОСТИ SWOT-АНАЛИЗА ИМИДЖА ГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ОРЛА)

В статье описаны возможности применения метода SWOT-анализа в рамках исследования имиджа города (на примере города Орла). Авторами представлены результаты социологического исследования. Обуславливается необходимость изучения имиджа города как фактора эффективности муниципального образования и качественной составляющей формирования высокого уровня жизни населения.
Ключевые слова: имидж города, swot-анализ, экспертный опрос, социологическое исследование.

Starykh N. P., Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Sociology and Information Technology, Central Russian Institute of Management – a branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russian Federation, Orel), e-mail: npstaryh@rambler.ru
Kondratova E. K., Laboratory Assistant of the Department of Sociology and Information Technologies, Central Russian Institute of Management – a branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russian Federation, Orel), e-mail: janefilatova@yandex.ru

OPPORTUNITIES OF SWOT ANALYSIS OF THE CITY IMAGE (ON THE EXAMPLE OF OREL CITY)

The article describes the possibilities of using the swot-analysis method in the study of the city image (on the example of Orel city). The authors present the results of the sociological study. The need to study the city image as a factor in the efficiency of the municipal formation and the qualitative component of the formation of high standard of living of the population is determined.
Keywords: city image, swot analysis, expert survey, sociological research.

На современном уровне развития социально-экономических систем обеспечение конкурентоспособности города становится приоритетной задачей. Имидж города выступает фактором эффективности муниципального образования и может стать качественной составляющей фор-

мирования высокого уровня жизни населения. Социальная сущность имиджа выражается в его глубокой взаимосвязи с общественными проблемами, явлениями, ситуациями. [2]

Под имиджем территории (города) понимают совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков территории и отражающих реалии территориального развития.

Имидж города как фактор эффективности и высокой конкурентоспособности муниципально го образования не является сегодняшним изобретением. Однако его значимость резко возросла в наше время.

Особенность исследования, результаты которого представлены в данной работе, заключается в изучении имиджа города с помощью SWOT-анализа. Данный анализ позволяет объединить теоретические и практические знания для формирования актуальных и своевременных рекомендаций. Актуальность изучения имиджа города Орла, состоит в том, что на сегодня Орловская область (с ее областным центром – г. Орлом) является дотационным-депрессивным регионом. Положительный имидж города – это тот ресурс, которые способствует обеспечению социально-экономического развития.

Имидж города должен формироваться целенаправленно с учетом стратегического плана и видения города, так как именно имидж является инструментом их воплощения. Уникальный, эмоционально насыщенный, ориентированный на социально-экономическое развитие имидж – это залог успешного развития региона, стабильности притока финансовых, человеческих и информационных ресурсов.

С целью объективной оценки имиджа обычно проводят комплексные социологические исследования, не только использующие массовые опросы по репрезентативным выборкам, но и активно привлекающие экспертное мнение. Целью таких исследований является выявление скрытых детерминант, определяющих отношение к городу, возможные барьеры восприятия желательного имиджа.[1]

Таким образом, в апреле-мае 2017 года нами было проведено социологическое исследование на тему «Имидж города Орла». Одним из методов получения социологической информации стал опрос экспертов с использованием метода SWOT-анализа.

SWOT-анализ – это метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении перспектив развития объекта изучения на основе его сильных и слабых сторон, факторов риска и возможностей. Любые внутренние и внешние факторы, а также характерные особенности региона всегда носят двойственный характер: одни и те же процессы могут нести в себе как новые возможности, так и риски для его долгосрочного развития. Но в любом случае при развитии изучаемого объекта необходимо учитывать все факторы и даже угрозы превращать в преимущества. Поэтому только по средством опроса экспертов, можно разграничить эти факторы – выявить те, что скорее являются преимуществами города.

Силы и слабости относятся к внутренней среде города, а возможности и угрозы – к внешней. Силы по своей сути представляют собой некий набор факторов эффективности, а слабости – неэффективности. Возможности позволяют оценивать направления развития, а угрозы – возможность территориального образования к проявлениям негативных факторов со стороны внешней среды.

Определение сил, слабостей, возможностей и угроз необходимо для повышения эффективности работы по формированию положительного имиджа города. Она сводится к тому, чтобы:

1) сохранить и/или приумножить то, чем силен город;

2) устранить или уменьшить слабости;

3) превратить возможности в реальность;

4) избежать действия угрозы или снизить их негативное влияние.

В исследовании был использован полузакрытый вариант SWOT-анализа, предполагающий возможность дополнить готовые типовые перечни по силам, слабостям, возможностям и угрозам. Экспертам предлагалось анонимно зафиксировать в специальном бланке ограни-

ченное количество записей (до пяти вариантов по силам, слабостям, возможностям и угрозам).

При отборе экспертов был применен объективный подход документальным методом – подбор экспертов на основе социально-демографических данных. Критериями отбора являются: вид деятельности, степень компетентности эксперта в области исследования, постоянное проживание в городе Орле не менее трех последних лет.

В результате отбора экспертов в исследовании приняло участие 34 специалиста, из них: 11 представителей городской администрации из различных подразделений (что составляет 32,4 % от общего числа опрошенных) и 23 (67,7 %) представителя СМИ, среди которых представители орловского телевидения (Первый городской канал, ГТРК «Орел», «Истоки Орел») и орловских газет («Орловская правда», «Орловская городская газета»).

Большая часть экспертов является коренными жителями города Орла (41,2 %), 35,2 % опрошенных экспертов постоянно проживают в городе не менее десяти лет; менее десяти лет, но не менее трех проживают в городе – 23,6 % опрошенных экспертов. Гендерная структура о прашиваемых: 52,9 % – женщины и 47,1 % мужчины. Возраст экспертов от 18 до 62 лет.

В ходе оценки содержательных характеристик, влияющих на формирование имиджа города Орла, экспертами были выделены сильные, слабые стороны и возможности, угрозы. Результаты проранжированы исходя из частоты случаев выбора экспертами одинаковых вариантов ответа. Была получена следующая сводная таблица, представленная на рис. 1:

Таблица 1 – Результаты SWOT-анализа оценки бренда города

Внутренняя среда	**Силы**	**Внешняя среда**	**Возможности**
	1. Выгодное географическое расположение 2. Уровень безопасности 3. Культурная жизнь 4. Туристическая привлекательность 5. Качество образования		1. Узнаваемость города 2. Возможности внешнего туризма 3. Общий образ города 4. Внешние инвестиции 5. Сеть коммуникаций с регионами России
	Слабости		**Угрозы**
	1. Уровень медицинского обслуживания 2. Качество жизни граждан 3. Общее состояние инфраструктуры города 4. Репутация властных структур города 5. Общая культура населения – жителей г. Орла		1. Отток профессиональных кадров 2. Общий образ города 3. Внешние инвестиции 4. Конкуренция на региональном уровне 5. Конкуренция на международном уровне

Таким образом, исходя из таблицы 1 можно отметить особенности состояния содержательных характеристик города Орла. Сильными сторонами города Орла являются: выгодное географическое расположение, уровень безопасности, культурная жизнь, туристическая привлекательность, качество образования; слабыми – уровень медицинского обслуживания, качество жизни граждан, общее состояние инфраструктуры города, репутация властных структур города, общая культура населения – жителей г. Орла.

Более того, экспертами, помимо перечисленных в инструментарии характеристик, были отмечены в качестве сильных сторон «литературная соста

вляющая (много музеев), памятники», «природа, "зеленый город"», «историко-культурное наследие», «торговля».

В качестве слабых сторон города отмечали «плохие дороги», «переполненные поликлиники», «отсутствие рабочих мест», «ЖКХ», «большой муниципальный долг», «местное самоуправление». «коррупция», «закрытие/отсутствие крупных предприятий».

Среди возможностей, которыми, по мнению экспертов, обладает город, необходимо отметить: узнаваемость города, возможности внешнего туризма, сеть коммуникаций с регионами России. Угрозами же являются: отток профессиональных кадров, конкуренция на региональном уровне и конкуренция на международном уровне.

Отметим, что две характеристики – как общий образ города и внешние инвестиции – эксперты отмечали одновременно в качестве как возможностей, так и угроз. Однако исходя из процентного соотношения выбора этих характеристик «общий образ города» отмечает как возможность большая часть экспертов (13,9 %), нежели чем как угрозу (10,7 %); «внешние инвестиции» также являются скорее возможностью для нашего города, так отмечают 12,7 % экспертов (как угрозу отмечают меньше – 9,3 %).

Кроме перечисленных в инструментарии характеристик, были отмечены в качестве возможностей для города: «восстановление заброшенных заводов», «развитие сельскохозяйственной деятельности». В качестве угроз для города эксперты называли: «дефицит врачей», «отсутствие перспектив развития», «инфраструктура», «слабый городской менеджмент», «включение в состав органов местного самоуправления иногородних граждан», «тупик работы областного аппарата».

Для более полной отдачи от метода используется также построение вариантов действий, основанных на пересечении полей. Для этого нами были последовательно рассмотрены различные сочетания факторов внешней и внутренней среды города.

В результате пересечения полей «Силы» и «Возможности» исследователи обнаруживают, какие сильные стороны необходимо использовать, чтобы получить отдачу от возможностей во внешней среде (табл. 2). Пересечение полей «Слабости» и «Возможности» показывает, за счет каких возможностей внешней среды организация сможет преодолеть имеющиеся слабости.

Для того, чтобы повысить узнаваемость города Орла, улучшить образ, сделать его наиболее запоминающимся, необходимо использовать такие его сильные черты, как: качество образования, культурная жизнь города. Выгодное географическое положение, уровень безопасности позволят привлечь больше внешних инвестиций в город, расширить сеть коммуникаций как минимум с регионами – соседями Орловской области.

За счет таких возможностей внешней среды, как привлечение инвестиций, возможностей расширения внешнего туризма, можно повысить качество жизни населения, уровень медицинского обслуживания – за счет привлечения дополнительных средств. Расширение сети коммуникаций с регионами позволит улучшить репутацию властных структур города. Формирование положительного общего образа города будет способствовать улучшению общей инфраструктуры города и наоборот.

Для устранения такой угрозы, как отток профессиональных кадров, необходимо использовать все ресурсы образования с воспитанием патриотических чувств и возможностью дальнейшего трудоустройства.

Транслируемый во внешнюю среду общий образ города необходимо исправлять по средствам использования таких сильных сторон, как туристическая привлекательность, возможности культурной жизни города.

Для предотвращения оттока профессиональ ных кадров необходимо повышать уровень качества жизни населения. Конкуренцию на различных уровнях между регионами, городами возможно снизить также посредством повышения уровня жизни населения и репутации властных структур города.

Таблица 2 – Таблица сопряженности для SWOT-анализа

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	**Поле СИВ** показывает, какие сильные стороны необходимо использовать, чтобы получить отдачу от возможностей во внешней среде	**Поле СИУ** показывает, какие силы необходимо использовать для устранения угроз
Слабые стороны	**Поле СЛВ** показывает, за счет каких возможностей внешней среды организация сможет преодолеть имеющиеся слабости	**Поле СЛУ** показывает, от каких слабостей необходимо избавиться, чтобы попытаться предотвратить нависшую угрозу

Таким образом, характерные особенности определенной территории лежат в основе выбора механизма формирования необходимого имиджа города. Составляющие имиджа складываются как из субъективных, так и из объективных факторов. Последние оказывают целенаправленное воздействие, а потому могут быть четко спланированы и реализованы, а их выявление возможно по средствам такого экспертного метода, как SWOT-анализ.

Возможности SWOT-анализа позволяют объективно оценивать основные характеристики преимуществ и недостатков городской среды, что способствует успешному формированию и продвижению имиджа города. Таким образом, актуальным становится использование не только массовых опросов по репрезентативным выборкам, но и активное привлечение экспертного мнения.

Библиография:

1. Князева И.В., Ретивых И.В. Исследование внутреннего имиджа города как составляющая диагностики его социально-экономического развития (на примере города Барнаула) // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2016. – № 6. – С. 91–106.

2. Кошлякова М.О. Социальное пространство имиджа. – М.: ИНФРА, 2015. – 152 с.

References:

1. Kniazeva I.V., Retivykh I.V. (2016) Issledovanie vnutrennego imidzha goroda kak sostavliaiushchaia diagnostiki ego sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiia (na primere goroda Barnaula) [Investigation of the city's internal image as a component of diagnostics of its social and economic development (on the example of the city of Barnaul)] // ETAP: ekonomicheskaia teoriia, analiz, praktika, № 6, P. 91–106. (In Russ.)

2. Koshliakova M.O. (2015) Sotsial'noe prostranstvo imidzha [Social space of image]. – M.: INFRA. – 152 p. (In Russ.)