

Structural-Interpretative Modeling of Strategic Leadership in Siri Island Oil Industry Business

Farshid Aslani^{1*} - Elahe Mollaei²

Abstract

This research was conducted with the aim of structural-interpretive modeling of strategic leadership in the oil industry business, and the present research method is descriptive-survey. For this purpose, the statistical population of the current research was formed by oil industry experts of the operational area of Siri Island, and the sample size of the number of experts participating in ISM was considered to be 25 people. used. The results showed that there are seven levels of influence on strategic leadership in the oil industry business. According to the effectiveness levels, determining the mission and mission of the organization as an independent and key variable had the most influence and the least dependence in the model. Effective strategic leadership is one of the most important pillars of economic growth, and attention to it can lead to the formation of a suitable process of growth in all economic and social fields of the oil industry of Siri Island.

Keywords

strategic leadership, business, structural-interpretive modeling, oil industry.

1. Department of Public Management, Payame Noor University, Tehran, Iran (corresponding author).
f.aslani@pnu.ac.ir

2. Assistant Professor, Department of Business Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.



مدل سازی ساختاری - تفسیری رهبری استراتژیک در کسب و کار صنعت نفت جزیره سیری

فرشید اصلانی^{۱*} - الهه ملایی^۲

چکیده

این پژوهش، با هدف مدل سازی ساختاری - تفسیری رهبری استراتژیک در کسب و کار صنعت نفت انجام شد و روش پژوهش حاضر توصیفی - پیمایشی است. بدین منظور جامعه آماری تحقیق حاضر را خبرگان صنعت نفت منطقه عملیاتی جزیره سیری تشکیل دادند و حجم نمونه تعداد خبرگان شرکت کننده در ISM، ۲۵ نفر در نظر گرفته شد و برای سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه مقایسات زوجی که روایی و پایایی آن به تأیید رسیده، استفاده شد. نتایج نشان داد که هفت سطح اثرگذاری بر رهبری استراتژیک در کسب و کار صنعت نفت وجود دارد. با توجه به سطوح اثرگذاری، تعیین مأموریت و رسالت سازمان به عنوان متغیر مستقل و کلیدی، دارای بیشترین نفوذ و کمترین وابستگی در مدل بود. رهبری استراتژیک کارآمد به عنوان یکی از مهم ترین پشتوانه های رشد اقتصادی است که اهتمام به آن می تواند موجب شکل گیری روند مناسبی از رشد در تمامی عرصه های اقتصادی و اجتماعی کسب و کار صنعت نفت جزیره سیری شود.

واژگان کلیدی: رهبری استراتژیک، کسب و کار، مدل سازی ساختاری - تفسیری، صنعت نفت.

۱. گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) f.aslani@pnu.ac.ir

۲. استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

مقدمه

در سازمان‌های امروزی، عملکرد یک سازمان می‌تواند تا حدود زیادی تحت‌تأثیر سبک رهبری آن سازمان باشد. در این راستا تحولات مدیریتی و حضور سازمان‌ها در دنیای رقابتی و پیچیده امروز نیازمند آن است که رهبری سازمان نیز به‌مانند سایر علوم نیازمند مهارت و تخصص ویژه باشد. رهبری استراتژیک اثرگذار به‌عنوان یک عنصر کلیدی در عملکرد مؤثر یک سازمان در نظر گرفته می‌شود که در محیط پویا و دشوار قرن بیست‌ویکم مطرح شده است. در مواجهه با ناامنی اطلاعات و کمبود منابع، رهبری استراتژیک برای رسیدگی به آشفتگی محیطی و نیاز دائمی به تحول سازمانی مناسب برای تحقق اهداف تعیین‌شده، موردنیاز است (دیلمی‌معزی و همکاران، ۱۴۰۱).

یکی از مهم‌ترین عواملی که بقای کسب‌وکارها را در محیط‌های پویا و متغیر امروزی تضمین می‌کند وجود راهبرانی بصیر، راهبردی یا به عبارت روشن‌تر، رهبران استراتژیک است که با الهام ویژگی‌های شخصیتی و ممتاز خود به توسعه و توانمندسازی افراد سازمان پرداخته و منبع اساسی در تحقق اثربخشی سازمانی در صنایع مختلف است (شیرینی، ۱۴۰۰).

اقتصاد جهانی دورنمای رقابتی جدیدی را به‌وجود آورده است که در آن رویدادها به‌طور مداوم و پیش‌بینی نشده تغییر می‌کند. تغییرات شتابان در محیط بیرونی باعث افزایش نیاز به نگرستن به استراتژی و رهبری به‌عنوان دوروی یک سکه شده است. الزامات محیطی، نیاز به رهبری استراتژیک را به‌منظور تفسیر محیط، خلق استراتژی و ایجاد سازمانی که بتواند در چنین بافتی دوام بیاورد، القا می‌کند (Crossan et al, 2008).

رهبری استراتژیک از عوامل مهم و مؤثر در ارتقای بهره‌وری انسانی در کارکنان بوده است. با توجه به تغییرات شتابان عصر حاضر، نقش رهبری استراتژیک در بهره‌وری انسانی در کارکنان جلوه بیشتری پیدا می‌کند. عصر حاضر به رهبرانی نیاز دارد که بتوانند نیازهای کارکنان خود را به‌خوبی تشخیص دهند و سازمان را در جهت رسیدن به اهداف راهبردی هدایت کنند و بتوانند با سازمان‌های دیگر وارد رقابت سالم شوند (قائدامینی هارونی و همکاران، ۱۴۰۲).

صنعت نفت ایران به‌عنوان موتور اقتصاد کشور، نقشی تعیین‌کننده در توسعه صنعتی دارد (گندم فشان و وزیری گهر، ۱۴۰۲). این صنعت دارای جایگاه بسیار مهمی در توسعه کشور است و موفقیت این صنعت به استفاده مناسب از قابلیت‌های فردی و

جمعی کارکنان بستگی دارد (آقا داود و همکاران، ۱۴۰۰). به همین منظور امروزه نفت به‌عنوان عاملی برای کسب قدرت و اعتبار برای کشورهای دارنده آن و یا کشورهایی است که بر ذخایر نفتی جهان کنترل دارند اساساً داستان نفت با رقابت و منازعه قدرت‌های مختلف برای کنترل منابع نفتی جهان درهم‌آمیخته است این رقابت‌ها و منازعات بسیاری از تحولات سرنوشت‌ساز در صحنه جهان را رقم زده است، لذا در پژوهش حاضر درصدد هستیم تا به این سؤال پاسخ دهیم: چه عواملی در رهبری استراتژیک کسب‌وکار صنعت نفت جزیره سیری تأثیر دارد؟

در دورنمایی رقابتی، موضوع رهبری استراتژیک به‌طور فزاینده در حال تبدیل شدن به کانون توجه فعالان کسب‌وکار و دانشگاهیان است. رهبری در سطح استراتژیک موضوع اصلی است که سازمان‌ها در قرن بیست‌ویکم با آن مواجه‌اند. از لحاظ مفهومی رهبری استراتژیک با تحول در تئوری‌های مدیریت همگامی دارد. مکاتب کلاسیک رفتاری و کمی مدیریت بر جنبه‌هایی از سازمان و عملکرد آن تأکید می‌کردند که توسط مدیریت قابل کنترل بود (اکبری و همکاران، ۱۳۹۴). به تدریج با رشد مستمر اقتصادی، اوضاع قابل اطمینان محیطی از میان رفت و تغییرات و حوادث شتابنده‌ای در جهان اتفاق افتاد، لذا تغییرات و دگرگونی‌های سریع و پیچیده جامعه و تأثیر آن بر رشد و توسعه شرکت‌ها موجب شد که مدیران توجه خود را به محیط سازمان معطوف گردانند و مفاهیمی مانند سیستم، اقتصاد، برنامه‌ریزی بلندمدت، استراتژی و فرایند مدیریت استراتژیک مورد توجه صاحب‌نظران مدیریت قرار گیرد (قدیمی و کشکی، ۱۳۹۶).

درباره تعریف رهبری اتفاق نظر خاصی در دست نیست و صاحب‌نظران و نظریه‌پردازان علم مدیریت با اهداف و سوگیری‌های گوناگون، تعاریف متفاوتی ارائه کرده‌اند. فوستر رهبری را فراگرد تبدیل اطلاعات به عمل تعریف می‌کند که این فراگرد تغییر و تبدیل را تصمیم‌گیری می‌نامیم. دانلی رهبری را فراگرد هماهنگ‌سازی فعالیت فردی و گروهی در جهت هدف‌های گروهی می‌داند (Li & Liu, 2014). از این‌رو، اگر در موقعیتی ملاک‌هایی شامل فعالیت منظم و سازمان‌یافته، هدف‌ها، روابط میان منابع، انجام کار به‌وسیله دیگران و تصمیم‌گیری برقرار باشد، می‌توان گفت در آن موقعیت، مدیریت و رهبری اعمال می‌شود (کسرابی و میانه‌رو، ۱۳۹۲).

مدیریت استراتژیک مجموعه تصمیم‌ها و اقدامات رهبری است که عملکرد بلندمدت یک شرکت را تعیین می‌کند. رهبری استراتژیک بر نظارت و ارزیابی بر فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی در سایه توجه به نقاط قوت و ضعف یک شرکت تأکید

دارد (Theodosiou et al, 2012). مدیریت عبارت است از فرایند تضمین دستیابی سازمان به فواید ناشی از به کارگیری استراتژی‌های مناسب. طبق این بیان، یک استراتژی مناسب مطابق با نیازمندی‌های یک سازمان در زمان مشخص تعریف می‌شود (Gao et al, 2016). جدول ۱ خلاصه‌ای از پژوهش‌های مرتبط با پژوهش حاضر را نشان می‌دهد.

جدول ۱. خلاصه مهم‌ترین پیشینه‌های تحقیق

نویسنده (سال)	عنوان	روش	نتایج
رضایی و همکاران (۱۴۰۰)	طراحی مدل ساختاری - تفسیری عوامل سازمانی توسعه رهبری اثربخش	مدل سازی ساختاری - تفسیری	۵ عنصر شناسایی شده در سه سطح قرار می‌گیرند و باهم در تعامل هستند در سطح اولیه و بالاترین سطح مهارت‌های ادراکی در سطح دوم سه عامل؛ مدیریت استراتژیک سازمان، تحلیل محیط و ساختار سازمانی و در سطح سوم نیز هدف‌گذاری قرار گرفته است.
زارعی و همکاران (۱۳۹۸)	طراحی الگوی رهبری استراتژیک اسلامی در سازمان براساس تحلیل محتوای عهدنامه مالک اشتر	کیفی تحلیل محتوا	بر این اساس رهبری استراتژیک عبارت است از: «تبیین و یادآوری مأموریت‌ها و تعیین اولویت‌ها و عمل براساس آن‌ها از طریق ارائه الگوهای عملی»، «استفاده از تجارب عبرت‌ها و سنت‌ها» و «سازمان‌دهی و اصلاح امور کارکنان» که در بستر ایجاد توافق و وحدت رویه در میان کارکنان «رعایت صبر و پایداری»، «رعایت میانه‌روی و انصاف و عدالت و رفتار توأم با مدارا و لطف با کارکنان» محقق می‌شود.
صحت و احمدی (۱۳۹۶)	بررسی تأثیر رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت (مورد مطالعه: شرکت‌های تکنولوژی محور پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران)	پژوهش تلفیقی (کمی - کیفی)	براساس تحلیل نتایج دلفی، مدلی برای رهبری استراتژیک با سه بعد و ۱۸ مؤلفه ترسیم شد. نتایج مرحله کمی نشان داد سه متغیر قابلیت‌های فردی، سازمانی و محیطی رهبری استراتژیک در مجموع ۲۹/۲ درصد از تغییرات عملکرد را توضیح می‌دهند. در پایان براساس یافته‌های پژوهش پیشنهادهایی مطرح شده است.
سینگ و همکاران	وضعیت هنر رهبری استراتژیک	کاربردی	بررسی در اینجا، به بهترین دانش نویسندگان، بزرگترین تلاش ادغام و بررسی تحقیقات رهبری

نویسنده (سال)	عنوان	روش	نتایج
(۲۰۲۳)			استراتژیک با استفاده از روش‌های علمی اتخاذ شده از علوم اطلاعات در قالب تجزیه و تحلیل کتاب مقدس و در نتیجه ارائه وضعیتی از هنر رهبری استراتژیک است.
اسچادر و همکاران (۲۰۲۲)	رهبری استراتژیک در بحران‌های سازمانی: یک برنامه بررسی و تحقیق	توصیفی - پیمایشی	یک چشم‌انداز تحقیقاتی غنی اما لکه‌دار را بررسی و سازمان‌دهی می‌کنیم، و فرصت‌های کافی را برای سؤالات جدید نظری و تجربی در مورد رهبران استراتژیک و نقش آن‌ها در مدیریت بحران‌های سازمانی به دست می‌آوریم.
کومار میشر (۲۰۲۰)	فاصله اجتماعی به عنوان مهندسی اجتماعی و مدیریت بهداشت: چشم‌انداز اخلاق کاربردی برای مدیریت جهانی و رهبری استراتژیک	توصیفی - پیمایشی	هند در حال پاسخ به امیدهای جهان است و به رهبران، سیاست‌گذاران، مدیران و تکنوکرات‌ها برای پذیرش الگوی جدید مدیریت سلامت و رهبری پزشکی برای کمک به توسعه روایت جهانی آنچه ما آن را «جدید» می‌نامیم، می‌پردازد.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و از حیث روش، توصیفی - پیمایشی است. در مرحله اول ۲۰ عامل رهبری استراتژیک در کسب و کار، شناسایی و در قالب ۵ متغیر دسته‌بندی شد که در جدول ۲ ارائه شده است. در مرحله دوم برای تفسیر و مشخص کردن ارتباط بین این عوامل، پرسشنامه مقایسه زوجی طراحی شد و در اختیار ۲۵ نفر از خبرگان و متخصصان در زمینه مدیریت کسب و کار قرار گرفت. در ادامه جهت تحلیل یافته‌ها و تدوین الگو، از مدلسازی تفسیری - ساختاری^۱ استفاده شد. از این رو، سه گام اصلی در استقرار مطلوب روش مدلسازی تفسیری - ساختاری حیاتی است که عبارت‌اند از: ۱. شناسایی متغیرهای کیفی؛ ۲. تعیین رابطه مفهومی بین متغیرهای کیفی مدنظر با استفاده از ISM و ۳. ترسیم شبکه تعاملات متغیرهای کیفی مورد مطالعه (حسینی و اکبری، ۱۳۹۳). سپس با استفاده از تحلیل میک‌مک^۲ نوع متغیرها با توجه

1. Interpretive Structural Modelling

2. MICMAC

به اثرگذاری و اثرپذیری بر سایر متغیرها مشخص شد.
مهم‌ترین عوامل رهبری استراتژیک در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. عوامل و زیرعوامل شناسایی شده مرتبط با رهبری استراتژیک

عوامل اصلی	عوامل	منابع
مأموریت و رهبری استراتژیک	۱. تعیین اهداف سازمان ۲. تعیین مأموریت و رسالت سازمان ۳. توسعه افراد سازمان ۴. تعیین مأموریت‌های افراد سازمان	Colgan, Charles S. and Colin Baker (2003); Cingano F. and F. Schivardi, (2004); Alcacer, J and W. Chung, (2010)
تدوین چشم‌انداز استراتژیک	۵. به تصویر کشیدن اهداف سازمان ۶. ایجاد انگیزه در افراد سازمان ۷. گرفتن تصمیمات استراتژیک ۸. به تصویر کشیدن آینده سازمان	Altenburg, T. and Meyer – Stamer, J. (1999); Colgan, Charles S. and Colin Baker (2003)
ارتباطات	۹. برقراری ارتباط مؤثر با افراد سازمان ۱۰. ایجاد حس مشارکت در افراد سازمان ۱۱. ایجاد موقعیت برای هم‌فکری و یادگیری ۱۲. ایجاد حس ضرورت و فوریت ۱۳. ایجاد حس اعتماد در افراد سازمان ۱۴. ایجاد حس اعتماد در افراد سازمان	Hill, Edward W. and John F. Brennan (2000); Glaeser, E.L., and W.R. Kerr, (2009); Mercedes Delgado, Michael E. Porter, Scott Stern (2010)
تفکر استراتژیک	۱۵. داشتن خلاقیت و تخیل ۱۶. توانایی مدیریت بحران ۱۷. آینده‌نگری سازمان ۱۸. سرمایه‌گذاری بلندمدت	Altenburg, T. and Meyer – Stamer, J. (1999); Colgan, Charles S. and Colin Baker (2003); Rosenthal, S.S and W. Strange, (2009)
رسالت و چشم‌انداز سازمان	۱۹. تعیین هویت بصری سازمان ۲۰. بسیج کردن افراد سازمان برای دستیابی به هدف مشترک	Hill, Edward W. and John F. Brennan (2000); Colgan, Charles S. and Colin Baker (2003)

یافته‌ها

با استفاده از مطالعات صورت گرفته و بررسی مقالات، تعداد ۲۰ عامل مؤثر بر رهبری استراتژیک در کسب‌وکار صنعت نفت شناسایی شد. برای سنجش روابط عوامل مؤثر بر رهبری استراتژیک در کسب‌وکار صنعت نفت، مدل‌سازی تفسیری - ساختاری در گام‌های زیر انجام شد.

در گام اول ماتریس خودتعاملی ساختاری پژوهش با استفاده از نظر پاسخ‌دهندگان تشکیل شد و با تبدیل نمادهای روابط ماتریس SSIM به اعداد صفر و یک برحسب قواعد مشخص ماتریس دستیابی تعیین شد. پس از اینکه ماتریس اولیه دستیابی به دست آمد، می‌بایست سازگاری درونی آن برقرار شود که در ماتریس دستیابی این حالت برقرار نبود بنابراین ماتریس اصلاح شده و روابطی که از قلم‌افتاده جایگزین شدند و اصلاحات ماتریس نهایی انجام شد که پس از محاسبه ماتریس دسترسی نهایی، سطوح مدل در سه سطح مشخص شدند که اطلاعات آن در جداول ۳ تا ۸ قابل مشاهده هستند. بدین ترتیب مجموعه ورودی‌ها و خروجی‌های هریک از عوامل مشخص می‌شود و چنانچه خروجی‌ها و مجموعه مشترک محاسبه شده یکسان باشد، آن عامل مربوط به همان سطح است. در غیر این صورت باید به سطح بعدی منتقل شود. در ادامه نتایج حاصل از سطح‌بندی عوامل ارائه می‌شود:

جدول ۳. تعیین عوامل سطح ۱

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک
تعیین اهداف سازمان	۱، ۲، ۳، ۴، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰	۱، ۲، ۳، ۷، ۹	۱، ۲، ۳، ۷
تعیین مأموریت و رسالت سازمان	۱، ۲، ۴، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰	۱، ۲، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۵، ۱۶، ۱۷	۱، ۲، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۵، ۱۶
توسعه افراد سازمان	۱، ۳، ۴، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰	۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹	۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹
تعیین مأموریت‌های افراد سازمان	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰	۱، ۲، ۳، ۴، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹	۳، ۴، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹
به تصویر کشیدن اهداف سازمان	۲، ۳، ۴، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰	۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹	۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹
ایجاد انگیزه در افراد سازمان	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰	۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۳، ۱۴، ۱۵
گرفتن تصمیمات	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸	۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک
استراتژیک	۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰	۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶	۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹، ۲۰
به تصویر کشیدن آینده سازمان	۸، ۲	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۲، ۸
برقراری ارتباط مؤثر با افراد سازمان	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰	۵، ۶، ۷، ۹	۵، ۶، ۷، ۹
ایجاد حس مشارکت در افراد سازمان	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۲۰	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹، ۲۰	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹، ۲۰
ایجاد موقعیت برای همفکری و یادگیری	۳، ۴، ۵، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۲۰	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹، ۲۰	۳، ۴، ۵، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹، ۲۰
ایجاد حس ضرورت و فوریت	۳، ۴، ۵، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۲۰	۷، ۹، ۱۲	۷، ۱۲
ایجاد حس اعتماد در افراد سازمان	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۲۰	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹
داشتن خلاقیت و تخیل	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۲۰	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹
توانایی مدیریت بحران	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۲۰	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹، ۲۰	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹، ۲۰
آینده‌نگری سازمان	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۱۷	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۱۷
سرمایه‌گذاری بلندمدت	۳، ۴، ۵، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶	۳، ۴، ۵، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک
	۲۰، ۱۹، ۱۸	۱۹، ۱۸	۱۹
تعیین هویت بصری سازمان	۳، ۴، ۵، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۲۰، ۱۹، ۱۸	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۲۰، ۱۹، ۱۸	۳، ۴، ۵، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۲۰، ۱۹
بسیج کردن افراد سازمان برای دستیابی به هدف مشترک	۷، ۱۰، ۱۱، ۱۶، ۱۹، ۲۰	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۲۰، ۱۹، ۱۸	۷، ۱۰، ۱۱، ۱۶، ۱۹، ۲۰
تعیین اهداف سازمان	۱، ۲، ۳، ۴، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۲۰	۱، ۲، ۳، ۴، ۷، ۹	۱، ۲، ۳، ۷
تعیین مأموریت و رسالت سازمان	۱، ۲، ۴، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۲۰	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۵، ۱۶، ۱۷	۲، ۴، ۸، ۱۰، ۱۵، ۱۶، ۱۷
توسعه افراد سازمان	۱، ۳، ۴، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۲۰	۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۱۸	۱، ۳، ۴، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۱۸
تعیین مأموریت‌های افراد سازمان	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۲۰	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۱۸	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۱۸

با توجه به نتایج به‌دست آمده مشخص می‌شود که سه عامل مربوط به سطح اول (آخرین سطح اثرگذاری) هستند. بدین ترتیب سه عامل (به تصویر کشیدن آینده سازمان (۸)، آینده‌نگری سازمان (۱۷) بسیج کردن افراد سازمان برای دستیابی به هدف مشترک (۲۰). از محاسبات حذف می‌شود و ادامه محاسبات بدون این سه عامل انجام می‌پذیرد.

جدول ۴. تعیین عوامل سطح ۲

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک
تعیین اهداف سازمان	۱، ۲، ۳، ۴، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۱، ۲، ۳، ۴، ۷، ۹	۱، ۲، ۳، ۷
تعیین مأموریت و رسالت سازمان	۱، ۲، ۴، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۵، ۱۶	۲، ۴، ۸، ۱۰، ۱۵، ۱۶
توسعه افراد سازمان	۱، ۳، ۴، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶	۳، ۴، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک
		۱۹، ۱۸، ۱۶، ۱۵	۱۹، ۱۸
تعیین مأموریت‌های افراد سازمان	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۱، ۲، ۳، ۴، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۳، ۴، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹
به تصویر کشیدن اهداف سازمان	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۸، ۱۹	۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۸، ۱۹
ایجاد انگیزه در افراد سازمان	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۸، ۱۹	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۸، ۱۹
گرفتن تصمیمات استراتژیک	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹
به تصویر کشیدن آینده سازمان	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۵، ۶، ۷، ۹	۵، ۶، ۷، ۹
برقراری ارتباط مؤثر با افراد سازمان	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹
ایجاد حس مشارکت در افراد سازمان	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹
ایجاد موقعیت برای همفکری و یادگیری	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۷، ۹، ۱۲	۷، ۹، ۱۲
ایجاد حس ضرورت و فوریت	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹
ایجاد حس اعتماد در افراد سازمان	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹
ایجاد حس اعتماد در افراد سازمان	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹
داشتن خلاقیت و	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴	۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک
تخیل	۱۹، ۱۸، ۱۶، ۱۵	۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۹	۱۸، ۱۶، ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۹
توانایی مدیریت بحران	۱۴، ۱۳، ۱۱، ۱۰، ۷، ۵، ۴، ۳	۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۹	۱۸، ۱۶، ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۹
آینده‌نگری سازمان	۱۴، ۱۳، ۱۱، ۱۰، ۷، ۵، ۴، ۳	۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۹	۱۸، ۱۶، ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۹

با توجه به نتایج به‌دست آمده مشخص می‌شود که نه عامل (توسعه افراد سازمان (۳)، تعیین مأموریت‌های افراد سازمان (۴)، ایجاد حس مشارکت در افراد سازمان (۱۰)، ایجاد موقعیت برای همفکری و یادگیری (۱۱)، ایجاد حس اعتماد در افراد سازمان (۱۳)، داشتن خلاقیت و تخیل (۱۵)، توانایی مدیریت بحران (۱۶)، سرمایه‌گذاری بلندمدت (۱۸)، تعیین هویت بصری سازمان (۱۹)) در سطح دوم قرار دارند. بدین ترتیب این عوامل از محاسبات حذف می‌گردند.

جدول ۵. تعیین عوامل سطح ۳

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک
تعیین اهداف سازمان	۱۴، ۷، ۶، ۲، ۱	۹، ۷، ۲، ۱	۷، ۲، ۱
تعیین مأموریت و رسالت سازمان	۲، ۱	۹، ۷، ۶، ۵، ۲، ۱	۲، ۱
توسعه افراد سازمان	۹، ۷، ۶، ۵، ۲	۱۴، ۱۲، ۹، ۷، ۶، ۵	۹، ۷، ۶، ۵
تعیین مأموریت‌های افراد سازمان	۱۴، ۹، ۷، ۶، ۵، ۲	۱۴، ۹، ۷، ۶، ۵، ۱	۱۴، ۹، ۷، ۶، ۵
به تصویر کشیدن اهداف سازمان	۹، ۷، ۶، ۵، ۲، ۱	۱۲، ۹، ۷، ۶، ۵، ۱	۱۲، ۹، ۷، ۶، ۵، ۱
ایجاد انگیزه در افراد سازمان	۹، ۷، ۶، ۵، ۲، ۱	۹، ۷، ۶، ۵	۹، ۷، ۶، ۵
گرفتن تصمیمات استراتژیک	۱۴، ۱۲، ۷، ۵	۱۲، ۹، ۷	۱۲، ۷
به تصویر کشیدن آینده سازمان	۱۴، ۷، ۶، ۵	۱۴، ۱۲، ۹، ۷، ۶، ۵	۱۴، ۷، ۶

تنها عامل مربوط به سطح سوم با عدد ۲، سهولت تأمین مواد اولیه است.

جدول ۶. تعیین عوامل سطح ۴

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک
تعیین اهداف سازمان	۱۴، ۷، ۶، ۱	۹، ۷، ۱	۷، ۱
تعیین مأموریت و رسالت سازمان	۹، ۷، ۶، ۵	۱۴، ۱۲، ۹، ۷، ۶، ۵	۹، ۷، ۶، ۵
توسعه افراد سازمان	۱۴، ۹، ۷، ۶، ۵	۱۴، ۹، ۷، ۶، ۵، ۱	۱۴، ۹، ۷، ۶، ۵
تعیین مأموریت‌های افراد سازمان	۱، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۴، ۱۲	۱، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۴، ۱۲	۱، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۲، ۱۴
به تصویر کشیدن اهداف سازمان	۱، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۴، ۱۲	۹، ۷، ۶، ۵	۹، ۷، ۶، ۵
ایجاد انگیزه در افراد سازمان	۱۴، ۱۲، ۷، ۵	۱۲، ۹، ۷	۱۲، ۷
گرفتن تصمیمات استراتژیک	۱۴، ۷، ۶، ۵	۱۴، ۱۲، ۹، ۷، ۶، ۵، ۱	۱۴، ۷، ۶

با توجه به نتایج سه عامل (به تصویر کشیدن اهداف سازمان (۵)، ایجاد انگیزه در افراد سازمان (۶) و گرفتن تصمیمات استراتژیک (۷)) مربوط به سطح چهارم اثرگذاری هستند. بدین ترتیب این سه عامل از محاسبات حذف می‌گردند.

جدول ۷. تعیین عوامل سطح ۵

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک
تعیین اهداف سازمان	۱۴، ۱	۹، ۱	۱
تعیین مأموریت و رسالت سازمان	۱۴، ۱۲، ۹، ۱	۹	۹
توسعه افراد سازمان	۱۴، ۱۲	۱۲، ۹	۱۲
تعیین مأموریت‌های افراد سازمان	۱۴	۱۴، ۱۲، ۹، ۱	۱۴

تنها عامل مربوط به سطح پنجم، مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی (۱۴) است.

جدول ۸. تعیین عوامل سطح ۶ و ۷

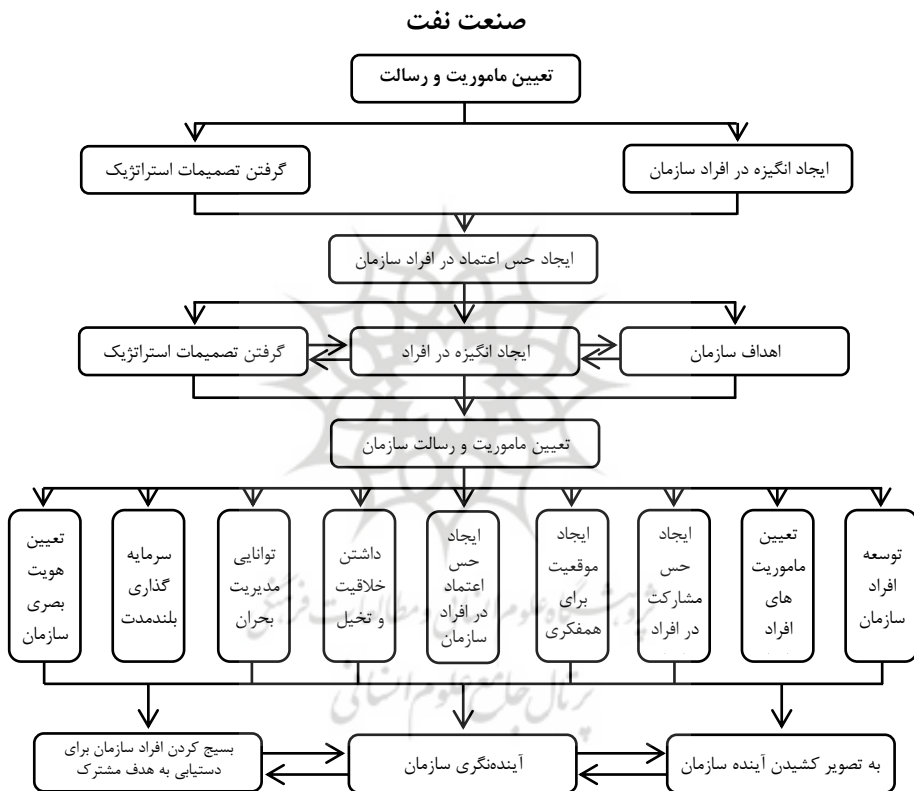
عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک
تعیین اهداف سازمان	۱	۹، ۱	۱
تعیین مأموریت و رسالت سازمان	۱۲، ۹، ۱	۹	۹
توسعه افراد سازمان	۱۲	۱۲، ۹	۱۲

عوامل باقیمانده (دو عامل هزینه حمل و نقل و وجود قوانین معافیت مالیاتی) در

سطح ششم و تنها عامل سطح هفتم (تعیین مأموریت و رسالت سازمان) که اثرگذارترین سطح است، می‌باشد.

با توجه به محاسبات صورت گرفته، مشخص شد که هفت سطح اثرگذاری در بررسی عوامل مؤثر بر رهبری استراتژیک در کسب‌وکار صنعت نفت وجود دارد. هفت سطح شناسایی شدند که در شکل ۱ قابل مشاهده است.

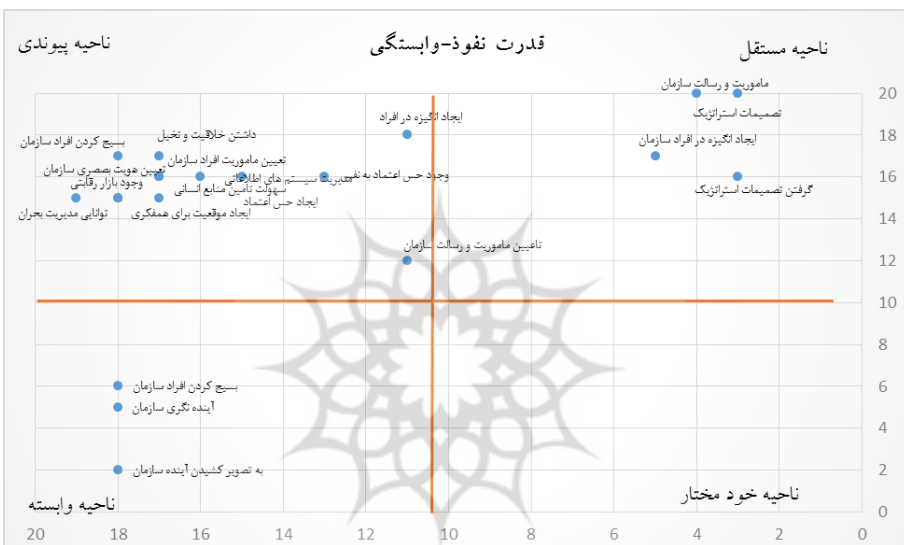
شکل ۱. مدل نهایی هفت‌سطحی عوامل مؤثر بر رهبری استراتژیک در کسب‌وکار



هدف تجزیه و تحلیل MICMAC، تشخیص و تحلیل قدرت نفوذ و وابستگی بین عوامل است. در این تحلیل، عوامل برحسب قدرت نفوذ و وابستگی به چهار دسته (دسته اول شامل متغیرهای خودمختار که دارای قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف هستند. این عوامل نسبتاً غیرمتصل به سیستم و دارای ارتباطات کم و ضعیف با سیستم می‌باشند. دسته دوم عوامل وابسته که دارای قدرت نفوذ کم ولی وابستگی شدید هستند. دسته سوم عوامل متصل که دارای قدرت نفوذ زیاد و وابستگی زیاد هستند. این عوامل

غیرایستا می‌باشند زیرا هر نوع تغییر در آنان می‌تواند سیستم را تحت‌تأثیر قرار دهد و در نهایت بازخورد سیستم نیز می‌تواند این عوامل را دوباره تغییر دهد. دسته چهارم عوامل مستقل که دارای قدرت نفوذ قوی ولی وابستگی ضعیف می‌باشند. تقسیم می‌شوند، پس از مشخص شدن مدل چندسطحی، نمودار قدرت نفوذ - وابستگی به شکل زیر (نمودار ۱) ترسیم می‌شود:

نمودار ۱. MICMAC



در ادامه به تشریح ناحیه‌ها در نمودار ۱ پرداخته می‌شود: ناحیه خودمختار متغیرهایی که دارای قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف هستند را تشکیل می‌دهد. این متغیرها تقریباً از مدل جدا می‌شوند، زیرا دارای اتصالات ضعیف با مدل هستند (کرباسیان و همکاران، ۱۳۹۰). هیچ عاملی از بین عوامل فوق در این ناحیه قرار ندارد. ناحیه وابسته متغیرهایی هستند که دارای قدرت نفوذ ضعیف اما وابستگی قوی هستند که در نمونه مورد بررسی عواملی چون بهره‌برداری مناسب از محیط‌زیست، انعطاف‌پذیری نیروی کار و وجود سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر که هر سه مورد در پایین‌ترین سطح اثرگذاری قرار دارند، در این ناحیه قرار گرفته‌اند. این ابعاد به‌طور عمده شامل عواملی است که برای ایجاد آن‌ها عوامل زیادی دخالت دارند و خود آن‌ها کمتر می‌توانند زمینه‌ساز متغیرهای دیگر شوند. ناحیه پیوندی متغیرهایی که دارای قدرت نفوذ و وابستگی بالا باشند در این ناحیه قرار می‌گیرند و این متغیرها ثباتی ندارند، هر تغییری

که روی آن‌ها صورت گیرد، هم روی خود آن‌ها و هم روی دیگر متغیرها اثر می‌گذارد. بیشترین تعداد عوامل که شامل ۱۱ عامل است، در ناحیه پیوندی قرار دارد. ناحیه مستقل عواملی که دارای قدرت نفوذ بالا اما وابستگی پایین هستند، در این ناحیه قرار می‌گیرند. این عوامل به همراه عوامل پیوندی، متغیرهای کلیدی هستند که زیربنای مدل را شکل می‌دهند و برای شروع کارکرد سیستم باید در وهله اول به آن‌ها توجه شود (کرباسیان و همکاران، ۱۳۹۰). در این پژوهش چهار عامل که در سطوح بالایی مدل به چشم می‌خورند شامل حمایت دولت، هزینه حمل و نقل، وجود قوانین معافیت مالیاتی و پایبندی به اصول اخلاقی در این ناحیه قرار گرفته‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

بدون شک اهتمام به رهبری استراتژیک کارآمد می‌تواند موجب شکل‌گیری روند مناسبی از رشد در تمامی عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی کسب‌وکار صنعت نفت جزیره سیری شود. رهبری استراتژیک کارآمد به‌عنوان یکی از مهم‌ترین پشتوانه‌های رشد اقتصادی تلقی می‌شود. سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار صنعت نفت جزیره سیری و افزایش توانایی رهبری استراتژیک به هدف رشد و توسعه بلندمدت آن‌ها، می‌تواند تداوم موفقیت‌ها و رشد اقتصادی و اجتماعی کسب‌وکار صنعت نفت را برای جزیره سیری تضمین نماید. نگرش کوتاه‌مدت و تک‌بعدی به رهبری استراتژیک از منظر سودآوری نباید موجب عقیم ماندن رشد و توسعه هماهنگ دیگر ابعاد کسب‌وکار صنعت نفت جزیره سیری شود.

کسب‌وکار صنعت نفت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین محرک‌های اقتصادی از دهه ۷۰ میلادی، توجه بسیاری از کشورها را به خود جلب نموده است تا آنجا که برنامه‌ریزی برای راه‌اندازی و تقویت کسب‌وکار صنعت نفت به یکی از راهکارهای مؤثر کشورهای مختلف، جهت رشد اقتصادی مبدل شده است. در واقع با سازماندهی درست صنایع کوچک و متوسط می‌توان به سطوحی از هم‌افزایی دست یافت که حتی با انجام سرمایه‌گذاری‌های سنگین برای احداث یک واحد با مقیاس بزرگ نیز میسر نیست. از طرفی منطق اقتصادی حکم می‌کند که در شرایط کمبود سرمایه و با وجود کشش‌پذیری برای آن در فعالیت‌های دیگر، بر رشد و توسعه کسب‌وکار صنعت نفت تمرکز شود؛ بنابراین رشد و کارآمدی، جز با رهبری استراتژیک در کسب‌وکار صنعت نفت میسر نخواهد بود که تحقیقات هنسلک و همکاران^۱ (۲۰۲۳)، سینگ و همکاران

1. Hensellek & Kollmann

(۲۰۲۳) نیز همین نتایج را تبیین کرده‌اند. با توجه به محدود بودن زمان در دست و همچنین میزان بودجه دولتی و سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، نمی‌توان در همه ابعاد و روی همه عوامل اثرگذار بر کسب‌وکار صنعت نفت به‌طور یکجا سرمایه‌گذاری نمود. به همین منظور در این تحقیق به شناسایی و بررسی عوامل و ارزیابی سطوح اثرگذاری عوامل اهتمام ورزیده شد. مدل‌های بهینه‌سازی از دوران نهضت صنعتی در جهان و به‌خصوص از زمان جنگ دوم جهانی موردتوجه ریاضیدانان و دست‌اندرکاران صنعت نفت بوده است. تأکید اصلی بر مدل‌های کلاسیک بهینه‌سازی، داشتن یک معیار (یا یک تابع هدف) است به‌طوری‌که مدل‌های مذکور می‌توانند درمجموع به‌صورت خطی، غیرخطی و یا مختلط باشد؛ اما توجه پژوهشگران در دهه‌های اخیر، معطوف به مدل‌های چندمعیاره برای سنجش تصمیم‌گیری‌های پیچیده شده است. در این‌گونه تصمیم‌گیری‌ها، ممکن است به‌جای استفاده از یک معیار سنجش بهینگی از چندین معیار سنجش استفاده شود؛ که نتایج آن با تحقیقات زارعی و همکاران (۱۳۹۸)، صحت و احمدی (۱۳۹۶)، اسچادلر و همکاران (۲۰۲۲)، کریر (۲۰۲۲)، کومارمیشرا (۲۰۲۰) مطابقت دارد. با توجه به شکل ۱ مشخص می‌شود تعیین مأموریت و رسالت سازمان در مهم‌ترین سطح اثرگذاری و به تصویر کشیدن آینده سازمان، آینده‌نگری سازمان، بسیج کردن افراد سازمان برای دستیابی به هدف مشترک در آخرین سطح اثرگذاری بر رهبری استراتژیک در کسب‌وکار صنعت نفت قرار دارند که با توجه به یافته‌ها پیشنهادهایی در ذیل ارائه می‌شود:

- جذب حمایت‌های دولتی با استفاده از تقویت روابط با دولت، برقراری ارتباط با استفاده از قدرت نفوذ
- برگزاری نشست‌ها و تجمعات صنعتی به‌منظور برقراری ارتباط بین صنعت و دولت

- ارتباط با دولتمردان و رؤسای بانک مرکزی به‌منظور استفاده از قدرت آن‌ها برای نوسازی ادوات و ماشین‌آلات.

- تشکیل کمیته راهبری ایجاد و توسعه در سطح شهر و استان
- سعی در فراهم نمودن زمینه ایجاد و تأسیس بانک‌های محلی
- ایجاد یک نهاد هماهنگ‌کننده با عضویت کلیه واحدهای فعال در کل استان، جهت اجرایی نمودن راهکارهای پیشنهادی و تلاش در زمینه نهادینه کردن فرهنگ مشارکت و تقویت ارتباط بین بنگاه‌ها و تولیدکنندگان مواد اولیه.

- تقویت مراکز دانشگاهی و در نظر گرفتن سهمیه در رشته‌های مرتبط با صنایع موجود در استان برای داوطلبین بومی
- در نظر گرفتن دیپارتمان‌های مستقل، در پارک‌های علم و فناوری استان، جهت تحقیق و مطالعه بر روی صنایع مختلفی که پتانسیل خوشه‌ای شدت را دارا هستند.
- اتخاذ برنامه‌های مناسب جهت آشناسازی صاحبان صنایع با تشویق مدیران واحدها، به همکاری مؤثر در زمینه ایجاد خوشه‌ها.
- از بین بردن موانع فرهنگی موجود و سعی در گسترش فرهنگ مشارکت، به‌منظور تبادل دانش فنی و تکنولوژی، میان بنگاه‌ها و کمک به واحدهای مشابه برای رفع مشکلات مختلف.
- برگزاری نشست‌های مشترک، سمینارها کارگاه‌های آموزشی و گردهمایی‌های تخصصی میان تأمین‌کنندگان مواد اولیه، تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان محصولات، برای ایجاد تماس‌های مؤثر و رودررو
- تلاش برای کاهش اقتصاد تک‌قطبی که در آن دولت و برخی نهادهای نظامی دارای رانت باشند. بدین‌ترتیب رقابت‌پذیری افزایش می‌یابد. با افزایش رقابت‌پذیری شایسته‌سالاری شکل می‌گیرد. شایسته‌سالاری به معنی باقی ماندن و پیروز شدن هر تولیدکننده‌ای است که بهترین کیفیت را با مناسب‌ترین قیمت عرضه می‌کند.
- تلاش برای تقویت رابطه دانشگاه‌ها با صنایع از طریق ایجاد نشست‌های مشترک، افزایش بازدیدهای علمی و تخصصی اساتید و دانشجویان رشته‌های مرتبط، برگزاری دوره‌های آموزشی کارگران و مدیران کارخانه‌ها در دانشگاه، سوق دادن پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد و دکتری دانشجویان دانشگاه‌های جزیره سیری به سمت صنایع تخصصی و کاربردی نمودن پایان‌نامه‌ها. اتخاذ سازوکارهای تشویقی و فرهنگ‌سازی به‌منظور ترغیب واحدهای تولیدی به اخذ استانداردهای مدیریت کیفیت.

منابع

آقادات سید رسول، فرهادی فرهاد، صیدایی گل‌سفیدی سید امین، اکبری منجرمویی عنایت‌الله، بامیری یاسر. بررسی عوامل موفقیت مدیریت استراتژیک منابع انسانی با تکنیک تحلیل تم، دیتمل و کوالی‌فلکس (مورد مطالعه: شرکت‌های پخش فرآورده‌های نفتی اصفهان). فصلنامه مطالعات راهبردی در صنعت نفت و انرژی.

URL: <http://iieshrm.ir/article-1-1236-fa.html>. ۱۵۵-۱۷۴: (۴۹) ۱۳؛ ۱۴۰۰

اکبری، محمدرضا؛ حسنی، محسن؛ بهرامی، حمیدرضا. (۱۳۹۴). مطالعه رابطه بین مالکیت رهبری استراتژیک و محافظه‌کاری حسابداری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های مدیریت راهبردی، ۲۰ (۳)، ص ۱۰۱-۱۱۶.

حسینی، میرزا حسن، اکبری، مهدی. (۱۳۹۳). طراحی الگوی سرآمدی مدیریت دانش سازمانی با رویکرد مدل‌سازی تفسیری - ساختاری. مدیریت فناوری اطلاعات، ۲۰ (۶)، ۳۷۴-۳۵۱.

دیلیمی معزی، عمید، مختاری بایع کلایی، مهران (۴۰۱). تجزیه و تحلیل رهبری استراتژیک برای تحول سازمانی و مشارکت کارکنان نمونه موردی: بانک‌های کشاورزی شهر تهران. آموزش مدیریت دولتی، ۱۴: ۶۵-۵۴.

رضایی، یوسف، حاج کریمی، عباسعلی، سیدجوادین، سیدرضا، حسن‌قلی‌پور، طهمورث. (۱۳۹۹). طراحی مدل ساختاری - تفسیری عوامل سازمانی توسعه رهبری اثربخش. پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۳ (۴۹)، ۸۳-۱۰۹.

doi: 10.22111/jmr.2020.31771.4805

زارعی، محمدامین، افجه‌ء، سیدعلی‌اکبر، خاشعی، وحید، دلشادتهرانی، مصطفی. (۱۳۹۸). طراحی الگوی رهبری استراتژیک اسلامی در سازمان: براساس تحلیل محتوای عهدنامه مالک اشتر. اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت، ۱۳ (۲)،

doi: 10.30497/smt.2019.2735 ۷۳-۹۴

شیرینی، ناصر. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر رهبری استراتژیک بر اثربخشی سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی. رهبری/آموزشی کاربردی، ۲ (۴)، ۶۵-۷۸.

doi: 10.22098/acl.2022.1617

صحت، سعید، یاراحمدی، محسن. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت مورد مطالعه: شرکت‌های تکنولوژی - محور پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۳ (۴)، ۱۰۶۵-۱۰۹۰.

doi: 10.22059/jomc.2016.55428

قائدامینی هارونی، عباس، بابائی فارسانی، میثم، صادقی ده‌چشمه، مهرداد، مالکی فارسانی، غلام‌رضا. (۱۴۰۲). تأثیر استراتژی‌های منابع انسانی بر بهره‌وری نیروی انسانی با اثر تعدیل‌گری رهبری استراتژیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرکرد، پژوهش‌های نوین در ارزیابی عملکرد، ۲ (۱)، ۱-۱۳.

قدیمی، مزدک؛ کشکی، مونا. (۱۳۹۶). ارائه الگوی رهبری استراتژیک به‌منظور اتخاذ

تصمیم جهت بالا بردن رانندگی عملکرد، در اجرا و رهبری پروژه‌های (مطالعه موردی: پروژه پتروشیمی فجر کرمان). *مطالعات رهبری و کارآفرینی*، ۳ (۲)، ص ۶۸-۸۵.

کرباسیان، جوانمردی، خوبشانی، زنجیرچی، و سید محمود. (۲۰۱۱). طراحی یک رویکرد تلفیقی از الگوی ساختار تفسیری (ISM و TOPSIS-AHP) فازی برای انتخاب و رتبه‌بندی تأمین‌کنندگان چابک. *مدیریت تولید و عملیات*، ۲ (۲)، ۱۰۷-۱۳۴.

کسرای، احمد رضا؛ میانه‌رو، حسین. (۱۳۹۲). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر امکان‌سنجی و پیاده‌سازی رهبری استراتژیک در رهبری توسعه منابع انسانی شرکت نفت. *رهبری کسب‌وکار*، ۵ (۴)، ص ۱۰۳-۱۲۰.

گندم فشان دیانا، وزیری گهر حمیدرضا (۱۴۰۲). تدوین الگوی مدیریت منابع انسانی دانش‌محور در صنعت نفت با رویکرد ترکیبی. *فصلنامه مطالعات راهبردی در صنعت نفت و انرژی*. ۱۵ (۵۹): ۱۳۳-۱۵۲.

Alcacer, J., & Chung, W. (2010). Location Strategies for agglomeration economies. *Harvard Business School Strategy Unit Working Paper*, (10-071), 06-144.

Altenburg, T., & Meyer-Stamer, J. (1999). How to promote clusters: policy experiences from Latin America. *World development*, 27(9), 1693-1713.

Altenburg, T., & Meyer-Stamer, J. (1999). How to promote clusters: policy experiences from Latin America. *World development*, 27(9), 1693-1713.

Cingano, F., & Schivardi, F. (2004). Identifying the sources of local productivity growth. *Journal of the European Economic association*, 2(4), 720-742.

Colgan, C. S., & Baker, C. (2003). A framework for assessing cluster development. *Economic Development Quarterly*, 17(4), 352-366.

Crossan, M., Vera, D., & Nanjad, L. (2008). Transcendent leadership: strategic leadership in dynamic environments. *The leadership quarterly*, 19(5), 569-581. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2008.07.008>

Delgado, M., Porter, M. E., & Stern, S. (2010). Clusters and entrepreneurship. *Journal of economic geography*, 10(4), 495-518.

Gao, Y., Zhou, Z., & Wu, L. Z. (2016). Strategic Orientation, Strategic Flexibility, and Firm Performance: The Important Role of SHRM. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2016, No. 1, p. 16559). Academy of Management.

Glaeser, E. L., & Kerr, W. R. (2009). Local industrial conditions and entrepreneurship: how much of the spatial distribution can we explain? *Journal of Economics & Management Strategy*, 18(3), 623-663.

Hensellek, S., Kleine-Stegemann, L., & Kollmann, T. (2023). Entrepreneurial leadership, strategic flexibility, and venture

- performance: Does founders' span of control matter? *Journal of Business Research*, 157, 113544.
- Hill, E. W., & Brennan, J. F. (2000). A methodology for identifying the drivers of industrial clusters: The foundation of regional competitive advantage. *Economic development quarterly*, 14(1), 65-96.
- Hill, E. W., & Brennan, J. F. (2000). A methodology for identifying the drivers of industrial clusters: The foundation of regional competitive advantage. *Economic development quarterly*, 14(1), 65-96.
- Li, D. Y., & Liu, J. (2014). Dynamic capabilities, environmental dynamism, and competitive advantage: Evidence from China. *Journal of Business Research*, 67(1), 2793-2799.
- Marios Theodosiou a, John Kehagias b, I, Evangelia Katsikea (2012), Strategic orientations, marketing capabilities and firm performance: An empirical investigation in the context of frontline managers *inservice organizations*,
- Mishra, N. K. (2020). Social distancing as social engineering & health management: Applied ethics perspective to global management & strategic leadership. *Research in Globalization*, 2, 100032.
- Rosenthal, S. S., & Strange, W. C. (2009). *The Attenuation of Human Capital Spillovers: A Manhattan Skyline Approach*. SSRN.
- Schaedler, L., Graf-Vlachy, L., & König, A. (2022). Strategic leadership in organizational crises: A review and research agenda. *Long Range Planning*, 55(2), 102156.
- Singh, A., Lim, W. M., Jha, S., Kumar, S., & Ciasullo, M. V. (2023). The state of the art of strategic leadership. *Journal of Business Research*, 158, 113676.

