

Анализ потребностей и степени их удовлетворения для целевых групп как основа стратегического плана развития территории

Ю. В. Кузминых

*Доктор экономических наук, доцент,
july_lta@rambler.ru*

*Кафедра бухгалтерского учета и аудита,
Санкт-Петербургский государственный морской технический университет,
Санкт-Петербург, Россия*

Аннотация: В данной статье проведен анализ потребностей целевых групп муниципального образования с целью выбора перспективных направлений развития для выработки наиболее эффективной стратегии развития территории. Также в статье представлен механизм проведения анализа выявления потребностей и степени удовлетворенности потребителей по уровням ранжирования методом экспертных оценок. Определено, что предложенная методика установления потребностей целевых групп в муниципальном образовании в практическом исполнении должна стать основой формирования стратегического плана развития муниципалитета.

Ключевые слова: анализ целевых групп, стратегия развития муниципального образования, степень удовлетворенности потребителей и целевых групп, стратегическая важность, перспективные направления развития.

Для цитирования: Кузминых Ю.В. Анализ потребностей и степени их удовлетворения для целевых групп как основа стратегического плана развития территории. Путеводитель предпринимателя. 2023. Т. 16. № 4. С. 99–104. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2023-16-4-99-104>.

Analysis of needs and the degree of their satisfaction for target groups as the basis of a strategic plan for the development of the territory

Yu. V. Kuzminykh

*Dr. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
july_lta@rambler.ru*

*Accounting and audit department,
Saint-Petersburg State Marine Technical University,
St. Petersburg, Russia*

Abstract: The work has been evaluated the needs of the target groups of the municipality in order to select promising areas of development to develop the most effective strategy for the development of the territory. The article also presents a mechanism for analyzing the identification of needs and the degree of customer satisfaction by ranking levels by the method of expert assessments. It is determined that the proposed methodology for determining the needs of target groups in the municipality in practical implementation should become the basis for the formation of a strategic plan for the development of the municipality

Keywords: analysis of target groups, development strategy of the municipality, degree of satisfaction of consumers and target groups, strategic importance, promising directions of development.

For citation: Kuzminykh Yu. V. Analysis of needs and the degree of their satisfaction for target groups as the basis of a strategic plan for the development of the territory. Entrepreneur's Guide. 2023. T. 16. № 4. P. 99–104. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2023-16-4-99-104>.

Целью данной статьи является выбор перспективных направлений развития муниципального образования, основанных на выявлении ключевых точек роста на основе анализа потребностей целевых групп муниципального образования. При проведении анализа целевых групп муниципального образования используется метод экспертных оценок с ранжированием потребностей и степени удовлетворенности потребителей. Определив факторы и основные потребности, упитывающиеся при оценке развития муниципалитета, а также возможность воздействия на них со стороны муниципалитета, были определены основные критерии развития. Данные показатели иллюстрирует агрегированный подход к анализу потребностей целевых групп муниципального образования, а также могут использоваться при разработке эффективной стратегии развития муниципального образования¹.

Стратегический анализ потребностей целевых групп включает в себя основные критерии степени удовлетворенности и стратегической важности для территории, определяемые экспертным путем с уровнем ранга от 1 до 10, показатель, анализирующий управленческое воздействие, которое определяется как примерная оценка по критерию: низкая, высокая, средняя.

При проведении для анализа потребностей целевой группы «население» рассматриваются следующие потребности:

1. Обеспеченность рабочими местами.
2. Здравоохранение.
3. Образование.
4. Доступность жилья.
5. Уровень коммуникации.
6. Уровень коммунального обслуживания.
7. Инфраструктура, общественный транспорт.
8. Безопасность жизнедеятельности, экология.
9. Отдых, досуг.

Основными критериями для показателя удовлетворения потребностей целевой группы «население» будет являться:

1. Уровень средней ЗП.
2. Диспансеризация, больницы, поликлиники.
3. Образовательные учреждения.
4. Обеспеченность жильем, муниципальная очередь, доступность приобретения.
5. Качество и уровень обслуживания.
6. Цены, качество, уровень сервиса.
7. Обеспечение транспортом всех районов, количество рейсов, загруженность, цены на проезд.
8. Уровень загрязненности, близость вредных производств, криминализация общества.
9. Наличие культурно-развлекательных и доступность досуговых учреждений.

Полученные результаты необходимо представить в виде таблицы 1.

Таблица 1

Критерии показателей удовлетворения потребностей для целевой группы²

Потребности	Степень удовлетворенности	Возможность влияния на показатель со стороны муниципалитета	Критериями для показателя удовлетворения потребностей	Стратегическая важность для территории
1.				
2. и т.д.				

¹ Официальный сайт Центра стратегических разработок. — URL: <https://www.csr.ru/>.

² Н.А. Кудрова Совершенствование инструментария оценки территорий на основе внедрения матричного подхода с использованием рейтинговой оценки целевых групп. Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. 2019. № 1 (69).

В статье проведен анализ целевых групп, который позволил использовать показатели зависимости потребностей целевой группы и степени ее удовлетворения для выбора приоритетных направлений развития муниципального образования. В таблице 2 представлена зависимость потребностей и степени ее удовлетворения для целевых групп, которая формирует матрицу влияния для различных целевых групп. Использование данной матрицы позволяет наглядно увидеть зависимость наиболее важных стратегических направлений развития муниципального образования и степени удовлетворения населения.

Таблица 2

Зависимости потребностей и степени ее удовлетворения для целевых групп ³

Ранги	Степень удовлетворенности	
	X_1	X_3
	X_2	X_4
Важность для развития муниципального образования		

Данную зависимость можно рассматривать для выявления ключевых факторов успеха развития территории, а также для выявления проблемных аспектов, существенно снижающих уровень развития муниципалитета. Например, в качестве положительных моментов можно рассматривать экологию, занятость, связь, а в качестве проблемных — коммунальные услуги, транспорт, здравоохранение. Следовательно, выделяя положительные и проблемные моменты, можно оценить возможность влияния управления муниципалитета. В частности, если из перечисленных проблем возможность влияния муниципалитета по двум из трех расценивается как высокая, то это указывает на то, что ситуацию можно улучшить, определив новые направления развития. Однако, перед руководством муниципального образования всегда ставится вопрос: за счет каких ресурсов решать выявленные проблемы, негативно влияющие на уровень развития муниципального образования и качество жизни населения.

При анализе зависимости потребностей и степени их удовлетворения для целевой группы «хозяйствующие субъекты» рассматриваются следующие потребности:

1. Инфраструктура, в том числе инженерная.
2. Доступность финансовых ресурсов.
3. Режим благоприятствования развития бизнеса.
4. Подготовка и переподготовка квалифицированного персонала.
5. Доступность развития бизнеса (земля, производственные помещения, сети).

Основными критериями для показателя удовлетворения потребностей целевой группы «хозяйствующие субъекты» будет являться:

1. Наличие и качество транспортной инфраструктуры.
2. Банки, инвестиционные фонды, целевые программы.
3. Муниципальные программы поддержки бизнеса.
4. Образовательные программы, в том числе профессиональные.
5. Стоимость аренды земель, наличие и стоимость сооружений различного назначения, состояние инфраструктуры.

При проведении анализа потребностей целевой группы «внешние инвесторы» рассматриваются следующие потребности:

1. Наличие высокодоходных объектов для инвестирования.
2. Структура поддержки бизнеса.
3. Наличие наукоемких отраслей и технологий.
4. Недвижимость (земля, здания, производственные мощности).
5. Финансовые институты.

³ Н.А. Кудрова, М.М. Ангеловский. Интегрированная социально-экономическая система с использованием мотивационной модели. Путеводитель предпринимателя. 2013. № 20.

Основными критериями для показателя удовлетворения потребностей целевой группы «внешние инвесторы» будет являться:

1. Земельные и другие ресурсы, наличие производственных предприятий.
2. Государственные и муниципальные программы.
3. Инновационные и наукоемкие производства.
4. Инфраструктура, коммуникации.
5. Банки и финансовые организации.

Для выявления необходимых ресурсов необходимых для развития муниципального образования, определяем потребности других заинтересованных субъектов. Целевые группы могут быть различны и число их не ограничено.

При определении потребностей дополнительных целевых групп выявлено, что ряд потребностей (например, инженерная инфраструктура и безопасность) населения являются также потребностями хозяйствующих субъектов и др. Так, например, решение вопроса занятости населения всегда тесно связано с развитием бизнеса. В долгосрочной перспективе направления развития муниципалитета может быть направлено на использование востребованных ресурсов (к примеру, земельных) или на формирование и развитие новых (в частности, инновационных).

Для выбора направления развития территории и определения базовой стратегии развития муниципалитета можно взять за основу матрицу И. Ансоффа (см. табл. 3).

Таблица 3

Стратегическая матрица И. Ансоффа⁴

РЫНКИ	ПРОДУКТЫ		
		Имеющиеся продукты	Новые продукты
	Имеющиеся рынки	Стратегия проникновения	Стратегия развития продукта
	Новые рынки	Стратегия развития рынка	Стратегия диверсификации

По результатам анализа целевых групп, далее необходимо определить наиболее подходящие стратегии развития муниципального образования, например, стратегия диверсификации и/или стратегия разработки продукта, так как эти стратегии направлены на решение одной из главных задач: повышение инвестиционной и инновационной привлекательности территории, так как инновационные ресурсы интересуют как внутренних, так и для внешних инвесторов.

Следовательно, реализация новых направлений анализа целевых групп муниципального образования может стать ключевым фактором успеха при выборе правильной стратегии развития, а выбранная стратегия послужит основой при формировании плана стратегического развития муниципального образования.

Итак, можно сделать вывод, что план развития муниципального образования можно реализовывать по направлениям, представленным ниже с учетом анализа потребностей целевых групп:

1. Определение и увеличение количества целевых групп, определение их потребностей и проведение рейтинговой оценки позволит выделить направления развития муниципального образования и выявить преимущества.

2. Анализ большого числа целевых групп обеспечит комплексный подход при выборе стратегии развития муниципального образования, направленной на повышение привлекательности территории для внешних и внутренних инвесторов, жителей, предпринимателей и хозяйствующих субъектов.

3. Предлагаемая методика включает рейтинговую оценку, с определением показателей развития для каждой выбранной целевой группы.

⁴ Н.А. Кудрова. Стратегический анализ потребностей целевых групп при оценке конкурентоспособности территории. Экономика и управление. 2017. № 9 (143).

4. Использование матрицы зависимости потребностей целевой группы и степени ее удовлетворения позволит по результатам определить зависимость наиболее важных стратегических направлений развития муниципального образования и степени удовлетворения нужд целевых групп.

5. Предложенная матрица может стать основой при разработке плана стратегического развития муниципалитета.

Представленный в статье подход может послужить основой плана развития муниципального образования.

Список литературы

1. Ghislandi S., Sanderson W., Scherbov S. A Simple Measure of Human Development: the Human Life Indicator. *Population and Development Review*. 2018.
2. Pazhuhan M., Fathi S. Women and strategic urban planning in Tehran: channeling women's social capacity to prepare city development strategies. *GeoJournal*, 2019.
3. Orehov S.A., Nikitskaya E.F., Zhidkova O.N., Angelovskiy M.M., Hachatryan A.Ar. Application of marketing strategy for the municipal education development. *Life Science Journal*. 2014. 11(8) <http://www.lifesciencesite.com>.
4. Wolf M., Söbke H., Wehking F. Mixed Reality Media-Enabled Public Participation in Urban Planning. Jung T., tom Dieck M., Rauschnabel P. (eds) *Augmented Reality and Virtual Reality. Progress in IS*. Springer, Cham, 2020.
5. Ангеловский М.М., Кудрова Н.А. Определение концепции и разработка комплекса развития территорий. *Транспортное дело России*. 2012. № 6.
6. Ангеловский М.М. Маркетинговые стратегии развития муниципального образования, как фактор повышения конкурентоспособности территории. *Транспортное дело России*. 2012. № 6.
7. Бедняков А.С., Миэринь Л.А. Национальные проекты России: проблемы и решения. *Известия Санкт-Петербургского ГЭУ*. 2019.
8. Завгородний А.Ф., Кудрова Н.А., Кузминых Ю.В. Конкурентные преимущества как ведущая отличительная черта эффективного развития экономики страны в период глобализации: монография. Российская таможенная академия. — Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020.
9. Кудрова Н.А. Стратегический анализ потребностей целевых групп при оценке конкурентоспособности территории. *Экономика и управление*. 2017. № 9(143).
10. Кудрова Н.А. Совершенствование инструментария оценки территорий на основе внедрения матричного подхода с использованием рейтинговой оценки целевых групп. *Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии*. 2019. № 1(69).
11. Кудрова Н.А., Ангеловский М.М. Интегрированная социально-экономическая система с использованием мотивационной модели. *Путеводитель предпринимателя*. 2013. № 20.
12. Комплексный анализ в разработке стратегии региона: монография / Под редакцией Ю. Н. Лапыгина. — Владимир: Владимирский филиал РАНХиГС, 2020. 254 с.
13. Кэнзуэл, Д., Сазерленд, Дж. Стратегический менеджмент. Ключевые понятия. — М.: Изд-во Баланс Бизнес Букс, 2005. 440 с. С. 11.
14. Минцберг, Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Апельстрэнд, Дж. Лэмпел. — М.: Книга по Требованию, 2017. 330 с.
15. Мордвинцев А.И. К вопросу развития системы стратегического планирования на муниципальном уровне / А.И. Мордвинцев, Р.С. Дубов. *Парадигмы управления, экономики и права*. 2020. № 2. С. 141–152.

References

1. Ghislandi S., Sanderson W., Scherbov S. A Simple Measure of Human Development: the Human Life Indicator. *Population and Development Review*. 2018.
2. Pazhuhan M., Fathi S. Women and strategic urban planning in Tehran: channeling women's social capacity to prepare city development strategies. *GeoJournal*, 2019.
3. Orehov S.A., Nikitskaya E.F., Zhidkova O.N., Angelovskiy M.M., Hachatryan A.Ar. Application of marketing strategy for the municipal education development. *Life Science Journal*. 2014. 11(8) <http://www.lifesciencesite.com>.
4. Wolf M., Söbke H., Wehking F. Mixed Reality Media-Enabled Public Participation in Urban Planning. Jung T., tom Dieck M., Rauschnabel P. (eds) *Augmented Reality and Virtual Reality. Progress in IS*. Springer, Cham, 2020.

5. Angelovsky M.M., Kudrova N.A. Definition of the concept and development of a complex for the development of territories. *Transport business of Russia*. 2012. No. 6.
6. Angelovsky M.M. Marketing strategies for the development of municipal formations as a factor in increasing the competitiveness of the territory. *Transport business of Russia*. 2012. No. 6.
7. Bednyakov A.S., Mierin L.A. National projects of Russia: problems and solutions. *Izvestia of the St. Petersburg State University*. 2019.
8. Zavgorodny A.F., Kudrova N.A., Kuzminykh Yu.V. Competitive advantages as the leading distinguishing feature of the effective development of the country's economy in the period of globalization: monograph. Russian Customs Academy. — Saint Petersburg: Publishing House Saint Petersburg State University of Economics, 2020.
9. Kudrova N.A. Strategic analysis of the needs of target groups when assessing the competitiveness of a territory. *Economics and management*. 2017. No. 9 (143).
10. Kudrova N.A. Improving the tools for assessing territories based on the introduction of a matrix approach using rating assessment of target groups. *Scientific Notes of St. Petersburg named after V.B. Bobkov branch of the Russian Customs Academy*. 2019. No. 1 (69).
11. Kudrova N.A., Angelovsky M.M. Integrated socio-economic system using a motivational model. *Entrepreneur's Guide*. 2013. No. 20.
12. Complex analysis in the development of the strategy of the region: monograph / Edited by Yu.N. Lapygin. — Vladimir: Vladimir branch of RANEPa, 2020. 254 p.
13. Kanuel D., Sutherland, J. Strategic Management. Key concepts. — M.: Publishing house Balance Business Books, 2005. 440 p. P. 11.
14. Mintsberg, G. Schools of Strategies / G. Mintsberg, B. Apstrand, J. Lampel. — M.: Book on Demand, 2017. 330 p.
15. Mordvintsev, A.I. On the development of the strategic planning system at the municipal level / A.I. Mordvintsev, R.S. Dubov. *Paradigms of management, economics and law*. 2020. № 2. С. 141–152.