

Editor's note

Mohammad Amin Torabi *

PhD in Business Administration, University of Tehran, Tehran, Iran.

Zahra Alipour Darvishi

Associate Professor, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran.

Abstract

The Winter 1403 edition of this journal continues its interdisciplinary and forward-thinking approach to strategic management by featuring six innovative articles. Each contribution offers a unique perspective on the challenges and opportunities modern organizations and leaders face in an era of rapid technological and market shifts. Topics range from “Quantum Intelligence” applications in strategic foresight and scenario simulation to “Gamification” in managerial decision-making, from the use of “Blockchain” in formulating organizational strategies to designing “Intelligent Mind Maps” for enhancing strategic creativity, and from “Strategic Management of Deep Data” to convert unknown data into competitive advantage to “Strategic Ethics Management in the Age of Artificial Intelligence.” Collectively, these studies illustrate that traditional methods must be harmonized with fresh ideas and advanced technologies in today’s volatile world for organizations to remain viable and competitive. The findings enrich the theoretical horizons of strategic management while also presenting practical solutions for decision-makers to utilize emerging trends, manage growing uncertainties, and address ethical concerns linked to technological advancements.

A notable theme shared by these articles is the alignment of science and ethics in the course of strategic organizational development. On the one hand, a future-oriented, data-driven approach allows organizations to gain a more comprehensive view of environmental changes; on the other hand, a deep commitment to social responsibility and professional ethics—especially in areas such as AI and blockchain—lays the groundwork for trust-building and a sustainable competitive edge. Thus, the overarching focus of this issue lies in striking a balance between harnessing technological innovations and upholding ethical and societal values.

Keywords: Strategic management, foresight, quantum intelligence, gamification, blockchain, intelligent mind maps, deep data, artificial intelligence, management ethics, competitive advantage

How to Cite: Torabi, M. A. & Alipour Darvishi, Z. (2024). Editor's Note. Journal of Intelligent Strategic Management, 3(4), 1-6. doi: BUMARA.3.2.15564.35836.66987959



Intelligent Strategic Management (JISM) in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

© Authors

* Corresponding Author: torabi628@gmail.com

سخن سردبیر

محمدامین ترابی*

دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

زهرا علیپور درویشی

دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران.

چکیده

این شماره از مجله زمستان 1403، در راستای رویکرد میان‌رشته‌ای و آینده‌نگر خود در حوزه مدیریت استراتژیک، شش مقاله نوآورانه را گرد هم آورده است. این مقالات، هر یک به شیوه‌ای منحصر به فرد، چالش‌ها و فرصت‌های نوین را برای سازمان‌ها و مدیران در عصر تحولات سریع فناوری و بازار بررسی می‌کنند. در این شماره، از کاربرد «هوش کوانتومی» در شبیه‌سازی سناریوهای آینده‌پژوهی گرفته تا «بازی‌سازی» در فرایند تصمیم‌گیری مدیریتی، از بهره‌گیری از «بلاک‌چین» برای تدوین استراتژی‌های سازمانی تا طراحی «نقشه‌های ذهنی هوشمند» برای تقویت خلاقیت استراتژیک، و همچنین از «مدیریت استراتژیک داده‌های ژرف» جهت تبدیل داده‌های ناشناخته به مزیت رقابتی تا «مدیریت استراتژیک اخلاق در عصر هوش مصنوعی»، طیفی متنوع و مکمل از رویکردها و ابزارهای جدید ارائه شده‌اند. مقالات حاضر نشان می‌دهند که در جهان پرتلاطم کنونی، سازمان‌ها ناگزیرند برای بقا و رقابت، رویکردهای سنتی را با ایده‌های تازه و فناوری‌های پیشرفته همسو سازند. دستاوردهای این مطالعات نه تنها افق‌های تئوریک حوزه مدیریت استراتژیک را گسترش می‌دهند، بلکه راهکارهایی عملی برای مدیران و تصمیم‌گیران فراهم می‌کنند تا بتوانند از روندهای آتی، عدم قطعیت‌های فزاینده و مسائل اخلاقی مرتبط با توسعه فناوری، بهره‌مند شوند یا بر آن‌ها فائق آیند. در این مجموعه، تأکید ویژه‌ای بر هم‌راستایی علم و اخلاق در مسیر توسعه استراتژیک سازمان‌ها به چشم می‌خورد. از یک سو، نگاه آینده‌پژوهانه و داده‌محور باعث می‌شود سازمان‌ها دید جامع‌تری نسبت به تحولات پیرامون داشته باشند، و از سوی دیگر، توجه به اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای در حوزه‌هایی مانند هوش مصنوعی و بلاک‌چین، زمینه اعتمادسازی و مزیت رقابتی پایدار را فراهم می‌آورد. به این ترتیب، رویکرد کلان این شماره بر ایجاد توازن میان دستیابی به نوآوری‌های فناورانه و حفظ ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی استوار است.

کلیدواژه‌ها: مدیریت استراتژیک، آینده‌پژوهی، هوش کوانتومی، بازی‌سازی، بلاک‌چین، نقشه‌های ذهنی هوشمند، داده‌های ژرف، هوش مصنوعی، اخلاق در مدیریت، مزیت رقابتی

استناد به این مقاله: ترابی، محمدامین و علیپور درویشی، زهرا. (1403). سخن سردبیر. مدیریت

استراتژیک هوشمند، 3(4)، 6-1.



مدیریت استراتژیک هوشمند (JISM) در توسعه و تکامل تحت مجوز بین‌المللی کربتیو کامنز با شرایط انتساب-غیرتجاری 4.0 منتشر می‌شود.

© نویسندگان

مقدمه

در عصر حاضر، سرعت تحول در فناوری و بازار به حدی است که سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند تنها بر پایه تجربه‌های گذشته یا مدل‌های سنتی تصمیم‌گیری، آینده خود را تضمین کنند. اقتصاد دیجیتال، جهانی شدن، و ظهور رقبای نوآور در کنار ناپایداری‌های ژئوپلیتیک، فضایی را شکل داده‌اند که در آن، آینده‌نگری، انعطاف‌پذیری و استفاده از ابزارهای پیشرفته تحلیلی برای بقا و رشد سازمان‌ها ضرورتی اجتناب‌ناپذیر به شمار می‌روند. در چنین فضایی، مدیریت استراتژیک مرزهای تازه‌ای را تجربه می‌کند؛ مرزهایی که با فناوری‌های نوظهوری چون هوش کوانتومی، بلاک‌چین، هوش مصنوعی و رویکردهایی نظیر بازی‌سازی و نقشه‌های ذهنی هوشمند پیوند خورده‌اند.

شماره زمستان ۱۴۰۳ مجله حاضر، با تکیه بر این واقعیت‌ها، مجموعه‌ای از شش مقاله تحقیقی و کاربردی را فراهم کرده است که هر یک حوزه‌ای بدیع از مدیریت استراتژیک را روشن‌تر می‌سازند.

نخستین مقاله، «شبیه‌سازی سناریوهای آینده‌پژوهی در مدیریت استراتژیک با هوش کوانتومی» نوشته قاسم محبی، جلال ایزدی‌خواه و مجید اسماعیلی، رویکردی تازه را در تلفیق آینده‌پژوهی و مفاهیم کوانتومی عرضه می‌کند. این پژوهش نشان می‌دهد که چگونه سازمان‌ها می‌توانند با استفاده از الگوهای هم‌پوشانی کوانتومی، سناریوهای متعدد و گاه متناقض را به صورت هم‌زمان تحلیل کرده و در مواجهه با عدم قطعیت‌های فزاینده، آمادگی بالاتری کسب کنند. از نظر روش‌شناسی، این مقاله نه تنها بر مبانی نظری هوش کوانتومی تکیه دارد، بلکه یک مدل عملی برای استفاده از آن در برنامه‌ریزی و سناریونگاری ارائه می‌دهد.

در مقاله دوم با عنوان «بازی‌سازی در مدیریت استراتژیک: تحول تصمیم‌گیری مدیریتی با الهام از طراحی بازی‌های دیجیتال» به قلم زهره باباخانی، محمد رضا نصرتی و یاور دارابی، توجه پژوهشگران به استفاده از تکنیک‌های طراحی بازی برای ایجاد انگیزه و افزایش مشارکت در فرایندهای تصمیم‌گیری جلب می‌شود. بازی‌سازی پیش‌تر در زمینه‌های آموزش و بازاریابی به خوبی شناخته شده است، اما در عرصه مدیریت استراتژیک کمتر از آن استفاده شده بود. این مقاله ضمن اشاره به مبانی نظری بازی‌سازی، الگوی جامعی را ارائه می‌دهد که ارکان اصلی بازی‌های دیجیتال (نظیر امتیازدهی، سطوح، دستاوردها و ساختار رقابتی) را در

تصمیم‌سازی‌های مدیریتی تلفیق می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که اعمال ساختارهای بازی‌گونه در سازمان، می‌تواند خلاقیت و تعامل افراد را هنگام مواجهه با مسائل پیچیده استراتژیک افزایش دهد.

در مقاله سوم، «استفاده از بلاک‌چین در تدوین استراتژی‌های سازمانی: چشم‌انداز جدید امنیت و شفافیت» که توسط ماهان صابری، شایان نظرنیا و احمد خلیلی فرنگاشته شده است، یکی از هیجان‌انگیزترین فناوری‌های دهه اخیر، یعنی بلاک‌چین، مورد تحلیل استراتژیک قرار می‌گیرد. اگرچه بلاک‌چین در ابتدا بیشتر با حوزه‌های مالی (نظیر رمزارزها) شناخته شد، اما پتانسیل این فناوری برای ایجاد شفافیت، حذف واسطه‌ها و تأمین امنیت داده‌ها در سطح کلان، اکنون در حال آشکار شدن است. نویسندگان مقاله بیان می‌کنند که چگونه سازمان‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از بلاک‌چین، ساختار استراتژی‌های خود را از اساس دگرگون سازند؛ برای مثال، در زنجیره تأمین، ثبت تغییرناپذیر تراکنش‌ها و اطلاعات می‌تواند اعتماد ذی‌نفعان و مشتریان را به‌طور معناداری افزایش دهد. همچنین، این مقاله دیدگاه جامعی از موانع احتمالی، نظیر هزینه‌های پیاده‌سازی و ملاحظات حقوقی، ارائه می‌دهد تا مدیران درک شفاف‌تری از الزامات حرکت به سمت راهکارهای غیرمتمرکز داشته باشند.

مقاله چهارم، «طراحی نقشه‌های ذهنی هوشمند برای توسعه خلاقیت در مدیریت استراتژی» به قلم علی اصغر روستایی، هادی سیفی پور و مرتضی مرادی، بر نقش ابزارهای بصری و سیستم‌های هوشمند در توانمندسازی مدیران متمرکز است. نقشه‌های ذهنی مدت‌هاست به‌عنوان ابزاری برای ایده‌پردازی و سازمان‌دهی مفاهیم به کار می‌روند؛ اما گسترش هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی، فرصت‌های تازه‌ای برای خودکارسازی و هوشمندسازی این نقشه‌ها فراهم کرده است. یافته‌های مقاله حاکی از آن است که با ترکیب الگوریتم‌های تحلیل داده، سامانه‌های توصیه‌گر و نقشه‌های ذهنی، می‌توان به راهکارهایی خلاقانه در مسائلی پیچیده نظیر تدوین استراتژی‌های رقابتی یا بهبود فرایندهای نوآوری دست یافت. این روش، به‌ویژه در سازمان‌هایی که با حجم بالایی از اطلاعات مواجه هستند، ابزار ارزشمندی برای کاهش زمان تصمیم‌گیری و افزایش عمق تحلیل به‌شمار می‌رود.

پنجمین مقاله، «مدیریت استراتژیک داده‌های ژرف: چگونه تحلیل داده‌های ناشناخته را به مزیت رقابتی تبدیل کنیم؟» نوشته ابراهیم امیرخانی، جمشید سروستانی و امیرحسین باروتیان، به موضوعی می‌پردازد که در پی گسترش داده‌های بزرگ، در حال برجسته‌تر شدن

است: داده‌های ژرف (Deep Data) این داده‌ها، در مقایسه با داده‌های سطحی یا ساختاریافته، نیازمند رویکردهای تحلیل پیچیده‌تری هستند؛ چراکه گاه در لایه‌های پنهان شبکه‌های اجتماعی، حسگرهای اینترنت اشیا یا پایگاه‌های اطلاعاتی ناهماهنگ نهفته‌اند. به کارگیری ابزارهای هوش مصنوعی و یادگیری عمیق در مدیریت استراتژیک، می‌تواند سازمان‌ها را قادر سازد تا از این اطلاعات ناشناخته، بینش‌هایی انحصاری به دست آورند و از رقبای پیشی بگیرند. مقاله، ضمن بررسی چالش‌های فنی و سازمانی، با مثال‌های عینی نشان می‌دهد که چگونه می‌توان تحلیل این داده‌ها را در سطح تصمیم‌گیری استراتژیک نهادینه ساخت.

سرانجام، مقاله «مدیریت استراتژیک اخلاق در عصر هوش مصنوعی» «نوشته سمانه رحمانی، ایرج ذولفقاری و منوچهر سماوات»، بر اهمیت رو به رشد مسائل اخلاقی در فضای مدرن کسب‌وکار تأکید می‌کند. توسعه سریع هوش مصنوعی و الگوریتم‌های یادگیری ماشینی، اگرچه مزایای انکارناپذیری را در زمینه پیش‌بینی دقیق، بهینه‌سازی فرایندها و خلق ارزش به همراه دارد، اما در عین حال، مسائلی نظیر تبعیض الگوریتمی، حفظ حریم خصوصی، پاسخ‌گویی و شفافیت تصمیم‌گیری خودکار را نیز به دنبال می‌آورد. این مقاله تلاش می‌کند با ارائه چارچوبی برای تلفیق اصول اخلاقی و مسئولیت اجتماعی در سطوح مختلف مدیریت استراتژیک، نشان دهد که رویکرد اخلاق‌مدارانه نه تنها مانعی برای پیشرفت سازمانی نیست، بلکه می‌تواند به‌عنوان مزیتی پایدار در برندسازی و اعتمادسازی نیز عمل کند.

نتیجه‌گیری

شماره زمستان ۱۴۰۳ مجله حاضر، تصویری جامع از تنوع و تکثر رویکردهای نوین در مدیریت استراتژیک ارائه می‌دهد. شش مقاله معرفی‌شده، اگرچه در نخستین نگاه به موضوعاتی کاملاً متمایز می‌پردازند، اما در یک نقطه کلیدی اشتراک دارند: لزوم به‌روزرسانی مداوم ابزارها، نگرش‌ها و ارزش‌های سازمان‌ها برای مواجهه با فضایی مملو از پیچیدگی و عدم قطعیت. از «هوش کوانتومی» که آینده‌پژوهی را به سطحی چندبعدی می‌برد تا «بلاک‌چین» که امنیت و شفافیت در تدوین استراتژی‌های سازمانی را متحول می‌کند، از «نقشه‌های ذهنی هوشمند» در خلق راهکارهای نوآورانه گرفته تا «داده‌های ژرف» که در لایه‌های ناشناخته جهان دیجیتال نهفته‌اند و می‌توانند مزیتی منحصربه‌فرد برای سازمان‌ها

ایجاد کنند، همگی نشان‌دهنده ضرورت بهره‌گیری از دانش روز و فناوری‌های پیشرفته در مسیر استراتژی‌پردازی است.

در همین حال، مقاله بازی‌سازی به ما یادآوری می‌کند که انسان‌ها در فرایندهای تصمیم‌گیری، موجوداتی پیچیده با انگیزه‌ها و الگوهای رفتاری متنوع هستند و می‌توان از جذابیت و پویایی فضای بازی برای افزایش مشارکت و خلاقیت آن‌ها استفاده کرد. همچنین، توجه به اخلاق در مدیریت استراتژیک هوش مصنوعی، وجه انسانی و ارزشی این تحول بزرگ را برجسته می‌سازد؛ چراکه در صورت غفلت از جنبه‌های اخلاقی، اعتماد کاربران و مشتریان به سازمان سلب خواهد شد و آسیب‌های جبران‌ناپذیری در پی خواهد داشت.

در مجموع، می‌توان گفت این مجموعه مقالات، تلاشی جامع در جهت هم‌گرایی ابعاد فنی، نوآورانه و اخلاقی مدیریت استراتژیک است. مدیران و پژوهشگرانی که قصد دارند در این عرصه پیشرو باشند، ناگزیرند با چشم‌اندازی چندبعدی به آینده بنگرند، از ابزارهای دیجیتال و داده‌محور بهره ببرند، و در عین حال، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اخلاقی را در اولویت‌های خود قرار دهند. امید است مطالب ارائه‌شده در این شماره، الهام‌بخش تحقیقات آتی و نیز راهنمایی عملی برای سازمان‌هایی باشد که جویای نوآوری، رقابت‌پذیری و پایداری در دنیای پرشتاب امروز هستند.

منابع

- Arute, F., et al. (2019).** Quantum supremacy using a programmable superconducting processor. *Nature*, 574(7779), 505–510.
- Barton, M., & Wiseman, R. (2020).** Complex decision-making in strategic management: A review of AI and future methodologies. *Journal of Strategic Management*, 45(1), 122–140.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014).** *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W.W. Norton & Company.
- Dufresne, A., et al. (2019).** Scenarios for future strategic decision-making in a digital world. *Journal of Future Studies*, 40(2), 35–48.