

Н.Г. КУРАКОВА,

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
(Москва, Российская Федерация; e-mail: kurakova-ng@ranepa.ru)

О.А. ЕРЁМЧЕНКО,

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
(Москва, Российская Федерация; e-mail: tatrics@mail.ru)

МОНИТОРИНГ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТРЕНДОВ: ИНСТРУМЕНТАРИЙ И ОГРАНИЧЕНИЯ

УДК: 338.2

<https://doi.org/10.22394/2410-132X-2022-8-2-86-97>

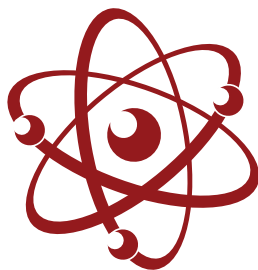
Аннотация: Трансформация мирового порядка, изменение геополитической и геоэкономической картины мира, новые векторы социально-экономической политики Российской Федерации предполагают актуализацию исследовательских стратегий в области общественно-экономических наук и достижение максимального уровня их релевантности вызовам современного этапа. Для достижения суверенизации отечественного сектора общественно-экономических исследований представляется важным оформление нового понятийного аппарата текущей социально-экономической политики, а также разработка инструментального и методологического обеспечения процесса отслеживания трендов.

Выполненный в рамках настоящего исследования анализ используемых профессиональных и открытых алгоритмов трендотчинга дает основания отметить, что единственной областью, в которой процесс мониторинга трендов опирается на развитую методологию и инструментарий, являются креативные индустрии. Для адаптации этих алгоритмов к задачам мониторинга социально-экономической политики особенно перспективна разработка агентства TrendWatching, запатентовавшего методологию Purpose-Driven Innovation, которая представляет собой аналитическую схему, превращающую разнонаправленные тенденции в значимые тренды.

Ключевые слова: социально-экономическая политика, векторы, понятийный аппарат, идеологический суверенитет, тренды, инструменты мониторинга, трендотчинг, практики, алгоритмы

Благодарность: Исследование выполнено в рамках федеральной программы «Приоритет 2030» РАНХиГС при Президенте РФ.

Для цитирования: Куракова Н.Г., Ерёмченко О.А. Мониторинг социально-экономических трендов: инструментарий и ограничения. *Экономика науки*. 2022; 8(2):86–97. <https://doi.org/10.22394/2410-132X-2022-8-2-86-97>



ВВЕДЕНИЕ

К середине 2022 г. число и масштаб внешних факторов, влияющих на формирование текущей социально-экономической политики Российской Федерации и выбор новых моделей развития в ответ на геополитические вызовы, значительно возросло.

Формирующийся практически в режиме реального времени понятийный аппарат социально-экономической политики, с одной стороны, делает особенно актуальным мониторинг новелл и векторов этой политики, а с другой, в отсутствии устоявшегося глоссария, создает сложности формализации и корректного толкования новых сущностей и понятий, таких, например, как *идеологический суверенитет*, *техно-экономика*, *импортоопережение*, *парадигма технологического госзаказа* и многих других.

В отсутствии устоявшегося терминологического оформления, задача разработки дизайна информационно-аналитического сопровождения социально-экономической политики России является трудно выполнимой и требующей новых методологических подходов и инструментария.

Целью настоящего исследования являлся поиск областей, в которых методология и инструментарий мониторинга трендов (тренд-вотчинга) получила наибольшее развитие, и оценка их ограничений и применимости для задач мониторинга актуальной социально-экономической политики Российской Федерации.

Особенности терминологического оформления современной социально-экономической политики

В 2020 г. Правительство Российской Федерации приступило к разработке новой стратегии социально-экономического развития России, призванной определить пути решения задач, поставленных в Указе Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» [1]. В соответствии с поручениями, подготовленными по итогам этого указа, правительство должно обеспечить достижение поставленных целей путем разработки адекватного набора мер актуализированной экономической политики.

Составы пяти рабочих групп, которые приступили к работе над новой стратегией социально-экономического развития, были утверждены 2 февраля 2021 г. Группу «Новая высокотехнологичная экономика» возглавил Первый заместитель Председателя Правительства Российской Федерации А.Р. Белоусов; «Агрессивное развитие инфраструктуры» – зампред М.Ш. Хуснуллин; «Новый общественный договор» – зампред Т.А. Голикова; «Клиентоцентричное государство» – руководитель Аппарата Правительства Российской Федерации Д.Ю. Григоренко; «Национальная инновационная система» – зампред Д.Н. Чернышенко. Обращает на себя внимание тот факт, что названия рабочих групп не совпали с формулировками национальных целей развития, обозначенными в президентском Указе № 474 (сохранение населения, здоровье и благополучие людей; возможности для самореализации и развития талантов; комфортная и безопасная среда для жизни; достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство; цифровая

трансформация). Вероятно, кабинет главы российского правительства М. Мишустина тем самым продемонстрировал неформальный подход к решению задач национального развития, который предполагал, в том числе, использование нестрогого понятийного аппарата.

В этот момент в понятийный аппарат правительства вошло и получило широкое распространение понятие *быстрые победы*, что обеспечивало возможность дифференцировать горизонты планирования появления отдельных результатов в ходе решения краткосрочных и долгосрочных задач. К началу февраля 2021 г. Минэкономразвития России представило рабочим группам методологию гармонизации всех стратегических направлений, отраслевых стратегий, больших межведомственных задач. Проекты интегрированных стратегий «Новая высокотехнологичная экономика», «Агрессивное развитие инфраструктуры», «Новый общественный договор», «Клиентоцентричное государство» и «Национальная инновационная система» были подготовлены в исторически короткие сроки (до середины марта 2021 г.). Эксперты, имеющие опыт подготовки документов стратегического планирования, комментировали такие сроки как исключительно жесткие, не позволяющие разработать четкое терминологическое оформление новых векторов социально-экономической политики [2].

Важно подчеркнуть, что задача создания нового понятийного аппарата Стратегии-2030 решалась, в том числе, путем замены коллектива разработчиков как носителей устаревшего понятийного аппарата. К работе над Стратегией-2030 не были привлечены традиционные исполнители подобных работ, аффилированные с НИУ ВШЭ и РАНХиГС, принимавших участие в подготовке Стратегии социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года. В этой связи уместно привести цитату из главы Цзы Лу, «Лунь юй»: Цзы Лу спросил: «Учитель, Вэйский правитель намеревается привлечь Вас к управлению государством. С чего Вы намерены начать?» Конфуций ответил: «Необходимо начать с исправления имен». «Вы начинаете издалека. Зачем нужно исправлять

имена?». Учитель ответил: «Ты невежда! Если имя неправильно, слово не соответствует делу. Если слово не соответствует делу, дело не осуществится. Если дело не осуществляется, ритуал и музыка не процветают. Если ритуал и музыка не процветают, наказания не применяются надлежащим образом. Если наказания не применяются надлежащим образом, народ не знает, как себя вести. Поэтому благородному мужу необходимо давать правильные имена и правильно осуществлять слова, поэтому в словах не должно быть ничего неопределённого» [3].

К сожалению, задачу уточнения и формализации понятийного аппарата подготовленной в 2021 г. Стратегии-2030, в полной мере решить не удалось. Терминологические конструкции – *ответы на большие вызовы, рецепты быстрых побед, новый общественный договор, агрессивное развитие инфраструктуры* – не получили метрического и индикативного оформления до середины 2022 г.

На Петербургском международном экономическом форуме 17 июня 2022 г. Президент России сформулировал шесть ключевых принципов новой российской экономической политики. Давая определение новой модели социально-экономической политики, Президент России использовал два новых термина: *экономика реальных ценностей* и *техноэкономика* [4]. Одновременно широко и повсеместно употребляемыми после речи президента на ПЭМФ стали термины *технологическая безопасность, технологический суверенитет, идеологический суверенитет, импортозамещение, импортоопережение*.

На установочной стратегической сессии, состоявшейся 28 июня 2022 г. в Координационном центре Правительства, на которую в качестве эксперта был приглашен автор настоящей публикации, Председатель Правительства Российской Федерации Д.Н. Чернышенко подчеркнул исключительную значимость четкого терминологического оформления социально-экономической политики текущего этапа: «Новый каталог сущностей не создан и нормативно не закреплён. Что понимаем под *технологической безопасностью, технологическим суверенитетом?* Отсутствие единых

метрик, глоссариев, классификаторов стало методологическим “затыком”».

В качестве примера значимости уточнения терминологии приведем перечень публикаций Российской электронной библиотеки, генерируемый с использованием поискового образа *«экономика реальных ценностей»* (таблица 1).

Анализ контента коллекции публикаций, отраженных в таблице 1, не позволяет предложить строгое определение *экономики реальных ценностей*, что, в свою очередь, не дает возможность разработать систему индикаторов для осуществления мониторинга эффективности новой модели.

В настоящее время федеральные органы исполнительной власти, предлагая новые принципы государственного управления курируемых отраслей, адекватные новой повестке, продолжают расширять глоссарий актуальной социально-экономической политики. Например, Минобрнауки России предложило новые принципы выделения приоритетных направлений научных исследований и разработок гражданского назначения в рамках Государственной программы Научно-технологическое развитие Российской Федерации, определяющие, в том числе, необходимость обеспечения идеологического суверенитета в ходе выполнения социогуманитарных исследований [5].

При очевидной значимости и актуальности предложенного подхода, представляется целесообразным уточнение термина в контексте современной социально-экономической политики. Аналогично понятийного уточнения требуют, например, такие термины, как *технологический суверенитет, технологический паритет, технологическое лидерство*. Остается неясным, являются ли они синонимичными или в дальнейшем предполагается их индикативная дифференциация.

В то же время перед отечественным корпусом специалистов в области общественно-экономических наук поставлены задачи актуализации исследовательских стратегий и достижения максимального уровня их релевантности новым геополитическим вызовам современного этапа, что, наряду со становлением нового понятийного аппарата текущей социально-экономической политики, требует инструментального

Таблица 1

**Коллекция публикации РИНЦ, соответствующих поисковому образу
«экономика реальных ценностей»**

№	Публикация	Ключевые слова	Рубрика ГРНТИ	Тематическое направление
1	Безгласная Е.А. ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ЭЛЕМЕНТАРНОЙ ЭКОНОМИКЕ: ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ФИРМЫ // Региональное развитие. 2017. № 2. С. 2.	АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИЗДЕРЖКИ, КРИВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ, АБСОЛЮТНОЕ И СРАВНИТЕЛЬНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО, КРИВАЯ ТОРГОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ, ЛИНИЯ ПРОПОРЦИЙ, ПОЛНАЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ	Экономика. Экономические науки	Economics and business
2	Андрианова Е.В., Тарасова А.Н., Печеркина И.Ф. МОТИВЫ И ТРУДОВЫЕ ЦЕННОСТИ МОЛОДЕЖИ: ПАРАДОКСЫ РАЗВИТИЯ // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2018. № 3 (145). С. 324–343.	МОТИВАЦИЯ, ТРУДОВЫЕ ЦЕННОСТИ, ТРУДОВЫЕ МОТИВЫ, ТРУДОВЫЕ ОРИЕНТАЦИИ, МОЛОДЕЖЬ	Социология	Sociology
3	Лисовский Ю.А. КРАХ ЭКОНОМИКИ БЕЗУМИЯ // Экономика и предпринимательство. 2010. № 1 (12). С. 17–34.	ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА, ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ, БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА, СОЦИАЛЬНОЕ РАССЛОЕНИЕ, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОЛГ, ДОХОДЫ И РАСХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ, КОРРУПЦИЯ, ОЛИГАРХИЯ, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ КОРПОРАЦИИ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТАСТРОФА	Экономика. Экономические науки / Общественно-экономическая структура	Economics and business
4	Мальцева М.В. ПЕРЕХОД К ЭКОНОМИКЕ ЗАМКНУТОГО ЦИКЛА: ТЕКУЩАЯ ПРАКТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ / В сборнике: International Forum on Contemporary Global Challenges of Interdisciplinary Academic Research and Innovation. Boston, 2021. С. 26–30.	ЦИРКУЛЯРНАЯ ЭКОНОМИКА, УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ, МАКРОЭКОНОМИКА, ЭКОЛОГИЯ	Экономика. Экономические науки	Economics and business
5	Морозов В.А. ДУХОВНАЯ ЭКОНОМИКА И ИНСТРУМЕНТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ // Горизонты экономики. 2020. № 2 (55). С. 5–12.	ЭКОНОМИКА, МЕТОДЫ, ДУХОВНОСТЬ, ЦЕННОСТИ, НРАВСТВЕННОСТЬ, КРИТЕРИИ, РЕЙТИНГИ, РЕГУЛИРОВАНИЕ	Экономика. Экономические науки	Economics and business
6	Курбангалиева Д.Л. ЭКОНОМИКА РЕПУТАЦИЙ В СЕТИ: ПРЕДПОСЫЛКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН) // Электронный экономический вестник Татарстана. 2018. № 3. С. 80–85.	РЕПУТАЦИЯ, ИНТЕРНЕТ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ЦЕННОСТЬ ПРОДУКТА, НОВИЗНА, КАЧЕСТВО	Экономика. Экономические науки	Economics and business
7	Качковский С.С. О СПОСОБЕ ПРОИЗВОДСТВА ДЕНЕГ И ЕГО ОСНОВАНИЯХ // Экономика и предпринимательство. 2021. № 11 (136). С. 105–109.	СОЗДАНИЕ ДЕНЕГ, КРЕДИТНАЯ ПРИРОДА ДЕНЕГ, ВОЛЕВОЙ АКТ, ВЛАСТЬ АВТОРИТЕТА, БАНКИ	Экономика. Экономические науки	Economics and business
8	Пасько Ю.А., Рабецкая А.Д., Аучела А.Ф. ОБЛАЧНЫЙ СМЕТНЫЙ СЕРВИС НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММНОГО КОМПЛЕКСА ПО РАСЧЁТУ СМЕТ И ПРОЦЕНТОВOK BELSMETA. CLOUD / В сборнике: Инженерный бизнес. Сборник материалов I международной научно-практической конференции в рамках 18-й Международной научно-технической конференции. Минск, 2021. С. 178–184.	СТРОИТЕЛЬНАЯ СМЕТА, УПРАВЛЕНИЕ СТРОИТЕЛЬНЫМ ПРОЕКТОМ, ИНФОРМАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ, ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ, ИНЖИНИРИНГ, ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, СКВОЗНОЕ ПРОХОЖДЕНИЕ ДАННЫХ	Общественные науки в целом	Other social sciences
9	Памятушева В.В. ВОСПИТАНИЕ ПАТРИОТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ // Евразийский союз ученых. 2015. № 4–13 (13). С. 28–30.	ПАТРИОТИЗМ, САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ, СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ, НАЦИОНАЛЬНАЯ ИДЕЯ	Народное образование. Педагогика	Educational sciences
10	Олейников А.А. НАЦИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА И ЭТНОДИНАМИКА В КАЧЕСТВЕ ФАКТОРОВ НАЦИОНАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ / В книге: Этнокультурная обусловленность экономики. Тамбов, 2018. С. 61–73.	НАЦИОНАЛЬНОЕ СОЗНАНИЕ, КУЛЬТУРА, ЭТНОДИНАМИКА, ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ СТЕРЕОТИПЫ, ИНВЕСТИЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ, ДВИЖУЩИЕ СИЛЫ	Философия	Philosophy, ethics and religion

№	Публикация	Ключевые слова	Рубрика ГРНТИ	Тематическое направление
11	Тулзакова М.В. ОБРАЗОВАНИЕ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ЦЕННОСТЬ // Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2019. № 1 (22). С. 46–49.	ОБРАЗОВАНИЕ, ЗНАНИЕ, ЭКОНОМИКА ЗНАНИЙ, КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД, ПОТЕНЦИАЛ, ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ	Народное образование. Педагогика / Высшее профессиональное образование. Педагогика высшей профессиональной школы	Educational sciences
12	Безгласная Е.А. ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ЭЛЕМЕНТАРНОЙ ЭКОНОМИКЕ: ТОРГОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ФИРМ // Региональное развитие. 2017. № 2. С. 8.	АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИЗДЕРЖКИ, КРИВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ, АБСОЛЮТНОЕ И СРАВНИТЕЛЬНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО, КРИВАЯ ТОРГОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ, ЛИНИЯ ПРОПОРЦИЙ, ПОЛНАЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ	Экономика. Экономические науки	Economics and business
13	Серов Д.А., Ильин И.В., Ильяшенко В.М. ЦЕННОСТНО ОРИЕНТИРОВАННАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ВОДОСНАБЖЕНИЕМ // Глобальный научный потенциал. 2019. № 7 (100). С. 112–117.	ВОДОСНАБЖЕНИЕ, МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ, РЕСУРСОСНАБЖАЮЩИЕ ОРГАНИЗАЦИИ, ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ СТАДИИ, УПРАВЛЕНИЕ, ЦЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ	Экономика. Экономические науки / Учетно-экономические науки	Economics and business
14	Шелюто В.М. МЕСТО И РОЛЬ САКРАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОНЦЕПЦИИ БЕЗОПАСНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА // Антропос: Логос и Теос. 2017. № 3. С. 85–97.	САКРАЛЬНОЕ, СОЦИАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО, ИСТОРИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС, РЕЛИГИЯ, ПОЛИТИЧЕСКАЯ ИДЕОЛОГИЯ, СОЦИАЛЬНЫЙ КОНФЛИКТ	Философия	Philosophy, ethics and religion
15	Романова О.А., Сиротин Д.В. МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПЕРЕРАБОТКИ ТЕХНОГЕННЫХ ОБРАЗОВАНИЙ УРАЛА // Экономика региона. 2021. Т. 17. № 1. С. 59–71.	ЦИРКУЛЯРНАЯ ЭКОНОМИКА, ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ТЕХНОГЕННЫЕ ОБРАЗОВАНИЯ, ГОРНО-МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО, НАИЛУЧШИЕ ДОСТУПНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРАКТИКА, МЕТОДЫ ОЦЕНКИ, БИНАРНОЕ ДЕРЕВО, РЕАЛЬНЫЕ ОПЦИОНЫ, МОДЕЛЬ БЛЭКА-ШОУЛЗА	Экономика. Экономические науки	Economics and business
16	Беленожко М.Л., Беленожко Л.Н., Овечин М.М. ВЛИЯНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА НА РАЗВИТИЕ АРКТИКИ // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2020. № 3. С. 9–21.	ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ, ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ, ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭКОНОМИКИ, ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, АРКТИЧЕСКАЯ ЗОНА	Экономика. Экономические науки	Sociology
17	Абдрахманов А.Л. ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТИ (РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ) КРИПТОВАЛЮТ // Научное обозрение: теория и практика. 2018. № 6. С. 185–192.	ВАЛЮТА, КРИПТОВАЛЮТА, BITCOIN, МАЙНИНГ, БЛОКЧЕЙН	Экономика. Экономические науки	Economics and business
18	Зиндер Е.З. НАПРАВЛЯЕМЫЙ ЦЕННОСТЯМИ ИНЖИНИРИНГ ПРЕДПРИЯТИЙ // Бизнес-информатика. 2018. № 3 (45). С. 7–19.	ИНЖИНИРИНГ ПРЕДПРИЯТИЯ, ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ, ЦЕННОСТИ, МОДЕЛЬ ЦЕННОСТЕЙ, РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ, ПРОСТРАНСТВО ЦЕННОСТЕЙ, НАПРАВЛЯЕМЫЙ ЦЕННОСТЯМИ ИНЖИНИРИНГ ПРЕДПРИЯТИЯ, ЦИФРОВАЯ МОДЕЛЬ ЦЕННОСТЕЙ, АНАЛОГОВАЯ МОДЕЛЬ ЦЕННОСТЕЙ	Экономика. Экономические науки	Economics and business
19	Байтимерова С.И., Богомазова Л.В., Григорьева Е.А., Казун А.Д. КОНТРОЛЬ И ЭТИКА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЖУРНАЛИСТОВ // Журнал социологии и социальной антропологии. 2018. Т. 21. № 1. С. 136–160.	ЖУРНАЛИСТЫ, СМИ, ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СРЕДА, ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ, ПРОФЕССИОНАЛИЗМ	Социология	Sociology
20	Курышев Н.И. МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ВОСПРОИЗВОДСТВА НА ОСНОВЕ ТРУДОВОЙ ТЕОРИИ ЦЕННОСТИ // Вестник кибернетики. 2014. № 4 (16). С. 70–88.	МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ, МОДЕЛЬ «ЗАТРАТЫ – ВЫПУСК», КАПИТАЛ, СТОИМОСТЬ, ТРУДОВАЯ ТЕОРИЯ ЦЕННОСТИ, ЦЕННОСТЬ, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ	Экономика. Экономические науки / Экономические теории	Economics and business

Источник: составлено авторами по данным РИНЦ

и методологического обеспечения процесса отслеживания трендов. Представляется, что сопряженное решение двух отмеченных задач способно повысить суверенизацию сектора общественно-экономических исследований.

Инструментальное и методологическое развитие трендвотчинга на современном этапе

Трендвотчинг как новая тематическая область

Отслеживание трендов социально-экономической политики является лишь частной задачей регулярного мониторинга происходящих изменений и идентификации тенденций в любой профессиональной области. Совершенствование технологий обработки и хранения Big Data, создание средств аналитики больших массивов данных задали вектор на использование компьютеризированных средств управления в различных областях для обогащения инструментария стратегического управления и аналитического сопровождения принятия решений. Это способствовало оформлению такого направления как трендвотчинг (от англ. trend watching – отслеживание трендов), который получил особенно динамичное развитие и широкое применение в области маркетинга и креативных индустрий [6].

Изначально трендвотчинг возник в 50-е гг. XX ст. во Франции и означал отслеживание модных тенденций в США и Европе [7]. Со временем содержание этого термина было расширено и фактически трендвотчинг превратился в один из методов познания окружающего мира и прогнозирования будущего [8].

В академической литературе термин трендвотчинг пока не получил широкого распространения. Так, в библиометрической базе данных Scopus по ключевому слову trendwatch* было обнаружено лишь несколько десятков публикаций, в том числе, одна статья, аффилированная с российским вузом (НИУ ВШЭ) [9]. Анализ коллекции e-library также выявил незначительное число публикаций, посвященных трендвотчингу и/или его использованию в качестве основного метода исследования.

Трендвотчинг как метод успешного управления коммерческими проектами в условиях постоянных рыночных, политических и экономических изменений рассмотрен И. Петровой с соавторами [10], некоторое количество исследований обращается к трендвотчингу как к инструменту продвижения брендов, товаров или услуг [11–13]. Перспективы применения инструментария трендвотчинга в контексте алгоритма прогнозирования инновационных продуктов анализируются в статье Е.П. Суеда и А.А. Поповой [14].

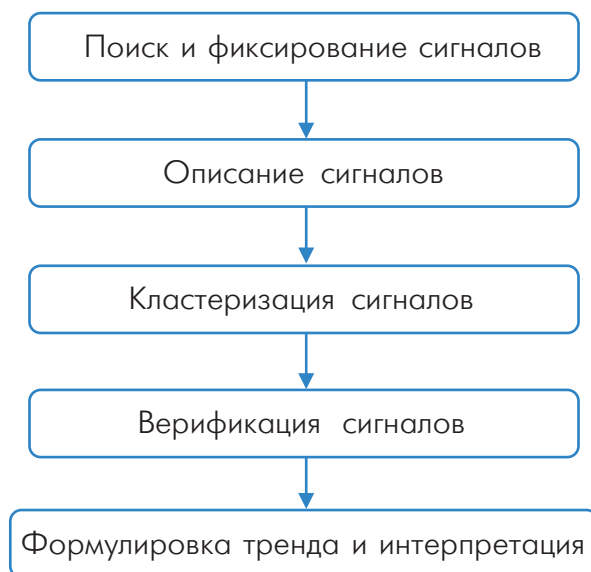


Рисунок 1. Этапы трендвотчинга

Публикации, описывающие возможности использования инструментария трендвотчинга для целей мониторинга социально-экономической политики, отсутствуют как в национальном, так и в интернационализированном сегменте коллекций научных документов.

Содержанием трендвотчинга является совокупность этапов, включающая регулярный мониторинг анализируемой области, сбор и анализ информации, ее интерпретацию. Схематично трендвотчинг можно представить в виде пятиэтапного алгоритма действий, предложенного О. Шаевой (рисунк 1) [15].

На этапе поиска и фиксирования сигналов важно использовать релевантную целям и задачам выборку исходных данных. Описание сигналов подразумевает интерпретацию каждого из них, включая идентификацию области их применения, уровень значимости для решения конкретных задач, определение круга лиц, на которых направлен этот сигнал. Кластеризация позволяет выделить группы схожих сигналов и идентифицировать сдвиги в анализируемой области. На этапе верификации должна быть дана количественная оценка полученных данных для ответа на вопрос о достаточности сигналов для фиксирования новых трендов. Пятый этап трендвотчинга направлен на финальную интерпретацию и формулировку трендов по результатам проведенного анализа.

Ограничения трендвотчинга

Важно отметить тот факт, что эффективность трендвотчинга наряду с отлаженным алгоритмом его проведения в значительной степени зависит от уровня профессионализма исполнителей, в частности, наличия большого опыта работы в определенной области, или, так называемой, насмотренности. Это дополнительное трудно формализуемое преимущество, неотделимое от носителя компетенций, фактически является одной из базовых характеристик эксперта в любой области и представляет собой особую ценность для анализа и интерпретации получаемых данных на каждом этапе исследования трендов.

Алгоритм отслеживания трендов должен быть адаптирован для каждой конкретной поисковой задачи, но в общем виде представляет

собой сканирование информационных потоков в исследуемой и смежных областях. Определение периодичности проведения трендвотчинга, его предметного и географического охвата является отдельной методологической задачей. Ее решение принципиально важно именно для целей мониторинга трансформации социально-экономической политики Российской Федерации на современном этапе, с учетом региональных особенностей развития и размещения производительных сил, специфики региональных социально-экономических процессов, а также необходимости их увязки с природно-экологическими условиями.

Несмотря на взятый курс на суверенизацию национальной социально-экономической политики Российской Федерации, объектом мониторинга остаются глобальные геополитические и экономические тренды, а также культурные, языковые, этнические и другие особенности населения различных территорий, что напрямую связано с перспективами создания нового дизайна международных отношений.

Таким образом, важно подчеркнуть, что доступность больших массивов структурированных и неструктурированных данных, в том числе, из закрытых источников, разнообразие программных средств обработки и широкий спектр характеристик в отношении которых может быть получена информация, сами по себе в отсутствии продуманного и детального сформулированного технического задания по наблюдению за трендами не обеспечивают эффективности и достоверности мониторинга.

Ответом на невозможность полного охвата всей информации, относящейся к какому-либо объекту наблюдения, может стать система жестких ограничений анализа, включающая цель, зоны поиска, категории [15], при этом сам свод правил может пересматриваться и быть откорректирован в соответствии с новыми условиями и требованиями к результатам. Также возможным способом повышения эффективности поиска является проведение систематического мониторинга с повышенной периодичностью.

Промежуточные и итоговые результаты трендвотчинга целесообразно хранить в формате таблиц, простых баз данных или стратегических карт. Таблицы и базы данных

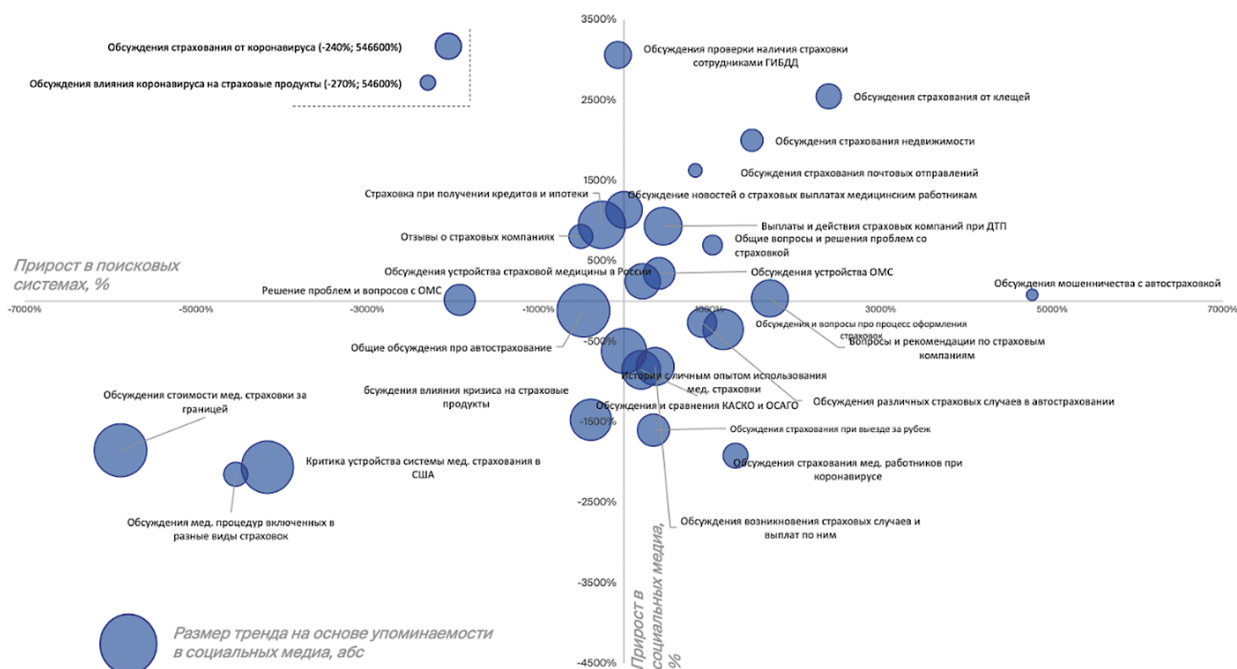


Рисунок 2. Пример карты трендов в категории «Страхование», построенной на базе анализа поисковых запросов и данных социальных медиа

Источник: [15] (Фото: личный архив Станислава Моисеева)

позволяют систематизировать информацию, ранжировать данные, занесенные в общий массив, по любым критериям и быстро сравнивать отдельные характеристики трендов между собой. Стратегические карты напротив, не обладают высоким уровнем удобства для обработки данных, но позволяют наглядно отображать текущую ситуацию, в том числе, с использованием приоритизации и тематического зонирования.

На *рисунке 2* представлен пример карты трендов в области страхования, в которой по оси абсцисс отложен показатель «прирост в поисковых системах, %», а по оси ординат показатель «прирост в социальных медиа, %».

Инструментарий трендотчинга

Специалисты в области трендотчинга используют широкий набор сервисов, помогающих автоматизировать и/или ускорить выполнение рутинных задач, наиболее востребованы базы Springwise, Trend Hunter и TrendWatching, Google Trends, Wordstat, отдельно следует упомянуть платформы

бизнес-тематики CB Insights и Crunchbase, Naked Science, с трендами работают платформы Itonics, Explorer, Futures Platform, для анализа контента социальных сетей используется YouScan, Медиалогия, Brand Analytics. В качестве дополнительных источников идентификации трендов используются новостные ленты, интервью с экспертами отраслей, патентные и библиометрические базы данных, академическая литература, материалы аналитических агентств. При этом важно подчеркнуть, что все эксперты в области трендотчинга отмечают отсутствие систем, которые могли бы в полностью автоматизированном режиме решать задачу выделения и интерпретации сигналов из любых источников данных.

Еще одним средством работы с трендами является формирование тегов и их привязка к найденным сигналам (разметка данных). Так, сигналу может быть присвоена дата и период времени, категория, организация и другие метки, а также ссылка на первоисточник. Пул тегов в дальнейшем позволяет быстро находить необходимую информацию в автоматизированном режиме.

Эффективные практики трендвотчинга

Выполненный анализ открытых источников информации не позволил найти кейсы, результаты, алгоритмы и методологию использования трендвотчинга для целей мониторинга социально-экономических процессов, хотя есть все основания полагать, что такие разработки существуют и активно используются. Поэтому авторы настоящей статьи обратились к области, в которой методологическое и инструментальное развитие трендвотчинга происходило особенно динамично и открыто. Такой областью является маркетинг.

Сегодня трендвотчинг является важным элементом портфеля задач маркетинговых подразделений компаний. Наряду с этим созданы и активно развиваются специализированные агентства, ориентированные на предоставление услуг по отслеживанию потребительских трендов в различных областях, лидером из которых является агентство TrendWatching. Основанное в 2002 г. агентство ориентировано не только на маркетологов, но также на предпринимателей и новаторов, выводящих на рынки продукты новой технологической повестки [16].

Флагманским продуктом TrendWatching является Amplify – платформа для анализа тенденций, предоставляющая инструменты и контент для быстрой адаптации и разработки стратегии пользователей с помощью обширных баз данных тенденций и инноваций, отчетов о тенденциях и отраслевых обновлений.

В основе работы специалистов TrendWatching лежит собственная запатентованная методология Purpose-Driven Innovation (PDI), которая представляет собой аналитическую схему, превращающую разнонаправленные тенденции в значимые тренды.

В основе методологии PDI лежит поиск совпадений на стыке базовых человеческих потребностей, движущих сил изменений и инноваций. Потребительские тенденции возникают, когда относительно постоянные основные потребности человека сталкиваются с постоянно меняющимися факторами изменений (например, климатическим кризисом). Когда происходит это пересечение, возникает напряжение. Инновации устраняют это

напряжение и задают новые тренды и потребительские ожидания [17].

TrendWatching разработали собственную четырехуровневую иерархию трендов:

- Драйверы перемен – макроизменения, становление которых происходит несколько лет или десятилетий и вносит существенные изменения во внешнюю среду. Сюда относятся все экономические, политические, технологические и общественные изменения;
- Мегатренды – тенденции, которые возникают в ответ на напряжение на стыке основных потребностей человека с факторами изменений. На сегодняшний день TrendWatching выделяет 15 мегатрендов в области экологии, политики, экономики и технологий;
- Субтренды – возможности и инновации, которые возникают в рамках мегатрендов и объясняют, как можно начинать работу с новыми ожиданиями уже сегодня. В базе TrendWatching содержится около 230 субтрендов;
- Ниши – новые идеи и экспериментальные концепции, ориентированные на конкретную отрасль, но которые имеют потенциал выйти за рамки одной отрасли и стать более широкими потребительскими тенденциями.

В 2022 г. агентство TrendWatching назвало три основные глобальные тенденции [18]:

- «Устойчивость как услуга» (Sustainability as a Service);
- «Открытые решения» (Open Source Solutions);
- «Нарушения кода» (Code Breakers).

Важно подчеркнуть, что трендвотчинг не отвечает на вопрос, что будет происходить через определенный промежуток времени, он лишь предлагает ряд наиболее вероятных сценариев на основании изучения слабых сигналов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Трансформация мирового порядка, изменение геополитической и геоэкономической картины мира, новые векторы социально-экономической политики Российской Федерации предполагает актуализацию исследовательских

стратегий в области общественно-экономических наук и достижения максимального уровня их релевантности вызовам современного этапа. Для достижения суверенизации отечественного сектора общественно-экономических исследований представляется важным оформление нового понятийного аппарата текущей социально-экономической политики, а также разработка инструментального и методологического обеспечения процесса отслеживания трендов.

Выполненный в рамках настоящего исследования анализ используемых профессиональных и открытых алгоритмов трендотчинга дает основания отметить, что единственной областью, в которой процесс мониторинга трендов опирается на развитую методологию и инструментарий, являются креативные индустрии. Для адаптации этих алгоритмов к задачам мониторинга социально-экономической политики особенно перспективна разработка агентства TrendWatching, запатентовавшего методологию Purpose-Driven Innovation, которая представляет собой аналитическую схему, превращающую разнонаправленные тенденции в значимые тренды.

В основе методологии лежит четырех-уровневая иерархия трендов, позволяющая последовательно выделять **«драйверы перемен»** – макроизменения, становление которых происходит несколько лет или десятилетий и вносит существенные изменения во внешнюю среду (*сюда относятся все экономические, политические, технологические и общественные изменения*); **«мегатренды»** – тенденции, которые возникают в ответ на напряжение на стыке основных потребностей социума с факторами изменений (*на сегодняшний день TrendWatching выделяет 15 мегатрендов в области экологии, политики, экономики и технологий*); **«субтренды»** – возможности и инновации, которые возникают в рамках мегатрендов (*TrendWatching выделяет около 230 субтрендов*); **«ниши»** – новые идеи и экспериментальные концепции.

Предлагаемые алгоритмы выявления драйверов перемен, мегатрендов, субтрендов и ниш представляется абсолютно применимыми к мониторингу социально-экономических трансформаций и их рефлексии на актуальную социально-экономическую политику.

ЛИТЕРАТУРА

1. Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 (2020) О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года / Гарант. URL: <https://www.garant.ru/hotlaw/federal/1401794>.
2. Кошкина А., Рубченко М. (2021) Правительство готовит новую стратегию социально-экономического развития / Ведомости, 02.02.2021. <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2021/02/02/856382-pravitelstvo-gotovit-novuyu-strategiyu-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya>.
3. Конфуций Кун Фу-цзы (2001) Лунь юй / пер. Переломова Л.С. – Восточная литература. 39 с.
4. Путин назвал ключевые принципы новой российской экономической политики / РБК, 17.06.2022. <https://www.rbc.ru/economics/17/06/2022/62ac88969a7947c64123f0c9>.
5. Абиля Е.А. (2007) Применение методов естественных наук в историческом исследовании: обзор современного состояния // Известия Алтайского государственного университета. С. 7–14.
6. Приоритезация финансирования научных исследований и разработок на 2023–2025 годы в рамках ГП НТР: основные подходы (2022) Презентация. Подготовлена в соответствии с п. 4 раздела 2 протокола заседания Комиссии по научно-технологическому развитию / Минобрнауки России.
7. Серганов Н.И. (2022) Трендотчинг (trendwatching): тренд и его метод работы / Дни науки. <https://dninauki.ucoz.ru/publ/?page2>.
8. Динабург С.Р. (2016) Современные исследования будущего: между утопией и форсайтом // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Культура. История. Философия. Право. 3:86–97.
9. Lipsits I. (2012) Culture transformation and changing consumption patterns // Voprosy Ekonomiki. 8:64–79.
10. Petrova I., Safronova N., Myltzev M. (2014) Trendwatching as an Effective Tool for Sustainable Entrepreneurship / SSRN. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2540130.

11. Соловьева Д.В., Булыгина А.Н., Шатохина Д.Д., Семенова П.А., Шевцова А.С. (2021) Применение инструментов трендмаркетинга для разработки медиаконтента бренда // Практический маркетинг. 290:41–48.
12. Бавина П.А., Егорова Е.В., Чурилина И.Н. (2021) Синтез формального, неформального и информального образования в разработке дополнительных образовательных программ для поколения миллениум // Управление образованием: теория и практика. 2(34):35–46.
13. Соловьева Д.В., Завьялова А.О. (2021) Стратегический подход к формированию идентичности бренда на основе концепции территориального маркетинга // Практический маркетинг. (293):3–12.
14. Суетов Е.П., Попова А.А. (2020) Метод определения вектора развития технологического прогресса и предсказания появления инновационных продуктов на основе мониторинга количества научных публикаций и патентов на примере появления технологии face id как результата развития глубинных камер // Цифровая наука. 5:92–101.
15. Карасева Л. (2021) Практика трендвотчинга: что помогает распознавать сигналы из будущего / РБК, 23.06.2021. <https://trends.rbc.ru/trends/futurology/60d2f0db9a794726e9d1d3f6>.
16. TrendWatching (2022) / TrendWatching. <https://www.trendwatching.com>.
17. How we do trends (2022) / TrendWatching. <https://www.trendwatching.com/trend-analysis>.
18. The future of purpose (2022) / Trend Watching. <https://www.trendwatching.com/quarterly/2020-02/the-future-of-purpose>.

Информация об авторах

Куракова Наталия Глебовна – доктор биологических наук, главный научный сотрудник, директор Центра научно-технической экспертизы, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; Scopus Author ID: 55441402000, ORCID: 0000-0003-1896-6420 (Российская Федерация, 119571, г. Москва, пр. Вернадского, д. 82; e-mail: kurakova-ng@ranepa.ru).

Ерёмченко Ольга Андреевна – старший научный сотрудник Центра научно-технической экспертизы, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; Scopus Author ID: 55811482100, ORCID: 0000-0001-5964-9080 (Российская Федерация, 119571, г. Москва, пр. Вернадского, д. 82; e-mail: tatrics@mail.ru)

N.G. KURAKOVA,

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
(Moscow, Russian Federation; e-mail: kurakova-ng@ranepa.ru)

O.A. YEREMCHENKO,

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
(Moscow, Russian Federation; e-mail: tatrics@mail.ru)

MONITORING SOCIO-ECONOMIC TRENDS: TOOLS AND LIMITATIONS

UDC: 338.2

<https://doi.org/10.22394/2410-132X-2022-8-2-86-97>

Abstract: The transformation of the world order, the change in the geopolitical and geo-economic picture of the world, the new vectors of the socio-economic policy of the Russian Federation imply the actualization of research strategies in the field of socio-economic sciences and the achievement of the maximum level of their relevance to the challenges of the current stage. To achieve the sovereignization of the domestic sector of socio-economic research, it is important to formulate a new conceptual apparatus of the current socio-economic policy, as well as to develop instrumental and methodological support for the trend tracking process.

The analysis of professional and open trendwatching algorithms used in this study gives grounds to note that the only area in which the trend monitoring process relies on developed methodology and tools is the creative industries. To adapt these algorithms to the tasks of monitoring socio-economic policy, the development of the TrendWatching agency, which has patented the Purpose-Driven Innovation methodology, which is an analytical scheme that turns multidirectional trends into significant trends, is especially promising.

Keywords: socio-economic policy, vectors, conceptual apparatus, ideological sovereignty, trends, monitoring tools, trend-watching, practices, algorithms

Acknowledgements: The study was carried out within the framework of the Priority 2030 federal program of the RANEPa.

For citation: Kurakova N.G., Yeremchenko O.A. Monitoring Socio-Economic Trends: Tools and Limitations.

The Economics of Science. 2022; 8(2):86–97. <https://doi.org/10.22394/2410-132X-2022-8-2-86-97>

REFERENCES

1. Decree of the President of the Russian Federation dated July 21, 2020 No. 474 (2020) On certain applications of the development of the Russian Federation for the period up to 2030 / Garant. URL: <https://www.garant.ru/hotlaw/federal/1401794>. (In Russ.)
2. Koshkina A., Rubchenko M. (2021) The government is preparing new participants in socio-economic development / *Vedomosti*, 02.02.2021. <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2021/02/02/856382-pravitelstvo-gotovit-novuyu-strategiyu-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya>. (In Russ.)
3. *Confucius Kung Fu Tzu* (2001) Lun Yu / transl. Perelomova L.S. – Oriental Literature. 39 p. (In Russ.)
4. Putin called the rationale for the new economic policy / RBC, 17.06.2022. <https://www.rbc.ru/economics/17/06/2022/62ac88969a7947c64123f0c9>. (In Russ.)
5. Abil E.A. (2007) Application of scientific research methods in research: a review of the current state // *Bulletin of the Altai University*. P. 7–14. (In Russ.)
6. Priority of research and research funding for 2023–2025 under the GP STD: main approaches (2022) Presentation. Prepared in accordance with paragraph 4 of section 2 of the meeting of the commission for scientific and technological development / Ministry of Education and Science of Russia. (In Russ.)
7. Serganov N.I. (2022) Trendwatching: trend and method of work / *Days of Science*. <https://dninauki.ucoz.ru/publ/?page2>. (In Russ.)
8. Dinaburg S.R. (2016) Modern studies of the future: between utopia and foresight // *Bulletin of the Perm National Research Polytechnic University. Culture. Story. Philosophy. Law*. 3:86–97. (In Russ.)
9. Lipsits I. (2012) Culture transformation and changing consumption patterns // *Voprosy Ekonomiki*. 8:64–79. (In Russ.)
10. Petrova I., Safronova N., Myltzev M. (2014) Trendwatching as an Effective Tool for Sustainable Entrepreneurship / SSRN. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2540130.
11. Solovieva D.V., Bulygina A.N., Shatokhina D.D., Semenova P.A., Shevtsova A.S. (2021) Using trend marketing tools to develop brand media content // *Practical Marketing*. 290:41–48. (In Russ.)
12. Bavina P.A., Egorova E.V., Churilina I.N. (2021) Synthesis of formal, non-formal and informal education in the development of additional educational programs for the millennium // *Education Management: Theory and Practice*. 2(34):35–46. (In Russ.)
13. Solovieva D.V., Zavyalova A.O. (2021) Strategic approach to the formation of brand identity based on the concept of territorial marketing // *Practical marketing*. (293):3–12. (In Russ.)
14. Suedov E.P., Popova A.A. (2020) Method for determining the vector of development of technological progress and predicting the emergence of innovative products based on monitoring the number of scientific publications and patents using the example of the emergence of face id technology as a result of the development of deep cameras // *Digital Science*. 5:92–101. (In Russ.)
15. Karaseva L. (2021) Trendwatching practice: what helps to recognize signals from the future / RBC, 23.06.2021. <https://trends.rbc.ru/trends/futurology/60d2f0db9a794726e9d1d3f6>. (In Russ.)
16. TrendWatching (2022) / TrendWatching. <https://www.trendwatching.com>.
17. How we do trends (2022) / TrendWatching. <https://www.trendwatching.com/trend-analysis>.
18. The future of purpose (2022) / Trend Watching. <https://www.trendwatching.com/quarterly/2020-02/the-future-of-purpose>.

Authors

Natalia G. Kurakova – Chief Researcher, Director of the Center for Scientific and Technical Expertise, The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; Scopus Author ID: 55441402000, ORCID: 0000-0003-1896-6420 (Russian Federation, 119571, Moscow, Vernadsky Pr., 82; e-mail: kurakova-ng@ranepa.ru).

Olga A. Yeremchenko – Senior Researcher of the Center for Scientific and Technical Expertise, The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; Scopus Author ID: 55811482100, ORCID: 0000-0001-5964-9080 (Russian Federation, 119571, Moscow, Vernadsky Pr., 82; e-mail: tatrics@mail.ru)