

الاستكشاف هو عملية ابتكارية تُركز على اختبار أفكار وبدائل جديدة، بهدف تشجيع استخدام التجارب والتوقعات المستقبلية لفهم قوى السوق وتقييم الفرص بسرعة أكبر من المنافسين. (الشريفي، 2017). غالباً ما يكون الاستكشاف جذرياً، مُصمماً لتلبية احتياجات العملاء والأسواق الناشئة، وابتكار تصاميم وأسواق جديدة. (Jansen, 2005; SMihalache, 2012). يُشير مفهوم الاستكشاف، وفقاً لـ (Matjaz، 2014)، إلى قدرة المنظمة على التعرف على احتياجات ورغبات أصحاب المصلحة الجدد من خلال استيعاب أفكارهم الاستباقية، وتحويلها إلى منتجات وعمليات مبتكرة. (Ayuso et al. 2006). يتطلب التصميم الفعال للمنتجات والخدمات الجديدة تلبية احتياجات جميع أصحاب المصلحة. (Pujari et al. 2003). تركز ممارسات الاستكشاف على تحسين مستمر وابتكار، مع التركيز على السمات الأساسية والمساعدة، بالإضافة إلى المعايير التقليدية مثل الاقتصادية والجودة، ودمج معايير الاستدامة الاجتماعية والبيئية. (Espinosa &، 2011).