

УДК 332.146

## **ПРИМЕНЕНИЕ ФОРСАЙТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Е.В. Волкова, О.П. Громыко**

Могилевский государственный университет продовольствия, г. Могилев, Республика Беларусь

Эффективный путь развития вуза предполагает правильно выбранные перспективные научно-технические направления, которые реализуются, с одной стороны, в виде портфеля научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), а с другой стороны, – в виде перспективных проектов развития. В связи с этим в учреждениях образования возникает задача обеспечения системы прогнозирования и постоянного мониторинга актуальных научно-технических областей.

Под *форсайтом* понимается механизм согласования интересов отдельных групп граждан: потребителей и общественных организаций, ученых, политиков и бизнеса. При этом необходимо отметить, что основная масса традиционных форсайтных исследований сводится к пошаговому экспертному опросу. Однако экспертное прогнозирование определяет будущее во многом некорректно и зачастую инвариантно, в результате чего

субъекты управления строят собственные стратегии, а также на основании некорректных прогнозов формируют проекты, которые впоследствии реализуются. Сбывшийся прогноз или реализованный проект в такой ситуации часто неэффективен и способствует закреплению и продлению определенной группы стереотипов – социальных, технологических, научных, в частности, закрепляя в вузе группы неперспективных направлений исследования [1].

Цель системы форсайта и прогноза научно-технологических направлений деятельности – обеспечение научно-технологического прогнозирования внутренней и внешней сред, развитие технологического и инновационного окружения и приоритетных инновационных направлений вуза. В задачи прогнозирования входят [2]:

- проектная работа с технологическими трендами (надстройка пула исследований и проектных идей на логическое развитие существующих трендов), поиск противоречий в трендах и встраивание в них проектных идей;
- поиск перспективных, пока не обозначившихся возможностей развития технологий и областей применения;
- поиск упущенных и забытых технологических и продуктовых идей, которые могут быть эффективно воплощены;
- анализ рисков для развития технологий или рисков вследствие развития технологий.

Первоначально метод форсайта применялся в научно-технической отрасли, сейчас используется как инструмент, позволяющий учитывать изменения во всевозможных сферах. Исследуют технологию форсайта как метод интерактивного взаимодействия в обучении, который обеспечивает возможность развития у студентов способности решать на перспективу профессиональные задачи. Вводится понятие форсайт-игры, как квазипрофессиональной деятельности студентов, проектной мастерской, в которой объединяются студенты разных специальностей и авторитетные эксперты (аспиранты, преподаватели, практики). Например, в основу имитационной модели форсайт-игры «я – начинающий проект-менеджер», предложенной будущим специалистам, положен механизм согласования интересов отдельных групп участников с использованием приема сценирования, который предполагает разработку нескольких возможных картин будущего, реализуемых при выполнении определенных условий. Такая методика позволяет вырабатывать профессиональные навыки в условиях, приближенных к реальным, а также способствует активности в обучении, развитию творческих способностей, умений переносить компетенции из теоретической области в практическую [3].

В экономике предпринимательской деятельности прогнозирование дает возможность оценки последствий принимаемых управленческих решений. Особый интерес у студентов вызывают исследовательские проекты с использованием технологии форсайта. Магистерские программы, с использованием преподавания элементов технологии форсайта функционируют в ведущих университетах.

Возможны сценарии организации форсайтной деятельности в вузе [1]:

1. «Вуз как обучающий центр прогностического знания». В данном сценарии реализуется понимание развития вуза как образовательного и научного центра в смысле планирования необходимых в ближайшем будущем образовательных компетенций, квалификаций, планирования и реализации развития технологических направлений. Результаты работы центра Форсайта используются субъектами внутри вуза. Маркетинговая деятельность связана с рекламой вуза как поставщика качественного, современного и своевременного образования для абитуриентов, так и продвижением на рынок конкретных технических разработок и продуктов.

2. «Вуз как консультант по будущему в своих приоритетных научно-технологических направлениях». Помимо внутренних потребностей вуза оказываются точечные услуги по консалтингу в области прогнозирования в выбранных научно-технологических направлениях отдельным заказчикам как на региональном, так и на федеральном уровне. Существует

отдельное маркетинговое направление по продвижению данного типа услуг на рынок и поиску соответствующих потребителей. В вузе работает собственная фабрика мысли, ориентированная на внутренние потребности и внешних заказчиков.

3. «Вуз как источник видения будущего или вуз как генератор будущего». Вуз проводит исследования широкого профиля в областях своей специализации и организует свободное предоставление прогностической информации, а также создает информационную систему, позволяющую собирать, согласовывать и управлять позициями экспертов и значимых игроков в области работы с трендами, технологическими развилками, альтернативными сценариями, дикими картами. Прогностический центр имеет собственный отдел маркетинга, который направлен на управление информированностью общественного мнения о технологических трендах, создание моды, в том числе, в области будущих компетенций и квалификаций. Вуз выступает поставщиком принципиального понимания в области развития и применения научно-технологических направлений.

Таким образом, для более эффективного внедрения результатов форсайт-исследований в научно-исследовательскую, образовательную и инновационную деятельность необходимо понимание и осознание важности использования результатов таких исследований как внутри вуза (менеджментом вуза и его профессорско-преподавательским составом), так и государством, бизнесом.

#### Список литературы

1 Диброва, Ж.Н. Форсайт как современная практика управления ВУЗом / Ж.Н. Диброва // Научный журнал НИУ ИТМО. – 2014. – № 1 (139). – С. 465-468.

2 Колосова, Г.М. Информационное обеспечение и форсайтные исследования инновационной деятельности предприятий / Г.М. Колосова, Н.А. Денисова, Л.Н. Ашалян // Вестник университета. – 2012. – № 13. – С.17-25.

3 Манаева, Н.Н. Использование образовательного форсайта при формировании информационной мобильности студентов ВУЗа / Н.Н. Манаева // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – №6.