

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА»  
(САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)

*М.О. СКИВКО*

## АНАЛИЗ РЫНКА ГЛОБАЛЬНЫХ ТРЕНДОВ

Рекомендовано редакционно-издательским советом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева» в качестве учебного пособия для обучающихся по основной образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика

САМАРА  
Издательство Самарского университета  
2021

УДК 338(075)  
ББК 65.422я7  
С429

Рецензенты: канд. социол. наук М. А. Колмыкова,  
канд. социол. наук Д. В. Прохоров

*Скирко, Мария Олеговна*

**С429** Анализ рынка глобальных трендов : учебное пособие /  
М.О. Скирко. – Самара : Издательство Самарского  
университета, 2021. – 60 с.: ил.

**ISBN 978-5-7883-1607-9**

Учебное пособие соответствует требованиям федерального образовательного стандарта магистратуры по направлению 38.04.01 Экономика. В пособии представлены цели и задачи, содержание курса, основные формы учебной работы, описаны основные темы по анализу трендов и методы исследования. Также учебное пособие содержит полезную информацию для самостоятельного изучения темы и вопросы для самоконтроля.

Предназначено для магистрантов Института экономики и менеджмента.

Подготовлено на кафедре социальных систем и права.

УДК 338(075)  
ББК 65.422я7

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	4
Введение.....	5
Структура курса.....	8
Актуальность .....	10
Тема 1. Что такое тренд?.....	12
Тема 2. Глобальные тренды .....	16
Тема 3. Прогнозирование трендов .....	21
Тема 4. Будущее трендов.....	27
Рекомендации к выполнению практических заданий .....	30
Рекомендации к выполнению контролируемых аудиторных самостоятельных работ .....	40
Заключение.....	44
Темы для самостоятельного изучения .....	46
Вопросы для самоконтроля .....	47
Глоссарий .....	49
Библиографический список .....	52
Список полезных онлайн-ресурсов .....	57

## **ПРЕДИСЛОВИЕ**

Учебное пособие разработано специально для одноименного курса «Анализ рынка глобальных трендов» для магистратуры высшей школы. В данном учебном пособии представлены основные темы для изучения трендов, а также описаны ключевые методы для исследований трендов. Также оно содержит список литературы и онлайн-источников для самостоятельного углубленного изучения предмета. Глоссарий по основным терминам курса позволяет детально разобраться в ключевых понятиях по курсу.

Пособие включает темы для самостоятельного изучения особенностей анализа глобальных трендов. С помощью вопросов для самоконтроля студентам дается возможность проверить свои знания по данному предмету и при необходимости повторить или углубиться в ту или иную тематику.

Учебное пособие было разработано в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования. Оно отражает структуру и принципы построения одноименного курса и систематизирует основные этапы изучения и анализа рынка глобальных трендов.

## **ВВЕДЕНИЕ**

Курс «Анализ рынка глобальных трендов» разработан для того, чтобы успешно использовать как теоретические знания об особенностях глобальных трендов, так и практические навыки для изучения и анализа трендов на конкретных отраслевых рынках. Успешное прохождение курса позволит студентам применять знания об анализе глобальных трендов как в исследовательской, так и в прикладной сферах деятельности.

Основной целью курса является формирование теоретического и практического фундамента для анализа и интерпретации существующих трендов в менеджменте, маркетинге, социальной теории и концепции устойчивого развития, а также для реализации проектов по социальному прогнозированию и мониторингу. Учебное пособие предлагает для использования оригинальную схему анализа трендов, основанную на оценке и интерпретации тренда и его ценности.

Основными задачами курса являются: приобретение необходимых навыков для разработки плана анализа трендов, выявления способов интерпретации данных, представления результатов (например, в виде научного комментария, отчета, аналитического обзора); приобретение необходимых теоретических знаний для практического применения методов социального исследования с целью построения прогноза будущих тенденций.

В структуру курса входят следующие этапы:

- 1) изучить актуальные кейсы по глобальным трендам на отраслевых рынках;
- 2) разработать план исследования;

3) научиться интерпретировать тренды по предлагаемой схеме анализа;

4) научиться составлять прогнозы трендов с помощью выбранной методики прогнозирования;

5) уметь представлять результаты исследования.

Данный курс также нацелен на развитие следующих компетенций и навыков. Во-первых, способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой. На данном этапе необходимо владеть специализированными теоретическими данными и практическими навыками, служащими основой для разработки программы исследования, определения целей и задач исследования, а также обоснования методов и методик. В соответствии с теоретическими знаниями важно уметь разрабатывать программу исследования (включая определение проблемы, цели, задач и методов исследования), а также анализировать основную концепцию тренда, его ценностную установку для обоснования проблемы исследования. Помимо этого, студентам нужно владеть навыками разработки плана исследования, формирования ценностных установок тренда, его интерпретации. Кроме этого, студенты должны различать микро-, макро- и мегатренды, а также уметь обосновывать поиск и выбор методов исследования тренда.

Во-вторых, значимой компетенцией по данной тематике является способность представлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде научной статьи или доклада. Для этого необходимо знать основные формы представления результатов научного исследования (научный комментарий, аналитический обзор, анализ перспектив, неформальный/творческий научный обзор, сравнительный анализ, доклад, презентация). Помимо этого нужно уметь создавать презентации для представления того или иного результата научной деятельности. Также студенты должны владеть навыками письменного и устного комментария,

создания визуального представления информации, а также написания краткого или развернутого научного доклада.

В-третьих, такая компетенция как способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках является не менее значимой для практического применения результатов исследования. Для этого студенты должны владеть специализированными теоретическими и практическими знаниями о рынках трендов в менеджменте, маркетинге, социальной теории и теории устойчивого развития. Также студенты должны уметь проводить мониторинг развития или перспектив развития определенного тренда на рынке с помощью исследования как теоретической базы, так и практических кейсов. Студентам необходимо владеть навыками поиска и подбора информации по конкретной тематике для последующего содержательного анализа и выявления ценностных установок тренда на конкретном рынке, а также иметь опыт поиска научной литературы в оффлайн- и онлайн-ресурсах.

## СТРУКТУРА КУРСА

В структуру данного курса входят как традиционные, так и активные и интерактивные виды работ. Помимо этого, предусмотрено самостоятельное изучение отдельных тем и контрольные работы по пройденному материалу. Следующие темы лекционных занятий входят в состав курса:

1. Анализ рынка глобальных трендов: определение тренда, понятие тренд-аналитики; тренды и анализ модной индустрии, разбор кейсов актуальных трендов в модной индустрии (2 часа).

2. Глобальные тренды и структура рынка: концепция диффузии инноваций; схема структуры глобального рынка; примеры и анализ глобальных трендов на рынке труда, в социальной структуре общества, на уровне конкретного индивида, в концепциях развития городов и городской экономики (2 часа).

3. Как прогнозировать тренды? Разбор методов социального проектирования, социального прогнозирования, методик форсайт-исследований; особенности и отличия основных методов для построения прогнозов (2 часа).

4. Мониторинг и визионерство: способы научного предсказания будущих трендов; организация процесса мониторинга трендов; построение сценариев и разработки дорожных карт (2 часа).

Практические занятия также включают в себя традиционные и активные и интерактивные виды работ по следующим темам:

1. Анализ и интерпретация трендов; способы представления научной информации (краткий комментарий, развернутый комментарий, анализ характеристик, анализ перспектив, анализ взаимосвязей рынков) (10 часов).

2. Изучение возможностей и методов научного исследования трендов: форсайт-технологии, методы, долгосрочные прогнозы; работа с научными статьями, ответы на вопросы (6 часов).

3. Разработка дорожных карт и применение мониторинга трендов с целью представления информации в виде научного доклада и научной аналитической статьи (4 часа).

Контролируемые аудиторные самостоятельные работы включают в себя самостоятельную проработку студентами следующих тематических блоков:

1. Закрепление навыков по анализу, интерпретации представления данных: написание краткого аналитического обзора и сравнительного анализа трендов (4 часа).

2. Закрепление материала по теоретическим концептам в методах исследования трендов: работа с научной статьей и ответы на вопросы (2 часа).

3. Разработка прогноза развития тренда в виде стратегии развития бизнеса по предложенному кейсу (2 часа).

## АКТУАЛЬНОСТЬ

Сегодня в мире быстро меняющихся социальных изменений, развития цифровых технологий и интенсивных медиакоммуникаций сложно справиться с большими объемами информации, поступающей регулярно из разных источников. Как для потока повседневной информации, так и для научных исследований необходимы эффективные инструменты для того, чтобы отфильтровать и выбрать соответствующие значимые информационные сообщения и проблемы. Таким образом, возникает необходимость в аналитическом подходе для работы с информационными сообщениями, а также для определения и обозначения основных тем, идей и ценностей. Предлагаемая в данном учебном пособии схема анализа трендов призвана продемонстрировать один из способов анализа современных тенденций. Данная схема может быть определена как значимая и актуальная благодаря ориентации на современную ситуацию с тенденциями и трендами, которые охватывают, в частности, области менеджмента, маркетинга, социальной теории и концепцию устойчивого развития.

Предлагаемая схема, во-первых, подходит для студентов и их исследовательских проектов. Это облегчает процесс обучения, показывая практические ключи для исследования данных. Схема позволяет студентам самостоятельно работать с данными и способствует развитию таких важных навыков, как критическое мышление и творческий подход.

Во-вторых, предлагаемая схема анализа трендов может быть полезна исследователям. С одной стороны, в качестве подготовительной части для комплексного исследования, на этапе сбора дан-

ных, исследования проблемного поля. С другой стороны, данная схема может стать основой для независимого исследовательского проекта, где необходимы поиск и изучение современных тенденций в определенной области исследований.

В-третьих, в системе образования необходимо разработать и предоставить студентам способы и стратегии для работы с информационными базами данных, определения основных тенденций и трендов и умения их интерпретировать. Поэтому предлагаемая схема может стать для преподавателей полезным инструментом, применяемым в различных университетских дисциплинах.

## Тема 1

# ЧТО ТАКОЕ ТРЕНД?

Процесс поиска, анализа и интерпретации трендов связан, с одной стороны, с научными исследованиями, с другой стороны, может рассматриваться как часть бизнес-стратегий. Под трендом понимается некая тенденция, влияющая на стиль жизни общества, на способы социального взаимодействия, научно-технологический прогресс, политическую и экономическую жизнь общества. Также тренд может означать свойство, порядок изменений и состояние паттерна.

Следует различать определения тренда в различных дисциплинах. Так, тренд в моде означает краткосрочную и периодически повторяющуюся тенденцию. Например, тренд в Сети определяется как увеличение числа поисковых запросов на определенную тему. Наконец, тренд в экономике определяет движение показателей в долгосрочной перспективе.

Обычно выделяют 3 типа трендов относительно охвата и порядка изменений: микротренд, макротренд и мегатренд. Под микротрендом понимается незначительное явление, событие, предмет, имеющий значимость на непродолжительный период времени и чаще для какой-то конкретной социальной группы.

Примером для аналитических исследований могут служить тренды на ресурсе GoogleTrends. Примером из повседневности могут являться тренды на популярные напитки в кафе (зеленый чай, имбирный чай, облепиховый чай и др.).

Макротренд обозначает совокупность микротрендов, которые сохраняют актуальность в течение длительного периода времени и распространены среди множества социальных групп/повсеместно.

Примером для аналитических исследований может служить тренд на бизнес-коммуникацию через социальные сети (создание бизнес-профиля организации в социальной сети, осуществление продаж и рекламы, общение с клиентами и др.). Примером из повседневности может служить быстрое развитие тренда на Instagram-общение как для молодежи, так и для других социальных и возрастных групп.

Мегатренд представляет собой сложный комплексный процесс, который охватывает все общественные процессы и имеет на них значимое влияние.

Примером для аналитических исследований может служить социальная сеть Facebook, которая переросла из университетской частной социальной сети в глобальную социальную платформу, объединяющую людей по всему миру. Как часть повседневной коммуникации, Facebook расширил свои функции до создания сообществ по интересам, бизнес-площадок и агрегаторов продаж, что отражает мегатренд взаимодействия и универсальности систем коммуникации.

Важной характеристикой трендов является привязка к временной перспективе. Любой тренд можно отнести к одной из временных перспектив – краткосрочной, среднесрочной или долгосрочной. Соответственно, тренд всегда относится к прошлому, будущему или настоящему. Это важно учитывать при поиске, анализе и интерпретации трендов. Если изучается тренд из прошлого, то необходимо проанализировать, является ли его ценность все еще актуальной, есть ли отражение тренда из прошлого в настоящем. Если изучается тренд будущего, то необходимо знать и учитывать, как прогнозировать развитие текущей ситуации с учетом прошлого опыта и данных настоящего. Если рассматривается тренд настоящего, то имеет смысл искать аналоги в прошлом и прогнозировать его потенциальное развитие в будущем.

Рохит Бхаргава [1] делает акцент на том, что именно неочевидные тенденции, то есть те, которые непривычным образом описывают настоящее, имеют больше шансов на быстрое развитие и успех. Автор замечает, что такие тенденции чаще создают определенный (новый) потребительский опыт, новую ценность, нежели просто продают продукты. Так, в маркетинге такие тенденции меняют способы коммуникации бренда и потребителя; в свою очередь потребители таких тенденций меняют свои предпочтения и видение себя. В сфере образования неочевидные тенденции могут качественно изменить контент, содержание информации, а также способы и методики обучения. С точки зрения технологического прогресса неочевидные тенденции трансформируют потребительское поведение с помощью новых высокотехнологичных продуктов. Наконец, в бизнесе неочевидные тенденции могут привести к формированию новых бизнес-моделей (стартапы) и, соответственно, к изменениям на рынке труда.

Модные тренды охватывают различные области жизни человека. Индустрия моды работает по принципу быстрой генерации идей для создания множества коллекций в год. Мода циклична, старые тренды часто возвращаются в новом прочтении. Мода также ориентируется на субкультуры, то есть на те тренды, которые актуальны для определенных социальных групп.

Для определения модных трендов индустрия моды использует как официальные, так и неофициальные источники. К первым можно отнести прогнозы трендсеттеров (от англ. trendsetter – тот, кто задает тренды) и предсказателей трендов (от англ. trend forecast – прогноз трендов), эскизы, мудборды (от англ. moodboard – доска для вдохновения) и трендбуки (от англ. trend book – подборка трендов) дизайнеров. Ко вторым относят образы уличной моды, визуальный контент из социальных сетей, а также модные образы представителей субкультур. Помимо этого, в расчет идет анализ

потребительского поведения, социальные, культурные, политические и экономические процессы в том или ином обществе.

Модные прогнозы также основываются на временной перспективе и делятся на краткосрочные и долгосрочные.

При анализе трендов, в том числе и в модной индустрии, важно учитывать различия в географии, гендерных стереотипах, потребностях, социальных и культурных ценностях.

Существует три основных типа тренд-аналитик в моде:

- англосаксонская;
- французская;
- смешанная.

Кто такой тренд-аналитик? Специалист, который умеет думать и анализировать, выявлять из массы значимые тенденции, определять и категоризировать различные тренды согласно их ценности, контексту и содержанию, а также давать рекомендации, составлять прогнозы и аналитику на развитие тех или иных трендов.

## Тема 2

### ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ

При анализе трендов, как глобальных, так и локальных, необходимо учитывать тот факт, что общество по-разному воспринимает новое и с разной скоростью и степенью готовности адаптирует новые идеи. В 1903 году французский социолог Габриэль Тард заявил, что общество воспринимает инновации и тенденции неодинаково. В 1943 году американские социологи Нейл Гросс и Брюс Райан применили кривую Гаусса для изучения модели восприятия обществом инноваций на примере распространения новых сортов гибридных зерен среди фермеров штата Айова. Итогом этого исследования стала схема восприятия нового по группам, приведенная ниже.

Поскольку любое общество состоит из разных социальных групп и слоев, среди которых есть как консерваторы, так и новаторы, можно выделить следующие типы восприятия нового в обществе:

1. Новаторы (2,5%) – люди, полагающиеся на интуицию, интересующиеся новинками и стремящиеся их попробовать первыми.

2. Ранние последователи (13,5%) – социальные лидеры, учитывающие определенные риски в познании нового, но достаточно финансово независимые, чтобы рискнуть и попробовать новинку вслед за новаторами.

3. Раннее большинство (34%) – люди, чье главное качество осмотрительность; такие будут ждать опыта предыдущей группы, чтобы понять, стоит или нет пробовать новинку.

4. Отстающие (34%) – люди, отличающиеся традиционными взглядами, не интересующиеся прогрессивными достижениями в той мере, чтобы пробовать что-то новое первыми.

5. Позднее большинство (16%) – люди, скептически настроенные относительно изменений и новинок, чаще обладают низким социальным уровнем и низким достатком, чтобы выходить за рамки бюджета ради новинки.

Отдельно можно выделить группу трендсеттеров, которыми могут выступать как отдельные личности, эксперты в своей области, так и трендовые агентства, организации, занимающиеся поиском и отбором трендов. В индустрии моды, например, трендсеттерами могут выступать модные журналы и модная элита.

В 1962 году американский социолог Эверетт Роджерс в своей книге «Диффузия инноваций» обозначил процесс восприятия изменений именно как «диффузию инноваций». Такой процесс включает в себя нововведения, которые передаются по каналам между членами социальной системы во времени. Таким образом, диффузию инноваций можно определять как коммуникативный процесс, на протяжении которого новая идея или новый продукт принимаются рынком.

Адаптация новых идей или продуктов состоит из следующих этапов:

1. Внимание – именно новаторы чаще обращают внимание на новые тренды и идеи.

2. Интерес – группа из категории ранних последователей традиционно проявляет интерес к тем новым трендам и идеям, на которое обратили внимание новаторы.

3. Оценка – представители группы раннего большинства оценивают новый тренд или идею и выносят свое решение для остальных.

4. Проверка – группы отстающих обычно ждет такого вердикта от раннего большинства, чтобы начать опробовать новый тренд на практике.

5. Подтверждение/принятие – группе позднего большинства остается только принять новый тренд как данность.

Итак, оригинальная схема для анализа трендов, представленная ниже, объясняет структуру глобального рынка. Основная идея заключается в определении среди огромного объема доступной информации соответствующих трендов и тенденций. Данную схему можно применять к любой текстовой информации, особенно на онлайн-ресурсах, которые отражают современные тенденции в различных областях социальной, культурной, экономической, политической жизни. Такая информация может быть представлена как в форме тематических баз данных, так и на различных информационных онлайн-платформах.

Исходная схема состоит из 4 основных элементов:

1. Проблема – источник информации описывает «проблему», существующую в определенной сфере жизни, или проблемную ситуацию (необязательно негативную), которая требует решения. Этот источник представляет проблему как некую потребность общества в некотором решении. Например, проблема негативного воздействия работы фабрик на глобальную экологическую обстановку, что сопровождается ухудшением качества воздуха, воды, нарушением экосистем, загрязнением водоемов и др. Различные онлайн-ресурсы могут описать данную ситуацию как актуальные новости, сравнительный анализ с ситуацией из прошлого (по принципу было – стало) или как прогноз относительно текущих условий экологической ситуации (по принципу сейчас – завтра).

2. Ответ – источник информации может предложить или описать возможный «ответ» или решение для обозначенной проблемы. Например (продолжая вышеупомянутый случай с экологией и промышленностью), решением для улучшения экологической ситуации может стать внедрение высоких технологий на производстве, направленных на снижение негативного воздействия на окружающую среду за счет использования современных техноло-

гических достижений (производство чистой энергии в виде солнечной или ветровой энергии, сокращение потребление энергии за счет более эффективных устройств, управления ливневыми стоками и т.д.). Такой ответ может быть представлен в виде рекламы каких-либо технических новинок, репортажа с конкретного объекта, истории успеха (каким образом предприятие использовало технические достижения и каких результатов добилось), в виде бизнес-кейса, интервью с разработчиком и т.д. Возможно также рассматривать преимущества и ограничения предполагаемого ответа, оценивать потенциал и трудности применения на конкретном рынке.

3. Тренд – на примере подобных «проблем» и «ответов» можно определять тренды или тенденции для анализа. Тренд выражает определенную потребность в изменениях, инновациях, акцентирует внимание на конкретной проблеме и предлагает возможное развитие ситуации, улучшение условий или решение вопроса. Как уже было обозначено выше, некоторые тенденции могут быть кратковременными, другие останутся в долгосрочной перспективе. Одни тренды могут влиять на местном уровне, другие станут всемирно значимыми. На примере воздействия промышленного производства на окружающую среду можно определить направление новых высоких технологий. В данном примере использование альтернативных источников и новых технологий является тем трендом, который может использоваться локально, но приведет к глобальным изменениям, имеет перспективу для развития и повсеместного внедрения на предприятиях.

4. Ценность – любой тренд выражает некоторые значимые ценности, установки, идеи, которые актуальны на данный момент при определенных обстоятельствах. Например, развитие и внедрение высоких технологий, направленных на снижение негативного воздействия на окружающую среду, выражает ценность изменения перспективы в использовании природных ресурсов, ценность пе-

решения отношений человека и природы, развития и популяризации идеи бережливого потребления. Поскольку люди в своей деятельности и повседневной жизни полностью зависят от природных ресурсов, в ситуации глобальных экологических проблем необходимо и значимо использовать их осознанно и запланировано.

Таким образом, для поиска и анализа тренда необходимо четко обозначать две очевидные точки (проблема и ответ) и две неопределенные точки, чтобы назвать и уточнить их (как тренд и значение).

### Тема 3

## ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ТРЕНДОВ

Прежде чем приступать к изучению методов прогнозирования трендов, следует разобраться в основных понятиях по данной тематике.

Проектирование – форма опережающего отражения действительности, создание прообраза, прототипа объекта, явления, процесса с помощью специальных методов. Целью проектирования является реализация одного из вариантов преобразования действительности.

Один из видов проектирования – социальное; означает предвидение в период длительных изменений в социуме, в период наращивания кризисных, неопределенных, нелинейных тенденций функционирования социальных институтов. Также под социальным проектированием понимают форму футурологии как специфического изменения времени.

Изначально социальное проектирование развивалось как функциональный тренд из философии и социологии. С XIX века появляется фокус на человеческий фактор, научные знания и научный прогресс. Целью социального проектирования становится выявление цепочек причинно-следственных связей. В XX веке к социальному проектированию добавляется прогнозная функция из социологии, когда исследуются альтернативные пути развития общества. С конца XX века социальное проектирование понимается как метод научного предвидения для анализа поля перспективных возможностей.

Как футурологический тренд, социальное проектирование изучает дискурс познаваемости или непознаваемости, различные контексты. В 1972 году в рамках доклада Римского клуба под названием «Пределы роста» используется один из методов социального проектирования, экстраполяция, для построения проекции возможного будущего. Эпоха постмодерна способствует развитию социального проектирования в силу наличия множества истин, многообразия идей и ускорения их развития.

Как методологический тренд, социальное проектирование делится на проблемно-ориентированное, объектно-ориентированное, проблемно-целевое, субъектно-ориентированное.

Основные методы, которые использует социальное проектирование: матрица идей, вживание в роль, аналогия, ассоциация, приспособление, модификация, реорганизация, мозговой штурм, синектика.

Прогнозирование, по Тощенко [25], это определение вариантов развития и оптимальных способов решения задач.

Выделяют несколько типов прогнозирования:

1. Предчувствие (предвосхищение) как психофизиологическое, биологическое явление.

2. Предугадывание (сложное предвосхищение) как вид интеллектуальной деятельности, размышление.

3. Научное предвидение как логический вывод из закономерностей развития определенного природного или общественного явления, когда известны причины его зарождения, функционирования, алгоритмы.

4. Социальное предвидение как описательная (дескриптивная) форма относительно достоверного выражения возможных состояний будущего.

Социальное прогнозирование – совокупность методов для выявления механизмов влияния прошлого на будущее с помощью социальных механизмов, передающих накопленную информа-

цию, знания и социальные практики через поколения. Также здесь понимается логическая конкретизация социального предвидения.

Социальное прогнозирование изучает исторический характер социально-экономической деятельности и исследует главным образом ее результат.

Особенностями социального прогнозирования являются:

- 1) сложность проведения социальных экспериментов для исторических реконструкций;
- 2) ограниченность знаний во времени;
- 3) «эффект наблюдателя» или влияние исследователя на результаты;
- 4) неоднозначность терминологии.

Для социального прогнозирования необходим междисциплинарный подход. В этом случае необходимо учитывать влияние каждой отдельной дисциплины на результат и степень усложнения проблемного поля.

Основное отличие прогноза от предвидения в том, что предвидение определяет возможность достижения цели, а прогноз обозначает несколько вариантов для достижения этой цели.

Основные функции социального прогнозирования:

- 1) выявление тенденций;
- 2) выявление альтернатив развития;
- 3) оценка хода и последствий;
- 4) реализация управленческих решений.

Прогнозы могут подразделяться:

***по конечной цели***

- 1) поисковые (ответ на вопрос, что произойдет при условии сохранения тенденций);
- 2) нормативные (определение путей и сроков достижения желаемых состояний объектов, процессов, явлений).

***по сроку***

- 1) краткосрочные (до 1 года);
- 2) среднесрочные (от 3 до 5 лет);
- 3) долгосрочные (от 10 лет и больше).

***по характеру, охвату***

- 1) функциональные (один из компонентов);
- 2) комплексные.

Процедуры прогнозирования:

- 1) предпрогноз (объект, предмет, проблема, цели, задачи, структуры, гипотезы, время, методы);
- 2) построение базовой модели (тенденции динамики в ретроспективе, модель прогнозного фона);
- 3) поисковая разработка параметров базовой модели;
- 4) нормативная разработка параметров базовой модели;
- 5) верификация данных.

Методы в прогнозировании:

- 1) экстраполяция (построение динамических рядов показателей прогнозируемого процесса);
- 2) экспертные методы (аналитическая записка, круглый стол, экспертная оценка, метод Дельфи);
- 3) морфологический синтез (систематическая информация по всем параметрам проблемы);
- 4) прогнозные сценарии;
- 5) моделирование (альтернативы развития).

Социальное планирование – теории и практики планирования социальных и экономических процессов; научно-обоснованное определение целей, показателей, заданий развития социальных процессов и средства их претворения в жизнь.

Социальное программирование – составление программы, включающей в себя цель и совокупность действий по решению проблемы.

Отдельное внимание в данном курсе уделяется форсайт-исследованиям. Форсайт-исследования – это способ формирования будущего; специальные программы, направленные на исследования приоритетных областей науки и технологий.

В США форсайт-исследования появились в 1950-х годах, в Японии в 1970-х гг., в странах Евросоюза в 1980-х гг.; с 1990-х гг. используются повсеместно.

Форсайт обозначает систему методов экспертной оценки стратегических направлений социально-экономического и инновационного развития, выявления технологических прорывов, способных оказать значимое воздействие на общество. Этапы делятся на определение будущего, создание образа, определение стратегий.

Форсайт включает в себя обязательное сотрудничество бизнеса, науки, государственных институтов и гражданского общества.

Стадии форсайта:

- технологический форсайт (научно-техническая сфера);
- рыночно-ориентированный форсайт (стратегии в бизнесе);
- социально-экономический форсайт.

Общее с прогнозированием:

- учет объективных тенденций;
- использование методов прогнозирования (метод Дельфи, сценарии, экспертные оценки, определение критических технологий).

Отличия от прогнозирования:

- вовлечение бизнеса, науки, власти, общественности;
- развитие сотрудничества и кооперации;
- варианты действий в зависимости от видения, использование элементов активного влияния на будущее.

Технологии форсайта:

- 1) выбор целевой установки;

- 2) сопоставление результатов прогноза с экспертно-установленными результатами;
- 3) оценка потенциальной выгоды;
- 4) обсуждение результатов прогнозирования;
- 5) выбор приоритетов в задачах.

Методы форсайт-исследований:

- 1) метод Дельфи (1953, Хелмер);
- 2) сценирование;
- 3) технологические дорожные карты (визуальное представление плана-сценария);
- 4) технологический пакет (совокупность технологий).

В форсайт-исследованиях также используются прочие методы: обзор литературы, экстраполяция трендов (вычисление прогнозных значений неких количественных характеристик при помощи построения временных рядов (математическая статистика), «мягкие методы» экспертных оценок), фьючерные семинары, интервью, анкетирование, наблюдение, эссе, моделирование.

С 1990-х годов в России проводятся форсайт-исследования. Идет подготовка первого национального перечня критических технологий. С 2009 года определение ключевых технологических областей для пользы экономики и общества. В январе 2012 года прошла вторая сессия гражданской инициативы «Форсайт Россия» для внедрения и развития форсайта в регионах страны и для формирования тезисов политико-экономической стратегии. Тем не менее на сегодняшний день нет достаточно разработанного механизма формирования научно-технологических приоритетов.

Международный научно-образовательный Форсайт-центр от НИУ ВШЭ (с 2006 г.) занимается проблемами средне- и долгосрочного прогнозирования экономического и социального развития, определяет приоритеты развития. Также центр осуществляет реализацию проектов, развитие и распространение форсайт-методологии, проводит консалтинг и обучение.

## Тема 4

### БУДУЩЕЕ ТРЕНДОВ

Мониторинг – отслеживание, наблюдение за процессом, явлением с целью выявления его соответствия желаемым результатам; систематическая диагностика ситуации с помощью системы индикаторов. Также под мониторингом понимается система оповещения об изменениях. Это и наука, и практика.

Впервые мониторинг применили в почвоведении и экологии; сегодня его применяют в биологии, социологии, педагогике, экономике, психологии, теории управления.

В экологии под мониторингом понимается непрерывное слежение за состоянием окружающей среды с целью предупреждения нежелательных отклонений; включает наблюдение и предупреждение.

В социологии мониторинг означает систему регулярного измерения изменений, происходящих в обществе или социальных группах, при условии регулярного применения одних и тех же принципов выборки, одного и того же инструментария.

Мониторинг результатов изучает формальные результаты (сценарии, дорожные карты, обзоры), готовит рекомендации и осуществление преобразований.

Организации для мониторинга:

1. Международные организации.

Примеры: Европейская комиссия, сборник *European forward-looking activities* (EU, 2001).

European Foresight Platform, платформа для обмена знаниями о форсайте, прогнозах, исследованиях будущего.

Римский клуб – международная общественная организация, созданная в 1968 году Аурелио Печчеи и объединяющая представителей мировой политики, финансов, культурной и научной элиты. Проводит исследования о развитии биосферы, отношения человека и природы, социально-экономических проблем.

В 1972 году в докладе Римскому клубу под названием «Пределы роста» были представлены результаты моделирования человеческой популяции и исчерпаемых природных ресурсов; также были обозначены пределы экономического и демографического роста человеческой цивилизации в условиях постепенно истощающихся природных ресурсов. Были использованы математические модели и сценарии: 9 переменных и 12 сценариев, 5 из которых были пессимистичны.

В 1992 году была представлена книга «За пределами роста», которая обозначала скорректированные сценарии развития будущего за 20 лет.

В 2004 году вышла книга «Пределы роста. 30 лет спустя», в которой было обозначено, что потребление ископаемых энергоресурсов выросло приблизительно в 10 раз, а население увеличилось приблизительно в 2,5 раза. Таким образом, с 1990-х годов человечество превысило пределы самоподдержания экосистемы.

2. Национальные правительственные исследовательские центры.

Пример: RAND (Research and Development), американская некоммерческая организация, стратегический исследовательский центр. Именно здесь был впервые использован метод Дельфи.

3. Университеты, научные центры.

Пример: Fraunhofer Gesellschaft, институт прикладных исследований с ориентиром на немецкую экономику и немецкий рынок.

4. Компании.

Пример: Microsoft, Shell

5. Консалтинговые агентства.

Пример: TrendHunter.

В 1930 году Герберт Уэллс в интервью для канала BBC впервые заявил о новой профессии «профессор предвидения».

Рохит Бхаргава [1] обозначает деятельность «куратора тенденций» как «наилучший способ преобразования бессмысленного в имеющее смысл» (с. 20). По мнению Бхаргава, куратор должен быть достаточно любознательным и наблюдательным, чтобы воспринимать необычные тенденции как значимые и уметь предвидеть их потенциал. Автор также выделяет основные причины недостоверности прогнозов, как, например, отсутствие объективности и креативности исследователя, отсутствие веских доводов или практического применения для выявленного тренда.

У футуролога всегда должен быть интерес к будущему и интерес к футурологии как науке. Футурологи исследуют глобальные проблемы, такие как бедность, голод, демографическая ситуация, экология, конфликты, технологии.

Футурологи чаще всего используют следующие методы: экспертные оценки, экстраполяция, корреляционный анализ, вероятностный анализ, регрессионный анализ, ролевые игры, симуляция.

В философии футурология изучает будущее человеческой цивилизации; в искусстве – человеческие ценности через проекцию; в генетике – исследования человеческого генома.

## РЕКОМЕНДАЦИИ К ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

В основе практических заданий лежат три ключевые задачи:

- отработать способы представления научной информации на примерах анализа и интерпретации трендов в области менеджмента, маркетинга, социальной теории и концепции устойчивого развития;
- закрепить знания о методах научного исследования трендов, а именно форсайт-технологиях и долгосрочных прогнозах с помощью работы с научными статьями;
- изучить возможности применения дорожных карт и мониторинга трендов при подготовке научного доклада и научной аналитической статьи.

Каждый вид задания помогает студентам, во-первых, освоить проблемное поле анализа трендов. Во-вторых, ознакомиться с актуальными обзорами трендов в различных сферах деятельности и получить понимание значимости анализа, интерпретации и мониторинга трендов применительно к конкретной дисциплине или области. В качестве практического материала для анализа используются статьи из отраслевых и научных журналов, отражающие современные тенденции исследований трендов в науке и бизнесе.

**Первый блок**, состоящий из 5 заданий, включает в себя анализ трендов в бизнесе, масс-медиа, социальной системе, сфере потребительских товаров и услуг и области зеленой, устойчивой, экономики. Каждое из заданий включает не только анализ кон-

кретных трендов, но и применение способов представления научной информации в виде краткого и развернутого научных комментариев, составления научного обзора конкретной области, анализа перспектив и анализа взаимосвязей. Такая комбинация задач позволяет студентам одновременно и глубже изучить материал курса, и использовать навыки критического мышления для понимания специфики и направленности различных отраслей.

Задание 1 включает в себя чтение нескольких коротких текстов о современных ключевых трендах (цифровые технологии, цифровизация предприятия, гендерное равенство в бизнесе) и составление краткого комментария по теме анализа трендов с использованием схемы «Проблема-Ответ-Тренд-Ценность». Подборка текстов для чтения включает актуальные статьи из информационно-аналитических и новостных онлайн-источников (Ведомости, РБК, Секрет фирмы, Forbes Russia). Это позволяет студентам изучить многообразие способов описания и анализа трендов, применяемых в средствах массовой информации и на специализированных онлайн-ресурсах по конкретным дисциплинам и областям.

В задании требуется по каждому тексту прописать вышеуказанную схему анализа трендов и дать краткий комментарий по актуальности данного тренда (0,5 страницы А4). Комментарий как форма научного представления информации предполагает описание некоего явления или события с точки зрения критической перспективы; составитель комментария кратко дает описание и оценку событию или явлению. Таким образом, с одной стороны, студент учится анализировать текст с применением схемы анализа, с другой стороны, развивает критическое мышление и пробует высказывать свою точку зрения, интерпретируя тренды касательно перспектив развития.

Задание 2 также включает в себя знакомство с текстами из информационно-аналитических и новостных онлайн-источников

(Seonews, Rusbase) о современных трендах в области масс-медиа (контекстная реклама как инструмент рекламы, социальные сети как инструмент взаимодействия), а также составление развернутого комментария по каждому из текстов касательно интерпретации трендов (1 страница А4). Формат и краткого, и развернутого комментариев достаточно свободный, но имеют значение грамотная аргументация и логическая последовательность. В отличие от краткого, развернутый комментарий предполагает более объемное описание и оценку некоторому событию или явлению, с формулированием подробных аргументов, логических связей, доводов.

Необходимо также применить схему «Проблема-Ответ-Тренд-Ценность». Допустимо соглашаться с авторами статей, давая свое подтверждение описываемым трендам, можно также опровергать и не соглашаться, приводя свои примеры и контраргументы. Желательно ссылаться на некоторые дополнительные источники, приводить ссылки, допустимо использование визуальной информации (инфографика, схемы, таблицы, фотоматериалы). Данное задание предполагает использование студентами дополнительных ресурсов, поиск информации, оценку ситуации, интервью экспертом для составления более полной картины. Студенты в этом случае тренируют навык поиска и работы с различными источниками информации.

Задание 3 предлагает студентам попробовать формат научного обзора в виде составления портрета современника. Анализируемое поле – социальная сфера и поколение Z, миллениалов в частности. В задании предложены тексты по данной тематике из информационно-аналитических и новостных онлайн-источников (РБК Про, Rusbase, Forbes, Секрет фирмы); основной фокус – взаимосвязь поколения Z и рынка труда, социальных сетей, системы ценностей. В задании также представлены примеры составления портрета современника. Студентам предлагается проанализировать запросы современников, представителей своего поколения, относительно

рынка потребительских товаров и услуг, социальных ценностей, ожиданий от работы и личной жизни.

Это задание достаточно креативное, к тому же, студенты могут использовать не только воображение, но и аналитические способности, критическое мышление, учиться высказывать свою точку зрения относительно близкой им по системе ценностей и ожиданий группе. Необходимо учиться оценивать актуальную повестку дня, формулировать собственную позицию по конкретному вопросу, соглашаться или критиковать, строить аргументы и логическую последовательность в тексте. Формат научного обзора обозначает обобщенную информацию о явлении или событии, полученную в результате отбора, критического анализа, систематизации и интерпретации неких первоисточников по заданной тематике.

В портрете современника нужно указать систему ценностей молодого поколения, их типичный образ жизни, завязанный на этих ценностях, сферы жизнедеятельности, привычки, установки и пр. Для этого студенты также могут использовать дополнительные источники, статьи по теме, инфографику, интервью и оценки кадровых и аналитических агентств. Отдельно стоит отметить значимость выполнения такого задания: студенты исследуют рынок товаров и услуг, кадровые запросы к поколению Z, учатся оценивать свое соответствие актуальным запросам на рынке труда и общие тенденции в развитии кадрового управления.

Задание 4 направлено на дальнейшее применение навыков критического мышления с целью подготовки анализа перспектив развития. В качестве примеров выбраны статьи из информационно-аналитических и новостных онлайн-источников (РБК, Секрет фирмы) об актуальных потребительских трендах в сегментах моды, масс-маркета, косметики, органических продуктов. Необходимо прочитать тексты, использовать схему «Проблема-Ответ-Тренд-Ценность» для интерпретации трендов, а также подготовить ана-

лиз перспектив развития данного тренда в форме научного обзора (2-2,5 страницы А4).

Формат научного обзора предполагает всесторонний анализ информации по заданной тематике, основанный на переработке материалов и ресурсов по конкретной теме и содержащий обоснованные критические данные и оценки. В данном случае анализ перспектив развития подразумевает исследование сферы актуальных потребительских трендов с целью исследования ситуации на данный момент и вынесения критических суждений относительно развития тех или иных трендов в будущем. Задание предполагает дополнительную работу студентов с различными источниками информации по заданной тематике, поиск и отбор значимых сведений с целью систематизации и формулирования собственной позиции по данному вопросу.

Для этого понадобится использование дополнительных информационных ресурсов (отчетов, обзоров, инфографики, таблиц) по конкретным потребительским рынкам. Формат обзора свободный, важен анализ ситуации и мнение студентов относительно перспектив развития этих трендов, ценностей, установок. Можно соглашаться и давать примеры, оценки; можно не соглашаться и приводить контраргументы; можно также анализировать развитие тренда во времени. Актуальность использования данного задания определяется тем фактом, что знание и понимание актуальной ситуации на потребительском рынке той или иной отрасли помогает лучше ориентироваться в современных трендах и принимать эффективные решения в менеджменте, опираясь на аналитические данные и интерпретации перспектив развития трендов.

Задание 5 предполагает изучение материала об актуальных трендах по внедрению принципов циклической экономики и использованию зеленых стратегий в бизнесе, а также взаимосвязи бизнеса, экологии и социальной сферы. Необходимо прочитать соответствующие статьи из информационно-аналитических и но-

востных онлайн-источников (РБК, Секрет фирмы) в подборке, применить схему «Проблема-Ответ-Тренд-Ценность». В форме аналитического обзора (1,5-2 страницы А4) нужно обозначить основные точки пересечения бизнес-решений, экологических вызовов и запросов потребителей.

Необходимо также проанализировать, как может развиваться бизнес без учета экологических изменений, как может развиваться общество без зеленого бизнеса, поддерживающего экологию, как изменения в экологической сфере могут влиять на социальную сферу, потребительские запросы. Данное задание помогает студентам лучше ориентироваться среди множества бизнес-решений, связанных с актуальной экологической повесткой, и оценивать эффективность таких решений на примерах бизнес-кейсов. Умение оценивать взаимосвязи и взаимозависимости различных структур (в данном случае бизнеса, экологии и общества) способствует развитию у студентов навыков аналитического мышления, формирует способность работать с разными содержательными блоками информации и устанавливать между ними причинно-следственные связи.

**Второй блок**, состоящий из 3 заданий, направлен на освоение теоретической информации, касающейся методологии исследования трендов и составления долгосрочных прогнозов развития. Основной вид работы – чтение научных статей, раскрывающих ключевые вопросы по применению тех или иных методов для проведения исследования форсайта, и подготовка ответов на вопросы. Подборка текстов включает статьи из передовых отечественных научных журналов, отражающих современные исследования в области развития методологии форсайта, проработки и составления прогнозов для принятия управленческих решений в бизнесе (Форсайт, Российское предпринимательство, Проблемы прогнозирования). Предполагается, что студенты продолжают изу-

чение методов форсайта и долгосрочного планирования в рамках самостоятельного изучения тем и вопросов; в данном же блоке заданий акцент ставится на конкретных кейсах, помогающих изучить методы и методологию исследования на реальных примерах.

В задании 6 необходимо ознакомиться со статьей про возможности применения методологии форсайта для развития промышленных регионов и отраслей в России. Необходимо письменно ответить на следующие вопросы:

1. Назовите основное направление развития форсайт-исследований в России?
2. Каковы основные отличия форсайт-исследований от стратегических планов и прогнозов?
3. Что такое «псевдофорсайт»?
4. Каковы ограничения использования количественных методов в форсайт-исследованиях?
5. Что такое горизонт форсайта и для чего его устанавливать?

Помимо того, что студенты в ходе знакомства с текстом могут усвоить основные принципы и ограничения применения методологии форсайта, они также имеют возможность рассмотреть на конкретном примере в отрасли, каким образом применение методологии форсайта позволяет оценивать актуальную ситуацию и выстраивать перспективы анализа и интерпретации трендов с помощью готовых инструментов анализа.

По такому же принципу в задании 7 студентам необходимо ознакомиться с научной статьей, описывающей ключевые особенности долгосрочного прогноза научно-технического развития России. Необходимо письменно ответить на следующие вопросы:

1. Опишите 5 поколений развития форсайта?
2. Что такое Foresight Looking Activities и каковы его основные инструменты?
3. Назовите одну из решающих функций форсайта и укажите основные проблемы ее реализации в российской действительности?

4. Опишите 3 цикла первого крупного форсайт-проекта национального уровня в России?

Студенты изучают особенности применения и ограничения метода построения долгосрочных прогнозов, а также знакомятся с актуальной повесткой дня в области научно-технического развития государства. На примере конкретного исследования студентам дается возможность изучить как теоретические основы, так и практическое применение данного метода.

В задании 8 студенты продолжают изучать методологию построения долгосрочных прогнозов на примере сравнительного анализа опыта нескольких стран в применении данной методологии с учетом рисков, ограничений и национальных особенностей экономических систем. Необходимо письменно ответить на следующие вопросы:

1. Каковы риски проведения форсайта?
2. Каковы требования к проведению форсайта в России?
3. Опишите особенности проведения форсайт-исследований в Великобритании, Германии и Японии (цели, участники, методы, результаты)?

Сравнительный анализ кейсов позволяет студентам иметь представление о сильных и слабых сторонах в применении методологии построения долгосрочных прогнозов в различных социально-экономических условиях. Кроме этого, студенты учатся оценивать актуальную ситуацию в той или иной отрасли, том или ином государстве, чтобы затем грамотно анализировать и интерпретировать данные для построения прогноза развития тренда.

**Третий блок** заданий направлен на изучение построения дорожных карт для анализа развития тренда и выработки управленческих решений, а также на работу с результатами мониторинга трендов. В первом случае студенты изучают принципы и особенности разработки дорожных карт, во втором случае продолжают

применять навыки аналитического мышления для интерпретации результатов мониторинга и построения собственных прогнозов на основе имеющихся данных мониторинга.

Дорожная карта понимается как визуализация стратегического развития некоторого явления, тренда или проекта; при ее составлении учитываются развитие тренда во времени (определенный временной промежуток для анализа) и взаимосвязи основных компонентов (взаимовлияющих факторов). В дорожных картах обычно указываются определенные цели и перспективы развития тренда, прописываются основные шаги в их реализации. Соответственно, при выполнении заданий с дорожными картами студенты могут дополнительно освоить и улучшить навыки аналитического и критического мышления, визуализации информации, планирования и прогнозирования.

Под мониторингом понимается систематическое наблюдение состояния конкретного сегмента рынка с целью отслеживания значимых тенденций и исследования перспектив развития. Отслеживание тенденций в той или иной области позволяет вовремя корректировать управленческие решения в бизнесе, оценивать изменения и строить более точные прогнозы. Студенты при изучении результатов мониторинга учатся аналитически оценивать и интерпретировать данные, отбирать значимые тенденции и изучать конкретный рынок по его ключевым игрокам.

Задание 9 включает в себя чтение статьи о применении фортсайт-методологии и дорожных карт в одной конкретной области. После знакомства с текстом студентам нужно разработать схему дорожной карты для любого вида бизнеса/ конкретной компании/ тренда. Необходимо обозначить проблему, задачи, методы исследования, процесс разработки карты, ожидаемые результаты. Рисовать саму карту не нужно, важно расписать план действий (ориентироваться на шаги, описанные в статье).

Задание 10 предоставляет студентам возможность выбрать одну из тем для дальнейшего анализа трендов (биоеда, умная одежда, транспорт и биотехнологии). Необходимо выбрать одну тему и по данным мониторинга написать аналитическую статью про развитие данного тренда (2-3 страницы). Желательно использовать и интерпретировать приведенные в статьях измерения, графики, сводки.

## **РЕКОМЕНДАЦИИ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛИРУЕМЫХ АУДИТОРНЫХ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ**

Контролируемые аудиторные самостоятельные работы нацелены на углубление и закрепление результатов от изучения теоретического и практического учебных материалов курса. Выполнение заданий в таком виде работ дает студентам возможность применять в учебном процессе знания, полученные в рамках курса, и такие навыки, как креативное мышление, аналитическое мышление, работа с большими объемами информации, работа с документами и цифрами.

Контролируемая работа 1 включает в себя работу с текстом о ключевых трендовых технологиях в современном бизнесе с одного из ведущих информационно-аналитических порталов. Нужно ознакомиться с текстом и расписать схему «Проблема-Ответ-Тренд-Ценность». Формат работы: краткий обзор (в среднем 1,5-2,5 страницы А4). Необходимо описать, о каких глобальных ценностях идет речь, о каких сферах жизни человека, как все эти тренды взаимосвязаны (или нет).

Также необходимо дать оценку, каковы шансы, что эти тренды действительно будут актуальны (как вариант, студенты могут представить себя тренд-аналитиками, которые пишут статью, например, для РБК). Можно соглашаться, можно сомневаться, можно критиковать, можно опровергать; главное – сформировать собственную позицию по данному вопросу и подобрать соответствующие аргументы для выражения такой позиции. Студенты могут пользоваться дополнительными источниками информации для по-

иска и отбора соответствующих аргументов, закрепления собственной позиции, иллюстрации примеров. Данный вид работы – закрепить навыки работы с информацией различного характера (научные статьи, специализированные тексты или тематические подборки с онлайн-ресурсов, инфографика, схемы, таблицы, экспертные интервью и др.).

Контролируемая работа 2 предлагает студентам провести сравнительный анализ социальных, культурных, маркетинговых трендов прошлого и настоящего. Необходимо прочитать интервью от 2010 года с социологом, где разбираются и анализируются тренды на ближайшее десятилетие. Нужно проанализировать (в виде аналитической статьи в 2-3 страницы А4), насколько актуальны тренды, предсказанные в 2010 году, на сегодняшний день: что действительно сегодня работает, что нет, что трансформировалось в силу определенных условий.

Как и во всех остальных заданиях здесь имеет значение выбор аргументов и подбор логических связей, выражение собственной позиции, подкрепленное данными, а также дополнительной информацией из источников. Задание в виде сравнительного анализа позволяет закрепить навык оценивания текущей ситуации и конкретных результатов; сопоставление трендов прошлого и настоящего позволяет студентам лучше ориентироваться на рынке актуальных глобальных трендов, оценивать возможности их развития в различных социально-экономических условиях.

Контролируемая работа 3 нацелена на углубление и закрепление знаний и понимания методологии фортсайт и ее возможностей. Необходимо прочитать научную статью о таких методах, применяемых в методологии фортсайт, как сканирование, сетевой и сценарный анализ. Такие методы, основанные на системном анализе, являются на сегодняшний день самыми перспективными в рамках методологии фортсайт, поскольку позволяют оценивать взаимосвя-

зи между социальными акторами (может факторами), событиями, явлениями, трендами в том или ином проблемном поле. Изучение возможностей методологии форсайта на примере использования одних из самых популярных методов исследования позволяет студентам лучше понимать сущность изучаемого проблемного поля (социальный, культурный, экономический, технологический контекст). Кроме этого, студенты могут ознакомиться со способами преобразования информации о трендах, основанной на тех или иных методах исследования, в конкретные практические примеры построения сценариев развития.

В форме ответов на вопросы необходимо:

1. Описать суть системного подхода в форсайт-исследованиях.
2. Указать особенности методов сканирования, сценарного и сетевого анализа.
3. Отметить специфику сетевого анализа в форсайт-исследованиях (ключевые термины, методики, возможности применения).

Контролируемая работа 4 нацелена на проработку и закрепление знаний об анализе существующих трендов и составлении оценок. Необходимо прочитать текст про «зеленые» воротнички и примеры корпораций с социальными «зелеными» проектами. Нужно разработать собственную «зеленую» стратегию развития для российского малого или среднего бизнеса.

Для этого следует, во-первых, определить отрасль, продукт, тренд, компанию. Далее нужно прописать шаги для бизнес-решений (5-7) для поддержки экологической стратегии (например, отдельный сбор отходов, переработка отходов, «зеленые» поставщики, экологическое просвещение потребителей, зеленые проекты и т.д.). Можно самостоятельно поискать примеры «зеленых» проектов и по их примеру придумать свою стратегию, дополнить и доработать согласно выбранному примеру. Важно

четко прописать конкретные шаги и объяснить их необходимость в рамках популяризации экологической повестки и развития дискуссии о внедрении «зеленых» технологий во все сферы бизнеса.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результатом применения оригинальной схемы поиска, анализа и интерпретации трендов является приобретение знаний и навыков работы с различными тематическими кейсами, с трендами на глобальных рынках. Студенты получают не только теоретическую базу, но и практические знания о рынке глобальных трендов в маркетинге, менеджменте, социальной теории и концепции устойчивого развития. Кроме того, схема может быть использована студентами и как инструмент для исследований в различных учебных дисциплинах, а также для использования в дальнейшем в работе.

Лекционный формат занятий предоставляет необходимую теоретическую подготовку студентов, позволяет детально разобрать основные идеи оригинальной схемы анализа трендов и способы ее применения. Практические задания, основанные на проработке тематических кейсов, способствуют успешному усвоению теоретического материала. Упражнения и вопросы для самостоятельной работы и самоконтроля позволяют закрепить пройденный материал. Более того, возможность самостоятельного обучения открывает перед студентами дополнительные возможности для развития знаний и навыков, касающихся поиска, анализа и интерпретации трендов.

Тем не менее стоит учитывать некоторые ограничения применения оригинальной схемы для анализа трендов. Своевременный учет возможных сложностей в применении и поиске альтернативных решений поможет достигнуть наиболее эффективных результатов работы. Во-первых, большие объемы информации, находящиеся часто в открытом доступе онлайн, затрудняют поиск

надежного источника информации, могут влиять на качество анализируемого контента. Кроме того, работа с большими объемами информации требует больших временных затрат. В данном случае рекомендуется создавать тематические базы данных надежных и проверенных источников, с которыми можно работать.

Во-вторых, субъективность самого исследователя является одной из главных проблем социального исследования. Для определения ценности тренда необходимо иметь информацию по соответствующей проблеме и ответам на нее, о трендах в смежных областях, о возможных решениях и их эффективности. Соответственно рекомендуется опираться на авторитетные источники при подборе нужной информации, запрашивать экспертное мнение или экспертную оценку у специалистов в исследуемой области.

В-третьих, всегда есть вероятность дать неверную интерпретацию тренда и, соответственно, построить неверный прогноз его развития. Часто это может быть связано с первой или второй вышеупомянутыми ограничениями. В данном случае необходимо тщательнее анализировать исходный прогноз и интерпретацию тренда с тем, чтобы просчитать развитие тренда во временной перспективе.

## **ТЕМЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ**

1. Поиск определений трендов в разных дисциплинах, сравнительный анализ основных компонентов (6 часов).
2. Разбор трендов в индустрии моды, на рынке потребительских товаров и услуг, анализ трендов (10 часов).
3. Концепция диффузии инноваций: подбор источников, примеров, кейсов (10).
4. Практика работы со структурой глобального рынка, поиск примеров из разных областей (мода, дизайн, искусство, архитектура, экономика, образование, бизнес, технологии) (10 часов).
5. Изучение методов социального исследования: основные, вспомогательные, качественные и количественные характеристики (10 часов).
6. Изучение особенностей методов социального проектирования и прогнозирования (8 часов).
7. Особенности проведения мониторинга трендов (8 часов).
8. Практика построения сценарных прогнозов и разработки дорожных карт (10 часов).

## ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

### Вопросы по определению трендов и методик тренд-анализа:

1. Назовите определение тренда, опишите его разновидности и особенности.
2. Опишите основные принципы поиска трендов.
3. Опишите основные принципы мониторинга тенденций.
4. Назовите особенности сферы маркетинга с точки зрения поиска, анализа и интерпретации трендов.
5. Назовите особенности сферы менеджмента с точки зрения поиска, анализа и интерпретации трендов.
6. Назовите особенности сферы социальных исследований с точки зрения поиска, анализа и интерпретации трендов.
7. Назовите особенности сферы устойчивого развития с точки зрения поиска, анализа и интерпретации трендов.
8. Обозначьте основные способы отслеживания/мониторинга тенденций для сфер менеджмента, маркетинга, социальных исследований, концепции устойчивого развития.
9. Опишите особенности форсайт-исследований, основные методы и области применения.
10. Назовите преимущества и недостатки форсайта.
11. Обозначьте основные различия между форсайтом и прогнозом.
12. Перечислите основные методы форсайта.
13. Опишите перспективы и ограничения использования технологического форсайта в России.

14. Обозначьте основные идеи визионерских практик и идеи футурологов.

15. Опишите принципы составления обзоров и отчетов по форсайт-исследованиям.

### **Вопросы по проведению исследований трендов:**

1. Опишите принципы определения объекта и предмета исследования.

2. Опишите основные методы социального исследования.

3. Назовите основные принципы разработки методологии исследования.

4. Опишите основные шаги по проведению исследования трендов (основные этапы, правила, ограничения).

5. Объясните основные принципы интерпретации результатов исследования.

6. Назовите основные принципы выбора методов и методологии исследования.

7. Опишите схему анализа хода исследования в соответствии с поставленными целями и задачами исследования.

## ГЛОССАРИЙ

**Диффузия инноваций** – теория, объясняющая, каким образом и с какой скоростью в обществе по коммуникационным каналам распространяются изменения. Опубликована в одноименной книге Эверетта Роджерса в 1962 году.

**Макротренд** – совокупность микротрендов, актуальная длительный период времени и влияющая на общество в целом.

**Мегатренд** – масштабные долгосрочные изменения на уровне мирового сообщества; макротренды, вышедшие на глобальный уровень по степени влияния на общество.

**Микротренд** – небольшие характерные изменения, влияющие на одного человека или небольшую социальную группу.

**Трендсеттер** – социальный агент (человек, агентство, информационный ресурс), задающий определенный тренд. Инноватор, первым внедряющий новые идеи, тенденции в повседневность, в массовое использование. В модной индустрии – модная элита (эксперты, селебрити, авторитеты, инфлюэнсеры). Термин ввел французский социолог Габриэль Тард в 1903 г. при изучении способов распространения инноваций.

**Мониторинг** – отслеживание, постоянное наблюдение за каким-либо процессом, явлением с целью выявления его соответствия желаемым результатам. Систематическая диагностика ситуации с использованием постоянной системы индикаторов. В социологии: система регулярного измерения изменений, происходящих в обществе или каких-то его подгруппах, при условии регулярного применения одних и тех же принципов выборки и одного и того же инструментария для сбора данных (Ганеева 2005).

**Проектирование** – форма опережающего отражения действительности, создание прообраза (прототипа) объекта, явления, процесса с помощью специальных методов.

**Социальное планирование** – теория и практика планирования социальных и экономических процессов.

**Социальное прогнозирование** – логическая конкретизация социального предвидения; описательная (дескриптивная) форма относительно достоверного выражения возможных состояний будущего.

**Социальное программирование** – составление программ, включающих в себя цель и совокупность действий по решению проблем.

**Социальное проектирование** – форма футурологии; предвидение как в период динамических изменений социума, так и в период наращивания кризисных неопределенных тенденций функционирования социальных институтов.

**Тренд** – тенденция, влияющая на стиль жизни общества, способы социального взаимодействия, научно-технологический прогресс, политическую и экономическую жизнь.

**Тренд в экономике** – движение показателей в долгосрочной перспективе.

**Тренд-аналитик** – человек, занимающийся анализом различных социокультурных трендов в искусстве и медиа среде, модных показов, презентаций и событий, а также потребителей fashion-бренда и их предпочтений.

На основе этих данных выявляет и систематизирует модные тренды, определяет актуальность трендов для fashion-бренда и дизайнеров одежды, и возможности адаптации модных коллекций для целевой аудитории; даёт рекомендации возможной коммерческой рентабельности нововведений.

Синонимы: trend-forecaster, trend-hunter.

Деятельность: trendwatching, trendspotting, trendmapping, trendhunting, trendsetting.

**Форсайт-исследования** – способ формирования будущего.

**Визионерство** – необходимая лидерская компетенция в бизнесе. Четкое видение будущего, ускоренное восприятие нового. Способность видеть и генерировать идеи, предопределять развитие той или иной стратегии, явления, процесса. Характеристики: дальновидность; внимание к деталям; акцент на качестве и актуальности идеи, явления, процесса; разработка перспектив развития; видение частей процесса и картины в целом. Специальные программы, направленные на исследование приоритетных областей науки и технологий. Система методов экспертной оценки стратегических направлений социально-экономического и инновационного развития, выявления технологических прорывов, способных оказать воздействие на общество.

**Футуролог** – современный предсказатель будущего, основывающий свои предвидения на научных методах, исследованиях, обоснованиях.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

### Тема 1

1. Бхаргава, Р. Не очевидно. Как выявлять тренды раньше других : монография / Р. Бхаргава. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 320 с.
2. Гладуэлл, М. Переломный момент. Как незначительные изменения приводят к глобальным переменам : монография / М. Гладуэлл. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 290 с.
3. Ильин, В.И. Креативный консюмеризм как тренд современного общества потребления / В.И. Ильин // ЖССА. – 2011. – № 5.
4. Лебсак-Клейманс, А.В. Долгосрочное прогнозирование моды на основании социологической модели циклических изменений / А.В. Лебсак-Клейманс // Вестник РУДН. Серия Социология. – 2010. – № 3. – С. 24-33.
5. Новикова, А.С. Прогнозирование моды / А.С. Новикова // Всероссийский форум научной молодежи «Шаг в будущее». Доклады пленарных заседаний. – Москва : РОО «НТА «АПФН», 2016. – С. 27-30.
6. Новицкая, В.В. Специфика изменения модных стандартов в контексте социокультурных процессов / В.В. Новицкая // Общество: социология, психология, педагогика. – 2017. – № 12.
7. Третьяк, Л.А. Инновационные тренды глобального развития экономики / Л.А. Третьяк, Е.М. Душевина // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2015. – Вып. 5. – Т. 10. – С. 114-119.

8. Gordon, A. Future Savvy: Identifying Trends to Make Better Decisions, Manage Uncertainty, and Profit from Change : монография / A. Gordon – American Management Association, 2009. – 304с.

## Тема 2

9. Баканова, С.А. Механизмы диффузии инноваций: особенности и методы моделирования / С.А. Баканова // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2013. – № 6-1(185). – С. 144-149.
10. Барановский, С. Теория моделирования диффузии инноваций / С. Барановский, А. Пузревская // Наука и инновации. – 2018. – № 10(188). – С. 31-35.
11. Нейсбит, Д. Мегатренды : монография / Д. Нейсбит – Москва : ООО Издательство АСТ, 2003. – 384 с.
12. Одегов, Ю.Г. Трансформация труда: 6-ой технологический уклад, цифровая экономика и тренды изменения занятости / Ю.Г. Одегов, В.В. Павлова // Уровень жизни населения регионов России. – 2017. – № 4 (206). – С. 19-25.
13. Пехтерева, В.В. Кулхантинг как метод исследования новых трендов / В.В. Пехтерева, Е.В. Камушкова // Материалы V Международной научно-практической конференции «Современные тенденции развития и перспективы внедрения инновационных технологий в машиностроении, образовании и экономике». Секция № 3. Экономика и менеджмент. – Азов, 2018. – С. 272-275.
14. Пузанов, К. Современные модели распространения инноваций: критический анализ / К. Пузанов // Социология власти. – 2012. – № 6-7(1). – С. 82-99.
15. Реймонд, М. Исследование трендов. Практическое руководство : монография / М. Реймонд – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2020. – 242 с.

16. Dragt, E. How to Research Trends: Move beyond trend watching to kickstart innovation : монография / E. Dragt – BIS Publishers, 2017. – 200 с.
17. Highem, W. The Next Big Thing: Spotting and Forecasting Consumer Trends for Profit : монография / W .Highem – John Wiley&Sons, 2009. – 272 с.

### Тема 3

18. Афанасьев. М.М. Совершенствование методологии форсайта как инструмента стратегического развития промышленных регионов и отраслей / М.М. Афанасьев // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18. – № 17. – С. 2481-2490.
19. Бирюкова, М.В. Социальное проектирование: современные тренды развития / М.В. Бирюкова // Вестник Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина. – 2015. – № 1148. – С. 63-66.
20. Исаченко, С.Н. Форсайт: зарубежный и российский опыт / С.Н. Исаченко, С.Н. Баюкова // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. – 2014. – № 1(9).
21. Карасев, О.И. Экспертные процедуры в форсайте: особенности взаимодействия с экспертами в проектах по долгосрочному прогнозированию / О.И. Карасев, А.Е. Китаев, И.И. Миронова, Т.В. Шинкаренко // Вестник СПбГУ. Социология. – 2017. – Т. 10. – Вып. 2. – С. 169-184.
22. Кирдина, С.Г. Социальное прогнозирование как междисциплинарный проект / С.Г. Кирдина, Г.Б. Клейнер // Социологические исследования. – 2016. – № 12. – С.4 4-51.
23. Крюков, С.В. Форсайт: от прогноза к формированию будущего / С.В. Крюков // Terra Economicus. – 2010. – № 8(3:2). – С. 7-17.

24. Нугрохо, Я. Увидеть и осознать невидимое Сканирование, сетевой и сценарный анализ / Я. Нугрохо, О. Саритас // Форсайт. – 2011. – Т. 5. – № 3. – С. 58-69.
25. Тощенко, Ж.Т. Прогнозирование, проектирование и планирование в социальном управлении / Ж.Т. Тощенко // Социология власти. – 2005. – № 5.
26. Феофанов, К.А. О сценарном подходе к прогнозированию / К.А. Феофанов // Социологические исследования. – 2008. – № 5. – С. 67-74.
27. Lustig, P. Strategic Foresight: Learning from the Future : монография / P. Lustig – Triarchy Press, 2015. – 186 с.

#### **Тема 4**

28. Белоусов, Д.Р. Построение долгосрочного научно-технологического прогноза для России методом «Форсайт» / Д.Р. Белоусов, О.Г. Солнцев, М.Ю. Хромов // Проблемы прогнозирования. – 2008. – № 1(106). – С. 18-32.
29. Буданов, В.Г. Синергетическая методология Форсайта и моделирования сложного / В.Г. Буданов // Сложность. Разум. Постнеклассика. – 2013. – № 1. – С. 13-24.
30. Бутусов, О.М. Применение методологии форсайт и дорожного картирования в издательском деле / О.М. Бутусов // Бизнес в законе. – 2014. – № 4. – С. 168-172.
31. Ладыжец, Н.С. Социальная технология форсайта. Обратный ракурс: работа с будущим для настоящего / Н.С. Ладыжец // Вестник Удмуртского университета. – 2015. – Т. 25. – Вып. 1. – С. 27-33.
32. Микова, Н. Мониторинг глобальных технологических трендов: теоретические основы и лучшие практики / Н. Микова, А. Соколова // Форсайт. – 2014. – Т. 8. – № 4. – С. 64-83.

33. Попов, С.В. Трендовое прогнозирование и научно-технологический форсайт – от конкуренции к синтезу / С.В. Попов, В.В. Сергеева // Управление наукой и наукометрия. Методологические вопросы и информационная среда. – 2010. – № 9. – С. 170-178.
34. Поппер, Р. Мониторинг исследований будущего / Р. Поппер // Форсайт. – 2012. – Т. 6. – № 2. – С. 56-75.
35. Соколов, А.В. Долгосрочный прогноз научно-технологического развития России на период до 2030 года: ключевые особенности и первые результаты / А.В. Соколов, А.А. Чулок // Форсайт. – 2012. – Т. 6. – № 1. – С. 12-25.
36. Gloor, P. Coolfarming: Turn Your Great Idea into the Next Big Thing : монография / P. Gloor – American Management Association, 2010. – 240 с.

## СПИСОК ПОЛЕЗНЫХ ОНЛАЙН-РЕСУРСОВ

1. Карта профессий от Британской высшей школы дизайна: <https://is.gd/BjDMOk>
2. Thinking tools: <https://is.gd/tJAx0Y>
3. Ли Эделькоорт, агентство TrendTablet: <https://www.edelkoort.com/>
4. Агентство Trendwatching: <https://trendwatching.com/>
5. База данных по трендам Trendhunter: <https://www.trendhunter.com/>
6. Принципы построения матрицы потребительских трендов от Trendwatching: <https://is.gd/qv64Nh>
7. Международный научно-образовательный Форсайт-центр: <https://foresight.hse.ru/about>
8. Журнал «Форсайт»: <https://foresight-journal.hse.ru/>
9. Трендлеттеры: <https://issek.hse.ru/trendletter/>
10. Fortuneteller: <http://foresightinhindsight.com/>
11. European Foresight Platform: <http://www.foresight-platform.eu/>
12. European forward-looking activities: <https://is.gd/O2E8Id>

Учебное издание

*Скивко Мария Олеговна*

## **АНАЛИЗ РЫНКА ГЛОБАЛЬНЫХ ТРЕНДОВ**

*Учебное пособие*

Редактор Л.Р. Дмитриенко  
Компьютерная верстка Л.Р. Дмитриенко

Подписано в печать 19.05.2021. Формат 60x84 1/16.  
Бумага офсетная. Печ. л. 3,75.  
Тираж 25 экз. Заказ . Арт. – 5(Р1У)/2021.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА»  
(САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)  
443086, Самара, Московское шоссе, 34.

---

Издательство Самарского университета.  
443086, Самара, Московское шоссе, 34.



