# 100 ТРЕНДОВ 2024: КУДА ДВИГАТЬСЯ БИЗНЕСУ?

Ориентиры для принятия решений по развитию продуктов, услуг и коммуникаций





### 100 ТРЕНДОВ 2024: КУДА ДВИГАТЬСЯ БИЗНЕСУ?





# ВВЕДЕНИЕ | О ПРОЕКТЕ



Единственное, что в современном мире постоянно — это перемены. Их нельзя остановить. Но можно научиться жить и эффективно управлять бизнесом в условиях перманентных трансформаций. А еще — можно проследить тенденции этих перемен и на их основе сформировать видение нескольких вариантов возможного будущего. Однако наши прогнозы должны быть не интуитивными, отражающими личные ожидания. Важно строить их на основе точных аналитических данных с применением строгих научных методов.

В эпоху непрекращающегося ускорения время становится наиболее ценным ресурсом. Мы хотим помочь вам сэкономить его. Поэтому эксперты НАФИ проанализировали глобальные и российские тренды развития общества, экономики, различных сегментов рынка. Для вас мы подготовили масштабный исследовательский проект, в котором описали эти тренды и показали спектр направлений для дальнейшего успешного движения вашего бизнеса.

В данном проекте мы предлагаем ориентиры для формирования стратегии развития вашей компании, эффективного принятия ключевых решений, вывода на рынок новых продуктов, определения перспективных ниш, выстраивания доверительных коммуникаций с клиентами. Используйте эту информацию сами и поделитесь со своими деловыми партнерами. Они это оценят!

Заранее благодарим и желаем Вам полезного и приятного чтения!



### ВВЕДЕНИЕ | ОБ АНАЛИТИЧЕСКОМ ЦЕНТРЕ НАФИ



Аналитический центр НАФИ входит в число самых влиятельных российских исследовательских агентств. Уже почти 20 лет мы наблюдаем и описываем модели социальных и экономических изменений, определяем векторы дальнейшего развития различных сегментов бизнеса для того, чтобы наши клиенты могли применить эту информацию в управлении своими компаниями.

### научный подход

Мы используем научную методологию и передовые исследовательские технологии.

### КОНСАЛТИНГ

Даем конкретные практические рекомендации по решению бизнес-задач на основе результатов исследований.

### ИННОВАЦИИ

Входим в реестр ИТ-компаний Минцифры России. Имеем собственную онлайн-панель для проведения онлайн-опросов.

### МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА

Являемся сертифицированным членом ESOMAR и ОИРОМ. Для обеспечения качества услуг в Аналитическом центре НАФИ применяется собственная Политика качества.

1500+

проектов со сложной целевой аудиторией

520000+

респондентов в собственной онлайн-панели 300+

региональных партнеров Подробнее о НАФИ читайте здесь.

Если у вас есть запрос на проведение исследования, пожалуйста, заполните простую форму по ссылке.



### ВВЕДЕНИЕ МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ ТРЕНДОВ



Команда НАФИ использует многолетний опыт в области социологических и маркетинговых исследований, собственные знания и знания ведущих отраслевых экспертов, а также специальные цифровые инструменты, чтобы наилучшим образом предопределять зарождающиеся тенденции.

# В РАМКАХ ИССЛЕДОВАНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНЫ:

- данные из открытых источников медиаресурсов на русском и иностранных языках, интервью и комментарии экспертов, научные статьи и аналитические отчеты ведущих исследовательских компаний мира
- данные инициативных маркетинговых и социологических исследований, проведенных Аналитическим центром НАФИ за последние несколько лет

Будущее проявляется в сигналах, поведенческих установках и контекстах, которые мы можем наблюдать и интерпретировать сегодня с помощью исследовательских методов.

# ВВЕДЕНІ

### ВВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ПАНЕЛЬ ТЕТ-О-ТВЕТ



Многие данные НАФИ, представленные на страницах проекта «100 трендов 2024: куда двигаться бизнесу?» были собраны с помощью собственной исследовательской онлайн-панели Тет-о-твет.

Тет-о-твет — платформа для быстрых опросов целевой аудитории, которая позволяет создать инструментарий и настроить онлайн-опрос так, чтобы получить не просто цифры, а ценные инсайты.

Платформа дает возможность получить выборку по половозрастным, профессиональным, географическим и любым другим параметрам, чтобы опросить именно тех людей, мнение которых важно для конкретной компании.

Тет-о-твет подходит для проведения как репрезентативных социологических, так и маркетинговых исследований.





T TOO TREHAOB 2024: WAA ALL

## 1 МЕГАТРЕНДЫ

Под мегатрендами мы понимаем тренды, характерные для всех отраслей и сфер жизнедеятельности и отражающие масштабные трансформации, происходящие в экономике и обществе.

Мегатренды задают направление, но не определяют будущее. Их нужно учитывать в прогнозах развития ситуации, понимая, что всегда существует множество альтернативных вариантов такого развития.





### ТРАНСФОРМАЦИИ, НАЧАВШИЕСЯ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ, ВСЕ ЕЩЕ ПРОДОЛЖАЮТСЯ

Изменения образа жизни, вызванные сложной эпидемиологической ситуацией в мире, оказались серьезнее, чем ожидалось. Возвращения к прежней реальности так и не произошло. Преображение мышления людей закрепилось в повседневных привычках, моделях поведения и принятия решений и т. д. Представители бизнеса, сферы образования, в свою очередь, не стали отказываться от хорошо зарекомендовавших себя технологий дистанционной коммуникации, менеджмента и пр.

### СМЕНА ПРИОРИТЕТОВ В КЛЮЧЕВЫХ СФЕРАХ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Переоценка жизненных ценностей, перенос фокуса внимания на здоровье, в т. ч. ментальное (свое и близких), акцент на семью и дом, забота об экологии и благополучии повлекли за собой большое количество последствий:

- переосмысление понятия «успех», поиск личной ценности, чувства общности, цели и смысла в деятельности, в т. ч. профессиональной
- стремление соблюдать work-life баланс, массовые уходы с работы, «тихое увольнение» (процесс, при котором сотрудник формально не увольняется, но отказывается от перегрузок, переработок и в целом от постановки работы в приоритет)
- попытки уменьшить собственное негативное влияние на экологию (сортировка мусора, отказ от избыточного потребления и др.)
- привычка питаться, тренироваться, проводить досуг дома
- онлайн-обучение, потеря привязанности к «физическому» офису и переезды в места, где хочется жить, с сохранением работы (кочевничество профессионалов)
- изменение графиков жизни и разделение жилых пространств из-за необходимости работать, учиться дома и большего времени, которое члены семьи стали проводить в одном физическом пространстве.

### ИИ, AR- И VR-ТЕХНОЛОГИИ ВНЕДРЯЮТСЯ В БИЗНЕС НА ВСЕХ УРОВНЯХ

Они не только становятся неотъемлемой частью качественного клиентского сервиса, но и позволяют по-новому подходить к управлению бизнесом, формированию бюджетов, оценке рисков, создают новую корпоративную культуру.

### ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИЧНЫЕ МОДЕЛИ В ФОКУСЕ ВНИМАНИЯ

Беспрецедентные темпы развития технологий привели к тому, что деловые процессы и коммуникация, при всей оперативности и точности, стали безликими, утратили «личностную» составляющую, эмпатию. В результате эксперты поднимают вопрос о необходимости возвращения высокотехнологичным процессам «человеческого лица» и выстраивания такой модели общества, при которой ИИ остается в статусе помощника.

### ПОСТОЯНСТВО ПЕРЕМЕН, ГИБКОСТЬ И АДАПТИВНОСТЬ

Жесткие графики работы, фиксированные уровни управления и строгая иерархия, свойственные для индустриальной эпохи, уступают место пластичным, мобильным структурам, персонифицированному подходу. С точки зрения потребителей это означает ожидание доступности полноценного сервиса круглосуточно и независимо от дня недели. Большую роль в придании гибкости ранее косным структурам, персонификации подхода играют зумеры — поколение «индивидуалистов», ценящих независимость, свободу и эксклюзивность.





#### ИНКЛЮЗИЯ И МИР БЕЗ ГРАНИЦ

Благодаря технологиям мир практически «теряет» географические границы. Люди, в том числе, с ограниченными возможностями здоровья, невысоким материальным положением, могут позволить себе путешествовать, не выходя из комнаты, общаться и «посещать» культурные объекты. В контексте потребления товаров и услуг это подразумевает привлечение новых целевых аудиторий.

КОНТРТРЕНД — поляризация мира, деление его на несколько сегментов, в рамках которых страны выстраивают стратегии не «за» всеобщее объединение, а против тех, кто входит в другие сегменты. Эта поляризация проявляется и в общественных отношениях, когда людям приходится выбирать ту или иную сторону хотя бы для того, чтобы оказаться в более понятной системе координат.

### мультикультурность становится нормой

Смешение разных культур в рамках одной семьи, сообщества, компании и др. превратилось в обыденность, которую необходимо учитывать в работе и коммуникации на всех уровнях.

### МОБИЛЬНЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ ДЕЛАЕТ ПРИВЫЧНЫМ ПОЛУЧЕНИЕ УСЛУГ «НА ХОДУ»

Высокий темп жизни и возможность приобретать нужные товары и услуги практически моментально приводят к совершению покупок «мимоходом». Уменьшается количество времени, затрачиваемое на выбор; покупатели ориентируются на торговые точки, находящиеся «по пути» (в аэропортах, на вокзалах, заправках), доверяют рекомендациям консультантов и предоставляют умным помощникам выбирать для них нужные товары.

### СТРЕМЛЕНИЕ К ЗАМЕДЛЕНИЮ, ПОИСК КОМФОРТА, УЮТА, «ЛАМПОВОСТИ»

Усталость от тревоги и стресса заставляет людей искать «тихие гавани». Они больше доверяют тем организациям, которые создают для них атмосферу спокойствия и уверенности в завтрашнем дне. Ценят индивидуальный подход, аутентичный персональный опыт, эмпатию и помощь в решении проблем.

#### СУЖЕНИЕ ГОРИЗОНТА ПЛАНИРОВАНИЯ

Нестабильность в мире, отсутствие возможности четко «представить будущее» вынуждает отказываться от долгосрочных планов. В этом контексте наблюдаются два противоречивых тренда: с одной стороны, бережливость, более рациональное потребление и распоряжение ресурсами, с другой — спонтанные личные решения, приводящие к масштабным переменам в жизни.

### ПОЯВЛЕНИЕ ИНДУСТРИЙ, ПОМОГАЮЩИХ ПОЖИЛЫМ ВЕСТИ СОЦИАЛЬНО АКТИВНУЮ ЖИЗНЬ

Старение населения приводит к смещению жизненных циклов (например, продление периода поиска партнера, поздние браки и рождение детей в них, продолжение трудовой деятельности по достижении пенсионного возраста) и делает необходимыми сервисы, которые позволяют людям зрелого возраста оставаться активными, независимыми от помощи других и сохранять включенность в жизнь общества.

#### ПОЯВЛЕНИЕ НОВЫХ ВЫЗОВОВ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ

Эти вызовы связаны с условиями современной жизни. В их числе — шумовое загрязнение, изменение климата и другие экологические проблемы, тревога из-за развития ИИ, социально-политических процессов в мире. Продолжают рушиться табу вокруг разговоров о психических расстройствах, таких как депрессия, одиночество. Ментальное здоровье становится одной из определяющих категорий — создания условий для его сохранения ждут, в том числе, и от работодателей.

### НОСТАЛЬГИЯ ПО ВРЕМЕНАМ, КОГДА «ВСЕ БЫЛО ЛУЧШЕ»

Настоящее вызывает у людей по всему миру тревогу, будущее не просматривается. В результате многие оглядываются назад в поисках понятных ориентиров, покоя и вдохновения. Особенно сильно ностальгия проявляется в искусстве и культуре, в использовании ретро-элементов и отсылок к «золотым» эпохам.





# 2 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Ужесточение норм регулирования, их частые изменения, выход на новые рынки в других странах заставляют бизнес активнее работать с маркетинговыми консультантами и юристами.



#### **МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ**

### УСТОЙЧИВОСТЬ БИЗНЕСА — ПО-ПРЕЖНЕМУ В ФОКУСЕ ВНИМАНИЯ\*\*\*

Речь идет не только о минимизации экологического ущерба от деятельности компаний, участии в разработке возобновляемых, экологичных источников энергии и др., но и о создании стабильной, защищенной от различных рисков бизнес-среды, которая поддерживает функционирование глобальных экономических процессов и благосостояние клиентов компаний.

### ПЕРЕСТАНОВКА СИЛ НА МЕЖДУНАРОДНОЙ АРЕНЕ И ЛОКАЛИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВ\*\*\*

Социально-политические изменения, обострения отношений между экономически развитыми странами, нарушения логистических цепочек приводят к перемещению производственных мощностей и сосредоточению производств в границах одного континента, региона. Одновременно бизнес продолжает стремиться к выходу на внешние рынки.

### ТРАНСФОРМАЦИЯ СТАНОВИТСЯ ОБЫДЕННОСТЬЮ\*\*\*

Управление переменами превращается в один из ключевых навыков бизнес-лидера. Он предполагает способность создать гибкое и адаптивное окружение, сохраняющее эффективность в перманентно меняющихся условиях, умение работать с информацией и делать на ее основе реалистичные прогнозы, постоянное обучение.

### КОМПАНИИ ПЛАНИРУЮТ ФИНАНСИРОВАНИЕ С УЧЕТОМ НЕПРЕДВИДЕННЫХ РИСКОВ\*\*\*

Нестабильность ситуации во всем мире приводит руководство компаний к осознанию необходимости формировать дополнительные резервы. Диверсификация бизнеса и разработка «запасных» стратегий по-прежнему входят в «антикризисный пакет».

### ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ В ОТНОШЕНИЯХ С КЛИЕНТАМИ\*\*

Две тенденции, которые делают возможным и необходимым персонифицированное взаимодействие с потребителями товаров и услуг — развитие ИИ и достижение зумерами возраста экономической активности. Это поколение нацелено на индивидуальный потребительский опыт, разнообразие и эксклюзивность, и бизнесу приходится соответствовать его запросам.

#### МАССОВОЕ БАНКРОТСТВО НЕЖИЗНЕСПОСОБНЫХ КОМПАНИЙ\*

Последствием бума технологических стартапов в 2010-х гг. стало их вымирание и создание на бирже пузыря из акций компаний, которые фактически уже не развиваются. По прогнозам 2024 год завершит процесс этой «чистки».

#### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

### 1 ПРОСТОР ДЛЯ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Все еще заняты далеко не все ниши, освободившиеся после ухода ряда компаний с российского рынка. Население надеется на появление сильных отечественных брендов, которые восполнят недостаток по целому ряду категорий, начиная с товаров повседневного спроса, заканчивая высокотехнологичной продукцией.

### **2** | ВЫХОД НА РЫНКИ СТРАН СНГ, ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ И АФРИКИ

Российские компании усиливают сотрудничество по целому ряду направлений. Страны СНГ, в частности, привлекают их как самостоятельно, так и в качестве транзитной зоны для дальнейшего продвижения на Ближний Восток и в Азию.

### 3 | НА ПЕРВЫЙ ПЛАН ВЫХОДИТ СОТРУДНИЧЕСТВО

Культура делового партнерства в России укрепляется на фоне социально-экономических изменений. Возрастает роль доверия между бизнес-партнерами. Руководители компаний осознают, что многие принципиально важные для развития задачи проще решить совместными усилиями. Это стимулирует, в частности, такие процессы как обмен данными и опытом.

### **4** | АКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Все существеннее становится роль бизнеса в решении общественно значимых проблем. Этот процесс коррелирует с ростом доли женщин-предпринимателей, которые традиционно более активно занимаются социальными проектами.

### 5 | РЕГУЛИРОВАНИЕ СО СТОРОНЫ ГОСУДАРСТВА

Повышение ключевой ставки, сдерживание цен на некоторые продукты, более внимательное отношение к финансовым операциям и уплате налогов, установление лимита на число иностранных работников в ряде отраслей — примеры явлений и мер, к которым российскому бизнесу необходимо адаптироваться.



#### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

### 6 | ДЕФИЦИТ КАДРОВ

Большинство российских компаний заявляют о нехватке сотрудников. Тенденция усугубляется тем, что многие представители сегмента МСБ в конце прошлого года взяли курс на расширение штата.

### **7** | ВСЕ, ЧТО НЕ ПОКУПАЛИ ОНЛАЙН, НАЧИНАЮТ ПОКУПАТЬ

С одной стороны, растет доверие потребителей игрокам e-commerce, с другой — привычка покупать онлайн. Для миллениалов и зумеров интернет-покупки — родная стихия. Развитие технологий позволяет рассмотреть товар в виртуальном шоу-руме. По данным НАФИ, более двух третей россиян делали покупки на маркетплейсах за последний квартал.

### 8 | ОТНОШЕНИЕ ОБЩЕСТВА К БИЗНЕСУ УЛУЧШАЕТСЯ

По данным НАФИ, в обществе растет взаимное доверие поставщиков и потребителей товаров и услуг, а также бизнес-партнеров друг другу. Отношение к предпринимательской деятельности в целом также меняется в лучшую сторону.

### 9 | ЖЕНЩИНЫ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ АКТИВНО ВЫХОДЯТ НА РЫНОК

Растет их представленность в быстро развивающихся сегментах, таких как e-commerce. Согласно статистике ведущих маркетплейсов, доля владелиц бизнеса в онлайн-торговле стремительно увеличивается.

### 10 | МОЛОДЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ СТАНОВЯТСЯ ДРАЙВЕРОМ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

По данным НАФИ, интерес российской молодежи к предпринимательству растет. Основной мотив — стремление к личной свободе и независимости, которые в большой степени обеспечиваются материальным благополучием. 12% потенциальных предпринимателей среди молодёжи хотели бы открыть высокотехнологичный бизнес.

### 11 ОСНОВНЫЕ ПРЕПЯТСТВИЯ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА ОСТАЮТСЯ ПРЕЖНИМИ

В их числе представители российского бизнеса называют бюрократию, дефицит профессиональных кадров, финансовых ресурсов, несовершенство законодательства. Однако в 2023-м году четверть предпринимателей упомянули новый сдерживающий фактор — международные санкции против России.

### Как бы Вы охарактеризовали текущее положение дел в Вашей компании?

% от опрошенных руководителей бизнеса



Исследование НАФИ и ТеДо

российских руководителей бизнеса заявляют о высоком уровне доверия к предпринимателям в обществе

женщин-предпринимателей отмечают улучшение отношения общества к занятию бизнесом

37%

бизнесменов в возрасте до 35 лет признаются, что на их решение открыть свое дело повлиял личный пример других успешных предпринимателей



3 TOO TREHHOB 2024: KYLIA LIBWI.

# 3 ТЕХНОЛОГИИ

Формируется цифровая культура доверия при одновременном осознании рисков, связанных с утечкой персональных данных в интернете.





#### **МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ**

### АКТИВИЗАЦИЯ РЫНКА ПРОДАЖИ ДАННЫХ ДЛЯ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ\*\*\*

Обучение ИИ становится основой для будущих конкурентных преимуществ, поэтому компании спешат в числе первых скупать данные для него.

### РАСШИРЕНИЕ СПЕКТРА РЕШАЕМЫХ ИИ ЗАДАЧ И УСЛОЖНЕНИЕ САМИХ ЗАДАЧ\*\*\*

В области разработки ПО, автоматизации процессов ИИ уже заменяет людей. Преимущество работы с высокой точностью, способности анализировать большие данные, быстро и без выгорания выполнять рутинные задачи превращают ИИ не только в помощника, но в ряде случаев и в заместителя сотрудников. Экспансия ИИ будет продолжаться в клиентских сервисах, медицине, подборе персонала, банкинге и др.

### ИНТЕГРАЦИЯ КОМПОНЕНТОВ ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ В РАЗНЫХ СФЕРАХ В ЕДИНУЮ СИСТЕМУ\*\*\*

Развивающиеся технологии идут по пути автоматизации рутинных функций потребителя. Данные, хранящиеся в облаке, легко передаются в различные приложения. То же происходит с умными устройствами.

### РАСПРОСТРАНЕНИЕ УМНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ\*\*\*

Интеграция ИИ происходит и в мобильные приложения. Так как последние для многих сфер становятся основным инструментом взаимодействия с клиентами, скорость этой интеграции превращается в конкурентное преимущество.

#### РАСТУЩЕЕ ЗНАЧЕНИЕ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ\*\*\*

Деанонимизация пользователей, повсеместно оставляющих цифровой след, вынос персональных данных людей и конфиденциальной информации компаний на «внешние» носители создают все больше возможностей для кибермошенничества. Затраты на инновационные инструменты обеспечения кибербезопасности растут.

### СОБЛЮДЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ESG В ХОДЕ ВНЕДРЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ИИ\*\*

Это касается как экобезопасности самих технологических процессов, снижения энергопотребления в ходе трансформации бизнеса и машинного обучения, так и обеспечения конфиденциальности различных данных.

### ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ, СВЯЗАННЫЕ С РАЗВИТИЕМ ИИ, ТРЕБУЮТ УСИЛЕНИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ\*

Все большее уподобление ИИ человеческому разуму открывает возможности для «гуманизации» роботов и создания «улучшенного» человека; процессы вытеснения людей из различных профессиональных сфер повышают уровень тревожности; машинное «взаимодействие», при котором ИИ выступает не только в качестве «представителя» компании, предлагающей товары и услуги (бот-помощники, консультанты, цифровые сотрудники отделов продаж), но и в качестве клиентов (например, при совершении В2В-сделок, рутинных закупок для потребителей по спискам и т. д.) практически исключает человека из процесса деловой коммуникации.

#### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

**12** | **МАСШТАБНОЕ ВНЕДРЕНИЕ ГЕНЕРАТИВНОГО ИИ** Лидирующие отрасли — IT, e-commerce, телеком. Также активно движутся в этом направлении добывающие и промышленные компании, финансовые организации.

### **13** | ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ СТИМУЛИРУЕТ РОСТ ВНУТРЕННЕГО ІТ-РЫНКА

В числе других важных стимулов — господдержка отрасли и активная цифровизация самих органов госуправления и служб по предоставлению госуслуг населению.

#### 14 | НЕХВАТКА ІТ-СПЕЦИАЛИСТОВ

Речь идет не только о квалифицированных разработчиках, тестировщиках и др., но и об управленческом персонале.

### 15 | РАСПРОСТРАНЕНИЕ OPEN SOURCE И LOW-CODE

- Использование открытых исходных кодов создает пространство и возможности для сотрудничества разработчиков, обмена опытом, экспериментов, совместного решения проблем. Оно снижает затраты компаний на изобретение того, что уже было изобретено, и ускоряет темпы развития всей IT-отрасли.
- ■Применение Low-code платформ позволяет компаниям разрабатывать собственные пользовательские приложения без погружения в сложные процессы программирования. Этим, в частности, компенсируется недостаток IT-кадров.





### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

### 16 | «ПРИНЯТИЕ» ТЕХНОЛОГИЙ НАСЕЛЕНИЕМ

Доверие россиян по отношению к технологиям растет. Большинство готовы пользоваться бот-ассистентами и даже роботами-помощниками. Все чаще люди обращаются к помощи технологий в разных сферах жизни, например, для того, чтобы следить за здоровьем.

### **17** РОСТ ИНТЕРЕСА К ЦИФРОВОМУ ОБУЧЕНИЮ И К САМИМ ТЕХНОЛОГИЯМ

По данным НАФИ, две трети россиян хотят повышать уровень собственной цифровой грамотности. 61% получают удовольствие, когда удается опробовать новые технологии.

### 18 | РОСТ ПРЕСТИЖНОСТИ ІТ-ПРОФЕССИЙ

IT и телекоммуникации являются одной из самых привлекательных в глазах россиян сфер для трудоустройства. Треть жителей России не исключают того, что в будущем получат образование, связанное с цифровыми технологиями.

### 19 | УВЛЕЧЕННОСТЬ ГЕЙМИНГОМ И ГЕЙМДЕВОМ

По данным НАФИ, больше половины россиян хотя бы эпизодически играют в видеоигры. Используют для этого в основном телефон или компьютер. Каждый четвертый молодой россиянин (14–35 лет) хотел бы работать в геймдеве.

#### **20** | ИНТЕРНЕТ ПЕРЕСТАЕТ БЫТЬ БЕЗГРАНИЧНЫМ, А КОНТЕНТ — БЕСПЛАТНЫМ

Сайты активно блокируют пользователей из ряда стран. Все большее количество компаний и медиаресурсов предоставляет доступ к полному контенту только при условии оформления платной подписки.

### **21** | НАРАСТАЮТ УСТАЛОСТЬ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ПЕРЕГРУЗКА

Постоянная необходимость осваивать новые цифровые инструменты, опасение быть замененным ИИ на рабочем месте, обилие информации в сети приводят к выгоранию и заставляют россиян стремиться к замедлению ритма жизни.

Фокусом ИИ-разработок станет развитие мультимодальных генеративных нейросетей, которые могут обрабатывать запрос в разных формах — текста, картинки, видео.

Алексей Гусаков, технический директор, Яндекс Поиск

<u>РГ: Искусственный интеллект, импортозамещение,</u> дефицит кадров и другие технотренды 2024 года, 8.01.2024

>3 часов

в день проводят за гаджетами российские дети и подростки, по мнению большинства родителей

77%

россиян, у которых есть дети и внуки младше 18 лет, хотят, чтобы те учились по IT-специальностям

36%

россиян, имеющих несовершеннолетних детей или внуков, считают, что учить их основам кибербезопасности должна школа





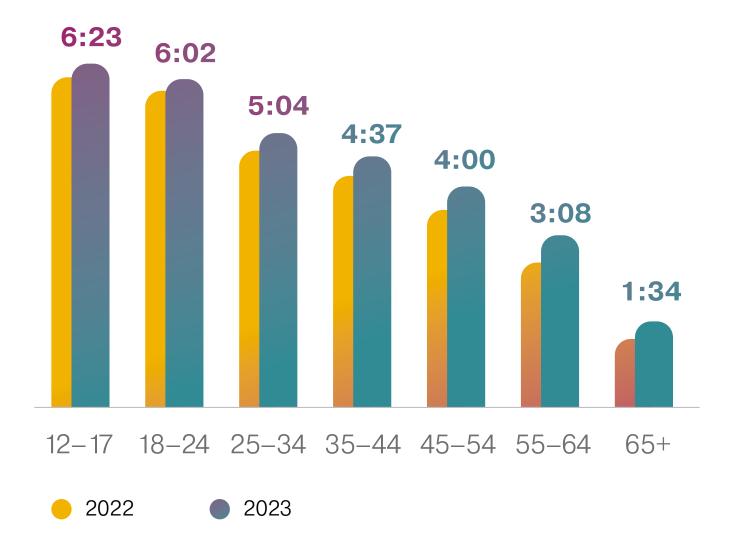
#### КУДА ДВИГАТЬСЯ БИЗНЕСУ?

- Вкладываться в кибербезопасность. Помогать клиентам оставаться в «безопасной зоне», выпуская соответствующие мини-гайды и используя умных помощников на основе ИИ, которые бы облегчали навигацию по сайту/в приложении и одновременно давали короткие советы по защите от киберугроз. Исследования показывают, что многие россияне ждут помощи извне для обеспечения личной кибербезопасности.
- Использовать открытые коды и Low-code платформы там, где это возможно, но придавать своим продуктам уникальные черты. Делать ставку на сохранение «человечности» в коммуникации с клиентами, разрабатывать оригинальные программы лояльности.
- Применять возможности ИИ в моделировании бизнес-процессов. Цифровые бизнес-модели позволяют оценить потенциальные риски, трудозатраты, увидеть проблемные зоны еще до выхода на рынок; дают возможность понять, как трансформируется ход процесса при изменении тех или иных условий.
- Интегрировать ИИ в пользовательские приложения, на сайты. Те, кто не сделает этого, рискуют остаться «за бортом». В частности, наличие умного ассистента на сайте/в приложении скоро будет восприниматься как неотъемлемая часть клиентского сервиса.

- Регулярно обучать сотрудников работе с цифровыми технологиями: с одной стороны, это позволит сохранить конкурентоспособность бизнеса, с другой производительность работников, в том числе, и путем снятия страха быть замененными «машинами».
- Поддерживать интерес целевых аудиторий, давая им возможность бесплатно опробовать новые техно-логичные продукты.
- Следить за сохранением «дружественности» своих интерфейсов. Межпоколенческий разрыв в контексте использования технологий сохраняется: в то время, как молодежь (для которой информационная среда родная) и люди экономически активного возраста обретают способность работать с более сложными цифровыми задачами, пожилые нередко чувствуют себя потерянными, не успевая за постоянными изменениями цифрового ландшафта.
- Еще один способ привлечь возрастную аудиторию помочь ее представителям обучаться работе с цифровыми технологиями, не испытывая давления и неловкости. Согласно исследованиям, установка «мне уже поздно чему-то учиться» является одним из ключевых барьеров для освоения принципов работы с технологиями.
- соответствует мировым трендам: следует учитывать на долгосрочную перспективу
- соответствует *российским трендам*: следует учитывать на средне- и краткосрочную перспективу

### Распределение времени, проводимого ежедневно в интернете, по возрастам (1 ПГ 2023 VS 2022)

количество часов в день



По данным Mediascope, средний россиянин проводит в интернете порядка 4 часов ежедневно. Преимущественно для выхода в сеть россияне используют мобильные устройства. Чем старше аудитория, тем больше среди нее приверженцев «десктопа». Значительную долю времени, выделяемого «на интернет», пользователи проводят в соцсетях. Лидеры — VKontakte, TikTok и Telegram.



17 100 TREHHOB 2024: WHA LEW

# 4 ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ

В сфере финансовых услуг необходим особенно ответственный подход к внедрению инноваций, поскольку дело касается персональных данных клиентов.



#### **МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ**

#### **FINTECH ВЛИЯЮТ НА ВСЁ\*\*\***

ИИ, облачные технологии, Big Data меняют не только работу с клиентами, но и бизнес-процессы, управление, корпоративную культуру финансовых организаций.

### МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ — КЛЮЧЕВОЙ ИНСТРУМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ\*\*\*

Помимо мобильного банкинга активно развивается сервис цифровых кошельков, оплаты по QR-кодам, с помощью умных устройств.

### ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ОБЕСПЕЧИВАЕТ ПЕРСОНИФИЦИРОВАННЫЙ ПОДХОД\*\*\*

Основываясь на анализе данных пользователей финуслуг за длительный период, выявляя закономерности и модели поведения, ИИ предлагает клиентам персональные финансовые планы, страховые продукты, индивидуальные инвестиционные стратегии.

### КИБЕРУГРОЗЫ СТАНОВЯТСЯ ГЛАВНЫМ РИСКОМ ДЛЯ ОТРАСЛИ\*\*\*

Кибермошенники используют те же технологии, что и банки, и часто обгоняют в гибкости и подкованности в обращении с ними. Активно обсуждаются возможности машинного обучения в контексте выявления мошеннических алгоритмов и пресечения их работы. Всё более изощренными технически становятся механизмы защиты от кибератак.

# **ЦИФРОВЫЕ ВАЛЮТЫ ЦЕНТРОБАНКОВ** И КРИПТОВАЛЮТЫ ПЕРЕМЕЩАЮТСЯ В ФОКУС ВНИМАНИЯ\*\*\*

Растет интерес инвесторов к ним.

#### УСИЛИВАЕТСЯ ГОСРЕГУЛИРОВАНИЕ СФЕРЫ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ\*\*

Все чаще звучат тезисы о необходимости баланса между свободой и регулированием. Параллельно с ростом объема регулирующих норм происходит развитие сегмента регтеха – технологий, помогающих банкам выполнять соответствующие обязательства.

### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

### **22** | ЭКОНОМНОСТЬ И СУЖЕНИЕ ГОРИЗОНТА ПЛАНИРОВАНИЯ У КЛИЕНТОВ

Повышенный уровень тревожности и меньшая уверенность в завтрашнем дне заставляют людей приберегать средства и откладывать крупные траты.

# 23 РОСТ ФИНАНСОВОЙ И ЦИФРОВОЙ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ВЛЕЧЕТ ЗА СОБОЙ ЦЕЛЫЙ РЯД ИЗМЕНЕНИЙ ПОВЕДЕНИЯ, КОТОРЫЕ, В СВОЮ ОЧЕРЕДЬ, ВЛИЯЮТ НА ИГРОКОВ РЫНКА ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ:

- растет личная финансовая устойчивость жителей России из-за осознания необходимости формировать сбережения
- открытие сберегательного счета или вклада в банке самый популярный способ сбережения
- по данным НАФИ, за последние 8 лет россияне стали вдвое ответственнее относиться к возврату кредитов
- лучше понимая, что такое инфляция, россияне ищут формы сбережений, которые позволяют компенсировать ее
- осваивая новые технологии, клиенты банков начинают пользоваться все более сложными цифровыми продуктами
- по-прежнему растет доля пользующихся безналичными платежами, что стимулирует развитие инновационных сервисов бесконтактной оплаты.

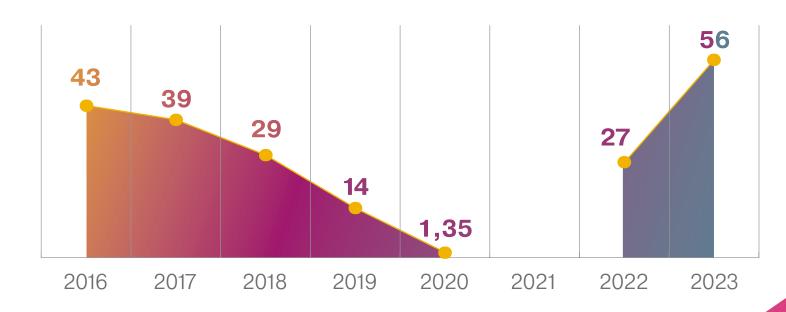
### 24 | УСИЛИВАЮТСЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ И ДОВЕРИЕ БАНКАМ

Клиенты оценили клиентоориентированность и способность банков остаться на плаву в период тяжелых социально-экономических потрясений. В результате, по данным НАФИ, значение индекса NPS с 2022 года выросло более чем вдвое — с 27 до 56 п.

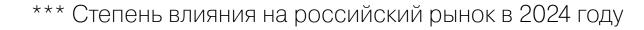
### **25** | ПОЯВЛЕНИЕ НА РЫНКЕ ФИНТЕХ И ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ НОВЫХ ИГРОКОВ

К ним относятся маркетплейсы, IT и другие компании, для которых финтех и финансовые услуги не являются про-фильной деятельностью.

### Данные по индексу NPS в динамике (2016-23 гг.), п.



Исследования НАФИ





#### КУДА ДВИГАТЬСЯ БИЗНЕСУ?

- Вкладываться в инновации. Лояльность банкам будет все больше определяться UX, дизайном, функциональностью и устойчивостью работы цифрового банкинга. Растущая цифровая финансовая грамотность клиентов создает предпосылки для оцифровки и внедрения более сложных услуг (в т. ч. инвестиционных и страховых) и функций в веб- и мобильные приложения.
- Адаптировать финансовые продукты под нужды различных ЦА: делать акцент на работе с молодежью, для которой язык цифровых технологий практически родной, и с пожилыми людьми, так как их доля становится выше, а цифровая финграмотность и уровень доверия банкам отстают.
- Развиваться в русле анонсированного наступления эры персональных цифровых ассистентов и бот-по-мощников, позволяющих клиентам сориентироваться в выборе банковских продуктов.
- соответствует мировым трендам:
   следует учитывать на долгосрочную перспективу

- Помогать клиентам решать их задачи и собирать обратную связь пользоваться преимуществами технологий, сохраняя «человеческое лицо» в ходе коммуникации с клиентами.
- Выстраивать комплексную работу с клиентами, становясь для них необходимыми: популяризовать сервисы подписок и напоминаний, автоматизации оплаты, перенос платежей из других приложений.
- Соответствовать ожиданиям клиента эта способность банков наряду с надежностью стала ключевым драйвером лояльности, опережая выгодность тарифов. Мышление российских потребителей финуслуг изменилось, на первый план вышли стремление к устойчивости, в т. ч. технической, минимизации рисков. Это нужно учитывать при разработке стратегии коммуникации с клиентами и запуске новых банковских продуктов.

>70% россиян имеют средний или высокий уровень финансовой грамотности

70% составляет доля пользователей мобильным банком в России

В раза эта доля увеличилась за последние 5 лет

59% россиян опасаются стать жертвой мошенников, пользуясь цифровым банкингом

ПО ДАННЫМ НАФИ

 соответствует российским трендам:
 следует учитывать на средне- и краткосрочную перспективу

Переосмысление концепции финансовых сервисов: цифровизация делает взаимодействие с клиентами все более технически корректным, но обезличенным. Клиентам становится трудно выбирать между в равной степени технологичными финансовыми брендами, стираются отличительные черты. Сохранение осмысленного доверительного диалога с клиентами финансовых сервисов становится все более важным.

Многие эксперты ожидают, что 2024 год станет знаковым для сферы финансовых услуг. Причина — активное развитие ИИ и его влияние на все уровни и процессы, касающиеся как взаимодействия с клиентами, так и управления самими финансовыми организациями, борьбы с киберугрозами.



20 100 TREHIOB 2024: WILA ILBINI.

# 5 ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Нужно быть на шаг впереди потребителя в контексте использования технологий: от брендов потребители ждут, по крайней мере, не меньшего любопытства, чем от себя самих.



# 5 ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ



#### **МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ**

### **ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ МЕНЯЮТ** ОЖИДАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ\*\*\*

ИИ помогает персонифицировать процесс покупки, решать проблемы, мгновенно находить нужную информацию, даже самим создавать нужный контент и способствует формированию новых ожиданий от бренда.

### РАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ\*\*\*

В приоритете — соотношение цены-качества, а бренду внимания уделяется меньше. Растет востребованность программ лояльности и сервисов, позволяющих разумно экономить без отказа от нужной продукции (скидки для первых покупателей, акции по подписке, кешбэк, покупки за бонусы и др.). Один из мотивов перехода на онлайн-формат покупок — экономия на топливе.

### **ШОПИНГ** — СПОСОБ СНИЖЕНИЯ **УРОВНЯ СТРЕССА И ТРЕВОЖНОСТИ\*\*\***

Совершая покупки, потребители ищут позитивных эмоций, жизнеутверждающих историй, дружелюбия, расслабления, уюта, элементов игры. Проявления в одежде — яркие цвета и необычный крой, в еде — новые вкусы, деликатесы. Вписываются в тренд сопровождающие покупки маленькие приятные сюрпризы.

### РОСТ ПОПУЛЯРНОСТИ ГОЛОСОВЫХ ПОМОЩНИКОВ И ЧАТ-БОТОВ\*\*\*

Многие потребители говорят о том, что с удовольствием пользовались бы голосовыми помощниками, дающими персональные рекомендации при выборе товаров. Популярность чат-ботов ниже, но потенциал их использования велик.

### УСТАЛОСТЬ ОТ «ТЩЕТНОГО» ЭКОЛОГИЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ\*\*

Многие потребители чувствуют себя так, будто компании и правительства перекладывают на них ответственность за

экологию. Пока они продолжают вести себя экологически осознанно, но понимание того, что без аналогичной сознательности корпораций и правительств результаты их усилий сводятся к минимуму, демотивирует.

#### «БЫСТРЫЙ» ЗОЖ\*

Потребителям интересна продукция, позволяющая оставаться в тонусе без больших финансовых и временных затрат. Они ищут варианты, которые органично встраиваются в привычный образ жизни. Популярностью пользуются БАДы, повышающие уровень энергии, помогающие контролировать вес и др., бьюти-продукты и процедуры, а также цифровые устройства, позволяющие в режиме реального времени отслеживать собственный прогресс.

#### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

### **26** | АКТИВНОЕ ПОЯВЛЕНИЕ НОВЫХ БРЕНДОВ И ЛОЯЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Потребитель адаптировался к изменению структуры представленности брендов на рынке, готов пробовать новые продукты и замещать ушедшие товары. Однако ожидания от новых брендов в контексте соотношения «цена-качество» и коммуникаций с потребителем высоки.

### 27 | РОСТ АКТИВНОСТИ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Трат на покупки становится больше. Прослеживается корреляция между уверенностью в будущем (43% работающих россиян уверены в том, что не потеряют работу в ближайшее время).

### 28 | УВЕЛИЧЕНИЕ ЧАСТОТЫ ПОКУПОК «ДЛЯ УДОВОЛЬСТВИЯ»

В предыдущие годы потребители экономили на сегменте покупок «для души», сейчас их совершают чаще. Это также свидетельствует о психологической адаптации к новым условиям и большей уверенности в будущем. Многие игроки рынка также настроены оптимистично, ожидая в 2024 году роста выручки.

### 29 | ЗАПРОС НА ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ БРЕНДЫ

По данным НАФИ на начало 2023 года, 85% россиян ждали появления сильных отечественных брендов, в первую очередь, производителей товаров повседневного спроса. Однако на данный момент импортозамещение не удовлетворяет спроса ни в плане количества, ни в плане качества товаров.

### 30 | ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ИМПОРТ ПОЗВОЛЯЕТ «СОХРАНЯТЬ ВЕРНОСТЬ» ПРИВЫЧНЫМ МАРКАМ

Азиатские аналоги ушедших товаров заполняют рынок, но самыми популярными у россиян по-прежнему остаются многие европейские бренды.

### **31** | ПЕРЕКЛЮЧЕНИЕ МЕЖДУ КАНАЛАМИ И ФОРМАТАМИ ПРОДАЖ

Развивающиеся форматы продаж — дискаунтеры, минимаркеты, е-grocery и маркетплейсы, а также соцсети и продажи «из рук в руки». В развитии новых каналов продаж большую роль играют личный опыт и инфлюенсеры.

### 32 | РЫНОК E-COMMERCE ПРОДОЛЖАЕТ СТРЕМИТЕЛЬНО РАСТИ

в ответ на запросы потребителя, который привыкает к новым технологиям. Маркетплейсы по объему выручки догоняют ключевых офлайн-игроков. Сотрудничество с ними для магазинов уже стало необходимым условием развития бизнеса.



### 5 ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ: ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ



#### **МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ**

#### ПРИГОТОВЛЕНИЕ ЕДЫ ДОМА\*\*\*

Привычка готовить дома распространилась в пандемию, но сейчас ее основание — стремление сэкономить. Кафе и рестораны популярны у молодежи, но представители старших поколений чаще заказывают еду на дом, причем не готовую, а ингредиенты для самостоятельного приготовления блюд.

### ПОКУПКА ПРОДУКТОВ В МАЛЕНЬКИХ УПАКОВКАХ\*\*\*

Помимо экономии, усилению тренда способствует рост численности небольших домохозяйств (1–2 человека).

#### ФОРМАТ СНЭКОВ ОСТАЕТСЯ ПОПУЛЯРНЫМ\*\*\*

По-прежнему востребованы быстрые перекусы на ходу, интересные по вкусу и разнообразные по форме, а также варианты снэков, полезных для здоровья.

#### ФЛЕКСИТАРИАНСТВО ВМЕСТО ВЕГЕТАРИАНСТВА И ВЕГАНСТВА\*\*

Как и в отношении ЗОЖ в целом, в питании покупатели отходят от строгих ограничений и ищут не просто «здоровые», но одновременно вкусные и удобные в употреблении продукты. Становится больше флекситарианцев, придерживающихся растительной диеты, но допускающих потребление мяса.

### НАТУРАЛЬНОСТЬ ПРОДУКТОВ И «ПРОЗРАЧНОСТЬ» ИХ ОПИСАНИЙ\*\*

Потребители хотят знать, что они едят, и отдают предпочтение продукции, произведенной «натуральными» способами, без применения химикатов и потенциально вредных технологий.

### ЕДА, СОВМЕЩАЮЩАЯ В СЕБЕ РАЗНЫЕ ФУНКЦИИ, ВКУСЫ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ КУХНИ\*\*

Кросс-культурные гастроэксперименты приводят к появлению новых блюд в необычных форматах, либо являющихся «не тем, чем кажутся» (второе блюдо в виде супа или напитка и др.).

### НОСТАЛЬГИЯ ПО РЕЦЕПТАМ ТРАДИЦИОННЫХ БЛЮД И УШЕДШИМ БРЕНДАМ\*\*

Традиционные семейные блюда, «уютные» марки продуктов становятся полем для маркетинговых кампаний, поскольку возвращают потребителям ощущение эмоционального комфорта и покоя.

#### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

### **33** | ПЕРЕКЛЮЧЕНИЕ НА БОЛЕЕ ДОСТУПНЫЕ ПРОДУКТЫ В РАМКАХ ПРОДУКТОВЫХ КАТЕГОРИЙ

От продуктовых категорий не отказываются, но выбирают дешевые продукты. Потенциальный риск деградации продуктовых категорий и ассортимента, поскольку ритейлеры тоже начинают фокусироваться на бюджетных линейках.

### 34 | СТМ КОНКУРИРУЮТ С ПРЕМИАЛЬНЫМИ БРЕНДАМИ

Остаются они популярными и в бюджетном сегменте. Однако в случае, когда бренд представляет широкий ассортимент продукта, диверсифицированный по стоимости, он в глазах потребителей выигрывает.

#### 35 АКТИВНО РАСТЕТ ПОТРЕБЛЕНИЕ В РЕГИОНАХ

При этом предпочтения в отношении брендов различаются от региона к региону. Это расширяет возможности для производителей, т. к. непопулярность продукта в одном регионе не является «окончательным приговором».

### **36** | УСИЛЕНИЕ ПОЗИЦИЙ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Многие россияне и раньше при покупке продуктов питания отдавали предпочтение местным производителям, сейчас же, на фоне освободившегося места на рынке за счет ушедших зарубежных брендов данный тренд проявляется особенно ярко.

### **37** | ГИПЕРМАРКЕТЫ УСТУПАЮТ МЕСТО НЕБОЛЬШИМ СУПЕРМАРКЕТАМ И ДИСКАУНТЕРАМ

Исключение составляют крупнейшие федеральные игроки («Пятерочка», «Магнит»), которые используют преимущества расположения, большой численности магазинов, постоянных скидок и спецпредложений.

#### **38** | ЕДА — КАК НАСЛАЖДЕНИЕ, А НЕ ОГРАНИЧЕНИЕ

Уход от строгого соблюдения правил здорового питания. Россияне снижают стресс с помощью гастрономических открытий, посещения аутентичных ресторанов, знакомства с кухней разных народов, покупки деликатесов, сладостей.

#### 39 | НЕТ «ПРОСРОЧКЕ»

42% россиян купят продукты с истекающим сроком годности по более низкой цене, только если нужных продуктов с «нормальным» сроком годности в магазине нет. Более четверти не станут покупать их ни при каких условиях.

82%

россиян, выбирая продукты, ориентируются в первую очередь на цену

59%

скорее отдадут предпочтение вкусным продуктам, нежели полезным

Более половины жителей России удовлетворены как качеством собственного питания, так и количеством потребляемых продуктов.

ПО ДАННЫМ НАФИ

### 5 ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ: НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ 🥞



#### **МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ**

#### РОСТ ПОПУЛЯРНОСТИ ДЮПОВ\*\*\*

Подорожание непродовольственных товаров заставляет потребителей искать пути сохранения баланса между ценой и качеством. Все чаще они обращают внимание на дюпы (двойники продукции известных марок, не уступающие по качеству, но более дешевые).

### ПЕРЕКЛЮЧЕНИЕ НА ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ\*\*\*

В контексте стратегий экономии потребители все охотнее выбирают частные марки одежды, аксессуаров и др. вместо переоцененных популярных брендов. Усиливается влияние деинфлюенсеров (блогеров, призывающих отказываться от переоцененных «хайповых» товаров).

### РАЗВИТИЕ Р2Р-ШЕРИНГА В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИИ И ЭКОЛОГИЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ\*\*\*

Растет численность участников шеринг-сообществ, количество своп-вечеринок и др. Категории обмена: одежда, аксессуары, канцелярия, бытовая химия и техника, предметы интерьера. Другой тренд — чинить, а не выбрасывать вышедшие из строя устройства, давать вторую жизнь поношенной одежде.

### БОЛЬШЕ ВРЕМЕНИ ДОМА\*\*\*

Причина «домоседства» — стремление укрыться от внешних тревог в уютной среде. Соответственно, высока востребованность разных по стоимости, удобных решений для дома, дизайнерских товаров для интерьера и др.

### ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НА ВСЕМ ЕЕ ПРОТЯЖЕНИИ\*\*

Ранее существовавшая цель увеличения продолжительности жизни достигнута, и фокус внимания смещается на ее качество. Растет востребованность товаров, позволяющих сохранять его в любом возрасте.

### ВИРТУАЛЬНЫЕ ШОУ-РУМЫ ВЫХОДЯТ ЗА ПРЕДЕЛЫ ПРИМЕРКИ ОДЕЖДЫ\*\*

Потребители активно пользуются возможностями «примерить» новый имидж (не только одежду, но прическу и др.), интерьер и даже другую социальную, профессиональную роль (виртуальное погружение в новую среду и др.).

#### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

#### 40 | НА НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРАХ ЭКОНОМЯТ БОЛЬШЕ

Вплоть до отказа от некоторых необязательных категорий товаров в случае невозможности найти им бюджетную замену.

### 41 | ПРОДОЛЖАЮТСЯ ПОКУПКИ ТОВАРОВ ЗАРУБЕЖНЫХ БРЕНДОВ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

Посредники и параллельный импорт способствуют сохранению высокой доли россиян, продолжающих пользоваться товарами привычных брендов.

#### 42 ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ ТОВАРОВ НЕ ЗАВЕРШЕНО

Для целого ряда категорий (товары для дома, гаджеты и бытовая техника, одежда и обувь и др.) требуются сильные отечественные производители, поскольку спрос не удовлетворен. Однако сохраняются проблемы: отставание российских товаров по качеству; непрезентабельность упаковки; соотношение цены и качества (потребителям нет смысла приобретать более дорогой отечественный аналог, если они могут воспользоваться возможностями параллельного импорта).

### 43 | ВРЕМЯ ТЦ КАК МЕСТА ДЛЯ СОВЕРШЕНИЯ покупок проходит

Потребители отдают предпочтения онлайн-покупкам. ТЦ становятся местом получения впечатлений и совместного времяпрепровождения с близкими.

### 44 КОРРЕЛЯЦИЯ МЕЖДУ ФОРМАТАМИ ПОТРЕБЛЕНИЯ И УРОВНЕМ ДОХОДОВ

Россияне со средним и ниже среднего уровнем доходов делают частые, небольшие онлайн-покупки, получая от такого шопинга заряд позитивных эмоций. Офлайн-товары и услуги перемещаются в премиальный сегмент.

#### 45 ПРОБЛЕМА КОМПЛЕКТУЮЩИХ

Довольно острой является проблема замены и ремонта вышедших из строя цифровых устройств и гаджетов, поскольку привезти аутентичные детали практически невозможно, а созданные аналоги не соответствуют им по качеству.

Востребованы сервисы, помогающие покупателям разумно экономить.





# 5 ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ



#### КУДА ДВИГАТЬСЯ БИЗНЕСУ?

- Хорошо продумывать стратегию коммуникации с клиентами. Тренд на рационализацию предполагает отказ от спонтанных покупок, поэтому ставку следует делать на помощь потребителям в совершении разумного выбора.
- Расширять спектр программ лояльности, систем бонусов, акций, накопительных скидок. Развивать систему «премиальных подписок», участники которой в первую очередь узнают о новых спецпредложениях.
- Развивать собственные бренды и продвигать их в коллаборации с маркетплейсами. Технологии делают возможным донести информацию о своем новом бренде до максимально широкой аудитории, а желание сэкономить и распространяющаяся привычка переключаться между форматами покупок ставят доступные по цене качественные «молодые» бренды в выигрышное положение.
- Ставить технологии на службу клиентам: делать удобной оплату и доставку, развивать собственные мобильные приложения, публиковать в них полезную информацию (рецепты блюд, лайфхаки по использованию товаров и продлению срока их службы и др.), привлекать внимание с помощью игр и активной коммуникации в сообществах.
- **С**ООТВЕТСТВУЕТ *МИРОВЫМ ТРЕНДАМ*: следует учитывать на долгосрочную перспективу
- **п** соответствует *российским трендам*: следует учитывать на средне- и краткосрочную перспективу

- \_ Делать акцент на сервис. Клиенты ждут в обращении с ними дружелюбия, персонификации.
- \_ Дарить клиентам впечатления. Выигрывают компании, которые создают покупателям «островки спокойствия», помогают им хотя бы на короткое время снять напряжение, ощутить радость и комфорт.
- Расширять ассортимент и ценовой диапазон предлагаемых товаров в различных категориях. Необходимо учитывать запросы разных по размеру и уровню жизни домохозяйств, представителей ЦА различного возраста.
- Подходить к вопросам импортозамещения, учитывая тот момент, что российский потребитель привык к определенному уровню качества и скорее воспользуется параллельным импортом и услугами посредников, чем «сделает скидку» на «молодость» отечественного бренда.
- Смешивать стили. Залог успеха при выводе новой продукции на рынок — собрать всё лучшее из существующего, использовать современные технологии, но при этом в основу положить элементы национального культурного кода.

### Скорость и удобство в числе решающих конкурентных преимуществ.

Можете ли Вы вспомнить крупные коммерческие компании, бренды, которые, кроме своей основной деятельности, демонстрируют социальноответственное поведение — например, выделяют средства на решение социальных или экологических проблем?

% от всех опрошенных





25 100 TPEHROB 2024.

6 НЕДВИЖИМОСТЬ, ПОКУПКА ЖИЛЬЯ, УЛУЧШЕНИЕ ЖИЛИЩНЫХ УСЛОВИЙ



### 6 НЕДВИЖИМОСТЬ, ПОКУПКА ЖИЛЬЯ, УЛУЧШЕНИЕ ЖИЛИЩНЫХ УСЛОВИЙ



#### **МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ**

#### **ЦИФРОВОЕ КОЧЕВНИЧЕСТВО\*\*\***

Возможность работать из любой точки мира способствует росту спроса на микрожилье, коливинг и коворкинг.

### РАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ\*\*\*

Уход от переплаты за бренды; использование износостойких материалов, выигрывающих по «цене-качеству».

# ПРИНЦИПЫ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ, ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОТРАСЛИ\*\*

Экологичные материалы, энергосберегающие и энерговырабатывающие технологии, экодизайн; рост внимания к концепции «автономных» домов (не зависящих от внешних источников энергии) и биоклиматической архитектуре (продуманной с точки зрения систем кондиционирования и т. д.).

### КОНЕЦ МЕТРОПОЛИЗАЦИИ КРУПНЫХ ГОРОДОВ\*\*

Процесс деконцентрации крупнейших компаний и предприятий из-за достижения пределов застройки в мегаполисах.

### ДЕУРБАНИЗАЦИЯ И РУРБАНИЗАЦИЯ\*

Рурбанизация — сочетание возможности создать в сельской местности комфортное место для жизни и работы, природы и урбанизации.

#### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

### **46** | УСИЛЕНИЕ МИГРАЦИИ ВНУТРИ И ЗА ПРЕДЕЛАМИ СТРАНЫ

Приток жителей стран ближнего зарубежья; переезд россиян в другие регионы; циркуляция едущих за рубеж и обратно.

### **47** | ТРЕНД НА УЛУЧШЕНИЕ ЖИЛИЩНЫХ УСЛОВИЙ СОХРАНЯЕТСЯ

По данным НАФИ, 64% россиян планируют в ближайшие 3 года улучшить свои жилищные условия. Из-за дороговизны жилья и материалов люди стали выбирать бюджетные решения (косметический ремонт вместо капитального, перепланировка вместо увеличения метража).

#### 48 РОСТ СПРОСА НА ЖИЛЬЕ

По данным НАФИ, растет доля россиян, планирующих купить жилье в ближайшие 3 года (с 11% в 2020 до 15% в 2023). Один из стимулов — выгодная ипотека.

### 49 | НА ДАЧУ ЗА ЭСТЕТИКОЙ И ОТДЫХОМ

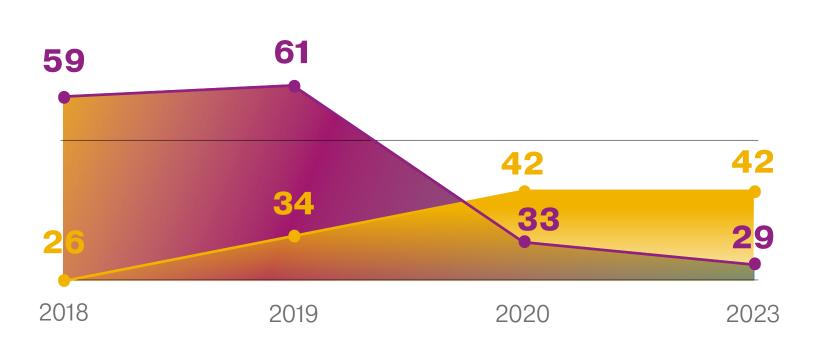
Усиливается роль дачи как места для отдыха, защиты от нестабильности. Спрос на дачи растет за счет людей в возрасте 18–45 лет.

### 50 | ЛУЧШЕ ДОМ, ЧЕМ ГОРОДСКАЯ КВАРТИРА

По данным НАФИ, с 2018 г. в полтора раза сократилась доля желающих купить квартиру и увеличилась доля тех, кто предпочтет покупку дома.

### Какое жилье Вы бы выбрали вероятнее всего для собственного проживания?

% от всех опрошенных



- Квартиру в многоквартирном доме
- Индивидуальный дом/часть такого дома

Исследования НАФИ



## 6 НЕДВИЖИМОСТЬ, ПОКУПКА ЖИЛЬЯ, УЛУЧШЕНИЕ ЖИЛИЩНЫХ УСЛОВИЙ



#### КУДА ДВИГАТЬСЯ БИЗНЕСУ?

- Организовать пространства для комфортного коливинга и коворкинга, в том числе, в популярных у туристов областях. Развивать в них необходимую инфраструктуру.
- Способствовать выравниванию комфортности проживания в крупных и небольших городах посредством развития инфраструктуры.
- Стимулировать экологически ответственное поведение покупателей товаров для строительства и ремонта (оптимальные по соотношению «цена-качество» предложения товаров и материалов соответствующих категорий; помощь в сборе и вывозе строительного мусора, подлежащего переработке и др.).
- Импортозамещать товары для строительства и ремонта с учетом усиливающегося тренда на экологичность материалов и применение энергосберегающих технологий.

- Предлагать жилье с «гибкой планировкой» в бюджетных сегментах.
- Развивать сервисы хранения вещей,
   позволяющие разгрузить жилое пространство.
- Развивать сегмент «гостевых» дач, куда люди могут приехать на время.
- Формировать «бюджетные» предложения индивидуального жилищного строительства.
- Развивать производство качественных материалов для строительства и ремонта.
- Популяризировать цифровые сервисы выбора и «примерки» материалов для ремонта.

88% россиян считают покупку недвижимости хорошим способом вложения денег

75% россиян заявляют о том, что их жилье нуждается в ремонте

54% россиян планируют улучшить жилищные условия в ближайшие 3 года

соответствует мировым трендам:
 следует учитывать на долгосрочную перспективу

 соответствует российским трендам:
 следует учитывать на средне- и краткосрочную перспективу по данным нафи



28 100 TPEHROE 2024: WA

# 7 СЕМЬЯ И ОТНОШЕНИЯ

Социально-экономические изменения находят отражение в семейных отношениях.



#### **МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ**

### ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ВАРИАНТОВ И ФОРМ ОТНОШЕНИЙ\*\*\*

С одной стороны, растет число домохозяйств, состоящих из одного человека, с другой — больших семей, в которых живут представители трех и более поколений.

### РАЗДЕЛЬНОЕ ПРОЖИВАНИЕ СУПРУГОВ, РОМАНТИЧЕСКИХ ПАРТНЕРОВ\*\*\*

Супруги могут не только независимо друг от друга проводить досуг, но и проживать раздельно. Молодые пары не спешат съезжаться.

### УВЕЛИЧЕНИЕ ВОЗРАСТА «СТАРТА» РОМАНТИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ\*\*\*

Активное долголетие приводит к тому, что в обществе меняется отношение к «возрастным» парам влюбленных в сторону все большего принятия.

#### РОСТ ЧИСЛА «СМЕШАННЫХ» ПАР\*\*\*

Возраст партнера, его этническая принадлежность утрачивают значимость как ограничительные факторы для отношений.

### ПОПУЛЯРНОСТЬ ОНЛАЙН-ЗНАКОМСТВ\*\*\*

Занятость на работе и привычка общаться в соцсетях сделали сервисы онлайн-знакомств практически неотъем-лемой частью жизни людей, находящихся «в поиске».

### НЕЗАВИСИМОСТЬ, ГИБКОСТЬ И СВОБОДА В ОТНОШЕНИЯХ\*\*

Способность людей (особенно женщин) самостоятельно обеспечить себе полноценную жизнь приводит к увеличению времени с момента первой встречи до заключения брака, а иногда и к отказу от супружества. Все чаще в приоритет ставится доверительность отношений, а не официальное закрепление их статуса.

### АКЦЕНТ НА МЕНТАЛЬНОМ ЗДОРОВЬЕ И ЭМОЦИОНАЛЬНОМ БЛАГОПОЛУЧИИ\*\*

Партнеры устают от спид-дейтинга, замедляются, стремятся к погружению в отношения, большей осознанности.

### СОВПАДЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ— ПРЕВЫШЕ ВСЕГО\*

Большое значение при выборе партнера придается совпадению взглядов на социально-политические явления. Особенно важно единомыслие для женщин.

#### СМЕНА РОЛЕЙ\*

Растет число семей, в которых основную функцию по воспитанию детей берет на себя отец. В целом отцы проявляют больший интерес к процессу воспитания и активнее включаются в него.

### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

### **51** | ДЕКЛАРИРОВАНИЕ ТРАДИЦИОННЫХ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Во многом возвращению в фокус внимания традиционных ценностей способствует государственная социальная политика.

### **52** | ОЖИДАНИЕ ГОСПОДДЕРЖКИ ПРИ РОЖДЕНИИ РЕБЕНКА

Одно из следствий активного воздействия «сверху» на семейные модели поведения — стремление молодых россиян при планировании семьи полагаться на поддержку государства.

### 53 РОСТ ЧИСЛА РАЗВОДОВ

Семейные психологи в числе основных причин разводов называют общий повышенный уровень тревожности, материальные проблемы, трансформацию ценностей и закрепление модели неполной семьи в качестве нормы. Расторжение брака является и инструментом получения материальной помощи от государства.

### **54** | ВЛИЯНИЕ РЫНКА ТРУДА НА РЕШЕНИЕ ЗАВЕСТИ ДЕТЕЙ

По данным НАФИ, страх остаться без работы входит в число основных, создающих барьеры для женщин к деторождению.

### **55** | УХОД ОТ ТРАДИЦИОННОЙ МОДЕЛИ СЕМЬИ, В КОТОРОЙ МУЖЧИНА-КОРМИЛЕЦ

По данным НАФИ, в современной России женщины и мужчины делают равный вклад в семейный бюджет. Растет доля женщин-предпринимателей, которые становятся основными «добытчиками» для своей семьи.

# **56** | УСПЕШНОЕ СОВМЕЩЕНИЕ МАТЕРИНСТВА И КАРЬЕРЫ ПЕРЕСТАЕТ БЫТЬ «ФАНТАСТИЧЕСКИМ» СЦЕНАРИЕМ В СОЗНАНИИ РОССИЯН

Растет доля людей, которые считают, что женщина может эффективно совмещать домашние и профессиональные обязанности. Другими словами, негативное отношение к работающим женщинам, в т. ч. предпринимателям уходит в прошлое.

# **57** | ЖЕЛАНИЕ ПРОВОДИТЬ ВРЕМЯ С СЕМЬЕЙ ПРИ ОДНОВРЕМЕННОЙ НЕГОТОВНОСТИ ИНФРАСТРУКТУРЫ К ЭТОМУ

Увеличивающиеся нагрузки на работе делают семейный досуг более стихийным. Инфраструктура часто бывает неспособна обеспечить россиянам возможности для такого досуга в нужное время.



#### КУДА ДВИГАТЬСЯ БИЗНЕСУ?

- В формировании предложений для проведения досуга романтических партнеров (и при запуске линеек тематических подарков, например, ко Дню Петра и Февронии, ко Дню Святого Валентина) учитывать интересы представителей разных возрастных категорий.
- Развивать сервисы онлайн-знакомств, обеспечивая защиту пользователей от кибермошенников (в т. ч. проводить короткие онлайн-занятия с объяснением механизмов самостоятельной защиты от киберугроз).
- Помогать семьям в решении социальных проблем.В частности:
- обеспечивать работающим матерям возможность жить полноценной жизнью, не пренебрегая ни родительскими, ни профессиональными обязанностями формировать бюджетные предложения приходящих нянь, уборщиц, развивать сети частных детских садов с возможностью оставить ребенка на несколько часов и др.

- давать детям из неполных, многодетных, материально не обеспеченных семей возможность посещать дополнительные занятия без оплаты в рамках социальных проектов
- выкладывать товар в детских магазинах таким образом, чтобы в нем легко ориентировались не только матери, но и отцы
- проводить семейные психологические консультации с молодыми родителями на платной и бесплатной основе
- создавать более гибкую инфраструктуру для семейного досуга работающую в разные дни недели, часы и др.
- делать эту инфраструктуру привлекательной не только для детей, но и для родителей (отцов). Возможность интересно провести время с ребенком способна выступить дополнительной мотивацией для совместного досуга.
- соответствует мировым трендам: следует учитывать на долгосрочную перспективу
- соответствует российским трендам: следует учитывать на средне- и краткосрочную перспективу

## На Ваш взгляд, как вступление в брак влияет на трудовую деятельность, карьеру человека?

% от всех опрошенных



Исследования НАФИ

92%

представителей молодежи из российских городов-миллионников назвали создание семьи в числе одной из 7 ключевых жизненных ценностей

69%

россиян в возрасте 18–49 лет в случае рождения ребенка рассчитывают на помощь и поддержку государства

30%

россиян считают, что идеальная семья многодетная







#### **МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ**

### РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ — ДВИЖУЩАЯ СИЛА В ОБЛАСТИ ЗАБОТЫ О ЗДОРОВЬЕ\*\*\*

ИИ помогает интерпретировать результаты анализов, уточнять диагноз, вырабатывать индивидуальные рекомендации; виртуальные помощники сопровождают пациентов в ходе лечения; с помощью мобильных устройств, считывающих показатели здоровья, дистанционно отслеживают состояние пациентов.

### ЗАБОТА О ЗДОРОВЬЕ ЛЮДЕЙ СТАРШЕГО ВОЗРАСТА\*\*\*

Увеличение продолжительности жизни и старение населения стимулируют развитие сервисов по поддержанию здоровья пожилых людей. Технологический фокус делается на обеспечение возможностей для пожилых как можно дольше быть независимыми от помощи других людей. Исследуются новые пути лечения возрастных заболеваний.

### РОСТ РАСХОДОВ НА ЗДОРОВЬЕ И НЕРАВЕНСТВО В ДОСТУПЕ К МЕДСЕРВИСАМ\*\*\*

Дороговизна медицинских услуг и препаратов способствует расслоению населения. Люди, не пользующиеся медицинскими услугами из-за их стоимости или отсутствия доверия к медучреждениям, занимаются самолечением и полагаются на советы близких в выборе лекарств.

### СОВМЕЩЕНИЕ ЗАБОТЫ О ЗДОРОВЬЕ И ПОЛУЧЕНИЯ ПОЗИТИВНЫХ ЭМОЦИЙ\*\*\*

Нацеленность скорее на ежедневный «заряд счастья», нежели на изнурительные тренировки. Стремление разделить wellness-опыт с друзьями и близкими: например, выбор спортивных активностей в качестве опции для свиданий.

### РОСТ ПОПУЛЯРНОСТИ СПОРТИВНОГО ПИТАНИЯ\*\*\*

«Маркетинговое» последствие увлечения здоровым образом жизни, усилившегося после пандемии — стремительный рост продаж спортивного и в целом более здорового питания, включая продукты с пониженным содержанием сахара, жиров, протеинов и др.

### УПОТРЕБЛЕНИЕ БАДОВ И КОНЦЕПЦИЯ «КРАСОТЫ ИЗНУТРИ» КАК ЧАСТЬ ОБРАЗА ЖИЗНИ\*\*\*

Потребители лекарств ждут от них большей эффективности, без необходимости принимать таблетки в больших количествах, и расширения спектра действия, выхода непосредственно за рамки лечения заболеваний. Большой спрос на витамины и БАДы, поддерживающие умственную деятельность, тонус организма, иммунитет, помогающие избавиться от лишнего веса, улучшающие состояние кожи, замедляющие старение и др.

### СМЕЩЕНИЕ ФОКУСА С РЕАКТИВНОЙ НА ПРЕВЕНТИВНУЮ МЕДИЦИНУ\*\*

Технологии делают возможным обнаружение симптомов зарождающихся заболеваний на ранних стадиях и купирование их развития благодаря регулярным обследованиям.

### АКЦЕНТ НА ВЗАИМОСВЯЗИ ФИЗИЧЕСКОГО И ПСИХИЧЕСКОГО ЗДОРОВЬЯ\*\*

Трансформация произошла в период пандемии коронавируса. Спрос на услуги по поддержанию ментального здоровья растет — прирост рынка составил 40% с 2020 года.

### КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД В ТЕЛЕМЕДИЦИНЕ\*\*

Технологии меняют и подход к оказанию телемедицинских услуг — из разрозненных они становятся комплексными.

### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

### **58** | РАСТЕТ ПОПУЛЯРНОСТЬ ЦИФРОВЫХ СЕРВИСОВ ДЛЯ ЗАБОТЫ О ЗДОРОВЬЕ

По данным НАФИ, 80% россиян готовы воспользоваться услугами телемедицины. В числе барьеров: риск неточного описания симптомов дистанционно и отсутствие необходимого оборудования для получения телемедицинской консультации.

### **59** ОТКЛАДЫВАНИЕ ЗОЖ «НА ЗАВТРА»

Россияне осознают необходимость вести ЗОЖ: по данным НАФИ, 94% планируют вырабатывать полезные привычки в течение ближайшего года — больше двигаться, правильно питаться,

соблюдать режим труда и отдыха. Однако пока более половины россиян признаются, что их образ жизни далек от здорового.

### 60 | ЗДОРОВЬЕ — ПРЕЖДЕ ВСЕГО ФИЗИЧЕСКОЕ

Несмотря на рост стрессов и тревожности в период пандемии, в сознании россиян «физический» аспект здоровья до сих пор превалирует, а «психический» отходит на второй план. Часто посещения психотерапевтов не афишируют из-за неловкости.

### 61 | САМОЛЕЧЕНИЕ ОСТАЕТСЯ В ТРЕНДЕ

Многие россияне назначают себе лечение самостоятельно и выбирают лекарства, основываясь на личном опыте ис-пользования и рекомендациях близких людей.

#### 62 | ПРОФИЛАКТИЧЕСКИЕ ОСМОТРЫ — НЕ В ПОЧЕТЕ

По данным НАФИ, только каждый пятый россиянин (22%) знает о том, что такое медицинский чек-ап, 5% проходили его; каждый десятый житель страны ни разу не проходил плановую диспансеризацию.

### 63 | ИЗБЕГАНИЕ ПОСЕЩЕНИЯ ВРАЧЕЙ

По данным НАФИ, 75% россиян обращаются к врачу только в крайних случаях. Большинство дожидаются появления симптомов, которые невозможно игнорировать (постоянная сильная боль, кровотечения и др.) и только потом идут в поликлинику.

### **64** РАСТЕТ ПОПУЛЯРНОСТЬ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Необходимость цифрового детокса, совмещения отдыха с заботой о здоровье из-за нехватки времени приводят к росту числа путешествий с целью сохранения и укрепления здоровья. Представители индустрии wellness-туризма отмечают высокую степень загруженности соответствующих отелей и санаториев.



#### КУДА ДВИГАТЬСЯ БИЗНЕСУ?

- Развивать инфраструктуру медицинского ухода за пожилыми людьми, направленную на поддержание высокого качества жизни и самостоятельности. Продвигать данные услуги среди россиян, имеющих пожилых родителей.
- Выпускать на рынок линейки портативных цифровых устройств, позволяющих следить за состоянием здоровья, а также соответствующие мобильные приложения, цифровые трекеры полезных привычек и др.
- Популяризовать профилактические обследования среди населения, в том числе путем развития превентивной телемедицины.
- Способствовать тому, чтобы ЗОЖ и превентивная медицина были доступны не только россиянам с уровнем дохода выше среднего. В контексте ЗОЖ
  - соответствует российским трендам:
     следует учитывать на средне- и кратко-

срочную перспективу

- сознательность россиян с невысокими и средними доходами сейчас опережает их возможности. Приведение желаемого и действительного в соответствие обладает большим потенциалом с точки зрения привлечения новых целевых аудиторий.
- Расширять спектр предложений оздоровительного туризма: предлагать длительные и короткие поездки в wellness-отели, туры различных ценовых категорий, возможности для семейного оздоровительного отдыха и т. д.
- После взлета ценности профессии врача на фоне пандемии, наблюдается спад: чтобы привлекать и удерживать квалифицированные кадры в области медицины, следует подчеркивать в НR-коммуникациях высокотехнологичность текущей врачебной работы, использование современного оборудования и требования к высокой квалификации специалистов в связи с этим.

44% россиян за последние 3 года покупали рецептурные препараты без рецепта и назначения врача

41% среди тех, кто занимается своим здоровьем, активно используют цифровые сервисы для заботы о нем

5% жителей страны проходили медицинский чек-ап

ПО ДАННЫМ НАФИ

### перспективу

следует учитывать на долгосрочную

соответствует мировым трендам:

### На Ваш взгляд, насколько престижна сегодня в нашей стране профессия врача?

%; показана доля россиян, которые считают профессию врача очень или скорее престижной



Исследования НАФИ



34 100 TREHHOB 2024: WHA LBVI.

# 9 ОБРАЗОВАНИЕ

3 кита современного образования: EdTech, практикоориентированность и непрерывность.



#### **МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ**

### ТЕХНОЛОГИИ ВСЕ БОЛЬШЕ ПРОНИКАЮТ В СФЕРУ ОБРАЗОВАНИЯ\*\*\*

(ИИ, EdTech, mobile learning, AR и VR, интернет вещей и др.) Использование ИИ для внедрения новых форматов образования, индивидуального подхода к ученикам и снятия рутинных задач с педагогов.

#### РЫНОК ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПРОДОЛ-ЖАЕТ СТРЕМИТЕЛЬНО РАСТИ\*\*\*

Дистанционное образование снимает барьеры (географические, психологические и др.), помогает обеспечивать, доступность, равенство и инклюзию.

### ОТХОД ОТ ТРАДИЦИОННЫХ (ШКОЛЬНЫХ) МОДЕЛЕЙ И ФОРМАТОВ ОБРАЗОВАНИЯ\*\*\*

Рост популярности микрообучения (получение знаний «маленькими порциями» в короткие промежутки времени), смешанного офлайн- и онлайн-обучения, персонифицированного (адаптации под стиль и темп обучения каждого ученика), мультимодального (сочетания различных каналов и форм подачи информации), иммерсивного образования («погружения в среду»), геймификации и др.

### ОБУЧЕНИЕ ПОДСТРАИВАЕТСЯ ПОД ЗАПРОСЫ РЫНКА ТРУДА И ОБЩЕСТВА\*\*\*

Обучение «через опыт» обеспечивает умение применять знания для решения реальных задач. Кросс-индустриальное образование предполагает выход за рамки одной узкой специальности. Большое внимание уделяется развитию у учащихся универсальных «мягких» навыков, а также социально-эмоциональному обучению (умению контролировать эмоции, выстраивать коммуникации и др.).

### ОБУЧЕНИЕ ДЛИНОЙ В ЖИЗНЬ (LIFELONG LEARNING)\*\*\*

Конкурентоспособность подразумевает постоянное развитие навыков и получение новых знаний. Расширяется сфера образования для взрослых, множатся программы повышения квалификации и переподготовки, бизнес-образования.

#### СОЗДАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЭКОСИСТЕМ\*\*

Вывод обучения за пределы образовательных учреждений, развитие коллабораций школ, колледжей и университетов с бизнесом, обеспечение условий для получения практического опыта.

### РАЗВИТИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ В ПРОТИВОВЕС «НАВЯЗАННОМУ» ИЗВНЕ\*\*

Ответственность за образование ложится на самих учеников. Внимание уделяется развитию установок на самообразование, самостоятельный поиск информации и проработку материала. Учителя становятся координаторами процесса обучения.

### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

### 65 РОСТ ПОПУЛЯРНОСТИ «ОБУЧЕНИЯ ПОСЛЕ ОБУЧЕНИЯ»

Крайне востребованы услуги карьерных коучей (подготовка к выходу на работу, развитие самопрезентации и др.) и программы по карьерной поддержке бывших студентов. Многие компании дистанционного обучения поддерживают своих студентов после окончания основного обучения, оказывают им профориентационные услуги, помогают «добирать» компетенции.

### **66** | СВЯЗЬ ОБУЧЕНИЯ С ТРУДОУСТРОЙСТВОМ, ОБЕСПЕЧИВАЕМАЯ ГОСУДАРСТВОМ

Продолжается сотрудничество государства с EdTech-компаниями в контексте обучения по необходимым для развития цифровой экономики направлениям. Профориентация начинается еще «со школьной скамьи».

### 67 ПАДЕНИЕ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ

Работодатели часто выражают недовольство качеством подготовки выпускников вузов. Отказ от Болонской системы и сокращение возможностей для международной кооперации ставят под вопрос возможности трудоустройства будущих молодых специалистов в зарубежные компании.

### 68 | АКЦЕНТ НА КАЧЕСТВЕ, А НЕ НА «ЯРКОЙ УПАКОВКЕ» ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ

Сложности с оценкой качества онлайн-образования и привычка к онлайн-форматам, «насмотренность» потребителей поставили в фокус внимания качество обучения в противовес интересной форме и «вау»-эффектам.

### 69 | АКТИВНАЯ РАБОТА С БОЛЬШИМИ ДАННЫМИ

Сбор информации о прогрессе учащихся становится одним из индикаторов эффективности образовательных методик.

### 70 РОСТ СЕГМЕНТА ДЕТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В том числе, запрос на развитие EdTech, онлайн-обучения в этом сегменте.

### 71 | ВЗАИМНОЕ ПРОНИКНОВЕНИЕ ТРАДИЦИОННОГО И ЦИФРОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Онлайн-школы и традиционные университеты — не соперники, а партнеры. Растет число программ сотрудничества ведущих образовательных плат-форм и университетов.





### КУДА ДВИГАТЬСЯ БИЗНЕСУ?

- Расширять спектр образовательных предложений для взрослых с акцентом на использование технологий в профессии.
- Ориентироваться на актуальные запросы и прогнозы рынка труда при формировании новых образовательных продуктов.
- Предлагать услуги сопровождения бывших студентов после окончания основного обучения, в том числе профориентационного плана, способствовать трудоустройству студентов.
- Активно взаимодействовать с бизнесом в контексте подготовки нужных кадров и обеспечения условий для практики студентов.

- Делать акцент в обучении на практической отработке полученных знаний, индивидуальном подходе и формировании у студентов установки на личную ответственность за уровень полученных знаний.
- Соблюдать баланс привлекательной формы и высокого качества образовательных продуктов.
- Ориентироваться в продвижении образовательных продуктов на наиболее активные сегменты потре-бителей: женщин (в том числе, бизнес-обучение для предпринимателей), родителей детей школьного возраста (начиная с курсов раннего развития, заканчивая подготовкой к поступлению в колледжи и вузы).
- соответствует мировым трендам: следует учитывать на долгосрочную перспективу
- соответствует российским трендам: следует учитывать на средне- и краткосрочную перспективу

- Многие образовательные организации сейчас обсуждают индивидуальные траектории, но большинство внедряет их формально в виде кружков и курсов по выбору. Тогда как индивидуальный подход затрагивает не только содержание учебного процесса, но и темп обучения, форматы, интересы учащегося, личностные особенности. В итоге центральной фигурой остается учитель или преподаватель, а не школьник или студент.
  - В современном мире, когда мы хотим, чтобы образование проходило через всю жизнь, помогало ориентироваться в сложном информационном пространстве, принимать решения, невозможно в такой конструкции получить необходимые для этого навыки.

Главный тренд — индивидуализация. Если мы с ним справимся, образование будет отвечать на запросы современного мира.

Ольга Назайкинская Директор Центра трансформации образования школы управления «Сколково»

Каким будет образование будущего в России и мире // Т — Ж, 05.09.23

91%

россиян, занимающихся саморазвитием, называют в числе важнейших инструментов специализированные образовательные сервисы

60%

представителей российской молодежи 18-24 лет уверены, что построить успешную карьеру можно и без высшего образования



37 TOO TPEHAOB 20

## 10 ЗАНЯТОСТЬ

Запрос — на те навыки, которые отличают человека от технологий, способность быстро обучаться и компетентность сразу в нескольких областях.



#### **МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ**

#### ТЕХНОЛОГИИ ТРАНСФОРМИРУЮТ ТРУДОВОЙ ПРОЦЕСС\*\*\*

Специалисты, умеющие работать с технологиями (в частности, с ИИ, большими данными), замещают тех, кто не может. Многие рутинные функции передаются ИИ. Происходит консолидация всех приложений, используемых в компаниях.

#### ВОСТРЕБОВАНЫ НАВЫКИ И КАЧЕСТВА, КОМПЕНСИРУЮЩИЕ НЕДОСТАТКИ ИИ\*\*\*

Развитый эмоциональный интеллект, эмпатия, креативность и нестандартный подход к решению проблем, сотрудничество, новаторство, устойчивость, любознательность и дистанционный менеджмент — в числе самых востребованных.

### ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИСТСКИЕ МОДЕЛИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С СОТРУДНИКАМИ\*\*\*

Стремление понимать нужды сотрудников становится конкурентным преимуществом. Руководство отслеживает уровень эмоционального благополучия, удовлетворенности условиями труда, задачами и перспективами роста, проблемные зоны и др.

#### ОТХОД ОТ ТРАДИЦИОННЫХ «ЖЕСТКИХ» СТРУКТУР ТРУДОВОГО ПРОЦЕССА\*\*\*

Возможность перехода на гибридный формат работы, более гибкий график работы, децентрализация сотрудников, демократизация корпоративной коммуникации и др.

### ОТКАЗ ОТ ПОЛНОЙ «УДАЛЕНКИ», ЗАТРУДНЯЮЩИЙ ЦИФРОВОЕ КОЧЕВНИЧЕСТВО\*\*\*

В числе причин: трудности организации рабочего процесса; снижение продуктивности, вовлеченности, состояние социального вакуума, характерное для удаленщиков.

#### **AKLIEHT HA WORK-LIFE BALANCE\*\*\***

Борьбе с профессиональным выгоранием уделяется все больше внимания. Помимо персонифицированного подхода к организации рабочего процесса, менеджмент компаний старается обеспечивать сотрудникам возможности сохранения баланса труда и отдыха.

### ОФИС СТАНОВИТСЯ ПРОСТРАНСТВОМ ДЛЯ НОВОГО ОПЫТА\*\*\*

Офисные пространства модернизируются и адаптируются под нужды разных типов сотрудников. Появляются «тихие» комнаты, места для расслабления и т. д.

### **ДИВЕРСИФИКАЦИЯ И ИНКЛЮЗИЯ РАЗРУШАЮТ ИЕРАРХИЧЕСКУЮ КОРПОРАТИВНУЮ СИСТЕМУ\*\*\***

Раса, гендер, возраст теряют свое значение в контексте возможностей карьерного роста. Даже необходимость наличия высшего образования уступает место способности адаптироваться и постоянно повышать квалификацию («lifelong learning»).

#### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

### **72** | ПРЕИМУЩЕСТВО НА РЫНКЕ ТРУДА — ПО-ПРЕЖНЕМУ ЗА СОИСКАТЕЛЯМИ

Уровень безработицы в России остается рекордно низким и по прогнозам в ближайшем будущем станет вдвое ниже среднемировых показателей.

#### 73 РОСТ ДЕФИЦИТА КАДРОВ

Нехватка кадров сохраняется. С одной стороны, нужны «синие воротнички», особенно в регионах, где развивают-

ся промышленные мощности. Есть потребность в линейных, технических специалистах (представителях рабочих специальностей). Актуальны меры по удержанию специалистов и повышению престижа их профессий. С другой — идет борьба за квалифицированных офисных сотрудников, которых «на открытом рынке» оказывается мало.

#### 74 | РАЗРЫВ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Запросы соискателей изменились в сторону большей гибкости рабочего графика, удаленной работы, персонифицированно-го подхода, демократизации стиля управления, возможностей самореализации и карьерного роста. Но не все работодатели готовы замечать эти изменения и соответствовать им.

### 75 | ЗАРПЛАТА ПЕРЕСТАЛА БЫТЬ ДОСТАТОЧНОЙ МОТИВАЦИЕЙ

Особенно это касается уже состоявшихся профессионалов 35–40 лет: они ищут в работе смысл, социальную значимость, возможности реализовать свои проекты, проявлять креативность и др. С другой стороны, специалисты ценят личное время и качество жизни, заботятся о балансе между работой и полноценным досугом.

### **76** | КОРПОРАТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ — КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Сотрудники осознают необходимость непрерывного обучения, но перекладывают ответственность за него на работодателя. Лишь небольшая часть готова повышать квалификацию за свой счет.

- Содействовать персоналу в следовании концепции непрерывного обучения, особенно в плане работы с новыми технологиями. Доучить и удержать ценно-го специалиста более просто и менее затратно, чем найти и адаптировать нового.
- Помогать сотрудникам становиться амбассадорами бренда: для этого регулярно собирать обратную связь, оценивать уровень удовлетворенности различными аспектами работы, поддерживать вовлеченность работников.
- соответствует мировым трендам: следует учитывать на долгосрочную перспективу
- соответствует российским трендам: следует учитывать на средне- и краткосрочную перспективу

- Стимулировать дополнительную мотивацию работников, кроме зарплаты: делать акцент на социально значимых аспектах в миссии компании; обеспечивать персонифицированный подход и возможности для самореализации; способствовать доброжелательности в коллективе, соблюдению баланса труда и отдыха и др.
- Проявлять проактивность в работе с квалифицированными кандидатами: формировать и регулярно обновлять базы нужных специалистов, поддерживать с ними связь.

### **Как Вы оцениваете вероятность того, что Вы лично лишитесь работы в ближайшие 6 месяцев?**

% от работающих россиян; доли выбравших ответ «Это практически невозможно»



Исследования НАФИ

**FinExpertiza:** на фоне низкой безработицы и дефицита кадров у россиян выросла продолжительность трудовой недели, следует из данных Росстата. В I квартале она составила рекордные с 2010 года 38,5 ч. Прирост обеспечили женщины.

Россияне стали рекордно много работать // РБК, 3.07.2023

74%

работающих россиян разделяют трудовую и «настоящую» жизнь (семью, хобби, личные интересы) 57%

считают, что еще не нашли свое профессиональное призвание 45%

трудоустроенных сталкивались с профессиональным выгоранием 45%

россиян трудоспособного возраста считают для себя приемлемой работу в статусе фрилансера

### **НА 5 МЕСТЕ ИЗ 8**

по уровню удовлетворенности находится карьера у работающих россиян

### В ТОП-5 ЖИЗНЕННЫХ ПРИОРИТЕТОВ

трудоустроенных россиян входит профессиональная самореализация



40 100 TPEHAOB 2024: KVAA ABWATECH EWSHECV?

## 11 КУЛЬТУРА И ИСКУССТВО

Ближайший год пройдет под знаком сочетания возможностей искусственного интеллекта, креативности художников и ценности ручного труда.



#### мировые тренды

#### ТЕХНОЛОГИИ ОПРЕДЕЛЯЮТ НОВЫЕ РОЛИ ТВОРЦОВ И ЗРИТЕЛЕЙ\*\*\*

ИИ выступает в качестве соавтора произведений искусства, расширяя возможности художников. АR- и VR-технологии позволяют зрителям буквально встраиваться в объекты искусства, взаимодействуя с ними, меняя, становясь их частью.

#### РАЗНООБРАЗИЕ, ФЬЮЖН И ЭКСПЕРИМЕНТЫ\*\*\*

Усталость от стрессов, тревожности, с одной стороны, заставляет искать спокойствия и уюта, с другой — порождает желание добавить новых красок. Отсюда — фьюжн (объединение различных, казалось бы не сочетающихся стилей), смешение вкусов, жанров, направлений в искусстве, эксперименты с элементами игры и т. д.

#### **МУЛЬТИКУЛЬТУРНЫЕ ПРОЕКТЫ**\*\*\*

Глобализация, диверсификация и толерантность способствуют появлению «третьей культуры», включающей в себя черты различных национальных культур, но становящейся чем-то качественно новым, большим, чем сумма составляющих.

#### ВЗГЛЯД НАЗАД\*\*\*

Поиск спокойствия стимулирует обращение к прошлому. Чаще можно встретить ретро-веяния. Эксперты предсказывают возвращение элементов культуры 80-90-х гг.

#### **ИНФЛЮЕНСЕРЫ ВЛИЯЮТ СИЛЬНЕЕ, ЧЕМ БРЕНДЫ\*\*\***

Поп-культура, транслируемая посредством медиа (включая блогеров, ТВ-шоу, сериалы, фильмы, спортивные франшизы, аниме, игры), влияет на повседневную жизнь людей, создает потребительский спрос, формирует стиль жизни.

#### АРТ-ПРОЕКТЫ ПРИВЛЕКАЮТ ВНИМАНИЕ К РЕШЕНИЮ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ ПРОБЛЕМ\*\*\*

Иногда художники, в сотрудничестве с учеными, находят настоящие решения этих проблем. Своим креативным взглядом они стимулируют развитие инноваций.

#### МИКС КУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ С КОММЕРЧЕСКИМИ ПРОДУКТАМИ\*\*

Развитие коллабораций с людьми искусства, выпуски ли-митированных тематических коллекций.

#### ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ АРТ-ПРОЕКТЫ\*\*

Переосмысление роли человека как части экосистемы. Использование натуральных, безвредных для природы, биоразлагаемых материалов.

#### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

#### **77** | НОСТАЛЬГИЯ И ОБРАЩЕНИЕ К ТРАДИЦИОННЫМ ЦЕННОСТЯМ

Настоящее часто становится источником стресса. Многие находят выход, «сбегая» в прошлое.

#### 78 | «КУЛЬТПРОСВЕТ» В ПРИВЫЧНОМ ВИДЕ — УДЕЛ ПОЖИЛЫХ РОССИЯН

Российская молодежь мало интересуется посещением музеев. По данным НАФИ, россияне старше 55 лет в 2 раза чаще молодежи проявляют интерес к музеям и культурным объектам под открытым небом. Именно люди предпенсионного и пенсионного возраста обеспечивают преемственность культуры тем, что берут своих внуков на культурно-просветительские «прогулки».

### 79 | МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКИЙ РАЗРЫВ В ВОСПРИЯТИИ ЭЛЕМЕНТОВ КУЛЬТУРНОГО КОДА

Если молодые россияне считают «столпами» национального культурного кода музыку, архитектуру и видеоиндустрию, то представители старшей возрастной категории отдают главную роль таким фундаментальным направлениям, как литература и изобразительное искусство.

# **80** | **УХОД ОТ ИНДИВИДУАЛИЗМА К «МЫ-КУЛЬТУРЕ»** Сплочение, коллективная деятельность особенно характерны для регионов и небольших городов. В крупных, экономически развитых городах сохраняется индивидуализм, фокус на энергичности и личной инициативе.

#### 81 | ПОГРУЖЕНИЕ В КУЛЬТУРУ В КАЧЕСТВЕ ДЕТОКСА

Культура и искусство становятся благоприятными сферами для замедления, практики вдумчивости, осознанности как противодействия повседневным стрессам, чрезмерному ускорению процессов и событий и информационной перегрузке.

#### 82 | РАСТЕТ ПОТРЕБНОСТЬ В ЧЕЛОВЕЧНОСТИ, СВЯЗИ С ЛЮДЬМИ

Одно из проявлений — увеличение числа людей, занимающихся волонтерством и благотворительностью.







- Признавать собственную гуманитарную роль: социальный импакт технологий и бизнеса проявляется посредством объединения усилий с учеными и художниками при решении значимых общественных проблем.
- Находить путь к аудитории через инфлюенсеров, сотрудничество с популярными представителями сферы культуры и искусства, отсылки к культуре повседневности.
- Обеспечивать представителям ЦА возможность чувствовать себя уникальными. Например, с помощью взаимодействия с элементами одежды, аксессуарами, их трансформации и адаптации под нужды конкретного потребителя.
- Сочетать несочетаемое. Не бояться выступать в качестве новаторов, создавая новые продукты и услуги из «элементов» или на основе старых, а также путем смешения компонентов различных культур и стилей.
- Использовать технологии дополненной реальности для создания привлекающих целевые аудитории объектов, совмещающих культурно-просветительскую и коммерческую функции.
- соответствует мировым трендам: следует учитывать на долгосрочную перспективу
- соответствует российским трендам: следует учитывать на средне- и краткосрочную перспективу

- Делать ставку на глубоко укоренившиеся традиционные ценности и ретро-элементы при выпуске новых продуктов. Соответствие культурным ценностям и актуальным вкусовым предпочтениям обеспечивает жизнеспособность этих продуктов, релевантность и резонанс.
- Помочь людям почувствовать себя комфортно в настоящем моменте и развернуться лицом к будущему. Для этого создавать новые культурные пространства, переосмысливать роль заброшенных зданий и территорий, облагораживать их, превращать в арт-объекты.
- Создавать креативные пространства и культурно-просветительские форматы с использованием технологий, которые заинтересуют молодежь и помогут ей спланировать собственное свободное время.

Все изменения взаимосвязаны: дети, родившиеся в смешанных семьях, автоматически становятся носителями качественно нового культурного кода, вобравшего элементы культурных кодов родителей. Перед такими детьми открывается будущее кросс-культурных специалистов, востребованность которых будет расти.

61% российских родителей хотели бы получить возможность вместе с семьей посетить культурно-досуговые мероприятия для детей

41% россиян до 24 лет часто не знают, чем заняться в свободное время

21% представителей российской молодежи 25–34 лет не интересуются музеями и другими культурными объектами

ПО ДАННЫМ НАФИ



3 TOO TREHHOE 2024: WILA JIB.

## 12 ТУРИЗМ

Постоянные перегрузки и ускоряющийся темп жизни порождают стремление замедлиться, поймать и прочувствовать момент.



#### **МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ**

#### РОСТ СТОИМОСТИ ПУТЕШЕСТВИЙ\*\*\*

Глобальная тенденция удорожания пассажирских перевозок и цен на гостиницы. Из-за этого путешественники все чаще обращают внимание на «дюпы» (более бюджетные «двойники» популярных у туристов мест).

#### «ПУТЕШЕСТВИЯ СО СМЫСЛОМ»\*\*\*

Путешественникам нужны новые знания, открытия, «практическое» знакомство с местными культурами, кухней, жильем и др.

#### **ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ИННОВАЦИИ\*\*\***

Использование ИИ и цифровых платформ для планирования путешествий, покупки дешевых билетов, аренды жилья.

#### **ТРЕНД НА СОВМЕСТНЫЕ ПУТЕШЕСТВИЯ\*\*\***

Отдых с друзьями, коллегами, семьей, совместный уникальный опыт: наблюдение за редкими природными явлениями, празднования и др.

#### ЗАМЕДЛЕНИЕ И ОСОЗНАННОСТЬ\*\*\*

Растет запрос на полноценный отдых, качественный сон, тишину, стимулирующий применение умных технологий в отелях.

#### «SET-JETTING» И БЛОГЕРЫ В КАЧЕСТВЕ ТРЕНД-СЕТТЕРОВ\*\*\*

Рост популярности направлений, о которых узнают из фильмов, ТВ-шоу, от блогеров. Блогеры не только продвигают, но и сами организуют поездки.

#### **УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ** — ПРЕЖДЕ ВСЕГО\*\*

Туристы стремятся в поездках соблюдать принципы ESG.

#### VIBE-ДИЗАЙН И УХОД ОТ МИНИМАЛИЗМА\*\*

Рост популярности арт-отелей, стилизованных апартаментов, воссоздающих атмосферу определенного времени, и др.

#### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

#### 83 | РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Расширяется внутристрановая география отдыха россиян: в приоритет все чаще входят горные регионы, русский север и Дальний Восток, крупные города.

### **84** | ВОСТОЧНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ — В ФОКУСЕ ВНИМАНИЯ РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ

В числе локаций для отдыха завоевывают популярность Узбекистан, Армения, Грузия, Индия, Китай и Азербайджан.

### **85** | РАСТЕТ ДОЛЯ ТЕХ, КТО ИЩЕТ ВОЗМОЖНОСТИ ОТДЫХА В СВОЕМ РЕГИОНЕ

Каждый пятый россиянин рассматривает свой регион как место проведения отпуска.

#### 86 | РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО АВТОТУРИЗМА

Автотуристы внимательнее присматриваются к видам транспорта, способным сделать поездку более комфортной и независимой от инфраструктуры — в частности, к автодомам.

#### **87** | УСИЛИВАЕТСЯ ИНТЕРЕС К САМОСТОЯТЕЛЬНЫМ ПУТЕШЕСТВИЯМ

Самостоятельные путешествия позволяют лучше подстраивать поездку под собственные предпочтения и образ жизни.

#### 88 | РАЗВИТИЕ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА

Согласно АТОР, деловой туризм показал высокие темпы восстановления после периода пандемии и в 2023 практически вернулся к показателям 2019 года. Ожидается дальнейший активный рост сегмента.

### **89** | ТРЕНД НА СОВМЕЩЕНИЕ БИЗНЕСА И ОТДЫХА, ВЕЛНЕС-ТУРИЗМ

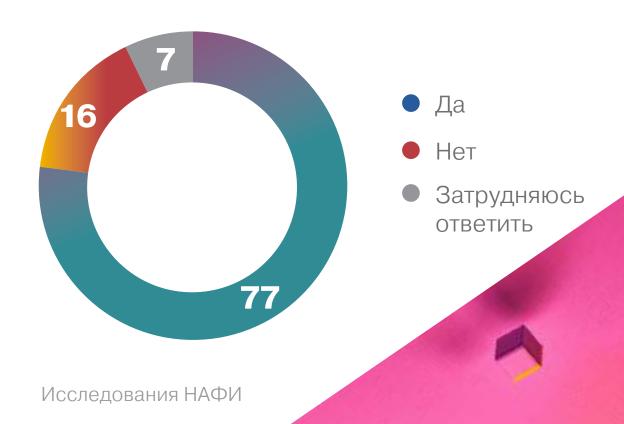
Стремление путешественников «встроить» в деловые поездки оздоровительные процедуры, культурные события, совместное времяпрепровождение с семьей и др.

### 90 | ВНИМАНИЕ К ЭКСТРЕМАЛЬНОМУ, ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКОМУ И ЭКОТУРИЗМУ

По оценкам экспертов отрасли эти сферы демонстрируют стремительный рост.

## За последние полгода Вы встречали в СМИ информацию о туристских достопримечательностях России?

% от всех опрошенных







- Следовать принципам ESG при формировании туристических предложений: в том числе предоставлять туристам возможность внести свой вклад в сохранение окружающей среды (например, путем перечисления части средств от продажи туров на поддержку экопроектов).
- Развивать экотуризм востребованность экотуров уже растет и будет расти в свете стремления к информационному детоксу в путешествиях и экологической осознанности туристов.
- Следить за фильмами и социальными сетями то, о чем там говорят, завтра будет определять выбор туристов.
- Предлагать уникальные, персонализированные маршруты, где путешественники могут удовлетворить тягу к приключениям, новым открытиям.
- Обеспечивать погружение туристов в локальные культуры — для этого заключать партнерство с мест-
- соответствует *мировым трендам*: следует учитывать на долгосрочную перспективу
- соответствует российским трендам: следует учитывать на средне- и краткосрочную перспективу

ными сообществами, общинами коренных жителей различных территорий России.

- Расширять спектр предложений для внутреннего туризма отходить от массовых предложений и формировать комплексы в разных ценовых категориях для тех, кто хочет сэкономить и избежать толпы.
- Делать акцент на безопасности экстремальных и приключенческих туров. Сейчас ужесточаются регулирующие нормы, необходимо превентивно усилить этот компонент в собственной практике.
- Развивать цифровые технологии, помогающие туристам решать их проблемы: находить альтернативы привычным направлениям отдыха, строить маршруты, сравнивать предложения.
- Использовать возможности для развития туристической инфраструктуры в регионах.

Минэкономразвития ожидает роста числа турпоездок по России до 75,5 млн в 2024 году

>80% ездили в автопутешествие

260% российских путешественников хотят сами организовывать отпуск

54% россиян очень интересуются внутренним туризмом

ПО ДАННЫМ НАФИ -



16 100 TREHAOB 2024: WHA ABWIT

## 13 ТРАНСПОРТ

Мобильность — один из главных запросов в повседневной, общественной и профессиональной жизни.

#### **МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ**

#### ТРЕНД НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ\*\*\*

Поиск возможностей снижения экологического ущерба от использования транспорта: переход на экологичные виды топлива (энергии); развитие инфраструктуры для электротранспорта (в частности, строительство электронных дорог, позволяющих подзаряжать электромобили во время вождения); технологическое развитие самого электротранспорта (превращение электромобилей в автономные электростанции — технология «Vehicle-to-grid»).

### ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОТРАСЛИ, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИИ И «ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ»\*\*\*

Распространение автономного транспорта (транспорта без водителя); управление дорожным движением (обеспечение безопасности дорожного движения путем анализа алгоритмов поведения водителей, управление автономными автомобилями и др.).

### РАСПРОСТРАНЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ «MOBILITY AS A SERVICE» (MAAS) — «МОБИЛЬНОСТЬ КАК СЕРВИС»\*\*

Во главу угла ставятся нужды потребителей (отдельных индивидов и бизнеса). Формируется максимально комфортная интегрированная система перевозок (городских, интермодальных и др.) без необходимости покупки билета для каждой пересадки. Поощряется отказ населения от личных автомобилей. С этой целью развиваются шеринг всех видов транспортных средств (включая р2р-шеринг — совместное пользование личными автомобилями), городские сервисы проката средств индивидуальной мобильности.

#### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

#### 91 | ЦИФРОВИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ОТРАСЛИ

Возможности цифровых технологий, ИИ для оптимизации документооборота, мониторинга общественного транспорта, создания единого биометрического цифрового проездного и др.

### 92 | ЗАПРОС НА РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА

Все большее значение придается модернизации системы общественного транспорта, его доступности и экологичности.

#### 93 | МЕДЛЕННЫЙ РОСТ ДОЛИ ЭЛЕКТРОМОБИЛЕЙ

По данным НАФИ, доля желающих купить электромобиль в 2023 году сократилась на 9 п.п. по сравнению с 2022 и составляет 30% россиян.

## 94 | СОКРАЩЕНИЕ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОГО СПРОСА НА АВТОРЫНКЕ ПРИ ОДНОВРЕМЕННОМ СУЖЕНИИ СПЕКТРА ПРЕДЛОЖЕНИЙ

Следствие этого — увеличение среднего возраста эксплуатируемых автомобилей, чреватое ухудшением экологии и снижением уровня безопасности на дорогах.

#### 95 | РОСТ ПОПУЛЯРНОСТИ ТАКСИ И КАРШЕРИНГА, А ТАКЖЕ СРЕДСТВ ИНДИВИДУАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ

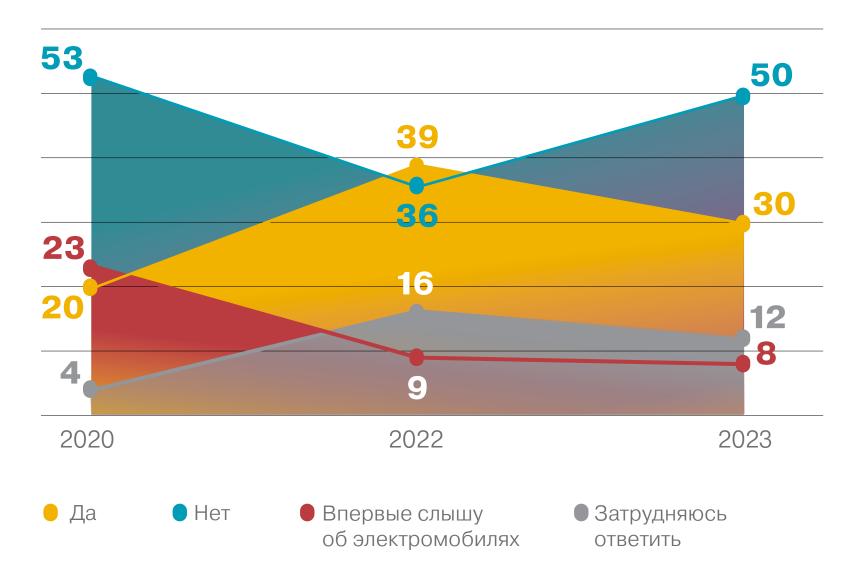
По данным НАФИ, за последние 5 лет доля россиян, пользующихся такси, выросла на 20 п.п. с 50% до 70%, доля пользователей каршеринга — на 3 п.п. с 1% до 4%.

### 96 | ПЕРЕОРИЕНТАЦИЯ ТРАНСПОРТНЫХ ПОТОКОВ НА ВОСТОК И ЮГ

Развиваются транспортные магистрали в этих направлениях.

#### Хотели бы Вы приобрести электромобиль?

% от всех опрошенных



Исследования НАФИ





- Придерживаться принципов ESG в разработке новых технологий для использования в транспортной отрасли.
- Продолжать развивать каршеринг и инфраструктуру проката средств индивидуальной мобильности.
- Застройщикам и владельцам бизнеса индустрии сферы HoReCa учитывать при планировке общественных территорий рядом с жилыми домами, бизнес-центрами, гостиницами, ресторанами и кафемест для комфортной парковки средств индивидуальной мобильности.
- соответствует мировым трендам: следует учитывать на долгосрочную перспективу
- соответствует российским трендам: следует учитывать на средне- и краткосрочную перспективу

- Повышать доверие к отечественным брендам-разработчикам российских аналогов автозапчастей для автомобилей зарубежного производства путем повышения качества продукции, активно продвигать такие бренды.
- Поддерживать развитие транспортной инфраструктуры не только в приоритетных для государства направлениях, но и в других для сохранения возможностей комфортного передвижения россиян внутри страны.
- Развивать сеть частных перевозчиков, цифровые транспортные приложения, сервисы по выбору оптимальных маршрутов, по покупке билетов с учетом потребностей пассажиров в доступности и комфортности поездок.

32% жителей российских городов-миллионников хотели бы, чтобы в городах появилось больше маршрутов с использованием электробусов

81% россиян чаще пользовались бы общественным транспортом, если бы он был лучше развит

ПО ДАННЫМ НАФИ



49 100 TREHAOB 202A: WAAAA

## 14 ЭКОЛОГИЯ

В сфере экологии правительства и бизнес выступают в связке: растут инвестиции в проекты по защите климата и разработке «зеленых» технологий. В некоторых странах ожидается утроение инвестиций в ближайшие 10 лет.

## 14 ЭКОЛОГИЯ



#### **МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ**

#### ПЕРЕХОД НА ЧИСТУЮ ЭНЕРГИЮ\*\*

На всех уровнях переходу на экологически безопасные виды энергии уделяется повышенное внимание. Правительства стран с развитой экономикой активно инвестируют в соответствующие разработки и стимулируют энергопереход бизнеса.

#### УМЕНЬШЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СЛЕДА\*\*

Энергоэффективность — ключевое направление действий бизнеса в контексте заботы об экологии. Также компании заботятся о сокращении отходов и использования различных природных ресурсов, выбирают экологичные транспортные решения и др.

### ПОВСЕДНЕВНАЯ ОФИСНАЯ ЖИЗНЬ В СООТВЕТСТВИИ С ПРИНЦИПАМИ ESG\*\*

Цифровизация бизнес-процессов, печать на бумаге из вторсырья, озеленение крыш и балконов и т. д. сочетаются с практиками повышения экосознательности коллектива.

### ОТКАЗ БИЗНЕСА ОТ «ОДНОРАЗОВЫХ», «СЕЗОННЫХ» ПРОДУКТОВ\*\*

Особенно это касается индустрии моды. Переход на концепцию трансформации вещей (утепления и др.), чтобы они служили не один сезон.

#### **ШИРОКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИИ\*\***

для мониторинга состояния окружающей среды, построения моделей экологичного бизнеса, «зеленого» градостроительства, прогнозирования экокатастроф и др.

#### **PA3BUTUE CLIMATE FINTECH\***

Использование цифровых финансовых технологий для решения климатических проблем, например, для мониторинга выброса углерода, климатического риск-менеджмента, оптимизации инвестиций в «зеленые» технологии и т. д.

#### СИТУАЦИЯ В РОССИИ

#### 97 | АДАПТАЦИЯ К НОВЫМ УСЛОВИЯМ СОТРУДНИЧЕСТВА

Партнерами России на уровне государства и бизнеса сегодня являются страны Латинской Америки, Азии, Африки. Соответственно, ESG-повестка трансформируется с учетом актуальных для этих стран проблем.

#### 98 | «ЭКОЛОГИЗАЦИЯ СВЕРХУ»

На государственном уровне активно разрабатываются меры, способствующие развитию экологической сознательности бизнеса, однако от обязательной нефинансовой отчетности для компаний, раскрывавших показатели в сфере ESG, принято решение отказаться. В ближайшем будущем акцент планируется делать на развитии экономики замкнутого цикла.

#### 99 | ДЛЯ РОССИЯН В ЦЕЛОМ ЭКОЛОГИЯ — В СПИСКЕ ПРИОРИТЕТОВ, НО НЕ В ТОПЕ

Хотя интерес к экологической тематике растет и молодые поколения чаще демонстрируют экологическую сознательность, в целом большинство россиян не ощущают остроты проблемы.

### **100** | РОССИЯНЕ ДЕЛЕГИРУЮТ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА СОСТОЯНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

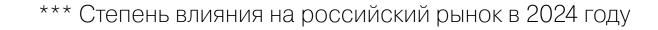
Несмотря на ряд распространенных экопрактик в повседневной жизни, таких как экономия ресурсов, потребляемых в ЖКХ (79%), раздельный сбор мусора (49%), жители России в целом не готовы уделять большого внимания проблемам экологии. Особенно это справедливо для людей старше 45 лет.

77% россиян убеждены, что обучение основам экограмотности нужно включить в школьную программу

71 % возлагают ответственность за состояние экологии на государство и бизнес

58% жителей городовмиллионников оценивают уровень загрязненности воздуха в них как удовлетворительный

по данным нафи -







- Оставаться в тренде экоповестки. Серьезно вкладывающиеся в «зеленую» трансформацию и переход на экономику замкнутого цикла компании заметно экономят на оплате энергии и др. Ряд российских банков выдают кредиты на реализацию ESG-проектов.
- Повышать доверие клиентов и инвесторов, борясь с гринвошингом и приводя заявления в соответствии с делами. Преодолеть в сознании общества установку на то, что «бизнес много говорит, но мало делает», а реализуемые им проекты не компенсируют наносимый экологический ущерб.
- Находить новые ниши и возможности для запуска экологичных продуктов, отказываться от производства сезонной и одноразовой продукции.
- соответствует мировым трендам: следует учитывать на долгосрочную перспективу
- соответствует российским трендам: следует учитывать на средне- и краткосрочную перспективу

- Прививать систему мышления в концепции ESG коллективу постепенным внедрением «зеленых» практик в повседневную офисную жизнь.
- Действовать по принципу расширения, а не сужения «экологического кругозора»: учитывать стандарты ESG, принятые в странах, являющихся актуальными партнерами, но не терять из виду и те, по которым работают европейские компании. Опосредованно европейские стандарты ESG влияют на российский бизнес, поскольку его партнеры расширяют присутствие на рынке Европы.

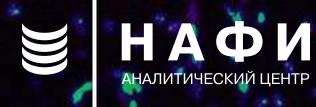
#### Большое число автомобилей влияет на экологию. Как Вы считаете, стоит ли за счет увеличения налогов, экологических сборов, стоимости топлива и пр. делать владение личным автомобилем непривлекательным?

% от всех опрошенных



Исследования НАФИ

ЧИТАЙТЕ
ПОДРОБНЕЕ В ОТКРЫТЫХ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ
ПРОЕКТАХ НАФИ





### ЧИТАЙТЕ ПОДРОБНЕЕ В ОТКРЫТЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТАХ НАФИ



#### ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

- <u>Тренды развития и точки роста</u> российского предпринимательства — 2023
- Индекс женской предпринимательской активности (WBI), 10 волна

#### ТЕХНОЛОГИИ

- **■** Имидж IT-профессий в глазах россиян
- **■** <u>Гейминг в россии 2022.</u> <u>Социальные и экономические эффекты</u>

#### ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ

- **Финансовая грамотность россиян** 2023
- Финансовая грамотность
   российских предпринимателей 2022
- **Финансовая грамотность женщин-предпринимателей в России**
- Личная финансовая устойчивость россиян в период экономических трансформаций
- Инфляционная грамотность: как меняется понимание россиянами инфляции
- NPS-2023. Лояльность пользователей розничных банковских услуг

#### ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

- Тренды потребления россиянами продуктов питания
- Лекарственная безопасность россиян: выбор лекарств, лояльность к аптекам, уровень доверия врачам и фармацевтам
- **Россияне и ремонт: выбор материалов,** предпочтительные места покупки, виды работ
- Россияне и их питомцы: траты на домашних животных, категории покупаемых товаров, форматы покупок
- **■** Россияне и рыба: выбор, покупка, потребление рыбы, рыбных изделий и морепродуктов

#### СЕМЬЯ И ОТНОШЕНИЯ

■ Дети и книги — 2022.
Читают ли россияне своим детям?

#### ЗДОРОВЬЕ

- Осведомленность российских подростков о возможностях получения психологической помощи
- Фитнес-индустрия 2019-2021: COVID-19, борьба с ним и последствия для отрасли

#### ОБРАЗОВАНИЕ

■ Поддержка студенческого предпринимательства

#### ЗАНЯТОСТЬ

- Развитие кадрового потенциала российских компаний: тренды, подходы, рекомендации
- **Профессиональное выгорание россиян**
- **Формирование инклюзивной среды в России**

#### ТУРИЗМ

- **■** Летний отдых россиян: тренды, планы, предпочтения
- Зимний отдых: ожидания и планы россиян
- Имидж и социально-экономический потенциал Арктической зоны РФ: взгляд россиян
- Неисследованная Россия: путеводитель
   по знаковым местам 85 российских регионов

#### ТРАНСПОРТ

■ Доступность и экологичность общественного транспорта в городах-миллионниках

#### ЭКОЛОГИЯ

 Оценка россиянами экологической ситуации в регионах своего проживания





#### СТАТИСТИЧЕСКИЕ СБОРНИКИ, АНАЛИТИЧЕСКИЕ ОТЧЕТЫ, РЕЙТИНГИ И НАУЧНЫЕ СТАТЬИ

Accenture Research Report: Reinvention in the age of generative Al

Accenture Research Report: Top 10 banking trends for 2024

Emeritus Global Workplace Skills Study 2023

Euromonitor International: Top Global Consumer Trends 2024

Euromonitor International: World Market for Consumer Health

Expedia Group: Unpack'24. The Trends in Travel

Innova Market Insights: Global Consumer Trends — Opportunities for 2024

HundrED Global Collection 2024 Report

PwC: Emerging Trends in Real Estate® 2024

WGSN: Future Consumer 2024

INFOLine Retail Russia TOP-100

Ipsos Global Trends 2023. Глобальный взгляд и российская реальность

Mediascope: Аудитория социальных сетей. Январь 2023 — июнь 2023

NielsenIQ: Обзор FMCG-рынка: итоги первого полугодия 2023

NielsenIQ: Рейтинг крупнейших FMCG-брендов в 2023

NielsenIQ: Тренды FMCG-рынка в 2024 году

OMI: Любимые бренды россиян

Smart Ranking: Индекс российского EdTech-рынка

ВЦИОМ: Одиночество и как с ним бороться

Высшая школа бизнеса НИУ ВШЭ: Презентация результатов исследования «Главные российские ИТ-тренды 2024»

Институт образования НИУ ВШЭ: Мировые тренды образования в российском контексте-2024

Институт образования НИУ ВШЭ: Экспертный доклад «12 решений для нового образования»

Наука. Технологии. Инновации: 2022 : краткий статистический сборник / Л. М. Гохберг, К. А. Дитковский, М. Н. Коцемир и др. ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: НИУ ВШЭ, 2022

Проект ФОМ для ЦБ: инфляционные ожидания и потребительские настроения

Российская наука в цифрах: 2023 / В. В. Власова, Л. М. Гохберг, К. А. Дитковский и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: НИУ ВШЭ, 2023

Росстат: Демография (статистика)

Росстат: Инфографика

Росстат: Рынок труда, занятость и заработная плата (статистика)

СБЕР: Будущее 2035+

Вострова Е.И. Digital-трансформация туристического пространства: новые возможности // Общество: социология, психология, педагогика, № 1(93), 2022. С. 47–52

Головина Е.А. Экология в России: современное состояние и актуальные проблемы // Journal «Agrarian History», № 8, 2021. С. 3–16

Добринская Д.Е. О феномене цифрового кочевничества // ЭКО, № 2, 2020. С. 37–59

Жилина Е.В., Буранбаева Л.З., Никитина А.А. Потребительское поведение в wellness-индустрии // Вестник БИсТ (Башкирского института социальных технологий), № 1(54), 2022. С. 75–79

Колина Е.С. Анализ подходов к формированию экологического мышления // Современное педагогическое образование, № 2, 2021. С. 62–66

Коновалов А.А., Божкова Е.Д. Влияние современной цифровой среды на психическое здоровье (обзор) // МА, № 1 (66), 2021. С. 6–15

Милюшенко Т.В. Организация микрообучения в рамках модульного подхода обучения иностранным языкам в языковых вузах // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий, Том 11, № 3, 2022. С. 42–47

Осокин И.В. Непрерывное образование как важная составляющая современной системы образования // Известия Саратовского университета. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2022. Т. 22, выпуск 2. С. 213–217

Старовойтенко, А. Д. Между ностальгией и ретротопией // Интеракция. Интервью. Интерпретация, Т. 11, № 18, 2019. С. 125–135

Субеев Р.Т., Коротаева Т.В. Феномен потребления в социологии // Вопросы студенческой науки, выпуск №1 (77), 2023. С. 536–542

Эриашвили Н.Д., Иванова Ю.А., Аливердиева М.А. Экологические проблемы современного общества // Образование и право, № 7, 2022. С. 94–98





#### МАТЕРИАЛЫ ИЗ ОТКРЫТЫХ ИСТОЧНИКОВ

Commercial Property Executive: 2024 in Green Building: What to Expect

Coolset: 5+ sustainability predictions for 2024

Culture Amp: 7 trends that will define HR in 2024

Digital Pioneers: Erwartungsdruck im Onlinehandel: Kundenstamm trotz

Herausforderungen erweitern und Umsätze sichern

EHL Insights: Top Education Trends to watch in 2024

eLearning Industry: The Future Of Education:

5 eLearning Trends To Keep An Eye On In 2024

Emeritus: Top 10 Learning Trends in 2024 to Focus on While Upskilling

Employee Benefit News: 6 healthcare trends that will shape 2024,

according to Business Group on Health

Explorance: Beyond the Horizon: 3 Trends Shaping the 2024 Workplace

Fierce Healthcare: Business Group on Health:

4 employer health trends to watch in 2024

FinTech Magazine: 2024: Digital Transformation & Financial Services Trends

Forbes: Four Business Trends To Track And Leverage In 2024

Forbes: Housing Market Predictions For 2024: When Will Home Prices Be Affordable Again?

Forbes: Navigating The Future: 10 Global Trends That Will Define 2024

Forbes: The 10 Biggest Business Trends For 2024

**Everyone Must Be Ready For Now** 

Forbes: The 10 Biggest Trends Revolutionizing Healthcare In 2024

Forbes: The 8 Biggest Future Of Work Trends In 2024

Everyone Needs To Be Ready For Now

Forbes: The Biggest Banking And Financial Services Trends For 2024

Forbes: The Top 5 Tech Trends In 2024 Everyone Must Be Ready For

Forbes: The Trends Reshaping Retail Real Estate In 2024

Forbes: Travel Trends 2024 Report (Part 1): Authenticity And The Rise In Al

Forbes: Travel Trends 2024 Report (Part 2): Black Tomato On Capturing Shared Moments

Forbes: Travel Trends 2024 Report (Part 3): Design Trends And Sleep Science

Forbes: Trends For 2024: The Changes Shaping The Year Ahead

Green Builder: Top 10 Issues That Will Impact the Building Industry in 2024

Greenly: The ESG Trends to Watch in 2024

Haus von Eden: Corporate climate protection: 10 examples of sustainable business practices

Inc.: What Are the Biggest People and Culture Trends for 2024?

HR Experts Share What to Expect

IndustryWired: Top 10 Business Analytics Trends for 2024

Kadence International: 15 Consumer Trends to Watch in 2024

LaborSoft: 5 Business Trends that Will Influence the Workforce in 2024

LLM: Sustainable Living In 2024: The Eco-Friendly Trends Transforming Luxury

Home Design

Market Logic: Top four 2024 market insights trends from industry experts

Marketing-Interactive: Marketing to millennial parents:

trends and strategies in 2024

Medical Economics: 5 health care industry trends for 2024

O.C. Tanner: What Employees Want in 2024:

5 Culture Trends To Focus on This Year

Quantumrun: Culture predictions for 2024 | Future timeline

Robin: Future of Work: 10 Workplace Trends for Offices in 2024

Skyscanner.com: Travel Trends 2024

Stand Together: 7 education trends to watch in 2024

Stand Together Trust: Transforming education with The Big Idea

Stories from Hilton: What Millennials, Gen Z, Gen X and Baby Boomers

Tell Us About Travel in the Year Ahead

TechinDetail: Top 20 New Technology Trends 2024

Techopedia: Employment Trends 2024: Embracing Upskilling in an Al-Driven World

Technology: Top 10: Technology trends for 2024

The Business Times: Sustainable homes,
Al will drive the luxury housing market in 2024

The Buzz: What Will Dating Look Like in 2024?

The Recursive: 10 Climate Tech Trends in Europe: A Sneak Peek into 2024

TimeOut: The most exciting city trends around the world for 2024

TravelAge West: 7 Top Travel Trends to Know for 2024

Trendhunter: Top 100 Pop Culture Trends for 2024

Variety: Al, Manga, More Toys, Cinema Revival Among Key Trends

in Kids Entertainment in 2024, MipJunior Audience Told

Vistage: Ecological trends for 2024 and beyond

WGSN: WGSN reveals the Top Trends for 2024 and Beyond

ZINFI: Navigating the Future: Partner Relationship

Management Trends for 2024



#### МАТЕРИАЛЫ ИЗ ОТКРЫТЫХ ИСТОЧНИКОВ

AdIndex.ru: Почти треть опрошенных потребителей покупали премиальные CTMBanki.ru: Как будет развиваться рынок недвижимости в 2024 году и стоит ли покупать квартиру

Banki.ru: Стоит ли инвестировать в недвижимость в 2024 году и сколько на этом можно заработать

Banki.ru: «Электрик начнет получать больше многих офисных работников»: что ждет рынок труда в 2024 году

BFM.ru: В России выросло число разводов

CNews: Топ-5 технологических трендов в России на 2024 г.

по версии CNews

EcoStandard.journal: Виктория Абрамченко: «Экологическая политика

после 2024 года будет отвечать на все современные вызовы»

Executive.ru: Тихое увольнение: почему Quiet Quitting становится новым трендом?

Forbes: Арт-технологии: как искусство подталкивает прогресс

Forbes: Без денег и людей: с какими рисками столкнется

коммерческая недвижимость в 2024 году

Forbes: Подрывной интеллект: как развитие нейросетей

заставляет обновлять прогнозы

Forbes Club: HR-тренды 2024 года: работодатели хотят вернуть сотрудников

в офисы, те предпочитают остаться дома

HRTime.ru: Тенденции рынка труда 2024

Hyperkulturell: Третья культура

ICT Moscow: Deloitte. Технологические тренды 2024 года

Retail.ru: NielsenIQ: в 2023 году на российском рынке FMCG

появилось более 7 тысяч новых брендов

Retail.ru: Какие тренды ожидает мир маркетплейсов в 2024 году,

и как они повлияют на бизнес

Retail.ru: Потребительский рынок России:

ключевые вызовы 2024 (материалы онлайн-конференции)

RB.ru: Gartner представил 10 трендов в сфере технологий в 2024 году

RG.ru: В 2024 году у всех россиян появятся электронные паспорта здоровья

RG.ru: Искусственный интеллект, импортозамещение, дефицит кадров

и другие технотренды 2024 года

RG.ru: Что ждет рынок недвижимости в 2024 году

Sostav: Mygribs: тренды маркетинга, бизнеса и технологий в 2024 году

Sostav Blogs: Бизнес-тренды 2024 года

ATOP: Будущее уже близко: в Amadeus рассказали

о трендах мирового туризма в 2024 году

АТОР: В 2024 году рынок делового туризма в России вырастет еще на 5-7%

Ведомости: Банки и маркетплейсы назвали тренды

электронной коммерции в 2024 году

Ведомости: Бизнесу рекомендовали отчитываться

о выбросах и тратах на суверенитет

Ведомости: Думский комитет по экологии

подготовил поправки к проекту бюджета до 2026 года

Ведомости: Российский рекламный рынок в 2024 году будет расти

за счет телекома, банкинга, food-ритейла и e-commerce

Ведомости: Росстат назвал регионы с наибольшей долей разводов

Вести Туризм: Что ждет туризм в 2024 году: тренды в бронировании,

ожидания туристов и прогнозы отрасли

<u>Деловая среда: 19 бизнес-трендов 2024 года +</u>

советы экспертов, что делать предпринимателям. Часть 1

Деловая среда: 19 бизнес-трендов 2024 года +

советы экспертов, что делать предпринимателям. Часть 2

Деловая среда: Перспективный бизнес в 2024 году

Деловой квартал: Как изменился рынок труда в конце 2023 г. —

Алена Владимирская

<u>Деловой мир: HR-тренды 2024: пора выращивать жемчуг</u>

Деловой мир: Технологии, качество и локальное развитие:

<u>5 трендов российского EdTech в 2024 году</u>

Деловой мир: Технологические тренды в бизнесе в ближайшие годы

Деловой мир: Тренды и идеи для развития бизнеса в туристической индустрии

Добро.журнал: «Экодиктатура» и отказ от субботников: представители корпораций и общественники назвали тренды экологии в России

Известия: Как же без рук: дефицит работников в 2023 году составил 4,8 млн

Известия: Полные сети: интернет-торговля в России бьет рекорды

Инвест-Форсайт: Что ждет бизнес в 2024 году: прогнозы, ожидания, тренды

Интерфакс: Росстат сообщил о росте реальных располагаемых доходов

россиян в III кв. на 5,1%

Коммерсантъ: «Думаю, точку равновесия мы найдем».

Андрей Белоусов о том, как экономика РФ адаптируется к новым условиям

Коммерсантъ: «Заливать бизнес деньгами — неэффективно, это замкнутый круг». Замглавы Минэкономики Татьяна Илюшникова о горизонтальной модели поддержки МСП

Коммерсантъ: Россиян повернут в семью

Коммерсантъ: Содружество независимых клиентов

Коммерсантъ: Уровень безработицы в России

в сравнении с другими странами мира

Коммерсантъ: Финансы споют техно-романсы

Коммерсантъ: «Яндекс» осваивается в финтехе

РБК: Как изменится правовое регулирование для бизнеса в 2024 году

РБК: Эпоха потрясений: пугающие прогнозы от гуру бизнеса на 2024 год

РБК Компании: 40% российских компаний увеличили бюджеты

на информационную безопасность

РБК Компании: Тренды EdTech-2024

эксперты агентства «LAUNCH» выяснили, что ожидать

РБК Недвижимость: Спрос сократится: подешевеют ли новостройки в 2024 году

РБК Телеканал: «Кадровое дно»: каким будет рынок труда в России в 2024 году

РБК Тренды: 6 технологий, которые будут внедрять

российские компании в 2024 году

РБК Тренды: Автоматизация бизнеса: три значимых тренда в России в 2024 году

РБК Тренды: ИИ и цифровой рубль: какие FinTech-тренды ждут Россию в 2024 году

РБК Тренды: Иммерсивные технологии — будущее реального и виртуального опыта

РБК Тренды: Как будут развиваться технологии в России в 2024 году

РБК Тренды: Какие технологии и научные проекты определят 2024 год

РБК Тренды: Конкуренты или коллеги: отнимут ли роботы работу у людей

РБК Тренды: Топ-10 главных стратегических IT-тенденций 2024 года по версии Gartner

РБК Тренды: Топ IT-трендов 2024 года:

искусственный интеллект и гиперавтоматизация

РИА Новости: Первичная заболеваемость ожирением в России

выросла на 10,7 процента

СБЕР Бизнес Live: Не только ИИ. Шесть трендов 2024 года

в технологиях и инновациях

СБЕР Про: Новые рынки, рост e-commerce и цифровая трансформация:

тренды бизнеса

СБЕР Про: С заботой о себе. Основные тренды медицинских технологий

<u>ТАСС: Россияне назвали самые перспективные профессии в 2024 году</u>

Т — Ж: Каким будет образование будущего в России и мире

Финансовый директор: Главные тренды рынка труда в 2024 году

Финмаркет: В 2024 году число турпоездок по России

увеличится до 75,5 млн - Минэкономразвития

Хабр: Что нас ждет в сфере технологий в 2024 году

Экономика и жизнь: Рынок недвижимости. Какой будет динамика цен в 2024 г.

### МЫ СЛЕДИМ ЗА ТРЕНДАМИ, ПОМОГАЯ ВАМ ОРИЕНТИРОВАТЬСЯ В БУДУЩЕМ



## **ИСПОЛЬЗУЙТЕ ВРЕМЯ ПЕРЕМЕН КАК ВОЗМОЖНОСТЬ ДЛЯ РОСТА!**

#### ЭКСПЕРТЫ НАФИ

- ■Проведут для вас качественный и количественный анализ текущей ситуации
- Построят прогнозы ее развития, основываясь на достоверных данных, с использованием точных исследовательских методов
- Адаптируют аналитический инструментарий под ваши конкретные бизнес-задачи
- Сформируют понятные и применимые на практике рекомендации

- ■Проведут разъяснительную работу, касающуюся того, как наилучшим образом использовать результаты исследования
- Визуализируют итоги исследовательского проекта в форме презентации или дорожной карты
- Презентуют результаты исследования совместно с вами на отраслевом мероприятии

Хотите заказать исследование? Заполните короткую форму и с вами свяжется наш менеджер, чтобы обсудить все детали!



### ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ РЕШЕНИЯ НАФИ



## КОЛИЧЕСТВЕННАЯ МЕТОДОЛОГИЯ (QUANT)

В основе количественных исследований лежат четкие математическиеи статистические законы. Они отличаются охватом массовой аудитории, поэтому для проведения таких исследований важную роль играет выборка респондентов.

- Опросы методом личных интервью (f2f)
- Телефонные опросы (CATI)
- Онлайн-опросы (CAWI)
- Опросы предпринимателей (b2b)
- Mystery shopping («Тайный покупатель»)

## КАЧЕСТВЕННАЯ МЕТОДОЛОГИЯ (QUAL)

Качественные исследования позволяют узнать глубинную мотивациюи скрытые потребности людей. Выводы делаются на основе свободных ответови подробных рассуждений по теме исследования. На основе результатов наших исследований вы сможете лучше адаптировать свои продукты, бренды и коммуникацию к потребностям вашей целевой аудитории.

- Фокус-группы
- Онлайн фокус-группы
- Глубинные интервью
- Экспертные интервью
- Нейромаркетинг

## КАБИНЕТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ (DESK RESEARCH)

Подготовка аналитических обзоров на основе вторичного анализа статистических данных, материалов СМИ, социальных медиа и других открытых и закрытых (подписных) интернетресурсов.

 Подготовка тематических обзоров и обзоров рынка



## МЫ ИССЛЕДУЕМ — ВЫ ПРИУМНОЖАЕТЕ!

© Текст: Аймалетдинов Т.А., Бычкова Е.А.

© Оформление: Кондратьева М.М.

Ваши пожелания и предложения принимаются по адресу: <u>info@nafi.ru</u>. Все дополнительные методологические детали доступны по запросу.

Москва, ул. 1-я Брестская, д. 29 (БЦ «Капитал Тауэр») +7 (495) 982 50 27 info@nafi.ru nafi.ru