

Зарубина Юлия Владимировна,

к.э.н., доцент, Ангарский государственный технический университет,

e-mail: yulzar@mail.ru

**ТРЕНДВОЧИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОСТРОЕНИЯ УСПЕШНЫХ
БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО КРИЗИСА**

Zarubina U.V.

**TRENDWATCHING AS A TOOL FOR BUILDING SUCCESSFUL BUSINESS
MODELS IN THE CURRENT CRISIS**

Аннотация. Статья посвящена вопросам применения подходов трендвочинга для создания бизнес-моделей, актуальных для применения в условиях современного кризиса. Рассмотрены технологии предпринимательского проектирования, проведен обзор примеров перспективных направлений бизнеса.

Ключевые слова: трендвочинг, бизнес-модели, карта трендов, перспективные направления бизнеса.

Abstract. The article is devoted to the application of trendwatching approaches to create business models that are relevant for use in the conditions of the current crisis. The technologies of entrepreneurial design are considered, an overview of examples of promising business areas is carried out.

Keywords: trendwatching, business models, trend map, promising business areas.

Российский бизнес в современных крайне непростых условиях пытается решить сложнейшие появляющиеся перед ним проблемы, вызванные сильным обострением геополитической ситуации и санкциями. Наряду с актуальными и широко обсуждаемыми правительственными мероприятиями поддержки бизнеса, которые уже описывались в наших исследованиях [1], можно высказать мнение, что бизнесу необходимо также сконцентрировать собственные усилия на освоении новых технологий предпринимательского проектирования. Эксперты сходятся во мнении, что экономическая динамика становится другой благодаря постоянным изменениям и появлением своеобразных «точек бифуркации», возможным ответом на такие вызовы является освоение трендвочинга как нового подхода и инструмента построения бизнес-моделей, способа роста предпринимательской эффективности.

Трендвочинг – это подход к мониторингу и анализу трендов, к их существующей динамике и векторам возможного развития. Обобщая имеющиеся определения, можно заключить, что трендвочер – (от англ. «trendwatcher» наблюдатель тенденций) – менеджер широкого профиля, обладающий компетенциями исследователя, социолога, психолога, экономиста и многими прочими, профессионально отслеживающий факторы возникновения трендов и факторы их формирования [2]. Искусство трендвочинга предполагает улавливание слабых сигналов рынка до того, как они стали мейнстримами.

Сегодняшние неоптимистичные прогнозы развития и разрыв логистических цепочек диктуют необходимость выработки подходов к перестраиванию бизнес-процессов и оптимизации бизнес-моделей. Обоснование использования трендвочинга как инструмента реализации этих целей будет предпринято в рамках данной статьи.

Ключевым понятием трендвочинга является тренд – направление, в котором значимое для общества явление или процесс имеет тенденцию к движению.

Трендовые направления выделяют в таких областях как экономика, рынок труда, технологии, политика, окружающая среда, энергетика, образование и т.д., всего можно выделить порядка двадцати таких направлений. Эти направления наносятся на карту трендов с выделением глобальных факторов на каждом направлении, меняющих «правила игры». Методологию работы с картами трендов сформулировал английский социолог и футуролог Р. Уотсон. Карта трендов помогает собрать тренды разного уровня, а также риски невыполнения прогнозов в одном месте, для того, чтобы осознать изменения, исследовать взаимосвязи, понять перспективу развития и увидеть проблемы. Пример карты трендов Р. Уотсона приведен на рисунке.



Рисунок 1 – Карта трендов Р. Уотсона

Применительно к поиску перспективных направлений развития бизнеса в современных беспрецедентных реалиях в России трендвочинг может стать эффективным инструментом. Особенно названное выше справедливо для малых и средних предприятий, главной чертой которых является уникальная гибкость, приспособляемость и изменчивость. Доказано, что в трудные времена малые и средние предприятия адаптируются быстрее крупных, сохраняя рабочие места и продолжая платить налоги государству. Сейчас справедливым будет сказать, что многие бизнесы оказались в ситуации, когда выручить может идея, новый смысл, и как раз запустить мыслительный процесс призван трендвочинг. В общем плане перед бизнесом в «точках бифуркации» стоят следующие задачи:

1. Выявлять возникающие потребительские ожидания.
2. Создавать продукты-бестселлеры.
3. Менять бизнес-модель.
4. Находить точки роста и масштабирования бизнеса.
5. Выходить на новые рынки.

В отличие от совершенно новых бизнесов, стартапов, у современных предприятий, оказавшихся в текущих шоковых реалиях, уже есть команды, клиенты с сильно понизившейся покупательной способностью, продукты и услуги (пока старые), инфраструктура, наработанный опыт. Им необходимо понять насколько тенденции долгосрочны и масштабны, насколько востребованы существующие товары и услуги в рамках новых трендов, а затем оперативно перестроить бизнес-модель, чтобы выжить в текущих условиях.

В качестве явных «мегатрендов», особенно актуальных в нынешней внешней среде, можно назвать неопределенность, ускорение изменений, волатильность, усложнение, конкуренцию за ресурсы, виртуализацию и уберизацию, старение населения, поляризацию, изменение социальных норм, изменение мирового экономического пространства в пользу Китая и другие. Очевидно, что перечисленные мегатренды определяют общий вектор российского бизнеса, и их следует учитывать при его проектировании в условиях настоящих экономических реалий.

Несмотря на то, что довольно трудно рассматривать этот тяжелый кризис в качестве возможности преобразования бизнеса в более эффективный, менеджмент пострадавшего бизнеса все-таки вынужден искать решения, что целесообразно делать, опираясь на инструменты трендвочинга. Например, проведение трендвочинга позволило выявить тенденции, связанные с популяризацией здорового образа жизни десятилетия назад, а сегодня владельцы фитнес-центров, спортивных клубов, изготовители энергетических напитков, низкокалорийных батончиков, йогуртов стали весьма успешными предпринимателями. Сегодняшние трендвочеры, в частности, М. Скалкина, называют и обосновывают следующие перспективные для современной экономической ситуации направления бизнеса:

1. Многофункциональное микрожилье.
2. Строительный секонд-хенд.
3. Путешествия по России.
4. Сервисы релокации.
5. Коучинг по трудоустройству в IT.
6. Борьба с вредными привычками.
7. Аутсорсинг фото, видео для e-commerce.
8. Виртуальные ассистенты.

Предлагаемые направления выявлены благодаря улавливанию одного или нескольких трендов. Например, тренд на ожидаемое снижение доходов де-

лает интересным такие направления бизнеса как проектирование микрожилья и связанной с ним модульной мебели, а также строительные секонд-хенды, в которых можно более удобно, чем на «Avito», купить или продать инструменты и материалы для строительства и отделки. Тенденция по сжатию рынка труда актуализирует разные сервисы релокации и коучинга. Тренд на рост интернет-торговли рождает целый кластер, связанный с ее обслуживанием, в котором могут работать креативщики, маркетологи, фотографы, курьеры, юристы, программисты и т.д. Интересно отметить, что инновация или бизнес-идея может возникать в области пересечения нескольких трендов, что иллюстрирует рисунок.

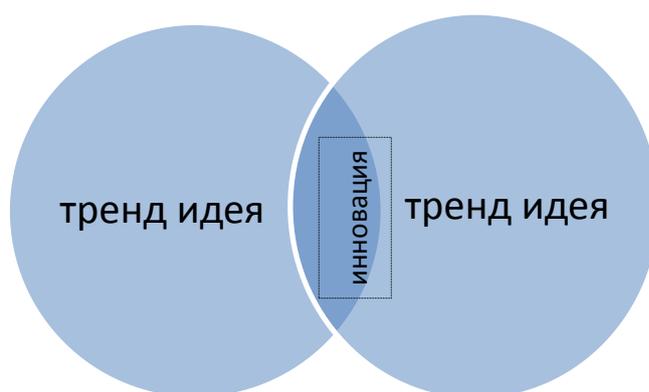


Рисунок 2 – Инновации на пересечении трендов

В качестве примера приводится *ravlok* – умный браслет для профилактики вредных привычек, представляющий собой смесь фитнес-трекера, отслеживающего активность человека в течение дня, будильника, который напоминает о выполнении той или иной задачи, и электрошокера. Появление подобной инновации произошло на пересечении двух трендов – тренда на здоровый образ жизни и тренда на умные электронные девайсы.

Вывод заключается в том, что поскольку разразился экзистенциальный кризис, название и оценку которому еще только предстоит дать, но который заставит общество в целом переосмыслить свою жизнь, то и менеджеры компаний вынуждены переосмысливать бизнес-стратегии, искать бизнес-идеи, используя для этого навыки трендовинга.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Зарубина Ю.В.** Проблемы поддержки малого и среднего бизнеса в период санкций в российской экономике. – Текст: непосредственный // Современные технологии и научно-технический прогресс: тезисы докладов международной научно-технической конференции им. проф. В.Я. Баденикова. – Ангарск: Изд-во ФГБОУ ВО «АнГТУ». 2022. – С. 345-346.

2. **Логинов О.П., Петрова И.С., Сафронова Н.Б.** Роль трендовинга и кейс-менеджмента в современном предпринимательстве – Текст: непосредственный // Вестник Екатеринбургского института. – 2014. – №3(27). – С.42-47.