

**ВІД РЕДАКЦІЇ****ФОРМИ ТА ЕТАПИ РОЗВИТКУ ФОРСАЙТУ**

Одержання найбільш об'єктивної картини майбутнього, яка відповідає інтересам всіх груп суспільства, забезпечується залученням у процес Форсайту широких мас громадськості, представників науки та бізнесу, що дозволяє врахувати історичні, політичні, соціально-економічні і культурні особливості розвитку країни.

Можливість обмінятися думками, почути позиції один одного, знайти точки дотику – це і є головне завдання будь-якого Форсайту. Готовність суспільства (адміністративного апарату, керівників компаній, окремих фахівців, громадськості) спільно оцінити довгострокові перспективи розвитку країни, відвертаючи увагу від короткострокових кон'юнктурних моментів – одна з головних умов успішного використання Форсайту.

Залежно від інтересів наукового суспільства, бізнесу, уряду Форсайт може прийняти наступні форми:

- національні – бачення розвитку економіки держави;
- міжрегіональні – визначення ключових тенденцій розвитку економік декількох країн;
- регіональні – Форсайт одного регіону;
- галузеві – визначення перспектив розвитку галузей;
- корпоративні – формулювання стратегічних моментів, які складуть у перспективі ключові конкурентні переваги компаній;
- тематичні – Форсайт сфер життя суспільства (наприклад, молодіжний Форсайт).

Можна виділити три етапи, на яких мета Форсайту змінювалась (табл. 1).

Таблиця 1 – Етапи розвитку Форсайту

Етап	Назва	Зміст
0	Підготовчий 60-і рр. XX ст.	Форсайт – один з інструментів оборонних досліджень США, Японії
1	Технологічний 80-і рр. XX ст.	Форсайт – засіб розробки перспектив науково-технічної сфери
2	Ринково-орієнтований 90-і рр. XX ст.	Форсайт – засіб оцінки соціальних і культурних наслідків появи і впровадження технологій
3	Соціально-економічний початок XXI ст.	Форсайт – засіб розв'язання та запобігання глобальних проблем голоду, безпеки, бідності й т.ін.

Підготовчий етап, 60-і рр. XX ст. – окремі методи Форсайту використовувалися в США, потім у Японії переважно для оборонних досліджень.

Перший етап – Технологічний Форсайт (Technology Foresight), коли програма застосовувалася для розробки перспектив науково-технічної сфери. Перша британська програма (1984) визначала технологічний Форсайт як систематичні засоби оцінки тих наукових і технологічних досягнень, які в довгостроковому плані могли б мати сильний вплив на економічний і соціальний розвиток.

Другий етап – ринково-орієнтований Форсайт, являє собою оцінку соціальних і культурних наслідків появи та впровадження технологій (наприклад, вплив мобільного зв'язку, автономного енергозабезпечення - на сімейні, політичні інститути, організацію праці й т.п.). З погляду використання маркетингу, він являє собою вироблення технологій, прикладне використання яких спрямоване на задоволення попиту в рамках тієї або іншої країни.

Третій етап – соціально-економічний Форсайт – зосередження на проблемах, які неможливо розв'язати, триваючих в за часі, коли технологічний прогноз прив'язується до варіантів розв'язання даної проблеми (проблема голоду, бідності, безпеки й т.п.). При переході до третього періоду Форсайт усе більшою мірою стає технологією переговорів еліт, створення консенсусу про майбутнє для всього суспільства.

Організація проведення Форсайту містить у собі ряд послідовних кроків:

1. Виявлення бачення майбутнього регіону різними верствами суспільства: наука, бізнес, уряд, населення.
2. Оцінка ринків і потреб регіону.
3. Моніторинг стану досліджень і розробок.
4. Формування груп експертів.
5. Формування критеріїв оцінки проектів (прогнозних рішень).
6. Опитування експертів (у кілька етапів), обробка результатів.
7. Вибір пріоритетних напрямків з врахуванням отриманої на першому етапі інформації оцінки ринків і потреб регіону.
8. Оцінювання проектів за обраними критеріями та їхнє ранжування для наступного обговорення й ухвалення остаточного рішення.
9. Організація суспільного обговорення макету Форсайту.
10. Затвердження і поширення результатів Форсайту.

Форсайт звичайно супроводжується масовою інформаційною програмою, великою кількістю конференцій, семінарів, презентацій, Інтернет-форумами, у ході яких досягається три завдання - створення мереж обміну інформацією, широке обговорення інноваційної політики та зміна відношення суспільства до інновацій.

Необхідність Форсайту сьогодні викликається наступними обставинами:

1. Конкуренцією, що підсилюється.
2. Обмеженням державного фінансування.
3. Зростаючою складністю та підвищенням ролі наукової і технологічної компетенції.

Застосування Форсайту дозволяє:

- поліпшувати процес прийняття рішень;
- управляти вибором технологій;
- створювати альтернативні напрямки для майбутнього розвитку;
- підсилювати процес навчання та поліпшувати готовність до непередбачених обставин;
- мотивувати зміни.

Цілі Форсайту:

- сприяти посиленню промислової конкурентоздатності та розширювати торговельний потенціал;
- стимулювати позитивні ефекти в сфері економіки, охорони навколишнього середовища та соціального забезпечення на національному й регіональному рівнях;
- формулювати інноваційний підхід у політику й програми НДДКР.

Технологія і методи проведення Форсайту включає вибір цільової настанови – технологічна або соціально-економічна спрямованість; визначення бачення майбутнього

---

регіону і визначення кола галузей, які зможуть скласти основу стратегічного розвитку; прогноз перспектив розвитку тих галузей, які обрані для Форсайту; прогнозу результатів фундаментальних наукових досліджень в обраних сферах; прогнозування розвитку нових технологій; прогнозування виходу на ринок принципово нових видів продукції. Далі результати прогнозу порівнюються з відомими або експертно установленими результатами розвитку досліджень, розробок і інновацій у світі в цілому, що дозволяє оцінити потенціал для власних виробників інноваційної продукції та прийняти рішення про підтримку найбільш перспективних напрямків досліджень і розробок.

Для керування та реалізації програми створюються керуючий (головний) комітет, експертний комітет, робочі підгрупи, а також структури, що займаються поширенням результатів. Секції експертного комітету можуть формуватися як за міжгалузевим, так і за міждисциплінарним принципом, у його склад входять представники наукового співтовариства, ділових кіл, урядової адміністрації.

Форсайт звичайно здійснюється за допомогою наступних методів: сценарування, мозковий штурм, експертні опитування, метод Дельфі, виділення ключових технологій, SWOT-аналіз, екстраполяція трендів, ділові ігри, аналіз взаємних впливів, мультикритеріальний аналіз.

**Михайло Окландер**

*Головний редактор журналу «Маркетинг і цифрові технології»*