

بررسی عملکرد
شرکت‌های خانوادگی و غیر
خانوادگی

مؤلف: آذر علیزاده

سرنامه	۱۳۶۷- آذر، خداپنده
عنوان و نام پدیدآور	بررسی عملکرد شرکت‌های خانوادگی و غیر خانوادگی / مؤلف: آذر خداپنده
مشخصات نشر	تیریز: انتشارات عاصم، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	۱۴۸ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۸۲۲۳-۸۱-۸
وضعیت فهرست نویسی	فیا
موضوع	سازمان بورس اوراق بهادار -- نمونه پژوهی
موضوع	شرکت‌ها -- ایران -- امور مالی -- نمونه پژوهی
موضوع	Corporations -- Iran -- Finance -- Case studies
موضوع	بورس -- ایران -- تهران -- نمونه پژوهی
موضوع	Stock exchanges -- Iran -- Tehran -- Case studies
رده بندی کنگره	HGF۲۳۵/۷/۴۴۰۳۹۷
رده بندی دیویی	۶۵۸/۱۵۰۹۵۵
شماره پیشنهادی	۵۱۹۴۰۱۳

بررسی عملکرد شرکت‌های خانوادگی و غیر خانوادگی

مؤلف: آذر خداپنده

ناشر	عاصم
نوبت چاپ	اول / ۱۳۹۷
تیراژ	۱۰۰۰ نسخه
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۸۲۲۳-۸۱-۸
قیمت	۱۴۰/۰۰ ریال

مرکز پخش: نشر عاصم: ۰۹۱۴۵۸۷۴۳۵۲

پست الکترونیک ناشر: nashre.aseam@gmail.com

www.ketab.ir/aseam کتاب: اینترنتی فروش

همه حقوق چاپ و نشر این کتاب اعم از چاپ، کپی، تکثیر، ذخیره در سیستم‌های بازیابی محفوظ است.

پیشگفتار

اهمیت شرکت‌های خانوادگی در دنیای اقتصاد به حدی است که چیزی حدود ۳۵ درصد (۱۷۵ شرکت) از ۵۰۰ بزرگ آمریکایی از نوع شرکت‌های خانوادگی می‌باشند. طبق پژوهش‌هایی که دانشمندان انجام داده‌اند، کسب و کارهای که به نوعی مالکیت یا مدیریت خانوادگی دارند، حدود ۶۵ تا ۹۰ درصد از کل کسب و کارهای جهان را تشکیل می‌دهند. به همین منظور در بسیاری از کشورها، شاخص‌های متعددی برای تعریف این گونه شرکت‌ها ارائه گردیده است و پرسش‌ها در سال‌های اخیر به دلیل اهمیت این شرکت‌ها پژوهش‌های مختلفی را در مورد این شرکت‌ها انجام داده‌اند. در ایران، متأسفانه به دلیل شفافیت کم، اطلاعات افشا شده در مورد ماهیت و مالکیت شرکت‌ها و به طبع عدم تشخیص و تفکیک شرکت‌های خانوادگی تاکنون پژوهش‌های زیادی در مورد این گونه شرکت‌ها صورت نگرفته است. نبود شاخصی مناسب برای شناسایی شرکت‌های خانوادگی و لزوم توجه بیشتر و عمیق‌تر در ساختار مالکیت شرکت‌ها، همچنین مطالعات بسیار محدود در این مورد در ایران، ضرورت انجام پژوهش در مورد شرکت‌های خانوادگی در بازار سرمایه کشور را مشخص می‌کند (مهرآذین و همکاران، ۱۳۹۲).

در محیط رقابتی امروز، بقای بنگاه‌های اقتصادی درگرو بهبود مستمر عملکرد به

منظور حفظ و افزایش توان رقابتی و کسب منافع بیشتر است. این مهم از طریق تعیین اهداف و برنامه ریزی و به طبع آن ارزیابی عملکرد برای آگاهی از میزان موفقیت در دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده، محقق می‌گردد. روش‌های سستی ارزیابی عملکرد که عمدتاً مبتنی بر معیارهای مالی و اعداد و ارقام حسابداری نظیر سود هر سهم، نرخ بازده دارائی‌ها و... است بسیاری از معیارهای کیفی مؤثر در دورنمای شرکت نظیر رضایت مشتریان را نادیده می‌گیرد. محدودیت‌های متصور برای معیارهای مالی ارزیابی عملکرد سبب نیاز به روش جدیدی گردید که ضمن توجه به معیارهای مالی از سایر معیارها نیز به منظور ارزیابی عملکرد استفاده کند. در این راستا کاپلان و نورتن در دهه ۱۹۹۰ روش ارزیابی متوازن را معرفی کردند. در این روش علاوه بر تحلیل‌های مالی به رضایت مشتریان، نحوه‌ی انجام رایندهای داخلی و رشد و یادگیری مستمر کارکنان نیز توجه می‌گردد. محدودیت‌های متصور در روش‌های سستی ارزیابی عملکرد از یک سو و از سوی دیگر دیدگاه‌های جدید نسبت به سازمان یا بنگاه اقتصادی به تغییر نگرش در خصوص نحوه ارزیابی عملکرد منجر گردید.

از جمله این نگرش‌های جدید می‌توان به تنوعی قراردادهای اشاره کرد. در تئوری قراردادهای به سازمان به عنوان مجموعه‌ای از افراد و گروه‌های منافع نگریسته می‌شود که همگی از طریق یک نوع قرارداد ضمنی یا صریح از سازمان منافع می‌گردند این گروه‌های ذی‌نفع مشتمل بر مالکان، مشتریان، کارمندان، تأمین کنندگان مواد و... و... و... اهداف سازمان را تعیین می‌کنند.

کاپلان و نورتن منطق ارزیابی متوازن را چنین بیان می‌دارند: معیارهای مالی که حکایت از رویدادهای گذشته دارد، برای ارزیابی عملکرد شرکت‌های عصر صنعتی، که در آن ایجاد قابلیت‌های بلندمدت و روابط با مشتریان عوامل حیاتی در کسب موفقیت به

شمار نمی‌آید، کافی بود. اما این معیارها برای هدایت و ارزیابی عملکرد شرکت‌ها در عصر کنونی که در آن ایجاد ارزش و تولید ثروت از طریق سرمایه‌گذاری در مشتریان، تأمین کنندگان مواد و کالا، کارکنان، فرایندها، تکنولوژی و نوآوری امکان‌پذیر است، کافی نیست. ارزیابی متوازن ضمن لحاظ کردن معیارهای مالی، معیارهای جدیدی برای تطبیق روش‌های ارزیابی با شرایط عصر حاضر فراهم می‌آورد. روش ارزیابی متوازن شرکت‌ها را از چهار منظر مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌دهد: منظر مالی، منظر مشتری، منظر فرایندهای داخلی، منظر رشد و یادگیری کارکنان. (طبری و همکاران، ۱۳۸۷)

از طرفی حجم بسیار اطلاعات مورد نیاز و تضادهای تعصبی باعث پیچیده شدن ارزیابی عملکرد می‌شود. با توجه به این پیچیدگی در صورتی که از کارت امتیازی متوازن به عنوان ابزاری برای طراحی شاخص‌های ارزیابی عملکرد استفاده می‌شود، باید از تکنیک‌های دیگر ارزیابی عملکرد برای سنجش سازمان استفاده کرد که تکنیک تحلیل پوششی داده‌ها به عنوان ابزاری برای سنجش کارایی و رتبه‌بندی یکی از این تکنیک‌هاست. (براتی و همکاران، ۱۳۸۵)

فهرست مطالب

۱۳	 مقدمه
۲۰	 معرفی متغیرها و نحوه محاسبه آن‌ها
۲۱	 شرح واژه‌ها و اصطلاحات به کار رفته در پژوهش
فصل اول: مبانی نظری و پیشینه موضوع	
۲۶	 تعاریف
۲۶	 دیدگاه‌های سنتی و نوین در ارزیابی عملکرد
۲۸	 ضرورت و اهمیت ارزیابی عملکرد
۲۸	 ویژگی‌های نظام ارزیابی عملکرد سازمانی کارآمد
۲۹	 مدل‌های ارزیابی عملکرد
۲۹	 مدل‌های اندازه‌گیری عملکرد
۳۰	 مدل سینک و تاتل
۳۱	 ماتریس عملکرد
۳۱	 هرم عملکرد
۳۳	 تحلیل ذینفعان
۳۴	 چارچوب مدوری و استیبل
۳۵	 الگوی فیشر برای ارزیابی عملکرد

۱۰ بررسی عملکرد شرکت‌های خانوادگی و غیر خانوادگی

۳۵	کارت امتیازی متوازن ۱
۳۶	مدل تعالی سازمانی اروپا ۱
۳۷	مدل دمینگ
۳۸	مدل مالکولم بالدريج
۳۸	مدل تعالی در کسب و کار
۳۹	بررسی سیستم‌های ارزیابی عملکرد و انتخاب مناسب‌ترین سیستم
۳۹	روش ارزیابی متوازن به عنوان یک سیستم ارزیابی عملکرد
۴۰	منظری روش ارزیابی متوازن
۴۱	منظار مال
۴۱	منظر مشتری
۴۲	منظر فرایندها، داخلی کسب و کار
۴۲	منظر یادگیری و رشد
۴۴	تحلیل پوششی داده‌ها
۴۵	اصول حاکم بر تحلیل پوششی داده‌ها
۴۶	مدل‌های تحلیل پوششی داده‌ها
۴۶	دیدگاه برنامه ریزی خطی
۴۶	دیدگاه نهاده‌ها و ستاده‌ها
۴۶	الف- مدل ورودی محور
۴۷	ب- مدل خروجی محور
۴۷	دیدگاه بازده به مقیاس
۴۷	الف- بازده به مقیاس ثابت
۴۸	ب- بازده نسبت به مقیاس صعودی
۴۸	پ- بازده نسبت به مقیاس نزولی
۴۸	ت- بازده به مقیاس متغیر
۵۲	ترکیب دو مدل کارت امتیازی متوازن و تحلیل پوششی داده‌ها

۵۴	حاکمیت شرکتی
----	--------------

فصل دوم: روش شناسی

۷۳	روش شناسی پژوهش
۷۳	قلمرو مکانی پژوهش
۷۴	قلمرو زمانی پژوهش
۷۴	قلمرو موضوعی پژوهش
۷۴	جامعه، نمونه آماری و روش نمونه گیری
۷۵	ابزار جمع آوری داده‌ها
۷۷	فرضیه‌ها و الگوهای پژوهش
۷۷	استدلال فرضیه پژوهش
۷۹	روش‌های آماری
۸۴	روش تحلیل پوششی داده‌ها

فصل سوم: تجزیه و تحلیل داده‌ها

۹۴	آمار توصیفی متغیرهای پژوهش
۹۷	تجزیه و تحلیل داده‌ها
۹۹	عدم وجود هم خطی بین جملات توضیحی
۱۰۱	عدم وجود خود همبستگی جزء خطا
۱۰۱	آزمون همبستگی
۱۰۳	آزمون فرضیه پژوهش
۱۰۴	آزمون هاسمن
۱۱۱	نتیجه آزمون فرضیه پژوهش

فصل چهارم: جمع بندی و پیشنهادات

۱۲۳	جمع بندی و تفسیر نتایج
۱۲۵	پیشنهادات حاصل از نتایج پژوهش
۱۲۶	پیشنهادات برای پژوهش‌های آتی

www.ketab.ir

مقدمه

شرکت‌هایی خانوادگی، تکی می‌نهند که یا حداقل بیست درصد از سهام آن‌ها به صورت فردی یا گروهی، در دست اعضای خانواده باشد و حداقل یکی از اعضای نسبی یا سببی خانواده، عضو هیأت مدیره و یا مدیر اجرایی بوده و به به طور فعالی در هیأت مدیره شرکت، مشارکت داشته باشد و حداقل دو نسل از خانواده، در کنترل شرکت نقش داشته باشد. ساختار مالکیت خانوادگی، ساختار تصمیم‌گیری است که توقع کسب سود و افزایش ثروت در اولویت قرار دارد. آن‌ها، توجه جدی به تداوم فعالیت شرکت دارند. شرکت‌هایی مثل فورد، جی‌ام، سباجان، و فشن نباتی نازگل، آب معدنی دالاهو، گلد ایران، آسان موتور، اطلس خودرو مالکان خانوادگی داشتند. مالکان خانوادگی به دلیل آنکه آگاهی کامل از مفاهیم حقوقی ارث دارند، نگران توزیع سود نمی‌باشند، آن‌ها نگران عدم تداوم فعالیت شرکت هستند در حالیکه شرکت‌های غیر خانوادگی به دلیل آنکه احتمال باقی ماندن در ساختار مالکیت در آینده برای آن‌ها در ابهام است، احتمالاً در توزیع سود و کسب منافع ناشی از افزایش ثروت توجه بیشتری دارند.

حضور سهامداران حقیقی از یک خانواده با در اختیار داشتن درصد بالای سهام در

پست‌های مدیریتی و عملیاتی و یا حضور آن‌ها در هیأت مدیره به نوعی خانوادگی بودن مالکیت شرکت را نشان می‌دهد. طبق پژوهش‌های انجام شده، مشخص شده اگر میزان سهم مدیران از حدی بیشتر باشد، می‌تواند این انگیزه را در آن‌ها ایجاد کند تا وضعیت مالی و عملکرد مطلوب‌تری را ارائه دهند، همچنین سهامداران عمده نیز می‌توانند از طریق کنترل رفتار مدیران بر روی تصمیمات و فعالیت‌های شرکت تأثیرگذار باشند.

(محمّدی، ۱۳۸۸)

مالکات نشان داده است شرکت‌های خانوادگی در مقایسه با شرکت‌های دیگر، باعث کاهش هزینه‌های نمایندگی می‌شوند، به این معنا که تضاد منافع میان مالک و مدیر در این شرکت‌ها کمتر است؛ زیرا توانایی مالکان برای نظارت مستقیم بر فعالیت‌های مدیر بیشتر است (دمسِتس^۱، لن^۲، ۱۹۸۱؛ علی و همکاران^۳، ۲۰۰۷). برخی از تحلیل‌ها بیان می‌کند که شرکت‌های خانوادگی عملکرد بهتری از شرکت‌های غیر خانوادگی دارند، برای مثال می‌توان به ویژگی‌هایی مثل: قوتی بلند مدت یا نگرانی در ارتباط با شهرت آن‌ها اشاره کرد. اما گاهی اوقات هم ممکن است شرکت‌های خانوادگی از شرکت‌های غیر خانوادگی ضعیف‌تر عمل کنند. مثلاً به سهامداران اقلیت و سهامداران خانوادگی تضاد منافع وجود داشته باشد و این امر مشکلات نمایندگی را افزایش می‌دهد (لی^۳، ۲۰۰۶). در شرکت‌های خانوادگی ممکن است به دلیل انحصار مالکیت خاص این شرکت‌ها، حفظ منافع خانواده بر حفظ منافع سهامداران جزء رجحان باشد، در نتیجه به دلیل اینکه سهامداران جزء کمتر به اطلاعات مهم و اساسی شرکت دسترسی دارند، همواره این خطر احساس می‌شود که منافع این گروه در معرض خطر به خصوص در

۱. Demsetz & Lehn

۲. Ali & et al

۳. Lee

بلند مدت قرار گیرد. (عبدالحمیدی^۱، ۲۰۱۰)

تمرکز بر بقا بلندمدت و شهرت شرکت خانوادگی و همچنین روابط شخصی با اعتباردهندگان و سایر سهامداران ممکن است هزینه‌های نمایندگی را کاهش دهد، چرا که حضور پایدار و بلندمدت اعضای خانواده در شرکت و اراده‌ی آن‌ها به باقی نگه داشتن نام خانواده، ممکن است منجر به این شود که شرکت‌های خانوادگی رابطه‌ی خوب و بلندمدتی با سهامداران غیر خانوادگی و اعتباردهندگان داشته باشند. (اندرسون و ریب^۲، ۲۰۰۱)

چنانچه اعضای خانواده به عنوان عضو هیأت مدیره انتخاب شوند، عملکرد شرکت بهتر از حالتی است که اعضای غیر خانواده عضو هیأت مدیره باشند. (گومز^۳، ۲۰۰۱) این بحث را تعمیم داد و بیان کرد که مدیران ارشد اجرایی زمانی که عضو خانواده باشند ذاتاً در قبال سهامداران نسبت به مدیران پاسخگویی کمتری دارند، در نتیجه روابط خانوادگی منجر به ضعف حاکمیت شرکتی و همچنین عدم استفاده از مدیران متخصص در این نوع از ساختار مالکیتی می‌شود. اگر هزینه‌های نمایندگی ناشی از اهداف مربوط به مدیران که با منافع مالکان متضاد است، باشد؛ آنگاه هزینه‌های عملیاتی زیادی را باید در شرکت‌های غیر خانوادگی مورد توجه قرار داد. شرکت‌های خانوادگی کارایی کمتری دارند، زیرا تمرکز مالکیت، انگیزه‌هایی را برای سهامداران کنترل کننده، برای از تملک درآوردن ثروت از سایر سهامداران ایجاد می‌کند (مورک و همکاران^۴، ۱۹۸۸). اعضای خانواده، معمولاً، جایگاه‌های مهمی از تیم مدیریتی و هیأت مدیره شرکت دارند. بنابراین، این شرکت‌ها ممکن است حاکمیت شرکتی ضعیف‌تری

۱. Abdollahmohammadi

۲. Anderson & Rib

۳. Gomez

۴. Morck & et al

داشته باشند، چرا که نظارت هیأت مدیره، بی‌فایده می‌باشد (خان و سوبرامانیام^۱، ۲۰۱۲)، همچنین (گومز و همکاران، ۲۰۰۱) بیان داشته‌اند که کنترل خانوادگی ممکن است مانع از افشای اطلاعات به سایر سهامداران شود.

ویژگی‌هایی برای شرکت‌های خانوادگی وجود دارد که احتمال سوءاستفاده مدیریت را کاهش می‌دهد. اگر نظارت، به دانش کافی از فعالیت‌های شرکت نیاز داشته باشد، اعضای خانواده در شرکت‌های خانوادگی دارای بیشترین میزان دانش هستند (اندرسون و ویب، ۲۰۰۱). شرکت‌های خانوادگی به حفظ ساختار مالکیت متمرکز گرایش دارند و به احتمال زیادی دارای انگیزه بیشتری برای نظارت مستقیم بر مدیریت هستند (دمستر و لن، ۱۹۸۵).

شرکت‌های خانوادگی در کار، به دلایلی همچون نظارت مؤثر و کنترل صحیح عملیات شرکت و تخصص لازم جهت اداره شرکت‌ها، موجب بهبود عملکرد شرکت می‌شود. لذا به نظر می‌رسد شرکت‌های خانوادگی در مقایسه با شرکت‌های غیر خانوادگی، عملکرد بهتری خواهند داشت.

در گذشته بازده مالی یک شرکت تنها عامل ورود و خروج در ارزیابی عملکرد آن بود، اما با پیچیده شدن ساختارهای سازمانی امروزی، برای ارزیابی عملکرد باید تکنیک‌هایی انتخاب شوند که دارای توانمندی بالا در بررسی ساختارهای سازمانی و فرایندها بوده و نتایج ارائه شده از آن‌ها قابل دفاع باشد (افشار کاظمی و همکاران، ۱۳۸۶).

کارت امتیازی متوازن، یک سیستم مدیریتی است که می‌تواند اجرای استراتژی‌ها را مدیریت کرده و عملکرد سازمان را در چهار منظر مالی، مشتری، فرایندهای داخلی و رشد و یادگیری، اندازه‌گیری کند و باعث انتقال و تفهیم مأموریت، چشم انداز، استراتژی‌ها و انتظارات عملکردی به کلیه ذینفعان درونی و بیرونی سازمان شود. به

عبارت دیگر، کارت امتیازی متوازن می‌تواند چشم انداز و مأموریت سازمان را در قالب مجموعه‌ای از روابط علت و معلولی در چهار منظر ذکر شده نشان دهد (نيسن^۱، ۲۰۰۶). سیستم مدیریتی کارت امتیازی متوازن، ترکیبی است از معیارهای ارزیابی عملکرد که شاخص‌های عملکرد گذشته، جاری و نیز آینده را شامل شده و معیارهای غیر مالی را در کنار معیارهای مالی قرار می‌دهد. ضمن اینکه از آنچه در داخل و خارج سازمان اتفاق می‌افتد، بیش و دید همه جانبه ای را به مدیران سازمان ارائه می‌کند (اکمنز^۲ و همکاران، ۲۰۰۰). این روش، کاستی‌های سیستم‌های مدیریت سنتی نظیر عدم توانایی در مرتب‌سازی اختلالات استراتژی‌های بلندمدت سازمان با اقدامات کوتاه مدت را آشکار می‌سازد؛ زیرا سیستم‌های عملیات و مدیریت بسیاری از شرکت‌ها حول محور شاخص‌ها و اهداف مالی بنا شده است که ارتباط کمی با پیشرفت شرکت‌ها در جهت نیل به اهداف بلندمدت و رهبری آنها دارد. بنابراین، تاکید اغلب شرکت‌ها بر شاخص‌های کوتاه مدت مالی، بین‌دوین و اجرای استراتژی فاصله ایجاد می‌کند (وانگراسام^۳ و همکاران، ۲۰۰۳).

حجم انبوه اطلاعات مورد نیاز و قضاوت‌های ذهنی باعث پیچیده شدن ارزیابی عملکرد می‌شود، برای غلبه بر این پیچیدگی در صورتی که از کارت امتیازی متوازن به عنوان برای طراحی شاخص‌های ارزیابی عملکرد استفاده می‌شود، باید از تکنیک‌های دیگر ارزیابی عملکرد برای سنجش سازمان استفاده کرد که تکنیک پوششی داده‌ها به عنوان ابزاری برای سنجش کارایی و رتبه بندی یکی از این تکنیک‌هاست (براتی و همکاران، ۱۳۸۵).

استفاده از ترکیب این دو مدل ارزیابی عملکرد را واقع بینانه می‌سازد. تلفیق این دو مدل،

^۱ . Nissen

^۲ . Akkernans & et al

^۳ . Wongrassam & et al

ضمن کاهش معایب دو مدل محاسن آن دو را تقویت و مدلی جامع برای ارزیابی عملکرد را ارائه می‌کند. تکنیک کارت امتیازی متوازن جوانب متعدد عملکردی یک سازمان را در نظر می‌گیرد و سپس تکنیک تحلیل پوششی دادها از مجموع واحدهای تحت بررسی، تعدادی را به صورت واحد کارا معرفی می‌نماید و به کمک آن‌ها مرز کارایی تشکیل می‌شود و این مرز ملاک کارایی است (افشار کاظمی و همکاران، ۱۳۸۵). از دیگر ویژگی‌های ارائه شده توسط این ترکیب الگوسازی است که به وسیله آن راهکارهای بهبود کارایی تعیین می‌گردد (مهرگان، ۱۳۸۷).

در هر حال باید به یاد داشت که ساختار مالکیت خانوادگی و غیر خانوادگی چگونه بر عملکرد شرکت‌ها مؤثر واقع می‌گردند؟

ساختار مالکیت از مجموعه‌ای اساسی در بحث راهبری شرکتی می‌باشد. پژوهش‌های قبلی نشان داده که داشتن ساختار مالکیت مناسب با توجه به شرایط محیطی کشورهای مختلف فرق می‌کند و الگوی یک کشور را نمی‌توان در کلیه کشورها حاکم نیست. بررسی نتایج خصوصی سازی در کشورهای بلوک شرق نشان می‌دهد که عدم تمرکز مالکیت به کاهش کارایی شرکت‌های خصوصی سازی شده انجامیده است. در ایران نیز همچون بسیاری از کشورها فعالیت‌های زیادی در راستای خصوصی سازی صورت گرفته است اما همان گونه که بیان شد، تجربه خصوصی سازی در کشورهای مختلف و از جمله ایران نشان می‌دهد که خصوصی سازی به خودی خود الزاماً در همه موارد منجر به بهبود عملکرد نشده است. داشتن ساختار مالکیت مناسب لازمه خصوصی سازی موفق می‌باشد و می‌تواند شرکت‌ها را در جهت تحقق اهداف خصوصی سازیشان یاری نماید. بررسی ابعاد مختلف این نوع ساختار مالکیت، می‌تواند شکاف موجود در ارزیابی شرکت‌های خانوادگی و غیر خانوادگی را کاهش دهد. نظر به این موضوع مهم در این مطالعه تلاش می‌گردد با استفاده از مدل کارت امتیازی متوازن با مشخص شدن عملکرد، نقاط قوت و ضعف در حوزه‌های مختلف کاملاً مشخص بستر مناسبی در جهت اصلاح

روش‌های کاری به منظور بهبود عملکرد متناسب با اهداف فراهم خواهد شد. سطح عملکرد شرکت‌های با ساختار مالکیت خانوادگی، بالاتر از شرکت‌های با ساختار مالکیت غیر خانوادگی است.

$$\text{Model 1: } \text{perf}_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{FF}_{it} + \alpha_2 \varepsilon \text{ control}_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$\text{perf}_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{FF}_{it} + \alpha_2 \text{Size}_{it} + \alpha_3 \text{Age}_{it} + \alpha_4 \text{Lev}_{it} + \alpha_5 \text{Dual}_{it} + \alpha_6 \text{NED_AC}_{it} + \alpha_7 \text{MTB}_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$\text{Model 2: } \text{perf}_{it} = \alpha'_0 + \alpha'_1 \text{NFF}_{it} + \alpha'_2 \varepsilon \text{ control}_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$\text{perf}_{it} = \alpha'_0 + \alpha'_1 \text{NFF}_{it} + \alpha'_2 \text{Size}_{it} + \alpha'_3 \text{Age}_{it} + \alpha'_4 \text{Lev}_{it} + \alpha'_5 \text{Dual}_{it} + \alpha'_6 \text{NED_AC}_{it} + \alpha'_7 \text{MTB}_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$\text{MTB}_{it} + \varepsilon_{it}$$

جامعه آماری این پژوهش کله شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و نمونه آماری آن شامل ۵۷ شرکت خانوادگی و ۵۷ شرکت غیر خانوادگی، طی بازه زمانی ۱۰ ساله از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۳ می‌باشد.

جهت گردآوری مبانی نظری، ادبیات موضوع، مباحث تئوریک پژوهش از منابع کتابخانه‌ای (کتب، مقالات معتبر و مجلات علمی-پژوهشی موجود در زمینه پژوهش مورد نظر) پایان نامه‌ها، نشریات معتبر بین‌المللی که به صورت آنلاین در پایگاه‌های اینترنتی موجود می‌باشد و سایر پایگاه‌های علمی استفاده خواهد گردید.

اطلاعات و داده‌های خام مورد نیاز شرکت‌های به منظور بررسی تغییرهای اصلی و کنترل فرضیه‌های پژوهش، با استفاده از روش آرشویی و با مراجعه به پایگاه‌های اطلاعات و بررسی اطلاعات مورد نیاز در سایت‌های رسمی سازمان بورس اوراق بهادار تهران، نرم‌افزار ره‌آورد نوین، ایران تحلیل، مرکز پژوهش، توسعه مطالعات اسلامی و دیگر سایت‌های معتبر انجام خواهد شد.

گردآوری داده‌ها با ابزارهای زیر انجام خواهد شد:

۱- نرم‌افزار ره‌آورد نوین

۲- سایت سازمان بورس و اوراق بهادار تهران (www.tse.ir)