

فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۱۱۱، دوره ۲۸، تابستان ۱۴۰۳، ۱۶۹-۱۳۷

مقاله پژوهشی: واکاوی قابلیت‌های پویا در شرکت‌های دانش بنیان حوزه پالایشی صنعت نفت و گاز (با رویکرد چند روشی)

مهدی حقیقی کفاش* ID سمیه هاشمی** ID

وحید خاشعی*** ID شهرام خلیل نژاد**** ID

پذیرش: ۱۴۰۳/۶/۷

بازنگری: ۱۴۰۳/۶/۵

دریافت: ۱۴۰۳/۴/۲

قابلیت‌های پویا / شرکت‌های دانش بنیان / صنعت نفت و گاز / تحلیل مضمون /
مرور نظام مند

چکیده

قابلیت‌های پویا به ظرفیت یک سازمان برای ایجاد، گسترش یا تغییر هدفمند پایگاه منابع خود اشاره دارد. در همه کشورهای جهان، صنعت نفت و گاز هر کشور، نقش مهمی در اقتصاد و رشد آن دارد و در عصری قرار داریم که تغییرات سریع جهانی و نوآوری‌های فناورانه رخ می‌دهد و شرکت‌های نفت و گاز از این تغییرات بی‌تأثیر نیستند. هدف پژوهش حاضر، شناسایی قابلیت‌های پویا در شرکت‌های دانش بنیان صنعت نفت و گاز می‌باشد. این پژوهش از لحاظ هدف کیفی و بنیادی با روش نظام مند و تحلیل مضمون است. در روش نظام مند، برای شناسایی

*. دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران

M.haghighi@atu.ac.ir

** . دانشجوی دکتری بازرگانی دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران

s_hashemi@atu.ac.ir

khashei@atu.ac.ir

***. دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران

****. دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران


Sh.khalilnezhad@atu.ac.ir

■ مهدی حقیقی کفاش، نویسنده مسئول.


و استخراج مقالات، جست‌وجوی نظام‌مند فقط به دو پایگاه داده‌ای داخلی شامل؛ پایگاه علوم اطلاعاتی جهاد دانشگاهی و خارجی شامل؛ اسکپوس (الزویر) و موسسه‌ی علوم اطلاعات شبکه علمی (تامسون روترز) محدود بوده است. برای سنجش روایی پژوهش از چک لیست استاندارد CASP استفاده گردید و در راستای سنجش پایایی پژوهش نیز از شاخص کاپای کوهن در نرم‌افزار SPSS استفاده شد که مورد تأیید قرار گرفت. با بررسی مقالات موجود، مولفه‌های قابلیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان در سه چهار بعد؛ قابلیت اکتشافی، رهبری، تحول دیجیتال و سرمایه اجتماعی خارجی شناسایی شدند. در بخش تحلیل مضمون؛ جامعه آماری پژوهش را پانزده نفر از مدیران عامل و کارشناسان شرکت‌های دانش‌بنیان فعال صنعت نفت و گاز که به روش قضاوتی انتخاب شدند، تشکیل می‌دهد. بعد از انتخاب مشارکت‌کنندگان از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختار یافته به سوالات پژوهش پاسخ داده شد. پس از بررسی و تحلیل مصاحبه‌های به دست آمده، ۳۴۸ کد توصیفی به دست آمده که از این تعداد ۴۴ مضمون اولیه، ۱۴ مضمون سازمان‌دهنده و چهار مضمون فراگیر به دست آمد. با بررسی و تحلیل مضمون؛ ابعاد انسانی قابلیت پویا، پایداری راهبردی کسب و کار، قابلیت نوآوری و مدیریت دانش مضامین سازمان‌دهنده قابلیت‌های پویا را شکل می‌دهد. در نهایت، با تلفیق یافته‌های بخش مرور نظام‌مند و تحلیل مضمون، قابلیت‌های شناسایی شده در سه بعد اصلی؛ احساس، ربایش و بازآیی جا گرفتند. قابلیت‌های شناسایی شده می‌تواند مبنایی برای برنامه‌ریزی موثر شرکت‌های صنعت نفت و گاز و ایجاد مزیت رقابتی پایدار گردد.


طبقه‌بندی JEL: C19, C00, L72, L89, M00

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

 <https://doi.org/10.22034/ijts.2024.2033299.4004>

Analyzing Dynamic Capabilities in Knowledge-Based Companies in Oil and Gas Refining Industry (with a Multi-Method Approach)

Mehdi Haghghi Kafash¹, Associate Professor of Management and Business, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran.  (Corresponding Author)

Somayeh Hashemi, Ph.D. student of Business Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran. 

Vahid Khashei, Associate Professor of Management and Business, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran. 

Shahram Khalilnezhad, Associate Professor of Management and Business, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran. 

Received: 22 June 2024

Revised: 26 Aug 2024

Accepted: 28 Aug 2024

Dynamic Capabilities / Knowledge-Based Companies / Oil and Gas Industry / Thematic Analysis / Systematic Review

Dynamic capabilities refer to an organization's capacity to purposefully create, expand, or change its resource base. In all the countries of the world, the oil and gas industry of each country plays an important role in its economy and growth, and we are in an era where rapid global changes and technological innovations occur, and oil and gas companies are not affected by these changes. They are not an effect. The purpose of this research is to identify dynamic capabilities in knowledge-based companies in the oil and gas industry. This research is qualitative and fundamental with a systematic method and thematic analysis. In the systematic method, to identify and extract the articles, the systematic search only includes two internal databases; Academic and foreign jihad information science database including; Scopus (Elsevier) and Institute of Information Sciences Scientific Network (Thomson Reuters) has been limited. To measure the validity of the research, the CASP standard checklist was used, and in order to measure the reliability of the research, the Cohen's kappa index was used in the SPSS software, which was confirmed. By examining the available articles, the components of the capabilities of knowledge-based companies in three or four dimensions; Discovery ability, leadership, digital transformation, external social capital were identified. In the theme analysis section; The statistical population of the research consists of fifteen CEOs of knowledge-based companies active in the oil and gas industry, who were selected by a judgmental method. After selecting the participants, the research questions were answered through semi-structured interviews. After reviewing and analyzing the obtained interviews, 348 descriptive codes were obtained, of which 44 primary themes, 14 organizing themes and 4 comprehensive themes were obtained. By examining and analyzing the theme; Human dimensions of dynamic capability, business strategic stability, innovation capability and knowledge management form the organizing themes of dynamic capabilities. Finally, by combining the findings of the systematic review and thematic analysis, the capabilities identified in the three main dimensions; Feeling, abduction and return took place. The identified capabilities can become a basis for effective planning of oil and gas industry companies and create a sustainable competitive advantage.

1. M.haghghi@atu.ac.ir

JEL Classification: C19, C00, L72, L89, M00

Data Availability: The data used or generated in this research are presented in the text of the article.

Conflicts of Interest: The authors of this paper declared no conflict of interest regarding the authorship or publication of this article.

۱. مقدمه

امروزه دیدگاه قابلیت پویا^۱ یکی از موضوعات مهم روز حوزه استراتژی محسوب می‌شود.^۲ یکی از دلایل اصلی موفقیت کسب و کارها در محیط‌های متلاطم را توانایی سازمان‌ها در توسعه قابلیت‌های پویا می‌دانند^۳ و شرکت‌های دانش‌بنیان به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین عوامل ایجاد این مهم می‌باشند. سازمان‌ها در اقتصادهای نوظهور فعلی در محیطی پویا و نامطمئن با تغییرات تکنولوژیکی، تغییرات مقررات، افزایش رقابت و اقدامات کارآفرینانه برای تولید ارزش و دستیابی به یک مزیت رقابتی پایدار تطابق می‌یابند^۴ افزایش شدت رقابت در فضای کسب و کار و تغییرات مداوم پیش‌بینی نشده و گاه اساسی در محیط پیرامون بنگاه‌ها آنها را واداشته است تا به فکر استمرار حفظ موقعیت استراتژیک خود در بازار و در مقایسه با رقبا باشند.^۵ بخش مهمی از استراتژی‌های سازمان‌ها، به موضوع نحوه تخصیص منابع و قابلیت‌ها و فعالیت‌ها سازمان اشاره دارد. این دسته از استراتژی‌ها شامل ارزیابی و تصمیم‌گیری در مورد مسائل مهم سازمان است، از جمله اولویت‌های تخصیص منابع، معیارهای اساسی و کلیدی موفقیت در هر واحد کسب و کار، هماهنگ‌سازی فعالیت‌ها و انتقال قابلیت‌ها در میان واحدها و تعیین میزان ترکیب و یکپارچگی واحدهای کسب و کار.^۶ جایگاه و نقش کسب و کارهای کوچک در توسعه و پیشرفت کشور را می‌توان نقشی حیاتی دانست، سرمایه‌گذاری در این بخش می‌تواند منجر به اقتصاد دانش‌بنیان شود. دولت‌ها، سازمان‌های دانش‌بنیان را به‌عنوان منبعی مهم و کلیدی در تأمین درآمد و اشتغال و نیرویی تأثیرگذار در توسعه و رشد دانند.^۷ یک سازمان دانش‌بنیان شرکت یا موسسه حقوقی است که به منظور تبدیل دانش و ثروت به‌وسیله ایجاد کسب و کار بر پایه دانش تشکیل می‌شود؛ اعم فعالیت‌های آنها تحقیق و توسعه در زمینه‌ی فناوری‌های جدید قابل توسعه و پیشرفته می‌باشد که در نهایت به رشد و توسعه‌ی اقتصادی مبتنی بر دانش در کشور کمک شایانی می‌نماید.^۸

1. Dynamic Capability
2. Asija & Ringov, (2020).
3. Buccieri et al., (2021).
4. Dejardin et al., (2022).
5. Dovbischuk, (2022).
6. Eikelenboom & de Jong, (2019).
7. El Maalouf & Bahemia, (2022).
8. Furnival et al, (2019).

از آنجایی که اهمیت و تعداد سازمان‌های دانش‌بنیان در کشور روز به روز افزون‌تر می‌شود و با در نظر گرفتن محیط پیچیده و رقابتی و غیرقابل پیش‌بینی نیاز این نوع سازمان‌ها پررنگ‌تر شده است، دیدگاه قابلیت‌های پویا یکی از نظریات مهم در این حوزه می‌باشد، که می‌تواند تا حدی پاسخگو در موقعیت‌های بسیار متلاطم و پیچیده باشد^۱. چگونه و چرا برخی از شرکت‌ها موفق می‌شوند در بازارهایی با محیط‌های فناوری، اجتماعی و بازار به سرعت در حال تغییر رشد کنند در حالی که برخی دیگر از بین می‌روند؟ ساختار قابلیت‌های پویا با هدف تبیین این پدیده است. تحقیق پیرامون قابلیت‌های پویا با مشارکت اصلی تیس و همکارانش^۲ آغاز شد و به دنبال آن جریان رو به رشد مشارکت‌ها^۳ ادامه یافت.

اگرچه تعاریف متفاوتی از قابلیت‌های پویا ارائه شد، اما آنها در مفهوم قابلیت‌های پویا که به معنی توانایی شرکت و فرآیندهای آن برای شکل‌دهی مجدد منابع به منظور دستیابی به مزیت رقابتی در محیط‌های جدید و آینده، مشترک هستند. بدنه این تحقیقات فاقد درک درستی از اینکه قابلیت‌های پویا در سازمان‌ها چه هستند و اینکه طیف کاملی از قابلیت‌های پویا که در عمل به جای تئوری وجود دارد چیست؟ می‌باشند^۴.

از سوی دیگر، اهمیت صنعت نفت و گاز در ابعاد مختلف زندگی امروزی، این صنعت را به یکی از صنایع محوری دنیا تبدیل کرده است و جریان عظیمی از سرمایه‌گذاری را به خود معطوف ساخته است، به نحوی که برآورد اوپک از میزان سرمایه‌گذاری مورد نیاز تا افق ۲۰۴۰ به رقمی در حدود ۱۰ تریلیون دلار فقط برای صنعت نفت بالغ می‌شود^۵. این حجم از سرمایه‌گذاری فضای رقابتی را در این صنعت تشدید خواهد کرد و نقش‌آفرینان اصلی باید تلاش کنند تا برای افزایش رقابت‌پذیری و جلوگیری از زوال در بازه بلندمدت، سهم بیشتری از جریان سرمایه‌گذاری‌ها را به سوی خود جذب کنند^۶. در واقع شناخت قابلیت‌ها مولفه‌ی اساسی در توسعه راهبرد سازمان‌هاست و درک عمیق راهبردی به سازمان کمک می‌کند تا ترکیب بهینه‌ی از

1. Cabral & van Winden, (2022).

2. Teece et al, 1977

3. Eisenhardt and Martin, (2000); Zollo and Winter, (2002); Winter, (2002); Zahra et al, (2006); Teece, (2007); Helfat et al, (2007); Barreto, (2010); Barreto, (2010); Pavlou and El Sawy, (2011); Salvato and Vassolo, (2017); Ambrosini and Bowman, (2009).

4. Chirumalla, (2021).

5. Čirjevskis, (2019).

6. DeAro & Perez, (2021).

قابلیت‌ها و سروسامان دهد و بر اساس این ترکیب بهینه، روی ارتقای قابلیت‌های راهبردی فعلی سرمایه‌گذاری کند، قابلیت جدید بسازد و سرمایه‌گذاری‌ها را روی قابلیت‌هایی که دیگر برای راهبرد ضروری به شمار نمی‌آیند، کاهش دهد^۱.

ایران به‌عنوان یکی از تولیدکنندگان اصلی نفت و گاز نیز از چنین وضعیتی مستثنا نیست. صنایع نفت و گاز سهم قابل توجهی از اقتصاد ملی ایران را به خود اختصاص داده‌اند و توسعه و پیشبرد این صنعت نقش مهمی در رشد اقتصادی کشور ایفا می‌کند. بنابراین با توجه به اهمیت این صنایع در پیشبرد اهداف کشور، شناسایی قابلیت‌های پویا مختص این صنایع اهمیت دو چندان پیدا می‌کند. از این رو، هدف این مطالعه پرداختن برای درک بهتر قابلیت‌های پویا و ادغام یافته‌های تجربی پراکنده با تئوری با معرفی یک طبقه‌بندی جامع و ملموس است که مبتنی بر بررسی ادبیات نظام‌مند تحقیقات تجربی به همراه مولفه‌های شناسایی شده حاصل از مصاحبه با خبرگان شرکت‌های دانش‌بنیان صنایع نفت و گاز کشور است، مهم‌ترین مولفه‌های قابلیت‌های پویا در این صنایع شناسایی گردند. بنابراین اصلی پژوهش حاضر این است «قابلیت‌های پویا در شرکت‌های دانش‌بنیان صنایع نفت و گاز کدامند؟»

۲. مبانی نظری

۲-۱. قابلیت‌های پویا

مفهوم اصلی قابلیت پویا از تیس آمده است. بر طبق مقاله تیس و همکاران آن قابلیت‌های پویا شامل شایستگی‌ها و توانایی‌های شرکت برای یکپارچگی ساختن و پیکربندی دوباره قابلیت‌های درونی و بیرونی به منظور پاسخگویی به تغییرات محیطی است^۲. قابلیت پویا ظرفیت شرکت‌ها به منظور حل مشکلات به صورت نظام‌مند به وسیله کشف و شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها و اتخاذ تصمیمات آنی برای تغییرات مناسب است^۳. قابلیت‌های پویا گاهی ممکن است ریشه در تغییر خاصی در روال‌ها داشته باشند (مثلاً توسعه محصول در طول مسیر مشخص) و تجزیه و تحلیل

1. Arranz et al., (2020).

2. Teece et al.

3. Abrate et al., (2020)

4. Aghimien et al., (2021)

(مثلاً انتخاب‌های سرمایه‌گذاری)^۱. با این حال، آنها بیشتر ریشه در اقدامات خلاقانه مدیریتی و کارآفرینی دارند (به‌عنوان مثال، بازارهای جدید پیشگام)^۲. آنها منعکس‌کننده سرعت و درجه‌ای هستند که منابع/شایستگی‌های خاص شرکت را می‌توان همسو کرد تا با فرصت‌ها و الزامات محیط تجاری مطابقت داشته باشد^۳. ماهیت منابع/شایستگی‌ها و همچنین قابلیت‌های پویا این است که به‌طور کلی نمی‌توان آن‌ها را خریداری کرد. آن‌ها باید ساخته شوند. همان‌طور که در بالا ذکر شد، قابلیت‌های پویا ظرفیت همسویی مجدد را اندازه‌گیری می‌کنند، و منابع/شایستگی‌ها یکپارچه و دوباره ادغام می‌شوند تا با محیط کسب و کار هماهنگ شوند. سنجش، تصرف و دگرگونی؛ ویژگی‌های خاص شرکت‌ها است که آن‌ها را قادر می‌سازد تا با محیط کسب و کار تکامل یابند. چنین قابلیت‌هایی برای سودآوری بلندمدت حیاتی هستند^۴.

دیدگاه قابلیت پویا^۵ در حال حاضر یکی از قابل‌اتکاترین چارچوب‌ها در دستور کار استراتژی در نظر گرفته می‌شود که هدف آن شناسایی محرک‌های بقا و رشد در بلندمدت سازمان است^۶. هدف از رویکرد قابلیت پویا توضیح مزیت رقابتی شرکت‌ها در طول زمان است^۷ خاستگاه این مفهوم در مدیریت استراتژیک نهفته است، اما در حوزه‌های متنوعی مانند بازاریابی، کارآفرینی، مدیریت ریسک، مدیریت نوآوری به کار گرفته شده است^۸. نحوه دستیابی سازمان‌ها به مزیت رقابتی و عملکرد برتر همواره کانون تحقیقات مدیریت استراتژیک بوده است. در این چارچوب، میتوان به دیدگاه مبتنی بر منابع^۹ اشاره کرد^{۱۰}. دیدگاه مبتنی بر منابع به‌عنوان یکی از چارچوب‌های کلیدی که تنوع رقابتی و عملکرد را بر اساس منابع داخلی توضیح می‌دهد پدیدار شد و به‌عنوان پاسخی برای غلبه بر محدودیت‌های اقتصاد صنعتی برای توضیح عملکرد برتر شرکت عمل کرد^{۱۱}. به مرور محققین استدلال نمودند که منابع مزیت رقابتی علاوه بر منابع

1. Jardon & Martinez-Cobas, (2021)

2. Garrido-Moreno et al., (2020).

3. Gonzalez & Melo, (2019)

4. Karman & Savanevičienė, (2021)

5. Dynamic Capability vision

6. Kevill et al, (2021)

7. Khan et al., (2020).

8. Lim & Rasul, (2022).

9. Resource-Based View

10. Lin et al, (2020)

11. Linde et al, (2021)

داخلی، شامل منابع خارجی نیز است. به ویژه در نتیجه پویایی روزافزون محیط، ارزش ایجاد شده توسط منابع در کوتاه مدت منسوخ شده و برای هیچ بنگاهی دائمی نخواهد بود. این در حالی است که دیدگاه مبتنی بر منابع نمایی ایستا از سبب منابع یک شرکت ارائه می‌دهد.^۱ لذا بر اساس فراخوان‌های علمی گسترده در تلاش برای رفع این کاستی، زمینه برای ظهور دیدگاه قابلیت‌های پویا بر اساس یافته‌های دیدگاه مبتنی بر منابع اقتصاد تکاملی و تئوری رفتار فراهم شد. وقتی توانایی به‌کارگیری منابع به‌عنوان یک قابلیت مطرح می‌شود دیدگاه قابلیت‌های پویا، می‌تواند توجه‌کننده بسیاری از انتخاب‌ها باشد. به ویژه که دیدگاه قابلیت‌های پویا در مدیریت استراتژیک بیانگر ضرورت پیگیری همزمان جستجو برای فرصت‌های جدید و درعین حال بهره‌مندی از دستاوردهای گذشته برای شکل دادن به آینده بنگاه در مواجهه با بازارهای پویاست.^۲ در حالی که قابلیت‌های سازمانی بنگاه را قادر به تولید محصولات و خدمات مختلف می‌سازند، قابلیت‌های پویا از طریق تغییر و دستکاری منابع اساسی بنگاه، راهنما و تسهیل‌کننده توسعه قابلیت‌های سازمانی آن هستند. دیدگاه قابلیت‌های پویا می‌تواند به توان مدیریت برای ساختن سازمان یا صنعت قدرتمند در راستای افزایش رقابت‌پذیری کمک کند. این دیدگاه همچنین عقلانیت نظری که منبع اطلاعاتی مورد نیاز برای توسعه استراتژیک سازمان در دل صنعت است را نیز تأمین می‌نماید.^۳ به کارگیری رویکرد قابلیت پویا به ما این امکان را می‌دهد که علاوه بر بررسی عوامل متداول به ابعاد نوظهور آن نیز توجه کنیم. نتایج مطالعات مؤسسه رولند برگر نشان می‌دهد که رویکرد تازه سازمان‌ها در اختیار گرفتن منابع مشخص و یا استفاده از تمرکز در ارائه خدمات به شرکت‌های تابعه نیست و می‌توان گفت این رویکرد به سمت خلق قابلیت‌های خلق ارزش برای واحدهای کسب و کار تابعه تغییر یافته است. بنابراین مطالعه نحوه شکل‌گیری این قابلیت‌ها و همین‌طور چگونگی به کارگیری دیدگاه منبع محور در شکل‌گیری آن‌ها تنها با بهره‌گیری از رویکرد قابلیت‌های پویا ممکن می‌نماید.^۴

1. Teece, (2018)

2. Sunder & Ganesh, (2021)

3. Soluk et al., (2021)

4. Soluk & Kammerlander, (2021)

۲-۲. شرکت‌های دانش‌بنیان

یکی از الزامات نوآوری که می‌تواند از شکست جلوگیری نماید استراتژی است، در سازمانی که افراد تصور می‌نمایند که باید بدون هیچ‌گونه چارچوب مشخصی بیان‌پیشنند باعث بروز مشکلاتی می‌شود، چرا که هیچ حد و مرز و محدودیتی (قانون) برای تفکر وجود ندارد و با دیدگاه تولیدگرا که تفکری در راستای تولید می‌باشد دچار تناقض می‌شود^۱. هر چند با احتمال بسیار کم (یک در میلیون) ممکن است ایده‌ی مولدی به وجود آید اما فاقد صرفه‌ی اقتصادی خواهد بود^۲. اگر به گونه‌ای اثربخش بشود عمل کرد می‌بایست درون محدوده‌ی استراتژی به خلاقیت و برنامه‌ی تعریف شده تمرکز نمود. هر چند داشتن استراتژی باعث تبیین مأموریت اصلی سازمان می‌گردد، می‌بایست محیط مناسبی برای بروز افکار و ایده‌ها در محدوده‌های مربوطه گردد، اگرچه توجه اساسی موضوعات مدیریتی تا اوایل دهه ۶۰ میلادی پیرامون شرکت‌های بزرگ بوده است. ولی در سال‌های اخیر شرکت‌های کوچک یا متوسط به عنوان موتور رشد اقتصادی در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها شناخته شده‌اند. براین اساس معیارهای اتحادیه اروپا، تعاریف متعددی را برای بنگاه‌های کوچک و متوسط بیان نموده‌اند از جمله اینکه، مهم‌ترین ویژگی و مزیت این نوع بنگاه‌ها این است که تعداد کارکنان آنها کمتر از ۲۵۰ نفر بوده و میزان گردش مالی سالانه آنها هم از ۴۰ میلیون یورو بیشتر نباشد^۳.

مروری بر متون موجود در این زمینه نشان می‌دهد تعریف واحدی از سازمان دانش‌بنیان وجود ندارد و افراد مختلف با رویکردهای متفاوتی این نوع از سازمان‌ها را مفهوم‌سازی کرده‌اند. برخی پژوهشگران، سازمان دانش‌بنیان را معادل سازمان یادگیرنده تعریف کرده‌اند؛ سازمان‌های دانش‌بنیان ویژگی‌های سازمان‌های یادگیرنده را دارند اما نکته مهم‌تر در این سازمان‌ها خلق ثروت و ارزش‌آفرینی با اتکا به منابع و نیز محصولات دانشی است که در قالب عرضه نرم افزارها، فناوری‌ها و خدمات فنی و تخصصی با ارزش افزوده بالا عینیت می‌یابد^۴.

بر مبنای تعریف ارائه شده در قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان و تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات، سازمان‌های دانش‌بنیان نهادهایی هستند که، به منظور

1. Mishra et al., (2022).

2. Murschetz et al., (2020).

3. Nayal, Pandey & Paul, (2022).

4. Obaya et al., (2020).

هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش‌محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی شامل؛ (گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه شامل؛ (طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان مشغول فعالیت هستند. سازمان‌های دانش‌بنیان سازمان‌هایی هستند که بقای آنها به خلق دانش از طریق پژوهش و شکوفایی آنها به نوآوری‌های دانشی بستگی دارد^۱.

۲-۳. شرکت‌های دانش‌بنیان و قابلیت‌های پویا

در این بخش به موضوع هم‌پوشانی دو زمینه اصلی نظری پژوهش حاضر یعنی قابلیت‌های پویا و شرکت‌های دانش‌بنیان خواهیم پرداخت. برای این منظور ابتدا گزارشی از پژوهش‌های انجام شده در این حوزه ارائه می‌دهیم، سپس ضمن بررسی ادبیات بر مبنای آنچه از هر کدام از این مفاهیم ارائه شد. به توجیه نظری وجود ارتباط میان آنها می‌پردازیم و در نهایت با شناسایی زمینه‌های مشترک موجود، بنیان نظری پژوهش تبیین خواهد شد.

سوال کلیدی این است که چگونه شرکت‌ها به مزیت رقابتی دست می‌یابند و آن را حفظ می‌کنند. تیس و پیسانو (۱۹۹۷) به این پرسش از دریچه قابلیت‌های پویا پاسخ داده‌اند. در ادبیات تحقیق گوناگونی از مفهوم قابلیت‌های پویا وجود دارد. از نظر تیس و همکاران (۱۹۹۷)، قابلیت‌های پویا عبارتند از توانایی شرکت (سازمان) در یادگیری ایجاد منابع^۲ و قابلیت‌های داخلی و خارجی، و نیز ترکیب^۳ و استفاده هماهنگ^۴ از آنها به منظور مدیریت تغییرات سریع محیطی و تطابق با این تغییرات چن و جاو^۵ (۲۰۰۹) در مقاله‌ای با عنوان «ایجاد قابلیت‌های پویای جهان شمول از طریق نوآوری: مطالعه موردی از سازمان‌های فرهنگی تایوان» قابلیت‌های پویای فراگیر که همان مزایای مخصوص یک شرکت است و گسترش بین‌المللی شرکت‌های فرهنگی در تایوان را از منظر توسعه پایدار تجزیه و تحلیل کردند. از این مطالعه اکتشافی شش قابلیت پویا به‌عنوان نیروهای محرک ایجاد محصولات فرهنگی جدید که از طریق نوآوری مداوم

1. Olazabal Avila, (2022).

2. Building / learning capabilities

3. Integrating capabilities

4. Coordinating / reconfiguring capabilities

5. Chen & Jaw

شرکت را احیا می‌کنند، شناسایی شدند. هر قابلیت پویا جهان شمول در واقع از منابع شرکت بهره می‌برد. نتایج مطالعه موردی نشان می‌دهد که قابلیت‌های پویای جهان شمول شرکت‌های فناوری محور به سازمان‌های فرهنگی کمک می‌کنند تا تجارت خود را جهانی کرده و ارزش خلق کنند. آنها در مطالعه خود دو راه برای توسعه جهان شمول معرفی می‌کنند که سازمان‌های فرهنگی می‌توانند برای افزایش ارزش از آنها استفاده کنند.

۳. پیشینه تحقیق

استرهل و همکاران^۱ نیز در مقاله‌ای با عنوان «قابلیت‌های یادگیری و رشد کسب و کارهای مخاطره پذیر جدید فناوری محور» تأثیر یادگیری سازمانی را به عنوان محرک رشد درون‌زا برای کسب و کارهای مخاطره پذیر جدید فناوری محور در نظر می‌گیرند. در این مطالعه طی یک دوره ۱۲ ساله مسیر رشد ۳۴ شرکتی که حداقل بخشی از سرمایه آنها توسط سرمایه‌گذاری مخاطره پذیر تأمین شده است مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. این مطالعه نشان می‌دهد که اتخاذ هشت مجموعه از سیستم‌ها، که به عنوان پیدایش قابلیت‌های پویا استفاده می‌شوند با رشد کسب و کار مخاطره پذیر همبستگی مثبت دارند. این سیستم‌ها عبارتند از: برنامه‌ریزی استراتژی، برنامه‌ریزی مالی و ارزیابی آن، برنامه‌ریزی منابع انسانی و ارزیابی آن، توسعه محصول، بازاریابی و فروش و مشارکت. رجب بیگی و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی طراحی الگوی آینده نگاری منابع انسانی در صنعت نفت با رویکرد قابلیت‌های پویا پرداختند. نتایج پژوهش نشان دهنده استخراج ۱۱۴ کد باز، ۴۱ کد محوری و ۲۳ کد انتخابی در قالب الگوی پارادایمی است. همچنین در یافته‌های پژوهش به منظور تحقق آینده نگاری منابع انسانی با رویکرد قابلیت‌های پویا چهار راهبرد کلی، توسعه منابع انسانی، قابلیت، نوآوری قابلیت انعطاف پذیری و قابلیت پیش‌نگری شناسایی شدند. سهرابی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر ارتقای قابلیت‌های پویا در صنایع کوچک و متوسط (مطالعه موردی: صنایع کردستان) با استفاده از مدل ISM و مدل DEMATEL پرداختند. لیل مدل ساختاری نشان داد که متغیر سیاست‌ها، قوانین و مقررات دولتی به عنوان سنگ زیربنای مدل عمل می‌کند و در دسته متغیرهای مستقل قرار می‌گیرد و دارای قدرت هدایت بالا و شدت وابستگی پایین است و برای شروع ارتقای قابلیت‌های پویا

1. Strehle et al, (2010).

باید در مرحله اول روی آنها تأکید کرد و یازده متغیر در دسته متغیرهای ارتباط یا متصل هستند که دارای قدرت هدایت و وابستگی بالا هستند و هرنوع تغییر در آنان می‌تواند سایر عوامل را تحت تأثیر قرار دهد. همچنین در تحلیل مقایسه‌ای روش دیماتل متغیر فرهنگ صنعتی سازی به عنوان اثرگذارترین عامل تعیین شد.

۴. روش شناسی پژوهش

از آنجایی که هدف اصلی این تحقیق شناسایی قابلیت‌های پویا در شرکت‌های دانش‌بنیان صنعت نفت و گاز است، از حیث هدف بنیادی - توسعه‌ی، به روش استقرا و از نظر شیوه جمع آوری داده‌ها ترکیبی با استفاده از مرور نظام‌مند و تحلیل مضمون می‌باشد. پژوهش حاضر در تلاش است تا با انجام مرور نظام‌مند بدون در نظر گرفتن بازه زمانی، به شناسایی قابلیت‌های پویا در شرکت‌های دانش‌بنیان بپردازد و پس از شناسایی این قابلیت‌های در شرکت‌های دانش‌بنیان با استفاده مصاحبه نیمه ساختار یافته با شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در صنعت نفت و گاز در کشور و تلفیق داده‌های به دست آمده در دو مرحله بتواند الگوی جامع از قابلیت‌های پویا در این زمینه مطرح نماید.

۴-۱. مرور نظام‌مند

بر اساس گفته فیگ^۱ مرور ادبیات، طرح نظام‌مند، آشکار و قابل تکراری برای شناسایی، ارزیابی و تفسیر مستندات ثبت شده است. مرور ادبیات اغلب دو هدف عمده را دنبال می‌کند؛ نخست اینکه، با استفاده از شناسایی الگوها، مضامین و مسائل، مطالعات فعلی را خلاصه سازی می‌کند. دوم، به شناسایی محتوای مفهومی یک حوزه کمک کرده و در توسعه نظریه نقش آفرینی می‌کند. در ادامه گام‌های مرور نظام‌مند به ترتیب آورده شده است.^۲

۴-۱-۱. گام اول: تنظیم سوال پژوهش

پارامترهای پژوهش شامل What (چه چیزی مورد مطالعه می‌باشد)، Who (جامعه مورد مطالعه

1. Fink, Thompson and Bonnes, (2005).

2. Nagendrababu, Duncan, & Dummer, (2020).

تحقیق)، When (محدودیت زمانی) و How (شیوه‌های جمع‌آوری داده‌های پژوهش) که با استفاده از پرسش‌های تحقیق شکل گرفته است^۱. به منظور پاسخ به سوالات مطرح شده، پژوهشگر با عنایت به پروتکل‌های به آن پاسخ داده است. برای پوشش جامع به اهداف این پژوهش، در فرایند گردآوری مقاله‌ها، همه دوره‌های زمانی مد نظر پژوهشگران قرار گرفتند تا به درک کامل‌تر دست یافته شود. بر این اساس برای دستیابی به هدف پژوهش، و به منظور دسترسی به مبانی نظری پژوهش با توجه به پروتکل‌های یاد شده از دو پایگاه اطلاعاتی داخلی و خارجی بهره گرفته شده است. در بخش داخلی پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی و در بخش خارجی پایگاه‌های اطلاعاتی تامسون رویترز و اسکپوس استفاده گردیده است. علت استفاده از این پایگاه‌های اطلاعاتی این بوده است که این پایگاه‌ها بر نمایه کردن گسترده‌تری از نشریه‌های حوزه مدیریت اقدام نموده و نشریات معتبری در آنها نمایه گردیده‌اند که از کیفیت علمی قابل توجهی برخوردار هستند.

۴-۱-۲. گام دوم: جست‌وجوی نظام‌مند

به منظور شناسایی ادبیات مربوط به قابلیت‌های پویا جست‌وجو مطالعه حاضر در پایگاه داده اطلاعاتی آنلاین انجام شد. بنابراین از نظر نوع اسناد، مطالعات پایان‌نامه‌ها، فصل‌های کتاب و کتاب، یادداشت‌های سردبیر در تحقیق حاضر در نظر گرفته نشدند. تحقیق حاضر در ارتباط با مقالات خارجی، فقط مطالعاتی را که به زبان انگلیسی و فارسی منتشر شده‌اند شامل می‌شود.

۴-۱-۳. گام سوم: ارزیابی و انتخاب متون مناسب

در این مرحله اسناد یافت شده در مرحله قبل بر اساس معیارهای مختلف مورد بررسی قرار گرفت. در مرحله قبل ۷۸ سند شناسایی شد. سپس مقالات منتشر شده در نهایت پس از حذف اسناد تکراری و هنگامی که تمام اسناد واجد شرایط باقی‌مانده در بانک‌های اطلاعاتی به یک لیست واحد ادغام شدند، تعداد آن‌ها به ۳۰ سند رسید. از میان ۳۰ مقاله مستخرج شده، ۱۲ مقاله به دلیل همپوشانی کنار گذاشته شدند و در نهایت تعداد مقالات مورد بررسی به ۱۸ مقاله رسید.

۴-۱-۴. گام چهارم: استخراج اطلاعات مقالات

پس از بررسی و ترکیب نتایج، مولفه‌های قابلیت‌های پویا مستخرج از بررسی ادبیات و انجام مرور نظام‌مند دسته‌بندی شد. جدول (۱) و شکل (۱)، قابلیت‌های پویای شناسایی شده در شرکت‌های دانش‌بنیان از طریق مرور نظام‌مند را نشان می‌دهد.



شکل ۱. فرایند جست‌وجو و انتخاب مقاله‌های مناسب

جدول ۱. قابلیت‌های پویایی شرکت‌های دانش‌بنیان (منبع: مرور نظام‌مند)

ردیف	مولفه اصلی	مولفه فرعی	کدهای توصیفی
۱	قابلیت اکتشافی	اکتشاف بازار صادراتی	تبادل دانش با شرکت‌های دیگر، پژوهش مشتری‌گرایی، همکاری با سایر شرکت‌ها
			۲. استفاده از فرایندهای جدید تولید
			۳. شناسایی مشتریان و تأمین‌کنندگان جدید در بازارهای صادراتی جدید
۲	مدیریت ارشد دیجیتال	پژوهش و توسعه	۱. یادگیری در مورد تجهیزات و فناوری‌های جدید
			۲. را اندازی تجهیزات تولید جدید
			۱. فرهنگ کارآفرینی
۳	تحول دیجیتال	کارآفرینی‌گرایی صادراتی	۲. رهبری تکنولوژیک و نوآوری
			۱. هماهنگی اقدامات دیجیتال
			۲. طرح‌ریزی و هدایت دیجیتال
۴	سرمایه اجتماعی خارجی	ساختاری	۳. پایش محیطی و شبکه‌سازی دیجیتال
			۱. نقشه راه دیجیتال
			۲. حکمرانی دیجیتال
۳	رابطه ای	رهبری مبتنی بر تحول دیجیتال	۳. سازماندهی دیجیتال
			۴. منابع دیجیتال
			۵. ایجاد تمایز در اجرای فرایندها
۳	شناختی	رابطه ای	۱. پیوندهای موجود در شبکه
			۲. تناسب اجتماعی علائق اجتماعی
			۱. اعتماد
۴	رهبری	بیش و درک راهبردی	۱. علائم مشترک
			۲. زبان
			۳. بینش
۴	ارتباط و گفت‌وگو جمعی	بیش و درک راهبردی	۱. خود رهبری
			۲. خود کنترلی
			۱. نوآوری محصول
۴	ارتباط و گفت‌وگو جمعی	ارتباط و گفت‌وگو جمعی	۲. تفکر استراتژیک
			۱. هم پدیدآوری
			۲. یادگیری جمعی

۴-۱-۵. روایی و پایایی

برای سنجش روایی پژوهش از ابزار CASP^۱ استفاده گردید. چک لیست استاندارد ده سوالی CASP^۲، ابزاری است که محققان را در راستای بررسی انتقادی گونه‌های متفاوت از شواهد پژوهشی یاری می‌کند. با استفاده از این ابزار، روایی و اعتبار پژوهش‌ها (شواهد) مورد استفاده در تحقیقات فراترکیبی و تحقیقاتی که از نتایج پژوهش‌های پیشین به عنوان داده‌های ثانویه بهره می‌برند تعیین می‌شود. در بسیاری از مطالعات، از این ابزار متعاقباً در راستای تأیید اعتبار و روایی پژوهش‌های فراترکیبی و مرورهای نظام‌مند بهره گرفته شده است. چک لیست مورد مطالعه در پژوهش حاضر حاوی سوالات زیر بوده است.

- بخش الف) آیا نتایج مرور معتبرند؟ ۱. آیا تحقیق یک سوال واضح و متمرکز را مطرح می‌کند؟ ۲. آیا محققان به دنبال پژوهش‌های متناسبی بوده‌اند؟ ۳. آیا فکر می‌کنید تمامی مطالعات مهم و مرتبط در این پژوهش لحاظ شده‌اند؟ ۴. آیا محققان تلاش کافی در راستای سنجش کیفیت مقالات لحاظ شده انجام داده‌اند؟ ۵. اگر نتایج مرور، ترکیب شده‌اند، اصلاً انجام چنین کاری منطقی بود؟
 - بخش ب) نتایج چیستند؟ ۶. نتایج کلی مرور انجام شده چیستند؟ ۷. نتایج چقدر دقیق هستند؟
 - بخش ج) آیا نتایج به صورت بومی نیز قابل استفاده‌اند؟ ۸. آیا نتایج را می‌توان در جامعه بومی نیز مورد استفاده قرار داد؟ ۹. آیا تمامی پیامدهای مهم لحاظ شده‌اند؟ آیا فوایدش به هزینه‌ی انجام کار می‌ارزد؟
- در راستای سنجش پایایی پژوهش نیز از شاخص کاپای کوهن^۳ در نرم‌افزار SPSS استفاده شد. کاپای کوهن قرارداد را بین دو ارزیاب که هر کدام N مورد را در C طبقه‌ی متقابلاً انحصاری مرتب کرده‌اند، اندازه‌گیری می‌کند (فرمول زیر):

$$\kappa = \frac{\text{Pr}(a) - \text{Pr}(e)}{1 - \text{Pr}(e)} = \frac{\text{توافقات شانسی} - \text{توافقات مشاهده شده}}{1 - \text{توافقات شانسی}}$$

1. Critical Appraisal Skills Programs

2. casp-uk.net

3. Cohen's Kappa

که در آن $Pr(a)$ توافق نسبی مشاهده شده بین ارزیاب‌ها است و $Pr(e)$ احتمال فرضی توافق شانسی است، با استفاده از داده‌ی مشاهده شده برای محاسبه‌ی احتمال‌های هر مشاهده‌کننده که به صورت اتفافی بیانگر یکی از دسته‌ها هستند. اگر که ارزیاب‌ها در توافق کامل باشند آنگاه $k=1$ است. اگر هیچ توافقی بین ارزیاب‌ها به غیر از آنکه توسط تصادف قابل دستیابی باشد (که توسط $Pr(e)$ تعریف شد)، وجود نداشته باشد، آنگاه $k=0$ است. در مجموع، اگر شاخص عددی کاپا در محدوده $0/61$ تا $0/80$ باشد، وضعیت توافق مورد تأیید و خوب است (، ۱۹۹۷). بر این اساس، با توجه به میزان کاپای به دست آمده برای پژوهش حاضر ($k=731/0$)، پایایی تحقیق در محدوده قابل قبول قرار داشته و تأیید می‌شود.

۴-۲. بخش دوم: تحلیل مضمون

پس از شناسایی قابلیت‌های پویا در شرکت‌های دانش‌بنیان به صورت نظام‌مند در این مرحله (مرحله دوم)، به منظور بررسی و تکمیل ابعاد قابلیت پویا در شرکت‌های دانش‌بنیان صنعت نفت و گاز؛ با استفاده از مصاحبه نیمه ساختاریافته از مشارکت‌کنندگان پژوهش و انجام تحلیل مضمون سعی شد تا به شناسایی این قابلیت‌ها در شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه صنعت نفت و گاز پرداخته شود. روش‌های مختلفی برای تحلیل مضمون وجود دارد که هر یک از آن‌ها، فرآیندهای خاصی را دنبال می‌کند. در این پژوهش از روش براون و کلارک (۲۰۰۶) که یک رویکرد نظام‌مند و سیستماتیک از تحلیل تم می‌باشد و مورد استقبال گسترده نیز قرار گرفته است، استفاده شده است. این روش فرآیند گام و گام و جامعی جهت تحلیل مضمون، عرضه می‌کند. این فرآیند تحلیل مضمون در قالب سه مرحله معرفی می‌شود. مضمون یک الگوی معنادار و منسجم داده‌ها است که به سوالات تحقیق مرتبط است. اگر کدها را آجرهای یک خانه در نظر بگیریم مضامین به عنوان دیوارها و سقف خانه هستند. جستجوی مضامین یک فرآیند فعالانه است یعنی محقق به خلق یا ساخت مضامین می‌پردازد بجای اینکه مضامین را کشف کند. مضامین در سه سطح تقسیم می‌شوند: مضامین پایه یا اصلی، مضامین سازمان دهنده و مضامین فراگیر. مضمون پایه. به پایه‌ای‌ترین یا پایین‌ترین سطح مضمون گفته می‌شود که از داده‌های متنی نشأت می‌گیرد. مضمون پایه همانند یک پشتیبان است از این لحاظ که بیانیه‌ای است درباره

یک باور که حول یک ایده اصلی بنا شده و به معنا بخشیدن مضامین سطح دوم کمک می‌کند. مضمون سازمان‌دهنده: مضمون سطح میانی یا سطح دوم است که مضامین پایه را در قالب خوشه‌های مشابه سازمان‌دهی می‌کند. مضامین سازمان‌دهنده خوشه‌هایی از مضامین دقیق هستند که مفروضات اساسی گروهی از مضامین پایه را خلاصه کرده به طوری که فشرده‌تر شده و وقایع موجود در متن را شفاف‌تر و واضح‌تر بیان می‌کند.

مضمون فراگیر: مضامین فراگیر به عنوان مضامین سطح بالا هستند که استعاره‌های اصلی و کلیدی موجود در داده‌ها را در بردارند. مضامین فراگیر مضامین سطح پایین‌تر یعنی مضامین سازمان‌دهنده را به طور خلاصه گروه‌بندی کرده و به آن‌ها معنا می‌بخشند.

جامعه آماری پژوهش حاضر در بخش دوم (تحلیل مضمون)؛ ۱۵ نفر از مدیران عامل و کارشناسان شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در صنعت نفت و گاز می‌باشند (مشخصات مشارکت‌کنندگان در جدول (۲) آمده است).

جدول ۲- مشخصات مشارکت‌کنندگان پژوهش

ردیف	سمت	رشته تحصیلی	تحصیلات	کد مصاحبه شونده	نام شرکت
۱	مدیر عامل	مدیریت بازرگانی-استراتژی	دکتری	A	شرکت کولر هوایی آبان
۲	مدیر منابع انسانی	مدیریت بازرگانی-منابع انسانی	فوق لیسانس	B	شرکت ایلیا دانش
۳	کارشناس ارشد واحد تحقیق و توسعه	مدیریت بازرگانی-دولتی	دکتری	C	شرکت پارس پرداز
۴	مدیر عامل	مدیریت مالی	لیسانس	D	شرکت دلتا گاز مبین
۵	مدیر منابع انسانی	حسابداری	لیسانس	E	شرکت صنایع پالایشی پروشاد پالاد
۶	مدیر عامل	مدیریت دولتی	فوق لیسانس	F	شرکت طاعا قالب توس
۷	مدیر منابع انسانی	مدیریت بازرگانی-بازاریابی	دکتری	G	شرکت توسعه انرژی نوین
۸	مدیر عامل	اقتصاد و انرژی	فوق لیسانس	H	شرکت آتیه پردازان شریف
۹	مدیر عامل		لیسانس	I	شرکت تاپکو

ردیف	سمت	رشته تحصیلی	تحصیلات	کد مصاحبه شونده	نام شرکت
۱۰	مدیر واحد تحقیق و توسعه	مدیریت صنایع	دکتری	J	شرکت شیر صنعتی اردبیل
۱۱	مدیر فروش و بازاریابی	مدیریت مالی	لیسانس	K	شرکت پترو تأمین فهم
۱۲	مدیر عامل	مهندسی مالی	فوق لیسانس	L	شرکت کاوش صنعت توس
۱۳	مدیر منابع انسانی	مهندسی نفت - مخازن	دکتری	M	شرکت محرک سازان دنا
۱۴			لیسانس	N	شرکت رستا گروه
۱۵	مدیر منابع انسانی	مدیریت بازرگانی - منابع انسانی	فوق لیسانس	O	شرکت خدمات نیروگاهی آهار شرق

۴-۲-۱. تجزیه و تحلیل داده‌ها

مرحله اول: آشنایی با داده‌ها

هنگام شروع تحلیل مضمون، ممکن است خود پژوهشگر داده‌ها را جمع کند یا این که داده‌ها تحقیق در اختیار او قرار گیرد. اگر خود پژوهشگر داده‌ها را (از طریق رسانه و منابع مختلف) جمع کند، به هنگام تحلیل، از دانش و مبنای تحلیلی اولیه برخوردار خواهد بود. اما مهم این است که پژوهشگر به گونه‌ای در داده‌ها غرض شود که با عمق و غنای محتوای آن‌ها کاملاً آشنا شود. غرق شدن در داده‌ها، مستلزم مطالعه و مرور مکرر داده‌ها به روشی فعال است. پیشنهاد می‌شود حداقل یکبار قبل از شروع کدگذاری، کل داده‌ها مطالعه شود؛ در این حالت، به هنگام مطالعه متن برخی از ایده‌ها و الگوها شناخته خواهد شد.

این گام، ستون فقرات مراحل بعدی را شکل می‌دهد. در این گام است که ایده‌های خوبی درباره کدگذاری و الگوها شکل می‌گیرد. پس از این کار، پژوهشگر، آماده است فرآیند کدگذاری را آغاز کند. لکن، کدگذاری در کل فرآیند تحلیل صورت می‌گیرد و تعریف می‌شود.

مرحله دوم: ایجاد کدهای اولیه

زمانی آغاز می‌شود که پژوهشگر، داده‌ها را مطالعه کرده و با آنها آشنا شده باشد. همچنین، فهرستی اولیه از ایده‌های موجود در داده‌ها و نکات جالب آن‌ها، تهیه کرده باشد. لذا این گام مستلزم ایجاد کدهای اولیه از داده‌ها است.

در این گام، از کدها برای تقسیم متنی به قسمت‌های فهمیدنی و استفاده‌پذیر مانند، بند، عبارت، کلمه یا سایر معیارهایی که برای تحلیل خاص لازم است استفاده می‌شود. کدهای موجود در چارچوب کدگذاری، باید حد و مرز کاملاً مشخص و تعریف شده‌ای داشته باشد به گونه‌ای که تغییرپذیر و یا تکراری نباشد. همچنین، کدها باید محدود به قلمروی تحقیق باشد و به‌طور روشن بر موضوع، تمرکز داشته باشد تا کدگذاری هر جمله از متن اصلی، اجتناب شود. این گام به لحاظ تفسیری حائز اهمیت است؛ اما تا این مرحله تکمیل نشده باشد نمی‌توان وارد مرحله بعد شد.

مرحله سوم: جستجوی مضامین

گام سوم، زمانی شروع می‌شود که همه داده‌ها کدگذاری اولیه و گردآوری شده باشد و فهرستی طولانی از کدهای مختلف در مجموعه داده‌ها شناخته شده باشد. در این گام که به تحلیل در سطحی کلان تراز کدها تمرکز دارد؛ کدهای مختلف در قالب مضامین مرتب می‌شوند و همه داده‌های کد گذاشته شده مرتبط با هریک از مضامین شناخته و گردآوری می‌شوند. اساساً در این مرحله کدها تجزیه و تحلیل می‌شود و به نحوه ترکیب و تلفیق کدهای مختلف جهت تشکیل مضامین پایه توجه می‌شود. در این مرحله می‌توان از شکل، نمودار، جدول، نقشه‌های ذهنی و یا نوشتن نام هر کد همراه با توضیح خلاصه‌ای از آن بر روی کاغذی جداگانه و قرار دادن آن در ستون مضمون مرتبط، برای مرتب کردن کدهای مختلف در قالب مضامین بهره گرفت.

جدول ۳. جستجوی مضامین شناسایی شده (منبع: تحلیل محقق)

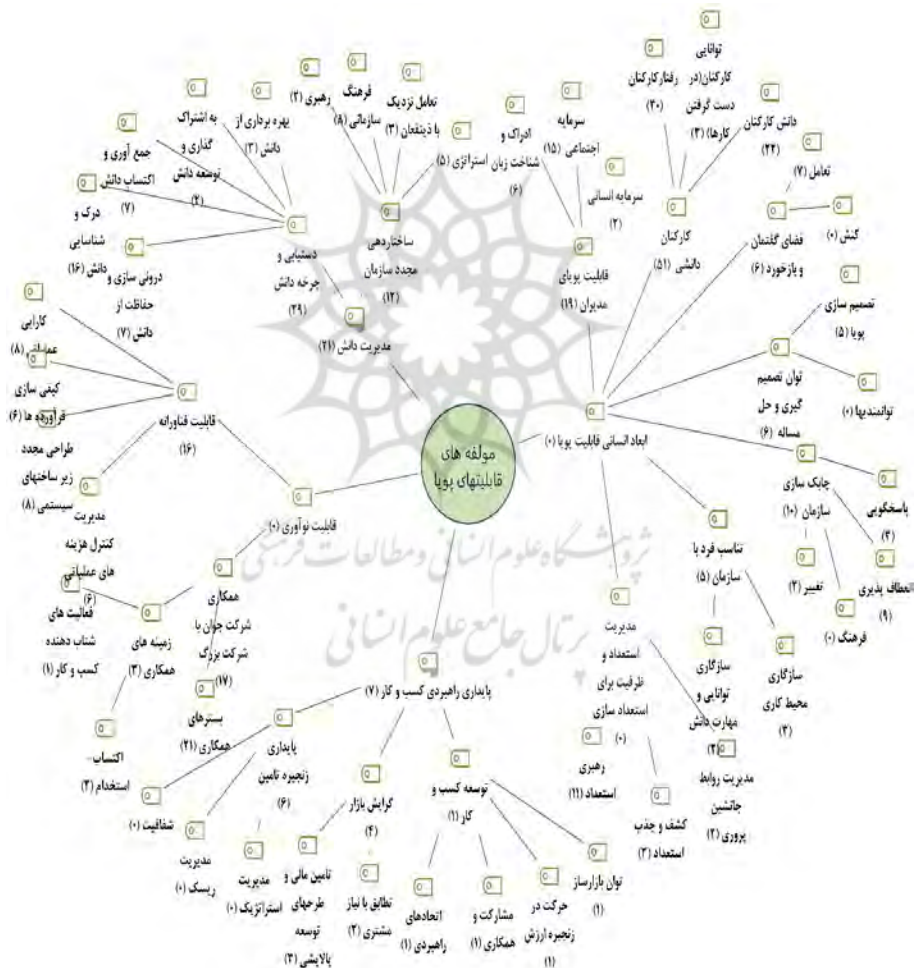
مضمون اولیه	مضمون سازمان‌دهنده	مضمون فراگیر
بسترهای همکاری	همکاری شرکت جوان با شرکت بزرگ	قابلیت نوآوری
زمینه‌های همکاری		
زیر ساخت‌های سیستمی	قابلیت فناورانه	
کارایی عملیاتی		
مدیریت کنترل هزینه‌های عملیاتی		
کیفی سازی فرآورده‌ها		

مضمون اولیه	مضمون سازمان‌دهنده	مضمون فراگیر
مدیریت استراتژیک	پایداری زنجیره تأمین	پایداری راهبردی کسب و کار
مدیریت ریسک		
شفافیت		
انطباق با نیاز مشتری	گرایش بازار	
تأمین مالی طرح‌های توسعه پالایشی		
توان بازاریابی	توسعه کسب و کار	
مشارکت و همکاری		
حرکت در زنجیره ارزش		
توان بازاریاب		
توانایی کارکنان	قابلیت کارکنان دانشی	ابعاد انسانی و رفتاری
رفتار کارکنان		
دانش کارکنان		
ادراک و شناخت زبان	قابلیت بومی‌ای مدیران	
سرمایه اجتماعی		
سرمایه انسانی		
کشف و جذب استعداد		
مدیریت استعداد و ظرفیت برای استعداد سازی		
رهبری استعداد	تناسب فرد با سازمان	
سازگاری محیط کاری		
سازگاری توانایی و مهارت دانش	چابک‌سازی سازمان و منابع انسانی چابک	
فرهنگ		
تغییر		
پاسخگویی		
انعطاف پذیری	توانایی تصمیم‌گیری و حل مساله	
تصمیم‌سازی پویا		
توانمندی‌ها	فضای گفت‌وگو و بازخورد	
تعامل		
کنش		

مضمون فرایگیر	مضمون سازمان دهنده	مضمون اولیه
مدیریت دانش	ساختاردهی مجدد سازمان	رهبری
		فرهنگ سازمانی
		تعامل نزدیک با ذینفعان
		استراتژی
	دستیابی و چرخش دانش	درک و شناسایی دانش
		درونی سازی و حفاظت از دانش
		جمع آوری و اکتساب دانش
		به اشتراک گذاری و توسعه دانش
		بهره برداری از دانش

روش‌هایی متفاوتی برای سنجش روایی و پایایی تحقیقات کیفی پیشنهاد شده است. گویا و لینکلن (۱۹۸۵)، قابلیت اعتماد را به عنوان معیاری برای جایگزینی روایی و پایایی مطرح ساخته‌اند که متشکل از چهار مفهوم جزئی‌تر تشکیل شده است: قابلیت اعتبار یا باورپذیری؛ معادل روایی در پژوهش‌های کمی است؛ یعنی میزان و درجه اعتماد به واقعی بودن یافته‌ها برای شرکت‌کنندگان در پژوهش. از آنجایی که یافته‌های پژوهش با همکاری مشارکت‌کنندگان مستخرج گردید، این معیار تأیید می‌گردد. قابلیت انتقال یا انتقال‌پذیری: جایگزین اعتبار بیرونی در پژوهش‌های کمی است و به معنی قابلیت تعمیم پژوهش به سایر حوزه‌ها و زمینه‌های مشابه است. از آنجایی که جامعه آماری پژوهش، شرکت‌های فعال در صنعت نفت و گاز می‌باشد، می‌توان یافته‌های مستخرج از پژوهش را به تمام شرکت‌های فعال در این صنعت تعمیم داد. قابلیت تأیید یا تأییدپذیری: به معنای پرهیز از سوگیری است، اما در پژوهش‌های کمی به معنی قدرت تحلیل و دقت داده‌ها و میزان تأیید آن‌ها است. بیانگر تلاش پژوهشگر در جهت احراز شاخص عینیت در پژوهش است. جهت جلوگیری از سوگیری پژوهش، نمونه‌ای مصاحبه چند نفر از مشارکت‌کنندگان پژوهش در اختیار صاحب نظران قرار گرفت و از آن‌ها خواسته شد تا نمونه را کدگذاری کنند، سپس نمونه کدگذاری شده صاحب نظران با کدگذاری پژوهشگر مورد ارزیابی قرار گرفت بعد از مقایسه مشخص شد که نظر پژوهشگر با نظر صاحب نظران مطابقت دارد. اطمینان‌پذیری: معادل پایایی در پژوهش کمی است. به درجه بازیافت و تکرارپذیری داده‌ها

توسط سایر پژوهشگران اطلاق می‌شود. یافته‌ها و تحلیل داده‌ها نشان داد که کدهای مستخرج از مشارکت‌کنندگان تکرارپذیری بالایی داشت. همچنین از مصاحبه ۱۲ تا مصاحبه ۱۵، پژوهشگر کد جدیدی دریافت نکرد و این خود گویایی اطمینان‌پذیری یافته‌های پژوهش می‌باشد. همچنین جهت اعتبارپذیری بیشتر یافته‌ها اقدامات زیر صورت گرفت: استفاده از فرآیندهای ساختار یافته از مصاحبه‌های همگرا و سازمان دهی فرآیندهای ساخت یافته برای ثبت، نوشتن و تفسیر داده‌ها. پس از انجام تحلیل مضمون و شناسایی مضامین، خروجی نرم افزار MAXQDA در شکل (۲) آورده شده است.



شکل ۲- قابلیت‌های پویا در شرکت‌های دانش بنیان صنعت نفت و گاز

بر طبق جداول فوق، کلیه داده‌های به دست آمده از مرور نظام‌مند و مصاحبه که با تکنیک کدگذاری مفاهیم اولیه احصاء و پس از استخراج تمهای فرعی در مرحله بعد از نظر مفهوم مشترک و رابطه درونی مفاهیم باهم، ترکیب و تبدیل به مفاهیم یا تمهای اصلی شده و در قالب مدل زیر تبدیل به هشت تم اصلی شدند که این هشت تم برای ساخت شبکه مضامین به شرح زیر مورد استفاده قرار است که به تایید صاحب‌نظران و خبرگان پژوهش رسید.

شکل ۳- قابلیت‌های پویا شرکت‌های دانش‌بنیان در صنایع نفت و گاز



منبع: یافته‌های پژوهش

در شکل (۴)، ابعاد سیاه رنگ مضامین استخراجی (مضامین ثانویه مولفه‌های قابلیت‌های پویا) مرور نظام‌مند و تحلیل محتوای متون هستند و موارد قرمز رنگ مضامینی هستند که از تحلیل مضمون و مصاحبه از نمونه آماری تحقیق استخراج شده‌اند که در بخش «تعاریف مضامین» به صورت مفصل توضیح داده شدند.



شکل ۴- مولفه‌های قابلیت‌های پویا در سه بعد احساس ریایش و بازآرایی براساس تلفیق نتایج مرور نظام‌مند و روشن تحلیل مضمون در یک قاب

۵. بحث و نتیجه‌گیری

ابعاد انسانی قابلیت پویا: مدیریت منابع انسانی نقش مهمی در سودآوری سازمان دارد. به طور کلی، بهره‌گیری از بهترین نیروی انسانی، توسعه مهارت‌ها، افزایش کارایی و انگیزه کارکنان و بهبود فرآیندهای کاری به رشد سازمانی و افزایش سودآوری کمک می‌کند. انتخاب و انتصاب مدیران شایسته به منظور شناسایی، جذب و مدیریت افراد مستعد مستلزم طراحی و پیاده‌سازی یک الگوی اثربخش بر اساس شایستگی‌های مدیریتی و شناخت انواع شایستگی‌های مدیریتی

الزامی و بسیار اثربخش است. الگویی که قادر باشد افراد مستعد و شایسته را در حوزه‌های مدیریتی و دیگر موقعیت‌های کلیدی مورد نیاز در سازمان شناسایی و انتخاب کند. چنانچه گزینش و انتصاب افراد در رده‌های مختلف سازمانی به ویژه سطوح مدیریتی بر اساس معیارهای یک مدل استاندارد و بومی انجام گیرد. عملکرد کارکنان بهبود یافته و اهداف سازمان تحقق خواهد یافت. با شناخت ابعاد نیروی انسانی (قابلیت پویای دانشی کارکنان، قابلیت پویای مدیران، حاصله از تحقیق انجام شده درک درستی از قابلیت‌های نیروی انسانی و نحوه تعامل آنها (فضای گفت‌وگو و بازخورد، مدیریت استعداد و ظرفیت برای استعدادیابی، توان تصمیم‌گیری و حل مساله و چابک‌سازی سازمان و تناسب فرد با سازمان) مطرح می‌شود.

پایداری راهبردی کسب و کار: در عرصه ملی مباحثات فراوانی پیرامون لزوم رهایی از اقتصاد تک محصولی، وابستگی به نفت و خام‌فروشی توسط سیاست‌گزاران و مدیران اجرایی صورت پذیرفته است. در سطح کسب و کار می‌توان معادل این نظرات را از منظر دیگری مورد توجه قرار داد؛ سازمان‌های دانش‌بنیانی که در صنعت نفت و گاز به فعالیت مشغول‌اند بایستی راهبردهایی را دنبال کنند که به کسب و کارشان انعطاف و تنوع بیشتری بدهد و ظرفیت رشد بالاتری را برای آنها فراهم کند. اگرچه در نگاه اول جستجوی فرصت‌های رشد در صنعت نفت و گاز دشوار به نظر می‌رسد، اما حرکت در زنجیره ارزش و گسترش دامنه کسب و کار به حلقه‌های پیشینی و پسینی می‌تواند گزینه‌ای کم‌ریسک برای رشد باشد. کسب و کارهای پالایشی می‌توانند برای حرکت در زنجیره ارزش رو به سوی همکاری‌های مشترک و اتحادهای راهبردی بیاورند. پایداری راهبردی کسب و کار وجه متمرکز دیگری هم در صنعت پالایش دارد. تغییر و تحولات بازار به تدریج سبب برهم خوردن موازنه عرضه و تقاضا در فرآورده‌های پالایشی می‌شوند به همین دلیل لازم است شرکت‌های فعال در این صنعت با تمرکز بر نیازها و خواسته‌های مشتریان درصدد تنوع سبد فرآورده‌های خود باشند. این راهبرد هزینه‌های فراوانی به شرکت‌های پالایشی تحمیل می‌کند به همین دلیل مدیریت طرح‌های توسعه و تأمین مالی این طرح‌ها اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند. به علاوه، دستیابی به پایداری راهبردی نیازمند تثبیت و تقویت موضع رقابتی فعلی است و این امر به جز با رویکرد جامعی که هم بازار مصرف و هم سمت تأمین مواد اولیه را در نظر داشته باشد امکان‌پذیر نیست؛ بنابراین، توسعه قابلیت‌های راهبردی در صنعت نفت و گاز نیازمند دستیابی به پایداری راهبردی کسب و کار است.

نوآوری: همان‌طور که یافته‌های پژوهش و نتایج تحقیقات نشان می‌دهد، به منظور تقویت نوآوری در شرکت‌های دانش‌بنیان پالایشی حوزه نفت و گاز، نیاز به توجه ویژه‌ای به قابلیت‌های فناوری و همکاری می‌باشد؛ بنابراین عواملی مانند ویژگی‌های بستر مورد نیاز همکاری و زمینه‌های همکاری مانند: اکتساب و استخدام که از نیروی متخصص شرکت‌پذیرنده استفاده می‌شود و همچنین توجه به فعالیت‌های شتاب‌دهنده کسب و کار می‌تواند زمینه را برای انتخاب نوآوری در شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه پالایشی نفت و گاز هموار سازد. در این راستا توانمندسازی ابعاد کارکنان و منابع انسانی توانمند تحت حمایت مدیریت و در سازمانی با ساختار سازمانی منعطف و راحتی می‌تواند فناوری‌های جدید و فرصت‌های فناورانه را شناسایی نمایند تا شرکت‌ها بتوانند مدبرانه روی فناوری‌های جدید سرمایه‌گذاری نمایند. چنین موضوعی با توجه به مشارکت شبکه ارتباطی کسب و کار فراهم می‌سازد تا منجر به خلق ایده نوآورانه شود. بسیاری از شرکت‌های بزرگ داخلی برای رفع نیاز خود به خرید محصول از شرکت‌های خارجی روی می‌آوردند. در این میان عدم دسترسی شرکت‌های بزرگ به فناوری شرکت‌های خارجی به دلایلی مانند؛ تحریم یا هزینه بالا می‌تواند به‌عنوان یک عامل مؤثر در شکل‌گیری و موفقیت همکاری عمل کند. به دلیل عدم دسترسی به فناوری خارجی به همکاری با شرکت داخلی روی آوردند. صنعت پالایش نفت و گاز جهانی با تغییرات و چالش‌های مهمی در سال‌های آینده مواجه است. با توجه به اینکه کشور ایران یکی از دارندگان ذخایر نفت و گاز است، توسعه هدفمند صنعت پالایش نفت و گاز در ایران می‌تواند موجب افزایش ارزش افزایی و جلوگیری خام فروشی نفت و توسعه صنایع پایین دستی شود. همکاری شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه پالایشی با شرکت‌های بزرگ و صاحب نظر این حوزه می‌تواند به بهبود توانمندی‌های شرکت‌های دانش‌بنیان این صنعت منجر شود. در بحث کیفی‌سازی، ارتقای کیفیت ته مانده موضوعی داغ برای صنعت پالایش بوده، هست و در آینده نزدیک خواهد بود.

مدیریت دانش: مدیران، ابزارهای وب پایه را به کار می‌گیرند تا منابع اطلاعات را با همدیگر ادغام کنند و دسترسی به میزان متنوعی از پایگاه‌های مشترک، راهنماها، اسناد و فرایندها را برای کاربران فراهم کنند برای آمادگی سازمان به منظور استقرار آموزش کارکنان امری عاقلانه و ضروری است با ادامه این فرایند فرهنگ تک تک افراد دست خوش آموزش و اصلاح شده و با نهادینه شدن فرهنگ دانشی در سازمان حس تعهدی در افراد ایجاد می‌شود که در واقع هدف لایه

شناختی سازمان است برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیران سازمانی در مواجهه با استقرار نظام مدیریت دانش با چالش‌هایی در سازمان روبرو هستند از آنجا که عدم توجه به وضعیت زیرساخت‌های مدیریت دانش در سازمان و نیز ارتباط بین عوامل زیرساختی و عوامل انسانی و نقش بازخوردی آنها بر موفقیت استقرار مدیریت دانش مؤثر هستند و شناخت مولفه‌های این قابلیت شرکت‌های دانش‌بنیان این حوزه پالایش نفت و گاز را در جهت یاری رساندن این سیستم در صنعت پالایش و نفت یاری می‌رساند.

قابلیت اکتشافی: مفاهیم اکتشاف و بهره‌برداری برای اولین بار توسط مارچ ۴ در سال ۱۹۹۱ مطرح شد و اهمیت آن در یادگیری سازمانی مورد تأکید قرار گرفت. پس از آن، پژوهشگران این مفاهیم را در حوزه‌های دیگر کسب و کار شامل بازاریابی، استراتژی قابلیت‌های سازمانی توسعه محصول جدید و تئوری سازمان مورد استفاده قرار دادند. بعد از آن مفاهیم بهره‌برداری و اکتشاف را به حوزه قابلیت‌های پویا بسط داده شد. قابلیت بهره‌برداری به معنی توسعه دانش موجود در مورد قابلیت‌ها، فناوری‌ها، محصولات و بازارهای فعلی شرکت است. قابلیت اکتشاف به توسعه دانش جدید در مورد قابلیت‌ها، محصولات و بازارهای جدید اطلاق می‌شود به طور مشابه بهره‌برداری بازار صادراتی به تقویت دانش مربوط به بازارهای صادراتی فعلی شرکت گفته می‌شود. اکتشاف بازار صادراتی نیز به معنی جست‌وجو برای یافتن فرصت‌ها و بازارهای صادراتی جدید و خلق دانش جدید در این زمینه است.

هم‌آفرینی: ویژگی بارز محیط کسب و کار در جوامع صنعتی، تغییرات سریع و عدم اطمینان است و سازمان‌هایی قادر به پاسخگویی به این تغییرات خواهند بود که قابلیت سازگاری داشته باشند. همه سازمان‌ها برای ماندگاری نیازمند اندیشه‌های نو و نظرهای بدیع و تازه‌اند. افکار و ایده‌های جدید مانند روحی در کالبد سازمان دمیده می‌شود و آن را در برابر طوفان‌های سهمگین حفظ می‌کند. واکنش سریع به تحولات محیطی وقتی ضرورت بیشتری می‌یابد که علاوه بر رقابتی‌تر شدن محیط کسب و کار و شتاب تحولات محیطی، شاهد کاهش طول عمر محصولات نیز هستیم. اگر وظیفه مدیر تاکنون تبدیل انرژی‌ها به سینرژی بود، امروزه مهمترین مأموریت مدیر تبدیل نوآوری‌های فردی به نوآوری‌های سازمانی است. هم‌آفرینی یعنی کمک به ساخته شدن ایده‌های بیشتر و بارور کردن آنها بسیاری از ایده‌ها اگر به اشتراک گذاشته شوند هم‌افزایی پیدا می‌کنند و رشد و گسترش پیدا می‌کنند.

سرمایه اجتماعی خارجی: فرانسیس فوکویاما (۱۹۹۵) به سرمایه اجتماعی از منظر ارزش‌های اجتماعی و عاملیت آنها در خلق رونق اقتصادی می‌نگرد. به اعتقاد فوکویاما این میزان اعتماد موجود در یک جامعه معین است که رونق آن و میزان دموکراتیک بودن آن را همراه با توان رقابتی آن مقید به خود می‌کند. فوکویاما با استفاده از آرای کلمن اعتماد را مبنای سنجش سرمایه اجتماعی معرفی می‌کند. به شرکت‌های دانش‌بنیان پالایشی حوزه نفت و گاز پیشنهاد می‌شود از طریق مشارکت و همکاری با سازمان‌ها و مراکز علمی معتبر مانند دانشگاه‌ها، اعتماد شرکت‌های خارجی را نسبت به قابلیت‌های خود جلب نمایند. به منظور تقویت بعد شناختی سرمایه اجتماعی نیز ایجاد نمایند و همچنین زیر ساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی خود را به گونه‌ای سازماندهی نمایند که امکان ارتباط و تبادل اطلاعات دوجانبه به صورت مکرر و پیوسته با مشتریان و تأمین‌کنندگان خارجی فراهم شود علاوه بر ارتباطات رسمی، توسعه ارتباطات غیر رسمی از طریق دیدار با مشتریان و تأمین‌کنندگان خارجی در رویدادهای تجاری و همچنین تعامل پیوسته با آنها از طریق شبکه‌های اجتماعی به تقویت بعد ساختاری سرمایه اجتماعی کمک می‌کند. در راستای تقویت بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی به شرکت‌های پالایشی حوزه نفت و گاز پیشنهاد می‌شود از طریق نشان دادن حسن نیت و تلاش برای حل سریع مشکلاتی که در روابط کاری به وجود می‌آید و همچنین توجه به منافع دوجانبه و استراتژی برد-برد به هنگام عقد قراردادها، اعتماد مشتریان و تأمین‌کنندگان خارجی را جلب نمایند.

تحول دیجیتال: کین و همکاران (۲۰۱۵) بیان می‌کنند که اهمیت دیجیتالی‌سازی در توسعه قابلیت‌های اساسی کسب و کار، استانداردسازی فرایندهای کاری و افزایش همکاری‌های شبکه‌ای است که سازمان را مشتاق به پذیرش تکنولوژی و افزایش مزیت رقابتی می‌کند. مفاهیم رهبری مبتنی بر دیجیتالی‌سازی، زیر ساخت‌های سازمانی کانال‌ها و شبکه‌های ارتباطی و بلوغ دیجیتال مقوله‌های این بعد را تشکیل می‌دهند. از آنجایی که دیجیتالی‌سازی شرکت بر فرایندها، نحوه استفاده از فناوری و افراد تأثیر می‌گذارد موفقیت آن به طرز فکر مدیر و رهبری مبتنی بر این تحولات وابسته است. نقش رهبری در تحول، شناسایی نیازهای شرکت و هم‌راستاسازی فرایندها جهت ایجاد ارزش تجاری است.

شناسایی آن دسته از مفاهیمی که پتانسیل تبدیل شدن به یک قابلیت‌های پویا را داشته و به نوعی می‌توانند موجب خلق ارزش افزوده توسط شرکت شوند در سال‌های اخیر بسیار مورد

توجه پژوهشگران سازمان و کسب و کار قرار گرفته است. چشم انداز قابلیت های پویا با هدف توضیح چگونگی دستیابی و حفظ مزایای شرکت های دانش بنیان بر مزیت های رقابتی به ویژه در محیط هایی که بی ثبات نامشخص پیچیده و مبهم هستند، ایجاد شده است. در این راستا چارچوب ارائه شده نهایی که حاصل پژوهش کیفی تحلیل مضمون است، از آن جهت مهم است که پدیدآورنده دیدگاهی نوین در زمینه شناخت بستر ظهور و بروز قابلیت های پویا در سطح کلان سازمانی با تکیه بر تمام مولفه های قابلیت های پویا در این شرکت ها است. در واقع این بررسی توضیح می دهد تمرکز بر چه مولفه هایی می تواند سازمان ها را به طور منحصر به فردی قادر به سازگاری با تغییرات عمیق کند و توانایی تغییر در قابلیت ها و پویاسازی آنها را ایجاد کند. پژوهش حاضر به دنبال مطالعه روند پژوهش ها پیرامون مفهوم قابلیت های پویا و شناسایی مولفه های آن در شرکت های دانش بنیان با استفاده از روش مرور نظام مند و تحلیل مضمون بود. با مد نظر قرار دادن پژوهش های صورت گرفته در این حوزه تلاش پژوهشگران بر آن بود تا بتوانند مولفه های تأثیرگذار به قابلیت های پویا در شرکت های دانش بنیان را با رویکردی جدید از تحقیقات گذشته احصا نمایند. در این زمینه پژوهش های بسیار خوبی انجام شده بود و به جنبه های مختلفی از قابلیت های پویا توجه شده بود. تعداد قابل توجهی از مطالعات مدیریت دانش را به عنوان مصداقی از قابلیت های پویا برای شرکت های دانش بنیان معرفی و مورد مطالعه قرار داده اند. شیوه های مدیریت منابع انسانی نیز به عنوان یک قابلیت پویا با تأثیر بر روی نوآوری شرکت اثر مثبت یا منفی در نظر گرفته شده بود. برای شناسایی مؤلفه های اصلی قابلیت، باروش روش تحلیل مضمون و با استفاه از نرم افزار maxqda مولفه ها از مصاحبه های افراد متخصص شرکت های دانش بنیان حوزه پالایش نفت و گاز انجام شد. همان طور که ملاحظه شد چهار مولفه به ترتیب تحت عناوین «قابلیت نوآوری»، «قابلیت مدیریت دانش»، «قابلیت پایداری راهبردی کسب و کار» و «ابعاد انسانی قابلیت های پویا» نامگذاری شدند. حرکت در زنجیره ارزش و گسترش دامنه کسب و کار به حلقه های پیشینی و پسینی می تواند گزینه ای کم ریسک برای رشد باشد. کسب و کارهای پالایشی می توانند برای حرکت در زنجیره ارزش رو به سوی همکاری های مشترک و اتحادهای راهبردی بیاورند این یافته هم راستا با تأکید، شون فیلر و تیس (۲۰۱۴)، گارسیا، لزارد و سینگ (۲۰۱۴) و فیلر و تیس (۲۰۱۴) برای شرکت های فعال در صنعت نفت و گاز با تمرکز بر حلقه های بالادستی صنعت است. در ایران آنچه لازمه دنبال

کردن این راهبرد است، بستری است که ظرفیت مشارکت را پدید آورد. بازاریابی را تسهیل کند و امکان یکپارچگی میان حلقه‌های مختلف زنجیره ارزش را برای دستیابی به سطح بالاتری از عملکرد فراهم کند. پایداری راهبردی کسب و کار صنعت پالایش دارد. تغییر و تحولات وجه متمرکز دیگری هم در صنعت پالایش دارد تغییر و تحولات بازار به تدریج سبب برهم خوردن موازنه عرضه و تقاضا در فرآورده‌های پالایشی می‌شوند به همین دلیل لازم است شرکت‌های فعال در این صنعت با تمرکز بر نیازها و خواسته‌های مشتریان درصدد بهسازی سبد فرآورده‌های خود باشند. این راهبرد هزینه‌های فراوانی به شرکت‌های پالایشی تحمیل می‌کند به همین دلیل مدیریت طرح‌های توسعه و تأمین مالی این طرح‌ها اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند.

دسترسی به داده‌ها

داده‌های استفاده شده یا تولید شده در این پژوهش در متن مقاله ارائه شده است.

تضاد منافع نویسندگان

نویسندگان این مقاله اعلام می‌دارند که هیچ‌گونه تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

منابع

- الهیاری فر، نجفی عباسی، رسول (۱۳۹۰). بررسی الگوی مناسب ساختار سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان. فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، سال هشتم شماره ۲۹.
- رستمی، روح‌الله؛ رستمی، مجتبی؛ (۱۳۹۷). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر ارتقای قابلیت‌های پویا در صنایع کوچک و متوسط (مطالعه موردی: صنایع کردستان) با استفاده از مدل ISM و مدل DEMATEL. فصلنامه پژوهش نامه بازرگانی. دوره ۲۲، شماره ۸۸، صص ۱۷۹-۱۵۵.
- رجب بیگی، مجتبی؛ اسدی، احمد؛ صیدایی تیمور نژاد، کاوه (۱۴۰۰). حاضر طراحی الگوی آینده نگاری منابع انسانی در صنعت نفت با رویکرد قابلیت‌های پویا. فصلنامه مطالعات راهبردی در صنعت نفت و انرژی. سال ۱۳، شماره ۵۲، صص ۸۱-۱۰۰.
- قادری، هانیه، رضائی دولت آبادی، حسین (۱۴۰۱). تأثیر سرمایه اجتماعی بیرونی بر عملکرد صادراتی با در نظر گرفتن نقش میانجی قابلیت‌های پویا. فصلنامه مدیریت و کسب و کار بین‌المللی، سال پنجم، شماره ۲.

Al-Hiari Far, Najafi Abbasi, Rasool (2010). Examining the appropriate model of the organizational structure of knowledge-based companies. Specialized Quarterly Journal of Parks and Growth Centers, Year 8, Number 29. [In Persian]

- Colabi, A. M. (2022). Model of internationalization of knowledge enterprises by explaining the role of entrepreneurial orientation, strategic renewal, dynamic capabilities, and human capital development. *Journal of International Business Administration*, 5(4), 71-90. Doi: 10.22034/jiba.2022.52085.1902
- DeAro, E. R., & Perez, G. (2021). Identification of dynamic capabilities in open innovation. *Innovation & Management Review*, 18(2), 118-128. <https://doi.org/10.1108/INMR-10-2019-0120>.
- Gnizy, I., E. Baker, W., & Grinstein, A. (2014). Proactive learning culture, 18(2), 118-128. in *International Marketing Review* (Vol. 31, Issue 5, pp. 477-505). <https://doi.org/10.1108/JOSM-09-2018-0286>.
- Karman, A., & Savanevičienė, A. (2021). Enhancing dynamic capabilities to improve sustainable competitiveness: insights from research on organisations of the Baltic. *Baltic Journal of Management*, 16(2), 318-341. <https://doi.org/10.1108/BJM-08-2020-0287>
- Khaksar, S. M. S., Chu, M.-T., Rozario, S., & Slade, B. (2020). Knowledgebased dynamic capabilities and knowledge worker productivity in professional service firms the moderating role of organizational culture. In *Knowledge Management Research ; Practice* (Vol. 21, Issue 2, pp. 241-258). Informa UK Limited. <https://doi.org/10.1080/14778238.2020.1794992>
- Karman, A., & Savanevičienė, A. (2021). Enhancing dynamic capabilities to improve sustainable competitiveness: insights from research on organization the Baltic region. *Baltic Journal of Management*, 16(2), 318-341. <https://doi.org/10.1108/BJM-08-2020-0287>
- Lee, C., Lee, K., & Pennings, J. M. (2001). Internal capabilities, external networks, and performance: A study on technology based ventures. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 615-640. <https://doi.org/10.1002/smj.181>
- Mele, G., Capaldo, G., Secundo, G., & Corvello, V. (2023). Revisiting the idea of knowledge-based dynamic capabilities for digital transformation. In *Journal of Knowledge Management*. Emerald. <https://doi.org/10.1108/jkm-02-2023-0121>
- Ortín-Ángel, P., & Vendrell-Herrero, F. (2014). University spin-offs vs. other NTBFs: Total factor productivity differences at outset and evolution. In *Technovation* (Vol. 34, Issue 2, pp. 101-112). Elsevier BV. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2013.09.006>
- Qadri, Haniyeh, Rezaei Dolatabadi, Hossein (1401), the effect of external social capital on export performance considering the mediating role of dynamic capabilities. *International Business and Management Quarterly*, Year 5, Number 53. Pages 81-102 [In Persian].
- Rajab Beigi, Mojtaba; Asadi, Ahmed; Saidai Timournejad, Kaveh (1400). Presently, the design of the human resource foresight model in the oil industry with the approach of dynamic capabilities. *Quarterly magazine of strategic studies in the oil and energy industry*. Year 13, No. 52, pp. 81-100 [In Persian].
- Rostami, Ruhollah; Rostami, Mojtabi; (2017). Identification and ranking of factors affecting the promotion of dynamic capabilities in small and medium industries (case

- study: Kurdistan industries) using the ISM model and the DEMATEL model. Volume 22, No. 88, pp. 155-179[In Persian].
- Pitelis, C. N., & Teece, D. J. (2010). Cross-border market co-creation, dynamic capabilities, and the entrepreneurial theory of the multinational enterprisIn *Industrial and Corporate Change* (Vol. 19, Issue 4, pp. 1247-1270). (OUP). <https://doi.org/10.1093/icc/dtq030>
- Strehle, F., Katzy, B. R., & Davila, T. (2010). Learning capabilities and the growth of technology-based new ventures. In *International Journal of technology- based new ventures*. <https://doi.org/10.1108/JOSM-09-2018-0286>.

