

# Форсайт и малый бизнес

**Ключевые слова:** collaborations, foresight, foresight methods, open foresight, SME, коллаборации, малый и средний бизнес, методы форсайта, открытый форсайт, форсайт

**Автор:**

**Дата публикации:** 22.06.2020

**Лицензия:** © . Копирование, распространение или иное использование разрешается после согласия правообладателя.

Корпоративный форсайт сегодня – игрушка для больших. Иногда даже эпитет «корпоративный» употребляют не чтобы обозначить фирму как объект (вместо сектора, города или страны), а чтобы отстраниться от средних и малых компаний (SME). У мелкоты форсайта нет вообще либо он редуцирован до «личного уровня» [1].

В исследовании 602 немецких компаний, опубликованном в этом году, говорится, что SME намного хуже крупных бизнесов «подготовлены к будущему» как в части понимания, так и в части практических (инвестиционных) мер [2].

Это картина не только немецкая, а повсеместная, и тут не надо защищать чистоту метода, отказываясь от обобщения. Если «менеджмент» в приложении к SME никого не пугает уже лет 60 (в России – 20), «стратегия» – лет 30 (10), а «инновации» для большинства мальков это просто повседневность, то «форсайт в SME» остаётся затеей тёмной, сомнительной в смысле результата и нереальной с точки зрения воплощения на практике.

Академики объясняют это так:

- SME предпочитают фокусироваться на конкретном знании непосредственного окружения [3].
- SME не располагают ресурсами (деньгами, людьми) для масштабных упражнений вроде сканирования внешнего окружения [4].
- SME считают, что главный источник успеха – это внутренние ресурсы, в первую очередь, люди [3].
- SME стремятся увеличить сопротивляемость внешним шокам путём улучшения организационных структур и процессов [5].
- SME оперируют в узких бизнес-средах, а потому не проецируют на себя глобальные изменения и не видят необходимости к ним готовиться [2].

Всё выглядит, как проблема со спросом. Его как бы нет, потребность не актуализирована. Несмотря на то, что отнюдь не все методы форсайта недоступны для SME (смотрите слайд) [6], исследователи, бизнес-школы и консультанты просто не в состоянии перекинуть мост от обширного и разнообразного арсенала форсайта к огромному рынку малого и среднего бизнеса. У провайдеров до недавнего времени не было ни аргументов, ни технологий, чтобы

разбудить спрос. Они были совершенно неспособны доказать ценность исследований будущего даже с помощью посильных для SME «бюджетных» методов. У них не имелось ни блестящих кейсов, ни лёгкого «UX» форсайта: кейсы никто не собрал в раскрученные коллекции, а интерфейс не менялся со времен дельфийского оракула – мужики как лепили стикеры на доску и не знали, что с этим потом делать, так и продолжают до сих пор.



Но интернет и коммуникации дизраптят всё, форсайт не исключение. Дело ещё не дошло до аппки «Форсайт в один клик», но в последнюю пятилетку академия и консалтинг активно начали тянуть SME в исследования будущего с помощью информационных и коммуникационных технологий (ICT). «Платформенное», «маркетплейсное» мышление быстро укореняется в дисциплине. Это отражают множасьщиеся публикации на тему «открытого форсайта» (open foresight) – этакого краудсорсинга будущего на арендуемом клочке инфраструктуры (платформе) с почасовым наймом коллабораций из экспертов и AI, форсайта для бедных и ленивых... В отрасль «форсайта по старинке» въезжает uber [7-11].

(Кстати, академические первопроходцы открытого форсайта, похоже, позаимствовали его идеологию и лексику у коллег-инновационщиков, уже лет 15 изучающих и продвигающих вертикальные и горизонтальные коллаборации с использованием ICT.)

Открытый платформенный форсайт претендует на окончательное решение проблемы отчуждения SME от стратегических исследований будущего: у него есть потенциал как для быстрого создания массовой и убеждающей «витрины» успешных кейсов, так и для радикального упрощения интерфейса (методическая машинерия форсайта чудовищна) и снижения острого интеллектуального вызова, содержащегося в традиционном, пусть даже трижды «бюджетном» форсайте. Так что, вероятно, корпоративный форсайт скоро перестанет быть игрушкой только для больших.

(Статья [7] – настоящая вишенка на торте: описывает прототип форсайт-платформы для анализа информации от сети экспертов и для коллаборации по выработке стратегии бундесвера.)

- [1] Rohrbeck, R., & Kum, M. E., 2018. Corporate foresight and its impact on firm performance: A longitudinal analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 129, 105-116. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.013>
- [2] Meyer, T., von der Gracht, H. A., & Hartmann, E., 2020, How Organizations Prepare for the Future: A Comparative Study of Firm Size and Industry. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.11.002>
- [3] E.J. Major and M. Cordey-Hayes, 2000, Engaging the business support network to give SMEs the benefit of foresight, *Technovation*, vol. 20, no. 11, pp. 589-602. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(00\)00006-7](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(00)00006-7)
- [4] M. Franco, H. Haase, A. Magrinho, and J. Ramos Silva, "Scanning practices and information sources: An empirical study of firm size," *J. Enterprise Inf. Manage.*, vol. 24, no. 3, pp. 268-287, 2011. <https://doi.org/10.1108/17410391111122853>
- [5] J. Barney, "Firm resources and sustained competitive advantage," *J. Manage.*, vol. 17, no. 1, pp. 99-120, 2016. <https://doi.org/10.1177%2F014920639101700108>
- [6] Vishnevskiy, K. & Egorova, O., "Strategic Foresight for SMEs: Choice of the Most Relevant Methods", The XXVI ISPIM Conference – Shaping the Frontiers of Innovation Management, Budapest, Hungary, 14-17 June 2015. <https://www.researchgate.net/...>
- [7] Durst, C., Durst, M., Kolonko, T., Neef, A., & Greif, F. (2015). A holistic approach to strategic foresight: A foresight support system for the German Federal Armed Forces. *Technological Forecasting and Social Change*, 97, 91-104. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2014.01.005>
- [8] Wiener, M. Open foresight: The influence of organizational context. *Creat Innov Manag.* 2018; 27: 56-68. <https://doi.org/10.1111/caim.12238>
- [9] Michael A. Zeng, Hans Koller, Reimo Jahn, Open radar groups: The integration of online communities into open foresight processes, *Technological Forecasting and Social Change*, Volume 138, 2019, Pages 204-217. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.08.022>
- [10] Wiener, M., Gattringer, R., & Strehl, F., 2018. Collaborative open foresight - A new approach for inspiring discontinuous and sustainability-oriented innovations. *Technological Forecasting and Social Change*. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.008>
- [11] Zhang, L., Huang, S. New technology foresight method based on intelligent knowledge management. *Front. Eng. Manag.* 7, 238-247, 2020. <https://doi.org/10.1007/s42524-019-0062-z>

Постоянный линк: <https://veraviastategy.com/foresight-and-small-business>

2020 Vera Via Strategy Consultants