

شناسایی قابلیت‌های پویا برای تدوین و اجرای استراتژی پرتفولیو: مطالعه موردی یک هلدینگ پایین دستی نفت و گاز

محمد حسین صبحیه

دانشیار مدیریت پروژه و ساخت،

دانشگاه تربیت مدرس

sobhiyah@modares.ac.ir

احمد زرگری زنوز

کارشناس ارشد مدیریت پروژه و ساخت،

دانشگاه تربیت مدرس

ahmad.zargarizonouz@gmail.com

هانی اربابی

استادیار مدیریت پروژه و ساخت،

دانشگاه تربیت مدرس (نویسنده مسئول)

arbabih@modares.ac.ir

حسین آقای تبریزی

مدیر توسعه و نظارت بر طرح‌ها،

گروه گسترش نفت و گاز پارسیان

h.agmaie.t@gmail.com

در محیط کسب و کار ناپایدار کنونی لازم است تا استراتژی سازمان در موقعیت‌های مناسب تغییر کند تا سازمان‌ها بتوانند خود را با شرایط جدید منطبق سازند. برای مواجهه با این تغییرات، سازمان نیازمند قابلیت‌هایی به نام قابلیت‌های پویا می‌باشد. در سازمان‌های چند کسب و کاره، استراتژی‌های پرتفولیو برای مدیریت استراتژیک کسب و کارهای متنوعی که سازمان از طریق آن‌ها به مشتریان خود خدمت‌رسانی می‌کند، تدوین، اجرا و کنترل می‌شوند. با توجه به ضرورت پویایی استراتژی‌های پرتفولیو، هدف اصلی این مطالعه شناسایی قابلیت‌های پویا برای تدوین و اجرای استراتژی پرتفولیو در بخش پایین دستی نفت و گاز ایران می‌باشد. برای این منظور با استراتژی مطالعه موردی به بررسی یکی از هلدینگ‌های پتروشیمیایی ایران پرداخته می‌شود. ابزار گردآوری داده مصاحبه و بررسی اسناد و مدارک سازمان بوده است. از مهم‌ترین قابلیت‌های پویای مدیریت پرتفولیو می‌توان به مدیریت تعهدات اجتماعی، مدیریت مسائل زیست‌محیطی، مشارکت با سازمان‌های برتر پتروشیمیایی دنیا، توسعه و تکامل زنجیره ارزش و مدیریت اکوسیستم تجاری پایین دستی اشاره کرد.

واژگان کلیدی: قابلیت‌های پویا، استراتژی پرتفولیو، بخش پایین دستی نفت و گاز

۱. مقدمه

باتوجه به تغییرات شدید محیطی، سازمان‌ها ناگزیر از برنامه‌ریزی بلندمدتی هستند که نه تنها آن‌ها را در انجام فعالیت‌های روزمره‌شان یاری رساند بلکه بتواند در تعامل با محیط خارجی دور و نزدیک سازمان، تهدیدات پیش‌رو را حدس زده و در خصوص مقابله با آن‌ها به منظور استفاده‌ی بهینه از فرصت‌های شناخته شده موجود، راهکارهای اجرایی مفیدی را ارائه نماید. چنین برنامه‌ریزی‌هایی را برنامه‌ریزی استراتژیک می‌نامند که در سطوح مختلف سازمانی می‌توانند جاری‌سازی شوند (اعرابی و دهقان، ۱۳۸۹). یکی از این سطوح اصلی سازمان‌ها، سطح کلان سازمان است. سازمان در این سطح با این سوال اساسی مواجه است: سازمان یا سازمان مادر باید منابع خود را در چه کسب‌وکارهائی سرمایه‌گذاری کند؟ این سوال در رابطه با تصمیم‌گیری‌های استراتژیک پرتفولیوی سازمان در مورد طیفی از کسب‌وکارهائی است که سازمان باید سرمایه و تلاش‌های مدیریتی خود را در آن‌ها سرمایه‌گذاری کند، مطرح می‌باشد (دیوید، ۲۰۰۲).

با افزایش تغییرات و پویائی‌های محیط و پیچیدگی فزاینده آن، وضعیت دگرگون شده است؛ و علاوه بر آن، با گذشت زمان، الگوهای بوروکراتیک مبنی بر خطی بودن رابطه علت و معلول و قابل پیش‌بینی بودن امور، به هم ریخته است. براین اساس نیاز به پیش‌بینی و برنامه‌ریزی، جای خود را به سازگاری و انطباق‌پذیری پویا داده است و لازم است تا سیستم خود را به صورت مستمر با محیط سازگار نماید. به عبارتی، برای مواجهه با شرایط پویا، باید یادگیرنده، انطباق‌پذیر، پاسخ‌گو، سازگار، آینده‌نگر، نوآور و متمایز باشد (الوداری و همکاران، ۱۳۹۲). پس سازمان انطباق‌پذیر سازمانی است که فرآیندهای کسب‌وکار آن بطور مستمر با شرکا، رقبا، مشتریان،

تامین کنندگان و بازار یکپارچه شده و بتواند به تقاضای مشتریان، فرصت‌های بازار و تهدیدات خارجی واکنش نشان دهد (کاپور^۱ و همکاران، ۲۰۰۳).

بر اساس بررسی‌های صورت گرفته مزیت اصلی صنایع پایین دستی نفت و گاز ایران، تولید در مقیاس جهانی با اتکا به دریافت خوراک فراوان با قیمت رقابتی بوده است. این مزیت در حالی برای صنعت پتروشیمی کشور وجود داشته که اخیراً با چالش‌هایی همراه شده است. افزایش قابل توجه و غیررقابتی قیمت خوراک دریافتی از واحدهای بالادستی و تاثیر آن بر سودآوری این صنعت در ایران، بهره‌برداری از منابع جدید خوراک در جهان و سرمایه‌گذاری گسترده در صنایع پتروشیمی در کشورهای منطقه، کاهش جهانی بهای انرژی و به دنبال آن افت شدید قیمت محصولات پتروشیمی، کاهش شدید حاشیه سود محصولات پتروشیمی، رشد هزینه‌های سرمایه‌گذاری و کوچک بودن بازارهای محلی و خصوصی سازی بخش پایین دستی با اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی و توجه بخش خصوصی به سودآوری و البته ناکارآمدی در واگذاری مجتمع‌ها به صورت غیریکپارچه و کاهش ارزش افزوده از جمله چالش‌های این صنعت در کشور است.

بنابراین عدم وجود ثبات رویه و شرایط بسیار متغیر داخلی از یک سو و همچنین چالش‌های خارجی اشاره شده در بالا و تغییرات شدید فناوری و شرایط بازارهای جهانی از سوئی دیگر، آینده‌ی صنایع پایین دستی نفت و گاز کشور را آبدستن تغییرات احتمالی فراوانی قرار داده است و چگونگی انطباق سریع استراتژی‌های سازمان بخصوص استراتژی پرتفولیو با این تغییرات مسأله‌ای است (ریوز^۲ و همکاران، ۱۳۹۵) که سازمان‌های امروزی به خصوص سازمان‌های پایین دستی نفت و گاز را با چالش جدی مواجه کرده است.

-
1. Kapoor
 2. Reeves

سازمان‌ها برای ادامه بقای خود به منابع مختلفی نیاز دارند و برای استفاده بهینه از این منابع باید به قابلیت‌هائی ویژه و منحصر بفردی مجهز شوند و آن را تقویت کنند تا بتوانند ضمن انطباق با شرایط متغیر، امکان کسب و تداوم مزیت‌های رقابتی را از طریق ارائه ارزشی متمایز به مشتریان برای سازمان فراهم ساخته تا بتوانند به رشد سودآور برسند (هورواث^۱، ۲۰۱۴). این تاکید بر منابع و قابلیت‌ها بعنوان مبنای استراتژی بنگاه با عنوان "شایستگی‌های کلیدی سازمان" رواج پیدا کرد. به طور کلی هر چه نرخ تغییر در محیط بیرونی بنگاه بیشتر باشد احتمال بیشتری وجود دارد که منابع و قابلیت‌های داخلی دیدگاه منبع محور^۲، نسبت به تمرکز بر بازارهای بیرونی مبنای مطمئنی برای استراتژی بلندمدت فراهم کند (گرنٹ، ۱۳۹۴). تیس و همکاران^۳ (۲۰۰۷) برای پاسخ‌گویی به مسأله‌ی انطباق‌پذیری سریع سازمان با تغییرات محیطی، قابلیت‌های پویا را ارائه کرده است. چشم‌انداز قابلیت‌های پویا با بیان این موضوع که ایجاد و تجدید منابع غیر قابل تقلید در محیط متغیر کنونی تا چه میزان ارزشمند است و بازسازی آن‌ها تا چه حد مشکل است، مبحث مربوط به دیدگاه منبع محور را بسط می‌دهد. تیس قابلیت‌های پویا را بصورت توانائی سازمان در تلفیق، ساخت و پیکربندی مجدد قابلیت‌های درونی و بیرونی در مقابله با محیط‌های به سرعت در حال تغییر تعریف می‌کند. مطالعات تجربی نقش قابلیت‌های پویا در اصلاح قابلیت‌های عملیاتی مانند بازاریابی، تکنولوژی، توسعه محصول جدید و یکپارچگی با تامین کنندگان را نشان داده اند اما قابلیت‌ها در سطوح مختلف سازمان وجود دارند برای مثال در یک سازمان پروژه محور ممکن است هم در سطح پروژه و هم در سطح پرتفولیو قابلیت‌های پویایی مورد نیاز باشد (بیسنثال^۴ و همکاران، ۲۰۱۸). با توجه به پویایی محیطی صنعت نفت، گاز و پتروشیمی ضرورت توجه به قابلیت‌های پویا در این صنعت مورد توجه برخی از پژوهشگران قرار گرفته است که عموماً بر

1. Horwath
2. Resource-Based View (RBV)
3. Teece et al.
4. Biesenthal

صنعت بالادستی نفت و گاز تاکید شده است (ساد^۱ و همکاران، ۲۰۱۴؛ شوئن^۲ و همکاران، ۲۰۱۴؛ گریفین^۳ و همکاران، ۲۰۱۴؛ فیلر و تیس^۴، ۲۰۱۴). برای مثال در کشورهای در حال توسعه مانند ایران که وابستگی شدیدی به صادرات نفت دارند، شوک‌های قیمت نفت بر اقتصاد آن‌ها تبعات بسیاری دارد (باستانی و همکاران، ۱۳۹۶)، که در ایران با توجه به مساله تحریم‌های نفتی این تاثیر صد چندان می‌شود که به نوبه خود موجب بروز نا اطمینانی‌هایی مانند نا اطمینانی نرخ ارز و نا اطمینانی تورم می‌شود (بابکی و همکاران، ۱۳۹۶). بنابراین، اهمیت صنعت پایین دستی در این کشورها در حال پررنگ تر شدن نسبت به گذشته است. در سیاست‌های کلان دولت تاکید بر تغییر جهت اقتصاد متکی به درآمدهای حاصل از فروش نفت، گاز و سایر ذخایر زیرزمینی به سمت ایجاد صنایع پایین دستی دیده می‌شود تا ضمن ایجاد ارزش افزوده بالاتر زمینه اشتغال زایی بیشتر نیز فراهم آید. امروزه صنایع پایین دستی مانند پتروشیمی به محوری انکار ناپذیر در صادرات غیر نفتی ایران تبدیل شده است که با توسعه نظام مند صنایع پایین دستی می‌توان به یکی از بزرگترین صادر کنندگان پتروشیمی در جهان تبدیل شد (ولی زاده و همکاران، ۲۰۱۷). اما این توسعه نظام مند با توجه به پویایی‌های محیطی نیازمند ابزارها و قابلیت‌هایی است که سازمان‌ها را در این مسیر یاری رساند.

بنابراین سؤال اصلی پژوهش این‌گونه مطرح می‌شود: چه قابلیت‌های پویایی را می‌توان برای تدوین و اجرای استراتژی پرتفولیوی سازمان در بخش پایین دستی نفت و گاز شناسایی کرده و به کار گرفت؟ با توجه به مطالب ذکر شده هدف غایی پژوهش حاضر، شناسایی قابلیت‌های پویا برای تدوین و اجرای استراتژی پرتفولیوی در بخش پایین دستی نفت و گاز ایران می‌باشد.

-
1. Saad
 2. Shuen
 3. Griffin
 4. Feiler & Teece

در ادامه مبانی نظری مرتبط با استراتژی پرتفولیو و قابلیت‌های پویا ارائه می‌گردد. سپس روش پژوهش مورد استفاده تشریح می‌شود. در بخش بعد نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نمایش داده می‌شود. نهایتاً بخش آخر به نتیجه‌گیری به همراه ارائه‌ی پیشنهادها و راهکارهای سازنده به عنوان ماحصل پژوهش حاضر خواهد پرداخت.

۲- مرور ادبیات موضوع

۲-۱- تعاریف و مفاهیم استراتژی

ناتوانی در اوج بخشیدن به تفکر برای تعیین جهت استراتژیک می‌تواند تأثیرات مخرب بلندمدتی بر سازمان داشته باشد. پژوهش‌ها علت اصلی افت درآمدی سازمان‌ها را به تصمیمات ضعیف در خصوص استراتژی مرتبط می‌سازد (هارتونگ^۱، ۲۰۰۹).

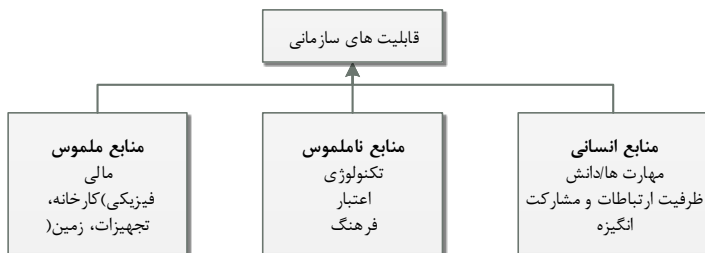
اگرچه نسبت دادن شکست‌های سازمان به عوامل خارجی مانند اقتصاد، آسان است، اما واقعیت این است که تصمیمات در خصوص استراتژی علت ۷۰٪ شکست‌ها در طول زمان را توضیح می‌دهد (اولسان و همکاران^۲، ۲۰۰۸). استراتژی را می‌توان تخصیص هوشمندانه منابع محدود، از طریق سیستم منحصراً بفریدی از فعالیت‌ها به منظور دستیابی به عملکرد برتر و متمایز نسبت به رقبا در خدمت‌رسانی به مشتریان دانست (هورواث، ۲۰۱۴). استراتژی در سازمان‌ها در سطوح مختلفی وجود دارد که یکی از سطوح آن سطح استراتژی شرکتی می‌باشد که به جهت‌گیری‌های کلان سازمان می‌پردازد. استراتژی پرتفولیو یکی از زیرمجموعه‌های استراتژی شرکتی است که به انتخاب کسب و کارهایی که سازمان قصد سرمایه‌گذاری در آن‌ها دارد می‌پردازد (پورک^۳، ۲۰۱۴). با توجه به پویایی محیط کنونی مزیت رقابتی پایدار بر مبنای استراتژی‌های تدوین شده و غیر منعطف، جای خود را با مفهوم مزیت رقابتی ناپایدار عوض کرده است به عبارت دیگر طبق نظر پژوهشگران برای مدیریت استراتژی در عصر کنونی نیازمند افزودن چارچوب‌ها و

-
1. Hartung
 2. Olson et al.
 3. Purce

ابزارهای جدیدی به استراتژی هستیم (مک کراث، ۱۳۹۴) یعنی سازمان باید قابلیت‌های مورد نیاز برای بهره‌مندی از فرصت‌های جدید را به سرعت در خود ایجاد کند که در بخش‌های بعدی به مفاهیمی که برای این منظور اخیراً مطرح شده‌اند اشاره خواهد شد (تیس، ۲۰۰۷).

۲-۲- قابلیت سازمانی

قابلیت سازمانی "ظرفیت بنگاه برای استفاده از منابع به منظور رسیدن به نتیجه نهائی مطلوب است" (هلفات و لیبرمن^۱، ۲۰۰۲). ترکیب کردن منابع برای ایجاد قابلیت، مستلزم اقدامات آگاهانه و سیستماتیک از سوی مدیریت است. منابع دارایی‌های مولد سازمان هستند. قابلیت‌ها آن چه سازمان قادر به انجام آن است می‌باشد. منابع به تنهایی منجر به ایجاد مزیت رقابتی نمی‌شوند، بلکه این منابع باید در کنار یکدیگر به کار گرفته شوند تا منجر به قابلیت سازمانی شوند. ترکیب منابع مختلف برای شکل‌دهی قابلیت سازمان در شکل (۱) مصور شده است. قابلیت سازمانی زمانی که از طریق استراتژی مناسب به کار گرفته شود مبنایی برای مزیت رقابتی ایجاد می‌کند (گرن^۲، ۱۳۹۵). قابلیت به دانش، مهارت و روندهائی اشاره دارد که به توانائی سازمان برای خلق و ارائه ارزش برتر برای مشتریان اطلاق شده است (لیو و همکاران^۳، ۲۰۱۲).



شکل ۱. ترکیب منابع برای ایجاد قابلیت (گرن^۲، ۱۳۹۵)

1. Helfat and Lieberman
2. Grant
3. Liu et al.

بنابراین قابلیت سازمانی، ظرفیت سازمان برای استفاده از منابعش در انجام فعالیت‌های به‌خصوص به منظور خلق ارزش می‌باشد که بر روی منابع کلیدی انجام می‌گیرند تا پیش‌ران موفقیت استراتژی باشند و از این منظر منابع را در راهی به مصرف رسانند که ارزش متمایزی را برای کسب و کار ایجاد نمایند (هورواث، ۱۳۹۳).

۲-۴- قابلیت‌های پویا^۱

گرنٹ (۱۳۹۵) معتقد است استراتژی به معنای منطبق کردن منابع و قابلیت‌های بنگاه با فرصت‌های موجود آمده محیط بیرونی است. در طول دهه ۱۹۹۰، نظرات مربوط به نقش منابع و قابلیت‌ها به عنوان مبنای اصلی استراتژی بنگاه و منشا اصلی سودآوری در آن چه که به عنوان نظریه منبع‌محور درباره بنگاه نامیده می‌شود، یکپارچه شد. دیدگاه منبع‌محور^۲ اهمیت چندانی برای رهبری استراتژیک سازمان، در گسترش و ایجاد قابلیت‌های پویا و فرایندهای ارزش‌آفرین قائل نمی‌شد (بارنی^۳، ۱۹۹۱). چشم‌انداز قابلیت‌های پویا با بیان این موضوع که ایجاد و تجدید منابع غیرقابل تقلید در محیط متغیر کنونی تا چه میزان ارزشمند است و بازسازی آن‌ها تا چه حد مشکل است، مبحث مربوط به دیدگاه منبع‌محور را بسط می‌دهد. دیدگاهی با محوریت قابلیت‌های پویا در زمینه‌ی استراتژی رقابتی، برای توضیح دادن دلیل موفقیت برخی از سازمان‌ها در محیط متغیر و چالش‌برانگیز بازار استفاده می‌شود (ایسنهارت و مارتین^۴، ۲۰۰۰ و تیس و همکاران، ۲۰۰۷). قابلیت‌های پویا، سازماندهی‌ها یا رویه‌های استراتژیکی هستند که مدیران به وسیله‌ی آن‌ها منابع‌شان را جمع‌آوری و آن‌ها را یکپارچه کرده و ترکیب‌های جدیدی از آن‌ها می‌سازند تا استراتژی‌های جدید و ارزش‌آفرینی را بسازند (گرنٹ، ۱۳۹۵). "قابلیت"، اعم از پویا و عملیاتی توانایی انجام وظیفه یا فعالیتی خاص مفهوم‌سازی می‌شود. قابلیت عملیاتی منجر به ادامه حیات سازمان در زمان حال می‌شوند، در حالی که قابلیت پویا به تغییر

1. Dynamic Capabilities
2. Resource Based View of the firm (RBV)
3. Barney
4. Eisenhart and Martin

توجه دارد. برخی پژوهشگران تعیین مرزی شفاف بین این دو را مشکل می‌دانند و معتقد هستند برخی قابلیت‌ها ممکن است هم برای اهداف عملیاتی و هم پویا مناسب باشند (هلفات و وینتر^۱، ۲۰۱۱). از نظر هلفات و همکاران^۲ (۲۰۰۷) قابلیت‌های پویا گونه‌های مختلفی دارند، برخی قابلیت‌های پویا سازمان را قادر می‌سازند تا وارد کسب‌وکارهای جدید شود و یا کسب‌وکارهای قبلی را از طریق رشد داخلی گسترش دهد. قابلیت‌های پویای دیگر به سازمان در ایجاد محصولات و فرایندهای تولید جدید یاری می‌رسانند. برخی قابلیت‌های پویا نیز مشتمل بر قابلیت‌های مدیران برای تغییر سازمان به گونه‌ای سودمند هستند. مثال‌هایی از قابلیت‌های پویا عبارتند: از قابلیت ادغام شدن با سایر سازمانها، قابلیت اتحاد استراتژیک^۳ و تولید محصول جدید. برخی قابلیت‌های پویا نیز به سازمان در خصوص الزامات جدید محیط زیستی و پایداری کمک می‌رسانند (دنگلیکو^۴ و همکاران، ۲۰۱۷) چارچوب قابلیت‌های پویا می‌تواند برای سازماندهی بینش استراتژیک در سه فعالیت مورد استفاده قرار گیرد: درک^۵، تصرف^۶ و تبدیل^۷ (تیس، ۲۰۰۷). این سه فعالیت در شکل (۲) به تصویر کشیده شده‌اند.



شکل ۲. ساختار قابلیت‌های پویا (تیس، ۲۰۰۷)

درک: درک (و شکل دهی) فرصت‌ها فعالیتی است که نیازمند پایش، خلق^۸، یادگیری و تفسیر^۹ است. سرمایه‌گذاری در پژوهش معمولاً جز ضروری این قابلیت است. برای این منظور سازمان باید دائماً در پایش، جستجو و کشف تکنولوژی‌ها و بازارها باشد. برای این منظور

1. Winter
2. Helfat et al.
3. Alliances
4. Dangelico
5. Sensing
6. Seizing
7. Transforming
8. Create
9. Interpretative

نیازهای پنهان مشتری نیز باید جستجو شوند. یادگیری از نیازهای مشتری نیز وجه دیگری از این قابلیت است. وقتی که نمایی از فرصت‌ها ظاهر گشت، سازمان باید درصدد تفسیر آن برآید. سازمان باید مشخص نماید که چه زمانی تکنولوژی ارتقا می‌یابد و چه زمانی رقبا، تامین کنندگان و مشتریان به آن رو می‌آورند (تیس، ۲۰۰۷).

تصرف: زمانی که فرصت (تکنولوژی و بازار) درک شد، باید از طریق محصول، فرایند و یا خدمت مورد خطاب قرار داده شود. این فعالیت نیازمند سرمایه‌گذاری در توسعه^۱ و تجاری سازی است. برای تحقق هدف راه‌های متعدد سرمایه‌گذاری وجود دارد که باید از میان آن‌ها دست به انتخاب زده شود. مورد خطاب قرار دادن فرصت‌ها مشتمل بر حفظ و بهبود شایستگی‌های تکنولوژیکی است تا زمانی که فرصت آماده استفاده شد، بتوان سرمایه‌گذاری سنگینی روی آن تکنولوژی و طراحی انجام داد تا بتوان پذیرش مشتری را اخذ کرد. اما این فعالیت به زمان، نحوه و چگونگی سرمایه‌گذاری ختم نمی‌شود بلکه سازمان باید مدل کسب‌وکار مناسب انتخاب و یا ایجاد نماید تا استراتژی تجاری سازی آن و اولویت‌های سرمایه‌گذاری بر مبنای آن مشخص شود (تیس، ۲۰۰۷).

تبدیل (مدیریت تهدیدها و پیکربندی مجدد): عامل کلیدی در دستیابی به مزیت رقابتی درازمدت، استعداد ترکیب مجدد و شکل دهی مجدد دارایی‌ها و ساختارهای سازمانی همسو با تغییرات بازار و تکنولوژی است. به عبارت دیگر برای حصول موفقیت باید کاری انجام داد. برای این کار سازمان باید فرهنگ سازمانی و ساختارهای پاداش مورد نیاز را شکل دهد و استعدادها را مرتبط با به کار گیرد (تیس، ۲۰۰۷). تعاریف مختلفی از قابلیت‌های پویا در ادبیات ارائه شده است که در شکل (۲) جمع‌بندی شده است.

1. Development

جدول ۱. تعاریف قابلیت‌های پویا

| منبع | تعریف قابلیت پویا |
|--------------------------------------|---|
| (تیس، ۲۰۰۷) | قابلیت‌های پویا، فرایندهای سازمان که از منابع (علی‌الخصوص فرایندهای یکپارچه‌سازی، چیدمان دوباره، آزادسازی و کسب دوباره‌ی منابع) استفاده می‌کنند تا با تغییرات بازار انطباق پیدا کرده و یا حتی در آن تغییر ایجاد کنند. |
| (آیزنهارت و مارتین، ۲۰۰۰) | قابلیت پویا به مجموعه‌ای از فرایندهای ویژه و قابل شناسایی نظیر توسعه‌ی محصول، تصمیم‌گیری استراتژیک و ایجاد انطباق اطلاق می‌شود. |
| (زولو و وینتر ^۱ ، ۲۰۰۲) | الگوی با ثبات و آموخته شده یک مجموعه فعالیت که سازمان به طور سیستماتیک، روتین‌های عملیاتی خود را توسط آن شکل می‌دهد و تاصلاح می‌کند تا به بهبود اثر بخشی دست یابد. (در این تعریف الزامی به متغیر بودن محیط دیده نمی‌شود). |
| (زهر ^۲ و همکاران، ۲۰۰۶) | قابلیت پویا به قابلیت بازچینش منابع و رویه‌های سازمان به شیوه‌ای که توسط تصمیم‌گیرندگان پیش‌بینی و تلقی می‌شود. |
| (هلفات ^۷ و همکاران، ۲۰۰۷) | قابلیت‌های پویا تحت عنوان «ظرفیت یک سازمان برای ایجاد ^۳ ، گسترش ^۴ و اصلاح ^۵ هدفمند پایگاه منابع ^۶ » تعریف شده است. |
| (تیس، ۲۰۱۰) | قابلیت پویا قابلیت سازمان برای یک‌پارچه‌سازی، ایجاد و بازچینش شایستگی‌های داخلی و خارجی به منظور بررسی محیط‌های به‌شدت متغیر می‌باشد. |
| (بارتو ^۸ ، ۲۰۱۰) | قابلیت پویا، پتانسیل سازمان برای حل نظام‌مند مسائل می‌باشد که این پتانسیل نیز با توجه به درک فرصت‌ها و تهدیدها، گرفتن تصمیمات به‌هنگام و مبتنی بر بازار و تغییر پایگاه منبع شکل می‌گیرد. |

1. Zollo and Winter
2. Zahra
3. Create
4. Extend
5. Modify
6. Resource base
7. Helfat
8. Barreto

۲-۵- قابلیت‌های پویای حوزه نفت و گاز

در بحث قابلیت‌های پویا در صنعت نفت و گاز، شوئن^۱ و همکاران (۲۰۱۴) به این نتیجه رسیدند که قابلیت‌های پویا در صنعت نفت و گاز نقشی اساسی دارند. در این صنعت، مدیران عمومی و عملیاتی که مسئولیت‌های تصمیم‌گیری استراتژیک دارند، با چالش‌های مهمی روبرو هستند که می‌تواند باعث افزایش پیچیدگی شوند. این عوامل شامل رشد تقاضا برای منابع انرژی، تکنولوژی‌های جدید که به شکل غیرمرسوم ظهور کرده‌اند و افزایش رقابت می‌شوند. این عوامل نیازمند راهکاری جدید برای مدیریت استراتژیک می‌باشد.

تاکنون مطالعاتی در خصوص قابلیت‌های پویا در بخش بالادستی نفت و گاز صورت پذیرفته است (شوئن و همکاران، ۲۰۱۴). اما تفاوت‌هایی در این دو بخش وجود دارد که ضرورت بررسی در بخش پایین دستی را خصوصاً در شرایط کشور ما ضروری می‌کند. برای مثال نفت خام، ورودی عمده برای محصولات پالایشگاهی است و گاز فرآوری شده و گاز طبیعی مواد اولیه عمده برای محصولات پتروشیمیایی است. بنابراین قیمت نفت خام به طور مستقیم یا غیر مستقیم بر سوآوری شرکت‌های بالادستی و پایین دستی نفتی تاثیر می‌گذارد. زمانی که قیمت نفت خام افزایش پیدا می‌کند، سودآوری صنایع بالادستی نفت افزایش پیدا می‌کند اما سودآوری صنایع پتروشیمیایی و پالایشگاهی کاهش می‌یابد زیرا هزینه خوراک نفت و گاز افزایش پیدا کرده است (ادنر^۲ و هلفات، ۲۰۰۳). تفاوت مهم دیگر این است برخلاف بخش بالا دستی صنعت نفت، بخش پایین دستی نفت به صورت مستقیم با مصرف‌کنندگان در ارتباط است. ادنر و هلفات (۲۰۰۳) به بررسی قابلیت‌های پویای مدیریتی بخش پتروشیمی امریکا در دوره ای از بحران قیمت نفت پرداختند و اظهار داشتند که قابلیت‌های پویای مدیریتی همانند

1. Shuen
2. Adner

قابلیت‌های شناختی بر عملکرد بخش پایین دستی نفت و گاز امریکا اثر گذار است. در ادامه به جمع‌بندی قابلیت‌های شناسائی شده در حوزه نفت و گاز پرداخته شده است.

جدول ۲. قابلیت‌های پویای بخش نفت و گاز (نگارندگان)

| منبع | بخش | قابلیت‌های پویای شناسائی شده |
|---------------------------------------|------------|---|
| (ادنر و هلفات، ۲۰۰۳) | پایین دستی | قابلیت‌های مدیریتی پویا مانند قابلیت‌های شناختی، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی |
| (لس و مارتین ^۱ ، ۲۰۱۳) | پایین دستی | درک مقررات جدید در خصوص الیاندگی صنایع و تغییر مدل کسب و کار برای مواجهه با آن |
| (الشراه ^۲ و همکاران، ۲۰۱۰) | پایین دستی | استفاده از مدل‌های تصمیم‌گیری چند متغیره برای اتخاذ تصمیم در خصوص استراتژی‌های پایداری |
| (شوئن و همکاران، ۲۰۱۴) | بالادستی | نظارت بر ارائه‌ی اطلاعات سروقت و مرتبط در زمینه‌ی وضعیت کنونی قابلیت‌های سازمان تا رهبران بتوانند تصمیمات استراتژیک مربوط به پرتفولیو را بگیرند. |
| (فیلر ^۳ و تیس، ۲۰۱۴) | بالادستی | هماهنگ‌سازی استراتژیک منابع انسانی: به منظور استخدام، آموزش و به‌کارگیری استعدادها به شکلی بهینه تا سازمان‌ها و پروژه‌های دارای بالاترین ارزش اقتصادی بتوانند از آن‌ها بهره بگیرند. |
| (فیلر و تیس، ۲۰۱۴) | بالادستی | مدیریت بهینه‌ی دوقطبی تمرکزگرایی-تمرکززدایی؛ به منظور اطمینان‌دادن به مدیران سازمان‌ها به منظور ارتباط تصمیم‌های مدیریتی‌شان با مشخصات سازمان و در عین حال، پشتیبانی از مرکزیت سازمان به منظور برقراری ارتباطات و همکاری‌های لازم و همچنین بازدهی و تأثیرات کیفی. |

1. Iles & Martin
2. Al-Sharrah
3. Feiler

| منبع | بخش | قابلیت‌های پویای شناسایی شده |
|---------------------------------------|----------|---|
| (گارسیا ^۱ و همکاران، ۲۰۱۴) | بالادستی | یادگیری به‌موقع در درون سازمان، علی‌الخصوص در مواقعی که کارها بین چند سازمان و بر روی شبکه‌ها صورت می‌گیرند. |
| (گارسیا و همکاران، ۲۰۱۴) | بالادستی | هماهنگ‌سازی شراکت‌های درونی و بیرونی که برای تکمیل فرایند ارزش‌آفرینی لازم هستند. |
| (هی برگ ^۲ ، ۲۰۱۴) | بالادستی | توانایی سازمان (یا مشارکت با دولت و چند سازمان دیگر) در زمینه‌ی ایجاد زیرساخت و تکنولوژی‌هایی که به اشتراک گذاشته می‌شود. |
| (شوئن و همکاران، ۲۰۱۴) | بالادستی | دو جانبه بودن در دامنه‌های بالغ و در حال ظهور. |
| (شوئن و همکاران، ۲۰۱۴) | بالادستی | توانایی مدیریت اکوسیستم تجاری بالادستی |
| (شوئن و همکاران، ۲۰۱۴) | بالادستی | توانایی مدیریت سلامت، حفاظت و امنیت و ملاحظات محیطی در سازمان‌های چند ملیتی و در تمام اکوسیستم تجاری. |
| (هی برگ، ۲۰۱۴) | بالادستی | توانایی سازمان برای اختراع زنجیره‌ی جدیدی از ارزش‌ها. |

۲-۶- چارچوب مفهومی قابلیت‌های پویا در این مطالعه

طبق نظر مکس ول (مکس ول^۳، ۲۰۱۴) چارچوب مفهومی عبارت است از محصول نوشتاری و یا بصری که یا صورت داستان وار و یا گرافیکی عوامل، مفاهیم و متغیرهای کلیدی که باید مطالعه شوند و روابط میان آن‌ها را توضیح می‌دهد. ایمندا (ایمندا^۴، ۲۰۱۴) تفاوت میان چارچوب نظری و چارچوب مفهومی را این‌گونه تشریح می‌کند که چارچوب نظری در مواردی که یک نظریه مبنای

1. Garcia
2. Heiberg
3. Maxwell
4. Imenda

شکل دهی چارچوب است استفاده می‌شود ولی چارچوب مفهومی به بیان عوامل و متغیرهایی که الزاما نظریه ای پشت آن‌ها نیست به کار می‌رود. عبارت دیگری که تفکیک آن از مفاهیم فوق گاهها دشوار است مدل مفهومی می‌باشد. ارپ و همکاران (ارپ و اِنِت، ۱۹۹۱) برای توصیف واژه مدل اظهار داشتند که کلمه مدل معانی مختلفی را برای افراد مختلف در بر می‌گیرد و برای مثال برای برخی به معنای چارچوب مفهومی و روشی برای سازماندهی و یکپارچه کردن اطلاعات می‌باشد، برخی آن را دیگرامی که روابط آماری و ریاضی بین متغیرها را می‌سنجد دانسته اند. آن‌ها در نهایت تعریفی از مدل که عبارت است از نموداری که رابطه ی علی بین مفاهیم را نشان می‌دهند پذیرفته اند. با توجه به مطالب پیش گفته استفاده از عبارت چارچوب مفهومی بنا به رویکرد این پژوهش انتخاب می‌شود. برای شکل دهی چارچوب مفهومی این پژوهش، ادبیات پیشین مورد مطالعه قرار گرفت و عناصری که مرتبط با قابلیت‌های پویا بود در جدول گرد اوری شد. با توجه به این که در اکثر پژوهش‌های صورت گرفته در خصوص قابلیت‌های پویا، دسته بندی سه مرحله‌ای درک، تصرف و تبدیل که توسط تیس (۲۰۰۷) بیان شده بود، مورد استفاده قرار گرفته بود، در پژوهش پیش رو نیز همین دسته-بندی سه مرحله ای انتخاب گردیده است. هدف از ارائه این چارچوب مفهومی کمک به تهیه شیوه نامه مصاحبه می‌باشد.

۳- روش‌شناسی پژوهش

جدول ۳. عناصر مرتبط با قابلیت‌های پویا در پژوهش‌های پیشین برای شکل دهی چارچوب مفهومی پژوهش حاضر

| دسته | کارکرد | عناصر | پژوهشگران |
|------|--|---|--|
| ۱.۱ | سیستم تحلیلی و ظرفیت‌های فردی | فرایندهایی برای نفوذ در پیشرفت‌های دانش و تکنولوژی خارج سازمان | (هلفات و پتراف ^۱ ، لی و لیو ^۲ ، ۲۰۱۴؛ لاندستروم و آلوسون ^۳ ، ۲۰۱۰؛ تیس، ۲۰۰۷؛ تیس، ۲۰۱۴؛ ویلدرن و گادرگن ^۴ ، ۲۰۱۵؛ ویلدرن و همکاران، ۲۰۱۳) |
| | برای یادگیری و درک، فیلتر کردن، شکل د دهی و تنظیم فرصت‌ها | انتخاب تکنولوژی‌های جدید فرایندهایی برای شناسایی بخش‌هایی از بازار هدف، تغییر نیازهای مشتریان و نوآوری مشتریان فرایندهایی برای شناسایی نوآوری تامین‌کنندگان و تکمیل‌کنندگان | |
| | ساختارها، رویه‌ها و طراحی‌ها و مشوق‌های سازمانی برای درک فرصت‌ها | تعریف راه‌حلی برای مشتریان و مدل‌های جدید کسب و کار انتخاب مرزهای سازمانی برای مدیریت کامل‌های قابلیت‌های کنونی سازمان انتخاب رویه‌های تصمیم‌گیری ایجاد وفاداری و تعهد | |
| | همسویی مستمر و بازآرایی دارایی‌های ملموس و غیر ملموس سازمان | همکاری تخصصی و مشارکت ^۵ مدیریت دانش تمرکز زدایی و تجزیه پذیری نزدیک ^۶ حاکمیت | |
| ۱.۲ | همسویی مستمر و بازآرایی دارایی‌های ملموس و غیر ملموس سازمان | همکاری تخصصی و مشارکت ^۵ مدیریت دانش تمرکز زدایی و تجزیه پذیری نزدیک ^۶ حاکمیت | (هلفات و پتراف ^۱ ، لی و لیو ^۲ ، ۲۰۱۴؛ لاندستروم و آلوسون ^۳ ، ۲۰۱۰؛ تیس، ۲۰۰۷؛ تیس، ۲۰۱۴؛ ویلدرن و گادرگن ^۴ ، ۲۰۱۵؛ ویلدرن و همکاران، ۲۰۱۳) |

1. Peteraf
2. Li & Liu
3. Lundström & Olovsson
4. Wilden & Gudergan
5. Lings
6. Co-specialization
7. Near Decomposability

۳-۱- ماهیت پژوهش

پژوهش حاضر از آنجا که قصد توسعه و بسط نظریه قابلیت‌های پویا در یک حوزه جدید را دارد پژوهشی توسعه‌ای به شمار می‌آید و از طرفی دیگر چون به دنبال شناسایی قابلیت‌های پویا برای تدوین و اجرای استراتژی پرتفولیو در بخش پایین دستی نفت و گاز نیز می‌باشد می‌توان از نظر ماهیت آن را یک پژوهش توصیفی-اکتشافی نیز دانست.

۳-۲- استراتژی پژوهش

از آن جایی که ما در این پژوهش به دنبال شناسایی و کشف عمیق فرآیندها و روال‌های خاص و ویژه‌ای برای یک سازمان هستیم که تقلید و کپی‌برداری از آن برای سایر رقبا دشوار باشد، رویکرد کیفی رویکرد مناسب‌تری نسبت به رویکرد کمی می‌باشد. به بیان کرسول زمانی پژوهش کیفی انجام می‌دهیم که نیاز به کسب فهم پیچیده موضوع بحث انگیز^۱ (در این جا قابلیت‌های سازمانی) هستیم. پژوهش کیفی انجام می‌دهیم چرا که مترصد فهم بسترها یا شرایطی هستیم که مشارکت کنندگان مطالعه در آن جا مسئله یا موضوع بحث انگیز مد نظر را تجربه کرده اند (کرسول، ۱۳۹۱). رویکرد پژوهش استقرائی بوده چرا که در پژوهش‌های کیفی حرکت از جز به کل می‌باشد و پژوهشگر به بررسی جزئیات و طبقه‌بندی آن‌ها می‌پردازد تا قابلیت‌های پویا را برای تدوین و اجرای استراتژی پرتفولیو در بخش پایین دستی نفت و گاز شناسایی نماید.

در پژوهش حاضر، پژوهشگر طی زمان به بررسی یک سیستم (یک مورد) می‌پردازد و این کار را با گردآوری داده تفصیلی و عمیق از مآخذ اطلاعاتی چندگانه (مصاحبه‌ها، اسناد و گزارش‌ها) و ارائه توصیفی از مورد و مضمون‌های مبتنی بر مورد انجام می‌دهد و به دنبال کشف و شناسایی قابلیت‌های جدیدی در حوزه سازمانی است (ین^۲، ۲۰۱۷)، بنابراین بهترین استراتژی

1. Issue
2. Yin

پژوهش برای دستیابی اهداف مذکور در یک بخش و حوزه خاص یعنی سازمان پایین دستی نفت و گاز، استراتژی مطالعه‌موردی می‌باشد.

۳-۲- انتخاب نمونه موردی

سطح تحلیل برای اشاره به مقیاس جامعه هدف پژوهش مورد استفاده قرار می‌گیرد. از آن جایی که ما در صدد بررسی قابلیت‌های پویا برای تدوین و اجرای استراتژی پرتفولیو هستیم، سطح تحلیل در این مطالعه سازمان است. یعنی نمونه مورد با توجه به هدف ما، مطالعه سازمان پایین دستی در بخش نفت و گاز ایران است. برای انتخاب نمونه درست از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. یعنی نمونه مورد نظر باید معیارهایی را پوشش دهد، لذا نمونه مورد مطالعه باید سازمانی باشد که الف) در ایران باشد، ب) در بخش پایین دستی نفت و گاز فعال باشد و، ج) دارای پرتفولیو^۱ غنی از پروژه‌ها و عملیات باشد و د) محاط شده در یک محیط متغیر باشد تا امکان بررسی پویایی استراتژی پرتفولیو و بازآرایی منابع و قابلیت‌ها برای انطباق با شرایط جدید در آن فراهم باشد.

برای انتخاب سازمانی که معیارهای چهارگانه فوق را برآورده سازد، با بررسی‌های صورت گرفته و مصاحبه با صاحب نظران پایین دستی نفت و گاز، سه "گروه^۲ الف"، "گروه ب" و "گروه پ" شناسایی شد. اما مهم‌ترین متغیر برای انتخاب گزینه نهایی، بررسی "زیرساخت‌های لازم برای پویایی استراتژی پرتفولیو" می‌باشد. برای این منظور شاخص‌های لازم برای تحقق این شرط براساس مراجعه به ادبیات و قضاوت خبرگان گردآوری شد. این نتایج در جدول (۳) درج گردیده است.

۱. استراتژی پرتفولیو در سازمان‌های با چند کسب‌وکار وجود دارد. در صنعت پایین دستی نفت گاز ایران سازمان‌هایی که دارای پرتفولیوهای متعدد باشند غالباً به صورت گروه که معادل holding اداره می‌شوند.

2. Holding

جدول ۳. بررسی پویایی استراتژی پرتفولیو سازمان‌های منتخب از مرحله اول (نگارندگان)

| ردیف | شاخص‌های مورد بررسی | گروه الف | گروه ب | گروه پ |
|------|---|----------|--------|--------|
| ۱ | خروج از کسب و کارهای موفق جهت تامین فرصت‌های جدید | x | x | ✓ |
| ۲ | تمایل برای آزمایش فرصت‌های جدید به جای تحلیل روندهای گذشته | x | x | ✓ |
| ۳ | سازمان‌دهی مجدد جهت دستیابی به ساختاری جدید و مورد نیاز برای از فرصت‌های جدید است | x | ✓ | ✓ |
| ۴ | معطوف ساختن بخشی از منابع به پروژه‌های نوآورانه در کنار سایر پروژه‌ها | ✓ | x | ✓ |
| ۵ | شروع ایده از مشتریان و نوآوری برای کمک به رفع نیاز آنها | x | ✓ | ✓ |
| ۶ | گروه استراتژی گسترده و دارای پیشینه متفاوت | x | x | ✓ |
| ۷ | دارای واگذاری‌های خوب و هوشمندانه | ✓ | x | ✓ |

بنابراین مطابق نتایج دست آمده از بررسی پویایی استراتژی پرتفولیو در سه "گروه الف"، "گروه ب" و "گروه پ"، تنها "گروه پ" دربرگیرنده تمامی معیارهای مورد نیاز برای انتخاب شدن به عنوان نمونه این پژوهش بود. "گروه پ" بزرگترین هلدینگ پتروشیمیایی ایران است که دارای سازمان مادر حاکمیتی و چندین شرکت در بخشهای پتروشیمی و پالایشگاه است.

۳-۳- انتخاب افراد مطلع

در این پژوهش با توجه به تازگی و ناشناخته بودن رویکرد مورد نظر و تخصصی بودن موضوع پژوهش و محدود بودن افراد مجرب و دارای دانش کاربردی مرتبط با موضوع پژوهش، در نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی استفاده شده است بدین ترتیب که با شروع مصاحبه از یک بخش، افرادو بخش‌های مورد نیاز بعدی شناسائی و تا اشباع نظری موضوع ادامه پیدا کرده است. مشخصات مصاحبه‌شوندگان در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴. لیست افراد مصاحبه شده (نگارندگان)

| تعداد مصاحبه | سابقه | سمت مصاحبه شونده‌گان | ارکان سازمانی | |
|--------------|--------------|--|--|----------------|
| ۴ | بالای ۳۰ سال | مدیر توسعه و نظارت بر طرحها | سازمان مادر گروه پ | |
| ۳ | ۸ سال | کارشناس ارشد برنامه‌ریزی و مطالعات اقتصادی | | |
| ۱ | ۱۲ سال | مشاور استراتژیک سازمان | | |
| ۱ | بالای ۳۰ سال | مشاور پالایشگاهی مدیرعامل | | |
| ۱ | بالای ۳۰ سال | مدیر کنترل تولید | پالایشگاهی سازمان‌های تابعه پتروشیمی | |
| ۱ | ۲۷ سال | مدیرعامل | | ت ^۱ |
| ۱ | بالای ۳۰ سال | مدیرعامل | | ش |
| ۲ | بالای ۳۰ سال | رئیس هیئت مدیره | | ک ^۱ |
| ۱ | ۲۶ سال | مدیرعامل | | ک ^۲ |
| ۱ | بالای ۳۰ سال | مدیرعامل | ز | |
| ۱۷ | | کل مصاحبه‌ها | | |

۳-۴- گردآوری داده

برای گردآوری داده از رویکرد مصاحبه نیمه‌ساختار یافته و بررسی اسناد و مدارک سازمان استفاده شده است. برای انجام مصاحبه ابتدا، شیوه‌نامه مصاحبه^۲ تهیه شد. هدف از شیوه‌نامه، شفاف کردن نقشه راه مصاحبه و بالا بردن قابلیت اعتبار مراحل گردآوری و تحلیل داده است. سوالات مصاحبه

۱. به منظور حفظ محرمانگی اطلاعات، فقط حرف نخست شرکت‌های تابعه ذکر شد است.

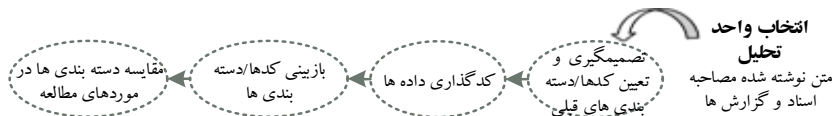
2. Interview Protocol

مطابق با پیوست ۱ که در انتهای مقاله آمده است در چهار بخش تهیه شد: بخش الف) اطلاعات جمعیت‌شناسی در خصوص فرد و مشخصات سازمان، بخش ب) اطلاعات کلی در خصوص قابلیت‌های پویا، بخش ج) اطلاعات خاص در خصوص پروژه‌ها و استراتژی پرتفولیو و بخش د) اطلاعات در خصوص قابلیت‌های پویا در صنعت نفت و گاز. برای تهیه سوالات بخش ب مصاحبه از چارچوب مفهومی پژوهش مطابق با جدول استفاده شد. برای تهیه سوالات بخش ج از استاندارد مدل بلوغ سازمانی مدیریت پروژه (پی.ام. آی^۱، ۲۰۱۳) بهره‌جسته شد و برای تهیه سوالات بخش د از جدول ۲ بهره‌جسته شد. قبل از مصاحبه، خلاصه مسئله پژوهش و سئوالات مصاحبه برای مصاحبه‌شوندگان ارسال گردیده تا افراد بتوانند علاوه بر آمادگی بهتر برای مصاحبه، در صورت امکان و نیاز سایر اسناد و مدارک مربوطه را نیز تهیه کنند.

مصاحبه‌ها در محل دفتر کار مدیران و پیش از آغاز ساعات کار اداری صورت گرفت، تا وقفه‌ای در حین مصاحبه ایجاد نشود. در ابتدا مقدمه‌ای در خصوص قابلیت‌های پویا ذکر شد و سپس پاسخ آن‌ها در خصوص سوالات مصاحبه اخذ می‌شد. طبق شیوه‌نامه مصاحبه، نکات کلیدی مصاحبه‌ها در طول مصاحبه نوشته می‌شد تا تمرکز مصاحبه‌گر را بالا برده و ذهن او را درگیر نکات کلیدی که مبنای سوالات باز بعدی مصاحبه بودند، بکند. علاوه بر آن، مصاحبه‌ها ضبط می‌شد. هر مصاحبه بین ۶۰ الی ۹۰ دقیقه به طول می‌انجامید. منبع دیگر گردآوری اطلاعات، اسناد، مدارک و گزارشات سازمانی بود، گزارشاتی از قبیل سند استراتژی پرتفولیو گروه، و گزارش‌های عملکرد مورد بررسی قرار گرفتند.

۳-۵- تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش تحلیل محتوای کیفی^۱ استفاده شد. تحلیل محتوای کیفی برای تحلیل داده‌ها از فرآیند نظام‌مند کدگذاری و یافتن دسته‌بندی‌ها استفاده می‌کند. تحلیل محتوای کیفی خود بر دو گونه استقرایی و قیاسی قابل انجام است (چو و لی، ۲۰۱۴). با توجه به اینکه در این مطالعه از چارچوب بسط یافته الوسون و لانداستورم (۲۰۱۰) برای دسته‌بندی قابلیت‌ها، استفاده شد، رویکرد قیاسی تحلیل محتوای مورد استفاده قرار گرفت. در این رویکرد برخلاف رویکرد استقرایی تحلیل محتوای که هیچ‌گونه پیش‌نویسی برای دسته‌بندی‌ها و کدها وجود ندارد، از مبانی نظری برای شکل‌گیری اولیه کدها و دسته‌بندی‌ها استفاده می‌شود. مراحل این رویکرد در شکل (۳) به تصویر کشیده شده است.



شکل ۳. رویه رویکرد قیاسی در تحلیل محتوای کیفی (چو و لی، ۲۰۱۴)^۲

اولین گام انتخاب واحد تحلیل است، که در این جا با توجه به این که از مصاحبه استفاده شده بود، متن پیاده‌سازی حاصل از صوت مصاحبه‌ها و اسناد و گزارش‌های سازمانی به عنوان واحد تحلیل یعنی آنچه مورد تحلیل قرار می‌گیرد، انتخاب شد. سپس کدهای (قابلیت‌های پویایی) شناسایی شده در پژوهش‌های پیشین به عنوان مبنای کدگذاری‌های جدید مورد استفاده قرار گرفت و سخنان مصاحبه‌شوندگان حول آن‌ها کدگذاری مجدد شد. البته بنا به بستر خاص

1. Qualitative Content Analysis
2. Cho and Lee

مصاحبه نظیر واقع شدن در ایران و بخش پایین دستی نفت و گاز موجب بروز بازنگری در کدهای پیشین شد. بدین صورت که برخی کدها ادغام، برخی حذف و برخی اضافه شدند.

۳-۶- روایی و پایایی

برای بررسی روایی از روش قضاوت کارشناسان استفاده شد و سوالات مصاحبه را با افراد خیره در آن بخش بررسی شد تا مطمئن شویم جوانب مختلف در نظر گرفته شده است یا خیر؟ و این که سوالات به اندازه کافی جامع، شفاف و واضح هستند یا خیر؟ بدین طریق روایی ابزار گردآوری بررسی گردیده است. علاوه بر آن به دلیل استفاده از روش کثرت‌گرایی در گردآوری داده یعنی گردآوری داده از چند منبع قابلیت اعتبار داده‌ها بیشتر است. هم‌چنین پس از اتمام مصاحبه و پیاده‌سازی آن خروجی کار و نتایج بدست آمده برای مصاحبه‌شوندگان ارسال شد و نظر مجدد آنها در این خصوص نتایج مصاحبه مورد پرسش واقع شد، تا از صحت درک مصاحبه‌گران اطمینان حاصل شود. وجود شیوه‌نامه مصاحبه نیز در بالا بردن قابلیت اعتبار داده‌ها نقشی بسزا دارد. نتایج نهایی کدگذاری نیز به قضاوت سه خبره گذارده شد و مورد تایید قرار گرفت.

۴- یافته‌ها

در فاز میدانی با بررسی گزارش‌های مکتوب مصاحبه‌ها و بررسی سایر اسناد و مدارک و ضمن توجه قرار دادن کدهای ادبیات پیشین، بخش‌های مهم متون مورد تحلیل، استخراج گردید و به صورت جملات کوتاه و دقیق نوشته شد. سپس جملات کوتاه به صورت کد و عبارات کوتاه و مفهومی تبدیل گردید. در این مرحله به ۶۸ کد اولیه معنادار و دقیق حاصل شد و در مرحله بعدی به بازنگری و بازبینی کدها از طریق بازبینی ادبیات پرداختیم و در نهایت کدهای استخراج شده و بازبینی شده را طبقه‌بندی کردیم که در جدول ۵ بخشی از خلاصه مصاحبه‌ها و کدهای استخراجی آورده شده است.

جدول ۵. خلاصه مصاحبه و کدگذاری (نگارندگان)

| ردیف | خلاصه مصاحبه | برخی کدهای اولیه |
|------|---|---|
| ۱ | سازمان ما بدنبال کشف روندها و مسیرهای گوناگون و تحلیل آنها در جهت کسب فرصت‌های جدید و مقابله با تهدیدات می‌باشد | تحلیل روندها آتی کسب و کار |
| ۲ | اگر در تحلیل‌های خود به این نکته رسیدیم که لازم است جهت بهره‌گیری از فرصتی و مزیتی جدید و مطلوب در آینده از کسب و کار موفق خود دست برداریم این کار را انجام می‌دهیم | کناره‌گیری از کسب و کارهای فعلی با رصد فرصت‌های نوظهور |
| ۳ | با اطمینان به سیستم رصدگری فرصت‌ها و شجاعت رهبران و مدیران در مواقع لازم تغییرات و تحولات غیرقابل باور را انجام داده و از ثمرات آن بهره می‌گیریم | اقدامات هوشمندانه و شجاعانه در تصمیمات کسب و کاری |
| ۴ | از بینش‌های جدید بدست آمده و نتایج تحلیل‌های انجام گرفته برای ایجاد الگوئی بهینه برای تصمیم‌سازی برای مدیران ارشد استفاده می‌کنیم | الگوسازی برای تصمیم‌گیری استراتژیک |
| ۵ | با ایجاد تمایز در تولید محصولات و خدمات سعی در توجه به تعهدات اجتماعی و رشد و تقویت برند خود در داخل و خارج را داریم | توسعه و ارتقای نام تجاری با تکیه بر تمایز |
| ۶ | منابع انسانی و مغزافزاری از اهمیت خاصی در درک و تصمیم‌گیری برای جذب فرصت‌ها و اجرای سریع تغییرات برخوردار بوده و پویایی سازمان در جهت ایجاد تمایز از طریق ترکیب دارائی‌های فیزیکی و نامشهود ایجاد و توسعه می‌یابد | ترکیب هوشمندانه دارائی‌های محسوس و نامحسوس برای ایجاد تمایز |
| ۷ | برقراری تعادل و توازن داخلی میان کسب و کارهای مختلف یک سازمان در جهت پاسخ‌گویی بهینه و نظام‌مند به نیازهای میان آنها ظرفیت و قابلیت بسیار مهم و حائز اهمیتی است که سازمان‌های فعال در بخش پایین‌دستی در جهت تأمین خوراک و سایر نیازها و الزامات همدیگر، بایستی از آن برخوردار باشند | قابلیت ایجاد تعادل و توازن داخلی پرتفولیو کسب و کار |
| ۸ | سازمان ضمن شناسایی بازارهای بکر در سراسر دنیا نسبت به گسترش دامنه بازارها و مشتریان محصولات و خدمات | گسترش دامنه بازارها و مشتریان محصولات و خدمات |

| ردیف | خلاصه مصاحبه | برخی کدهای اولیه |
|------|--|--|
| ۹ | پویا نگه داشتن آمادگی ذهنی افراد و مدیران سازمان جهت اقدام مناسب و بهنگام در مواجهه با تغییرات | اقدام موثر و بهنگام با آمادگی و پویایی ذهنی ارکان سازمان |
| ۱۰ | توجه به محصولات استراتژیک در سبد محصولات و خدمات از اهمیت و جایگاه ویژه در مباحث مدیریتی و کنترلی سازمان ما برخوردار است | مدیریت محصولات استراتژیک |
| ۱۱ | تفکر استراتژیک، نوآوری، انعطاف پذیری و پیش‌بینی براساس تحلیل داده‌ها و روندهای موجود در بخش‌های مختلف از ارکان اصلی پلتفرم تصمیم‌سازی سازمان بشمار می‌آیند | پلتفرم تصمیم‌سازی لازمه استمرار در اختیارگیری فرصت‌ها |
| ۱۲ | سازمان از طریق ایجاد مشارکت‌های مختلف در بخش‌ها و صنایع گوناگون در پی تأثیرگذاری در مدیریت اکوسیستم تجاری پایین‌دستی می‌باشد | مشارکت برای مدیریت اکوسیستم تجاری پایین‌دستی |
| ۱۳ | با توجه به نیازهای داخل کشور به تولید برخی اقلام داروئی خاص و توجه به تعهدات اجتماعی در این عرصه، با مشارکت برندهای مطرح این حوزه وارد عمل شده‌ایم | مشارکت برای تولیدات داروئی و توجه به تعهدات اجتماعی |
| ۱۴ | برای مدیریت مناسب پرتفولیو در طول زمان سازمان نیازمند یک هسته مرکزی قدرتمند بوده و متناسب با حجم کارهای سازمان در طول زمان می‌توان محدوده این هسته را با نیروهای دیگری تقویت کرد | ساختاری انعطاف‌پذیر متشکل از هسته مرکزی یا ستاد چابک و قدرتمند |

در مرحله بعدی سراغ کدهای استخراج شده از خلاصه مصاحبه‌ها رفته و با ترکیب هوشمندانه و ارتباطی منطقی به مفاهیمی رسیده‌ایم که پایه و اساس رسیدن به مقوله‌های فرعی بوده‌اند. در این مرحله ما به بیش از ۹۰ مفهوم رسیده‌ایم که بخشی از این مفاهیم در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶. مفاهیم حاصل از کدگذاری (نگارندگان)

| مفاهیم | |
|--------|--|
| ۱ | رصد محیط داخلی و خارجی |
| ۲ | قابلیت ایجاد توازن و تعادل داخلی پرتفولیو |
| ۳ | مشارکت برای ارائه ارزشی متمایز و برتر |
| ۴ | بهره‌گیری از افراد شایسته و رصدگر |
| ۵ | ارزش‌آفرینی منابع انسانی با مدیریت هدفمند |
| ۶ | اقدام هوشمندانه و شجاعانه به تصمیمات |
| ۷ | شکست هوشمندانه و اصلاحات بهنگام |
| ۸ | ایجاد بینش‌هایی برای بهبود تصمیم‌سازی در سازمان |
| ۹ | پلتفرم تصمیم‌سازی لازمه استمرار در اختیارگیری فرصت‌ها |
| ۱۰ | قابلیت قطع ارتباط در پویایی استراتژی پرتفولیو |
| ۱۱ | چابکی در استراتژی پرتفولیو با مدیریت قطع ارتباط بهنگام |
| ۱۲ | ارتباط موثر و دوسویه جهت ارتقای نوآوری و کنترل هوشمندانه |
| ۱۳ | تصمیم‌گیری یکپارچه و هماهنگ با اتکا برسیستم‌های مدیریتی نوین |
| ۱۴ | ساختار متشکل از هسته مرکزی قدرتمند یا ستاد چابک و قوی |
| ۱۵ | تصمیم‌گیری مبتنی بر تفکر استراتژیک و پیش‌بینی روندهای آتی |
| ۱۶ | تعهدات اجتماعی برای مقابله با مسائل زیست‌محیطی |
| ۱۷ | مشارکت برای تولید محصولات نوآورانه |
| ۱۸ | مشارکت برای توسعه بازارهای محصولات |
| ۱۹ | مدیریت برند، اعتبار و مالکیت معنوی |
| ۲۰ | مشارکت برای بهره‌گیری از مشاوره امکان‌سنجی و طراحی مفهومی |
| ۲۱ | ایجاد تعادل در ارتباطات داخلی پرتفولیو |

بعد از دستیابی به مفاهیم کلیدی و دقیق بدنبال ایجاد مقوله‌هایی هستیم که حد واسط میان مفاهیم و دسته‌ها می‌باشند و هر مقوله حداقل شامل ارتباط منطقی میان چند مفهوم کلیدی می‌باشد پس مقوله‌ها از ترکیب مفاهیم به دست آمده و پایه‌گذاری برای رسیدن به دسته‌ها را رقم

خواهند زد. در این پژوهش به بیش از ۴۸ مقوله مهم و اساسی رسیده‌ایم که در جدول ۷ به بخشی از مقوله‌ها اشاره شده است.

جدول ۷. مقوله‌های فرعی حاصل از ترکیب مفاهیم کدگذاری (نگارندگان)

| ردیف | مقوله‌های فرعی |
|------|--|
| ۱ | رصد محیط داخل و خارج سازمان و تحلیل روندهای آتی کسب‌وکار |
| ۲ | انطباق‌پذیری شرایط درونی و محیط بیرونی |
| ۳ | مدیریت و توجه به تعهدات اجتماعی |
| ۴ | بهره‌گیری از قابلیت رصدگری افراد خبره و شایسته که از ذهنی پویا و آماده برخوردارند |
| ۵ | توجه به مسائل زیست‌محیطی و کاهش پیامدهای ناشی از کسب‌وکار بر آن |
| ۶ | پویایی استراتژیک پرتفولیو |
| ۷ | قابلیت بازآرایی منابع برای اجرای تغییرات استراتژیک و جهت‌گیری سریع و بهنگام |
| ۸ | هوشمندی و شجاعت در اجرای تغییرات |
| ۹ | ایجاد هماهنگی بین ارکان داخلی پرتفولیو (تولید محصولات و خدمات، توسعه و مدیریت مالی) در جهت پویایی |
| ۱۰ | مدیریت اکوسیستم تجاری پایین‌دستی از طریق مشارکت |
| ۱۱ | الگوسازی برای تصمیم‌گیری صحیح استراتژیک |
| ۱۲ | نیروهای محرک برای ایجاد تمایز و نوآوری در سازمان |
| ۱۳ | فرآیندسازی مناسب در جهت بهره‌وری منابع انسانی |
| ۱۴ | قابلیت جذب سرمایه و تکنولوژی با مشارکت برای تولیدات متمایز و سازگار با محیط‌زیست |
| ۱۵ | مدیریت دوقطبی تمرکزگرائی و تمرکززدائی برای بهبود ظرفیت تصمیم‌گیری |
| ۱۶ | ساختار ستادی قوی و چابک و صف قوی برای مدیریت موثر تصمیم‌گیری |
| ۱۷ | گسترش و توسعه بسمت بازارها و مشتریان مستعدتر |
| ۱۸ | بهره‌گیری از سیستم‌های حافظه تعاملی و رصدگر زمینه‌ای برای بررسی دائمی و آنلاین تحولات و توجه به تفکرات استراتژیک |
| ۱۹ | تعهدات اجتماعی و توسعه مناسب زنجیره ارزش |
| ۲۰ | مشارکت هوشمندانه برای تسلط بر حال و پیش‌دستی برای آینده با رویکرد استراتژی دوگانه |
| ۲۱ | مدیریت و متعادل‌سازی صادرات بالادستی و واردات پایین‌دستی محصولات پتروپالایشگاهی |

در این مرحله از پژوهش از طبقه‌بندی، ترکیب و مقایسه باریک بینانه مقوله‌های فرعی به دست آمده از مرحله قبلی، مقوله‌های اصلی که همان دسته‌های قابلیت هستند را شکل می‌دهیم. در جدول ۹. دسته‌های شکل گرفته و برخی از مقوله‌های مرتبط نیز در جدول ۹ آورده شده است.

جدول ۸. قابلیت‌های پویای شناسائی شده برای تدوین و اجرای استراتژی پرتفولیو (نگارندگان)

| مقوله‌های اصلی (دسته‌های قابلیت) | مقوله‌های فرعی (قابلیت) |
|-------------------------------------|--|
| ۱) مدیریت تعهدات اجتماعی | مدیریت هوشمندانه و هدفمند تعهدات اجتماعی از طریق مشارکت برای تولید محصولات و خدمات متمایز در برخی حوزه‌های خاص از جمله بهداشت و سلامت مدیریت تعهدات اجتماعی در جهت افزایش اعتبار و وجهه مطلوب در عرصه ملی و بین‌الملل برای مشارکت با برندهای برتر مدیریت تعهدات اجتماعی برای کاهش پیامدهای زیست‌محیطی ناشی از فعالیت واحدهای پتروشیمی و پالایشگاهی مدیریت تعهدات اجتماعی برای کاهش پیامدهای زیست‌محیطی با ارائه مدل‌های جدید کسب و کار مدیریت تعهدات اجتماعی از طریق توسعه و تکامل زنجیره ارزش محصولات |
| ۲) توسعه و تکامل زنجیره ارزش | ظرفیت درک فرصت‌ها برای توسعه زنجیره ارزش توسعه و تکامل زنجیره ارزش در جهت کسب فرصت‌های فعلی و آتی نیروهای محرک برای ایجاد تمایز و نوآوری در سازمان گسترش و توسعه بسمت بازارها و مشتریان مستعدتر توسعه در جهت مدیریت اعتبار، خوشنامی و مالکیت معنوی بهره‌گیری از سیستم‌های حافظه تعاملی و رصدگر زمینه‌ای برای بررسی دائمی و آنالیز تحولات و توجه به تفکرات استراتژیک |
| ۳) مدیریت پویای مدل کسب و کار | انطباق‌پذیری شرایط درونی و محیط بیرونی پویایی استراتژیک پرتفولیو قابلیت برنامه‌ریزی و بودجه‌ریزی پویا الگوسازی برای تصمیم‌گیری صحیح استراتژیک مدیریت صحیح دارائی‌های اصلی و تکمیلی برای استمرار موفقیت توسعه مدل‌های جدید کسب و کار چابکی و چالاکی استراتژی پرتفولیو مدیریت و توسعه هوشمندانه محصولات استراتژیک |

| مقوله‌های اصلی | مقوله‌های فرعی (قابلیت) |
|--|--|
| (دسته‌های قابلیت) | |
| ۴) قابلیت مشارکت | <p>قابلیت جذب سرمایه و تکنولوژی با مشارکت برای تولیدات متمایز و سازگار با محیط‌زیست</p> <p>مشارکت با شرکای داخلی و خارجی</p> <p>مشارکت در جهت توسعه بازارها، تولید محصولات نوآورانه با شرکای برتر خارجی و مشاوره آنها در مباحث امکان‌سنجی و طراحی مفهومی</p> <p>مشارکت هوشمندانه برای تسلط بر حال و پیش‌دستی برای آینده با رویکرد استراتژی دوگانه</p> |
| ۵) مدیریت اکوسیستم تجاری پایین دستی | <p>ظرفیت درک فرصت‌ها</p> <p>توجه و رصد اکوسیستم تجاری پایین دستی</p> <p>بهره‌گیری از سیستم‌های حافظه تعاملی و رصدگر زمینه‌ای برای بررسی دائمی و آنالیز تحولات و توجه به تفکرات استراتژیک</p> <p>مدیریت اکوسیستم تجاری پایین دستی از طریق مشارکت</p> <p>مدیریت و متعادل‌سازی صادرات بالادستی و واردات پایین دستی محصولات پتروپالایشگاهی</p> <p>توسعه محصولات تولیدی بسمت نیازمندیهای استراتژیک داخلی و کاهش واردات محصولات پایین دستی</p> |
| ۶) مدیریت دوقطبی تمرکزگرائی و تمرکززدائی | <p>ایجاد ساختاری منعطف برای مدیریت پویای سازمان و واحدهای تابعه</p> <p>هدایت منابع انسانی بگونه‌ای هدفمند و ارزش‌آفرین</p> <p>ساختار مرکزی قوی و چابک برای نظارت و کنترل</p> <p>ساختار ستادی قوی و چابک و صف قوی برای مدیریت موثر تصمیم‌گیری</p> <p>فرآیندسازی مناسب در جهت بهره‌وری منابع انسانی</p> <p>مدیریت دوقطبی تمرکززدائی و تمرکزگرائی برای ایجاد ارتباط موثر بین بخش ستادی و صفی سازمان‌های هلدینگ</p> |
| ۷) قابلیت مدیریت تعادل پرتفولیو در سازمان دوسوتوان | <p>ایجاد توازن و تعادل داخلی پرتفولیو کسب‌وکار</p> <p>مدیریت برای متعادل کردن پرتفولیو با تعریف ترکیبی از پروژه‌های نرمال تا نوآورانه</p> <p>رصد محیط داخل و خارج سازمان و تحلیل روندهای آتی کسب‌وکار</p> <p>پویایی استراتژیک پرتفولیو</p> <p>بهره‌گیری از قابلیت پروژه‌ها برای هدایت تحولات فعلی و آتی سازمان</p> |

| مقوله‌های اصلی (دسته‌های قابلیت) | مقوله‌های فرعی (قابلیت) |
|--|--|
| <p>قابلیت مدیریت و هماهنگی برای پوشش بهینه نیازهای داخلی واحدهای موجود در پرتفولیوی سازمان</p> <p>مدیریت و هماهنگی یکپارچه نیازهای مشتریان مختلف سازمان برای تسلط بر حال و پیش دستی برای آینده در سازمان‌های دوسوتوان</p> <p>مدیریت برای متعادل کردن پرتفولیو با تعریف و مدیریت ترکیبی از پروژه‌های نرمال تا نوآورانه در جهت افزایش آمادگی ذهنی و بینشی سازمان</p> | <p>مدیریت و هماهنگی دارائی‌های تکمیلی از قبیل انبارهای ذخیره محصولات استراتژیک برای نزدیک شدن به بازارهای هدف</p> <p>مدیریت دارائی‌های تکمیلی از قبیل انبارهای ذخیره برای پاسخ‌گوئی سریع به درخواست‌های مشتریان</p> |
| ۷) قابلیت مدیریت یکپارچه | <p>مدیریت یکپارچگی و هماهنگی میان واحدهای پالایشگاهی و پتروشیمی در جهت تولید محصولات موردنیاز سازمان با حداکثر بهره‌وری و راندمان و کاهش پیامدهای زیست‌محیطی</p> <p>قابلیت مدیریت یکپارچه بخش‌های چهارگانه سازمان‌های مادر بخش پایین دستی (تولید محصولات، خدمات، توسعه و تأمین مالی) جهت بهبود در عملکرد و هم‌افزائی جهت ایجاد ظرفیتی مضاعف و بهبود یابنده</p> |
| ۸) قابلیت مدیریت ارتباطات با مشتری | <p>رصد نیازهای در حال تغییر مشتریان</p> <p>پاسخ دادن به نیازهای در حال تغییر مشتریان</p> <p>ایجاد زیر ساختهای مورد نیاز برای ارتباط بهتر با مشتریان</p> |

در این بخش با توسعه، ترکیب و پیوند دسته‌های ایجاد شده و بررسی بیشتر و دقیق‌تر آن‌ها از طریق بازبینی ادبیات به شناسائی قابلیت‌های پویا اقدام کردیم و از نظرات خبرگان نیز در این مرحله جهت اطمینان به موارد شناسائی شده نیز بهره‌جسته شد.

۵- نتیجه‌گیری

دردنیای امروزی با توجه به شرایط دائمی در حال تغییر و متلاطم محیط، لزوم انطباق شرایط و منابع داخلی سازمان با این تحولات امری ضروری است. با توجه به نوسانات قیمت نفت و در نتیجه نوسانات قیمت خوراک، اثرات تحریم‌ها و تکنولوژی‌های جدید، سازمان‌های فعال در بخش پایین دستی نفت و گاز ایران باید به کارگیری قابلیت‌های پویا به ایجاد تمایز و برتری رقابتی پردازند. نتایج این پژوهش نشان داد این سازمان‌ها می‌بایست ضمن بهره‌برداری از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، جستجوی انعطاف‌پذیری و نوآوری استراتژیک، بهره‌مندی از تکنولوژی‌های در حال رشد، ایجاد اتحادهای استراتژیک و هوشمندانه، استفاده از افراد باشایستگی‌های ویژه و برخوردار از بینش رصدگری^۱، ایجاد نیروهای محرکه در درون سازمان با ترویج و تشویق بسمت نوآوری و تمایز و توجه به مسئولیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی بتوانند با ایجاد خوشنامی و ذهنیت مثبت در نزد ذی‌نفعان نسبت به سازمان و فعالیت‌های آن، به ایجاد تمایز و برتری رقابتی پرداخته و روند آتی موفقیت سازمان را راهبری نمایند. هدف اصلی این پژوهش شناسایی قابلیت‌های پویا برای تدوین و اجرای استراتژی پرتفولیو برای بخش پایین دستی نفت و گاز بوده است. با توجه به نتایج حاصل شده از این پژوهش سازمان‌های برای پویایی و هوشمندی استراتژی پرتفولیو به قابلیت‌های پویایی نیاز دارند که در جدول (۱۰) ذکر شده است. برای تطابق با مدل تیس (۲۰۰۷) این قابلیت‌ها در سه مرحله طبقه‌بندی شدند. به عبارت دیگر لازم است سازمان سه مرحله درک، تصرف و بازآرایی موجود در قابلیت‌های پویا را از طریق فرآیندها، مهارت‌ها و ساختارهای لازمه مدیریت نمایند تا بتوانند به ظرفیت فرصت‌شناسی، ظرفیت تصمیم‌گیری و ظرفیت اجرای تغییرات رسیده که این موضوع برای سازمان‌های بررسی شده فعال در بخش پایین دستی در جدول (۱۰) ذکر شده است.

1. Visionary

جدول ۱۰. اجزای (فرآیندها، ساختار و مهارت‌های) موجود در مراحل قابلیت‌های پویا (نگارندگان)

| دسته | کارکرد | رویه‌های تشکیل دهنده‌ی قابلیت‌های پویا |
|------|---|--|
| | | مرتبط با تحقیق و توسعه‌ی داخلی برای شناسایی فرصت‌ها |
| | | مرتبط با شناسایی نیازهای مشتری و رصد رقبا |
| | بررسی و رصد | روش‌های نظام‌مند برای بررسی توسعه‌های فناوری و نوآوری‌های بازار |
| | تغییرات در محیط | روش‌های نظام‌مند برای دریافت نظرات مرتبط با نوآوری از سوی مکمل‌ها و تامین‌کنندگان |
| پ | عملیاتی، شناسایی | بهره‌مندی از سیستم‌های تحلیلی و رصدگرهای هوشمند برای شناسایی فرصت‌ها |
| | ایده‌های جدید | از ترکیب عملکرد بازار، رقبا و مشتریان بهره‌گیری از افراد با شایستگی‌های ویژه در تجربه، دانش و انعطاف‌پذیری |
| | | ایجاد نیروهای محرک قوی و هوشمندانه در سازمان با گسترش رویکرد ایجاد تمایز برای انگیزه دادن به افراد جهت پرورش فضای نوآوری |
| | | ایجاد یک سیستم حافظه‌ای تعاملی برای رصد تحرکات رقبا، مشتریان و بازار |
| | | ترسیم مدل کسب‌وکاری جدید و پویا مطابق با پیشنهادات مشتری |
| | | ساختار و مهارت‌های مدیریت پویای کسب‌وکارهای موجود در پرتفولیوی سازمان |
| | برقراری ارتباط میان نوآوری‌ها و محصولات و بازار | رویه‌های تصمیم‌گیری متکی بر یک پروتکل تصمیم‌گیری هوشمند و قوی برای شکل دادن به بینش‌ها و ترسیم الگوهای تصمیم‌گیری استراتژیک |
| ب | برای بدست آوردن فرصت‌های شناسایی شده از طریق بهبود ظرفیت تصمیم‌سازی | برخورداری سازمان از تفکر استراتژیک و تصمیم‌سازی بر اساس تفکر استراتژیک و پیش‌بینی استفاده از ساختار ستاد چابک و قوی برای مدیریت دو قطبی تمرکززدایی و تمرکزگرائی برای مدیریت مناسب ستاد و صف سازمان برای نظارت و نه دخالت در تصمیم‌گیری واحدهای تابعه |
| | | ترکیب بینش‌های حاصل از اطلاعات برای ایجاد یک الگوی تصمیم‌گیری استراتژیک |
| | | تصرف فرصت‌ها یا اجتناب از مشکلات آتی با واگذار کردن به موقع برخی کسب‌وکارهای سازمان |
| | | ترکیب استراتژی، نوآوری و تغییر برای تصرف بهنگام فرصت‌ها و مقابله با چالش‌ها |

| دسته | کارکرد | رویه‌های تشکیل دهنده‌ی قابلیت‌های پویا |
|--------------|---------------------------------------|--|
| ت.پ. ت.ا. | انطباق میان منابع و قابلیت‌های سازمان | به‌کارگیری مجدد دارایی‌های موجود، مدیریت دارایی‌های تکمیلی و فرایندهای بازچینش ایجاد و هماهنگی همکاری تخصص‌گرایانه دارایی‌ها (به صورت درونی و بیرونی) رویه‌های رهبری در راستای ارتقای تعهد و روش‌های جدید برای تخصیص منابع نظیر سیستم‌های انگیزشی و تحلیلی مدیریت و یادگیری دانش |
| | | مشارکت با شرکای توانا و مطرح جهت بازچینش منابع موجود و اصلاح خلاها منابعی و قابلیت‌ی سازمان با رویکرد تعهدات اجتماعی و محیط‌زیستی مشارکت با شرکای داخلی و خارجی در جهت مدیریت و شکل‌دهی اکوسیستم تجاری پایین‌دستی |
| | | مشارکت با برندهای مطرح و ممتاز در جهت بهره‌مندی از پویایی پرتفولیوی آنها مشارکت با برندهای مطرح جهت توسعه و تکامل زنجیره‌ارزش سازمان واگذاری هوشمندانه و به موقع کسب و کارهای سازمان برای چالاکی و چابکی استراتژی بهینه‌سازی و اصلاح تکنولوژی‌های عملیاتی موجود در جهت تولید محصولات و خدمات باکیفیت و متمایز از طریق مشارکت با صاحبان تکنولوژی‌های برتر و پیش‌رو توسعه بازارهای محصولات بسمت بازارهای جدید و بکر با ایجاد اداراتی‌های تکمیلی نظیر انبارهای ذخیره در آن کشورها هماهنگی میان مشارکت‌های داخلی و خارجی |

این پژوهش در بخش پایین دستی نفت و گاز و در یک سازمان محدود شده است، که در پژوهش‌های آتی می‌توان با پیمایشی وسیع‌تر به بررسی تعمیم‌پذیری یافته‌ها پرداخت. بررسی قابلیت‌های سطح پروژه نیز می‌تواند در تعیین رابطه آن‌ها با قابلیت‌های پرتفولیو موثر باشد. به عبارت دیگر قابلیت‌های سطح پروژه، قابلیت‌های سطح پرتفولیو را تسهیل کرده که این نیز به نوبه خود منجر به تسهیل قابلیت‌های جهت‌گیری استراتژیک خواهد شد. همچنین پیشنهاد می‌شود فرایندهای لازم جهت خلق و ارتقای قابلیت‌های پویای سازمانی در پژوهش‌های آینده مد نظر قرار گیرد.

پژوهش حاضر نخستین پژوهشی است که به بررسی قابلیت‌های پویا در بخش پایین دستی نفت و گاز ایران صورت گرفته است و از این حیث حائز وجه نوآوری است. نتایج مطالعه ما با پژوهش شوئن و همکاران (۲۰۱۴) که در خصوص قابلیت‌های پویا در بخش بالادستی نفت و گاز صورت گرفت، همسو است خصوصاً در خصوص توانایی مدیریت سلامت، حفاظت و امنیت و ملاحظات محیطی و توانایی مدیریت اکوسیستم تجاری بالادستی، اما بر خلاف بخش بالادستی صنعت نفت، بخش پایین دستی نفت به صورت مستقیم با مصرف کنندگان در ارتباط است. برقراری رابطه با مصرف کنندگان از طریق توزیع و فروش محصولاتمانند بنزین، گازوئیل، نفت کوره، گریس، لاستیک، پلاستیک، کود، ضد یخ، آفت کش، گاز طبیعی، پروپان و غیره صورت می‌گیرد. لذا قابلیت‌های پویایی مانند رصد نیازهای در حال تغییر مشتریان (درک) و تصمیم‌گیری در خصوص پاسخ دهی به نیازهای آنان بر حسب اولویت‌ها (تصرف)، و ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز برای پاسخ‌گویی بهتر به آنان (تبدیل) در بخش پایین دستی اهمیت ویژه‌ای دارد.

نتایج پژوهش حاضر به عنوان چراغ راهی برای مدیران پایین دستی نفت و گاز برای عبور از بحران‌ها و مواجهه با تغییرات محیطی توصیه‌های سیاستی ذیل را پیشنهاد می‌دهد:

الف) لزوم اتخاذ سیاست‌های تشویق و تسهیل پایش محیطی از طریق سرمایه‌گذاری بر تحقیقات گسترده بازار، تشویق به شکل دهی واحدهای الگوبرداری از سازمان‌های برتر حوزه پایین دستی نفت و گاز دنیا در سازمان، تشویق سازمانهای دانش‌نهاد در حوزه تحقیق و توسعه

ب) لزوم اتخاذ سیاست‌هایی در خصوص توسعه پایدار صنایع پایین دستی

ج) لزوم اهتمام سیاستگذاران به تکمیل زنجیره ارزش صنعت نفت و گاز و پتروشیمی

د) تشویق به جذب مشارکتهای بین‌المللی از طریق سرمایه‌گذاری و اخذ تکنولوژی‌های جدید برای افزایش انطباق‌پذیری صنعت با محیط بین‌المللی

ه) مشارکت در برگزاری سمینارها، همایش‌ها و سایر دوره‌هایی که موجب توسعه آموزشهای مدیران و دست‌اندرکاران صنعت می‌شود.

منابع

- اعرابی، سید محمد و نبی اله دهقان (۱۳۸۹)، تدوین استراتژی‌های پرتفولیو کسب و کار بیمه موسسه فرهنگیان، مطالعات کمی در مدیریت، ۱(۳)، صص ۳۱-۵۲.
- الوداری، حسن؛ محمدتقی امینی، اسفندیار فرج‌وند (۱۳۹۲)، طراحی و تبیین مدلی برای انطباق‌پذیری سازمان‌های دولتی (مطالعه موردی دانشگاه پیام‌نور)، فصل‌نامه مدیریت سازمان‌های دولتی، شماره ۳، صص ۸۳-۹۷.
- بابکی، روح اله؛ مهدوی عادل، محمد حسین؛ همایونی فر، مسعود؛ سلیمی فر، مصطفی (۱۳۹۶)، تأثیر شوک درآمدهای نفتی دولت و نااطمینانی‌های ناشی از آن بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در اقتصاد ایران فصلنامه پژوهش‌های سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی انرژی، شماره ۷، صص ۴۳-۷۸.
- باستانی، علیرضا؛ رزمی، سید محمد جواد؛ ناجی میدانی، علی اکبر؛ بکی حسکویی، مرتضی (۱۳۹۶)، تخصیص بهینه درآمدهای نفتی به صندوق توسعه ملی: تحلیل بهینه‌یابی پویا، فصلنامه پژوهش‌های سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی انرژی، شماره ۶، صص ۱۳۵-۱۶۹.
- ریوز، مارتین؛ نات هانس و جانمجا سینه (۱۳۹۵)، استراتژی رسیدن به استراتژی، ترجمه: سیدحسین جلالی، چاپ اول، تهران: انتشارات آریانا قلم.
- کرسول، جان (۱۳۹۱)، پوشش کیفی و طرح پژوهش: انتخاب از میان پنج رویکرد (روایت پژوهی، پدیده‌شناسی، نظریه داده‌بنیاد، قوم‌نگاری، مطالعه‌موردی)، ترجمه: حسن دانائی فرد، حسین کاظمی، ویرایش سوم، تهران: انتشارات صفار.
- گونت، رابوت ام (۱۳۹۴)، مدیریت استراتژیک با رویکرد امروزی، ترجمه آرش خلیلی نصر، ویرایش هشتم، تهران: انتشارات آریانا قلم.
- مک کراث، ریتا (۱۳۹۴)، نهایت مزیت رقابتی، ترجمه سیدحسین جلالی، چاپ اول، تهران: آریانا قلم.
- هوروات، ریچ (۱۳۹۳)، اوج‌گیری، ترجمه: نادر سید کلالی و بابک وطن‌دوست، چاپ اول، تهران: انتشارات آریانا قلم.

- Adner, R., and Helfat, C. E.** (2003). Corporate effects and dynamic managerial capabilities. *Strategic Management Journal*, 24(10), 1011-1025.
- Al-Sharrah, G., Elkamel, A., and Almansoor, A.** (2010). Sustainability indicators for decision-making and optimisation in the process industry: The case of the petrochemical industry. *Chemical Engineering Science*, 65(4), 1452-1461.
- Barney, J.** (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Barreto, I.** (2010). Dynamic capabilities: A review of past research and an agenda for the future. *Journal of management*, 36(1), 256-280.
- Biesenthal, C., Gudergan, S., and Ambrosini, V.** (2018). The role of ostensive and performative routine aspects in dynamic capability deployment at different organizational levels. *Long Range Planning*. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.03.006>
- Cho, J. Y., and Lee, E.-H.** (2014). Reducing confusion about grounded theory and qualitative content analysis: Similarities and differences. *The qualitative report*, 19(32), 1-20.
- Dangelico, R. M., Pujari, D., and Pontrandolfo, P.** (2017). Green product innovation in manufacturing firms: A sustainability-oriented dynamic capability perspective. *Business Strategy and the Environment*, 26(4), 490-506.
- David, F. R.** (2003). *Strategic management: concepts*: Prentice hall.
- Earp, J. A., and Ennett, S. T.** (1991). Conceptual models for health education research and practice. *Health education research*, 6(2), 163-171.
- Eisenhardt, K. M., and Martin, J. A.** (2000). Dynamic capabilities: what are they? *Strategic Management Journal*, 21(10-11), 1105-1121.
- Feiler, P., and Teece, D.** (2014). Case study, dynamic capabilities and upstream strategy: Supermajor EXP. *Energy Strategy Reviews*, 3, 14-20.
- Garcia, R., Lessard, D., and Singh, A.** (2014). Strategic partnering in oil and gas: A capabilities perspective. *Energy Strategy Reviews*, 3, 21-29.
- Griffin, M. A., Hodkiewicz, M. R., Dunster, J., Kanse, L., Parkes, K. R., Finnerty, D., Unsworth, K. L.** (2014). A conceptual framework and practical guide for assessing fitness-to-operate in the offshore oil and gas industry. *Accident Analysis and Prevention*, 68, 156-171.
- Hartung, A.** (2009). Create marketplace disruption: how to stay ahead of competition: Ft Press.
- Heiberg S., Knut A.** (2014), "Public-private partnership for improved hydrocarbon recovery – Lessons from Norway's major development programs", Vol 3, pp 30-48.
- Helfat, C. E., and Lieberman, M. B.** (2002). The birth of capabilities: market entry and the importance of pre-history. *Industrial and corporate change*, 11(4), 725-760.
- Helfat, C. E., and Peteraf, M. A.** (2015). Managerial cognitive capabilities and the microfoundations of dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*, 36(6), 831-850.

- Helfat, C. E., and Winter, S. G.** (2011). Untangling dynamic and operational capabilities: Strategy for the (N) ever-changing world. *Strategic Management Journal*, 32(11), 1243-1250.
- Helfat, C. E., Finkelstein, S., Mitchell, W., Peteraf, M., Singh, H., Teece, D., and Winter, S. G.** (2009). *Dynamic capabilities: Understanding strategic change in organizations*: John Wiley and Sons.
- Iles, A., and Martin, A. N.** (2013). Expanding bioplastics production: sustainable business innovation in the chemical industry. *Journal of Cleaner Production*, 45, 38-49.
- Imenda, S.** (2014). Is there a conceptual difference between theoretical and conceptual frameworks? *Journal of Social Sciences*, 38(2), 185-195.
- Kapoor, S., Gresh, D. L., Schiefer, J., Chowdhary, P., and Buckley, S. J.** (2004). *Visual analysis for a sense-and-respond enterprise*. Paper presented at the IASTED Conf. on Software Engineering.
- Li, D.-y., and Liu, J.** (2014). Dynamic capabilities, environmental dynamism, and competitive advantage: Evidence from China. *Journal of Business Research*, 67(1), 2793-2799.
- Maxwell, J. A.** (2012). *Qualitative research design: An interactive approach* (Vol. 41): Sage publications.
- Olovsson, C., and Lundström, E.** (2010). Dynamic Capabilities. A multiple case study on successful entrepreneurs in South Africa, unpublished Bachelor thesis, Umea School of Business.
- Olson, M. S., van Bever, D., and Verry, S.** (2008). When growth stalls. *Harvard business review*, 86(3), 50.
- Project Management Institute.** (2013). Organizational Project Management Maturity Model (OPM3): Knowledge Foundation. Project Management Institute.
- Purce, J.** (2014). The impact of corporate strategy on human resource management. *New Perspectives on Human Resource Management (Routledge Revivals)*, 67.
- Saad, S., Mohamed Udin, Z., and Hasnan, N.** (2014). Dynamic supply chain capabilities: A case study in oil and gas industry. *International Journal of Supply Chain Management*, 3(2).
- Shuen, A., Feiler, P. F., and Teece, D. J.** (2014). Dynamic capabilities in the upstream oil and gas sector: Managing next generation competition. *Energy Strategy Reviews*, 3, 5-13.
- Teece, D. J.** (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319-1350. doi:doi:10.1002/smj.640
- Teece, D. J.** (2010). Alfred Chandler and “capabilities” theories of strategy and management. *Industrial and corporate change*, 19(2), 297-316.
- Teece, D. J.** (2014). A dynamic capabilities-based entrepreneurial theory of the multinational enterprise. *Journal of International Business Studies*, 45(1), 8-37.
- Teece, D. J.** (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40-49.

- Valizadeh, J., Sadeh, E., Javanmard, H., and Davodi, H.** (2017). The effect of energy prices on energy consumption efficiency in the petrochemical industry in Iran. *Alexandria Engineering Journal*.
- Wilden, R., and Gudergan, S. P.** (2015). The impact of dynamic capabilities on operational marketing and technological capabilities: investigating the role of environmental turbulence. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(2), 181-199.
- Wilden, R., Gudergan, S. P., Nielsen, B. B., and Lings, I.** (2013). Dynamic capabilities and performance: strategy, structure and environment. *Long Range Planning*, 46(1-2), 72-96.
- Yin, R. K.** (2017). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage publications.
- Zahra, S. A., Sapienza, H. J., and Davidsson, P. (2006). Entrepreneurship and dynamic capabilities: A review, model and research agenda. *Journal of Management studies*, 43(4), 917-955.
- Zollo, M., and Winter, S. G.** (2002). Deliberate learning and the evolution of dynamic capabilities. *Organization science*, 13(3), 339-351.