

# Foresight Korporacyjny

**Foresight korporacyjny.** Ten rodzaj projektów foresightowych jest szczególnie ważny z punktu widzenia firm wdrażających nowe technologie. Choć foresight korporacyjny (*corporate foresight*) nie jest jeszcze w Polsce zbyt popularny, to jednak w rozwiniętych krajach OECD upowszechnienie badań foresightowych wkroczyło także do przedsiębiorstw. Jego metodyka jest stosunkowo najbardziej zróżnicowana spośród innych rodzajów projektów foresightowych. Foresight korporacyjny polega na systematycznym, partycypacyjnym budowaniu wizji przedsiębiorstwa oraz określeniu kluczowych czynników istotnych w długofalowej strategii jego rozwoju. Foresight korporacyjny to również proces komunikacyjny, który wytycza strategiczne kierunki działania przedsiębiorstwa oraz określa wyzwania przyszłości w zakresie innowacji. Jego realizacja wymaga od przedsiębiorstwa systematycznego gromadzenia danych z przeprowadzanych badań prognostycznych i wzajemnej współpracy zaangażowanych jednostek i podmiotów w przedsiębiorstwie. W wyniku tych działań powstaje obraz przyszłości przedsiębiorstwa i jego otoczenia, składający się z obszernej ilości informacji na temat gospodarki, technologii, rynków, klientów i społeczeństwa, który pozwala przygotować przedsiębiorstwu strategiczne decyzje oraz zapewnia długofalową przewagę konkurencyjną. Oczywiście, przedsiębiorstwo w określaniu przyszłego rozwoju ma do dyspozycji szerokie spektrum teorii mieszczącej się w zakresie zarządzania strategicznego. Niemniej, sytuacje kryzysowe wymagają ciągłego poszukiwania i tworzenia relatywnie bezpieczniejszych koncepcji przyszłego rozwoju. Dlatego kwestia odpowiedzi na pytanie: w jaki sposób przedsiębiorstwo kształtuje swoją przyszłość? – pozostaje wciąż otwarta na nowe rozwiązania. Przedsiębiorstwa powinny interesować się nowymi obszarami tematycznymi, możliwościami, spekulacjami, innowacyjnymi pomysłami i wizjami, które pozwalają rozwijać w przedsiębiorstwie metody postrzegania i myślenia o przyszłości. Foresight korporacyjny wymaga rozbudzenia kreatywności w przedsiębiorstwie, ale i sam jest narzędziem służącym do tego celu.

Integracja wielu elementów foresightu korporacyjnego umożliwia przedsiębiorstwu osiągnięcie takich celów, jak:

- Identyfikacja istotnych trendów w otoczeniu. Sprzyja ona redukcji stopnia ryzyka i niepewności w wykonywanych przedsięwzięciach oraz umożliwia eliminację tych obrazów przyszłości, które są niewłaściwe dla przedsiębiorstwa. W ramach tychże badań są przeprowadzane działania poznawcze w celu oceny rozwoju otoczenia z różnych punktów widzenia niż dotychczas funkcjonujące w danym przedsiębiorstwie,
- Wyznaczenie nieznanych dotąd koncepcji rozwoju przedsiębiorstwa oraz jego możliwości technologicznych, które mogą jednocześnie wpływać na rozwój społeczny i gospodarczy,
- Skierowanie uwagi przedsiębiorstwa na przyszłe wyzwania i uświadomienie, jakie problemy powinny być obecnie badane,
- Przygotowanie decyzji strategicznych, które wykorzystuje się przy inicjacji konkretnych projektów.

Każde przedsiębiorstwo charakteryzuje się indywidualnymi cechami, zależnymi od warunków, przedmiotu działania, a przede wszystkim od zaangażowanych w nim ludzi, zatem każdy foresight korporacyjny jest indywidualnie zaprojektowanym badaniem podporządkowanym wymaganiom danego przedsiębiorstwa.

Opracowanie: FPB

[Strona główna](#)