

ارائه الگوی مفهومی آینده نگاری برای توسعه کارآفرینی سازمانی در بنگاه‌های کوچک و متوسط

ضیا رشوند^۱، عین الله کشاورز ترک^{۲*}، اکبر عالم تبریز^۳، صادق عابدی^۴

^۱دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران
^۲استادیار، گروه آینده پژوهی، دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران (عهده‌دار مکاتبات)

^۳استاد، گروه مدیریت صنعتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران
^۴استادیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران
تاریخ دریافت شهریور ۱۳۹۹، اصلاحیه: بهمن ۱۳۹۹، پذیرش: اسفند ۱۳۹۹

چکیده

بدون شک سازمان‌های در محیط کسب‌وکار کنونی با تغییرات و پیچیدگی‌های روزافزونی مواجه‌اند. در نتیجه، جهت تضمین و بقای سازمان خود به بیش بینی آینده پژوهانه جهت مقابله با مشکلات و عدم قطعیت‌ها محیطی آتی جهت توسعه محصولات، ارائه نوآوری و خلاقیت در یک کلمه به آینده نگاری برای توسعه کارآفرینی سازمانی نیازمندند. کارآفرینی سازمانی به مفهوم شناسایی فرصت‌ها و توسعه شایستگی‌ها در داخل سازمان به واسطه‌ای ادغام منابع جدید است. به عبارتی، علی‌رغم تمام فعالیت‌های و تلاش‌ها انجام‌شده در این عرصه، تأثیرات آینده نگاری بر ابعاد مختلف فرایندها و نتایج کارآفرینی سازمانی در بنگاه‌های کوچک و متوسط ایران چندان روشن نیست؛ بنابراین، هدف اصلی تحقیق حاضر ارائه الگوی مفهومی آینده نگاری برای توسعه کارآفرینی در بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران است. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از لحاظ جمع‌آوری داده‌ها تحقیق کیفی است. جامعه آماری تحقیق، ۳۱۳ مقاله معتبر چاپ‌شده بین سال‌های ۱۹۹۹ تا ۲۰۲۰ است؛ که بعد از بررسی و کنترل کیفیت متون، ۳۵ مقاله باقی‌مانده که کدگذاری و تحلیل‌شده‌اند. سپس کدها تلفیق و مفاهیم حاصله شده‌اند. جهت سنجش پایایی الگو از شاخص کاپا کوهن استفاده شده است. همچنین در تحلیل محتوا از آنتروپی شانون استفاده و مفاهیم رتبه‌بندی شده‌اند. در نهایت ۲۶ مفهوم باقی‌مانده است. بر پایه این عوامل الگوی جامعی در بنگاه‌های کوچک و متوسط ایران، ارائه و اعتبارسنجی شده است. الگو پیشنهادی، می‌تواند به رفع چالش‌های بنگاه‌های کوچک و متوسط و خلق زمینه‌های مناسب جهت تدوین برنامه‌ها و سیاست‌گذاری‌های کارآفرینانه از سوی مدیران، افزایش آگاهی صنایع ذی‌ربط موردتوجه قرار گیرد.

واژه‌های اصلی: آینده نگاری، کارآفرینی سازمانی، آنتروپی شانون، فرا ترکیب، بنگاه‌های کوچک و متوسط.

۱- مقدمه

موجود، کاهش نتایج زبان‌بار در این بنگاه‌ها نیاز به ترسیم صحیحی از آینده مطلوب مشهود است [۴۸، ۲۸، ۷۲]. مطابق با بررسی‌های انجام‌شده و شواهد عینی به ویژه در حیطه‌های آینده نگاری و کارآفرینی سازمانی، حاکی از این است که بنگاه‌ها نیز از فقدان و نبود یک ساختار یا چهارچوب منسجم جهت رویارویی با وضعیت اقتصادی آینده و اطمینان خاطر از دریافت همه تحولات خارجی مرتبط، عرضه پاسخ‌های مناسب در رنج هستند [۴۳].

بنابراین، استفاده از شاخص آینده نگاری در بنگاه‌های تولیدی کوچک و متوسط در رویارویی با اتفاقات غیرمنتظره، پیچیدگی‌های محیطی، جهت پیش‌گویی روندهای آینده، مشخص نمودن و تفسیر سیگنال‌های ضعیف

* a.keshavarz@gmail.com

شرایط پیچیده و متحول محیط حاکم بر فضای کنونی، اهمیت بهره‌مندی از آینده نگاری در سازمان‌ها را غیرقابل‌انکار نموده است به طوری که سازمان‌ها را بر آن داشته تا به سوی بهره‌مندی از قابلیت‌های آینده نگاری حرکت نمایند. از سوی دیگر، با توجه به تحولات و تغییرات مستمر محیطی، سازمان‌های امروزی ناگزیر به داشتن نگاه بلندمدت به آینده هستند. تا بر اساس آن بتوانند برنامه‌ها و اهداف خود را بازنگری و تدوین نمایند [۷۰، ۱].

فعالیت آینده نگاری در پارادایم جدید، بنای آینده را بر اساس آمال، خواسته‌ها و هنجارها قرار داده است و فقط دیگر به پیش‌بینی و کشف آینده نمی‌پردازد. همچنین، جهت حداقل سازی چالش‌ها و مشکلات

کارآفرینی سازمانی در بنگاه‌ها کوچک و متوسط ایران استفاده نمود؟ برای پاسخ به این سؤالات، ابتدا مدل‌های آینده نگاری و کارآفرینی سازمانی عناصر آن معرفی گردیده‌اند. سپس از طریق بررسی مطالعات و مقالات مرتبط، ابعاد و شاخص‌های هر یک از متغیرهای شناسایی شده‌اند؛ و در ادامه نیز با استفاده از تکنیک فراترکیب و ادبیات جاری آینده نگاری و کارآفرینی سازمانی در این حوزه طبقه‌بندی و در قالب یک مدل یکپارچه ارائه شده است.

۲- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

الف- آینده نگاری:

آینده نگاری یک نوع فرایند سیستماتیک مشارکتی است همراه با ترسیم چشم‌انداز آینده میان برد تا دوربرد و جمع‌آوری آگاهی که هدفش برانگیختن عمل‌گرایی و تدوین تصمیمات کنونی مشترک است. از دیدگاه اروپایی و منظر کلاسیک آینده نگاری به معنای یک رویکرد مشارکتی است که این ناشی از هم‌آغوشی فزاینده‌ای تکنولوژی و علم به شکل پیچیده در رابطه با جامعه و اقتصاد در حوزه اقتصاد جدید به عنوان دانایی محور می‌باشد. که به درگیر سازی تمام فعالان، اثرگذاران سیاست و افراد در تمام فرایندهای نوآوری را اشاره دارد [۲۴].

از دیدگاه [۱۰] آینده نگاری نوعی تلاش سیستماتیک برای نگاه به آینده‌ی بلندمدت اجتماع، اقتصاد، علم، تکنولوژی است که هدفش تقویت حیطه‌ای تحقیقات استراتژیکی و شناسایی تکنولوژی‌های عام و نوظهور است که احتمالاً بیش‌ترین مزایایی و منافع اجتماعی و اقتصادی را دربر دارد.

از سوی دیگر، از نظر [۴۴] آینده نگاری محور تحقیق است، اما باید در نظر داشت که برای آن تعاریف مختلفی وجود دارد، از جمله اینکه آینده نگاری عبارت از فرایندی است منسجم جهت جمع‌آوری داده‌ها برای ساختن آینده مطلوب با در نظر گرفتن افق بلندمدت و میانمدت که تصمیمات کنونی و اقدامات پیش برنده مرتبط به هم را نشانه می‌گیرد. آینده نگاری از همگرا شدن رویکردهای مخفی در راستای گسترش حیطه‌های علمی ارزیابی سیاست، تدوین برنامه راهبردی و آینده‌پژوهی به وجود آمده است. از دیدگاه [۶۴] آینده نگاری نوعی فرایند نظام‌اند همراه با جمع‌آوری اطلاعات نگرش ساز و معطوف به آینده با افق بلندمدت جهت اخذ تصمیمات کنونی و عملکردهای پیش برنده ی منسجم است.

ب- کارآفرینی سازمانی:

به فرآیند نوسازی سازمانی اشاره دارد. در رابطه با دو پدیده متفاوت اما مرتبط با همدیگر می‌باشند؛ عملکردهای نوآورانه و ریسک‌پذیری شرکتی و فعالیت‌های نوسازی بنگاه جهت ارتقای قابلیت‌های بنگاه جهت رقابت‌پذیری است [۲۳].

به منظور ورود به بازارهای داخلی و خارجی بسیار ضروری می‌باشد، از سوی دیگر گردآوری اطلاعات، پیش‌بینی تغییرات، افزایش همکاری و مشارکت، نیاز به رویکردهای جدید آینده نگاری را تأیید می‌کند [۴۷، ۲۶، ۱۷۳].

با توجه به وجود مجموعه احتمالات و تغییرات ناگهانی، تدوین برنامه‌های دقیق برای بنگاه‌ها مطابق با شرایط فعلی آن‌ها امکان‌پذیر نیست. درنتیجه، پیش‌قدم گردیدن در برخورد با تغییرات مستمر، اهمیت و ضرورت پیاده‌سازی آینده نگاری و بنای آینده مطلوب را در حیطه‌های کارآفرینی سازمانی به منظور ایجاد اشتغال و ارتقاء فرایند صادرات، توسعه سرمایه‌گذاری را نشان می‌دهد [۴۵، ۶۵].

همچنین باید در نظر داشت که آینده نگاری در سازمان‌ها عمدتاً متمرکز بر محیط پیرامونی و فعالیت‌های اصلی سازمان‌ها بوده و به واسطه‌ای فرایندهای جمع‌آوری، تفسیر و پردازش، ادغام اطلاعات، دانش مفید و جدیدی را عرضه می‌نماید که می‌تواند مورد استفاده سازمان‌ها قرار گیرد. آینده نگاری موجب افزایش هوشمندی و آگاهی سازمان‌ها در اخذ تصمیمات راهبردی می‌گردد. با توجه به شدت یافتن تغییرات و پیچیدگی‌های محیطی در فضای کسب‌وکارها، لذا سازمان‌ها جهت اخذ تصمیمات راهبردهای ابتکاری و چشم‌اندازهایشان در راستای حفظ پیشرفت و بقا در میدان رقابتی به داشتن نگاه بلندمدت به آینده و نیز آینده نگاری بشدت نیازمندند [۶۷، ۲۹، ۲].

علاوه بر این، بنگاه‌های کوچک و متوسط ایران، به عنوان محرک توسعه اقتصادی جهت افزایش سرمایه‌گذاری بین‌المللی، اشتغال‌زایی، ارتقاء فرایند صادرات و انتقال فناوری محسوب می‌گردند که باید به موضوع آینده نگاری و کارآفرینی سازمانی در تدوین استراتژی‌ها و برنامه‌ریزی‌هایشان توجه لازم مبذول نمایند. با توجه به اهمیت بالای آینده نگاری در سازمان‌ها به خصوص در بنگاه‌های کوچک و متوسط ایران مطالعات ارزشمند و کاربردی وجود ندارد [۶۸].

این موضوع هنوز هم از نظر تئوری و کاربردی در ایران توسعه‌نیافته است. تعداد سازمان‌هایی که از آینده نگاری در تدوین برنامه‌ها و مدیریت خود استفاده می‌کنند بسیار اندک است؛ بنابراین، بسیار ضروری و لازم است شناخت و بهره‌مندی از قابلیت‌های آینده نگاری در راستای توسعه کارآفرینی سازمانی در این سازمان مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد. با توجه به مطالب مطرح‌شده، بررسی مطالعات پیشین و ادبیات نظری، اهمیت و ضرورت آینده نگاری در سازمان‌ها بسیار مشهود است.

هدف اصلی تحقیق حاضر این است با بررسی پیشینه تجربی و نظری بر اساس نظرات خیرگان به طراحی و ارائه مدل مفهومی آینده نگاری برای توسعه کارآفرینی سازمانی در بنگاه‌های کوچک و متوسط ایران بپردازد؛ به عبارت دیگر، این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال است که از چه مدلی می‌توان جهت پیاده‌سازی موفق قابلیت‌های آینده نگاری برای توسعه

مانند واحدهای خدماتی و صنعتی می‌باشند که بیشتر از ۵۰ نفر کارگر ندارند [۳۸].

۲-۱- بررسی مطالعات انجام‌شده و مدل‌های مطرح در حیطه آینده‌نگاری طی سال‌های اخیر، مسئله‌ای آینده‌نگاری به‌شدت موردتوجه واقع شده است؛ در این بخش به ترتیب کلیاتی از، تحقیقات آینده‌نگاری، کارآفرینی سازمانی و انواع الگوهای مطرح در این حیطه، مطرح خواهند شد. مطالعه و بررسی دقیق این تحقیقات جهت دستیابی به یک الگو ساختارمند و کاربردی است. عمومی‌ترین الگوهای فرایندی در جدول شماره ۱ ارائه گردیده است. الگوهای مختلف و متعددی در رابطه با آینده‌نگاری مطرح گردیده است. ضمن اینکه هدف تحقیق حاضر شناخت انواع مدل‌های آینده‌نگاری نیست بلکه بیشتر متمرکز بر فرایند و قابلیت‌های آینده‌نگاری است.

زامپتاکیس^۱ و همکارش (۲۰۱۰) اذعان نمودند کارآفرینی سازمانی فرایندی است که اشخاص در درون سازمان به دنبال فرصت‌هایی هستند که از منابع آن شرکت استفاده می‌نمایند. همچنین، کارآفرینی سازمانی به نوسازی شرکتی، نوآوری و خلق کسب‌وکار جدید در بنگاه‌ها اشاره دارد [۷۶، ۵۳].

در تحقیقی دیگر کوراتکو^۲ (۲۰۱۰) اظهار داشتند که کارآفرینی سازمانی اولاً تیمی است و ثانیاً فرایندی است که بنگاه طی می‌نماید تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه بنمایند و تمام عملکردهای کارآفرینانه به‌طور پیوسته و با سرعت در بنگاه صورت می‌گیرد [۳۲].

در رابطه با ابعاد کارآفرینی سازمانی تحقیقات متعددی انجام‌شده در یکی از مطالعات به چهار مؤلفه‌ی کارآفرینی سازمانی اشاره‌شده است که شامل: بازسازی پیوسته، نوسازی سازمانی، نوسازی راهبردی و دگرگونی قلمرو می‌باشد کارآفرینی سازمانی مسیری جهت تجدید حیات و نوآوری نمودن بنگاه‌های فعلی است [۴۱].

ج- بنگاه‌های کوچک و متوسط:

به عنوان واحدهای تجاری و تولیدی می‌باشند که طبقه‌بندی شرکت‌ها از نظر اندازه مراتب در مقایسه با شرکت‌های بزرگ پایین‌تر هستند. در کشورهای مختلف تعاریف متفاوتی از این بنگاه‌ها ارائه‌شده است که بر اساس درجه توسعه‌یافتگی، فرهنگ، جمعیت و ساختار سنی باهم فرق دارند. همچنین، این بنگاه‌ها دارای شباهت‌های بسیاری با سایر بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای مختلف جهان با همدیگر دارند. این بنگاه‌ها به عنوان واحدهای اقتصادی ویژه می‌باشند اما از بعد اندازه و ماهیت باهم همگن نیستند به‌طور غیرمستقیم و مستقیم نقش مهمی در اشتغال‌زایی، تولید ملی و جذب نیروی کار بازی می‌نمایند؛ به عبارت دیگر، تعاریف این بنگاه‌های بر مبنای معیارهای کمی ذیل است ازجمله میزان سطح فروش، تعداد شاغلین، مقدار سرمایه‌گذاری و دارایی‌های اندازه (تعداد کارکنان) بنگاه‌ها می‌باشد [۱۱].

هرچند که این معیارها در کشورهای مختلف جهان متفاوت است اما اکثر این بنگاه‌ها از نظر تعداد شاغلین در یک حدود معینی ۲۵۰ کارکن تعریف شده‌اند.

این بنگاه‌ها به دلیل مشخصه‌های ویژه خود دارای قابلیت‌های منحصربه‌فردی می‌باشند که عبارت‌اند از تهیه و تأمین تولیدات ضروری کشور، آموزش و تربیت نیروی انسانی موردنیاز بنگاه‌های بزرگ، گسترش و توسعه‌ای منطقه‌های حاشیه‌ای، توزیع ثروت و ایجاد اشتغال. بر پایه تعریف وزارت معادن و صنایع کشور، بنگاه‌های کوچک و متوسط به

^۱ Zampetakis

^۲ Kuratko

جدول (۱): الگوهای متداول در حوزه آینده نگاری

محققان و سال	مراحل مدل
Martin, ۱۹۹۵	شامل سه بخش آینده نگاری، پیش آینده نگاری، پس آینده نگاری
Horton, ۱۹۹۹	ورودی (تبدیل اطلاعات فعلی به دانش آینده نگاری)، آینده نگاری (ترجمه و تفسیر از نظرگاه هر سازمان با توجه به آینده، درک مفهوم، یکسان‌سازی و ارزیابی، پیاده‌سازی) و خروجی
Reger, ۲۰۰۱	تعیین نیازهای اطلاعاتی، انتخاب حیطه تحقیق، جمع‌آوری اطلاعات، بررسی و تفسیر اطلاعات، آماده سازی تصمیمات و ارزیابی، اجرا و پیاده‌سازی آنها
Godet, ۲۰۰۲	سه مرحله‌ای (قدم ۹) از هم‌اندیشی (تفکر گروهی)، اخذ تصمیم و اجرای عملیات
Voros, ۲۰۰۳	داده، تفسیر و تحلیل، ساختن دورنما، خروجی و استراتژی پردازی
Saritas, ۲۰۰۶	درب‌گیرنده‌ای بافتار داخلی (ساختارها: فرایندهای درونی، روندها، امکانات و فناوری، رفتارها: به‌عنوان مثال نحوه مدیریت، ارتباطات اجتماعی، انگیزه، سیاست، فرهنگ و مهارت‌ها) و بافتات خارجی (دستگاه‌های پیرامون و اطراف آنها)
Georghiou, ۲۰۰۸	توضیح، تفسیر و یادگیری
Popper, ۲۰۰۸	مدل نه مرحله‌ای: پنج مؤلفه از آن به بخش پیش آینده نگاری، دو مؤلفه با بخش به‌کارگیری آینده نگاری مرتبط‌اند، یک مؤلفه دیگر مرتبط با کل فرایند است و آخرین مؤلفه شامل دو گام اقدام و تجدید می‌باشد
Rohrbeck, ۲۰۱۰	آینده نگاری شامل عناصر فرهنگی، ساختاری جهت شناسایی تغییرات غیرمستمر نزدیک، تفسیر پاسخ‌ها، ارائه پاسخ مؤثر در با کسب موفقیت سازمان و بقای بلندمدت می‌باشد.
Ruff, ۲۰۱۵	تشخیص زود هنگام مشکلات و فرصت‌ها در محیط کسب‌وکار، بررسی روند تولید نوآوری محصول، ارزیابی آینده‌نگری از ایده‌های نوآورانه، اکتشاف، توسعه کسب‌وکار جدید و انتشار داده‌های مربوط به آینده.
Ejdys, ۲۰۱۴	توانمندسازی و جهت‌گیری تدوین استراتژی‌های جدید و نوآورانه
Andersen, ۲۰۱۴	مرحله برنامه‌ریزی (مهیا سازی و سازمان دادن)، مرحله اصلی (نگاشت، آینده نگاری، رتبه‌بندی، برنامه‌ریزی)، مرحله پیگیری (پخش و فراگیری)
Paliokaitė, ۲۰۱۴	پایش محیطی (کاربرد منابع بیرونی قوی و ضعیف، عمق و افق زمانی پایش)، انتخاب راهبردی (تجزیه و تحلیل، ساخت چشم‌انداز، برنامه‌ریزی)، یکپارچه‌سازی (رهبری هماهنگی سازی، شالوده علم).
Silva, 18۲۰۱۵	آینده‌های نامختوم، آینده‌های مطلوب، تصمیم‌گیری‌های کنونی، اثربخشی
Peter, ۲۰۱۵	برنامه‌ریزی بلندمدت، شناسایی نقاط قوت و ضعف، تدوین سناریوهای آتی
Vishnevskiy, ۲۰۱۵	برنامه‌ریزی تجاری، حفظ سطوح فرهنگ نوآوری سازمانی، یکپارچه‌سازی، مدیریت نوآوری

منبع برگرفته از [۱۰، ۷، ۳۳، ۵۵، ۲۸، ۲۷، ۵۴، ۳۱، ۳۲، ۶۰، ۶۱، ۶۲، ۴۴، ۵۲]

۲-۲- بررسی مطالعات انجام‌شده و مدل‌ها مطرح در حیطه کارآفرینی سازمانی
 در سال‌های اخیر، کارآفرینی سازمانی به عنوان یکی از کلیدی‌ترین عامل توسعه اقتصادی در جوامع موردتوجه قرار گرفته است. کارآفرینی سازمانی در راستای افزایش توانایی سازمان جهت کسب و بهره‌مندی از توانایی‌ها و مهارت‌ها نوآورانه گام برمی‌دارد. همچنین در ادامه جهت مشخص شدن جزئیات بیشتر از نحوه پیاده‌سازی کارآفرینی سازمانی در بنگاه‌های کوچک و متوسط، به برخی از مهم‌ترین و مرسوم‌ترین الگوها و فرایندهای کارآفرینی سازمانی در جدول شماره ۲ اشاره شده است.

جدول (۲): الگوها و مؤلفه‌های بررسی‌شده در حوزه کارآفرینی سازمانی

نویسنده و سال	مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی
Cornwall, ۱۹۹۰	محیط خارجی، محیط داخلی، مأموریت، استراتژی، اثربخشی
Kuratko, ۱۹۹۰	ساختار، فرهنگ، ارزش مشتری، نوآوری
Hornsby, ۱۹۹۳	حمایت مدیران، تشویق، آزادی عمل، موانع سازمانی، مخاطره‌پذیری
Zahra, ۱۹۹۳	محصولات جدید، خدمات و فرایند جدید
Echols, ۱۹۹۸	نوآوری، فرصت، ساختار، ارزش، فرهنگ

توسعه پیش، تشویق و نوآوری، ایجاد جو کارآفرینانه در سازمان، توسعه گروه‌های کارآفرینی	Jennings, ۱۹۹۸
کارآفرینی سخت، کارآفرینی نرم، مخاطره پذیری، خلاقیت، نوآوری	Thompson, ۲۰۰۰
عوامل درون سازمانی، محیط بیرونی و ویژگی‌های فردی	Ferreira, ۲۰۰۲
ایجاد شرکت‌ها یا واحدهای مستقل، کسب‌وکار جدید، نوآوری در محصول و خدمات، نوآوری در فرایند، خود تجدیدی، ریسک‌پذیری، پیشگامی، رقابت تهاجمی	Antoncic, ۲۰۰۳
رقابت، فناوری، باور و نگرش کارآفرینانه، ساختار، فرهنگ، پاداش، کشف فرصت	Ireland, ۲۰۰۳
نوآوری در محصولات، نوآوری خدمات و فرایند	Brennan, ۲۰۰۵
مؤلفه‌های ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای	Hayton, ۲۰۰۶
اثربخشی، توانمندسازی، برابری در پاداش‌ها و مزایا تساوی در اختیارات و آزادی عمل	Mendoza, ۲۰۱۰

منبع برگرفته از [۳۰، ۱۱، ۳۴، ۶، ۲۲، ۶۶، ۳۵، ۱۹، ۷۴، ۳۱، ۴۲، ۱۵، ۷۱]

۳- بررسی مطالعات انجام‌شده در حیطه آینده نگاری و کارآفرینی سازمانی

در ادامه، در جدول شماره ۳، مباحث و مطالعات انجام‌شده در خصوص آینده نگاری و کارآفرینی سازمانی، ارائه شده است.

جدول (۳): بررسی مطالعات انجام‌شده آینده نگاری و کارآفرینی سازمانی

نویسنده/سال	قلمرو موضوعی	قلمرو مطالعه
۱۹۹۵, Clemons	شرکت‌های بیمه	آینده نگاری یا تحلیل سناریو به سازمان‌ها در مدیریت راهبردی مخاطرات (ریسک‌ها) به منظور مهندسی مجدد، کمک می‌کند.
۱۹۹۹, Deszca	وسایل نقلیه الکتریکی	سازمان‌ها می‌توانند به کمک پیش‌بینی کمی متغیرهای محیطی و تحلیل‌های کیفی عدم قطعیت‌ها، محصولات و خدمات مرزشکنانه را توسعه دهند.
۲۰۰۲, Partidario	صنعت نقاشی	توسعه یک روش‌شناسی طرح‌ریزی سناریویی که می‌تواند برای شبیه‌سازی پایداری نوآوری‌های فناورانه به کار برود.
۲۰۰۲, Albright	چه چیزی آینده‌پژوهی در مورد آینده می‌گوید؟	استفاده دقیق از فن‌های آینده نگاری در فرایندهای برنامه‌ریزی محصولات راهبردی می‌تواند موجب افزایش احتمال آن شود که سرمایه‌گذاری‌های امروز، فردا به کارآفرینی تبدیل شود؛ در آینده نزدیک آن‌ها اهمیت بیشتری در کارآفرینی سناریو محور و راهبردهای محصول خواهند یافت.
۲۰۰۵, Patton	بررسی نقش پوش محیطی در سیستم‌های هوشمند	آینده نگاری به عنوان وسیله‌ای یا توانمندی برای توسعه کارآفرینی سازمانی، نوآوری و انجام تغییرات در بخش‌های متفاوت موردبحث و ترویج قرار گرفته است.
۲۰۰۶, Daheim	آینده نگاری در ۱۵۲ بنگاه بزرگ در اروپا	پژوهش تجربی روی ۱۵۲ سازمان اروپایی بزرگ نشان داد که ۵۷,۵ درصد از پاسخ‌دهندگان احساس می‌نمایند که آینده نگاری منجر به تقویت فرایند کارآفرینی می‌شود.
۲۰۰۶, Drew	کاربرد فن‌های برنامه‌ریزی و خلق سناریو در شرکت‌های مخابراتی	متدهای خلق سناریو می‌تواند به‌طور موفقیت‌آمیزی جهت ارزیابی نوآوری‌های و تحولات که می‌تواند در چهارچوب صنعت و توانایی‌های سازمان خلق می‌نماید، استفاده می‌شود
۲۰۰۶, Kalliokoski	آینده نگاری در شرکت‌های تحقیق و فناوری	ادغام فن‌های گسترش معنای محصول با تکنیک‌هایی آینده نگاری می‌تواند به پیش‌گویی نوآوری‌ها کمک نماید. آینده نگاری شرکتی با کاربردی نمودن برنامه‌ریزی راهبردی و اجرای آن کمک نماید. یک عملکرد آینده نگاری ثابت باید شامل تجربه‌های آینده نگاری نوآوری را باشد.
۲۰۱۰, Roherbeck	مطالعه‌ای موردی آینده نگاری اروپایی در بنگاه	یعنی آینده نگاری سازمانی به مانند قسمتی از سوی گیری آینده بنگاه عملکردهای خلاقانه بنگاه است.
۲۰۱۰, Van der Laan	آینده نگاری در سازمان‌های استرالیایی	روندهای گسترش آینده بنگاه در آینده نگاری و مدیریت نوآوری شناسایی نمود و دو فرایند مهم و مختلف در آینده نگاری و نوآوری را نشان داد: در بخش سنتی با الگوهای کسب‌وکار رایج و طول عمر بالای کالاها؛ سازمان‌ها در صنایع فعال با الگوهای کسب‌وکار

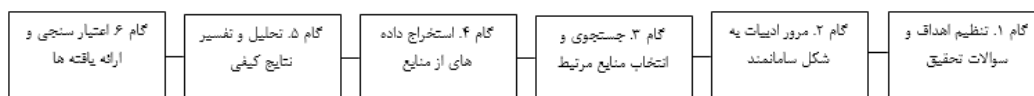
نویسنده/سال	قلمرو موضوعی	قلمرو مطالعه
		و طول عمر کالاهایی پایین.
Battistella, ۲۰۱۰	بررسی مؤلفه‌های آینده نگاری سازمانی	ایجاد ارتباطات، خلق تعهد، تمرکز بر هدف‌هایی بلندمدت، هماهنگ‌سازی و رسیدن به اتفاق نظر
Rohrbeck, ۲۰۱۱	۱۰۷ گفتگوی با ۱۹ صنایع خارجی و بین‌المللی	شناخت نمونه‌هایی از آینده نگاری با نقش راهبردی که به سازمان اجازه می‌دهد در حیطه‌های نوین کسب‌وکار را فعالیت نموده و آن را توسعه دهند. نشان داد که چطور آینده نگاری با نقش آغازگر، توانایی کارآفرینی و نوآوری‌ها را افزایش می‌دهد.
Amstéus, ۲۰۱۱	آینده نگاری در صنعت رایانه و برنامه‌نویسی	نمایش اثبات این‌که گواهی‌های ثبت اختراع و جوایزها (لیسانس) به شکل قابل توجهی با آینده نگاری مدیریتی همبستگی دارد.
Rohrbeck, ۲۰۱۲	بررسی رابطه‌ای خلق ارزش و آینده نگاری	در این تحقیق به تحلیل و شناسایی شاخص‌های تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی و آینده نگاری ازجمله: تعهد آینده نگران، مشارکت سهامداران داخلی، داشتن برنامه نظام‌مند، متدهای و فرایندهای برآورد نیاز شرکت‌ها.
Chan, ۲۰۱۲	بررسی تأثیر آینده نگاری بر نوآوری	پژوهشگران بیان داشته‌اند آینده نگاری در کل می‌تواند در چند سطح بر کارآفرینی سازمانی تأثیر داشته باشد. غیرمستقیم، آینده توجه به بافتار مطلوب دارد. مستقیماً، آینده اندیشی می‌تواند از طریق تکنیک‌های خلاقیت یا روش‌های مختلف تفکر در کارآفرینی سازمانی مداخله نماید.
Battistella, ۲۰۱۴	مطالعه‌ای آینده نگاری	آینده نگاری به عنوان ابزاری جهت گردآوری اطلاعات در رابطه با آینده، ایجاد ارزش، مشارکت ذینفعان داخلی، تجزیه و تحلیل با منطق سیستمیک، روش‌ها و فرایندهایی نوین جهت طراحی نیازهای شرکت.
Kononiuk, ۲۰۱۵	ارزیابی سطوح بلوغ آینده نگاری	سیستم‌های آینده نگاری و کارآفرینی سازمانی به شکل‌های مختلف باهم در تعامل هستند. به بررسی مخاطرات و ریسک، به برآورد نیاز مشتریان و بازاریابی در آینده پرداخته شده است.
Ruff, ۲۰۱۵	نقش آینده نگاری شرکتی بر نوآوری و مدیریت استراتژیک در صنعت خودرو	بخش منسجم سازی آینده نگاری سازمانی با مراحل نوآوری و استراتژیک مدیریت می‌تواند متفاوت بوده و از شکل موردی تا کاملاً منسجم را دربر می‌گیرد. عملکرد اصلی آینده نگاری یعنی از القای ایده‌ها نه آزمودن ایده‌ها در مقابل آینده.
Kuratko, ۲۰۱۷	بررسی محیط داخلی شرکت برای انجام کارآفرینی سازمانی	این تحقیق به شناسایی ۵ شاخص ازجمله: حمایت مدیران، استقلال کاری، تشویق و پاداش، جدول زمان‌بندی و محدودیت‌های سازمانی پرداخته است.
Edoo Sirkissoon, ۲۰۱۷	بررسی ارتباط جهت‌گیری کارآفرینی با آینده نگاری در سازمان‌ها بیمه	آینده نگاری بسیار مهم در شناسایی چالش‌ها و توسعه روش‌ها جهت آینده نگاری است اما باید متناسب با رویکردهای فعلی و ساختار سازمانی در محیط متلاطم باشد. ماهیت پیچیده سازمان‌ها مستلزم استفاده از ابزار جدید مانند سیستم‌های اطلاعاتی هوشمند که در طراحی و اصلاح شاخص انتخاب‌شده، کاهش چالش‌ها با توجه به تصمیم اخذشده است.
Rohrbeck, ۲۰۱۸	آینده نگاری سازمانی: چگونه شرکت‌های پیشرو یک موقعیت برتر در بازارهای آینده ایجاد می‌کنند	آینده نگاری شرکتی به عنوان یک شاخص قدرتمندی جهت پیشگویی و پیشرفته در صنعت لازم است، برای دستیابی به سودآوری بیشتر و کسب مزیت رشد بازار سرمایه باید موردتوجه باشد.
Martin-Rojas, ۲۰۱۹	تقویت کارآفرینی شرکتی با استفاده از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی	وجود ارتباط معنادار بین کارآفرینی شرکتی و عملکرد سازمان به واسطه‌ای استفاده از رسانه‌های اجتماعی.
Calof, ۲۰۲۰	آینده نگاری در رابطه به نوآوری در سازمان‌های خدماتی روسیه	بیانگر ارتباط آینده نگاری و نوآوری در راستای ایجاد افق دیده بلندمدت در راستای فرایند سازی محصولات جدید است.

منبع برگرفته از [۴۶، ۱۳، ۱۷، ۵۰، ۵۱، ۳، ۵۱، ۱۶، ۱۸، ۳۷، ۵۶، ۶۹، ۹، ۵۷، ۴، ۵۸، ۱۴، ۸، ۱۸، ۳۹، ۴۰، ۲۰، ۵۹]

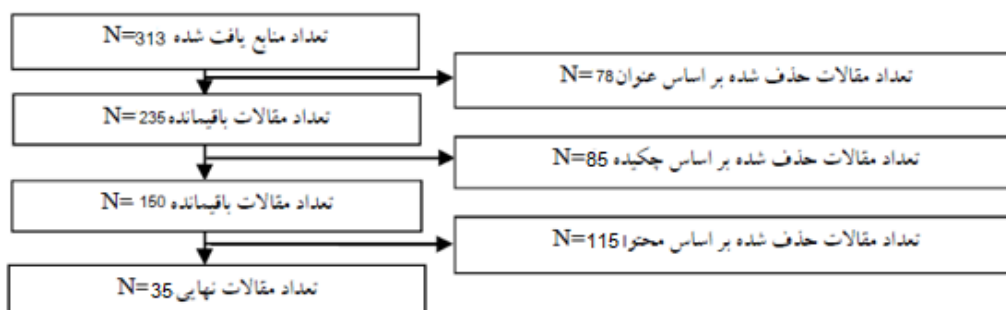
۳- روش‌شناسی تحقیق

تفسیری است. رویکرد فرا ترکیب نسبت به فرا تحلیل کمی بیشتر بر مطالعات کیفی متمرکز است تا داده‌های کمی [۷۴]. و به درک عمیق محقق و ترجمه مطالعات کیفی مرتبط است. در تحقیق حاضر، از روش هفت مرحله‌ای سندلوکسی و باروسو (۲۰۰۷) استفاده شده که به‌طور خلاصه در شکل ۱ ارائه شده است [۷۵].

در این تحقیق جهت بررسی مطالعات پیشین و تفسیر آن‌ها از رویکرد فرا ترکیب استفاده شده است. روش فرا ترکیب مانند فرا تحلیل در راستای یکپارچه نمودن مطالعات مختلف و متعدد برای ایجاد نتایج جامع و



شکل (۱): گام‌های و مراحل تکنیک فرا ترکیب سندلوکسی و باروسو (۲۰۰۷)



شکل (۲): نتایج جستجوی و انتخاب مقالات مرتبط

۴- مراحل تکنیک فراترکیب

کارآفرینی سازمانی در بنگاه‌ها کوچک و متوسط ایران استفاده نمود؟ آینده سایر سؤالات در جدول ۴ ارائه شده است.

گام ۱- تنظیم سؤال تحقیق: در این تحقیق، سؤال اصلی شامل از چه الگوی می‌توان جهت پیاده‌سازی موفق قابلیت‌های آینده نگاری برای توسعه

جدول (۴): سؤالات تحقیق

شاخص‌های تعیین‌کننده	سؤالات	پاسخ‌ها
چه (What)	الگوها و مؤلفه‌های آینده نگاری و کارآفرینی سازمانی کدام‌اند؟	شناسایی الگوها و مؤلفه‌های با بهره‌مندی از پیشینه تحقیق
چه کسی (Who)	جامعه آماری جهت شناسایی الگوها و مؤلفه‌های آینده نگاری و کارآفرینی سازمانی چیست.	کلیه پایگاه‌های معتبر علمی
چه زمان (When)	محدوده‌های زمانی پژوهش حاضر چیست؟	۱۹۹۰ تا ۲۰۲۰
چطور/ چگونه (Who)	داده‌ها / اطلاعات مدنظر این تحقیق چگونه گردآوری گردیده‌اند؟	با رویکرد/ روش تحلیل اسناد

واژگان کلیدی بررسی و جستجو شده‌اند ۳۱۳ مقاله یافت شد. بر مبنای نظر متخصصان و خبرگان جهت دست یافتن به نتایج به‌روز، جستجو محدود به از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۲۱ هست. گام ۳- بررسی و انتخاب متون مرتبط و مناسب: جهت انتخاب مقالات مرتبط و مناسب برای تحقیق، بر مبنای شکل ۲، شاخص‌های متفاوتی از جمله چکیده، عنوان، کیفیت روش تحقیق و محتوا موردبررسی

گام ۲- بررسی ادبیات به صورت نظام‌مند: جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کتاب‌ها، گزارش‌ها پژوهشی چاپ‌شده و مقالات مرتبط از مجلات معتبر از جمله وایلی، ساینس دایرکت، اشپرینگر، امرالد، ایران داک، پایگاه تخصصی نور، مگ ایران می باشد. جهت بررسی و جستجوی از کلیدواژه‌های آینده نگاری، کارآفرینی سازمانی، بنگاه‌های کوچک و متوسط استفاده شده است. همچنین، کلید واژه‌ها در چکیده، عنوان، متن و

قرارگرفته‌اند. در جدول ۵ مقالات نهایی حاصل از مرحله ۳ روش فرا ترکیب نشان داده شده‌اند.

جدول (۵): منابع نهایی از مقالات بررسی شده

منابع و سال				
۲۰۰۳, Antoncic	۱۹۹۳, Hornsby	۲۰۱۴, Paliokaitė	۲۰۰۸, Georghiou	۱۹۹۵, Martin
۲۰۰۳, Ireland	۱۹۹۳, Zahra	۲۰۱۵, Silva	۲۰۰۸, Popper	۱۹۹۹, Horton
۲۰۰۵, Brennan	۱۹۹۸, Echols	۲۰۱۵, Peter	۲۰۱۰, Rohrbeck	۲۰۰۱, Reger
۲۰۰۶, Hayton	۱۹۹۸, Jennings	۲۰۱۵, Vishnevskiy	۲۰۱۵, Ruff	۲۰۰۲, Godet
۲۰۱۰, Mendoza	۲۰۰۰, Thompson	۱۹۹۰, Cornwall	۲۰۱۴, Ejdys	۲۰۰۳, Voros
۲۰۱۵, Hines	۲۰۰۲, Ferreira	۱۹۹۰, Kuratko	۲۰۱۴, Andersen	۲۰۰۶, Saritas
۲۰۱۰, Bezold	۲۰۱۵, Dufva et al	۲۰۱۶, Rhisart	۲۰۱۳, Rohrbeck et al	۲۰۱۲, Heger Rohrbeck

گام ۴- استخراج اطلاعات (داده‌هایی متون):

مقالات بر مبنای منابع مرتبط به هر مقاله شامل اسم نویسنده، سال انتشار، اجزای هماهنگی است که طبقه‌بندی شده‌اند. در این قسمت، ۳۵ کد شناسایی شده است. فرایند نهایی مشخص سازی کدها به واسطه‌ای مصاحبه متخصصان و خبرگان با ۸ نفر از اساتید گروه آینده نگاری و کارآفرینی در دانشگاه امام خمینی قزوین و دانشگاه آزاد قزوین از ۳۵ کد را انتخاب و تأیید نموده‌اند؛ و نتایج آن در جدول ۶ نشان داده شده است.

جدول (۶): کد بندی متون مورد پژوهش

ردیف	کدها	منابع
۱	آینده نگاری	مارتین (۱۹۹۵)، هورتن (۱۹۹۹)، ریجر (۲۰۰۱)، گوده (۲۰۰۲)، وروس (۲۰۰۳)، جورجیو (۲۰۰۸)، روبرک (۲۰۱۰)، پیتز (۲۰۱۵)، مصاحبه با خبرگان.
۲	اجماع	روهبرک و هیجر، ۲۰۱۲؛ مصاحبه با خبرگان.
۳	شبکه سازی	پالیوکتی، ۲۰۱۴؛ روهبرک، ۲۰۱۳؛ مصاحبه با خبرگان.
۴	یادگیری	جورجیو (۲۰۰۸)، ریشیارت، ۲۰۱۶؛ مصاحبه با خبرگان.
۵	هماهنگی	پالیوکتی، ۲۰۱۴؛ هینز، ۲۰۱۵؛ مصاحبه با خبرگان.
۶	دیده بانی	مدل گوده (۲۰۰۲)، اندرسون (۲۰۱۴)؛ دوفوا، ۲۰۱۵؛ مصاحبه با خبرگان.
۷	پویش یا شناسایی پدیده‌های نوظهور	وروس (۲۰۰۳)، گوده (۲۰۰۲)، مصاحبه با خبرگان.
۸	پایش یا ردگیری تغییرات پدیده‌ها	آنتونیک و هیسریچ (۲۰۰۳)، راف (۲۰۱۵)، ایجز (۲۰۱۴)؛ مصاحبه با خبرگان.
۹	تحلیل روندها و اتفاقات	مارتین (۱۹۹۵)، مدل وروس (۲۰۰۳)،

گوده، (۲۰۰۲)؛ مصاحبه با خبرگان.		
۱۰	تحلیل سگینال های	مصاحبه با خبرگان.
۱۱	شناسایی علائم ضعیف تغییرات	ساید، ۲۰۱۳؛ روبرک، ۲۰۱۳؛ مصاحبه با خبرگان.
۱۲	تدوین سناریو	وروس (۲۰۰۳)، گوده (۲۰۰۲)، بزولد (۲۰۱۰)، مصاحبه با خبرگان.
۱۳	به تصویر کشیدن دورنمای آینده‌های ممکن	وروس (۲۰۰۳)، گوده (۲۰۰۲)، بزولد (۲۰۱۰)، مصاحبه با خبرگان.
۱۴	ارائه روایت‌های بدیل از آینده‌های محتمل	وروس (۲۰۰۳)، گوده (۲۰۰۲)؛ مصاحبه با خبرگان.
۱۵	ایجاد چشم‌انداز	پالیوکتی، ۲۰۱۴؛ مصاحبه با خبرگان.
۱۶	مشخص نمودن هدف های اصلی	اندرسون (۲۰۱۴)، ویشنفسکی (۲۰۱۵)؛ مصاحبه با خبرگان.
۱۷	کارآفرینی سازمانی	کوراتکو (۱۹۹۰)، آیرلند (۲۰۰۳)، آنتونیک (۲۰۰۳)، تامپسون (۲۰۰۳)، زهرا (۱۹۹۳)؛ مصاحبه با خبرگان.
۱۸	شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی	فراپا (۲۰۰۲)، مندوز (۲۰۱۰)؛ مصاحبه با خبرگان.
۱۹	تدوین ابعاد مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی	مندوز (۲۰۱۰)، پیتز (۲۰۱۵)، ساریتاس (۲۰۰۶)، کوراتکو (۱۹۹۰)؛ مصاحبه با خبرگان.
۲۰	ارزیابی مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی	اکهلس ونک (۱۹۹۸)، پیتز (۲۰۱۵)؛ مصاحبه با خبرگان.
۲۱	نوآوری در محصول	زهرا (۱۹۹۳)، آنتونیک (۲۰۰۳)، هایتون (۲۰۰۶)؛ مصاحبه با خبرگان.
۲۲	نوآوری در فرایند	زهرا (۱۹۹۳)، آنتونیک (۲۰۰۳)، هایتون (۲۰۰۶)؛ مصاحبه با خبرگان.
۲۳	نوآوری در تکنولوژی	زهرا (۱۹۹۳)، آنتونیک (۲۰۰۳)، هایتون (۲۰۰۶)؛ مصاحبه با خبرگان.
۲۴	خلق استراتژی توسعه پایدار	برنان (۲۰۰۵)؛ مصاحبه با خبرگان.

شفاف‌سازی مفاهیم، الگوها، نتایج در پالایش مطالعات فعلی علمی، ارائه الگوهای عملیاتی و تئوری‌ها پذیرفته شدند. در طول فرایند تحلیل و تجزیه، مضمون‌ها و موضوعات بررسی شده‌اند که در میان مطالعات کنونی در فرا ترکیب پدیدارند. سندرولوکسی و باروسو (۲۰۰۷) این مورد را بررسی موضوعی نامیدند. بدین صورت که محقق در آغاز برای کلیه مؤلفه‌های استخراج شده کد در نظر می‌گیرد. با توجه به مفهوم هر یک از کدها، آن‌ها را در یک مفهوم شبیه به هم طبقه بندی می‌نماید. بدین ترتیب مفاهیم تحقیق شکل می‌گیرند [۷۵].

و اثربخشی		
۲۵	خلق نقشه راه جهت ارتقاء فرایند صادرات، سرمایه گذاری و اشتغال	تامپسون (۲۰۰۰)، اندرسون (۲۰۱۴)، پالیوکتی (۲۰۱۴)؛ مصاحبه با خبرگان.
۲۶	پیش‌بینی تحولات ناگهانی محیطی، مخاطرات و چالش‌های محتمل سازمان	گوده (۲۰۰۲)، پوپر (۲۰۰۸)، ویشنفسکی (۲۰۱۵)، سیلوا (۲۰۱۵)، کوراتکو (۱۹۹۰)؛ مصاحبه با خبرگان.

گام ۵- تحلیل و تجزیه، ترکیب یافته‌های کیفی: هدف از تکنیک فراترکیب ایجاد تفسیر منسجم و نوین از نتایج است. این تکنیک در راستای

جدول (۷): مقوله‌های بندی شده معیارهای مرتبط

ردیف	مقوله و مفاهیم	کد
۱	آینده نگاری	اجماع، شبکه‌سازی، هماهنگی، یادگیری.
۲	دیده بانی	پویش یا شناسایی پدیده‌های نوظهور، پایش یا ردگیری تغییرات پدیده‌ها.
۳	تحلیل روندها و اتفاقات	تحلیل سگینال‌های، شناسایی علائم ضعیف تغییرات.
۴	تدوین سناریو	به تصویر کشیدن دورنمای آینده‌های ممکن، ارائه روایت‌های بدیل از آینده‌های محتمل.
۵		ایجاد چشم‌انداز
۶		مشخص نمودن هدف‌های اصلی
۷	کارآفرینی سازمانی	شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی؛ تدوین ابعاد مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی.
۸	ارزیابی مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی	نوآوری در محصول، نوآوری در فرایند، نوآوری در تکنولوژی
۹	خلق استراتژی توسعه	پایداری، اثربخشی.
۱۰	خلق نقشه راه	جهت ارتقاء فرایند صادرات، سرمایه گذاری و اشتغال
۱۱		پیش‌بینی تحولات ناگهانی محیطی، مخاطرات و چالش‌های محتمل سازمان

شاخص آماری کاپا را می‌توان با فرمول زیر محاسبه نمود:

کاپا= (درصد اتفاق نظر مشاهده‌شده) - (درصد اتفاق نظری که فقط بر حسب شانس انتظار می‌رود) / (درصد اتفاق نظری که فقط بر حسب شانس انتظار می‌رود) - ۱۰۰٪، توافقات مشاهده‌شده = $A+D/N$
 $0/785=9/12=$

جدول (۹): شکل تبدیل کدها به مفاهیم توسط پژوهشگر و فرد دیگر

	نظر محقق		
	بله	خیر	مجموع
نظر شخص دیگر	بله	۱A=	۱۲
	خیر	۲C=	۲
	مجموع	۱۳	۱۴N=

همان‌طور که مشاهده می‌فرمایید مقدار شاخص کاپا برابر با ۰/۸۰۱ محاسبه شده طبق جدول ۳ که بیانگر سطح توافق معتبر است.

$$A+B/N * A+C/N * C+D/N * B+D/N=0/0837$$

$$0/801=توافقات مشاهده‌شده - توافقات شانس / ۱- توافقات شانس K=$$

گام ۶. پایایی و کیفیت کدهای استخراجی:

در این تحقیق جهت سنجش پایایی و کنترل مفاهیم، نتایج علاوه بر مطالعه محقق در اختیار یکی از متخصصین (خبرگان) قرار گرفته است تا از طریق شاخص کاپا موردبررسی قرار گیرد. هنگامی که دو رتبه دهنده؛ پاسخ‌ها رتبه‌بندی می‌نمایند. مقدار شاخص کاپا بین ۱ تا ۰ متغیر است. هرچقدر مقدار این سنجه به ۱ نزدیک‌تر باشد، بیانگر توافق بیشتر بین رتبه دهندگان است؛ اما اگر مقدار کاپا به ۰ نزدیک باشد. توافق کمتری وجود دارد.

جدول (۸): وضعیت شاخص کاپا

مقدار عددی شاخص کاپا	کمتر از صفر	بین ۰ تا ۰/۲	بین ۰/۲ تا ۰/۴	بین ۰/۴ تا ۰/۶	بین ۰/۶ تا ۰/۸	بین ۰/۸ تا ۱
وضعیت توافق	ضعیف	بی‌اهمیت	متوسط	مناسب	معتبر	عالی

پیشین از نتایج این تحقیق به شکل آماری ارائه شده است. جهت محاسبه‌ای بار اطلاعاتی ضریب اهمیت و عدم اطمینان از معادلات زیر استفاده شده است که عبارت‌اند از:

$$K = \frac{1}{Inm}, E_j = -k \sum_{i=1}^m [P_{ij} \cdot Inp_{ij}], (j=1,2,\dots,n)$$

$$d_j = \frac{E_j}{\sum_{j=1}^n E_j w_j}$$

جهت محاسبه وزن هر کدام از مفاهیم، مجموعه وزن کدهای محاسبه شده است و بر مبنای آن وزن‌های حاصله در جدول ۱۰، رتبه‌بندی شده‌اند.

در جدول ۸ وضعیت شاخص کاپا نشان داده شده است؛ و مقدار شاخص کاپا ۰/۰۸۳ با استفاده از نرم‌افزار اس.پی. اس.اس محاسبه شده است. پس می‌توان ادعا نمود که کدهای استخراجی از پایایی مناسبی برخوردارند.

۵- تحلیل محتوا

در این بخش از فرایند اطلاعاتی، محتوای روابط با بهره‌مندی از مجموعه قوانین دسته‌بندی شده‌اند و به شکل داده‌های خلاصه گردیده و قابل مقایسه‌اند. از تکنیک آنتروپی شانون در رابط با مبحث تحلیل محتوا استفاده شده است. تکنیک آنتروپی شانون، در آغاز پیام با توجه به مقوله‌های متناسب با هر پاسخگو در قالب فراوانی شمارش می‌گردد. سپس بر اساس بار اطلاعاتی هر مقوله درجه اهمیت هر یک محاسبه می‌گردد [۶۲]. در تحقیق حاضر، از تکنیک آنتروپی شانون به علت سادگی و قدرت آن استفاده شده است؛ که با توجه به میزان پشتیبانی مطالعات

جدول (۱۰): رتبه‌بندی و ضرایب اهمیت مفهوم‌ها تحقیق حاضر

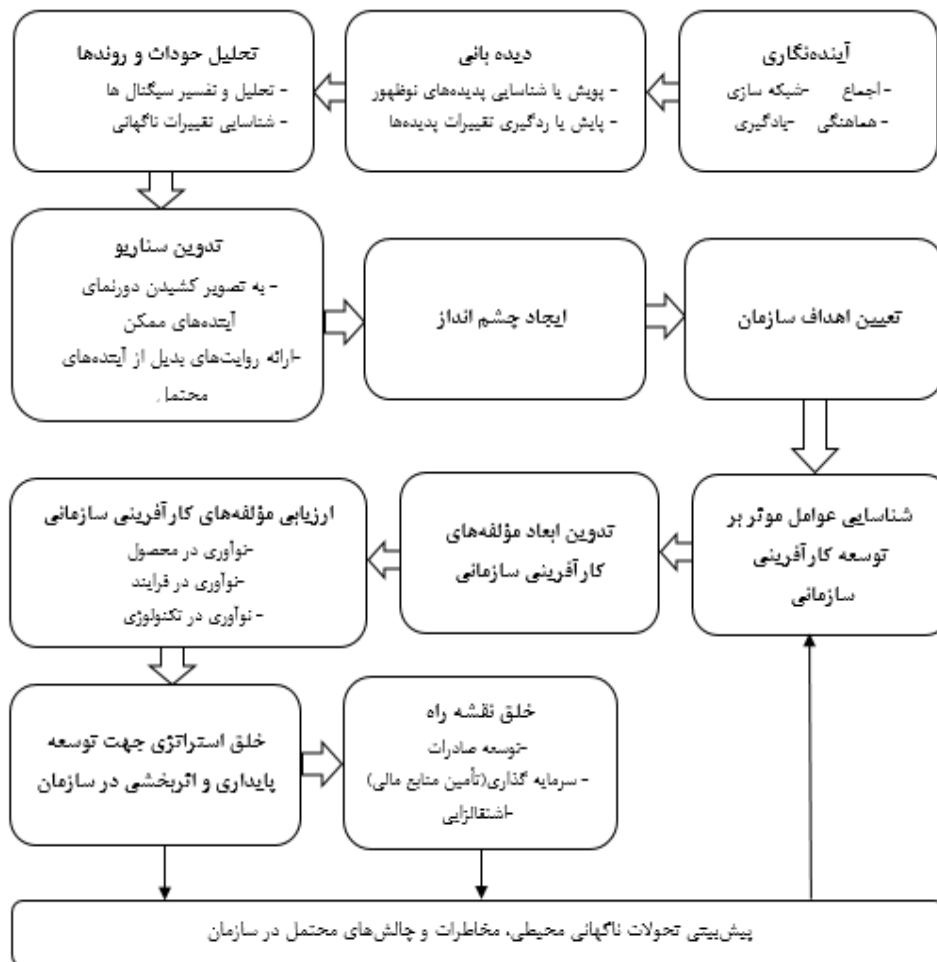
	۱C	۲C	۳C	۴C	۵C	۶C	۷C	۸C	۹C	۱۰C
F (فراوانی)	۲۰	۱۸	۵	۷	۶	۱۰	۸	۵	۴	۶
$\sum_{i=1}^m [p_{ij} \cdot Inp_{ij}]$	۲/۵۵۳	۲/۵۵۰	۱/۶۱۰	۱/۹۴۷	۱/۵۶۳	۲/۱۶۶	۲/۰۸۰	۱/۶۰۹	۱/۳۳۰	۱/۳۲۶
Ej (عدم اطمینان)	۰/۷۲۱	۰/۷۱۸	۰/۴۵۴	۰/۵۴۸	۰/۴۴۰	۰/۶۱۱	۰/۵۸۶	۰/۴۵۴	۰/۳۸۵	۰/۳۷۷
Wj (ضریب اهمیت)	۰/۰۸۰	۰/۰۷۹	۰/۰۵۲	۰/۰۶۴	۰/۰۵۰	۰/۰۶۹	۰/۰۶۷	۰/۰۵۱	۰/۰۴۵	۰/۰۴۳
Rank (رتبه)	۱	۲	۱۳	۱۱	۱۴	۷	۹	۱۴	۱۶	۱۸

جدول (۱۱): رتبه‌بندی و ضرایب اهمیت مفهوم‌ها تحقیق حاضر

	۱۱C	۱۲C	۱۳C	۱۴C	۱۵C	۱۶C	۱۷C	۱۸C	۱۹C	۲۰C
F (فراوانی)	۳	۸	۱۶	۷	۱۵	۵	۱۲	۱۰	۱۴	۶
$\sum_{i=1}^m [p_{ij} \cdot Inp_{ij}]$	۱/۰۹۸	۱/۷۳۶	۲/۳۴۱	۱/۹۴۷	۱/۴۳۲	۱/۶۰۸	۲/۲۰۱	۲/۱۶۵	۲/۳۹۸	۱/۳۲۹
Ej (عدم اطمینان)	۰/۳۰۵	۰/۴۸۹	۰/۶۵۹	۰/۵۴۹	۰/۶۸۴	۰/۴۵۱	۰/۰۵۹	۰/۶۰۸	۰/۶۷۵	۰/۳۷۸
Wj (ضریب اهمیت)	۰/۵۰۶	۰/۰۵۶	۰/۰۷۴	۰/۰۶۳	۰/۰۷۵	۰/۰۴۹	۰/۰۶۸	۰/۷۰	۰/۰۷۷	۰/۰۴۴
Rank (رتبه)	۱۵	۱۲	۵	۱۰	۴	۱۶	۸	۶	۳	۱۷

جدول (۱۲): رتبه‌بندی و ضرایب اهمیت مفهوم‌ها تحقیق حاضر

	۲۱C	۲۲C	۲۳C	۲۴C	۲۵C	۲۶C
F (فراوانی)	۴	۲	۴	۲	۵	۳
$\sum_{i=1}^m [p_{ij} \cdot 1np_{ij}]$	۱/۳۸۵	۰/۶۹۲	۱/۳۸۷	۰/۶۹۴	۱/۶۱۰	۱/۰۹۷
Ej (عدم اطمینان)	۰/۳۹۲	۰/۳۸۲	۰/۳۸۴	۰/۱۹۲	۰/۴۴۶	۰/۳۰۶
Wj (ضریب اهمیت)	۰/۰۳۱	۰/۰۳۲	۰/۰۳۴	۰/۰۲۰	۰/۰۳۲	۰/۰۲۵
Rank (رتبه)	۲۰	۱۹	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴



شکل (۳): مدل استنتاج شده از یافته‌های کیفی تحقیق

سایر نتایج تحقیق حاضر، الگوی مفهومی آینده‌نگاری و کارآفرینی هستند. این الگو بیانگر مؤلفه‌های آینده‌نگاری و کارآفرینی سازمانی جهت سازمانی شامل ۲۶ مفهوم به‌دست‌آمده در از قسمت بالا طبق جدول ۶ ارتقاء فرایند صادرات، سرمایه‌گذاری و اشتغال‌زایی، همچنین پیش‌بینی

شد. بر مبنای نتایج حاصله، ۲۶ مؤلفه منطبق با نظرات خبرگان حاصل شد. نتایج این تحقیق در چهارچوب یک الگو منسجم در شکل شماره ۳ که مورد تأیید خبرگان است ارائه گردید. به بررسی و ارزیابی دلایل ضعف این بنگاه‌ها جهت ارتقاء فرایند صادرات، اشتغال‌زایی و سرمایه‌گذاری بر اساس نظرات صاحب‌نظران پرداخته شد و از ترکیب این دو باهم ساختارها و استراتژی‌های جدیدی در دستگاه برنامه‌ریزی در رابطه با سرمایه‌گذاری، صادرات و اشتغال تجویز گردید. این چهارچوب‌ها در ابعاد وسیع و کلان، پایش محیط داخلی و خارجی به عنوان مزیتی برای این بنگاه است که با مطالعات گوده (۲۰۰۲)، اندرسون (۲۰۱۴)، پالیوکتوی (۲۰۱۴) بر مبنای بررسی مطالعات کتابخانه‌های در رابطه با این شاخص همخوانی دارد.

همچنین، در بخش تحلیل سازمان به یک برنامه‌ای منسجم و جامع با رویکرد آینده نگاری و کارآفرینی سازمانی که بنگاه‌های کوچک و متوسط که با آن منطبق باشند نیاز است. ضمن اینکه باید به شناسایی بازارهای آتی بنگاه‌ها بر پایه‌ای استفاده از دستگاه‌های نو و جدید بپردازند. در گام اول باید تأسیس یک بخش پایش محیطی در دستور کار سازمان قرار گیرد. پیاده‌سازی این مرحله در بخش برنامه‌ریزی و تدوین استراتژی‌های لازم است نمود پیدا کند. همچنین، یافته‌های تحقیق حاضر با مطالعات پیتر (۲۰۱۵)، سیلوا (۲۰۱۵) به علت وجود عناصر مشابه ازجمله شناسایی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها، بهبود روابط، خلق چشم‌انداز و سناریوسازی، ساختن آینده مطلوب هم‌راستا می‌باشند. اگرچه در این پژوهش، این الگو به شکل جامع و منسجم‌تر نسبت به مطالعات سارین درگذشته بررسی و ارائه شده است.

از دیگر شباهت‌های این پژوهش، انطباق با تحقیقات آنتونیک (۲۰۰۳)، زهرا (۱۹۹۳)، برنا (۲۰۰۵) است که دربرگیرنده‌ای نوآوری در فرایند، محصول و فناوری است. سایر مؤلفه‌های الگوی پیشنهاد نیز همراه با منابع ارائه شده در جدول ۶ هم‌راستا هستند. در آخر اینکه، جهت ورود به یک پایه‌ای شناختی در رابطه با برنامه‌ریزی توسعه و اثربخشی جهت ایجاد تحولات و پیشنهادها جدید در نظام پیاده‌سازی رویکردهای جدید نیاز است؛ زیرا ماهیت بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران با توجه به عدم اطمینان محیطی و وقوع تغییرات ناگهانی در سطح داخلی و خارجی، با مشکلات و تحولات ساختاری مواجه‌اند.

۱-۶ پیشنهادات

با توجه به نتایج حاصله، چند پیشنهاد به محققان آتی ارائه می‌گردد. -بر اساس تعداد مطالعات انجام‌شده در حوزه آینده نگاری و کارآفرینی سازمانی در ایران اندک بوده و همچنین با توجه به یافته‌های حاصله،

تحولات ناگهانی محیطی، مخاطرات و چالش‌های محتمل در سازمان است.

گام ۷. ارائه یافته‌ها: در آخرین گام، یافته‌های تحلیل و الگو استخراج گردیده و ارائه شده است. در بخش بعدی این موارد تشریح خواهند شد. ارائه الگوی مفهومی آینده نگاری برای توسعه کارآفرینی سازمانی در بنگاه‌های کوچک و متوسط با توجه به تحلیل و بررسی مطالعات مرتبط با موضوع و استفاده از روش کدگذاری با ۲۶ کد منجر به شناسایی عوامل مؤثر آینده نگاری برای توسعه کارآفرینی سازمانی در بنگاه‌های کوچک و متوسط ایران شد که بعد از ادغام و تلفیق موارد نزدیک به هم و مشابه، الگو تحقیق حاضر ارائه گردید. در آغاز شاخص‌های انتخاب‌شده الگوهای ارتقاء فرایند صادرات، اشتغال و سرمایه‌گذاری با شاخص‌های منتخب آینده نگاری بر اساس مطالعات صورت گرفته و تجربیات موفق در این حیطه، ترکیب انجام شد. مؤلفه‌های آینده نگاری و کارآفرینی سازمانی به منظور ارتقاء فرایند صادرات، اشتغال‌زایی و سرمایه‌گذاری تدوین گردید. نتایج حاصل از این تلفیق شاخص‌ها در جدول شماره ۶ قابل‌مشاهده است. پس از مطالعه و ارزیابی عناصر الگوهای مختلف، سرانجام شاخص‌های مدنظر استخراج شدند. همچنین، وجود و نقش خبرگان در مشخص نمودن مؤلفه‌های بسیار مهم و تأثیرگذار بود. با توجه به مراحل قبلی مدل استنتاج شده از نتایج همه‌ای کیفی فراترکیب در شکل ۳ نشان داده شده است.

۶- نتیجه‌گیری

با توجه به وجود تحولات ناگهانی، عدم اطمینان‌ها، تغییرات سریع و تلاطم‌های محیطی جهت ارتقاء فرایند صادرات و اشتغال، سرمایه‌گذاری در بنگاه کوچک و متوسط در ایران، بهره‌مندی از آینده نگاری بسیار ضروری و لازم است. بنگاه‌ها جهت بهتر نمودن عملکرد خدمات‌رسانی‌شان به مصرف‌کنندگان، حفظ جایگاهشان باید به ایجاد و پیاده‌سازی برنامه‌های آینده نگران و راهبردی بپردازند. در این مقاله سعی شد بر مبنای الگوها و نظریه‌های آینده نگاری و کارآفرینی سازمانی، چالش‌های و مشکلات موجود در بنگاه‌های کوچک و متوسط در حیطه‌ای ارتقاء فرایند صادرات، اشتغال‌زایی و سرمایه‌گذاری بررسی و تحلیل شوند. از تکنیک فراترکیب ۷ مرحله‌ای سندلوکسی و باروسو (۲۰۰۷) [۷۵] جهت انجام بررسی و تحلیل مطالعات کیفی استفاده شده است و سپس مؤلفه‌های مهم و تأثیرگذار آینده نگاری و کارآفرینی سازمانی استخراج‌شده‌اند.

در راستای تعیین اعتبار الگو پیشنهادی و کنترل کیفیت یافته‌ها، با تعدادی از خبرگان باتجربه و پویا در این حوزه علمی و اجرایی استفاده شد. با دریافت نظرات آن‌ها، کمیت و کیفیت یافته‌ها دقیقاً ارزیابی واقع

- [6] Antoncic, B. (2003). **Privatization, Corporate Entrepreneurship, and Performance: Testing a Normative Model**. Journal of developmental entrepreneurship, 8(3), 197.
- [7] Ayyagari, M. D. K. (2003). **Small and Medium Enterprises Across the Globe: a New Database**. The World Bank.
- [8] Battistella, C. (2014). **The Organization of Corporate Foresight: A Multiple Case Study in the Telecommunication Industry**. Technological Forecasting and Social Change, 87, 60-79.
- [9] Battistella, C. A. (2010). **The Organization for Corporate Foresight: A Multiple Case Study in the Telecommunication Industry**. POMS 21st Annual Conference, Vancouver, Canada.
- [10] Bell, W. (2008). **Foundations of Futures Studies: Human Science of a New Era 2: Values, Objectivity, and the Good Society**. 2nd, 3rd P.2. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- [11] Brennan, M. C. (2005). **Academic entrepreneurship**. Journal of Small Business and Enterprise Development.
- [12] Calof, J., Meissner, D., Vishnevskiy, K. (2020). **Corporate Foresight for Strategic Innovation Management: the Case of a Russian Service Company**. foresight.
- [13] Clemons, E. K. (1995). **Using Scenario Analysis to Manage the Strategic Risks of Reengineering**. MIT Sloan Management Review, 36(4), 61.
- [14] Chan, L. T. (2012). **Exploring the Impact of Technology Foresight Studies on Innovation: Case of BRIC Countries**. Futures, 44, 618-630.
- [15] Cornwall, J. (1990). **Organizational Entrepreneurship**. Boston: Irwin.
- [16] Daheim, C. G. (2006). **Corporate Foresight in Europe: Ready for the Next Step?**. Second International Seville Seminar on Future-Oriented Technology Analysis: Impact (FTA Approaches on Policy and Decision-Making). Seville, Spain
- [17] Deszca, G. M. (1999). **Developing Breakthrough Products: Challenges and Options for Market Assessment**. Journal of Operations Management, 17(6), 613-630.
- [18] Drew, S. A. (2006). **Building Technology Foresight: Using Scenarios to Embrace Innovation**. European Journal of Innovation Management.
- [19] Echols, A. E. (1998). **The Impact of Behaviors and Structure on Corporate Entrepreneurial Success**. Journal of managerial psychology.
- [20] Edoosirakiso, N. S. (2017). **Investigating the Relationship between Entrepreneurial Orientation and the Success of Corporate Entrepreneurs in the Long Term Insurance Industry**. Doctoral dissertation, University of Pretoria.
- [21] Ejdys, J. (2014). **Future Oriented Strategy for SMEs**. Procardia - Social and Behavioral Sciences, 156, 8-12.
- [22] Ferreira, J. (2002). **Corporate Entrepreneurship: a Strategic and Structural Perspective**. International Council for Small Business, 47, 16-19.
- [23] Foren, A. (2001). **Practical Guide to Regional Foresight. Foresight for Regional Development Network, European Commission**. Research Directorate General, Strata Programed, Brussels.
- [24] George, H. Haines, J.R., Judith J. M., Riding, A.L. (2012) **Informal Investment in Canada: Financing Small Business**

اهمیت این حیطة برای توسعه کارآفرینی بسیار بالاست. در نتیجه انجام تحقیقات کاربردی در این قلمرو بسیار ضروری می‌باشد.

- با توجه به اینکه کلید کسب موفقیت در روند صادرات و افزایش سهم بازار کنونی در بازارهای بین‌المللی در سال‌های اخیر از اهمیت خاص در این بنگاه‌ها برخوردار است. لذا به مجریان توصیه می‌گردد با اخذ و اعمال خط‌مشی‌ها و سیاست‌های اقتصادی، بازرگانی و دیپلماتیک به صادرکنندگان را در خصوص تثبیت و حفظ موقعیتشان در کشورهای هدف کمک نمایند.

- برگزاری مشارکت تجاری با اتاق بازرگانی به خصوص با بازرگان سایر کشورها از اهمیت بالایی در رابطه با توسعه‌ای راهبردهای ملی گسترش صادرات برخوردار است؛ بنابراین، توجیه نمودن و پشتیبانی از اتاق بازرگانی، حذف مقررات و قوانین زائد کشور، ترسیم سازی گردش کاری با مشخص سازی زمان پیاده‌سازی اقدامات توسط مجریان مرتبط و در اختیار قرار دادن در میان صادرکنندگان و تولیدکنندگان لازم و ضروری است.

-توصیه می‌گردد به برنامه ریزان اقتصادی و سیاست‌گذاران با داشتن افق‌های بلندمدت و وسیع‌تر با تأکید بر رویکرد آینده نگاری سعی در کنترل نوسانات تعرفه‌های گمرکی و کسب سود بازرگانی کالاها به عنوان شاخص‌های مهم نوسانات در رابطه با سیاست‌های توسعه صادرات است را بنمایند.

-ارائه تسهیلات با پرداخت مستقیم و غیرمستقیم به این بنگاه‌ها در راستای خرید تجهیزات و تأمین سرمایه در گردش توسط دولت، اطلاع از وضعیت بازارهای خارجی و داخلی توسط این بنگاه‌ها، همچنین در راستای افزایش تولید ناخالص ملی، همکاری و مشارکت با متقاضیان خارجی به صورت نیابتی از سوی دولت به تولیدکنندگان داخلی.

منابع و مأخذ

- [۱] آذر، عادل. (۱۳۸۰). بسط و توسعه روش آنتروپی شانون برای پردازش داده‌ها در تحلیل محتوا، نشریه علوم انسانی زهرا، ۱۱، ۳۸، ۱-۲۰.
- [2] Ahsan, M. (2019). **Multinational Enterprises: Leveraging a Corporate International Entrepreneurship Lens for New Insights into Subsidiary Initiatives**. Journal of International Management, 25(1), 51-65.
- [3] Albright, R. E. (2002). **What can Past Technology Forecasts Tell us about the Future?**. Technological Forecasting and Social Change, 69(5), 443-464.
- [4] Amstéus, M. (2011). **Managerial Foresight and Firm Performance**. Doctoral dissertation, Linnaeus University Press.
- [5] Andersen, P. D. (2014). **Introduction to Foresight and Foresight Processes in Practice**. Note for the PhD course Strategic Foresight in Engineering.

- Entrepreneurial Environment.** Strategic management journal, 49-58.
- [43] Kuosa, T. (2011). **Evolution of Futures Studies.** Futures, 43(5), 327-336.
- [44] Martin, B. R. (1995). **Foresight in Science and Technology.** Technology analysis & strategic management, 7(2), 139-168.
- [45] Martín-Rojas, R. G.M.M. (2019). **Fostering Corporate Entrepreneurship with the Use of Social Media Tools.** Journal of Business Research, 112, 396-412.
- [46] Mendoza, J. M. (2010). **Entrepreneurship and Innovation: The Hidden Costs of Corporate Governance in Europe.** SCJ Int'l L. & Bus, 7(1).
- [47] Minkinen, M. A. (2019). **Six Foresight Frames: Classifying Policy Foresight Processes in Foresight Systems According to Perceived Unpredictability and Pursued Change.** Technological Forecasting and Social Change, 149, 119753.
- [48] Oner, A. (2010). **On Theory Building in Foresight and Future Studies: A Discussion Note.** Futures, 42, 1019-1030.
- [49] Partidario, P. J. (2002). **Planning of Strategic Innovation Aimed at Environmental Sustainability: Actor-Networks, Scenario Acceptance and Back Casting Analysis within a Polymeric Coating Chain.** Futures, 34(9-10), 841-861.
- [50] Paliokaitė, A. P. (2014). **Conceptualizing Strategic Foresight: An Integrated Framework.** Strategic change, 23(3-4), 161-169.
- [51] Patton, K. (2005). **The Role of Scanning in Open Intelligence Systems.** Technological Forecasting and Social Change, 72(9), 1082-1093.
- [52] Peter, M. K. (2015). **The Practice of Foresight in Long-Term Planning.** Technological Forecasting & Social Change, 101, 49-61.
- [53] Phillips, W., Lee, H., Ghobadian, A., O'Regan, N., James, P. (2015). **Social Innovation and Social Entrepreneurship: A Systematic Review.** 40(3), 428-461. (n.d.). Group & Organization Management.
- [54] Popper, R. (2008). **How are Foresight Methods Selected?** Foresight, 10(6), 62-89.
- [55] Reger, G. (2001). **Technology Foresight in Companies: from an Indicator to a Network and Process Perspective.** Technology Analysis & Strategic Management, 13(3), 533-553.
- [56] Rohrbeck, R. (2010). **Corporate Foresight: towards a Maturity Model for the Future Orientation of a Firm.** Springer Science & Business Media.
- [57] Rohrbeck, R. (2011). **Corporate Foresight: Its Three Roles in Enhancing the Innovation Capacity of a Firm.** Technological Forecasting and Social Change, 78(2), 231-243.
- [58] Rohrbeck, R. (2012). **Exploring Value Creation from Corporate-Foresight Activities.** Futures, 44, 440-452.
- [59] Rohrbeck, R. E. (2018). **Corporate Foresight Benchmarking Report 2018: How leading firms build a superior position in markets of the future.** Corporate Foresight Benchmarking Report.
- [60] Rohrbeck, R. (2010). **Corporate Foresight: Towards a Maturity Model for the Future Orientation of a Firm.** Berlin: Springer-Verlag.
- Growth**, 13-40 Published online
<https://doi.org/10.1080/08276331.2003.10593306>.
- [25] Georghiou, L. (2008). **The Handbook of Technology Foresight: Concepts and Practice.** Edward Elgar Publishing.
- [26] Godet, M. (2011). **Strategic Foresight for Corporate and Regional Development.** Paris: UNESCO.
- [27] Godet, M. (2002). **Foresight and Territorial Dynamics.** Foresight.
- [28] Gordon, A. V. (2020). **50 Years of Corporate and Organizational Foresight: Looking Back and Going Forward.** Technological Forecasting and Social Change, 154, 119966.
- [29] Gurău, C. (2020). **Financing Paths, Firms' Governance and Corporate Entrepreneurship: Accessing and Applying Operant and Operand Resources in Biotechnology Firms.** Technological Forecasting and Social Change, 153, 119935.
- [30] Hayton, J. C. (2006). **A Competency-Based Framework for Promoting Corporate Entrepreneurship.** Human resource management: Published in cooperation with the School of Business Administration, The University of Michigan and in Alliance with the School of Business Administration, The University of Michigan and in Alliance with the Society, 45(3), 407-427.
- [31] Hornsby, J. S. (1993). **An Interactive Model of the Corporate Entrepreneurship Process.** Entrepreneurship theory and practice, 17(2), 29-37.
- [32] Hornsby, J. S. (2013). **Assessing a Measurement of Organizational Preparedness for Corporate Entrepreneurship.** Journal of Product Innovation Management, 30(5), 937-955.
- [33] Horton, A. (1999). **A Simple Guide to Successful Foresight.** Foresight-The journal of future studies, strategic thinking and policy, 1(1), 5-9.
- [34] Ireland, R. D. (2003). **Emerging Issues in Corporate Entrepreneurship.** Journal of management, 29(3), 351-378.
- [35] Jennings, D. F. (1989). **Functioning Modeling Corporate Entrepreneurship: An Empirical Integrative Analysis.** Journal of management, 15(3), 485-502.
- [36] Journal of business venturing. (2015). **Approach.** 8(4), 319-340.
- [37] Kalliokoski, I. P. (2006). **Foresight in a Research and Technology Organization.** Doctoral dissertation, Helsinki University of Technology.
- [38] Klapper, L. (2005). **The Role of Factoring for Financing Small and Medium Enterprises.** The World Bank.
- [39] Kononiuk, A. S. (2015). **Assessing the Maturity Level of Foresight in Polish Companies a Regional Perspective.** European Journal of Futures Research, 3(1), 23.
- [40] Kuratko, D. F. (2017). **Is Your Organization Conducive to the Continuous Creation of Social Value?.** Toward a social corporate entrepreneurship scale. Business Horizons, 60(3), 271-283.
- [41] Kuratko, D. F. (2010). **Corporate Entrepreneurship: An Introduction and Research Review.** Springer, New York, NY.
- [42] Kuratko, D. F. (1990). **Developing an Entrepreneurial Assessment Instrument for an Effective Corporate**

- [61] Ruff, F. (2015). **The Advanced Role of Corporate Foresight in Innovation and Strategic Management—Reflections on Practical Experiences from the Automotive Industry.** Technological Forecasting and Social Change, 101, 37-48.
- [62] Sandelowski, M. (2007). **Handbook for Synthesizing Qualitative Research.** Springer publishing company Inc.
- [63] Saritas, O. (2006). **Systems Thinking for Foresight.** Doctoral dissertation, The University of Manchester.
- [64] Silva, M. (2015). **A Systematic Review of Foresight in Project Management Literature.** Procardia Computer Science, 64, 792-799.
- [65] Spanos, G. (2016). **Organization and Export Performance.** **Economics Letters.** 146, 130-134.
- [66] Thompson, J. (2000). **the World of the Entrepreneur.** Management decision, 38(5).
- [67] Tsoukas, H. (2004). **Coping with the Future: Developing Organizational Foresightfulness.**
- [68] Urban, B. (2017). **Corporate Entrepreneurship in South Africa: The Role of Organizational Factors and Entrepreneurial Alertness in Advancing Innovativeness.** Journal of Developmental Entrepreneurship, 22(3), 1750015.
- [69] Van der Laan, L. (2010). **Foresight Competence and the Strategic Thinking of Strategy-Level Leaders.** Submitted PhD thesis, University of Southern Queensland
- [70] Vecchiato, R. (2012). **Environmental Uncertainty, Foresight and Strategic Decision Making: An Integrated Study.** Technological Forecasting and Social Change, 79(3), 436-447.
- [71] Vishnevskiy, K. K. (2015). **Integrated Roadmaps and Corporate Foresight as Tools of Innovation Management: the Case of Russian Companies.** Technological Forecasting and Social Change, 90, 433-443.
- [72] Voros, J. (2003). **A Generic Foresight Process Framework.** Foresight, 5(3), 10-21.
- [73] Yuan, W. B. (2017). **CEOs' Ambivalent Interpretations, Organizational Market Capabilities, and Corporate Entrepreneurship as Responses to Strategic Issues.** Journal of World Business, 52(2), 312-326.
- [74] Zahra, S. A. (1993). **Environment, Corporate Entrepreneurship, and Financial Performance: A Taxonomic.**
- [75] Zimmer, L. (2006). **Qualitative Meta-Synthesis: a Question of Dialoguing with Texts.** Journal of Advanced Nursing, 53(3), 311-318.
- [76] Zampetakis, L. A. (2010). **An Exploratory Research on the Factors Stimulating Corporate Entrepreneurship in the Greek Public Sector.** International Journal of Manpower.