



Received:
24 February 2025
Revised:
24 June 2025
Accepted:
23 July 2025
Published:
23 September 2025
P.P: 180-205

ISSN: 2008-3564
E-ISSN: 2645-5285



The role of corporate foresight in the path to entrepreneurs' success: Innovative strategies in forecasting and managing change

Saeed Rezaei^{*1} | Rouhollah Bayat²

Abstract

This study aimed to investigate the role of corporate foresight in the success of entrepreneurs and to provide innovative strategies for predicting and managing changes in organizations. The research type is applied in terms of purpose and qualitative in terms of method. In order to obtain the required data, a research method based on structured interviews was used. The statistical population of this study included 15 experts in the fields of foresight, business strategies, and change management who were selected using purposive sampling. The data obtained from the interviews were analyzed using thematic analysis based on Clark and Brown's six-stage model. The research findings showed that corporate foresight acts as an effective tool in identifying and analyzing future trends, simulating different scenarios, and designing long-term strategies for managing changes and competitiveness of entrepreneurs. Also, using foresight in strategic decision-making increases the ability of organizations to cope with rapid changes and future crises. This research provides important results for managers and entrepreneurs to improve decision-making processes and design forward-looking strategies in organizations.

Keywords: Corporate Foresight, Entrepreneurship, Innovative Strategies, Competitive Advantage.

1. Corresponding Author: PhD in Futures Studies from Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran.

Email: s.rezaeik@edu.ikiu.ac.ir

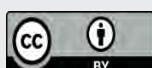
2. Associate professor and faculty member, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran

Email: R.Bayat@soc.ikiu.ac.ir

Cite this Paper: Rezaei, S & Bayat, R(2025). The favorable political picture of the Islamic Revolution in the horizon of 1414 in the Islamic world from the Imams of the Islamic Revolution's point of view. *Future Studies of the Islamic Revolution*, 3(6), 180–205.

Publisher: Imam Hussein University

© **Authors**



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) (CC BY 4.0).

نقش آینده‌نگاری شرکتی در مسیر موفقیت کارآفرینان: راهبردهای نوآورانه در پیش‌بینی و مدیریت تغییرات

سعید رضایی^{۱*} | روح اله بیات^۲

۳

دوره ششم
پاییز ۱۴۰۴

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۰۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۴/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۰۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۷/۰۱

صص: ۲۰۵-۱۸۰

شاپا چاپی: ۴۵۲۸-۲۰۰۸

الکترونیکی: ۲۶۴۵-۵۰۷۲



چکیده

این پژوهش با هدف بررسی نقش آینده‌نگاری شرکتی در موفقیت کارآفرینان و ارائه راهبردهای نوآورانه برای پیش‌بینی و مدیریت تغییرات در سازمان‌ها انجام شده است. نوع تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، کیفی است. به منظور دستیابی به داده‌های مورد نیاز، از روش تحقیق مبتنی بر مصاحبه‌های ساختاریافته استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۵ نفر از کارشناسان خبره در حوزه‌های آینده‌نگاری، راهبردهای کسب‌وکار و مدیریت تغییرات بوده است که با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. داده‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون بر اساس مدل شش مرحله‌ای کلارک و براون تحلیل شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که آینده‌نگاری شرکتی به‌عنوان ابزاری مؤثر در شناسایی و تحلیل روندهای آینده، شبیه‌سازی سناریوهای مختلف و طراحی راهبردهای بلندمدت برای مدیریت تغییرات و رقابت‌پذیری کارآفرینان عمل می‌کند. همچنین، استفاده از آینده‌نگاری در تصمیم‌گیری‌های راهبردی باعث افزایش توانمندی سازمان‌ها در مقابله با تحولات سریع و بحران‌های آینده می‌شود. این پژوهش نتایج مهمی برای مدیران و کارآفرینان در جهت بهبود فرآیندهای تصمیم‌گیری و طراحی راهبردهای آینده‌نگر در سازمان‌ها به‌دست می‌دهد.

کلیدواژه‌ها: آینده‌نگاری شرکتی، کارآفرینی، راهبردهای نوآورانه، مزیت رقابتی.

۱. نویسنده مسئول: دکتری آینده‌پژوهی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران.

Email: s.rezaei@edu.ikiu.ac.ir

۲. دانشیار و عضو هیئت علمی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران.

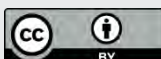
Email: R.Bayat@soc.ikiu.ac.ir

استناد: رضایی، سعید و بیات، روح‌الله (۱۴۰۴). نقش آینده‌نگاری شرکتی در مسیر موفقیت کارآفرینان: راهبردهای نوآورانه در

پیش‌بینی و مدیریت تغییرات، *نشریه علمی آینده‌پژوهی انقلاب اسلامی*، ۳(۶)، ۱۸۰-۲۰۵.

DOR: <https://dorl.net/dor/20.1001.1.27173674.1403.5.1.1.3>

ناشر: دانشگاه جامع امام حسین (ع) © نویسندگان



این مقاله تحت لایسنس آفرینندگی مردمی (Creative Commons License- CC BY) در دسترس شما قرار گرفته است.

مقدمه و بیان مسئله

در جهان امروز، تغییرات سریع در زمینه‌های فناوریانه، اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی ضرورت توجه به آینده‌پژوهی را بیش‌تر کرده است. آینده‌پژوهی به‌عنوان شاخه‌ای علمی، به مطالعه روندها، پیش‌رانا و نیروهای مختلفی می‌پردازد که آینده جوامع و سازمان‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. با توجه به پیچیدگی مسائل امروز، آینده‌پژوهی رویکردی است که به جای تمرکز صرف بر پیش‌بینی، بر تحلیل روندها، کشف عدم قطعیت‌ها و خلق سناریوهای ممکن و محتمل برای انطباق بهتر با آینده تأکید دارد (دادخواه و همکاران، ۱۳۹۷). از سوی دیگر، در دنیای امروز که با سرعت بالای تغییرات و تحولاتی چون دیجیتالی شدن، نوسانات بازار و تحولات اجتماعی شناخته می‌شود، آینده‌نگاری شرکتی به‌عنوان یکی از رویکردهای کلیدی برای تحلیل روندها، شناسایی عدم قطعیت‌ها و آماده‌سازی سازمان‌ها برای آینده‌های محتمل مورد توجه قرار گرفته و تلاش می‌کند تا با تحلیل روند، شناسایی پیش‌رانا‌های کلیدی و طراحی سناریوهای آینده، به سازمان‌ها و کارآفرینان کمک کند تا در مواجهه با تغییرات سریع و غیرقابل پیش‌بینی، آمادگی و راهبردهای لازم را در اختیار داشته باشند (Marinković et al, 2022).

کارآفرینی در چنین شرایطی به دلیل وابستگی به سرعت انطباق و توانایی پیش‌بینی تغییرات، به رویکردهای نوآورانه و آینده‌نگارانه وابسته شده است. آینده‌نگاری شرکتی، راهبردهای جدیدی برای مدیریت تغییرات و خلق ارزش‌های پایدار ارائه می‌دهد (Ratten, 2023). در حالی که کارآفرینان معمولاً با نوسانات و عدم قطعیت‌های محیطی روبرو هستند، اغلب فاقد ابزارها و بینش‌های لازم برای پیش‌بینی آینده هستند. این مسئله به‌ویژه در مواجهه با تغییرات سریع بازار و فناوری‌های نوظهور، می‌تواند منجر به شکست کسب‌وکار شود. آینده‌نگاری شرکتی، با ارائه ابزارها و روش‌هایی برای پیش‌بینی تغییرات و تدوین راهبردهای واکنشی، کمک می‌کند تا به جای واکنش‌های فوری، با برنامه‌ریزی دقیق به فرصت‌ها و چالش‌های آینده پاسخ دهند (Tokhirovna & Khasanovich, 2024).

اهمیت و ضرورت انجام این پژوهش در این است که به کارآفرینان کمک می‌کند تا با نگاهی جامع‌تر و بلندمدت، فرآیندهای تصمیم‌گیری خود را بهبود بخشند و در شرایط متغیر و نامطمئن بازار، برتری رقابتی را حفظ کنند و راهبردهایی برای سازگاری و نوآوری نیز در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد و به‌عنوان یک رویکرد ارزشمند برای مدیریت عدم قطعیت‌ها، شناسایی فرصت‌ها و تهدیدات و تدوین راهبردهای پایدار به کارآفرینان کمک می‌کند تا به‌جای واکنش‌های مقطعی، با تحلیل روندها و شناسایی پیشران‌های کلیدی، نگاهی آینده‌نگرانه و مبتنی بر راهبرد برای رشد و توسعه کسب‌وکار خود اتخاذ کنند (Peterson & Wu, 2021).

از این رو پژوهش حاضر به دنبال آن است تا نشان دهد چگونه آینده‌نگاری شرکتی می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا عدم قطعیت‌ها را بهتر مدیریت نموده و با ارائه راهبردهای نوآورانه، خود را برای آینده آماده کنند.

مبانی نظری پژوهش

آینده‌نگاری شرکتی به عنوان رویکردی راهبردی در مدیریت تغییرات و تصمیم‌گیری به‌شمار می‌رود. مطالعات اخیر حاکی از آن است که این رویکرد به شرکت‌ها کمک می‌کند تا چشم‌اندازی روشن از محیط‌های پویا و متغیر داشته و بر اساس آن برنامه‌ریزی کنند. به علاوه، موجب افزایش انعطاف‌پذیری سازمانی و توانایی پاسخ به تغییرات غیرمنتظره می‌شود (Fergnani, 2022).

کارآفرینان برای دستیابی به موفقیت در محیط‌هایی با عدم قطعیت بالا، به ابزارها و راهبردهایی نیاز دارند که آن‌ها را در پیش‌بینی و انطباق با تغییرات توانمند سازد. آینده‌نگاری به کارآفرینان کمک می‌کند تا از فرصت‌های پیش‌رو بهره‌برداری و در عین حال ریسک‌های احتمالی را شناسایی و مدیریت کنند. این توانایی در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها، یکی از عوامل کلیدی موفقیت کارآفرینان در محیط‌های پیچیده و پویا است (امین افشار و همکاران، ۱۴۰۳).

در محیط پر از نوسانات و تغییرات سریع کنونی، از یک سو، فناوری‌های نوین و روندهای دیجیتال سازی به سرعت وارد بازار شده و از سوی دیگر، تغییرات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی، ساختارهای کسب و کار را دگرگون می‌کنند. این تغییرات و عدم قطعیت‌ها باعث شده بسیاری از کارآفرینان نتوانند به موقع به تحولات پاسخ دهند و با چالش‌های متعددی در حفظ رقابت پذیری مواجه شوند (نائیجی، ۱۴۰۱). در گذشته، کارآفرینی اغلب بر رویکردهای واکنشی و پاسخ به نیازهای کنونی بازار متمرکز بود؛ اما این رویکرد به تنهایی دیگر کارآمد نیست و نمی‌تواند در مقابل چالش‌های پیچیده و نوظهور موفق عمل کند (AlMujaini et al, 2021).

آینده‌نگاری شرکتی به عنوان یکی از رویکردهای سیستماتیک در مدیریت کسب و کار، توانایی کارآفرینان را برای پیش‌بینی تغییرات و مدیریت عدم قطعیت‌ها افزایش می‌دهد. این رویکرد به آن‌ها کمک می‌کند تا نه تنها به شناسایی روندها و پیشران‌های کلیدی بپردازند، بلکه با تدوین راهبردهای نوآورانه و سناریوهای مختلف، آمادگی لازم را برای مواجهه با شرایط پیش‌بینی نشده ایجاد کنند (Zhao et al, 2024). به عبارت دیگر، آینده‌نگاری شرکتی ابزاری است تا کارآفرینان در محیط‌های پویا و پیچیده، با دقت بیش‌تری برای آینده برنامه‌ریزی کنند و در مواجهه با تغییرات محیطی موفق‌تر عمل نمایند (Fergnani, 2022).

ضمن اینکه نوآوری در این میان نقش مهمی دارد و کمک می‌کند کارآفرینان از طریق تحلیل روندها و شناسایی فرصت‌های نوظهور، به ایده‌های جدیدی دست یافته و راهبردهای نوآورانه را در کسب و کار خود به کار گیرند. به‌ویژه تئوری نوآوری باز مطرح می‌کند که کارآفرینان می‌توانند با ترکیب دانش داخلی و خارجی، راه‌حل‌های خلاقانه‌تری برای مشکلات خود پیدا کرده و در محیط‌های رقابتی به مزیت پایدار دست یابند. نوآوری حاصل از آینده‌نگاری، نیروی محرکی برای رشد و توسعه در محیط‌های متغیر است (کولیوند و شیروانی ناغانی، ۱۴۰۳) تا از طریق تحلیل‌های مبتنی بر سناریو و شبیه‌سازی‌های مختلف، تغییرات محتمل را پیش‌بینی نمایند (Gama & Magistretti, 2025).

نقش آینده‌نگاری شرکتی در ایجاد مزیت رقابتی نیز بسیار پررنگ است. تئوری مزیت رقابتی پایدار بیان می‌کند که سازمان‌هایی که از توانایی پیش‌بینی و تطبیق با تغییرات محیطی

برخورد دارند، در بلندمدت به برتری بیش‌تری دست می‌یابند. از این رو، کارآفرینانی که با استفاده از آینده‌نگاری، به درک بهتری از بازار و نیازهای مشتریان دست می‌یابند، قادرند راهبردهایی تدوین کنند که مزیت رقابتی پایدار ایجاد و سهم بازار را افزایش دهند (صادقی کیادهی و همکاران، ۱۳۹۹).

آینده‌نگاری شرکتی ابزاری برای ارتقاء یادگیری سازمانی است تا کارآفرینان از تجربیات گذشته و پیش‌بینی آینده برای بهبود تصمیم‌گیری و تقویت مهارت‌های خود استفاده و به کمک آن دانش و بینش‌های لازم را برای مواجهه با تغییرات آینده کسب کنند (جنیدی جعفری و همکاران، ۱۴۰۰).

از منظر تئوری تاب‌آوری سازمانی، آینده‌نگاری شرکتی می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا در شرایط بحرانی و ناپایداری اقتصادی، تاب‌آوری بیش‌تری داشته باشند (Neuhofer et al, 2021) و با فراهم کردن راهبردهای مقابله، به افزایش تاب‌آوری کارآفرینان در برابر بحران‌ها و چالش‌های غیرمنتظره کمک کند (Hernes et al, 2025). در مجموع، آینده‌نگاری شرکتی نقش بسیار مهمی در توانمندسازی کارآفرینان دارد که نه تنها به عنوان یک ابزار پیش‌بینی، بلکه به عنوان رویکردی راهبردی و جامع برای موفقیت در محیط‌های متغیر و پیچیده عمل می‌کند (Florez-Jimenez et al, 2025).

ضمن این که آینده‌نگاری شرکتی با ارائه ابزارهایی مانند تحلیل روندها، شبیه‌سازی سناریوها و مدل‌سازی عدم قطعیت، کارآفرینان را قادر می‌سازد تا ریسک‌های بالقوه را شناسایی و برای مواجهه با آن‌ها راهکارهای مناسبی تدوین کنند. این رویکرد به‌ویژه در صنایعی که تغییرات سریع‌تری را تجربه می‌کنند، اهمیت بیش‌تری دارد (Carayannis et al, 2025: 1-22). علاوه بر مزایای آینده‌نگاری در حوزه رقابت‌پذیری و نوآوری، این رویکرد نقش مهمی در توسعه راهبردهای پایدار و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ایفا می‌کند و با فراهم کردن چشم‌اندازهای بلندمدت، به شرکت‌ها کمک می‌کند تا پیامدهای اجتماعی و زیست‌محیطی تصمیمات خود را ارزیابی و راهبردهایی اتخاذ کنند که ضمن تأمین منافع اقتصادی، به توسعه پایدار برسند (Truong et al, 2023: 21-34). از این رو، آینده‌نگاری شرکتی نه تنها یک ابزار

پیش‌بینی، بلکه رویکردی جامع برای موفقیت در دنیای متغیر کسب‌وکار است (Safavi et al, 2024: 229-269).

پیشینه پژوهش

برابر بررسی‌های به‌عمل‌آمده در منابع مطالعاتی داخلی و خارج و به‌علت توجه ویژه به آینده‌نگاری شرکتی مواردی از پژوهش‌ها یافت شد و به‌علت این که پیشینه یک توالی نقل قول نیست، بلکه تلفیق مطالب بررسی شده و تفسیر پژوهشگر از دانش موجود درباره مسئله است؛ لذا نمونه‌هایی از عنوانی یافت شد که در ادامه مطرح می‌شوند.

اکبرپور و تیزرو (۱۴۰۱) در پژوهش خود با عنوان «آینده‌پژوهی استراتژی شرکت‌های دانش بنیان با رویکرد سناریونگاری» نشان می‌دهند که در شرکت‌های دانش‌بنیان گسیل توان مدیریت دانش به سمت چهار مقوله تولید بیش‌تر، توسعه بازار، نتیجه‌گرایی پروژه و کیفیت بیش‌تر می‌تواند سناریوی مطلوب برای رسیدن به حداکثر استفاده از امکانات و فرصت‌ها را فراهم آورد.

شیرویه‌پور و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «مدل‌سازی تأثیر آینده‌نگاری راهبردی بر قابلیت‌های پویا: نقش تعدیل‌گر عدم قطعیت محیطی» به بررسی تأثیر آینده‌نگاری راهبردی بر انعطاف‌پذیری راهبردی، عقلانیت تصمیم‌گیری و دوسوتوانی سازمانی می‌پردازند و نشان می‌دهند که آینده‌نگاری راهبردی می‌تواند با تقویت این قابلیت‌ها، مزیت رقابتی سازمان را در شرایط عدم قطعیت محیطی افزایش دهند.

دادخواه و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «طراحی مدل مطلوب آینده‌نگاری شرکتی (مطالعه موردی: شرکت‌های مدیریت صادرات)» چارچوبی را ارائه کرده‌اند که بتواند با تلفیق روش‌شناسی‌های آینده‌نگاری و برنامه‌ریزی راهبردی و مبحث ورود به بازارهای بین‌المللی، سناریوهای آتی این حوزه را تجزیه و تحلیل و فرایند تشکیل راهبرد را تسهیل کند تا در نهایت توانایی شرکت در برابر تغییرات ناپیوسته بهبود یابد و منجر به کاهش عدم قطعیت شرکت‌ها بویژه شرکت‌های مدیریت صادرات شود.

ذوالفقاری و زند حسامی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «چشم‌انداز آینده نقش شبکه‌سازی در افزایش مزیت رقابتی از طریق نوآوری باز در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط» معتقدند که چشم‌اندازسازی و فرایند نوآوری باز در شبکه‌سازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نقش بسیار مهمی دارد. با استفاده از این فرایند شرکت‌ها در طی مراحل کسب ایده تا رساندن محصول به بازار با دریافت بازارهای جدید در شبکه موجب افزایش درآمد و مزیت رقابتی می‌شوند.

واچ و همکاران (۲۰۲۵) در پژوهش خود با عنوان «آینده‌نگاری شرکتی به نفع نوآوری شرکت‌ها» نشان می‌دهند که آینده‌نگاری شرکتی به عنوان یک قابلیت کلیدی در ایجاد مزیت رقابتی پایدار نقش مهمی ایفا نموده و ادراک و آینده‌پژوهی قوی، فضای نوآوری در سازمان را بهبود می‌بخشد که این خود به خلق ایده‌های نوآورانه، توسعه محصولات جدید و افزایش تطبیق‌پذیری شرکت در بازارهای رقابتی منجر می‌شود. این نشان می‌دهد که سازمان‌هایی که از ابتدا دارای قابلیت آینده‌پژوهی قوی هستند، به صورت خودکار در پیش‌بینی روندهای بازار، شناسایی فرصت‌های نوظهور و کاهش ریسک‌های آینده عملکرد بهتری دارند، در نتیجه مزیت رقابتی آن‌ها تقویت می‌شود.

کارایانیس و همکاران (۲۰۲۵) در پژوهشی با عنوان «آینده‌نگاری شرکتی: هدایت عدم قطعیت در دنیای VUCA (بی‌ثبات، نامطمئن، پیچیده و مبهم)» مطرح می‌کنند که آینده‌نگاری شرکتی یک ابزار راهبردی کلیدی برای ایجاد و حفظ مزیت رقابتی پایدار است و سازمان‌هایی که از روش‌های آینده‌نگاری استفاده می‌کنند، قادر به پیش‌بینی روندهای نوظهور، شناسایی فرصت‌های راهبردی و کاهش ریسک‌های محیطی هستند. از سوی دیگر شرکت‌های کوچک و متوسط نیز با استفاده از آینده‌نگاری می‌توانند محدودیت‌های منابع خود را مدیریت و چابکی و نوآوری خود را بهبود ببخشند. در مجموع، سازمان‌هایی که آینده‌نگاری شرکتی را در فرآیندهای خود ادغام می‌کنند، توان رقابتی بالاتری در برابر تغییرات سریع محیطی خواهند داشت و می‌توانند به طور مستمر در بازارهای ناپایدار، موقعیت برتری کسب کنند.

بررسی پیشنهادها نشان می‌دهد که تمامی پژوهش‌ها بر این نکته تأکید دارند که آینده‌نگاری شرکتی نقش کلیدی در حفظ و تقویت مزیت رقابتی سازمان‌ها دارد. به‌ویژه پژوهش‌های واچ و همکاران (۲۰۲۵) و کارایانیس و همکاران (۲۰۲۵) این موضوع را از منظر پایداری رقابت‌پذیری در دنیای متغیر بررسی کرده‌اند و پژوهش‌های شیرویه‌پور و همکاران (۱۴۰۱) و دادخواه و همکاران (۱۳۹۷) نیز به بررسی تأثیر آینده‌نگاری در کاهش عدم قطعیت محیطی و تسهیل برنامه‌ریزی راهبردی پرداخته‌اند. این یافته‌ها با نتایج کارایانیس و همکاران (۲۰۲۵) که به استفاده از آینده‌نگاری برای مدیریت چالش‌های دنیای VUCA پرداخته‌اند، همسو است. ضمن اینکه پژوهش‌های ذوالفقاری و زند حسامی (۱۳۹۵) و واچ و همکاران (۲۰۲۵) بر نقش آینده‌نگاری در ایجاد فضای نوآوری تأکید کرده‌اند. واچ و همکاران (۲۰۲۵) به‌ویژه بر تأثیر آینده‌نگاری در خلق ایده‌های نوآورانه و توسعه‌ی محصولات جدید تأکید داشته‌اند.

نقاط افتراق این پژوهش‌ها نیز در این است که برخی مطالعات مانند پژوهش اکبرپور و تیزرو (۱۴۰۱) به آینده‌نگاری در شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخته‌اند و کارایانیس و همکاران (۲۰۲۵) به نقش آینده‌نگاری در شرکت‌های کوچک و متوسط تأکید کرده‌اند. ضمن اینکه دادخواه و همکارانش (۱۳۹۷) بر ترکیب آینده‌نگاری با برنامه‌ریزی راهبردی و ورود به بازارهای بین‌المللی تمرکز دارند و کارایانیس و همکاران (۲۰۲۵)، به استفاده از هوش مصنوعی در آینده‌نگاری اشاره می‌کنند که در سایر مطالعات کم‌تر به آن پرداخته شده است.

نوآوری پژوهش حاضر نیز در این است که با ترکیب دیدگاه‌های مختلف درباره‌ی آینده‌نگاری شرکتی، تلاش می‌کند مدلی جامع‌تر برای تحلیل تأثیر آینده‌نگاری بر مزیت رقابتی برای کارآفرینان ارائه دهد. همچنین، برخلاف پژوهش‌های پیشین که عمدتاً به جنبه‌های نظری پرداخته‌اند، این پژوهش قصد دارد تأثیر آینده‌نگاری بر کسب و کارها به صورت عملیاتی و اجرایی مورد بررسی قرار دهد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها توصیفی-تحلیلی با رویکرد کیفی است. جامعه آماری پژوهش ۱۵ نفر از خبرگان و کارآفرینان موفق یا متخصصین در زمینه

آینده‌نگاری شرکتی هستند که تجربه‌های مرتبط با موفقیت‌های کارآفرینانه دارند. این افراد از مدیران شرکت‌های نوآور، مشاوران راهبردی یا محققین در حوزه آینده‌نگاری شرکتی هستند که بر اساس نمونه‌گیری هدفمند این افراد خبره انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه ساختاریافته بود.

تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس تحلیل مضمون و مدل شش مرحله‌ای کلارک و براون (۲۰۱۳) شامل گام نخست آماده‌سازی داده‌ها، گام دوم کدگذاری اولیه، گام سوم دسته‌بندی مفاهیم، گام چهارم استخراج الگوها، گام پنجم تحلیل مفهومی و تفسیر داده‌ها و گام ششم توسعه مفاهیم و مضامین انجام شد (Byrne: 2022; Clarke & Braun: 2013; & Braun & Clarke: 2006).

دموگرافی خبرگان و صاحب‌نظران در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. دموگرافی خبرگان و صاحب‌نظران مدنظر پژوهش

ردیف	جنسیت	میزان تحصیلات	رشته تحصیلی	میزان آشنایی با آینده‌نگاری (۱ تا ۵)	نوع آشنایی با آینده‌نگاری
۱	مرد	دکتری	کارآفرینی	زیاد (۴)	آکادمیک
۲	مرد	دکتری	مدیریت بازرگانی	متوسط (۳)	تجربی
۳	مرد	ارشد	مدیریت بازرگانی	زیاد (۴)	آکادمیک و تجربی
۴	مرد	ارشد	مدیریت صنعتی	زیاد (۴)	آکادمیک
۵	مرد	دکتری	هوش مصنوعی	بسیار زیاد (۵)	تجربی
۶	مرد	ارشد	کارآفرینی	متوسط (۳)	آکادمیک
۷	مرد	دکتری	اقتصاد	زیاد (۴)	آکادمیک و تجربی
۸	زن	دکتری	مدیریت بازرگانی	متوسط (۳)	آکادمیک و تجربی
۹	مرد	ارشد	MBA	زیاد (۴)	تجربی
۱۰	زن	ارشد	MBA	زیاد (۴)	تجربی
۱۱	مرد	دکتری	مدیریت دولتی	متوسط (۳)	آکادمیک و تجربی
۱۲	زن	ارشد	مدیریت صنعتی	متوسط (۳)	آکادمیک
۱۳	مرد	دکتری	مدیریت مالی	بسیار زیاد (۵)	آکادمیک و تجربی
۱۴	زن	دکتری	MBA	بسیار زیاد (۵)	آکادمیک و تجربی
۱۵	مرد	ارشد	کارآفرینی	متوسط (۳)	تجربی

یافته‌های پژوهش

همان‌گونه که گفته شده فرایند تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش با استفاده از انجام مصاحبه و در غالب تحلیل مضمون بر اساس روش شش مرحله‌ای کلارک و براون صورت پذیرفت. گام اول پژوهش آماده‌سازی داده‌ها است که با انجام ۱۱ مصاحبه با خبرگان محقق گردید. بعد از انجام مصاحبه‌ها، داده‌ها جدیدی تولید نشد و عملاً اشباع نظری محقق گردید، لذا به‌منظور اطمینان از این امر، فرآیند مصاحبه با چهار نفر دیگر از خبرگان نیز ادامه یافت که همان وضعیت مشهود بود. برای این گام شش سؤال راستی‌آزمایی شده مطرح و پاسخ‌های خبرگان و صاحب‌نظران اخذ شد (جدول ۲).

جدول ۲. گام نخست (آماده‌سازی داده‌ها)

عنوان سؤال	پاسخ‌های خبرگان
سؤال ۱: آینده‌نگاری شرکتی چیست و چگونه می‌تواند در فرآیند تصمیم‌گیری‌های راهبردی شرکت‌ها نقش داشته باشد؟	کارآفرین ۱: آینده‌نگاری شرکتی شامل تحلیل روندهای نوظهور، شناسایی عدم قطعیت‌ها و تدوین راهبردهای انطباق‌پذیر برای مواجهه با آینده‌های محتمل است. مدیر ۲: آینده‌نگاری به ما این امکان را می‌دهد که تحلیل دقیق‌تری از تحولات بازار و فناوری داشته باشیم که می‌تواند به شفاف‌تر شدن مسیر تصمیم‌گیری‌های کلان کمک کند. مشاور ۳: آینده‌نگاری در فرآیند تصمیم‌گیری راهبردی نقشی حیاتی دارد زیرا به ما این توانایی را می‌دهد که برای آینده‌نگری و مواجهه با تغییرات آماده شویم. مدیر اجرایی ۴: از آنجا که بازار به سرعت در حال تغییر است، آینده‌نگاری به ما این امکان را می‌دهد که نقاط ضعف خود را شناسایی و بهبود دهیم. کارآفرین ۵: آینده‌نگاری به عنوان ابزاری برای شبیه‌سازی سناریوهای مختلف عمل می‌کند و به مدیران کمک می‌کند تا تصمیمات راهبردی بر اساس داده‌های معتبر و آینده‌نگرانه اتخاذ کنند. تحلیلگر ۶: این فرآیند نه تنها به تحلیل روندهای آینده کمک می‌کند، بلکه به تدوین راهبردهای واکنش به تغییرات آینده نیز می‌پردازد. مشاور راهبردی ۷: آینده‌نگاری شرکتی به‌طور خاص در تصمیم‌گیری‌های بلندمدت تأثیرگذار است و باعث می‌شود که تصمیمات به دور از واکنش‌های احساسی و آنی باشند. کارآفرین ۸: استفاده از آینده‌نگاری به‌ویژه برای شرکت‌های نوپا مفید است زیرا از آن طریق می‌توانند مسیر رشد خود را نسبت به فناوری‌های جدید بهتر پیش‌بینی کنند. مدیر اجرایی ۹: این ابزار باعث می‌شود که شرکت‌ها به‌جای حرکت به سمت عمل‌های

عنوان سؤال	پاسخ‌های خبرگان
	کوتاه‌مدت، یک دید راهبردی بلندمدت داشته باشند. کارآفرین ۱۰: آینده‌نگاری این امکان را مهیا می‌کند که برای تغییرات پیش‌بینی‌ناپذیر برنامه‌ریزی نموده و از بحران‌های احتمالی جلوگیری کنیم. مدیر ۱۱: آینده‌نگاری کمک می‌کند که از داده‌ها و تجزیه و تحلیل‌های علمی استفاده کنیم تا تصمیمات راهبردی را اتخاذ کرده و از پیش‌بینی‌های نادرست جلوگیری کنیم.
سؤال ۲: چه راهبردهای نوآورانه‌ای در آینده‌نگاری شرکتی برای پیش‌بینی و مدیریت تغییرات در بازار و فناوری وجود دارد؟	کارآفرین ۱: استفاده از تحلیل داده‌های کلان و هوش مصنوعی برای شبیه‌سازی روندهای بازار می‌تواند به پیش‌بینی تغییرات کمک کند. مدیر ۲: ما از روش‌های تدوین سناریو برای شبیه‌سازی تأثیرات فناوری‌های نوظهور استفاده می‌کنیم. مشاور ۳: یکی از راهبردهای نوآورانه، مدل‌سازی پیش‌بینی با استفاده از داده‌های تاریخی و تحلیلی است که به ما در تصمیم‌گیری بهتر کمک می‌کند. مدیر اجرایی ۴: همکاری نزدیک با تیم‌های تحقیق و توسعه و استفاده از فناوری‌های نوین، از جمله هوش مصنوعی، به پیش‌بینی تغییرات کمک شایانی می‌کند. کارآفرین ۵: راهبردهای نوآورانه مانند استفاده از بلاک‌چین و پلتفرم‌های تحلیلی به ما در شناسایی روندها و تحولات سریع در بازار کمک می‌کنند. تحلیلگر ۶: از طریق شبیه‌سازی‌های پیچیده و مدل‌های ریاضی، می‌توان به پیش‌بینی تغییرات فناوری پرداخت و واکنش‌های متناسب با آن‌ها طراحی کرد. مشاور راهبردی ۷: راهبردهای نوآورانه در آینده‌نگاری شرکتی باید شامل مدیریت نوآوری باز و همکاری با استارت‌آپ‌ها باشد تا بتوانید نوآوری‌ها را در کوتاه‌مدت پیاده‌سازی کنید. کارآفرین ۸: استفاده از داده‌های اجتماعی و تجزیه و تحلیل نگرش‌های مصرف‌کنندگان می‌تواند روندهای بازار را پیش‌بینی کند. مدیر اجرایی ۹: ما به طور مداوم از تحلیل روندها و رویکردهای آینده‌نگرانه در فرآیند تصمیم‌گیری استفاده می‌کنیم تا بازارهای جدید را شناسایی کنیم. کارآفرین ۱۰: استفاده از مدل‌های تحلیلی داده‌های کلان به ما کمک می‌کند که پیش‌بینی‌های دقیقی برای روندهای فناوری در آینده داشته باشیم. مدیر ۱۱: ما از فناوری‌های نوین مانند اینترنت اشیاء و هوش مصنوعی برای پیش‌بینی تغییرات در بازار و نحوه مواجهه با آن‌ها بهره می‌بریم.
سؤال ۳: چگونه کارآفرینان	کارآفرین ۱: با شبیه‌سازی سناریوهای مختلف و تجزیه و تحلیل روندهای فناوری، می‌توانیم به شناسایی تهدیدهای آینده بپردازیم.

عنوان سؤال	پاسخ‌های خبرگان
می‌تواند از آینده‌نگاری برای شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای آینده در کسب‌وکار خود استفاده کنند؟	مدیر ۲: استفاده از ابزارهای پیش‌بینی می‌تواند به شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای بازار و فناوری کمک کند. مشاور ۳: با استفاده از مدل‌های سناریویی و تحلیل SWOT می‌توانیم نقاط ضعف و تهدیدهای احتمالی را شناسایی کنیم و با بکارگیری الگوهای آموزشی و توسعه‌ای فرایند یادگیری آینده‌نگاری را تسهیل نمائیم. مدیر اجرایی ۴: برای شناسایی فرصت‌ها، باید تغییرات در رفتار مصرف‌کنندگان و روندهای اجتماعی را بررسی کنیم. کارآفرین ۵: شناسایی فرصت‌های جدید از طریق نظرسنجی‌ها و داده‌های بازاریابی امکان‌پذیر است. تحلیلگر ۶: از طریق مدل‌سازی پیش‌بینی و داده‌های کلان می‌توان به شناسایی تهدیدهای اقتصادی و فناوری پرداخت. مشاور راهبردی ۷: با تحلیل داده‌های کلان شبکه‌های اجتماعی و روندهای جهانی، می‌توانیم فرصت‌های نوظهور را شناسایی کنیم. کارآفرین ۸: استفاده از سیستم‌های شبیه‌سازی سناریویی به شناسایی تهدیدات آینده کمک می‌کند. مدیر اجرایی ۹: از طریق مدل‌سازی داده‌ها می‌توان تهدیدات احتمالی را شبیه‌سازی کرد و راهبردهای مقابله‌ای طراحی نمود. کارآفرین ۱۰: بررسی روندهای جهانی و تحولات فناورانه می‌تواند به شناسایی تهدیدات و فرصت‌های بازار کمک کند. مدیر ۱۱: شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها از طریق مستندات صنعتی و تحلیل رفتار مصرف‌کنندگان امکان‌پذیر است.
سؤال ۴: آینده‌نگاری چه تأثیری بر فرآیند نوآوری و پذیرش فناوری‌های جدید در شرکت‌ها دارد؟	کارآفرین ۱: آینده‌نگاری به ما این امکان را می‌دهد که پذیرش فناوری‌های نوین را بر اساس پیش‌بینی تحولات بازار مدیریت کنیم. مدیر ۲: با شبیه‌سازی سناریوها، می‌توانیم بررسی کنیم که پذیرش چه فناوری‌هایی می‌تواند به نوآوری کمک کند. مشاور ۳: آینده‌نگاری به شرکت‌ها کمک می‌کند تا سرمایه‌گذاری‌های فناوری جدید را بر اساس نیازهای آینده انجام دهند. مدیر اجرایی ۴: این فرآیند به ما اجازه می‌دهد که فناوری‌هایی که در آینده بیش‌ترین تأثیر را خواهند داشت، شناسایی کنیم و به آن‌ها وارد شویم.

عنوان سؤال	پاسخ‌های خبرگان
	کارآفرین ۵: استفاده از روش‌های آینده‌نگاری کمک می‌کند تا شرکت‌ها به جای واکنش‌های احساسی، فناوری‌ها را با دقت بیش‌تری انتخاب کنند. تحلیلگر ۶: آینده‌نگاری به فرآیند نوآوری کمک می‌کند زیرا به شناسایی و پذیرش به موقع فناوری‌های جدید کمک می‌کند. مشاور راهبردی ۷: آینده‌نگاری به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که با استفاده از داده‌های گردآوری شده، به سرعت تغییرات فناوری را شبیه‌سازی و از آن‌ها بهره‌برداری کنند. کارآفرین ۸: برای پذیرش فناوری‌های جدید، باید بر مبنای سناریوهای ممکن تصمیم‌گیری کنیم که آینده‌نگاری به این فرآیند کمک می‌کند. مدیر اجرایی ۹: با تحلیل روندهای آینده، می‌توانیم فناوری‌هایی را که در آینده کلیدی خواهند بود، شناسایی و زودتر از رقبا به پذیرش آن‌ها پردازیم. کارآفرین ۱۰: پیش‌بینی دقیق تغییرات فناوری و درک چالش‌های آن به ما کمک می‌کند که سریع‌تر و کارآمدتر فناوری‌های نوآورانه را به شرکت‌مان اضافه کنیم. مدیر ۱۱: آینده‌نگاری با تمرکز بر مدل‌های پیش‌بینی تحولات فناوری، به ما کمک می‌کند تا بر نوآوری و تطبیق با تحولات آینده تمرکز کنیم.
سؤال ۵: چه چالش‌هایی ممکن است کارآفرینان در پیاده‌سازی آینده‌نگاری شرکتی (اجرای فرآیند آینده‌نگاری) با آن‌ها مواجه شوند و چگونه می‌توان این چالش‌ها را برطرف کرد؟	کارآفرین ۱: یکی از بزرگترین چالش‌ها، عدم درک صحیح از مفهوم آینده‌نگاری در تیم‌ها است. آموزش و فرهنگ‌سازی می‌تواند این مشکل را حل کند. مدیر ۲: چالش‌های مالی و کمبود منابع انسانی تخصصی در بسیاری از شرکت‌ها وجود دارد که باید با سرمایه‌گذاری در توسعه منابع و آموزش نیروی کار حل شود. مشاور ۳: پیچیدگی در شبیه‌سازی سناریوها و پیش‌بینی دقیق روندهای آینده یکی دیگر از چالش‌هاست که می‌توان از ابزارهای تحلیلی پیچیده برای حل آن استفاده کرد. مدیر اجرایی ۴: بسیاری از کارآفرینان تمایلی به تغییر و پذیرفتن روش‌های جدید ندارند. ایجاد یک فضای باز برای نوآوری و تغییر می‌تواند کمک‌کننده باشد. کارآفرین ۵: عدم توانایی در پیش‌بینی تحولات غیرمنتظره، مانند بحران‌های اقتصادی یا تغییرات فناوری، یک چالش بزرگ است که می‌توان با استفاده از مدل‌های سناریویی آن را کاهش داد. تحلیلگر ۶: دشواری در جمع‌آوری داده‌های معتبر و به‌روز برای تحلیل آینده یکی از چالش‌های رایج است که باید با استفاده از سیستم‌های داده‌محور و پلتفرم‌های تحلیلی حل شود. مشاور راهبردی ۷: از آنجا که آینده‌نگاری نیاز به دیدگاه بلندمدت دارد، چالش‌های مربوط

عنوان سؤال	پاسخ‌های خبرگان
	به تصمیمات کوتاه‌مدت و فشارهای روزمره وجود دارد که باید با هماهنگی راهبردی حل شود. کارآفرین ۸: شفاف نبودن در تعریف اهداف و پارامترهای آینده‌نگاری یکی از مشکلاتی است که باید به‌طور دقیق توسط تیم‌های راهبردی تعیین و مدیریت شود. مدیر اجرایی ۹: همچنین مشکلات مربوط به عدم تطابق با فرهنگ سازمانی می‌تواند پیاده‌سازی آینده‌نگاری را با دشواری مواجه کند. کارآفرین ۱۰: پیچیدگی در تحلیل داده‌ها و شبیه‌سازی سناریوها می‌تواند یکی دیگر از موانع باشد که با استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل داده می‌توان آن را برطرف کرد. مدیر ۱۱: چالش‌های عدم هماهنگی بین بخش‌های مختلف شرکت در پیاده‌سازی راهبردهای آینده‌نگاری وجود دارد که باید با تقویت ارتباطات و هماهنگی‌های داخلی حل شود.
سؤال ۶: آینده‌نگاری شرکتی چگونه می‌تواند به موفقیت پایدار و رقابتی کارآفرینان در بازارهای پیچیده و متغیر کمک کند؟	کارآفرین ۱: با شبیه‌سازی سناریوهای مختلف، می‌توانیم خود را برای رقابت در بازارهای پیچیده آماده کنیم و موقعیت‌های مختلف را پیش‌بینی کنیم. مدیر ۲: استفاده از آینده‌نگاری باعث می‌شود که شرکت‌ها قادر به شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای آینده باشند و راهبردهای واکنش سریع‌تری در برابر تغییرات بازار اتخاذ کنند. مشاور ۳: از آنجا که بازارها دائماً در حال تغییر هستند، آینده‌نگاری به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که در هر شرایطی از تغییرات بهره‌برداری کنند. مدیر اجرایی ۴: آینده‌نگاری به ما کمک می‌کند تا با تحلیل روندها و عدم قطعیت‌ها، دید گسترده‌تری نسبت به آینده داشته باشیم و راهبردهای انعطاف‌پذیر برای مواجهه با شرایط متغیر ایجاد کنیم. کارآفرین ۵: شبیه‌سازی سناریوهای متعدد در آینده‌نگاری باعث می‌شود که شرکت‌ها در مواجهه با تحولات بازار و رقابت‌ها از آمادگی بیش‌تری برخوردار باشند. تحلیلگر ۶: آینده‌نگاری به ما کمک می‌کند که نقاط ضعف و قوت خود را شناسایی کنیم و به‌طور پیوسته راهبردهایمان را بر اساس تغییرات بازار بهینه‌سازی کنیم. مشاور راهبردی ۷: از طریق آینده‌نگاری، می‌توانیم مسیرهای مختلف برای رشد را شبیه‌سازی کرده و در هر شرایطی به بهترین نتیجه دست یابیم. کارآفرین ۸: آینده‌نگاری باعث می‌شود که راهبردهای کسب‌وکار بر پایه داده‌های دقیق‌تر و روندهای جهانی توسعه پیدا کنند و در نتیجه رقابتی‌تر شوند. مدیر اجرایی ۹: از آنجا که آینده‌نگاری به شبیه‌سازی بحران‌ها و تغییرات می‌پردازد،

عنوان سؤال	پاسخ‌های خبرگان
	شرکت‌ها می‌توانند برای موفقیت بلندمدت آمادگی بهتری داشته باشند. کارآفرین ۱۰: با توجه به تغییرات سریع بازار، آینده‌نگاری کمک می‌کند که موقعیت‌ها و تهدیدها را شناسایی کرده و در نتیجه بتوانیم از رقبا پیشی بگیریم. مدیر ۱۱: آینده‌نگاری در ایجاد آمادگی برای تغییرات بزرگ در صنعت و بازار کمک می‌کند و این امر می‌تواند به موفقیت رقابتی در بلندمدت منجر شود.

گام دوم پژوهش کدگذاری اولیه مصاحبه‌هاست. برای انجام کدگذاری اولیه از داده‌های مصاحبه‌ها، ابتدا اطلاعات اصلی و مهم در پاسخ‌ها را استخراج و سپس آن‌ها را دسته‌بندی و برچسب‌گذاری می‌نمائیم (جدول ۳).

جدول ۳. گام دوم (کدگذاری اولیه مصاحبه‌ها)

شماره سؤال	کدگذاری اولیه مصاحبه‌ها	منبع استخراج کدها
سؤال ۱	پیش‌بینی تغییرات آینده: شبیه‌سازی سناریوهای مختلف، پیش‌بینی تحولات آینده	کارآفرین ۱، مدیر اجرایی ۴، کارآفرین ۵
	مدیریت تغییرات: استفاده از آینده‌نگاری برای مواجهه با تغییرات	مشاور ۳، کارآفرین ۱۰، تحلیلگر ۶
	راهبردهای رقابتی: استفاده از آینده‌نگاری برای طراحی راهبردهای رقابتی و پیشرو	مشاور ۷، مدیر اجرایی ۹
	پذیرش فناوری‌های نوین: شناسایی و پذیرش فناوری‌های نوین	مدیر ۲، کارآفرین ۸
	آمادگی برای تحولات آینده: آماده‌سازی برای تغییرات بازار و تحولات اقتصادی	مدیر ۱۱، کارآفرین ۸
سؤال ۲	شبیه‌سازی سناریوهای آینده: شبیه‌سازی سناریوهای مختلف برای شناسایی تهدیدات و فرصت‌ها	کارآفرین ۱، مدیر ۲، تحلیلگر ۶
	تحلیل ریسک و فرصت: ارزیابی خطرات و فرصت‌ها بر اساس داده‌های پیش‌بینی‌گر	مشاور راهبردی ۷، کارآفرین ۸، کارآفرین ۱۰
	برنامه‌ریزی راهبردی: استفاده از آینده‌نگاری برای ایجاد برنامه‌های راهبردی بلندمدت	مشاور ۳، کارآفرین ۵، مدیر اجرایی ۹

شماره سؤال	کدگذاری اولیه مصاحبه‌ها	منبع استخراج کدها
	پیش‌بینی تغییرات بازار: پیش‌بینی تحولات اقتصادی و تغییرات بازار	کارآفرین ۱، مدیر اجرایی ۴، کارآفرین ۵، تحلیلگر ۶، کارآفرین ۸، مدیر اجرایی ۹، مدیر ۱۱
	تطبیق با شرایط جدید: آماده‌سازی شرکت‌ها برای تطبیق با شرایط متغیر و غیرمنتظره	کارآفرین ۱، مدیر اجرایی ۴، کارآفرین ۵، مدیر اجرایی ۹، مدیر ۱۱
سؤال ۳	مدل‌های تحلیلی: استفاده از مدل‌های تحلیلی برای پیش‌بینی روندها	مشاور ۳، تحلیلگر ۶، مشاور راهبردی ۷، مدیر اجرایی ۹
	نرم‌افزارهای تحلیل داده: استفاده از نرم‌افزارها و ابزارهای تحلیلی برای شبیه‌سازی و تجزیه و تحلیل داده‌ها	مدیر ۲، کارآفرین ۱، مشاور راهبردی ۷
	آموزش و توسعه: نیاز به آموزش تیم‌ها برای استفاده از ابزارهای آینده‌نگاری	مدیر ۱۱، مشاور ۳، کارآفرین ۵
	مدل‌های سناریویی: استفاده از مدل‌های سناریویی برای پیش‌بینی آینده	مشاور ۳، کارآفرین ۸، مدیر اجرایی ۹
	تحلیل‌های کمی و کیفی: ترکیب تحلیل‌های کمی (داده‌های عددی) و کیفی (تجزیه و تحلیل متنی) برای دستیابی به پیش‌بینی‌های دقیق	کارآفرین ۱، مدیر ۲، مشاور ۳، مدیر ۱۱، مدیر اجرایی ۴
	پذیرش فناوری‌های نوین: شناسایی و پذیرش فناوری‌های جدید	کارآفرین ۱، مدیر ۲، کارآفرین ۸، مدیر ۱۱
سؤال ۴	نوآوری در محصولات و خدمات: استفاده از آینده‌نگاری برای شناسایی فرصت‌های نوآوری	مشاور ۳، مدیر اجرایی ۴، تحلیلگر ۶
	تصمیم‌گیری بر اساس داده‌های پیش‌بینی: تصمیم‌گیری دقیق‌تر و مبتنی بر داده‌ها	کارآفرین ۱، مشاور راهبردی ۷، کارآفرین ۸، مدیر اجرایی ۹
	مدیریت تغییرات فناورانه: مدیریت و پیش‌بینی تغییرات فناورانه و تحول در صنعت	مدیر اجرایی ۹، کارآفرین ۱۰، مشاور ۳
	تغییرات سریع در بازار: شبیه‌سازی سریع تغییرات بازار و پذیرش فناوری‌ها	کارآفرین ۱، مدیر ۲، تحلیلگر ۶، مشاور راهبردی ۷، کارآفرین ۸، مدیر اجرایی ۹

شماره سؤال	کدگذاری اولیه مصاحبه‌ها	منبع استخراج کدها
سؤال ۵	عدم درک صحیح از آینده‌نگاری: مشکلات مربوط به فهم و درک مفهوم آینده‌نگاری در شرکت‌ها	مدیر ۱۱
	کمبود منابع انسانی متخصص: نبود نیروی متخصص برای انجام آینده‌نگاری	مدیر ۲، تحلیلگر ۶، مدیر اجرایی ۴، کارآفرین ۸، مدیر ۱۱
	موانع فرهنگی و سازمانی: مقاومت در برابر تغییرات و ناتوانی در انطباق با آینده‌نگاری	مدیر اجرایی ۹، کارآفرین ۱، مدیر ۲، مشاور راهبردی ۷، مدیر ۱۱
	مشکلات مالی و منابع محدود: چالش‌های مالی برای پیاده‌سازی فرآیندهای آینده‌نگاری	مدیر ۲، تحلیلگر ۶، مشاور راهبردی ۷، کارآفرین ۸
	کمبود داده‌های معتبر و به‌روز: مشکل در جمع‌آوری داده‌های معتبر و به‌روز برای پیش‌بینی	کارآفرین ۱۰، تحلیلگر ۶، مدیر ۲
	شبیه‌سازی سناریوهای رقابتی: شبیه‌سازی سناریوهای مختلف برای پیش‌بینی رقبا و تغییرات بازار	کارآفرین ۱، کارآفرین ۵
سؤال ۶	آمادگی برای بحران‌ها: استفاده از آینده‌نگاری برای آمادگی در برابر بحران‌ها و تغییرات ناگهانی	مشاور ۳، مدیر ۲، مدیر ۱۱
	توسعه راهبردهای رقابتی پایدار: ایجاد راهبردهای بلندمدت بر اساس پیش‌بینی تغییرات بازار	مدیر ۲، مدیر اجرایی ۴، تحلیلگر ۶، کارآفرین ۸
	پیش‌بینی تغییرات بازار: پیش‌بینی و واکنش سریع به تغییرات در بازار	کارآفرین ۱، کارآفرین ۱۰، مدیر ۲، کارآفرین ۵، مدیر ۱۱
	تقویت نوآوری و پذیرش فناوری‌ها: تقویت نوآوری و پذیرش به موقع فناوری‌ها برای برتری رقابتی	مدیر اجرایی ۹، مشاور راهبردی ۷، مدیر ۱۱، کارآفرین ۵

در گام سوم، دسته‌بندی محوری مفاهیم انجام شد (جدول ۴).
جدول ۴. دسته‌بندی محوری مفاهیم

کدها/ مفاهیم کلیدی	دسته بندی	تفسیر مفاهیم
پیش بینی تغییرات آینده	مدیریت تغییرات	شرکت ها از آینده نگاری برای پیش بینی و آمادگی برای تغییرات آینده استفاده می کنند.
مدیریت تغییرات	مدیریت تغییرات	استفاده از آینده نگاری برای مواجهه با تغییرات بازار، فناوری و تحولات اقتصادی.
شبیه سازی سناریوهای مختلف	ابزارهای تحلیلی	ابزارهای آینده نگاری به شبیه سازی سناریوها و پیش بینی سناریوهای آینده کمک می کنند.
تحلیل ریسک و فرصت	تحلیل ریسک و فرصت	شبیه سازی تهدیدات و فرصت ها و تحلیل آنها برای توسعه راهبردهای مناسب.
برنامه ریزی راهبردی	راهبردهای رقابتی	طراحی راهبردهای بلندمدت بر اساس پیش بینی تحولات آینده.
پذیرش فناوری های نوین	نوآوری و فناوری	استفاده از آینده نگاری برای شناسایی و پذیرش فناوری های نوین و نوآوری در محصولات.
پیش بینی تغییرات بازار	تحلیل بازار	پیش بینی و شبیه سازی تغییرات در بازار و نحوه واکنش به آنها.
تطبیق با شرایط جدید	مدیریت تطبیق	به کارگیری راهبردهای انعطاف پذیر برای تطبیق با شرایط و تغییرات جدید.
شفافیت در اهداف و راهبردها	چالش ها	مشکلات ناشی از عدم تطابق اهداف و فرهنگ سازمانی در فرآیند آینده نگاری.
کمبود منابع انسانی متخصص	چالش ها	کمبود نیروی متخصص و تیم های آموزشی برای استفاده از ابزارهای آینده نگاری.
مقاومت در برابر تغییر	چالش ها	مشکل در پذیرش تغییرات توسط اعضای تیم یا سازمان.
شبیه سازی بحران ها	آمادگی برای بحران ها	استفاده از آینده نگاری برای شبیه سازی و آمادگی برای بحران ها و تغییرات غیرمنتظره.
تحلیل های کمی و کیفی	ابزارهای تحلیلی	ترکیب داده های کمی (عددی) و کیفی (تجزیه و تحلیل متنی) برای پیش بینی تحولات.
توسعه راهبردهای رقابتی پایدار	رقابت و نوآوری	توسعه راهبردهای رقابتی بلندمدت و پایدار با استفاده از آینده نگاری و پیش بینی روندها.
تقویت نوآوری و پذیرش فناوری ها	نوآوری و فناوری	تسریع پذیرش فناوری های جدید و تقویت نوآوری در فرآیندهای سازمانی.

سپس بر اساس دسته‌بندی انجام شده، گام چهارم یعنی استخراج الگوها به شرح جدول ۵ انجام شد:

جدول ۵. الگوهای استخراج شده

عنوان الگو	شرح تفسیری الگو
مدیریت تغییرات و آمادگی برای آینده	بسیاری از پاسخ‌دهندگان بر این نکته تأکید دارند که آینده‌نگاری به کارآفرینان کمک می‌کند تا برای تغییرات آینده آمادگی داشته باشند.
استفاده از شبیه‌سازی سناریوها و ابزارهای تحلیلی	ابزارهای آینده‌نگاری به کارآفرینان کمک می‌کنند تا سناریوهای مختلف را شبیه‌سازی و به تحلیل ریسک‌ها و فرصت‌ها بپردازند.
چالش‌ها در پیاده‌سازی آینده‌نگاری	در پاسخ‌ها، چالش‌های مختلفی نظیر کمبود منابع انسانی متخصص، مقاومت در برابر تغییر، و مشکلات مربوط به فرهنگ سازمانی شناسایی شده است. این چالش‌ها می‌توانند مانع از پیاده‌سازی مؤثر آینده‌نگاری در سازمان‌ها شود.
نوآوری و پذیرش فناوری‌های نوین	آینده‌نگاری به کارآفرینان کمک می‌کند تا فناوری‌های نوین را شناسایی و پذیرش کنند، که این امر به نوآوری و رقابت‌پذیری در بازارهای متغیر کمک می‌کند.
طراحی راهبردهای رقابتی و بلندمدت	از آنجا که بازارها و فناوری‌ها دائماً در حال تغییراند، آینده‌نگاری به کارآفرینان این امکان را می‌دهد که راهبردهای بلندمدت و پایدار برای حفظ رقابت و موفقیت در بازارهای پیچیده طراحی کنند.
پیش‌بینی بحران‌ها و شرایط غیرمنتظره	بسیاری از پاسخ‌دهندگان اشاره کرده‌اند که آینده‌نگاری می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا برای بحران‌ها و شرایط غیرمنتظره آماده شوند.

گام پنجم به تحلیل مفهومی و تفسیر داده‌ها می‌پردازد (جدول ۶).

جدول ۶. تحلیل مفهومی و تفسیر داده‌ها

تحلیل مفهومی	تفسیر داده‌ها
مدیریت تغییرات و پیش‌بینی آینده	بر اساس یافته‌های حاصل از نظرات خبرگان و صاحب‌نظران می‌توان اذعان نمود که آینده‌نگاری شرکتی به کارآفرینان کمک می‌کند تا تغییرات آینده را پیش‌بینی نموده و برای مواجهه با چالش‌های احتمالی آینده آمادگی داشته باشند، از این رو آینده‌نگاری نه تنها یک ابزار برای شبیه‌سازی آینده بلکه فرآیندی تحلیلی برای شناسایی ریسک‌ها و فرصت‌های آینده نیز هست.
شبیه‌سازی سناریوهای مختلف	یکی از الگوهای کلیدی استخراجی از داده‌ها، بکارگیری شبیه‌سازی سناریوها برای پیش‌بینی آینده است. شبیه‌سازی سناریوهای مختلف به کارآفرینان کمک می‌کند

تحلیل مفهومی	تفسیر داده‌ها
و تحلیل ریسک و فرصت‌ها	درک بهتری از شرایط مختلف و چالش‌هایی که ممکن است در آینده بوجود آید، پیدا کنند. این موضوع به آنها اجازه می‌دهد تا ریسک‌ها را شناسایی و راهبردهایی برای مقابله با آنها توسعه دهند. ضمن اینکه بسیاری از پاسخ‌دهندگان معتقدند آینده‌نگاری به آنها در تحلیل ریسک و فرصت و توسعه راهبردهای نوآورانه کمک می‌کند.
نوآوری و پذیرش فناوری‌های نوین	آینده‌نگاری شرکتی نقش بسزایی در شناسایی و پذیرش فناوری‌های نوین و نوآوری‌های سازمانی ایفا می‌کند. از تحلیل پاسخ‌ها، مشخص شد که آینده‌نگاری به کارآفرینان کمک می‌کند تا درک بهتری از فناوری‌های جدید داشته و از آنها برای بهبود رقابت‌پذیری خود استفاده کنند. این ابزار به‌ویژه برای کارآفرینانی که به دنبال پیشرو بودن در صنایع خود هستند، حائز اهمیت است. پذیرش فناوری‌های جدید به کارآفرینان این امکان را می‌دهد که محصولات و خدمات خود را به‌طور مداوم نوآوری کنند و در مقابل رقبا برتری پیدا کنند.
چالش‌های پیاده‌سازی آینده‌نگاری شرکتی	باوجود مزایای زیاد آینده‌نگاری، چالش‌های متعددی در پیاده‌سازی آن در سازمان‌ها وجود دارد، به‌ویژه کمبود منابع انسانی متخصص و موانع فرهنگی و سازمانی از مشکلات اصلی در این مسیر هستند. بیش‌تر پاسخ‌دهندگان به این مسأله اشاره داشتند که بسیاری از شرکت‌ها به دلیل نبود نیروهای متخصص یا مقاومت در برابر تغییر، قادر به استفاده کامل از ابزارهای آینده‌نگاری نیستند. این چالش‌ها نشان می‌دهند که برای بهره‌برداری مؤثر از آینده‌نگاری، نیاز به تغییرات فرهنگی و آموزشی در سازمان‌ها وجود دارد. آموزش کارکنان و فراهم کردن شرایط برای استفاده از ابزارهای پیشرفته تحلیلی از جمله مهم‌ترین گام‌ها در مسیر موفقیت آینده‌نگاری است.
طراحی راهبردهای رقابتی و بلندمدت	آینده‌نگاری به‌طور مستقیم بر طراحی راهبردهای رقابتی و بلندمدت در سازمان‌ها تأثیر می‌گذارد. بر اساس داده‌های به‌دست آمده، استفاده از آینده‌نگاری برای توسعه راهبردهای بلندمدت و پایدار به کارآفرینان این امکان را می‌دهد که خود را برای تغییرات ناگهانی آماده نموده و در عین حال، به‌طور مداوم پیشرفت کنند. آینده‌نگاری به‌ویژه در زمینه تحلیل بازار و پیش‌بینی تغییرات بازار برای شرکت‌ها مفید است، زیرا به آنها اجازه می‌دهد راهبردهای خود را در طولانی مدت تنظیم و با رقبا در بازارهای متغیر، رقابت کنند.
آمادگی برای	آینده‌نگاری نه تنها برای پیش‌بینی فرصت‌ها و تغییرات مثبت، بلکه برای آماده شدن

تحلیل مفهومی	تفسیر داده‌ها
بحران‌ها و شرایط غیرمنتظره	در برابر بحران‌ها و شرایط غیرمنتظره نیز حیاتی است. شبیه‌سازی بحران‌ها به کارآفرینان این امکان را می‌دهد که در صورت بروز بحران، پاسخ‌گویی سریعی داشته باشند و در شرایط اضطراری اقدامات به‌موقع انجام دهند

گام پایانی پژوهش به توسعه مفاهیم و مضامین می‌پردازد که برای این امر بر اساس مفاهیم اصلی و الگوهای استخراجی، به توسعه مفاهیم و مضامین پرداخته می‌شود تا ابزارهای مفهومی برای فهم و تجزیه و تحلیل بیش‌تر کاربرد آینده‌نگاری شرکتی برای کارآفرینان و سازمان‌ها تبیین شود. این مفاهیم عبارتند از:

۱. مشارکت در فرآیند پیش‌بینی تغییرات آینده و طراحی راهبردهایی برای مقابله با آن‌ها؛
۲. مدیریت تغییرات در پیش‌بینی و آماده‌سازی تغییرات بزرگ بازار، فناوری و محیط اقتصادی؛
۳. پذیرش فناوری‌های نوین برای رقابت و نوآوری در محصولات و خدمات؛
۴. شبیه‌سازی سناریوها برای مدل‌سازی شرایط مختلف و پیش‌بینی نتایج احتمالی؛
۵. چالش‌های پیاده‌سازی و مشکلات در مسیر پیاده‌سازی از جمله کمبود منابع انسانی متخصص و مقاومت در برابر تغییر؛
۶. راهبردهای رقابتی و بلندمدت برای مقابله با رقبا و موفقیت در درازمدت؛
۷. آمادگی برای بحران‌ها و تغییرات غیرمنتظره با شبیه‌سازی بحران‌ها و برنامه‌ریزی برای مقابله با آن‌ها.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این پژوهش، نقش آینده‌نگاری شرکتی به‌عنوان یک ابزار کلیدی برای پیش‌بینی، مدیریت تغییرات و تدوین راهبردهای نوآورانه مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های حاصل از دیدگاه خبرگان و صاحب‌نظران نشان داد که آینده‌نگاری نه تنها امکان شبیه‌سازی آینده و مدیریت

عدم قطعیت را فراهم می آورد، بلکه به سازمان‌ها و کارآفرینان این فرصت را می‌دهد تا با درک روندهای آینده، برای فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌رو آماده شوند. تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها نشان داد که آینده‌نگاری به عنوان یک ابزار راهبردی، سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا تغییرات فناوری، اقتصادی و اجتماعی را پیش‌بینی کرده و به‌طور پیشگیرانه برای مواجهه با آن‌ها سناریوهای مختلفی طراحی کنند. این امر به کارآفرینان کمک می‌کند تا در شرایط عدم قطعیت، با استفاده از تحلیل‌های مبتنی بر داده، تصمیمات هوشمندانه‌تری اتخاذ نمایند.

یکی از نتایج کلیدی این پژوهش، تأثیر آینده‌نگاری بر مدیریت تغییرات و افزایش انعطاف‌پذیری راهبردی در سازمان‌ها بود. با توجه به سرعت بالای تحولات در محیط کسب و کار، سازمان‌هایی که از آینده‌نگاری بهره می‌گیرند، قادر خواهند بود تغییرات را پیش‌بینی کرده و پیش از وقوع آن‌ها، راهبردهای انطباقی مناسبی را تدوین نمایند. همچنین آینده‌نگاری نقش مهمی در طراحی راهبردهای رقابتی و تقویت مزیت‌های بلندمدت سازمان ایفا می‌کند.

علاوه بر این نیز یافته‌ها نشان داد که آینده‌نگاری به پذیرش و بهره‌برداری از فناوری‌های نوین کمک می‌کند. سازمان‌هایی که از این ابزار بهره می‌برند، می‌توانند روندهای فناوری را شناسایی و راهبردهای خود را متناسب با تحولات فناورانه تنظیم کنند. این امر به‌ویژه در صنایع پرشتاب و نوآورانه، به عنوان یک مزیت رقابتی حیاتی شناخته می‌شود.

با وجود مزایای چشم‌گیر آینده‌نگاری، نتایج پژوهش نشان داد که چالش‌هایی نظیر کمبود منابع انسانی متخصص، مقاومت فرهنگی در برابر تغییرات و عدم آمادگی ساختاری سازمان‌ها می‌تواند موانعی برای پیاده‌سازی اثربخش این رویکرد باشد. در نتیجه، لازم است سازمان‌ها علاوه بر توسعه مهارت‌های آینده‌نگاری، بسترهای فرهنگی و ساختاری لازم را برای پذیرش این ابزار فراهم نمایند.

در نهایت، پژوهش نشان داد که آینده‌نگاری شرکتی می‌تواند به عنوان یک ابزار توانمندساز در مدیریت بحران‌ها و شرایط غیرمنتظره بکار گرفته شود. سازمان‌هایی که از آینده‌نگاری استفاده می‌کنند، می‌توانند سناریوهای بحران را شبیه‌سازی و با تدوین راهبردهای واکنشی و

پیشگیرانه، آسیب‌های ناشی از بحران‌ها را به حداقل برسانند. بر این اساس، توسعه و نهادینه‌سازی آینده‌نگاری در سازمان‌ها می‌تواند نقشی کلیدی در موفقیت بلندمدت آن‌ها ایفا کند.

با توجه به مطالبی که عنوان شد پیشنهادهای پژوهشی و اجرایی زیر در ارائه می‌گردد:

۱. سازمان‌ها اقدام به آموزش و توانمندسازی مدیران و کارآفرینان در زمینه آینده‌نگاری شرکتی نمایند. این آموزش‌ها می‌تواند شامل کارگاه‌ها و دوره‌های تخصصی در خصوص شبیه‌سازی سناریوها، تحلیل روندها و مدیریت تغییرات باشد. این دوره‌ها باید بر استفاده عملی از آینده‌نگاری و پیاده‌سازی آن در راهبردهای سازمانی تأکید کنند.

۲. سازمان‌ها اقدام به ایجاد تیم‌های تخصصی آینده‌نگاری کنند که متشکل از افراد با تجربه در زمینه‌های مختلف فناوری، مدیریت راهبردی، تحلیل داده‌ها و پیش‌بینی روندها باشد. این تیم‌ها می‌توانند به شبیه‌سازی سناریوهای مختلف و طراحی راهبردهای آینده‌نگر کمک کنند و از این طریق نقش مهمی در مدیریت تغییرات و تحولات آینده ایفا کنند.

۳. به کارگیری ابزارهای نرم‌افزاری پیشرفته برای پیاده‌سازی آینده‌نگاری در فرآیندهای تصمیم‌گیری شرکت‌ها امری ضروری می‌نماید. این ابزارها می‌تواند شامل مدل‌های شبیه‌سازی سناریویی، تحلیل داده‌های کلان و هوش مصنوعی باشد. استفاده از این فناوری‌ها می‌تواند دقت پیش‌بینی‌ها و شبیه‌سازی سناریوها را افزایش و به تصمیم‌گیری‌های راهبردی کمک کند.

۴. طراحی و اجرای راهبردهای بلندمدت بر مبنای سناریوهای شبیه‌سازی شده صورت پذیرد. سازمان‌ها با استفاده از آینده‌نگاری، سناریوهای مختلف در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فناوری، و محیط زیستی را شبیه‌سازی و برای هر کدام راهبردهای بلندمدت و راهکارهای مدیریت تغییر طراحی کنند.

۵. در شرکت‌ها بسترهای تحقیقاتی و آزمایشگاه‌های آینده‌نگاری ایجاد تا بتوانند در یک محیط کنترل‌شده به شبیه‌سازی و تحلیل روندهای آینده پرداخته و نتایج به‌دست‌آمده را برای بهبود فرآیندهای سازمانی و تصمیم‌گیری‌های راهبردی استفاده کنند. این بسترها باید به ایجاد نوآوری‌ها در زمینه آینده‌نگاری شرکتی کمک و ایده‌ها و راهبردهای جدید برای مدیریت تغییرات و تحولات را فراهم می‌کند.

فهرست منابع

- Akbarpoor, M., & Tizroo, A. (2022). Futures studies of the strategy of knowledge-based companies with a scenario approach. *Strategic Management of Organizational Knowledge*, 5(3), 69-110. doi: 10.47176/smok.2022.1449, [In Persian].
- AlMujaini, H., Hilmi, M. F., Abudaqa, A., & Alzahmi, R. (2021). Corporate foresight organizational learning and performance: The moderating role of digital transformation and mediating role of innovativeness in SMEs. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 703-712 .
- Amin Afshar, Z., fazli, S., Bayat, R., darvishi sesalasy, F., & shirvani, M. (2024). Investigating the impact of strategic foresight on supply chain performance with an emphasis on the mediating role of strategic flexibility (Case study: supply chain of the Iranian automotive industry). *Futures Studies Of The Islamic Revolution*, 5(2), 161-131, [In Persian].
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Byrne, D. (2022). A worked example of Braun and Clarke's approach to reflexive thematic analysis. *Quality & quantity*, 56(3), 1391-1412.
- Carayannis, E. G., Papamichail, G., Zotas, N., & Askounis, D. (2025). Corporate Foresight: Navigating Uncertainty in a VUCA World. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-22.
- Clarke, V., & Braun, V. (2013). Teaching thematic analysis: Overcoming challenges and developing strategies for effective learning. *The psychologist*, 26(2), 120-123.
- Dadkhah, S, Bayat, R, Fazli, S, Keshavarztork, A, and Ebrahimi, A. (2018). Designing an optimal model for corporate foresight (Case study: Export management companies). *Management Futures Studies (Management Studies)*, 29(115), 31-46, [In Persian].
- Fernani, A. (2022). Corporate foresight: A new frontier for strategy and management. *Academy of Management Perspectives*, 36(2), 820-844.
- Fernani, A. (2022). Corporate foresight: Real or ideal?. *Academy of Management Perspectives*, 36(2), 851-856.
- Florez-Jimenez, M. P., Lleo, A., Ruiz-Palomino, P., & Muñoz-Villamizar, A. F. (2025). Corporate sustainability, organizational resilience, and corporate purpose: a review of the academic traditions connecting them. *Review of Managerial Science*, 19(1), 67-104.
- Gama, F., & Magistretti, S. (2025). Artificial intelligence in innovation management: A review of innovation capabilities and a taxonomy of AI applications. *Journal of Product Innovation Management*, 42(1), 76-111.
- Hernes, T., Blagoev, B., Kunisch, S., & Schultz, M. (2025). From bouncing back to bouncing forward: A temporal trajectory model of organizational resilience. *Academy of Management Review*, 50(1), 72-92.
- Junidi Jafari, M. Darvishi, F. and Fazli, S. (2022). Analytical scenarios of the future of Iranian banking by combining the capabilities of knowledge absorption capacity and corporate

- foresight. *Management Futures Studies (Management Studies)*, 31(126), 84-104, [In Persian].
- Koulivand, K., & Shirvani Naghani, M. (2024). Horizon 2028: Imam Khomeini's Relief Foundation Strategic Foresight in Qazvin Province. *Futures Studies Of The Islamic Revolution*, 5(1), 107-138, [In Persian].
- Marinković, M., Al-Tabbaa, O., Khan, Z., & Wu, J. (2022). Corporate foresight: A systematic literature review and future research trajectories. *Journal of Business Research*, 144, 289-311.
- Naeji, Mohammad Javad (1401). Criticism and redefinition of the concept and tools for measuring strategic entrepreneurship. *Critical Research Journal of Humanities Texts and Programs*, 22(9), 423-440, [In Persian].
- Neuhofer, B., Magnus, B., & Celuch, K. (2021). The impact of artificial intelligence on event experiences: a scenario technique approach. *Electronic Markets*, 31(3), 601-617.
- Peterson, A., & Wu, A. (2021). Entrepreneurial learning and strategic foresight. *Strategic Management Journal*, 42(13), 2357-2388.
- Ratten, V. (2023). Entrepreneurship: Definitions, opportunities, challenges, and future directions. *Global Business and Organizational Excellence*, 42(5), 79-90.
- Sadegi Kiadehi, A., parsaei, M., & Vugufi, O. (2020). Designing a Future Studies Model: Presenting an Organization's Future Image to Develop Organizational Learning Capability. *Futures Studies Of The Islamic Revolution*, 1(1), 167-203, [In Persian].
- Safavi, S. A., yousefi, M., voghofi, O., & Arab baferani, M. R. (2024). Designing the framework for the integration of technology and strategy mapping with a future research approach, a case study of BIM technology. *Futures Studies Of The Islamic Revolution*, 5(4), 229-269, [In Persian].
- Shirooyehpour, S. , fazli, S. and Keshavarz Turk, ,. E. (2022). Modeling the Effect of Strategic Foresight on Dynamic Capabilities: The Moderating Role of Environmental Uncertainty. *Iranian journal of management sciences*, 17(65), 1-28, [In Persian].
- Tokhirovna, T. S., & Khasanovich, J. E. (2024). The need and directions of entrepreneurship support. *IMRAS*, 7(2), 115-117.
- Truong, K. H. V. T., Huynh, V., & Nguyen, H. (2023). Corporate strategy for sustainability: Reflections of prospective entrepreneurs. *Foresight STI Gov*, 2, 21-34.
- Wach, B., Schwarz, J. O., & von Held, F. (2025). Corporate foresight for the benefit of corporates' innovation climate. *Futures & Foresight Science*, 7(1), e195.
- Zhao, D., Tang, Z., & He, D. (2024). A systematic literature review of weak signal identification and evolution for corporate foresight. *Kybernetes*, 53(10), 3160-3188.
- Zolfaghari A. and Zandhosami H. (2016). Future prospects of the role of networking in increasing competitive advantage through open innovation in small and medium-sized businesses, 12(48), 57-63, [In Persian].

