





دانشکده : مهندسی صنایع و مدیریت

رشته MBA گرایش عمومی

پایان نامه کارشناسی ارشد

تأثیر تعاونی بودن مالکیت بر ارزش افزوده صنایع غذایی و آشامیدنی ایران (طی
سالهای ۱۳۷۴-۱۳۹۲)

مهیا محمدی

استاد راهنما

دکتر علی دهقانی

شهریور ۱۳۹۵

دانشگاه شاهرود

دانشکده : صنایع و مدیریت

رشته Mba گرایش عمومی

پایان نامه کارشناسی ارشد خانم مهیا محمدی

تحت عنوان:

تأثیر تعاونی بودن مالکیت بر ارزش افزوده صنایع غذایی و آشامیدنی ایران (طی سال های ۱۳۷۴-۱۳۹۲)

در تاریخ توسط کمیته تخصصی زیر جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد
مورد ارزیابی و با درجه مورد پذیرش قرار گرفت.

امضاء	اساتید مشاور	امضاء	اساتید راهنما
	نام و نام خانوادگی :		نام و نام خانوادگی :
	نام و نام خانوادگی :		نام و نام خانوادگی :

امضاء	نماینده تحصیلات تکمیلی	امضاء	اساتید داور
	نام و نام خانوادگی :		نام و نام خانوادگی :
			نام و نام خانوادگی :
			نام و نام خانوادگی :
			نام و نام خانوادگی :

تقدیم به پدر و مادر عزیزم

و به تمام آزاد مردانی که نیک می‌اندیشند و عقل و منطق را پیشه خود نموده و جز رضای الهی و پیشرفت و سعادت جامعه، هدفی ندارند.

دانشمندان، بزرگان و جوانمردانی که جان و مال خود را در حفظ و اعتلای این مرزوبوم فدا نموده و می‌نمایند.

از استاد گرامیم جناب آقای دکتر علی دهقانی بسیار سپاسگزارم چراکه بدون راهنمایی‌های ایشان تهیه این پایان‌نامه بسیار مشکل می‌نمود.

از جناب آقای محمد ادبی نیز به دلیل یاری‌ها و راهنمایی‌های بی‌چشمداشت ایشان که بسیاری از سختی‌ها را برایم آسان‌تر نمودند، تشکر می‌کنم.

تعهدنامه

این جانب مهیا محمدی دانشجوی دوره کارشناسی ارشد رشته MBA دانشکده مهندسی صنایع و مدیریت دانشگاه شاهرود نویسنده پایان نامه تأثیر تعاونی بودن مالکیت بر ارزش افزوده صنایع غذایی و آشامیدنی ایران (طی سال- های ۱۳۷۴-۱۳۹۲) تحت راهنمایی دکتر علی دهقانی متعهد می شوم.

- تحقیقات در این پایان نامه توسط این جانب انجام شده است و از صحت و اصالت برخوردار است .
- در استفاده از نتایج پژوهش های محققان دیگر به مرجع مورداستفاده استناد شده است .
- مطالب مندرج در پایان نامه تاکنون توسط خود یا فرد دیگری برای دریافت هیچ نوع مدرک یا امتیازی در هیچ جا ارائه نشده است .
- کلیه حقوق معنوی این اثر متعلق به دانشگاه شاهرود می باشد و مقالات مستخرج بانام « دانشگاه شاهرود » و یا « University of Shahrood » به چاپ خواهد رسید .
- حقوق معنوی تمام افرادی که در به دست آمدن نتایج اصلی پایان نامه تأثیرگذار بوده اند در مقالات مستخرج از پایان نامه رعایت می گردد.
- در کلیه مراحل انجام این پایان نامه ، در مواردی که از موجود زنده (یا بافت های آنها) استفاده شده است ضوابط و اصول اخلاقی رعایت شده است .
- در کلیه مراحل انجام این پایان نامه، در مواردی که به حوزه اطلاعات شخصی افراد دسترسی یافته یا استفاده شده است اصل رازداری ، ضوابط و اصول اخلاق انسانی رعایت شده است .

تاریخ:

امضای دانشجو

مالکیت نتایج و حق نشر

- کلیه حقوق معنوی این اثر و محصولات آن (مقالات مستخرج ، کتاب ، برنامه های رایانه ای ، نرم افزارها و تجهیزات ساخته شده است) متعلق به دانشگاه شاهرود می باشد . این مطلب باید به نحو مقتضی در تولیدات علمی مربوطه ذکر شود .
- استفاده از اطلاعات و نتایج موجود در پایان نامه بدون ذکر مرجع مجاز نمی باشد.

چکیده‌ی فارسی

این پژوهش به تأثیر مالکیت تعاونی بر ارزش افزوده‌ی ۲۲ دسته فعالیت از صنایع غذایی و آشامیدنی ایران طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۴ با استفاده از داده‌های ترکیبی پویا پرداخته است. در این مطالعه ابتدا طبق اصل ۴۴ قانون اساسی که مالکیت را در ۳ بخش مالکیت دولتی، خصوصی و تعاونی در نظر می‌گیرد، به‌طور اجمالی به تاریخچه، اصول، اهداف، ساختار سازمانی و اهمیت تعاونی سازی، چشم‌انداز توسعه بخش تعاون و سیاست‌های کلی این بخش و مزایای مدل مالکیت تعاونی پرداخته شده است. در ادامه، مطالعات پیشین در باب بررسی ساختار مالکیت بر عملکرد بنگاه‌ها و شرکت‌ها که در داخل و خارج از کشور انجام گرفته، مورد بررسی قرار می‌گیرد. نتایج و همچنین شاخص‌های عملکردی در نظر گرفته شده در این مطالعات، یکسان نیستند. در این مطالعه، ارزش افزوده را که از طریق تفاضل ارزش ستانده و ارزش داده به دست می‌آید، به‌عنوان متغیر عملکردی مورد بررسی قرار داده‌ایم. از طرفی طبق الگوی ساختار- رفتار- عملکرد، متغیرهای ساختاری و رفتاری دیگری نیز بر عملکرد تأثیر می‌گذارند. لذا در این تحقیق نیز تأثیر تعدادی از متغیرهای ساختاری همچون درجه تمرکز و سهم بازار و همچنین تأثیر متغیرهای رفتاری مانند هزینه تبلیغات و هزینه تحقیق و توسعه بر شاخص ارزش افزوده و سودآوری را مورد مطالعه قرار داده‌ایم. لذا ارزش افزوده به‌عنوان متغیر وابسته و متغیرهای مالکیت، درجه تمرکز، سهم بازار، هزینه تبلیغات و هزینه تحقیق و توسعه به‌عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده‌اند و همچنین ارزش افزوده دوره قبل، به‌عنوان متغیر ابزاری استفاده شده است. فرضیه اصلی مبنی بر اینکه با تغییر ساختار مالکیت بنگاه‌ها به تعاونی، ارزش افزوده صنایع غذایی و آشامیدنی ایران افزایش می‌یابد، مورد تأیید واقع نشد.

واژگان کلیدی: مالکیت تعاونی، ارزش افزوده، درجه تمرکز، سهم بازار، هزینه تبلیغات، هزینه تحقیق و توسعه، صنایع غذایی و آشامیدنی ایران.

فصل اول - کلیات تحقیق	۱
(۱-۱) مقدمه	۲
(۲-۱) طرح تحقیق و بیان مسئله	۲
(۳-۱) اهمیت و ضرورت انجام تحقیق	۳
(۴-۱) اهداف و فرضیات اساسی انجام تحقیق	۴
(۵-۱) نوآوری، ارزش و اهمیت تحقیق	۴
(۶-۱) روش انجام تحقیق	۴
(۷-۱) تعریف واژگان و اصطلاحات مرتبط با تحقیق	۵
فصل دوم - مروری بر ادبیات تحقیق	۱۱
(۱-۲) مقدمه	۱۲
(۲-۲) تاریخچه و سیر تحول تعاونی‌ها	۱۲
(۱-۲-۲) عصر تعاون اجتماعی	۱۲
(۲-۲-۲) عصر تعاون صنعتی یا علمی	۱۳
(۳-۲-۲) اصول مکتب راجدیل	۱۴
(۴-۲-۲) تاریخچه تعاونی‌ها در ایران	۱۷
(۱-۴-۲-۲) تعاونی‌های رسمی در ایران قبل از انقلاب	۱۷
(۲-۴-۲-۲) شرکت تعاونی بعد از انقلاب (سال ۱۳۵۷ به بعد)	۲۰
(۵-۲-۲) اهداف تعاونی سازی:	۲۲
(۶-۲-۲) ساختار سازمانی تعاونی سازی	۲۲
(۷-۲-۲) اهمیت تعاونی سازی در کشور و همگامی آن با سیاست‌های کلان:	۲۳
(۸-۲-۲) تأمین منابع مالی واگذاری‌ها به تعاونی‌ها	۲۴

۲۵ چشم‌انداز شفاف توسعه بخش تعاون
۲۵ سیاست‌های کلی بخش تعاونی
۲۶ مزایای مدل مالکیت تعاونی
۲۷ مقایسه مدل‌های مالکیت کسب‌وکار
۳۰ پیشینه پژوهش
۳۰ مطالعات خارجی
۴۰ مطالعات داخلی
۴۹ فصل سوم - مبانی نظری
۵۰ مقدمه
۵۰ ارزش‌افزوده اقتصادی
۵۱ ارزش‌افزوده و سودآوری
۵۱ محاسبه ارزش‌افزوده
۵۲ رابطه بین مالکیت و عملکرد
۵۴ انواع مالکیت و اثرات فرضی بر عملکرد
۵۷ جایگاه و تأثیر تعاونی‌سازی بر عملکرد بنگاه‌ها
۵۹ بررسی نظری اثر درجه تمرکز بر سودآوری
۶۱ معکوس تعداد بنگاه‌های بازار:
۶۱ نسبت تمرکز چهار بنگاه (CR4):
۶۱ شاخص هرفیندال-هیرشمن (HHI)
۶۲ منحنی لورنز:
۶۳ بررسی نظری اثر سهم بازار بر سودآوری
۶۴ بررسی نظری اثر تبلیغات بر سودآوری
۶۴ شرایط درفمن-استینر
۶۵ سطح بهینه تبلیغات

۶۶	بررسی نظری اثر تحقیق و توسعه بر سودآوری
۶۹	فصل چهارم - روش تحقیق و تحلیل داده ها
۷۰	مقدمه
۷۰	مدل های رگرسیونی داده های ترکیبی
۷۱	برآورد مدل داده های ترکیبی در حالت تفاضل مرتبه اول
۷۲	تخمین ضرایب با استفاده از برآوردگرهای متغیرهای ابزاری
۷۲	آزمون سارجان-هانسن
۷۳	الگوهای پویا
۷۳	برآوردگر آرلانو و باند
۷۴	روش گشتاورهای تعمیم یافته (GMM)
۷۴	روش گشتاورها
۷۶	تخمین روش تعمیم یافته گشتاورها
۷۹	مدل تحقیق و معرفی متغیرها
۷۹	معرفی متغیرها
۸۰	آمار توصیفی متغیرهای مدل
۸۱	نمودار روند سری زمانی متغیرها
۸۴	آزمون فیشر برای بررسی مانایی و نامانایی متغیرهای مدل
۸۵	برآورد مدل
۸۸	آزمون سارجان
۸۸	آزمون خودهمبستگی باقیمانده ها
۸۹	نتایج استحکام سنجی مدل
۹۱	فصل پنجم - نتیجه گیری و پیشنهادات

۹۲(۱-۵) مقدمه
۹۳(۲-۵) ارزیابی و تشریح نتایج آزمون فرضیه
۹۳(۱-۲-۵) نتیجه‌ی بررسی رابطه بین مالکیت و ارزش افزوده و مقایسه آن با نتایج تحقیقات گذشته ...
۹۵(۲-۲-۵) نتایج بررسی رابطه بین متغیرهای فرعی و ارزش افزوده و سودآوری
۹۶(۳-۵) پیشنهادات
۹۶(۱-۳-۵) پیشنهادات کاربردی
۹۷(۲-۳-۵) پیشنهادات آتی
۹۹پیوست
۱۰۱منابع و مأخذ
۱۰۲منابع داخلی
۱۰۵منابع خارجی

فهرست اشکال:

- شکل ۱-۳ منحنی لورنز..... ۶۳
- نمودار(۱-۴): نمودار سری زمانی متغیر هزینه تبلیغات در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۴ در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران..... ۸۱
- نمودار(۲-۴): نمودار سری زمانی متغیر هزینه تحقیق و توسعه در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۴ در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران..... ۸۲
- نمودار(۳-۴): نمودار سری زمانی متغیر مالکیت در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۴ در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران..... ۸۲
- نمودار(۴-۴): نمودار سری زمانی متغیر ارزش افزوده در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۴ در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران..... ۸۳
- نمودار(۵-۴): نمودار سری زمانی متغیر درجه تمرکز در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۴ در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران..... ۸۳
- نمودار(۶-۴): نمودار سری زمانی متغیر سهم بازار در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۴ در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران..... ۸۴

فهرست جداول:

- جدول (۱-۲): مقایسه‌ی اشکال بنگاه‌های کسب و کار..... ۲۹
- جدول (۱-۴): آمار توصیفی متغیرهای مدل..... ۸۱
- جدول (۲-۴): نتایج بررسی مانایی متغیرها با استفاده از آزمون فیشر..... ۸۵
- جدول (۳-۴): برآورد مدل به روش آرلانو و باند..... ۸۶
- جدول (۴-۴): آزمون سارجان..... ۸۸
- جدول (۵-۴): آزمون خودهمبستگی..... ۸۹
- جدول (۶-۴): نتایج تخمین مدل برای دوره‌ی زمانی ۱۳۷۶-۱۳۹۲..... ۸۹
- جدول (۷-۴): نتایج تخمین مدل برای دوره زمانی ۱۳۷۶-۱۳۹۰..... ۹۰
- جدول (۸-۴): آزمون سارجان آزمون سارجان برای دو دوره زمانی ۱۳۷۶-۱۳۹۲ و ۱۳۹۰-۱۳۷۶..... ۹۰
- جدول (۹-۴): آزمون خودهمبستگی باقیمانده‌های تخمین مدل برای دوره های زمانی ۱۳۷۶-۱۳۹۲ و ۱۳۷۶-۱۳۹۰..... ۹۰
- جدول الف: لیست بنگاه‌های موجود در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران به همراه کد فعالیت آنها..... ۱۰۰

فصل اول - کلیات تحقیق

۱-۱) مقدمه

مفهوم ارزش افزوده^۱، بیانگر تولید ثروت و ارزش مازاد در اقتصاد و میزان موفقیت بخش‌های مختلف، در راستای افزایش بهره‌وری از عوامل تولید می‌باشد. بررسی ارزش افزوده بخش‌های مختلف اقتصادی نشان می‌دهد که این بخش‌ها در مسیر خلق ارزش و تولید چگونه عمل کرده و نحوه توزیع عواید ناشی از تولید این ثروت در آن بخش‌ها به چه صورت بوده است. از این‌رو شناسایی عوامل مؤثر بر ارزش افزوده، یکی از مهم‌ترین راه‌کارهای بررسی ایجاد شرایط مناسب در راستای جهش اقتصادی به شمار می‌رود. شناسایی این عوامل، علاوه بر فراهم نمودن چشم‌انداز بلندمدت برای سیاست‌گذاران اقتصادی، سرمایه‌گذاران و مالکان بنگاه‌های خصوصی کشور را نیز در درک عوامل مهم و تأثیرگذار بر ارزش افزوده یاری خواهد کرد (حسینی نسب و همکاران، ۱۳۸۹).

۱-۲) طرح تحقیق و بیان مسئله

طبق اصل ۴۴ قانون اساسی، نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر پایه ۳ بخش دولتی، تعاونی و خصوصی با برنامه‌ریزی منظم و صحیح استوار است که بخش تعاونی شامل شرکت‌ها و مؤسسات تعاونی تولید و توزیع است که در شهر و روستا بر طبق ضوابط اسلامی تشکیل می‌شود.

ابلاغیه رهبر معظم انقلاب، در جهت افزایش سهم بخش‌های خصوصی و تعاونی در اقتصاد ملی و کاهش بار مالی و مدیریتی دولت در تصدی فعالیت‌های اقتصادی در سال ۱۳۸۴ درباره سیاست‌های کلی اصل ۴۴، گویای رویکردی نوین در سیاست‌گذاری‌های اقتصاد کشور و توجه به بخش‌های خصوصی و تعاونی است. (فیض پور و همکاران، ۱۳۸۸).

بنابراین از آنجاکه بخشی از مالکیت بنگاه‌ها تعاونی است لازم است طی مطالعه‌ای بررسی شود که آیا ارزش افزوده بنگاه‌های دارای مالکیت تعاونی از سایر بنگاه‌ها بیشتر است یا خیر. برای این منظور در این

^۱ Value Added

مطالعه به بررسی تأثیر تعاونی بودن مالکیت بر ارزش افزوده صنایع غذایی و آشامیدنی ایران پرداخته شده است. این تحقیق به دنبال این است که آیا بین تغییر مالکیت و ارزش افزوده در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران ارتباط وجود دارد؟

در این تحقیق علاوه بر مطالعه تأثیر مالکیت بر ارزش افزوده، تأثیر برخی دیگر از متغیرهای ساختاری مانند سهم بازار و درجه تمرکز و متغیرهای رفتاری مانند تحقیق و توسعه و تبلیغات بر متغیرهای عملکردی مانند سودآوری و ارزش افزوده نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد. در واقع هدف این تحقیق آن است که با استفاده از یک مدل اقتصادسنجی^۱، تأثیر چند متغیر ساختاری و رفتاری بر متغیرهای عملکردی ذکر شده، سنجیده شود.

۱-۳) اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

از مهم‌ترین دلایل ضرورت انجام این پژوهش، می‌توان به این مسئله اشاره نمود که ساده‌ترین روش‌ها برای تشخیص عملکرد صنایع، محاسبه یا برآورد شاخص‌های عملکرد مانند ارزش افزوده و یا نرخ سودآوری آن‌هاست و با توجه به مطالعات صورت گرفته از مقالات و مطالب مرتبط با این تحقیق، این نتیجه حاصل شد که تاکنون پژوهشی در این زمینه و در صنایع غذایی و آشامیدنی صورت نگرفته است؛ و با توجه به ارتباط نزدیکی که می‌بایست بین صنعت و دانشگاه وجود داشته باشد، با انجام این پژوهش می‌توان عملکرد بنگاه‌های تعاونی فعال در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران را مورد سنجش قرارداد. چنانکه نتوان اثر معنادار مالکیت را بر عملکرد نشان داد، اصرار بر تغییر مالکیت چندان منطقی نخواهد بود.

^۱ Econometrics

۴-۱) اهداف و فرضیات اساسی انجام تحقیق

به منظور پاسخگویی به سؤالات تحقیق، هدف و فرضیه اصلی به شرح ذیل تدوین گردید:

- هدف اصلی:

بررسی اثر مالکیت تعاونی بر ارزش افزوده صنایع غذایی و آشامیدنی ایران

- فرضیه اصلی:

با تغییر ساختار مالکیت بنگاه‌ها به تعاونی، ارزش افزوده صنایع غذایی و آشامیدنی ایران افزایش می‌یابد.

۵-۱) نوآوری، ارزش و اهمیت تحقیق

بررسی مطالعات انجام شده در ایران نشان می‌دهد که تاکنون مطالعه‌ای که به بررسی اثر ساختار مالکیت بخش تعاون بر ارزش افزوده در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران بپردازد، انجام نشده است و از این رو انجام این مطالعه برای اولین بار در بخش صنعت ایران حائز اهمیت است. در صورت تأیید فرضیه صفر، مشخص می‌شود که می‌توان به منظور افزایش ارزش افزوده در صنایع غذایی ایران توصیه کرد که مالکیت به صورت تعاونی باشد.

این مطالعه به بررسی آثار متغیرهای ساختاری و رفتاری مؤثر بر ارزش افزوده صنایع غذایی و آشامیدنی ایران می‌پردازد. نتایج این مطالعه می‌تواند در شناسایی عوامل مؤثر بر سودآوری و ارزش افزوده صنایع غذایی و آشامیدنی ایران، مورد توجه صنعتگران و مدیران صنایع غذایی و آشامیدنی ایران، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی قرار گیرد.

۶-۱) روش انجام تحقیق

روش جمع‌آوری داده‌ها در این تحقیق به صورت کتابخانه‌ای و مدل‌سازی آن از روش تحلیلی-آماري و تحلیل نتایج آن، توصیفی-آماري است. در این مطالعه به منظور بررسی اثر نوع مالکیت بر ارزش افزوده صنایع غذایی و آشامیدنی از یک مدل اقتصادسنجی استفاده شده است.

در این تحقیق ابتدا داده‌های مربوط به صنایع غذایی و آشامیدنی ایران در طی دوره زمانی ۱۳۷۴-۱۳۹۲، از نشریات و سایت مرکز آمار ایران جمع‌آوری شده است سپس شاخص ارزش افزوده از طریق تفاضل ارزش ستانده و ارزش داده صنایع غذایی و آشامیدنی با کد چهاررقمی محاسبه می‌شوند و در چارچوب آمار توصیفی، روابط بین درجه تمرکز، سهم بازار، تبلیغات، تحقیق و توسعه و نوع مالکیت با ارزش افزوده صنایع غذایی و آشامیدنی ایران مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. در این مطالعه برای تبیین رابطه بین متغیرها از نرم‌افزار Stata14 استفاده می‌شود.

۷-۱) تعریف واژگان و اصطلاحات مرتبط با تحقیق

اقتصاد صنعتی: اقتصاد صنعتی را می‌توان به صورت «مجموعه‌ای از ابزارها برای تحلیل و بررسی

رفتار و اعمال بنگاه‌ها و تبیین ساختارهای مختلف بازارها و اثرات رفاهی آن‌ها» تعریف نمود.

صنعت: بنگاه‌های فعال در یک بخش اقتصادی را برحسب وجوه ممیزه و تفاوت‌هایشان می‌توان به زیرگروه‌های مختلف تفکیک نمود، به نحوی که محصول بنگاه‌هایی که در یک زیرگروه رده‌بندی شده‌اند جانشین نزدیک باشد و برای محصول بنگاه‌های سایر گروه‌ها جانشین دور باشد و یا اصلاً جانشین نباشد. هر یک از این زیرگروه‌ها را یک صنعت می‌نامیم.

معنی و مفهوم تعاون: تعاون در لغت از واژه عربی «عون» به معنای یاری کردن و از باب تفاعل

به معنای به همدیگر مساعدت کردن و همیاری نمودن آمده است؛ و به معنی «یاوری و

همراهی متقابل» است. به بیانی دیگر کار جمعی و داوطلبانه و نظام‌مند را تعاون می‌گویند.

(عباسی، ۱۳۸۹)

در فارسی کلمه «تعاون» معادل واژه "Cooperation" و به معنای باهم کار کردن گروهی از افراد برای

انجام یک هدف مشترک است این تعریف بیان می‌کند که تعاون یکی از جنبه‌های زندگی اجتماعی

است.

واژه "Cooperation" را اولین بار رابرت اون^۱ در مقابل واژه رقابت Competition بکار گرفت. سپس صاحب‌نظران و مصلحان اجتماعی این کلمه را با مفاهیم و کارکردهای متفاوتی بکار بستند تا جایی که مقوله نهضت تعاونی^۲ و حتی تعاون‌گرایی^۳ در نظریه‌های اقتصادی-اجتماعی جایگاه ویژه‌ای یافت.

(وزارت تعاون)

تعاون در مفهوم عام به معنای همکاری، مساعدت، یاریگری و رعایت منافع جمعی آمده است. تعاون به مفهوم خاص آن، به نوع مشخصی از کار کردن با یکدیگر اشاره دارد که از طریق تشکیل سازمان رسمی و به‌کارگیری روش‌های مدیریتی خاص، دسترسی به اهداف مشترک را امکان‌پذیر می‌سازد. به‌عبارت‌دیگر، تعاون یعنی همکاری و همیاری عده‌ای از اشخاص حقیقی و یا حقوقی با یکدیگر در جهت رفع نیازمندی‌های مشترک اعضا و یا رسیدن به هدفی خاص با تشکل در یک شرکت تعاونی و پذیرش اصول و مقررات آن که در واقع متضمن این معناست: «یکی برای همه و همه برای یکی» (اخترمحقق، ۱۳۸۵).

تعاریف مفهومی تعاونی: اتحادیه بین‌المللی تعاون (ICA)^۴ در سی و یکمین کنگره خود که در سال ۱۹۹۵ در منچستر برگزار شد، تعاونی را این‌گونه تعریف کرده است: «تعاونی، اجتماع مستقل افرادی است که به‌منظور تأمین نیازها و اهداف مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود از طریق اداره و نظارت دموکراتیک موسسه‌ای با مالکیت جمعی، با همدیگر به نحو اختیاری توافق نموده‌اند» (خسرو، ۱۳۸۱)

قانون بخش تعاونی جمهوری اسلامی ایران، شرکت تعاونی را این‌گونه تعریف می‌کند: «شرکت تعاونی شرکتی است از اشخاص حقیقی یا حقوقی که به‌منظور رفع نیازمندی‌های مشترک و بهبود وضع

¹ R.Own

² Cooperation Movement

³ Cooperatisme

⁴ International Co-operative Alliance

اقتصادی و اجتماعی شرکا از طریق خودیاری، کمک متقابل و همکاری آنان و تشویق به پس‌انداز، موافق اصولی که در این قانون روشن شده، تشکیل می‌گردد» (فروهی و دهگاهی، ۱۳۶۸).

عناصر بازار^۱

هر بازار دارای سه عنصر ساختار، رفتار و عملکرد است و بسته به ماهیت و نحوه ارتباط این عناصر با یکدیگر، شکل و نوع سازمان بازار مشخص می‌شود.

مفاهیم ساختار، رفتار و عملکرد (SCP) بازار تحت عنوان عناصر سه‌گانه بازار، در ادبیات اقتصاد صنعتی مطرح هستند که مطالعات اولیه پیرامون رابطه بین این عناصر در ابتدا توسط میسن^۲ و شاگردانش مطرح شد. (خداداد کاشی، ۱۳۹۳، ص ۲۰)

درواقع این الگو یک رابطه علی بین ساختار بازار، رفتار بنگاه در بازار و عملکرد اقتصادی ایجاد می‌کند و معتقد است که عملکرد یک صنعت به رفتار بستگی دارد که خود رفتار، وابسته به ساختار است (Cullinane; 2011).

که هر کدام از این سه فاکتور در ادامه به اختصار شرح داده می‌شود:

۱. **ساختار بازار^۳**: معرف خصوصیات سازمانی بازار است که به کمک این خصوصیات می‌توان رابطه اجزای بازار را مشخص نمود، که از این جمله می‌توان به رابطه بین فروشندگان (تولیدکنندگان) با یکدیگر، رابطه خریداران با یکدیگر و همچنین رابطه خریداران و فروشندگان در بازار و در نهایت رابطه بین فروشندگان (تولیدکنندگان) فعال در بازار و فروشندگان بالقوه اشاره نمود. ساختار بازار در واقع آن دسته از خصوصیات سازمانی بازار است که با شناسایی آنها می‌توان ماهیت قیمت‌گذاری و رقابت در بازار را مشخص نمود. (خداداد کاشی، ۱۳۹۳، ص ۲۰)

¹ Market Elements

² Edward S. Mason

³ Market Structure

مالکیت

برای تعیین نوع مالکیت هر صنعت شاخص خصوصی سازی معرفی می شود. شدت خصوصی بودن هر صنعت از رابطه تقسیم تعداد بنگاه های خصوصی به کل بنگاه های آن صنعت به دست می آید.

$$\text{شدت خصوصی بودن} = \frac{\text{تعداد بنگاه های خصوصی}}{\text{کل بنگاه ها}}$$

درجه تمرکز

تمرکز به نحوه توزیع سهم بازار بنگاه ها در یک بازار معین اشاره دارد. به عبارت دیگر تمرکز به تعداد بنگاه های یک بازار و اینکه هر یک از آن ها در مقایسه با کل بازار چه سهمی را در اختیار دارند، اشاره دارد؛ بنابراین تمرکز به عنوان یک متغیر ساختاری، چگونگی توزیع بازار بین بنگاه ها را نشان می دهد. (همان، ص ۱۵۶)

سهم بازار^۱

سهم بازار که معمولاً به صورت نسبت فروش بنگاه به فروش کل بنگاه های فعال در آن صنعت تعریف می شود یکی از متغیرهای ساختاری بازارها محسوب می شود.

۲. رفتار بازار^۲: یکی از عناصر سه گانه بازار و در واقع الگویی است که بنگاه ها جهت تطبیق خود با شرایط بازار به کار می گیرند. هرگونه تصمیم یا سیاستی که بنگاه برای ادامه فعالیت خود در بازار به کار می گیرد در محدوده رفتار قرار دارد. رفتار بنگاه در حوزه هایی همچون سیاست های تولید، قیمت، همکاری یا رقابت با سایر بنگاه ها و سیاست های ارتقای فروش قابل بررسی است. (همان، ص ۲۳)

¹ Market Share

² Market Conduct (Behaviour)

تبلیغات

تبلیغات یکی از متغیرهای مهم رفتاری بازار می‌باشد که می‌تواند بر ساختار و عملکرد بازار تأثیر داشته باشد. در عین حال تبلیغات می‌تواند بر کارکرد بازار و سود اقتصادی بنگاه تبلیغ‌کننده نیز اثرگذار باشد. تبلیغات می‌تواند با افزایش درجه تمرکز به انحصارات دامن زده یا با کاهش درجه تمرکز، رقابت آفرین باشد.

تحقیق و توسعه^۱

تحقیق و توسعه اساسی‌ترین عامل تولیدات جدید و پیشرفت صنعتی هر کشور محسوب می‌شود. چون توان رقابتی تولیدات را افزایش داده و با تنوع بخشیدن و ارتقای کیفیت کالاها باعث جلب مشتری از سایر کشورها می‌شوند. اصولاً ارتقای دانش فنی در یک کشور مرهون R&D در تمام سطوح از جمله حوزه صنعت است. فرآیند R&D عبارت است از شناسایی نیازها یا استعدادها، پیدایش اندیشه، آفرینش، طراحی، تولید، معرفی و انتشار یک محصول و فرآیند با نظام فناورانه تازه. (فرامر زپوردارزینی و خاندان، ۱۳۸۷)

۳. عملکرد بازار^۲: عملکرد بازار عبارت است از مجموعه آثار و نتایجی که از فعالیت اقتصادی ناشی می‌شود. عملکرد اقتصادی به دلیل فعالیت‌های مختلف بنگاه‌ها دارای ابعاد گوناگونی است؛ و در سه زمینه مجزا قابل تشخیص است: اول آنکه هر بنگاه به‌عنوان خریدار منابع و نیروی انسانی در بازار نهاده‌ها و کار اقدام به خرید می‌نماید. بعد دوم عملکرد بنگاه‌ها به سازمان‌دهی امر تولید و هماهنگی نیروی انسانی و ابزارآلات و سایر نهاده‌ها و انتخاب فناوری و روش تولید و سامان بخشیدن به مسائل مالی مربوط می‌شود. خرید و فروش در بازار کالا و خدمات بعد سوم عملکرد بنگاه‌های اقتصادی است. (خداداد کاشی، ص ۲۴)

^۱ Research & Development

^۲ Market Performance

جنبه‌های مهم عملکرد عبارت‌اند از: کارایی تولید، تخصیص بهره‌وری، رشد، حقوق صاحبان سهام، تولید باکیفیت محصول، پیشرفت فنی و سودآوری (Gono, 2007).

ارزش‌افزوده

منظور از ارزش‌افزوده، افزایش در ارزش پولی یک کالا بر اثر انجام کار یا خدمتی بر روی آن است؛ که سبب تغییر کاربرد، بهبود کیفیت یا تسهیل مصرف آن شود (رحمانی، ۱۳۸۴).

ارزش‌افزوده و سود

سود، ثروت ایجادشده‌ای است که در یک دوره مالی مشخص به سهام‌داران تعلق می‌گیرد. درحالی‌که ارزش‌افزوده، بیان‌گر ثروتی است که بر اثر تلاش گروهی سهام‌داران، وام‌دهندگان، کارکنان و دولت در یک دوره مالی مشخص ایجادشده و هر یک از گروه‌های ذی‌نفع سهم خود را دریافت نموده‌اند؛ بنابراین ارزش‌افزوده، مفهوم گسترده‌تری از سود داشته و سود، ممکن است صرفاً بخشی از ارزش‌افزوده ایجادشده باشد. (خاکی، ۱۳۷۶)

فصل دوم - مروری بر ادبیات تحقیق

۱-۲) مقدمه

تعاون و همکاری برای انجام سهل تر و مطلوب تر مقاصد مشترک از زمان‌های گذشته کم‌وبیش در همه جوامع انسانی معمول بوده و به‌عنوان ضرورتی اساسی مورد توجه ادیان الهی قرار گرفته است. همکاری و همیاری افراد بشر با یکدیگر، پیشینه‌ای از بدو آفرینش انسان داشته است و این اندیشه با رویارویی انسان‌ها با دشواری‌های طبیعی، تقویت و گسترش یافته و نهادینه شده است. بی‌گمان نخستین پدیده تعاونی در بین انسان‌ها، تشکیل خانواده و سپس ایجاد قبایل و اجتماعات شهرنشین است. از مزایای سیستم تعاونی آن است که انگیزه سودجویی فردی در آن وجود نداشته و همه تلاش‌ها برای مصالح اعضا و در نتیجه اجتماع بکار می‌رود؛ بنابراین اقتصاد تعاونی بسیاری از بحران‌های اقتصادی ناشی از نظام سرمایه‌داری را از بین برده و در مواقع بروز بحران‌ها نقش ارزنده‌ای در تسهیل امور خواهد داشت. به همین جهت، بخش تعاونی در قانون اساسی مورد توجه قرار گرفته و در سیاست‌های کلی اصل ۴۴ برافزایش سهم این بخش به ۲۵ درصد اقتصاد ملی تا پایان برنامه پنجم تأکید شده است. لذا در این بخش به‌صورت اجمالی به ادبیات تعاون و جایگاه آن و در ادامه به‌مرور مطالعات پیشین که در زمینه‌ی تأثیر مالکیت بر عملکرد بنگاه‌ها انجام شده است، پرداخته می‌شود.

۲-۲) تاریخچه و سیر تحول تعاونی‌ها

به‌طور کلی، تعاون را از نظر اقتصادی به دو دوره، «عصر تعاون اجتماعی» که از آغاز زندگی اجتماعی انسان شروع شده و به شکل کنونی درآمده و «عصر تعاون صنعتی یا علمی» که با انقلاب صنعتی در قرن هجدهم و انقلاب فرانسه آغاز می‌شود، تقسیم می‌کنند (شیرانی، ۱۳۶۸).

۱-۲-۲) عصر تعاون اجتماعی

اولین اثر وجود تعاون در جهان، در حدود ۳۰۰۰ سال قبل از میلاد مسیح، توسط صنعت‌کاران و صاحبان حرفه در دوران امپراتوری فراعنه از طریق ایجاد انجمن‌ها و اتحادیه‌هایی، به‌منظور منظم کردن امور بازرگانی و کسب‌وکار شکل گرفت. انجمن‌های پس‌انداز و وام نیز نخستین بار در دویست

سال قبل از میلاد مسیح در چین تشکیل شد که شباهت زیادی به تعاونی‌های اعتبار امروزی داشته‌اند. در این سازمان‌های تعاونی اعضا، سهام مساوی، حق مساوی و سود مساوی داشتند. در یونان باستان نیز، انجمن‌های تعاونی در میان مردم وجود داشت. در امپراتوری روم نیز سابقه سازمان‌های تعاونی صنعت کاران و صاحبان حرفه به ۴۵۰ سال قبل از میلاد مسیح می‌رسد و هر صنف سازمان تعاونی خاص خود را داشت. بعد از ظهور حضرت مسیح، به‌ندرت روحیه قدرت‌طلبی و مسائل مادی بر کلیسا غلبه کرد و در قرون وسطی حکومت مشترک کلیسا و فئودال‌ها به اوج خود رسید و تعاونی‌ها رو به انحطاط گذاشت. ظهور دین اسلام نیز در اوایل قرن هفتم، سبب آزادی قسمتی از جهان از حکومت‌های استبدادی گردید؛ زیرا تعالیم اسلام تأکید فراوانی بر تعاون داشته و آیاتی از قرآن مجید به تعاون اختصاص یافته است (شکیبا مقدم، ۱۳۸۹).

۲-۲-۲) عصر تعاون صنعتی یا علمی

در دوران رنسانس^۱ (قرون ۱۵ تا ۱۸)، فعالیت‌های هنری و ادبی اروپا مجدداً شکوفا گردید و در این میان وقوع انقلاب صنعتی که ناشی از دگرگونی و پیشرفت در فناوری بود، تحولات شگرفی در زندگی اجتماعی-اقتصادی جوامع صنعتی به وجود آورد. این انقلاب از یک‌طرف رشد سریع صنایع، توسعه بازرگانی، گسترش شهرنشینی، تولید انبوه، پیشرفت تکنولوژی و در نتیجه تشکیل سازمان‌های بزرگ و پیچیده را در پی داشت و از طرف دیگر ماشینی شدن سیستم تولید، به بیکاری و آوارگی هزاران نفر از صاحبان حرفه و صنایع دستی انجامید. در این زمان برای حل مسائل ناشی از انقلاب صنعتی، دو مکتب فکری شکل گرفت. در مکتب اول، افراد معتقد بودند که این نظام پیشرفته حفظ گردد و برای حل مسائل ناشی از آن اصلاحات و تغییراتی در چارچوب آن ایجاد شود. در مکتب دوم، افراد بر این باور بودند که دلیل تمامی بدبختی‌ها و فقر و تنگ‌دستی کارگران و اکثریت جامعه، نظام سرمایه‌داری است که دولت حامی آن می‌باشد. آن‌ها خواهان جایگزینی نظامی بودند که به‌وسیله دولت کنترل

^۱ Renaissance

شود. در میان این دو مکتب، اصلاح‌طلبانی^۱ حضور داشتند که تعاونی را ابزاری برای کاهش مفاسد اجتماعی و جلوگیری از انحصار سرمایه‌داری می‌دانستند و نه شیوه‌ای برای دگرگونی نظام اقتصادی (شکیبا مقدم، ۱۳۸۹). نخستین تعاونی مصرف که در عمل موفق بود و از یک سری مقررات مخصوص پیروی می‌کرد و الگوی عملی و تجربی تشکیل تعاونی در کشورهای گوناگون قرار گرفت، «تعاونی مصرف پیشگامان منصف راجدیل» بود (سرآبادانی، ۱۳۸۳).

۲-۲-۳ اصول مکتب راجدیل

سوابق نشان می‌دهد اولین کسانی که در امر تهیه و تنظیم اصول تعاونی تلاش کردند، پیشگامان راجدیل^۲ بودند. ۲۸ نفر کارگر پیشتاز در شهر کوچک راجدیل در انگلستان با تحقیق در علل شکست و بررسی رموز موفقیت شرکت‌های تعاونی در گذشته، به ابداع و ابتکار اصول و راه و رسمی نوین دست زدند و در سال ۱۸۴۴ شرکتی را بنیان نهادند که نظریه و روش‌های کار آن‌ها سرمشقی برای تشکیل شرکت‌های تعاونی در دنیا قرار گرفت و تا امروز در سراسر دنیا این اصول ارزش و اعتبار خود را حفظ کرده و به نام «اصول مکتب شرکت‌های تعاونی راجدیل» شناخته شده است (عباسی، ۱۳۸۹: ۵۳ - ۵۴).

اکنون اصول هفت‌گانه راجدیل مورد بررسی قرار می‌گیرد:

(۱) **عضویت اختیاری و آزاد:** شرکت‌های تعاونی یک سازمان داوطلبانه آزاد می‌باشند از این رو کسی را نمی‌توان به اجبار به عضویت تعاونی درآورد و یا او را از عضویت محروم کرد. این امر نه تنها به عنوان یکی از اصول اولیه تعاونی پذیرفته شده است بلکه انگیزه‌ای را برای کار بهتر و ثمربخش تر فراهم کرده است که این خود موجب پیدایش نوآوری و ابتکار در میان اعضای تعاونی می‌گردد. در برخی از کشورهای در حال توسعه، در ابتدای تشکیل شرکت‌های تعاونی، گرایش به سوی روش‌های اجباری جهت عضویت در آن‌ها وجود دارد که به آن در اصطلاح «اجبار برای پیشرفت» می‌گویند؛ زیرا بر این

¹ Reformists

² Rochdale

باورند که این اجبار اقدامی موقتی بوده که برای پیشرفت و گسترش سریع شرکت‌های تعاونی ضروری است (شکیبا مقدم، ۱۳۸۹، ص ۳۱).

۲) اداره امور تعاونی بر اساس دموکراسی: شرکت تعاونی، شرکت اشخاص است نه سرمایه‌ها. در این شرکت‌ها اشخاص برای وصول به هدفی مشترک با یکدیگر همکاری می‌کنند. بنابراین تمام اعضاء باید به نسبت مساوی در اتخاذ تصمیمات و اداره امور شرکت سهام بوده و از حقوق و وظایف مساوی برخوردار باشند. قدرت عالی یک تعاونی در اختیار مجمع عمومی است که از تمامی اعضای آن تشکیل می‌شود؛ و می‌تواند بر طبق اساسنامه و مقررات شرکت هرگونه تصمیمی را نسبت به امور شرکت اتخاذ نماید. برخلاف مؤسسات تجاری که میزان سهام و سرمایه عامل مؤثر در تصمیم‌گیری برای فعالیت‌های موسسه می‌باشد، در شرکت‌های تعاونی افراد یا اعضاء عامل مؤثر هستند. به همین دلیل در شرکت تعاونی هر عضو صرف‌نظر از میزان سرمایه و سهم فقط دارای یک رأی می‌باشد و میزان سرمایه اعضا در تصمیم‌گیری‌های تعاونی نقشی ایفا نمی‌کند (همان، ص ۳۳).

۳) سود محدود سرمایه: پیشگامان راجدیل سرمایه را لازمه توسعه و پیشرفت تعاونی‌ها تشخیص دادند. ولی از نظر آن‌ها استفاده از سرمایه با کمک نیروی فعال اعضای تعاونی برای رفع نیازهای مشترک بود نه عاملی برای استفاده جهت بهره‌کشی و استثمار افراد. بنابراین آن‌ها با این ادعای سرمایه‌داران که بخش عمده ارزش‌افزوده را جزئی از سهم خود می‌دانستند، به شدت مخالف بودند و معتقد بودند که اگر قرار است سودی به سهام تعلق بگیرد، مبلغ آن باید محدود و ثابت باشد زیرا سرمایه‌داران در مازاد منافع خالص سهمی ندارند. به‌رحال سیاست بهره محدود سرمایه امروزه به چهار طریق در بین شرکت‌های تعاونی مختلف به اجرا درمی‌آید.

الف_ عدم پرداخت سود به سرمایه

ب_ پرداخت سود سرمایه با نرخ پایین‌تر از بهره معمولی سرمایه در بازار پولی و بانکی.

پ_ پرداخت سود سرمایه با نرخ معادل بهره معمولی سرمایه در بازار پولی و بانکی.

د_ دادن جوایزی به سهام‌داران علاوه بر پرداخت سود سرمایه (همان، ص ۳۴).

۴) تقسیم مازاد درآمد به نسبت معامله با تعاونی: شرکت‌های تعاونی برای آن تشکیل شده‌اند که اولاً نیازهای مشترک اعضای خود را تأمین کنند، ثانیاً وضع اقتصادی اعضا را بهبود بخشند؛ اما این بدان معنا نیست که شرکت تعاونی باید از به دست آوردن سود صرف‌نظر کند یا نباید هیچ‌گونه درآمدی داشته باشد. بلکه یک شرکت تعاونی اگر با اصول درستی اداره گردد باید سوددهی داشته باشد و قسمتی از سود حاصل را به نسبت معاملات و هم‌کاری بین اعضا با تعاونی بین آنان تقسیم کند؛ و قسمت دیگری از سود را به‌عنوان ذخیره جهت جبران زیان‌های احتمالی، حوادث پیش‌بینی‌نشده و همچنین تقویت بنیه مالی تعاونی کنار بگذارد (همان، ص ۳۵).

۵) بی‌طرفی در مسائل سیاسی، نژادی و مذهبی: تعاون جنبشی است بین‌المللی و هدف نهایی آن رفع نیاز مشترک و بهبود وضع اقتصادی و اجتماعی اعضا می‌باشد. بنابراین برای اینکه شرکت تعاونی صحنه مبارزات سیاسی و تبلیغاتی قرار نگیرد باید از دخالت مستقیم و غیرمستقیم در امور سیاسی و اختلافات مذهبی و همچنین منازعات نژادی خودداری نماید در غیر این صورت وحدت داخلی شرکت از بین می‌رود و اصل همیاری و خودیاری آن تحقق نخواهد یافت.

۶) انجام معاملات نقدی: بعضی تصور می‌کنند که در ابتدای تأسیس شرکت تعاونی راچدیل چون سرمایه شرکت ناچیز بوده و تحمل نسبه فروشی را نداشته است، «اصل نقد فروشی» به‌وسیله پیشه‌وران راچدیل ابداع و اجرا شده است، ولی شواهد موجود نشان می‌دهند حتی موقعی که سرمایه تعاونی راچدیل به تدریج ترقی کرده و به بیش از احتیاج رسیده بود بازهم این اصل رعایت گردیده است. یکی از اعضای هیئت مؤسس تعاونی راچدیل بر این باور بود که نقد فروشی اولاً قدرت مالی تعاونی را افزایش می‌دهد. ثانیاً سلامت تعاونی حفظ می‌شود و ثالثاً عقل معاش را در اعضا برمی‌انگیزد و در آن‌ها قدرت خرید کاذب ایجاد نمی‌کند. ولی امروزه فروش نسبه در بسیاری از تعاونی‌های جهان به دلایل زیر اجرا می‌شود.

- بالا بودن قیمت برخی از اجناس و کالاها و عدم توانایی تعاونی‌ها در خرید نقدی آن‌ها.
- فروش نقدی در تعاونی‌ها موجب می‌شود تا اعضا به سمت رباخواران سوق داده شوند.
- اصولاً معاملات به صورت اقساط جزئی از نظام اقتصادی معاصر شده و مورد قبول قرار گرفته است.

۷) آموزش اعضای تعاونی: شرکت تعاونی سازمانی است اختیاری که نمی‌توان افراد را به اجبار به عضویت آن درآورد. بنابراین اصل آموزش و تبلیغ تنها راهی است که به وسیله آن می‌توان برای جلب همکاری فعالانه و آگاهانه مردم و قبول عضویت در تعاونی‌ها از آن استفاده نمود. از طرف دیگر افرادی که شرکت تعاونی را تشکیل می‌دهند باید به اهداف و اصول شرکت آشنایی داشته باشند و از این رو کلیه عملیات تعاونی باید با آموزش تعلیم و تبلیغ همراه باشد، در حقیقت بقاء و دوام و گسترش نهضت تعاونی در جهان جز با تعلیمات تعاونی و آموزش مردم امکان‌پذیر نیست (وزارت تعاون).

۲-۲-۴) تاریخچه تعاونی‌ها در ایران

در ایران تعاون به مفهوم واقعی دارای سابقه‌ای طولانی است. برخی از محققان غربی بر این باورند که اوضاع خاص جغرافیایی و شرایط کلی حاکم بر محیط شرق به‌ویژه در ایران موجب شده است که مردم برای مقابله با مشکلات و غلبه بر طبیعت با یکدیگر متحد شوند (عباسی، ۱۳۸۹، ص ۵۹). از نظر تاریخی، مشارکت در ایران با انقراض سلسله ساسانیان و ظهور اسلام در ایران شکل جدیدی به خود گرفت و پس از گرویدن مردم ایران به اسلام و آشنایی آن‌ها با تعالیم عدالت‌گستر این دین، روح تعاون و همکاری بیش‌ازپیش در مردم پدیدار گشت (همان، ص ۶۰)

۲-۲-۴-۱) تعاونی‌های رسمی در ایران قبل از انقلاب

پدیده تعاونی در ایران، به شکل یک شرکت رسمی حقوقی و ثبت فعالیت تعاونی‌های رسمی پیشینه طولانی ندارد و با وجود ریشه‌ای بودن اصل همیاری و تعاون در فرهنگ اجتماعی مردم، به‌ویژه در

فرهنگ اسلامی توجه به تعاونی با درج موادی در قانون تجارت در سال ۱۳۰۳ رسمیت یافت. از لحاظ تشکیل و ثبت تعاونی‌ها، نخستین شرکت تعاونی روستایی در سال ۱۳۱۴ در «منطقه داورآباد گرمسار» تشکیل شد. مبنای تشکیل شرکت فوق، قانون تجارت سال ۱۳۱۱ بود که در چند ماده بحثی از شرکت‌های تعاونی آورده بود (همان، ص ۶۱). برای گسترش تعاونی‌ها بعد از سال ۱۳۲۰ رضاخان به منظور تعلیم دادن مأموران و آشنا ساختن مردم با مفهوم قوانین تعاونی، وزیر کشور را مأمور کرد که در رأس هیئتی به شهرها و روستاها سفر کند تا حس مسئولیت جمعی مردم به‌ویژه طبقات تولیدکننده را برانگیزند (سایت وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی). سپس در سال ۱۳۳۲ اولین قانون تعاونی ایران که با الهام گرفتن از قوانین خاص دیگر کشورها تهیه شده بود به صورت لایحه قانونی به تصویب رسید. تا سال ۱۳۲۰ در کل ۳ شرکت تعاونی با عضویت ۱۵۰۰ کشاورز به وجود آمد. به نظر می‌رسد نبود فرهنگ لازم و ارائه نسخه‌هایی که با موقعیت ایران آن زمان تطبیق نداشت و اغلب توسط تحصیل‌کردگان در کشورهای خارجی ارائه می‌شد از دیگر علل جا نیفتادن این ایده در ایران باشد. (عباسی، ۱۳۸۹، ص ۶۱)

در سال ۱۳۳۴ لایحه مزبور با اصلاحاتی از تصویب مجلس وقت گذشت و اولین قانون تعاون ایران به تصویب رسید که پایه و اساس تعاونی‌های زیادی به خصوص بعد از سال ۱۳۴۱ قرار گرفت. در سال ۱۳۴۱ بر اساس تبصره ۲ ماده ۱۶۵ قانون مربوط به اصلاحات ارضی رژیم گذشته، کشاورزانی که زمین دریافت می‌داشتند ناچار بودند پیش از اخذ زمین، عضویت شرکت تعاونی روستایی را بپذیرند. به این ترتیب در مدت کوتاهی بیش از ۸ هزار شرکت تعاونی روستایی تشکیل گردید که بعدها در هم ادغام شد و حدود سه هزار شرکت را به وجود آورد. تعاونی‌های مصرف، توزیع و غیره نیز پس از سال ۱۳۴۶ که سال تعاون اعلام شده بود گسترش کمی قابل توجهی یافت و سازمان‌هایی از جمله سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران، سازمان مرکزی تعاون کشور، وزارت تعاون و اصلاحات ارضی و ... پدید آمدند. در سال ۱۳۵۰ قانون شرکت‌های تعاونی با مطالعه قوانین سایر کشورها، تهیه و به تصویب رسید که موادی از آن هنوز هم مبنای کار تعاونی‌هاست. (همان: ۶۵-۶۶). قبل از ورود به مبحث شرکت‌های

تعاونی در بعد از انقلاب، ترجیح داده می‌شود که به صورت اجمالی به انواع تعاونی‌های تشکیل شده در این مدت (قبل از انقلاب) پرداخته شود.

انواع تعاونی‌ها در ایران (قبل از انقلاب اسلامی)

الف) سازمان مرکزی تعاون کشور (تشکیل شرکت‌های تعاونی شهری غیر کارگری)

این سازمان در بیست و سوم اردیبهشت ۱۳۴۶ به منظور تفهیم اصول تعاون و تعمیم آن در سراسر کشور و نیز تهیه قوانین لازم و ایجاد امکانات مناسب برای تعاونی‌ها به وجود آمد، در سال ۱۳۵۰ به وزارت تعاون و امور روستاها ملحق گردید و در سال ۱۳۵۶ پس از انحلال آن وزارتخانه، منحل شد و سپس وظایف آن بر اساس قانون بخش تعاون مصوب شهریور ۱۳۷۰، به وزارت تعاون و بعد موقتاً به وزارت جهاد کشاورزی منتقل گردید.

تعداد شرکت‌های تعاونی و اتحادیه‌های تعاونی تحت پوشش سازمان مرکزی تعاون کشور در پایان بهمن‌ماه سال ۱۳۵۷ یعنی شروع انقلاب اسلامی بدین قرار بود:

- شرکت‌های تعاونی: مجموع شرکت‌های تعاونی تحت پوشش سازمان مرکزی تعاون کشور اعم از مصرف، مسکن، اعتبار، توزیعی، خدماتی شهری غیر کارگری (در پایان بهمن ۱۳۵۷) برابر با یک هزار و ۳۴۰ واحد ثبت شده که اعضای آن‌ها بالغ بر ۸۰۳۸۹۳ نفر بوده‌اند.
- اتحادیه شرکت‌های تعاونی: تا پایان بهمن‌ماه ۱۳۵۷ تعداد ۲۰ اتحادیه تعاونی شهری غیر کارگری تأسیس گردید که اعضای آن‌ها بالغ بر ۳۶۹ شرکت تعاونی ثبت گردیده است (همان: ۶۶-۶۷).

ب) سازمان مرکزی تعاون روستایی (تشکیل شرکت‌های تعاونی روستایی)

این سازمان که در سال ۱۳۴۶ و به دنبال موادی از قانون اصلاحات ارضی مصوب ۱۳۴۱ به وجود آمد، اهداف و وظایف زیر را دنبال می‌کرد:

- آموزش اصول تعاون و تربیت کادر سرپرستی برای راهنمایی اعضای شرکت‌های تعاونی و مناطق روستایی کشور.

- کمک‌های اعتباری به شرکت‌ها به منظور افزایش محصولات و درآمد دهقانان و بازاریابی و فروش محصول کشاورزان.

- ارتباط با شرکت‌های تعاونی مصرف کشور، همچنین ایجاد رابطه با سازمان‌های بین‌المللی.

این سازمان در سنوات اخیر تحت نظارت وزارت کشاورزی بوده و در پایان بهمن‌ماه ۱۳۵۷ مجموعاً ۲ هزار و ۹۳۹ شرکت تعاونی روستایی با ۳ میلیون و ۱۰ هزار و ۲۰۲ نفر عضو را تحت پوشش داشته است. تعداد اتحادیه‌های شرکت‌های تعاونی روستایی در پایان بهمن ۱۳۵۷، معادل ۱۵۳ واحد با ۲ هزار و ۹۲۳ ثبت‌شده و در واقع تمامی شرکت‌های تعاونی، عضو اتحادیه‌های منطقه مربوط به خود بوده‌اند (عباسی، ۱۳۸۹، ص ۶۷).

پ) شرکت‌های تعاونی کارگری

شرکت‌های تعاونی کارگری اعم از کار و تولید، مصرف و مسکن و اعتبار، از سال ۱۳۴۶ تشکیل شدند و تا بهمن‌ماه سال ۱۳۵۷ تعداد این شرکت‌ها به یک هزار و ۶۷۳ واحد رسید که اعضای این شرکت‌ها بالغ بر ۴۲۳ هزار و ۸۴۰ نفر بودند. در بهمن‌ماه سال مذکور، تعداد یک واحد اتحادیه کارگری با ۵۱۰ شرکت تعاونی عضو، ثبت گردیده است.

ت) شرکت‌های تعاونی تولیدی روستایی

تعداد تعاونی‌های تولید روستایی تا بهمن سال ۱۳۵۷ شامل ۳۹ شرکت مشتمل بر ۲۵۸ قریه و مزرعه با ۱۱ هزار و ۲۰۰ نفر صاحبان اراضی و مساحت کل محصور ۹۹ هزار و ۵۴۶ هکتار می‌شد (همان: ۶۷ - ۶۸).

۲-۲-۴-۲) شرکت تعاونی بعد از انقلاب (سال ۱۳۵۷ به بعد)

وقوع انقلاب اسلامی باور عمومی را نسبت به تعاون تغییر داد. نیروهای انقلابی خود انقلاب را مظهری از تعاون یافتند و از همکاری جمعی برای توزیع عادلانه کالا در اعتصاب‌های متمادی دوران انقلاب بهره بردند و آن را سرلوحه تلاش‌های آینده خویش قرار دادند.

این امر در اندیشه دولتمردان، در قلم قانون‌گذاری و در سطور قانون اساسی جدید نیز نمایان گشت و این بار تعاون را نه تنها به عنوان ابزاری برای رفع نیاز مشترک که راهی برای توسعه اقتصادی، معیار برتری جهت ایجاد اشتغال و بخش عمده‌ای از بخش‌های تشکیل‌دهنده نظام اقتصادی جمهوری نوین، به جامعه اسلامی عرضه داشتند. از دلایلی که تعاون را به عنوان بخش مسلط اقتصاد کشور مطرح می‌سازد باید به اصول ۴۳ و ۴۴ قانون اساسی اشاره نمود.

در اصل ۴۳ جهت دستیابی به اهدافی از جمله تأمین استقلال اقتصادی جامعه، ریشه‌کن کردن فقر و محرومیت و برآوردن نیازهای انسان در جریان رشد، ضوابطی برای اقتصاد جمهوری اسلامی ایران تعیین گردیده است. تأمین شرایط و امکانات کار برای همه به منظور رسیدن به اشتغال کامل و قرار دادن وسایل کار در اختیار همه کسانی که قادر به کارند ولی وسایل کار ندارند در شکل تعاونی از راه وام بدون بهره یا هر راه مشروع دیگر که نه به تمرکز و تداول ثروت در دست افراد و گروه‌های خاص منتهی شود و نه دولت را به صورت یک کارفرمای بزرگ مطلق درآورد.

در اصل ۴۴ قانون اساسی به روشنی بیان شده است که نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر پایه سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی با برنامه‌ریزی صحیح و منظم استوار است. در همین اصل، محدود شدن فعالیت‌های بخش دولتی در چارچوب معین و همچنین قرار گرفتن بخش خصوصی به عنوان مکمل فعالیت‌های دولتی و تعاونی، وسعت قلمرو بخش تعاونی را به خوبی نشان می‌دهد. شروط تعیین شده برای حمایت قانون از مالکیت بخش‌های سه‌گانه به شرح زیر خود از نقاط قوت بخش تعاونی و به‌منزله تأکیدی بر ضرورت گسترش آن به شمار می‌رود.

- با اصول دیگر فصل اقتصاد در قانون اساسی مطابق باشد.
- از محدوده قوانین اسلام خارج نشود.
- موجب رشد و توسعه اقتصادی کشور گردد.
- مایه زیان جامعه نشود.

بحث تعاون بعد از انقلاب از حالت شرکتی صرف خارج شده و متمرکز بر مفهوم همدلی و تعاون گردیده است. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی به دلیل درک مدل فکری همدلی، یابوری و اتحاد، تعاونی‌ها از لحاظ کمی رشد قابل ملاحظه‌ای داشته‌اند. نه به دلیل تبعیت از تشکل‌های شکل گرفته در سایر ملل، بلکه در وهله نخست باروحیه اتحاد و همدلی و آموزه‌های دینی ملت ایران سنخیت داشت. تعاونی‌ها در ابتدای پیروزی انقلاب، دو مأموریت بزرگ را به ثمر رساندند: سازمان‌دهی بیکاران و علاقه‌مندان به کار و رساندن ارزاق عمومی در شرایط محاصره اقتصادی و کمبودهای تولیدی و توزیعی امکانات (همان: ۶۸ - ۷۰).

۲-۲-۵) اهداف تعاونی سازی:

مهم‌ترین اهداف تعاونی سازی را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

۱. مدیریت بهینه منابع و افزایش بهره‌وری در تولید، فرآوری، بازاریابی و مصرف کالا.
۲. سازمان‌دهی نهادها و سازمان‌های اجرایی مرتبط با توزیع کالا اعم از دولتی و غیردولتی در راستای کاهش تصدی‌گری دولت.
۳. ارتقای فرآیند تولید و فرآوری کالا و نیز بازاریابی آن.
۴. افزایش درآمد و نیز ایجاد ارزش افزوده به منظور انجام سرمایه‌گذاری‌های لازم در فرآیند و چرخه تولید و مصرف کالا.
۵. ارتقای کیفی و مطلوبیت کالا و نیز رقابتی نمودن آن در بازار مصرف.
۶. سهل و آسان نمودن روابط اداری و مدیریتی کالا از طریق ایجاد ساختارهای افقی و عمودی (زرگرانی، ۱۳۸۶).

۲-۲-۶) ساختار سازمانی تعاونی سازی

دولت می‌تواند با رعایت اصول ۴۳ و ۴۴ قانون اساسی، شرکت‌های صنعتی یا کشاورزی یا خدماتی و امثال آن‌ها و اموالی را که به صورت اموال عمومی در اختیار دارد در قبال دریافت وجه نقد و یا کالا با

حفظ سایر حقوق مالکیت و با رعایت موارد زیر به صورت اجاره از طریق مزایده در اختیار شرکت‌های تعاونی یا بخش خصوصی قرار دهند. در ادامه ماده ۱۸ قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران آمده است که دولت در اجرای بند ۲ اصل ۴۳ قانون اساسی می‌تواند به یکی از اشکال زیر عمل نماید:

۱- واحدهای مذکور را به صورت حبس موقت یا مادام که تعاونی به صورت قانون تعاون داوطلب اداره باشد در اختیار تعاونی قرار دهد و تعاونی مالک منافع آن باشد.

۲- در صورتی که واحدهای مذکور، کارکنان واجد شرایط داشته باشند برای عضویت در آن تعاونی اولویت خواهند داشت و مابقی اعضا از فرزندان و وابستگان درجه ۲ کارکنان تأمین و حداکثر ۴۰ درصد در اختیار دولت (وزارت تعاون) برای داوطلبان واجد شرایط بعدی باقی می‌ماند.

۳- دولت می‌تواند طبق قرارداد بابت استهلاک، یا بازسازی یا نگهداری و یا توسعه واحد مزبور سالانه مبلغی نقد و یا کالا دریافت نماید و مدیریت آن را به یک شرکت تعاونی اجاره دهد.

از آنجاکه مشارکت اقتصادی و اجتماعی مردم در فعالیت‌ها یکی از اصول تعاون است و سنجش موفقیت هر شرکت تعاونی با میزان تشریک‌مسابی اعضا با یکدیگر و مشارکت اقتصادی اعضا با تعاونی سنجیده می‌شود بنابراین قانون تعاون نه تنها زمینه این همکاری بین اعضا را فراهم می‌آورد بلکه به دولت اجازه می‌دهد با سهم ۴۹ درصد با شرکت‌های تعاونی مشارکت داشته باشد (زرگرانی، ۱۳۸۶).

۷-۲-۲) اهمیت تعاونی سازی در کشور و همگامی آن با سیاست‌های کلان:

بر اساس راهکارهای اجرایی رهنمودهای برنامه چهارم توسعه، اشتغال بیکاران به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ضرورت‌ها و چالش‌های اساسی کشور در سال‌های آتی خواهد بود و برای کمک به امر تعاونی سازی دو هدف زیر مدنظر می‌باشد:

۱- تعاونی سازی به منظور اجرای قسمتی از شعارهای عدالت اجتماعی و کاهش تصدی‌گری دولت محقق می‌گردد.

۲- اشتغال و کاستن نرخ بیکاری فعلی به منظور فراهم آوردن رشد اقتصادی، توسعه منابع انسانی و فناوری و بهره‌مندی از منابع و امکانات کشور.

تعاونی سازی راهی اصولی برای اجرای عدالت اجتماعی و افزایش تقاضای نیروی کار و کاهش فشار بیکاری، حمایت مؤثر از کار خویش‌فرمایی گروهی به‌ویژه در قالب تعاونی‌های تولیدی و اشتغال‌زایی است که در تدوین آن با جامع‌نگری کامل، کاهش تصدی‌گری دولت تحقق می‌یابد (زرگرانی، ۱۳۸۶).

۲-۲-۸) تأمین منابع مالی واگذاری‌ها به تعاونی‌ها

بدیهی است یکی از مهم‌ترین اقدامات تعاونی سازی، تأمین نیازهای مالی است. اجرایی کردن و شفاف شدن تعاونی سازی در کشور مانند خصوصی‌سازی دارای هزینه‌هایی است که هزینه‌های ستاد از همان منابع موجود در سازمان خصوصی‌سازی و وزارت تعاون قابل تأمین می‌باشد؛ زیرا سازمان وظیفه کاهش تصدی‌گری دولت را به عهده دارد و وزارت تعاون مسئول اجرای قانونی آن است، لذا در فرآیند تعاونی سازی، هزینه جدیدی متوجه کشور نخواهد بود. هزینه‌های اجتماعی آن به مراتب کمتر از خصوصی‌سازی است و از آنجا که هزینه‌های اجتماعی آن توسط سازمان خصوصی‌سازی پیش‌بینی شده، آن قسمت که به شرکت تعاونی واگذار می‌گردد صرفه‌جویی‌هایی نیز برای آن سازمان خواهد شد زیرا در تعاونی سازی، پرداخت‌های ناشی از سیاست‌های تعدیل به حداقل می‌رسد و سایر اعضا نیز با توجه به حضور و مشارکت اعضای تعاونی به‌طور چشم‌گیری کاهش خواهد یافت و خدمات دولتی و خصوصی صرف می‌شود، در واگذاری‌ها به بخش تعاون با نازل‌ترین قیمت انجام خواهد شد (زرگرانی، ۱۳۸۶).

۲-۲-۹) چشم‌انداز شفاف توسعه بخش تعاون

۱- دو اصل ۴۳ و ۴۴ قانون اساسی با شرایط و امکانات کار برای اشتغال کامل و جلوگیری از کارفرمای بزرگ و مطلق شدن دولت، دورنمای جایگاه بخش تعاون در اقتصاد کشور را روشن نموده است.

۲- توسعه روحیه تعاون، عدالت اجتماعی، فرصت‌های برابر و توزیع مناسب درآمد از ویژگی‌های بخش تعاون می‌باشد که در سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ مورد توجه قرار گرفته است.

۳- بندهای ۴۷ و ۴۸ سیاست‌های کلی برنامه چهارم به توانمندسازی و تسهیل فرآیند دستیابی به منابع فناوری و توسعه پیوندهای اقتصادی و مالی بخش تعاونی اشاره شده است.

۴- سیاست‌های کلی اصل ۴۴ ابلاغی مقام معظم رهبری با تعیین سهم تعاونی در اقتصاد کشور به میزان ۲۵ درصد تا آخر برنامه پنجم، جایگاه بخش تعاون را در اقتصاد کشور مورد توجه خاصی قرار داده است (زرگرانی، ۱۳۸۶).

۲-۲-۱۰) سیاست‌های کلی بخش تعاونی

۱. افزایش سهم بخش تعاونی در اقتصاد کشور به ۲۵ درصد تا آخر برنامه پنج‌ساله پنجم.
۲. اقدام مؤثر دولت در ایجاد تعاونی‌ها برای بیکاران در جهت اشتغال مولد.
۳. حمایت دولت از تشکیل و توسعه تعاونی‌ها از طریق روش‌هایی از جمله تخفیف مالیاتی، ارائه تسهیلات اعتباری حمایتی به‌وسیله کلیه مؤسسات مالی کشور و پرهیز از هرگونه دریافت اضافی دولت از تعاونی‌ها نسبت به بخش خصوصی.
۴. رفع محدودیت از حضور تعاونی‌ها در تمامی عرصه‌های اقتصادی از جمله بانکداری و بیمه.
۵. تشکیل بانک توسعه تعاون با سرمایه دولت باهدف ارتقاء سهم بخش تعاونی در اقتصاد کشور.

۶. حمایت دولت از دستیابی تعاونی‌ها به بازار نهایی و اطلاع‌رسانی جامع و عادلانه به این بخش.
۷. اعمال نقش حاکمیتی دولت در قالب امور سیاست‌گذاری و نظارت بر اجرای قوانین موضوعه و پرهیز از مداخله در امور اجرایی و مدیریتی تعاونی‌ها.
۸. توسعه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و سایر حمایت‌های لازم به‌منظور افزایش کارآمدی و توانمندسازی تعاونی‌ها.
۹. انعطاف و تنوع در شیوه‌های افزایش سرمایه و توزیع سهام در بخش تعاونی و اتخاذ تدابیر لازم به نحوی که علاوه بر تعاونی‌های متعارف امکان تأسیس تعاونی‌های جدید در قالب شرکت سهامی عام با محدودیت مالکیت هریک از سهامداران به سقف معینی که حدود آن را قانون تعیین می‌کند فراهم شود.
۱۰. حمایت دولت از تعاونی‌ها متناسب با تعداد اعضاء.
۱۱. تأسیس تعاونی‌های فراگیر ملی برای تحت پوشش قرار دادن سه دهک اول جامعه به‌منظور فقرزدایی (قاسمی و همکاران، ۱۳۸۸).
- ۲-۲-۱۱) مزایای مدل مالکیت تعاونی**
- به افراد همفکر اجازه می‌دهد تا کالاها و خدمات مطلوب خود را با قیمتی معقول تهیه کنند.
 - مدل کنترل دموکراتیک سنتی « ۱ عضو - ۱ رأی » به این معناست که تصمیمات توسط اعضا گرفته می‌شود و مانع این می‌شود که یک فرد یا یک گروه کوچک از افراد کنترل را به دست بگیرند.
 - درآمد ایجادشده توسط تعاونی در درون اجتماع باقی می‌ماند.
 - منافی که دوباره در تعاونی سرمایه‌گذاری نمی‌شود، به‌تناسب تخصیص داده می‌شوند و بر اساس اندازه کسب‌وکار اعضا به آن‌ها پرداخت می‌شود.
 - بدهی محدود اعضا. بدهی اعضا / مالکان محدود به مقدار ارزش سهام آن‌ها به‌علاوه‌ی هرگونه سهامی است که خریداری‌شده، اما پرداخت‌نشده است می‌باشد.

- دوام. یک شرکت تعاونی به کار خود ادامه می‌دهد حتی اگر اعضا / مالکان آن را ترک کنند.
- جنبش تعاونی، ارائه‌دهنده‌ی فرصت‌های آموزشی و شبکه‌ای در یک سطح محلی، منطقه‌ای و بین‌المللی می‌باشد.

۲-۲-۱۱) مقایسه مدل‌های مالکیت کسب‌وکار

الف) تعاونی

- هدف اصلی آن ارائه خدمات و پس‌انداز به اعضاست.
- اساساً اتحادیه‌ای از اشخاص است.
- کنترل در آن دموکراتیک است؛ هر عضو دارای یک سهم است و در نتیجه بدون توجه به سطح حمایت آن‌ها دارای یک رأی است.
- مالکیت در دستان اعضای آن در اجتماع که از خدمت استفاده می‌کنند، می‌باشد.
- (منافع) مازاد به تناسب به اعضا برای حمایت از آن‌ها مسترد می‌شود.
- سهام تنها به نام اعضا نگه‌داری می‌شود و برای احتکار دادوستد نمی‌شود.

ب) دیگر کسب‌وکارها

- هدف اصلی آن کسب سود برای سرمایه‌گذاران است.
- اساساً اتحادیه‌ای از سرمایه است.
- نحوه‌ی کنترل برابر نیست؛ سطح کنترل بر مبنای تعداد حق رأی‌هاست. از آنجایی که اندازه سهام خریداری شده عموماً نامحدود است، سرمایه‌گذاران فردی می‌توانند کنترل کامل یا قابل توجهی کسب کنند.
- مالکیت در دستان سرمایه‌گذارانی است که ممکن است در دیگر اجتماع، استان یا کشوری واقع شده باشند.
- منافع مازاد به تناسب حق رأی‌های مورد اختیار، تخصیص داده می‌شود.
- سهام ممکن است به صورت آزاد دادوستد شود و ارزش آن نوسان داشته باشد.

یک تعاونی با دیگر کسب‌وکارها در برخی زمینه‌های بسیار مهم متفاوت است:

- هدف - خدمت و پس‌انداز به اعضا
 - کنترل - یک عضو - یک رأی
 - مالکیت - اعضایی که از خدمات استفاده می‌کنند
 - مازاد - به تناسب بین اعضا طبق حمایت توزیع می‌شود.
- (An Introduction to Co-operatives, L. E. Gossen, Copyright 1975)

جدول (۲-۱): مقایسه‌ی اشکال بنگاه‌های کسب‌وکار

شرکت‌های بزرگ			تشکیلات	تشکیلات	
شرکت‌های برجسته	تعاونی‌ها	شرکت‌های تجارت بازرگانی	شراکتی	فردی	
شرکت‌های برجسته و بخش‌های دولتی مکرراً وقتی که کسب‌وکارها بررسی می‌شوند، مورد اجتناب قرار گرفته‌اند. این نمایندگی‌ها در توسعه اقتصادی مشارکت داشته‌اند. این مشارکت به‌طور پیوسته‌ای افزایش یافته است. امروز، ما دریافتیم که دولت نه تنها در شرکت‌های برجسته دخالت دارد بلکه به تمام دیگر کسب‌وکارها کمک‌رسانی می‌کند.	عضویت عموماً برای هرکسی که بتواند از خدمات استفاده کند آزاد است. قیمت سهام در کمترین قیمت حفظ می‌شود تا چون مانعی برای عضویت نباشد. تعاونی‌های کارگر دارای یک کارفرمای مشترک می‌باشند.	تعداد حق رأی‌ها ممکن است محدود باشد و لذا در دسترس هرکسی نباشد. قیمت حق رأی‌ها ممکن است برای خیلی از افراد بسیار گران باشد.	طبق توافق شرکا. محدود شده توسط قانون.	مالک	عضویت
	"۱ عضو - ۱ رأی" بدین معنا که در بین اعضا بدون توجه به سرمایه‌گذاری برابر است.	طبق تعداد حق رأی و حق نمایندگی.	توسط شرکا طبق توافق.	مالک	کنترل
	به اعضا بر مبنای تناسب طبق حمایت آن‌ها یعنی بر مبنای اندازه استفاده.	طبق سهام	به شرکا طبق توافق	به مالک	توزیع عایدی‌ها
	محدود به ارزش سهام خریداری شده.	محدود به ارزش سهام خریداری شده.	هر شریک به‌طور کلی مسئول است.	مالک به‌تنهایی مسئول است.	بدهی (تعهدات)
	تحت تأثیر مرگ یک عضو قرار نمی‌گیرد؛ ارزش سهم یک عضو به املاک وی تعلق می‌گیرد.	تحت تأثیر مرگ یک سهامدار قرار نمی‌گیرد.	با مرگ یک شریک پایان می‌پذیرد.	با مرگ مالک پایان می‌پذیرد.	دوام

(Source: An Introduction to Co-operatives, L. E. Gossen, Copyright 1975)

۲-۳) پیشینه پژوهش

مطالعات بسیاری در خصوص اثر مالکیت بر سودآوری انجام شده است در برخی از این مطالعات این اثربخشی تأیید شده و در برخی دیگر تأیید نشده است. در ادامه سعی می‌شود به مهم‌ترین آن‌ها که در دو بخش خارجی و داخلی تقسیم‌بندی شده‌اند، اشاره نمود.

رویکردهای متفاوتی در بررسی میان ارتباط ساختار مالکیت و عملکرد شرکت وجود دارد. عده‌ای از محققین ساختار مالکیت را برون‌زا و عده‌ای دیگر آن را درون‌زا فرض کرده‌اند. ساختار مالکیت هنگامی برون‌زا است که به‌عنوان یک عامل مهم در تعیین عملکرد بنگاه در نظر گرفته شود (ساختار مالکیت مؤثر باشد) و هنگامی درون‌زا است که توسط برخی از ویژگی‌های شرکت از جمله عملکرد آن تعیین گردد (ساختار مالکیت متأثر باشد) (Myeong, 1998).

۲-۳-۱) مطالعات خارجی

نرجس بوباکری و ژان کلودکاست^۱ (۱۹۹۴) به انجام تحقیقی تحت عنوان سیاست عمومی برای خصوصی‌سازی در کشورهای در حال توسعه پرداختند. آن‌ها در این تحقیق ۷۹ شرکت از بین ۲۳ کشور در حال توسعه را انتخاب کردند و عملکرد مالی و عملیاتی آن‌ها در سه سال قبل و سه سال بعد از خصوصی‌سازی و طی دوره زمانی ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۰ را مورد بررسی قرار دادند. شرکت‌های نمونه از کشورهایی با درآمد اقتصادی اندک (بنگلادش، هند و پاکستان) و کشورهای با درآمد متوسط (آرژانتین، برزیل، یونان، کره، مالزی، مکزیک، پرتغال، سنگاپور، تایوان، ترینیداد و توباگو و ونزوئلا) انتخاب شده‌اند. این نمونه‌ها شامل صنایع مختلف با اندازه‌های متفاوت است. هدف مطالعه این بوده است که مشخص نماید آیا اجرای سیاست خصوصی‌سازی در کشورهای در حال توسعه مطلوب بوده است و منجر به بهبود عملکرد، به‌ویژه سودآوری شده است یا خیر؟ بدین منظور از شاخص‌های سودآوری و عملیاتی برای

¹ Narjess Boubakri & Jean Claude Cosset

تعیین تغییر در عملکرد استفاده شده است. یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که با خصوصی شدن شرکت‌ها سوددهی آن‌ها نیز افزایش یافته است.

ویلیام مگینسون و همکاران^۱ (۱۹۹۶) به انجام تحقیقی با عنوان سود سهام خصوصی شده: تحلیلی جهانی از عملکرد مالی و عملیاتی شرکت‌های خصوصی شده نوظهور پرداختند. در این تحقیق عملکرد مالی شرکت‌ها در سه سال قبل و سه سال بعد از خصوصی‌سازی مورد بررسی قرار گرفته است. عملکرد مالی و عملیاتی ۶۱ شرکت در ۱۸ کشور (۶ کشور در حال توسعه و ۱۲ کشور صنعتی) و در ۳۲ صنعت که خصوصی شده بودند، مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌های این تحقیق حاکی از افزایش قابل توجه در سودآوری، کارایی، سرمایه‌گذاری و کاهش در اهرم مالی بوده است.

باربریز و همکاران^۲ (۱۹۹۶) در تحقیقی با عنوان خصوصی‌سازی چگونه عمل می‌کند؟ شواهدی از فروشگاه‌های روسیه، تغییرات عملکرد ۴۵۲ شرکت خصوصی شده روسی را مورد بررسی قرار دادند و دریافتند که تغییرات در سبک مدیریت و مالکیت به حداکثر سازی ارزش منجر می‌شود.

اپریل^۳ (۱۹۹۸) به بررسی تأثیر ساختار مالکیت بر عملکرد شرکت‌های صنعتی روسی پرداخت؛ و در این تحقیق، مالکیت خصوصی اعم از مالکیت درونی (مدیران و سایر کارکنان) و مالکیت بیرونی (انفرادی و سرمایه‌گذاران نهادی) را با مالکیت دولتی مورد تجزیه و تحلیل قرارداد؛ و اثر مثبت مالکیت خصوصی نسبت به مالکیت دولتی را از نظر بهره‌وری نیروی کار با استفاده از تخمین رگرسیون (OLS) مشاهده کرد، بیشتر این تغییرات به جهت اثرات مثبت مالکیت مدیریتی و مالکیت کارکنان غیر مدیریتی می‌باشد.

کلاسنس و جانکو^۴ (۱۹۹۹) در تحقیق خود تحت عنوان تمرکز مالکیت و عملکرد شرکت در جمهوری چک به بررسی برنامه خصوصی‌سازی جمهوری چک پرداختند و رابطه میان تمرکز مالکیت با عملکرد را برای نمونه‌ای از ۷۰۶ شرکت و برای دوره ۱۹۹۲ تا ۱۹۹۹ در کشور جمهوری چک

¹ William Magginson

² Barberies & et al

³ Earle

⁴ Claessens & Djankov

مورد بررسی قراردادند. عملکرد را به صورت دو عامل سودآوری و بهره‌وری نیروی کار در نظر گرفتند. برنامه‌های خصوصی‌سازی جمهوری چک، فرصت منحصر به فردی را برای بررسی رابطه میان ساختار مالکیت و عملکرد شرکت فراهم کرد. این برنامه، مالکیت شرکت‌ها را در زمان کوتاهی تغییر داد. آن‌ها به آزمون این مسئله پرداختند که آیا مؤسسات با تمرکز مالکیت بیشتر، تغییرات مثبت و بزرگ‌تری را در سودآوری و بهره‌وری نیروی کار تجربه می‌کنند؟ سودآوری به‌عنوان سود عملیاتی خالص تقسیم‌بر دارایی‌های ثابت به‌علاوه موجودی کالا تعریف شد و بهره‌وری نیروی کار به‌عنوان ارزش افزوده هر کارمند در نظر گرفته شد. سهام سرمایه تملک شده به وسیله پنج سرمایه‌گذار برتر و تبدیل لگاریتمی این سهام به‌عنوان شاخص‌های تمرکز مالکیت استفاده شده است. نتایج رگرسیون دومرحله‌ای نشان داد در حالتی که مالکیت برای عملکرد موسسه، یک عامل بیرونی است هرچه تمرکز مالکیت بیشتر باشد، سودآوری و بهره‌وری نیروی کار بالاتر است. با کنترل بعضی متغیرهای خاص شرکت، آن‌ها دریافتند که سودآوری و بهره‌وری نیروی کار هر دو رابطه مثبتی با تمرکز مالکیت دارند. افزایش ۱۰ درصدی در تمرکز منجر به ۲ درصد افزایش در بهره‌وری کوتاه‌مدت نیروی کار و ۳ درصد افزایش در سودآوری کوتاه‌مدت می‌شود. شواهد نشان داد که به‌طور کلی تمرکز مالکیت، مسئول تغییرات در سودآوری و بازده نیروی کار است.

چو و وانگ^۱ (۱۹۹۹) تأثیر ساختار مالکیت بر عملکرد شرکت‌های سهامی پذیرفته‌شده در بورس چین را بررسی کردند. شرکت‌های سهامی چین سه گروه مختلف از سهامداران را در برمی‌گیرد که شامل دولت، اشخاص قانونی (نهادهای مالی) و سهامداران انفرادی می‌باشند. هر گروه تقریباً مالک ۳۰٪ سهام است. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که مالکیت سهام چه پراکنده و چه متمرکز، تأثیر مهمی بر عملکرد شرکت دارد. سودآوری شرکت با بخشی از سهام که توسط اشخاص قانونی (نهادهای مالی) تملک شده ارتباطی مثبت دارد. آن‌ها دریافتند که سرمایه‌گذاران نهادی انگیزه برای نظارت و کنترل

¹ Xu & Wang

رفتار مدیریت را دارند و نقش مهمی در راهبری شرکت ایفا می‌کنند. نتیجه دیگر این است که تأثیر سهامداران انفرادی بر سودآوری شرکت منفی و بدون معناست. سهامداران انفرادی انگیزه و توانایی نظارت و تحت تأثیر قرار دادن مدیریت را ندارند لذا برای کنترل مدیریت، سطح مشخصی از تمرکز مالکیت لازم است. همچنین نتایج نشان داد که با افزایش سهام دولتی، بهره‌وری نیروی کار کاهش می‌یابد.

رامامورتی^۱ (۲۰۰۰) در تحقیق خود با عنوان یک مدل چند متغیره از اقتصادهای خصوصی شده در حال ظهور ۱۱۸ شرکت از ۲۹ کشور (در حال توسعه و توسعه یافته) را از نظر عملکرد مالی و عملیاتی (کارایی) مورد بررسی قرار داده است. در این تحقیق شاخص‌های سودآوری (درآمد عملیاتی به فروش، بازده فروش و بازده دارایی‌ها و بازده سرمایه) و شاخص‌های کارایی (نسبت فروش واقعی هر کارمند) و شاخص‌های سرمایه (مخارج سرمایه‌ای به فروش و سرمایه‌ای به کل دارایی‌ها) در سه سال قبل و سه سال بعد از خصوصی‌سازی بررسی شده‌اند. نتایج این تحقیق بیان می‌کند که بهبود معنی‌داری در تمامی شاخص‌ها در تمام کشورها وجود داشته است.

برناردو بورتولوتی و همکاران^۲ (۲۰۰۰) در تحقیق خود تحت عنوان منابع بهبود عملکرد در شرکت‌های خصوصی عملکرد مالی و عملیاتی ۳۱ شرکت فعال در صنعت مخابرات و ارتباطات را در ۲۵ کشور توسعه یافته و در حال توسعه در طی سال‌های ۱۹۸۱ تا ۱۹۹۸ و در دوره‌های هفت‌ساله مورد بررسی قرار داده‌اند. آن‌ها در این تحقیق معیارهای بررسی را شاخص‌های سودآوری، کارایی عملیاتی و سرمایه‌گذاری در سه سال قبل و سه سال بعد از خصوصی‌سازی در نظر گرفتند. یافته‌های این تحقیق مطابق با انتظارات، حاکی از بهبود کلیه شاخص‌های ذکر شده در شرکت‌های خصوصی شده است. یکی از یافته‌های مهم این تحقیق بیانگر آن است که بهبود در سودآوری، بیشتر ناشی از کاهش عمده در هزینه‌ها بوده است تا افزایش قیمت‌ها و نیز افزایش کارایی، ناشی از بهبود در انگیزه کارکنان و بهره‌وری است.

¹ Ramamurti

² Bernardo Bertolotti & et al

گوپتا^۱ (۲۰۰۱) در تحقیق خود تحت عنوان خصوصی سازی و عملکرد شرکت خصوصی سازی در هند را مورد مطالعه قرارداد. خصوصی سازی در هند اغلب به صورت فروش پراکنده مقادیر کم از سهام شرکت ها صورت می گیرد؛ و بنابراین حق کنترل در اختیار مالکان خصوصی قرار نمی گیرد در نتیجه مالکان خصوصی اثر کمی بر عملکرد شرکت ها دارند. در این مطالعه، وی ۳۶ شرکت را به صورت نمونه که از سال ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۸ توسط دولت مرکزی به بخش خصوصی واگذار شدند را مورد بررسی قرارداد؛ و متغیرهایی چون فروش، نسبت های سودآوری، اشتغال، میانگین تولید و درآمد حاصل از نیروی کار را به عنوان متغیرهای عملکرد در نظر گرفت. نتایج حاصل از مطالعه وی چنین است که با واگذاری سهام به سهامداران خصوصی متغیرهای عملکرد ذکر شده فوق به دلیل تغییر در انگیزه ها و در نتیجه اطلاعات بیشتر و نظارت بعد از خصوصی سازی بهبودی یابند.

کوسندا و اسوجنار^۲ (۲۰۰۲) به مطالعه اثر مالکیت بر عملکرد شرکت ها پس از خصوصی سازی در جمهوری چک پرداختند و تقریباً تمامی شرکت های متوسط و شرکت های بزرگ و اثر انواع مختلف مالکیت و میزان تمرکز مالکیت آن ها را در دوره بعد از واگذاری مورد بررسی قرار دادند. آن ها برای مطالعه، دوره چهار ساله بعد از خصوصی سازی را در نظر گرفتند و متغیرهایی نظیر سود عملیاتی، درآمد فروش، هزینه نیروی کار و نسبت بدهی به حقوق صاحبان سهام را در تحقیق خود مورد بررسی قرار دادند. مجموعه اطلاعات از بین شرکت هایی که بین سال های ۱۹۹۶-۱۹۹۹ واگذار شدند از بورس اوراق بهادار پراگ جمع آوری گردید.

به طور کلی نتایج تحقیق نشان می دهد که مالکیت خصوصی در دوره پس از واگذاری در برخی از شاخص ها و نه در همه آن ها عملکرد بهتری نسبت به مالکیت دولتی داشته و نتایج عملکرد مالکیت غیر متمرکز بهتر و یا مساوی با انواع متمرکز آن بوده است.

¹ Gupta

² Kocenda & Svejnar

محمد عمران^۱ (۲۰۰۳) به مطالعه اثر خصوصی سازی در مصر پرداخت. وی در تحقیق خود به دنبال پاسخ به دو سؤال بود: اول اینکه آیا خصوصی سازی باعث بهبود عملکرد شده است؟ و دیگر اینکه کدام نوع مالکیت جدید در دوره پس از واگذاری، اثر مثبتی بر عملکرد شرکت‌ها داشته است؟ وی ۶۹ شرکت مصری که بین سال‌های ۱۹۹۴ تا ۱۹۹۸ از بخش دولتی به بخش خصوصی واگذار شدند را انتخاب و آن‌ها را در چهار گروه طبقه‌بندی نمود، گروه اول؛ شرکت‌هایی که عمده سهامشان (بیش از ۵۰ درصد) در بازار سهام واگذار شده است. گروه دوم؛ شرکت‌هایی که کمتر از ۵۰ درصد سهامشان در بازار سهام واگذار شده است و گروه سوم؛ شرکت‌هایی که سهامشان به کارکنان شرکت‌ها واگذار شده است و گروه چهارم؛ شرکت‌هایی که سهامشان خارج از بورس به اشخاص واگذار شده است. از ۶۹ شرکت ۳۳ شرکت در گروه اول، ۱۸ شرکت در گروه دوم، ۱۲ شرکت در گروه سوم و ۶ شرکت در گروه چهارم قرار گرفتند. وی اطلاعات مالی دو سال قبل و دو سال بعد از واگذاری شرکت‌های نمونه را مورد بررسی قرارداد و متغیرهای فوق را در دوره قبل و بعد از خصوصی شدن بررسی کرد و برای آزمون فرضیات از آزمون رتبه‌بندی ویلکاکسون استفاده نمود. از نتایج به دست آمده پژوهش مشاهده شد که پس از واگذاری شرکت‌ها، نسبت‌های سودآوری، کارایی عملیاتی، هزینه سرمایه و سود سهام بهبود یافته است و برعکس، سطح اشتغال کارکنان، اهرم و ریسک با کاهش قابل توجهی مواجهه شده‌اند. این محقق برای مقایسه عملکرد بعد از واگذاری گروه‌های مختلف از آزمون من-ویتنی استفاده نمود تا مشخص کند که آیا تفاوت قابل توجهی بین عملکرد گروه‌های مختلف وجود دارد یا خیر؟

نتایج پژوهش وی بیانگر آن است که شرکت‌های گروه اول نسبت به شرکت‌های گروه دوم از عملکرد بهتری برخوردارند و شرکت‌های واگذار شده به کارکنان و اشخاص خاص نسبت به شرکت‌های واگذار شده از طریق بورس در دوره پس از واگذاری، عملکرد بهتری را نشان می‌دهند. مشاهده مهم و

^۱ Omran

قابل توجه در پژوهش عمران این است که خصوصی سازی ناقص (کمتر از ۵۰ درصد)، به خوبی خصوصی سازی کامل (بیش از ۵۰ درصد) عمل نمی کند، همچنین مالکیت متمرکز شرکت ها و یا شرکت هایی که به کارکنان و اشخاص خاص واگذار شده اند، نسبت به نوع مالکیت پراکنده (شرکت های واگذار شده از طریق بورس) از عملکرد بهتری برخوردارند.

سالوا و اکلینلو^۱ (۲۰۰۵) در پژوهشی با موضوع خصوصی سازی، کارایی و ارزیابی مالی شرکت ها، به بررسی میزان خصوصی سازی از طریق ارزیابی عملکرد مالی یک شرکت تولیدی خصوصی شده در بازه زمانی ۱۹۷۸ تا ۲۰۰۱ پرداختند. در این دوره، شرکت را قبل و بعد از خصوصی شدن مورد بررسی قرار دادند. این پژوهش به بررسی مقایسه ای نرخ بازده حقوق صاحبان سهم و نرخ بازده دارایی ها پرداخته است. نتایج نشان داد که یک روند صعودی و پایدار در دوره بعد از خصوصی سازی در ROA و ROE وجود دارد اما با نوسان ناچیزی در نرخ رشد همراه است. شواهد موجود در نیجریه نشان داد که اثر خصوصی سازی بر کارایی مثبت اما به صورت کاهشی است. علاوه بر تأثیرات مثبت خصوصی سازی بر عملکرد مالی شرکت در دوره پس از خصوصی سازی، شرکت با افزایش هزینه های عملیاتی ناشی از نرخ بالای تورم مواجه شد که به طور جدی مانع از سرمایه گذاری و رشد صنعتی شد؛ بنابراین با توجه به نتیجه گیری این پژوهش، انتظار می رود که با اعمال سیاست هایی جهت کاهش نرخ تورم، ظرفیت تولیدی شرکت، بخصوص در دوران بعد از خصوصی سازی افزایش یابد.

نارایانا^۲ (۲۰۰۶) در تحقیقی خود اثر خصوصی سازی را در شاخص های مالی، اثر بر قیمت ها، تأثیر آن بر کیفیت خدمات، برابری و قابلیت تأمین خدمات مورد توجه قرارداد و به تأثیر مثبت خصوصی سازی در شاخص های مالی (ایجاد بازار سرمایه)، قیمت و قابلیت تأمین خدمات اشاره کرد.

¹ Salawu & Aklino

² Narayana

آکیمووا و اسکودیانر^۱ (۲۰۰۶) در تحقیقی اثر ساختار مالکیت بر راهبری شرکتی و عملکرد مؤسسات خصوصی شده در اوکراین را مورد بررسی قراردادند؛ نمونه آن‌ها شامل ۲۰۲ موسسه متوسط و بزرگ برای دوره ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۰ بود. ساختار مالکیت به وسیله درصد سهام تملک شده به وسیله هریک از مالکان نظیر دولت، مدیران، کارگران، سهامداران متمرکز اوکراینی و خارجی و سهامداران عمده و عملکرد به وسیله فروش هر کارمند سنجیده شد.

نتایج مطالعه نشان داد که مالکیت اثر بااهمیتی بر عملکرد دارد. مالکان داخل شرکت اثر غیرخطی و بااهمیتی بر عملکرد دارند. در هریک، دامنه این عملکرد مثبت بوده و از جایی به بعد به صورت منفی ظاهر می‌شود. به طور کلی، مالکان خارج از شرکت اثر بااهمیتی بر عملکرد ندارند. برای اثرات مالکیت سهام متمرکز خارجی نتایج قوی‌تری هم در سطح متغیرهای مربوط در هر سال و هم برای تغییرات از یک سال به سال‌هایی دیگر به دست آمد. اثر سهامداران خارجی بر عملکرد به شکل بااهمیتی غیرخطی است. این اثر فقط تا سطحی مثبت است که مالکیت اکثریت نیستند. این رابطه غیرخطی ناشی از محیط سازمانی است که با سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی مغایر است.

جیانگ و همکاران^۲ (۲۰۰۶) در تحقیقی به بررسی تأثیر خصوصی‌سازی بر سودآوری شرکت‌های واگذار شده در چین پرداختند. آن‌ها علاوه بر بررسی تغییرات سودآوری شرکت‌های خصوصی شده، تغییرات سودآوری شرکت‌های دولتی را نیز مورد توجه قراردادند. برای این منظور آن‌ها سودآوری ۱۴۹ شرکت خصوصی شده را طی سال‌های ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۴ و با تکیه بر متغیر بازده فروش (ROS) به عنوان معیاری برای سودآوری، مورد ارزیابی قرار داده‌اند. نتایج این تحقیق بیان می‌کند که سودآوری شرکت‌های واگذار شده در مقایسه با شرکت‌های دولتی بیشتر است.

¹ Akimova & Schwodianer

² Jiang & et al

بور و همکاران^۱ (۲۰۰۷) در تحقیق خود تحت عنوان اثر خصوصی سازی بر بهره‌وری عملکرد مالی شرکت‌های دولتی، به مطالعه این دو متغیر در کارخانه‌های سیمان اردن می‌پردازند. هدف آن‌ها از این تحقیق بررسی اثر بالقوه خصوصی سازی بر عملکرد مالی و عملیاتی شرکت‌های سیمان اردن است. آن‌ها به دنبال این موضوع هستند که چگونه خصوصی سازی شرکت‌های عمومی (دولتی) می‌تواند بر عملکرد مالی و عملیاتی این شرکت‌ها تأثیر بگذارد. آن‌ها آمارهای مربوط به عملکرد شرکت‌های سیمان قبل و بعد از دوره واگذاری، با شاخص‌های بازار و صنعت مقایسه کردند. یافته‌های این تحقیق نشان داد که با وجود اینکه خصوصی سازی اثر قابل توجهی بر عملکرد عملیاتی و سود شرکت‌های سیمان اردن ندارد، ولی باعث بهبود نقدینگی، کاهش بدهی، بهبود سرمایه‌گذاری‌ها و کاهش نیروی مازاد در این شرکت‌ها شده است.

کاپوپولس و لازارتو^۲ (۲۰۰۷) در تحقیق خود تحت عنوان ساختار مالکیت و عملکرد شرکت‌ها: شواهدی از شرکت‌های یونانی، دو متغیر فوق را برای ۱۷۵ شرکت یونانی مورد بررسی قرار می‌دهند. آن‌ها در تحقیق خود ساختار مالکیت را متغیری درون‌زا فرض می‌کنند. همچنین آن را به صورت مالکیت مدیران و مالکیت سهامداران در نظر می‌گیرند و متغیر عملکرد را در تحقیق خود سودآوری شرکت‌ها و Q توبین قرار می‌دهند. یافته‌های تجربی گویای این مطلب است که رابطه خطی مثبت بین ساختار مالکیت و سودآوری وجود دارد. ساختار مالکیت متمرکز با سودآوری هرچه بیشتر شرکت رابطه مستقیم دارد و از طرفی سودآوری بالا برای شرکت مستلزم آن است که مالکیت پراکنده کاهش یابد. هرچه مالکیت متمرکزتر باشد، رفتار مدیریت تحت نظارت بیشتری قرار می‌گیرد و در نتیجه عملکرد شرکت و سودآوری آن بیشتر است.

¹ Bdour & et al

² Kapopoulos & et al

زاروق^۱ (۲۰۰۹) در تحقیق خود تحت عنوان عملکرد مالی شرکت‌های خصوصی شده در سودان، اثر خصوصی‌سازی را بر عملکرد مالی شرکت‌های خصوصی شده در سودان بین سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۰ مورد بررسی قرارداد. وی ۱۶ شرکت از بین ۵۴ شرکتی که تا سال ۲۰۰۰ خصوصی شده بودند را به‌عنوان نمونه در نظر گرفت؛ و سعی کرد که تمام بخش‌های موجود در اقتصاد را پوشش دهد. نتایج آماری این تحقیق نشان می‌دهد که بهبود عملکرد شرکت‌های خصوصی شده تحت فرآیند خصوصی‌سازی ناچیز بوده است؛ این بدان معناست که فرآیند خصوصی‌سازی از سال ۱۹۹۰ در سودان منجر به بهبود مورد انتظار در کارایی شرکت‌های خصوصی شده نشده است.

ژانگ کای هوانگ^۲ (۲۰۱۰) در تحقیق خود با عنوان خصوصی‌سازی نهایی و تغییر در عملکرد شرکت‌ها: شواهدی از کشور چین، به بررسی تغییر در عملکرد مالی و عملیاتی ۱۲۷ نمونه از شرکت‌های خصوصی شده چینی که کنترل آن‌ها از بخش دولتی به بخش خصوصی منتقل گردیده بود، می‌پردازد. وی تحقیق خود را باهدف گسترش موضوعاتی مانند خصوصی‌سازی، تأثیرات متفاوت مالکیت در خصوصی‌سازی و لزوم اصلاحات بیشتر در دولت چین انجام داد. به این منظور تغییرات عملکرد شرکت‌های مذکور در سه سال قبل و سه سال بعد از خصوصی‌سازی مطابقت و مقایسه شد و برای تعیین معنی‌دار بودن تفاوت بین میانگین متغیرهای وابسته در دوره‌های سه‌ساله قبل و سه سال بعد از خصوصی‌سازی از آزمون ویلکاکسون استفاده گردید. فرضیه اصلی پژوهش بر این اصل استوار بود که خصوصی‌سازی کامل و یا نهایی در بهبود عملکرد مالی و عملیاتی شرکت‌ها مؤثر است. در تحقیق مذکور بازدهی شرکت‌ها، سودآوری، اهرم مالی، صرفه‌جویی در هزینه تولید و اشتغال مورد توجه بود. نتایج تحقیق نشان از افزایش بازده، سودآوری و کاهش تعداد نیروی انسانی داشت. همچنین تأثیر واگذاری مدیریت شرکت‌ها به مدیران داخلی (قبلی) و مدیران خارج از مجموعه شرکت‌ها (مدیران جدید) نیز مورد بررسی قرار گرفت و نشانگر این موضوع بود که علیرغم تمایل

¹ Zarough

² Zhangki Huang

مدیران داخلی به بهبود عملکرد شرکت، انگیزه کافی برای تجدید ساختار وجود ندارد. مطالعات مذکور همچنین بیانگر این نکته می‌باشد که، انتقال کامل کنترل از بخش دولتی به بخش خصوصی در شرکت‌های واگذارشده، عامل مؤثری بر بهبود عملکرد شرکت‌های موردبررسی است.

اون گور^۱ (۲۰۱۱) در تحقیق خود تحت عنوان بررسی رابطه بین ساختار مالکیت و عملکرد شرکت، رابطه بین این دو متغیر را برای ۴۲ شرکت آفریقایی کنیا موردبررسی قرار می‌دهد. وی در این تحقیق عملکرد را به صورت بازده دارایی، بازده حقوق صاحبان سهام و بازدهی سود سهام در نظر می‌گیرد؛ و با استفاده از همبستگی گشتاوری پیرسون و رگرسیون لجستیک، نشان می‌دهد که تمرکز مالکیت و مالکیت دولتی روابط منفی و معناداری با عملکرد شرکت دارند و از سوی دیگر بین ساختار مالکیت پراکنده و مالکیت شرکتی با عملکرد شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۲-۳-۲) مطالعات داخلی

تقوی (۱۳۷۳) در تحقیق خود با عنوان خصوصی‌سازی در برنامه اول توسعه اقتصادی جمهوری اسلامی ایران به ارزیابی عملکرد خصوصی‌سازی در برنامه اول توسعه اقتصادی و اجتماعی ایران می‌پردازد؛ و نقایص و مشکلات اجرای این سیاست را مطرح و پیشنهادهایی را برای بهبود مطرح کرده است. تقوی معتقد است به‌رغم آن‌که در برنامه دولت هدف از خصوصی‌سازی ارتقاء کارایی، ایجاد تعادل اقتصادی و استفاده بهینه از امکانات کشور عنوان شده است؛ اما در واقع مهم‌ترین انگیزه واگذاری واحدهای دولتی به بخش خصوصی در ایران جنبه مالی دارد و دولت از این رهگذر سعی در کاهش بار هزینه‌های رو به تزاید خود داشته است. تقوی در نهایت عملکرد خصوصی‌سازی را در راستای دستیابی به هدف ارتقاء کارایی، ناموفق دانسته و دلایل زیر را عامل عدم کامیابی خصوصی‌سازی می‌داند: تعیین غیر واقع‌گرایانه هدف‌ها، فقدان برنامه جامع و وجود شتاب‌زدگی، خصوصی‌سازی بدون بازسازی، تخصص غیر کافی، اشکالات بازار سرمایه.

^۱ Ongore

رفیعی (۱۳۷۴) به بررسی پژوهشی تحت عنوان بررسی مقایسه‌ای عملکرد شرکت‌های واگذار شده به بخش خصوصی قبل و بعد از خصوصی‌سازی پرداخت. در این پژوهش، نسبت‌های مالی و ارزش افزوده اقتصادی را به‌عنوان شاخص‌های عملکرد در نظر گرفت و بر اساس میزان سودآوری قبل و بعد از خصوصی‌سازی تأثیر خصوصی‌سازی را بر شرکت‌های مذکور بررسی نمود. نتایج نشان داد که عملکرد شرکت‌هایی که به بخش خصوصی واگذار شده‌اند بعد از واگذاری، مطلوب‌تر از قبل از واگذاری بوده است.

افشاری (۱۳۷۵) در پژوهش خود با عنوان بررسی کارایی شرکت‌های تولیدی خصوصی شده در بورس اوراق بهادار تهران به بررسی تأثیرات سیاست خصوصی‌سازی در برنامه اول پرداخته است. این تحقیق تغییرات عملکرد عملیاتی، به‌ویژه افزایش در فروش را مورد مطالعه قرار داده است. طول دوره تحقیق حداقل سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۷۰ بوده و عملکرد شرکت‌ها در دو سال قبل و دو سال بعد از خصوصی‌سازی ارزیابی شده است. هم‌چنین تغییرات در نسبت‌های نقدینگی و گردش دارایی‌ها نیز ارزیابی شده‌اند. یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که عملکرد عملیاتی شرکت‌های خصوصی شده بهبود یافته است، اما این تغییرات چندان چشمگیر نبوده است.

سیلوازی (۱۳۷۹) رابطه بین نوع مالکیت (دولتی یا خصوصی) و عملکرد مالی را بررسی کرده است. در این تحقیق، یک نمونه مشتمل بر ۶۲ شرکت از بین شش صنعت (خودروسازی، سرمایه‌گذاری مالی، کانی غیرفلزی، غذایی، شیمیایی، لاستیک و پلاستیک) انتخاب شده است. این پژوهش به دنبال پاسخ به این پرسش است که آیا تغییرات در درصد مالکیت، موجب بهبود شاخص‌های عملکرد مالی شده است یا خیر؟ در این راستا نسبت‌های مالی سال ۱۳۷۷ و ۱۳۷۸ این شرکت‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. نتیجه کلی به‌دست آمده حاکی از آن است که تغییرات در نسبت مالکیت (دولتی یا خصوصی) رابطه با تغییرات در نسبت‌های مالی ندارند. از نکات قابل ذکر در مورد این پژوهش آن است که دوره مورد بررسی برای نتیجه‌گیری (دو سال) بسیار کوتاه است، نارسایی دیگر وجود برخی شرکت‌ها در

نمونه تحقیق می‌باشد که درصد مالکیت آن‌ها تغییر نیافته است، از این رو باید از نمونه حذف می‌شدند تا نتایج تحقیق مخدوش نگردد.

آقاجانی (۱۳۸۰) طی پژوهش خود به بررسی تأثیر خصوصی‌سازی بر ابعاد مالی برای تداوم فعالیت شرکت‌ها پرداخته است. در این تحقیق تغییرات نسبت‌های مالی که بیانگر تأثیر عملکرد مدیریت بر ابعاد مالی است، مورد مطالعه قرار گرفته است. طول دوره تحقیق حدفصل سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۸ بوده و عملکرد شرکت‌ها در ۳ سال قبل و ۶ سال بعد از خصوصی‌سازی ارزیابی شده است. نتایج نشان می‌دهد که متوسط نسبت‌های بررسی شده بعد از خصوصی‌سازی نسبت به دوره قبل از خصوصی‌سازی تفاوت زیادی نداشته‌اند یعنی خصوصی‌سازی باعث بهبود ابعاد مالی شرکت‌های خصوصی شده در بورس اوراق بهادار تهران نشده است.

شریعت پناهی (۱۳۸۰) موضوع مالکیت و رابطه آن با عملکرد را بررسی کرد و نتیجه گرفت که تفاوت معناداری بین عملکرد شرکت‌های خصوصی و دولتی وجود ندارد.

الماسی (۱۳۸۱) در پژوهش خود تحت عنوان بررسی تأثیر خصوصی‌سازی بر عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، اثرات سیاست خصوصی‌سازی را از دیدگاه مالی در چارچوب قانون برنامه توسعه اقتصادی اجتماعی مورد بررسی قرار داده است. وی در این پژوهش با استفاده از سه نسبت مالی درآمد هر سهم، بازده دارایی‌ها و بازده حقوق صاحبان سهام به بررسی عملکرد مالی ۵ سال قبل و ۵ سال بعد از واگذاری ۴۲ شرکت که طی سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۷۸ به بخش خصوصی واگذار شده‌اند، پرداخت. شرکت‌های خصوصی شده در قالب صنایع مختلف و به‌گونه‌ای کلی ارزیابی شده‌اند. نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که پس از خصوصی‌سازی عملکرد مالی شرکت‌ها تغییر معناداری نداشته است. لذا اجرای سیاست خصوصی‌سازی نتوانسته است به اهداف آن یعنی بهبود کارایی و بهره‌وری دست یابد. الماسی عمده‌ترین دلیل عدم کامیابی سیاست خصوصی‌سازی را شرایط نامساعد ایران و فقدان بسترهای مناسب جهت دستیابی به این اهداف می‌داند.

طالب نیا و محمد زاده سالطه (۱۳۸۳) به بررسی تأثیر خصوصی سازی شرکت های دولتی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بر بازده سهام آن ها پرداختند. در این تحقیق با استفاده از صورت های مالی حسابرسی شده شرکت های واگذار شده و سالنامه های بورس، بازده سهام شرکت ها برای دوره های قبل و بعد از خصوصی سازی و همچنین یک دوره مشابه برای شرکت های مشمول خصوصی سازی و شرکت هایی که دولتی باقی مانده اند، محاسبه و مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج این پژوهش نشان می دهد که پس از خصوصی سازی بازده سهام شرکت ها تغییر معنی داری داشته است، منتها این تغییر در حالت کلی مثبت نبوده است. همچنین در یک دوره زمانی مشابه ۳ ساله شرکت ها چه دولتی باقی مانده باشند و چه خصوصی شده باشند، تفاوت معنی داری بین بازدهی سهام آن ها وجود ندارد.

معینی (۱۳۸۴) ارتباط نوع مالکیت (دولتی و خصوصی) با سودآوری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار را در سال های ۷۱ تا ۷۳ بررسی کرد. وی ۸ صنعت شیمیایی، غذایی، بافندگی، لوازم خانگی، چوب، آهن و فلز، تأسیساتی و داروسازی را در نظر گرفت و از هر صنعت دو شرکت خصوصی و دو شرکت دولتی را به عنوان نمونه انتخاب نمود. از نسبت های سودآوری و فعالیت شرکت ها نسبت جاری، حاشیه سود ناخالص، حاشیه سود خالص، نسبت بازده مجموع دارایی ها، بازده ثابت دارایی ها، نسبت فروش به مجموع دارایی ها در تحقیق خود استفاده نمود. سپس به مقایسه نوع مالکیت (دولتی و خصوصی) با سودآوری و فعالیت شرکت های مورد مطالعه با استفاده از آزمون آماری t پرداخت. در نسبت جاری، نسبت سود نا ویژه به فروش، نسبت سود ویژه به فروش، نسبت گردش دارایی های ثابت و گردش مجموع دارایی های شرکت های خصوصی در مقایسه با شرکت های دولتی اختلاف معنی داری مشاهده نشد. به عبارتی ارتباط بین مالکیت (دولتی و خصوصی) و سودآوری و فعالیت تأیید نشد.

قالیباف اصل و رنجبر درگاه (۱۳۸۴) در تحقیق خود تحت عنوان بررسی اثر نوع مالکیت بر عملکرد شرکت ها (تجربه خصوصی سازی در ایران) به بررسی اثر نوع مالکیت بر عملکرد شرکت های واگذار شده

با استفاده از اطلاعات مالی مربوط به ۱۸ شرکت (۸ شرکت واگذار شده به بخش خصوصی و ۱۰ شرکت واگذار شده به بخش عمومی) سه سال قبل و بعد از واگذاری طی سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۹ پرداختند. بررسی نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق بیانگر این مطلب است که اولاً بین عملکرد شرکت‌های واگذار شده به بخش خصوصی و عمومی در قبل و بعد از واگذاری تفاوت معنی‌داری مشاهده نمی‌شود، یا به عبارت دیگر بعد از خصوصی‌سازی، بهبود عملکرد معنی‌داری در عملکرد شرکت‌ها مشاهده نشده است. ثانیاً مالکیت‌های متفاوت خصوصی و یا عمومی در دوره پس از واگذاری بر روی عملکرد شرکت‌ها اثر ندارد، به عبارت دیگر بین نوع مالکیت پس از خصوصی‌سازی و بهبود عملکرد رابطه معنی‌دار وجود ندارد.

سایه میری و همکاران (۱۳۸۴) در تحقیق خود تحت عنوان اندازه‌گیری و مقایسه بهره‌وری بین واحدهای تولیدی تعاونی و خصوصی به اندازه‌گیری میزان بهره‌وری در واحدهای تولیدی تعاونی و خصوصی در استان ایلام و همچنین مقایسه میزان بهره‌وری در میان واحدهای کشاورزی، صنعت و فرش دستبافت پرداختند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که بهره‌وری نیروی کار در بین واحدهای خصوصی و تعاونی از نظر آماری تفاوت معنی‌داری ندارد. یا میزان بهره‌وری بخش تعاون با بهره‌وری بخش خصوصی یکسان است. با قبول این فرضیه می‌توان گفت که بخش تعاون علاوه بر ایجاد تولید و اشتغال، به صورت کارآمدی همگام با بخش خصوصی عمل کرده است. به هر حال، شکل‌گیری تعاونی‌ها در استان ایلام در راستای سیاست‌های ایجاد تولید و اشتغال، با بهره‌وری مشابه بخش خصوصی ارزیابی مثبت در این بخش به دست می‌دهد.

بابایی زکلیلی و احمدوند (۱۳۸۷) در تحقیق خود بررسی تأثیر ساختار مالکیت بر عملکرد شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخت. او در این تحقیق تأثیر ساختار مالکیت را از دو دیدگاه تعداد سهامداران عمده و نوع مالکیت آن‌ها بر عملکرد شرکت‌ها بررسی کردند. نتایج نشان داد که با افزایش تعداد سهامداران عمده بازده حقوق صاحبان سهام شرکت‌ها افزایش می‌یابد. یافته نهایی تحقیق بیانگر آن است که ترکیبی از دو بخش خصوصی و دولتی در ترکیب مالکیت شرکت در افزایش سودآوری

شرکت مفید بوده است. شرایط اقتصادی کشور و نوع صنعت است نسبت به اقدامات و تصمیمات مدیریتی، عملکرد شرکت‌های مورد بررسی را بیشتر تحت تأثیر قرار می‌دهد.

علی محمد (۱۳۸۸) در پژوهش خود با عنوان بررسی مقایسه‌ای عملکرد شرکت‌های خصوصی سازی شده قبل و بعد از واگذاری نشان می‌دهد که واگذاری شرکت‌ها به بخش خصوصی باعث می‌شود که میانگین ابزارهای ارزیابی عملکرد نسبت Q توبین و ارزش افزوده اقتصادی و ارزش افزوده بازار بعد از خصوصی سازی افزایش یابد و در نتیجه خصوصی سازی به بهبود عملکرد شرکت‌های واگذار شده منجر گردد. در انتها نیز با اشاره به اینکه واگذاری شرکت‌های دولتی به بخش خصوصی به بهبود مدیریت مالی، ایجاد درآمد برای دولت، بهسازی کیفیت نیروی انسانی، ایجاد اشتغال و کاهش وابستگی شرکت‌ها به دولت، ایجاد انگیزه برای مدیران و کارکنان به منظور مشارکت در اداره شرکت و تغییر اقتصاد از حالت متمرکز به مدل بازار و افزایش رقابت کمک می‌کند پیشنهاد شده تا با اجرای هر چه بهتر سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی زمینه دسترسی به اهداف مذکور فراهم گردد.

ابوالحسنی (۱۳۸۹) در تحقیق خود به بررسی تأثیر خصوصی سازی شرکت‌های دولتی بر ارزش افزوده اقتصادی آن‌ها می‌پردازد. در این تحقیق اطلاعات سه سال قبل و بعد از خصوصی سازی ۳۲ شرکت که ۵۰٪ سهام دولتی آن‌ها به بخش خصوصی واگذار شده است طی سال‌های ۱۳۷۹-۱۳۸۷ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این تحقیق بدین صورت است که خصوصی سازی تأثیری بر ارزش افزوده اقتصادی شرکت‌ها نداشته و باعث تغییر قابل توجهی بر عملکرد و بازدهی نشده است و میانگین ارزش افزوده اقتصادی در قبل و بعد از خصوصی سازی تغییر چندانی نداشته است.

در ادامه برخی از مطالعات انجام شده پیرامون عملکرد بخش تعاون اقتصاد مورد بررسی قرار داده شده است.

سرآبادانی (۱۳۸۳) در پژوهش خود تحت عنوان اقتصاد تعاونی در اسلام، بیان می‌کند که اقتصاد تعاونی در قانون اساسی ایران جایگاه رفیعی دارد و به لحاظ تأثیر بالای آن در تحقق عدالت اجتماعی

و تسریع روند رشد، دارای اهمیت فوق‌العاده‌ای است و فعالیت اقتصادی تعاونی‌ها از نظر فقهی بی‌اشکال به نظر می‌رسد. وی معتقد است که برنامه‌ریزی دقیق‌تر و جدی‌تر در امر تعاون می‌تواند بخش تعاون را در حدی که مورد نظر قانون اساسی است و در جهان امروز نیز از آن بهره‌برداری می‌شود، از نظر کمی و کیفی گسترش و توسعه دهد. وی در نتایج این تحقیق، عملکرد بخش تعاون در اقتصاد جمهوری اسلامی را امیدوارکننده می‌داند و دلایل این نتیجه را به این‌گونه بیان می‌کند که بهره‌وری سرمایه در این بخش به مراتب بیشتر از بهره‌وری سرمایه در اقتصاد ملی است؛ و گزارش‌ها حاکی از آن است که بخش تعاون، ۲۰ درصد سهم صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده است؛ و همچنین استقبال گسترده مردم و رشد کمی تعاونی‌ها در دو دهه اخیر ایران قابل توجه بوده است و سهم بخش تعاون از محصول ناخالص ملی (GNP)^۱ حدود ۵ درصد است. مجموع این عملکرد نشان می‌دهد که اگرچه سهم سهم بخش تعاون از (GNP) اندک است، امکان، استعداد و ظرفیت لازم برای افزایش این سهم و رساندن آن به سطح معقول و مورد نیاز، در بخش تعاون وجود دارد.

سوری (۱۳۸۴) در مطالعه‌ای با عنوان وضعیت اشتغال در تعاونی‌های صنعتی و مقایسه آن با بخش خصوصی و دولتی در کارگاه‌های بزرگ صنعتی، به بررسی وضعیت موجود بنگاه‌های بزرگ صنعتی برحسب تعاونی، خصوصی و دولتی و مقایسه کارایی آن‌ها می‌پردازد. نتایج این مطالعه حاکی از آن است که از نظر تعداد بنگاه‌ها، در مقابل سهم بیش از ۸۷ درصدی بخش خصوصی، بخش دولتی حدود ۱۰ درصد و بخش تعاون فقط ۲.۴ درصد از کل بنگاه‌های صنعتی بزرگ را به خود اختصاص داده و از لحاظ تعداد شاغلان نیز سهم بخش تعاونی فقط ۱.۲ درصد است در حالی که ۶۲.۴ درصد مربوط به بخش خصوصی و ۳۶.۳ درصد به بخش دولتی است. اگرچه بر اساس نتایج این مطالعه سهم تعاونی‌ها از کل بنگاه‌ها ۲.۴ درصد است، اما سهم ۱.۲ درصدی آنان از شاغلان ناشی از این است که تعاونی‌ها اغلب بنگاه‌هایی کوچک هستند، کارایی بیشتر بخش دولتی نسبت به بخش‌های دیگر از دیگر

^۱ Gross National Product

نتیجه‌های این مطالعه است. درحالی‌که بخش‌های تعاونی و خصوصی از کارایی به نسبت یکسانی برخوردار هستند.

صمدی و تابنده (۱۳۸۴) در تحقیق خود تحت عنوان جایگاه بخش تعاون در اشتغال‌زایی، ساختار اشتغال و وضعیت شاغلان را تحلیل کرده است. در این مطالعه با استفاده از داده‌های سال ۱۳۷۵ و تکنیک مکانی LQ^۱، نقش هریک از بخش‌های خصوصی، دولتی و تعاونی در اشتغال‌زایی به تفکیک استان‌های کشور مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که یزد و سیستان و بلوچستان استان‌هایی هستند که در آن‌ها میزان اشتغال‌زایی بخش تعاون بیشتر از میانگین کل کشور است.

فیض پور و همکاران (۱۳۸۸) در مقاله‌ای تحت عنوان خصوصی‌سازی یا تعاونی‌سازی می‌کوشند تا تمایز عملکرد بنگاه‌های تولیدی بخش تعاون را در مقایسه با دو بخش خصوصی و دولتی مورد کنکاش قرار دهند. سرانه ارزش‌افزوده، بهره‌وری نیروی کار (برحسب تولید و ارزش‌افزوده)، بهره‌وری مزد و حقوق، اشتغال نسبی پدید آمده و سرانجام رشد سریع شاغلان بنگاه‌های صنعتی ایران طی برنامه دوم و سوم توسعه (۷۴-۸۳) به تفکیک مالکیت مبنای تحلیل‌های این پژوهش و روش آن به صورت توصیفی - تحلیلی است. نتایج این مطالعه گویای آن است که:

۱. طی برنامه‌های دوم و سوم توسعه و از نظر بهره‌وری نیروی کار (برحسب تولید و ارزش‌افزوده) بخش تعاون به‌استثنای سال ۱۳۸۲ همواره عملکردی کمتر از بخش‌های خصوصی و دولتی را تجربه کرده است. در این صورت بهره‌وری بخش تعاون نسبت به بخش خصوصی در سال ۱۳۸۲ را فقط می‌توان ناشی از عاملی خارجی توجیه کرد؛

^۱ تکنیک مکانی Location Quotient: در این روش می‌توان از طریق متوسط شاغلین منطقه در بخش i به متوسط شاغلین در بخش i در بخش ملی، میزان اشتغال پایه را محاسبه کرد.
اگر $LQ=1$ باشد، منطقه خودکفاست.
اگر $LQ>1$ باشد، منطقه صادرکننده کالا و خدمات است. مقدار این فعالیت اقتصاد پایه‌ای را نشان می‌دهد.
اگر $LQ<1$ باشد، منطقه واردکننده کالا است. مقدار این فعالیت اقتصاد غیر پایه‌ای را نشان می‌دهد.

۲. عملکرد بخش‌های اقتصادی با استفاده از معیار بهره‌وری مزد و حقوق نیز به‌رغم فزونی یا تساوی این معیار در بخش تعاون نسبت به بخش خصوصی، مؤید آن است که بخش تعاون از ثبات لازم در این شاخص عملکردی برخوردار نیست. چنانکه همواره شاخص‌های پراکندگی بهره‌وری مزد و حقوق در بخش تعاونی از بخش‌های دیگر بیشتر است. این موضوع نه‌تنها برای بهره‌وری مزد و حقوق، بلکه برای دیگر معیارهای عملکردی، یعنی رشد سالانه بهره‌وری نیروی کار برحسب تولید و ارزش‌افزوده نیز صادق است؛

۳. بخش تعاون از نظر اشتغال نسبی پدید آمده (با توجه به اشتغال ابتدای دوره) و رشد سریع نیز پس از بخش دولتی و خصوصی قرار گرفته است؛ بنابراین، از نظر اشتغال‌زایی نیز عملکرد ضعیف‌تری را نسبت به آن‌ها از خود نشان داده است.

نتیجه کلی از این پژوهش بیانگر آن است که تعاونی‌سازی به‌جای خصوصی‌سازی فقط با ارتقای بهره‌وری در بخش تعاون نسبت به بخش خصوصی و نیز دستیابی این بخش به سطحی از بهره‌وری معادل بخش خصوصی توجیه‌پذیر خواهد بود.

فصل سوم - مبانی نظری

۳-۱) مقدمه

در مطالعات اقتصاد صنعتی، هر بازار دارای سه عنصر عملکرد، رفتار و ساختار است و بسته به ماهیت و نحوه‌ی این عناصر با یکدیگر، شکل و نوع سازمان بازار مشخص می‌شود. عملکرد بازار یا به عبارتی عملکرد اقتصادی، نتایجی است که از فعالیت‌های اقتصادی ناشی می‌شود و در این تحقیق، ارزش‌افزوده به‌عنوان عملکرد اقتصادی در نظر گرفته شده است. متغیرهای ساختاری و رفتاری نیز ممکن است هر یک به‌نوبه خود بر متغیر عملکرد اثرات مثبت، منفی یا خنثی داشته باشند. مالکیت، درجه تمرکز و سهم بازار متغیرهای ساختاری و تبلیغات و تحقیق و توسعه متغیرهای رفتاری هستند. در ادامه به بررسی و نحوه تأثیر هر کدام از متغیرهای ساختاری و رفتاری بر متغیر ارزش‌افزوده یا سودآوری پرداخته می‌شود.

۳-۲) ارزش‌افزوده اقتصادی (Economic Value Added)

ارزش‌افزوده اولین بار توسط اقتصاددانان کلاسیک مطرح شد، چراکه آنان معتقد بودند که فرآیند تولید تحت تأثیر سه عامل کار، سرمایه و زمین بوده است و سود به‌دست‌آمده نیز بین این عوامل تقسیم می‌شود. تأکید بر خالص دریافتی‌ها در مقابل خالص پرداختی‌ها، اساس مفهوم ارزش‌افزوده را تشکیل می‌دهد؛ به‌عبارت‌دیگر ارزش‌افزوده را می‌توان خلق مازاد ارزش، توسط هر یک از عوامل تولید در نظر گرفت.

بررسی عوامل مؤثر بر ارزش‌افزوده بنگاه‌های مختلف اقتصادی و تعیین مهم‌ترین این عوامل، یکی از اساسی‌ترین نیازهای هر اقتصاد پویا محسوب می‌شود. شناسایی هر کدام از شاخص‌های مربوط به تولید، سیاست‌گذاران اقتصادی بنگاه‌ها را در بهبود فرآیند تولید و ایجاد زمینه‌های مناسب برای رشد ارزش‌افزوده یاری خواهد کرد. (حسینی نسب و همکاران، ۱۳۸۹)

ارزش‌افزوده اقتصادی مفهومی است که حدوداً از قرن هجدهم میلادی در ادبیات اقتصاد، در خصوص افزایش ارزش بنگاه از طریق فزونی بازده، بر هزینه سرمایه به وجود آمد. (Freeik, 1997)

۳-۲-۱) ارزش افزوده و سودآوری

سود ثروت ایجادشده‌ای است که در یک دوره مالی مشخص به سهامداران تعلق می‌گیرد درحالی‌که ارزش افزوده اقتصادی بیانگر ثروتی است که بر اثر تلاش گروهی از سهامداران، وام‌دهندگان، کارکنان و دولت در یک دوره مالی مشخص ایجادشده است و هریک از گروه‌های ذی‌نفع سهم خود را دریافت نموده‌اند، بنابراین ارزش افزوده مفهوم گسترده‌تری از سود داشته و سود صرفاً ممکن است بخشی از ارزش افزوده ایجادشده باشد. صورت سود و زیان ناشی از نیاز جوابگویی هیئت‌مدیره به سهامداران می‌باشد درحالی‌که تهیه‌کنندگان صورت ارزش افزوده معتقدند که هیئت‌مدیره مسئول پاسخگویی به سهامداران، وام‌دهندگان، کارکنان و دولت می‌باشد تا مشخص شود که اولاً ثروت چگونه ایجادشده است؟ و ثانیاً این ثروت چگونه بین گروه‌های ذینفع تقسیم گردیده است؟ (خاکی، ۱۳۷۶)

۳-۲-۲) محاسبه ارزش افزوده

ارزش افزوده فعالیت‌های اقتصادی معمولاً با دو روش قابل محاسبه است. یک روش عبارت است از تفریق ارزش کالاهای واسطه‌ای مورداستفاده در تولید یک کالا از ارزش محصول تولیدشده و روش دیگر، محاسبه ارزش افزوده از طریق محاسبه مبالغ پرداختی به عوامل تولید است. عوامل تولید نیز عبارت‌اند از کارگر، سرمایه و زمین (پرداختی به این عوامل به صورت مزد، حقوق، سود و اجاره انجام می‌پذیرد).

بنابراین می‌توان دو روش کلی محاسبه ارزش افزوده را به صورت زیر در نظر گرفت: (خاکی، ۱۳۷۶)

الف) روش تفریق^۱:

مواد و خدمات خریداری شده (داده) - فروش کل (ستانده) = ارزش افزوده

^۱ Subtraction Method

ب) روش جمع^۱:

سود + استهلاک + مالیات + بهره + هزینه نیروی کار = ارزش افزوده

در ادامه به بررسی رابطه بین متغیرهای ساختاری نوع مالکیت و درجه تمرکز و سهم بازار و متغیرهای رفتاری تبلیغات و تحقیق و توسعه با متغیرهای عملکردی ارزش افزوده و سودآوری پرداخته شده است.

۳-۳) رابطه بین مالکیت و عملکرد

گزارش‌های بانک جهانی در سال‌های ۱۹۹۰ نشان داد دولت‌های تحت فشار مالی، با پذیرش آنکه تغییر نوع مالکیت، عملکرد بنگاه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد، به سمت خصوصی‌سازی حرکت کردند

(Selvi & Yilmaz, 2010).

اگرچه در کشورهای توسعه یافته عوامل زیادی باعث ایجاد رکود اقتصادی می‌شود، اما عملکرد ضعیف بنگاه‌های دولتی به‌طور عمومی به‌عنوان عامل اصلی خصوصی‌سازی شناخته می‌شود. کاهش نرخ رشد،

افزایش نرخ تورم و کاهش میزان سرمایه‌گذاری نیز از جمله عوامل مؤثر بر رخداد پدیده‌ی

خصوصی‌سازی هستند. این عوامل باعث می‌شوند تا کارایی و اثربخشی ناشی از خصوصی‌سازی بیشتر مورد توجه قرار گیرد. آیا به‌راستی بنگاه‌های خصوصی عملکرد بهتری نسبت به بنگاه‌های دولتی دارند؟

آیا خصوصی‌سازی می‌تواند بهبود کارایی بنگاه‌های دولتی و بالطبع رشد و توسعه‌ی اقتصادی را به

همراه داشته باشد؟ نظریه‌های اقتصادی این دیدگاه را که خصوصی‌سازی موجب انگیزش مدیران در

مدیریت کارای بنگاه و بهبود عملکرد آن می‌شود، از دو منظر مورد حمایت قرار می‌دهند. اول از منظر

رقابت در بازار محصول و دوم از منظر اطلاعات (Muslumov, 2005).

از دیدگاه اول، شرکت‌های خصوصی در بازار رقابتی، انگیزه بیشتری برای بهبود کارایی دارند. رقابت

موجود در بازار، رفتار بنگاه‌های خصوصی را تحت تأثیر قرار و آن‌ها را به سمت تولید کارا سوق

¹ Addition Method

می‌دهد، اما مدیران بنگاه‌های دولتی نگرانی چندانی نسبت به کنترل هزینه‌های خود و تولید کارا ندارند. چراکه به‌خوبی می‌دانند که هزینه‌های اضافی بنگاه در نهایت از طریق کمک‌ها و حمایت‌های دولتی پوشش داده می‌شود. در دیدگاه اطلاعات، به موضوع عدم تقارن اطلاعاتی بین کارگزار و کارفرما اشاره شده که ناشی از رابطه نمایندگی است. عدم تقارن اطلاعاتی در بدترین حالت موجب از بین رفتن اعتماد عمومی و متلاشی شدن بازارها می‌شود. این پدیده باورهای سرمایه‌گذاران در مورد جریان‌های نقد آتی بنگاه را تحت تأثیر قرار می‌دهد و می‌تواند موجب ارزش‌گذاری نادرست بنگاه و خطر گزینش نامطلوب گردد. در چنین بازاری تنها شرکت‌هایی با عملکرد نامطلوب می‌توانند به حیات خود ادامه دهند که به معنای شکست بازار در تخصیص بهینه سرمایه است. گرچه رابطه نمایندگی هم در بنگاه‌های دولتی و هم خصوصی وجود دارد، اما سه عامل این رابطه را در بنگاه‌های خصوصی تحت تأثیر قرار می‌دهد، نظارت کارفرما (مالک)، سازوکارهای نظارتی بازار سرمایه و خطر ورشکستگی، عواملی هستند که فاصله اطلاعاتی بین دو طرف رابطه در بنگاه خصوصی را کاهش می‌دهند و کارگزار را وامی‌دارند تا در راستای حداکثر سازی منافع کارفرما عمل نماید. مالکان از مجرای قدرت رأی خود بر رفتار مدیر اعمال نظارت می‌کنند. مدیران می‌دانند در صورتی که عملکردی مغایر با منافع مالکان داشته باشند، برکنار می‌شوند. به‌علاوه مالکان ناراضی به فروش سهام خود می‌پردازند که موجب کاهش قیمت سهام بنگاه می‌شود. با کاهش قیمت سهام، بنگاه در معرض خطر تصاحب توسط سایر بنگاه‌ها قرار می‌گیرد. در نتیجه، شرایط تغییر مدیران فعلی بنگاه فراهم می‌شود. چنین خطری موجب می‌شود که مدیران به حفظ منافع مالکان تشویق شوند.

در نهایت چنان چه از دید بازار، بنگاه خصوصی عملکرد مطلوبی نداشته باشد، در هنگام افزایش سرمایه با مشکلات روبه‌رو می‌شود و احتمال تعطیلی آن افزایش می‌یابد. این در حالی است که بنگاه‌های دولتی همواره به منابع عمومی برای تأمین هزینه‌ها و مخارج دسترسی دارند از این‌رو عده‌ای معتقدند که این بنگاه‌ها نه تنها انگیزه‌ای برای بهبود کارایی بنگاه خود ندارند بلکه نیاز چندانی به افشای اطلاعات نداشته و به همین دلیل عدم تقارن اطلاعاتی در رابطه با آن‌ها بالاست. در بازارهای

در حال توسعه به طور قطع نمی‌توان بیان کرد که خصوصی‌سازی بنگاه‌های دولتی موجب بهبود عملکرد بازار می‌شود؛ زیرا در چنین بازارهایی حقوق اقلیت مورد حمایت قرار نمی‌گیرد و وجود عدم تقارن اطلاعاتی بالا مانع عملکرد مناسب بازار می‌شود و اغلب معاملات در این بازارها به صورت بلوکی است که تا حدودی نیاز بنگاه‌های خصوصی به بازارهای سرمایه را از بین می‌برد. به علاوه عواملی از قبیل ساختار ضعیف قوانین و مقررات بازار سرمایه، بستر نامناسب رقابتی بازار محصول، سیاست‌های دولت در ورود به بازار سرمایه و توزیع نابرابر درآمد نیز بر کارایی بنگاه‌های خصوصی در بازارهای در حال توسعه تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین روابط پیچیده‌ای بین عوامل مالکیت، ساختار سرمایه و بستر سیاسی و قانونی در چنین بازارهایی برقرار است (Vickers & Yarrow, 1991) که نتیجه‌گیری راجع به ارجحیت ساختار مالکیت دولتی یا خصوصی را در آن‌ها مشکل می‌سازد. موفقیت فرآیند خصوصی‌سازی بهبود عملکرد بنگاه‌هایی که در گذشته دولتی بوده‌اند، وابسته به سازوکارهای نظام راهبری شرکتی استقرار یافته در این بنگاه‌ها پس از خصوصی‌سازی است. در بنگاه‌های دولتی تضاد منافع بین عموم مردم به‌عنوان مالکان و سیاست‌گذاران به‌عنوان مدیران ایجاد می‌گردد. در این بنگاه‌ها سیاستمداران، کنترل را به دست دارند و اصلی‌ترین دغدغه آن‌ها حصول اهداف سیاسی است که به‌طور لزوم با هدف حداکثر سازی منافع سهامداران همگرا نیست. خصوصی‌سازی با تغییر ساختار مالکیت، تأکید بیشتری بر کارایی و کسب سود (منفعت) دارد (Boubakri & et al, 2003).

۳-۳-۱) انواع مالکیت و اثرات فرضی بر عملکرد

مالکیت متمرکز^۱ یا توزیع‌شده^۲؟

رابطه‌ی بین عملکرد بنگاه و مالکیت اغلب به‌عنوان اجرای تعامل و توزیع قوی بین مالکان و مدیران بنگاه‌ها تلقی می‌شود. مسئله‌ای که توجه عمده‌ای را بدون منجر شدن به یک توافق عام کسب کرده است، این است که آیا مالکیت متمرکز بیشتر به اداره و عملکرد شرکتی خوب منجر می‌شود یا مالکیت

¹ Concentrated

² Dispersed

توزیع شده. ادبیاتی که بر مشکل سازمانی ناشی شده بر جدایی مالکیت و کنترل تمرکز دارد معمولاً دال بر مطلوبیت مالکیت متمرکز است، چراکه منجر به مراقبت بهتر مدیران، بیشینه کردن ارزش سهامداران و در دسترس بودن بودجه خارجی برای بنگاه‌ها (Shleifer & Vishny, 1997) می‌شود. از سوی دیگر، مدل‌هایی که بر اهمیت نوآوری مدیریتی و انگیزه‌ها برای کسب اطلاعات تأکید دارند (مانند، موقعیت‌هایی با عدم قطعیت بالا) استنتاج می‌کنند که مالکیت متمرکز ممکن است برای عملکرد بنگاه زیان‌آور باشد (Aghion & Tirole, 1997).

مالکیت توزیع شده نیز منجر به نقدینگی سهام شرکت می‌شود که توسط برخی به‌عنوان بهبود ارزش اطلاعات بازار سهام تلقی شود و لذا عملکرد بنگاه را افزایش دهد (Holmstrom & Tirole, 1983). از این رو، پراکندگی مالکیت ممکن است بهینه باشد، به شرطی که بتواند وقتی که تصمیمات مدیریتی نیاز به مسدود شدن داشته باشند و یا نیاز به انجام بازسازی باشد، افزایشی در کنترل سهام ایجاد کند (Bolton & von Thadden, 1998).

کوسندا و اسوجنار^۱، در مقایسه با دیگر مطالعات اثر مالکیت بر عملکرد، تحلیل جالب توجهی در این زمینه انجام دادند چراکه اولاً اطلاعات دقیق درباره‌ی اشکال و تراکم مالکیت در یک جمعیت کاملاً مجازی از بنگاه‌ها متوسط و بزرگ خصوصی در یک مدل اقتصاد خصوصی سازی با مقیاس بالا را در نظر گرفتند، دوم این که از یک پانل چهارساله از داده‌ها که از دوره‌ی بعد از خصوصی سازی حاصل شده است استفاده کردند، سوم داده‌های مطابق با سیستم حسابداری بین‌المللی را در نظر گرفتند و چهارم به‌طور اصولی بایاس^۲ انتخاب نمونه بالقوه را کنترل می‌کردند. آن‌ها از داده‌های دقیق مالکیت برای ارزیابی اثر عملکرد مالکیت در طی دو بعد مهم استفاده کردند: (۱) درجه تراکم مالکیت خصوصی بومی، خارجی و مالکیت دولتی با صرف نظر از تعداد مالکان در هر یک از این طبقه‌بندی‌های مالکیت (۲) هشت نوع اصلی تنها از بزرگ‌ترین مالکان (SLOs)^۳ و تمرکز مالکیت با این SLO ها.

¹ Kocenda and Jan Svejnar (2002)

^۲ ارزیابی، تفاوت بین حد بینهایت تخمین گر یک پارامتر و مقدار حقیقی آن.

³ Domestic banks and portfolio companies as single largest owners

یافته‌های تجربی این دو محقق دارای چندین مفاهیم اصلی می‌باشد. اول اینکه هیچ‌کدام از طبقه‌بندی‌های تراکم (تمرکز) مالکیت خصوصی بومی یا خارجی اثری بر نرخ تغییر درآمد فروش در مقایسه با بنگاه‌های مورد تملک دولت نمی‌کند. دوم، اکثریت مالکان خارجی و بومی و هم‌چنین مالکان توزیع یافته (پراکنده)، سوددهی مرتبط با اکثریت بنگاه‌های تحت تملک دولت را افزایش می‌دهند. بنگاه‌های خصوصی بومی چنین کاری را حداقل به صورت جزئی با کاهش نرخ رشد هزینه نیروی کار انجام می‌دهند در حالی که بنگاه‌های خارجی، بنگاه‌های خصوصی بومی با تمرکز مالکیت کم و بنگاه‌هایی با مالکیت توزیع یافته، به طور فرضی چنین کاری را با کاهش هزینه‌های غیر نیروی کار یا ایجاد درآمد از دیگر زمینه‌های غیر از درآمدهای فروش انجام می‌دهند. از این رو، به جای افزایش سوددهی از طریق فروش بیشتر، به نظر می‌رسد که بنگاه‌های خارجی و بومی خصوصی چنین کاری را از طریق بازسازی تدافعی (کاهش نیروی کار و فرضاً هزینه‌های غیر نیروی کار) و با ایجاد درآمد از دیگر منابع انجام می‌دهند. سوم، بنگاه‌هایی با مالکیت توزیع یافته اثر مثبت بیشتری را بر سود به جا می‌گذارند تا بنگاه‌هایی با هر نوع مالکیت بیشتر متمرکز شده. چهارم، دولت از طریق ضبط یک سهم طلایی (توانایی و تو کردن تصمیمات مدیریتی خاصی) و هم‌چنین از طریق نقش مهم خود به عنوان یک سهامدار بزرگ، اثر مثبتی بر هزینه نیروی کار دارد. از این رو دولت یک هدف اجتماعی را در طی دوره‌ی بعد از خصوصی‌سازی که بیکاری افزایش یافت، نشان می‌دهد. پنجم، مالکان خارجی با گستره عالی و هم‌چنین متوسط مالکیت به طور یکنواخت اهرم مالی را کاهش دادند، هم‌چنین مالکان بومی نیز چنین کردند. این نشان می‌دهد که مالکیت خصوصی خارجی و بومی منجر به کاهشی در بدهی و یا ریزش سرمایه حقوق صاحبان سهام می‌شود و ممکن است نشان‌دهنده یکی از طریقه‌های افزایش سوددهی در این بنگاه‌ها باشد. ششم، برآوردهای پویای (زمان - تنوع - ضریب) اثرات مالکیت از هم خطی بودن رنج می‌برند، اما تأثیر بر هزینه نیروی کار به صورت U شکل ظاهر می‌شود که از فرضیه

بازسازی توسعه یافته توسط بلانچارد^۱ حمایت می‌کند. هفتم، تجزیه و تحلیل اثر مالکیت از طریق هشت نوع از مالکان بزرگ تنها ارائه کننده‌ی نتایج مکملی به طبقه بندی‌های مالکیت دولت، خارجی و بومی خصوصی است. بزرگ‌ترین مالکیت تنها توسط شرکت‌های صنعتی خارجی و بومی و صندوق‌های سرمایه‌گذاری داخلی و افراد منجر به منافع بیشتری است در حالی که مالکیت شرکت‌های پورتفوی و بانک یا مالکیت دیگر خارجی چنین نیست. هشتم، اثر سود مثبت یک شرکت صنعتی خارجی SLO مرتبط با یک اثر مثبت بر فروش و کاهش در اهرم مالی است. از این رو این SLO های خارجی بازسازی استراتژیک را در تولید و تأمین مالی بدون منحرف شدن از معیارهای مالکیت دولتی از نظر هزینه نیروی کار انجام دادند. نهم، تأثیر SLO با تراکم مالکیت SLO تفاوتی نمی‌کند. این مدرک در تقابل با تمام نظریه‌های اصلی مرتبط با اثر مالکیت متمرکز و توزیع یافته بر عملکرد است؛ و نشان می‌دهد که برای مقیاس‌های خاصی از مالکیت مانند SLO گسترده‌ی تراکم یا توزیع بر عملکرد تأثیر نمی‌گذارد. به‌طور کلی، این نتایج نشان می‌دهد که در دوره‌ی بعد از خصوصی‌سازی، مالکیت خصوصی تمایل داشت تا با عملکرد برتر مرتبط با مالکیت دولتی، از نظر برخی شاخص‌ها ارتباط داشته باشد. برخی اشکال مالکیت خصوصی (مانند بانک‌ها و شرکت‌های پورتفولیو) به‌طور خاص در تجاوز از استانداردهای عملکردی شرکت‌های مورد تملک دولت ناکارآمد هستند و هم‌چنین مالکیت توزیع شده منجر به عملکرد بهتر یا برابر با اشکال مالکیت متمرکز می‌شود.

۳-۳-۲) جایگاه و تأثیر تعاونی سازی بر عملکرد بنگاه‌ها

اصل تعاون بیانگر مسئولیت افراد و بنگاه‌ها در فعالیت‌های اقتصادی درباره یکدیگر است و بر این اساس، این مسئولیت نه تنها مسببان ورشکستگی بنگاه‌های دیگر را پدید نمی‌آورند، بلکه داوطلبانه با کمک‌رسانی و واگذاری فرصت‌های رشد درآمدی به دیگران، از سقوط آن‌ها جلوگیری می‌کند (دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، ص ۱۵۰). پذیرش هریک از انواع مالکیت‌های دولتی، خصوصی و تعاونی، در

¹ Blanchard (1997)

بعد اقتصادی آثار متمایزی را در پی خواهد داشت. در اقتصادی که مبنای آن مالکیت خصوصی است، بنگاه‌های اقتصادی نیز رفتار خود را بر اساس شرط حداکثر کردن سود که در برخی موارد حداکثر رفاه جامعه را تضمین می‌کند، تنظیم می‌کنند. این در حالی است که در اقتصاد دولتی، اصولاً، منافع و رفاه اجتماعی به جای سود فردی حداکثر می‌شود. در این میان اقتصاد تعاونی را شاید بتوان حالتی در نظر گرفت که در آن تابع رضایتمندی حداکثر می‌شود که این عنوانی عام‌تر از منافع فردی و رفاه اجتماعی است و برای آن نیز معیارهای متمایزی مانند چگونگی توزیع درآمد در سطح فردی یا منطقه‌ای قابل تعریف است. بر اساس آنچه از بسیاری از آیه‌ها و روایت‌ها و نیز منابع موجود دیگر در اقتصاد اسلامی استنباط می‌شود، هدف به حداکثر رساندن سود نه به‌طور کلی نهی شده است و نه بی‌قید و شرط پذیرفته شده است (انصاری و همکاران، ۱۳۷۸). از سوی دیگر این هدف فقط به بنگاه‌های خصوصی تعلق ندارد بلکه بنگاه‌های دولتی و تعاونی نیز در برخی مواقع مجازند حداکثر کردن سود را هدف خود انتخاب کنند.

چنانچه پی گیری هدف حداکثر سازی سود به وسیله بنگاه دولتی یا تعاونی تعارضی باهدف حداکثر سازی منافع و رفاه اجتماعی نداشته باشد یا به آن کمک کند امری قابل قبول یا ضروری است. در جهت اجرای اصول ۴۳ و ۴۴ قانون اساسی، دولت مکلف شده است در جهت پدید ساختن تعادل در سهم بخش‌های دولتی، تعاونی و خصوصی در اقتصاد کشور و همچنین افزایش سهم فعالیت‌های اقتصادی بخش تعاونی به منظور کمک به پدید ساختن اشتغال، حمایت‌های لازم را به عمل آورد. در سند چشم‌انداز توسعه کشور نیز افزایش سهم بخش تعاونی در اقتصاد کشور به ۲۵ درصد تا پایان برنامه پنجم، همچنین اقدام مؤثر دولت در پدید ساختن تعاونی‌ها برای بیکاران در جهت اشتغال مولد در اجرای بند ۲ اصل ۴۳ قانون اساسی از هدف‌های کلی بخش تعاونی قرار گرفته است. افزون بر این، ارتقای سهم بخش تعاونی در تولید ناخالص داخلی به ۱۸ درصد در سال ۱۳۸۸ و ۲۵ درصد در سال ۱۳۹۴، پدید ساختن ۲,۴ میلیون فرصت شغلی در قالب ۱۴۱ هزار تعاونی جدید، همچنین افزایش

سهام صندوق تعاون و بانک توسعه تعاون در تسهیلات سرمایه‌گذاری موردنیاز تعاونی‌ها از ۸ درصد در سال ۱۳۸۳ به ۳۰ درصد کل تسهیلات بانکی در سال ۱۳۸۸ از هدف‌های کمی این بخش طی دوره ۸۸-۱۳۸۴ قرار گرفته است (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، ۱۳۸۵) با این‌همه، می‌توان گفت اگرچه بخش تعاون در سال‌های اخیر و در جهت حل مشکلات اقتصادی از جمله اشتغال، موردتوجه قرار گرفته است اما باوجود کامیابی در برخی زمینه‌ها، درزمینهٔ فعالیت‌های صنعتی هنوز جایگاه خود را پیدا نکرده است (سوری، ۱۳۸۴)؛ بنابراین، از آنجاکه دولت در سال‌های بعد از پیروزی انقلاب برخورد مساعد و کارساز خود با بخش تعاون را با اعطای تسهیلاتی برای تعاونی‌های روستایی، پیش‌بینی وام‌های بدون بهره و سود جهت تعاونی‌های اشتغال‌زا در سال‌های اولیه پیروزی انقلاب اسلامی آغاز کرده و به‌تدریج در قانون‌های بودجه سالیانه تبصره‌های متعددی به این امر مهم اختصاص داده است (شیخی، ۱۳۸۷). انتظار می‌رود نسبت به بخش دولتی و به‌ویژه بخش خصوصی از عملکرد بهتر یا دست‌کم برابر با بخش‌های دیگر برخوردار باشد.

۳-۴) بررسی نظری اثر درجه تمرکز بر سودآوری

در طی دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ مطالعات بسیاری پیرامون سودآوری در سطح صنعت انجام شدند. باوجود نتایج متفاوت حاصل از این مطالعات، به‌طورکلی نتیجه عمومی حاکی از یک رابطه مثبت بین تمرکز و سودآوری است. (Weiss, 1974)

بارث وال (۲۰۰۰)^۱، برای تبیین رابطه بین تمرکز و سودآوری، به بررسی ارتباط بین شاخص لرنر به‌عنوان متغیر عملکردی و شاخص هرفیندال به‌عنوان متغیر ساختار (تمرکز) می‌پردازد. برای بررسی ارتباط بین این دو شاخص، فرض می‌کنیم که بازاری شامل n بنگاه است، قیمت در این بازار برای بنگاه‌ها ثابت در نظر گرفته‌شده است، بنابراین، تابع تقاضای بازار به‌صورت زیر است:

$$P = f(Q) = f(q_1 + q_2 + \dots + q_n) \quad (1 - 3)$$

¹ Barthwal, (2000)

در این حالت درآمد نهایی هر بنگاه به صورت زیر محاسبه می شود:

$$MR_i = \frac{\partial TR_i}{\partial q_i} = P \left[1 + \frac{q_i}{P} \cdot \frac{\partial P}{\partial Q} \right] \quad (2 - 3)$$

با بازنویسی رابطه فوق می توان رابطه بین درآمد نهایی و کشش را به صورت زیر به دست آورد:

$$MR_i = \frac{\partial TR_i}{\partial q_i} = P \left[1 + \varepsilon_{P.Q} \cdot \frac{q_i}{Q} \right] \quad (3 - 3)$$

با ساده سازی رابطه بالا داریم:

$$MR_i = P \left[1 + \sum_{i=1}^n \left(\frac{q_i}{Q} \right)^2 e_p \right] \quad (4 - 3)$$

در رابطه (4-3)، مقدار $\sum_{i=1}^n \left(\frac{q_i}{Q} \right)^2$ با شاخص هرفیندال برابر است. بنابراین با جایگذاری آن در رابطه

(3-3)، رابطه زیر حاصل می شود:

$$MR_i = P [1 + H \cdot e_p] \quad (5 - 3)$$

برای به دست آوردن رابطه بین شاخص لرنر و شاخص هرفیندال کافی است از رابطه (۴) سمت چپ

شاخص لرنر را بر حسب شاخص هرفیندال به صورت زیر محاسبه نماییم. بنابراین خواهیم داشت:

$$MR_i = P + PH \cdot e_p \quad (6 - 3)$$

با بازنویسی رابطه فوق به صورت $P - MR = -PH \cdot e_p$ و سپس تقسیم طرفین آن بر متغیر قیمت، و

از برابری درآمد نهایی با هزینه نهایی رابطه زیر حاصل می شود:

$$\frac{(P - MC)}{P} = -H \cdot e_p \quad (7 - 3)$$

بنابراین، براساس رابطه فوق، ملاحظه می شود که یک رابطه مستقیم بین شاخص تمرکز و حاشیه

سود (شاخص عملکرد بازار) برقرار می باشد.

تمرکز بازار یک بعد مهم ساختار بازار است زیرا هم قدرت بازار رقبا و هم فرصت را برای انتخاب

مصرف کننده تعیین می کند. شاخص های تعیین کننده درجه تمرکز بازار عبارتند از:

۳-۴-۱) معکوس تعداد بنگاه های بازار: این شاخص، ساده ترین شاخص تمرکز می باشد و کافی است

که تعداد بنگاه های بازار را معکوس نموده تا اندازه تمرکز بر حسب این شاخص محاسبه شود. برای

مثال، اگر در صنعت ۲۰ بنگاه فعالیت نمایند، اندازه تمرکز بر حسب این شاخص معادل ۰,۰۵ خواهد

بود. این شاخص صرفاً به تعداد بنگاه ها توجه دارد و به مسئله نحوه توزیع بازار بین آن ها بی توجه است

و در واقع این شاخص به اصل انتقال، حساس نمی باشد (خداداد کاشی، ۱۳۹۳).

۳-۴-۲) نسبت تمرکز چهار بنگاه (CR4): این شاخص یک جمع بندی خطی از سهم بازار چهار

بنگاه بزرگ در بازار است. معادله نسبت سهم بازار چهار بنگاه برتر به صورت زیر می باشد.

$$I_4 = \sum_{i=1}^4 S_i$$

سهم بازار توسط S_i نشان داده می شود که به صورت زیر محاسبه می شود:

$$S_i = 100 * q_i / Q$$

توجه داشته باشید که سهم بازار نسبت تراکم چهار بنگاه به درصد واحد می باشد.

۳-۴-۳) شاخص هرفیندال-هیرشمن (HHI)^۱: این شاخص جمع مربع تمام سهم های بنگاه های

بازار می باشد. معادله HHI در زیر نشان داده شده است. به دلیل اینکه جمع مجذور است، HHI می

تواند اثر نابرابری سهم بازار میان بنگاه ها تشخیص دهد حتی اگر جمع خطی یکسان باشد. HHI می

تواند مشکل نسبت تمرکز چهار بنگاه را حل کند. به این دلیل برای اندازه گیری تمرکز بازار HHI

بیشتر از نسبت تمرکز چهار بنگاه استفاده می شود. یکی از مشکلات HHI این است که داده های

^۱ herfindahl-hirschman index

تمام بنگاه ها را نمی شناسد. این مشکل همچنین در نسبت تمرکز چند بنگاه (بیشتر از ۴ بنگاه) نیز وجود دارد.

$$HHI = \sum_{i=1}^N (s_i)^2$$

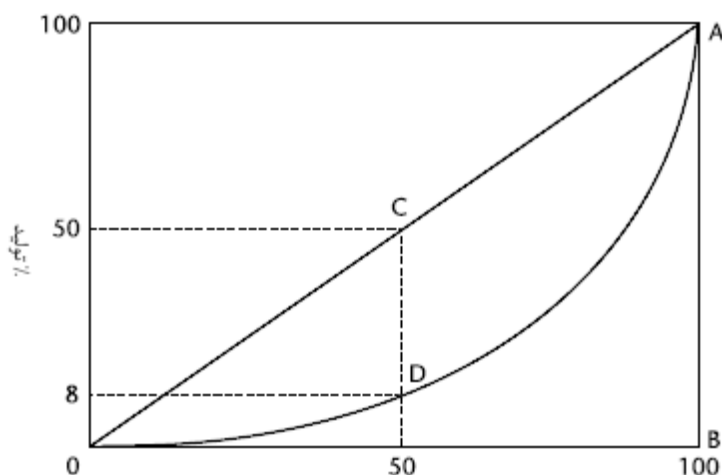
یکی دیگر از شاخص های مرتبط شاخص لرنر^۱ (۱۹۳۴) است، که شاخصی برای اندازه گیری قدرت بازار انحصاری می باشد و با نماد φ نشان داده شده به صورت زیر تعیین می شود:

$$\varphi = (P - MC)/P$$

که P قیمت در بازار است و هزینه های حاشیه ای با MC نشان داده شده است (sheble, 1999).

۳-۴-۴) **منحنی لورنز:** برای نشان دادن سهم صنعت اختصاص داده شده توسط نسبت های مختلف بنگاه ها در صنعت است. یک نمونه از منحنی لورنز در شکل زیر نشان داده شده است. محور عمودی درصد تولید صنعت را تحت تمرکز بنگاه ها از کوچک به بزرگ نشان می دهد، در حالی که محور افقی نشان دهنده درصد بنگاه های انباشته شده از کوچک به بزرگ می باشد. خط OA خط برابری مطلق نامیده می شود. اگر اندازه بنگاه با این خط رسم شود بنابراین اندازه تمام بنگاه ها برابر است. اگر اندازه بنگاه از امتداد منحنی خط برابری مطلق منحرف شود، بنابراین اندازه بنگاه ها برابر نخواهد بود. در نقطه C روی نمودار ۵۰ درصد از بنگاه ها ۵۰ درصد از تولید صنایع را به خود اختصاص داده اند. در نقطه D ۵۰ درصد از بنگاه ها فقط ۸ درصد از تولید کل صنعت را تشکیل می دهند (Wilson & Lipczynsk, 2004).

¹ lerner indexes



% بنگاه (از کوچک به بزرگ مترکم شده)

شکل ۳-۱ منحنی لورنز

۳-۵) بررسی نظری اثر سهم بازار بر سودآوری

فینی و راجرز^۱ (۱۹۹۹) به طرح نظریه و مرور بر شواهد تجربی پیرامون رابطه نسبتاً پیچیده بین سهم بازار و سودآوری پرداختند. درحالی که بسیاری از نظریه‌های پایه، معتقد بودند که سهم بازار بالاتر، باعث افزایش سودآوری می‌شود، آن‌ها بیان کردند که ممکن است این رابطه مستقیم نباشد و یک رابطه U شکل بین سهم بازار و سودآوری یافتند. به طوری که سطح بالای سوددهی با بیش از ۳۰ درصد از سهم بازار در ارتباط است. به این معنی که زمانی که سودآوری افزایش می‌یابد سهم بازار از ۳۰ درصد فراتر می‌رود و زمانی که سودآوری کاهش می‌یابد سهم حدوداً به ۳۰ درصد می‌رسد.

به طور کلی مطالعات انجام شده از دهه ۱۹۷۰ نشان می‌دهند که سهم بازار رابطه مثبت و معناداری با نرخ بازده دارد و این اثر بر هرگونه ارتباط بین تمرکز - سودآوری حاکم است. گرچه مک‌دونالد^۲ (۱۹۹۹) دریافتن رابطه معنادار میان سودآوری و سهم بازار در بنگاه‌های تولیدی استرالیا با شکست مواجه شد اما به یک رابطه تمرکز - سودآوری مثبتی همان گونه که پیش‌تر گفته شد، دست یافت.

^۱ Feeny & Rogers

^۲ MacDonald

۳-۶) بررسی نظری اثر تبلیغات بر سودآوری

بسیاری از اقتصاددانان، ارتباط بین تبلیغات و سودآوری را یک رابطه مستقیم می‌دانند. مطالعات نظری زیادی، این موضوع را تأیید می‌کند. یکی از این مطالعات، توسط درفمن و استینر^۱ انجام شده است. که در ادامه به مرور آن پرداخته شده است.

۳-۶-۱) شرایط درفمن-استینر

مدل درفمن-استینر توسط موریس^۲ (۱۹۹۱) و به صورت زیر به بررسی سطحی از تبلیغات که متضمن حداکثر سود برای بنگاه است، می‌پردازد. مدل درفمن-استینر بر اساس فرضیات زیر است:

۱. هیچ وقفه زمانی در تأثیر تبلیغات بر فروش شرکت وجود ندارد.
 ۲. از سوی شرکت‌های رقیب در بازار، واکنشی در مقابل تبلیغات شرکت تبلیغ‌کننده و قیمت تولیدات شرکت رقیب وجود ندارد.
 ۳. اطلاعات کامل در خصوص کشش‌های مربوط به تبلیغات و تقاضا وجود دارد.
- همچنین شرایط بازار در مدل درفمن-استینر عبارت است از:
- الف- شرکت تنها یک قیمت برای محصولش تنظیم می‌کند.
- ب- شرکت از طریق تحقیقات بازار، می‌داند که تقاضایش تابعی از قیمت محصول و سطح تبلیغاتش است. به عبارتی دیگر:

$$Q = Q(A, P) \quad (8 - 3)$$

به طوری که Q مقدار، P قیمت و A تعداد دفعاتی است که بنگاه تبلیغات انجام می‌دهد.

پ- تبلیغات یک هزینه ثابت است.

¹ Dorfman-Steiner

² Moriss

ت- شرکت می تواند قیمت و سطح تبلیغات را تعیین کند.

۳-۶-۲) سطح بهینه تبلیغات

سطح بهینه تبلیغات، منظور سطحی است که حداکثر سود را برای بنگاه به دنبال خواهد داشت. این

سطح در مدل درفمن-استینر (۱۹۴۵) بررسی شده است و این مدل بر اساس فرضیاتی که در بالا

مطرح شد بناگرم دیده است. باتوجه به این شرایط، برای پیدا کردن سطح بهینه تبلیغات داریم:

$$\pi = [P \cdot Q(P, A)] - [C(Q) + A] \quad (9 - 3)$$

که در آن A هزینه تبلیغات، $Q(P, A)$ سطح فروش بنگاه می باشد.

بنگاه تاجایی تولید می کند که درآمد نهایی حاصل از تولید یک واحد اضافی، برابر با هزینه نهایی آن

شود.

$$MR(A) = MC(A) \quad (10 - 3)$$

حال به منظور محاسبه هزینه نهایی تبلیغات می بایست درآمد نهایی تبلیغات را مساوی کل هزینه

نهایی تبلیغات قرار داد.

$$MC_t(A) = MC(A) + MC(Q) \quad (11 - 3)$$

اگر تقاضای مصرف کننده ای که تحت تاثیر تبلیغات قرار گرفته است، به صورت زیر باشد:

$$q = a - bp \quad (12 - 3)$$

تعداد مصرف کننده هایی که از طریق تبلیغات مطلع شده اند، بستگی به سطح مخارج تبلیغات دارد (A).

بنابراین تقاضای کل چنین است:

$$Q = n(A)(a - bp) \quad (13 - 3)$$

از رابطه فوق $p = \frac{a}{b} - \frac{Q}{[b \cdot n(A)]}$ که اگر $B = \frac{1}{b}$ و $D = \frac{a}{b}$ سود تولید کننده عبارت خواهد بود از:

$$\pi = DQ - \frac{BQ^2}{n(A)} - C(Q) - A \quad (14 - 3)$$

شرط لازم برای حداکثرسازی سود آن است که مشتق رابطه فوق برابر صفر گردد. لذا سطح بهینه تولید، وقتی که تبلیغات داریم به صورت زیر است:

$$Q^* = (D - C) \cdot \frac{n(A)}{2B} \quad (15 - 3)$$

$$P^* = \frac{D + C}{2} \quad (16 - 3)$$

اگر فرض شود مخارج تبلیغات (A) بنگاه یک واحد افزایش یابد، در اینصورت مقدار فروش افزایش می یابد چون تابعی از سطح تبلیغات است. اما P^* مستقل از سطح تبلیغات می باشد. بنابراین برای واحدهای فروش رفته، بنگاه به میزان $(P^* - C)$ بدست خواهد آورد. بنابراین درآمد حاصل از یک واحد تبلیغات بیشتر، عبارتست از:

$$R(A) = Q_A(P^* - C) \quad (17 - 3)$$

که در آن Q_A میزان واحدهای فروخته شده به ازای یک واحد تبلیغ بیشتر می باشد

۷-۳) بررسی نظری اثر تحقیق و توسعه بر سودآوری

در بسیاری از مطالعات، هزینه تحقیق و توسعه یکی از عوامل مهم تاثیرگذار بر سودآوری بنگاههاست و نظرات متفاوتی در این زمینه ارائه شده است.

گراهام و فرانکن برگر^۱ (۲۰۰۰) در مقاله خود تحت عنوان سهم تغییرات در هزینه تبلیغات در سودآوری و ارزش بازار، رابطه لو و سوگیانس (۱۹۹۶) را مورد استفاده قرار داده اند. این رابطه دارایی ها را در دو دسته فیزیکی و غیر فیزیکی در نظر گرفته است و رابطه آنها را با سودآوری به صورت زیر نشان می دهد:

$$Earning = g(Tassets_{it}, Lassets_{it}) \quad (18 - 3)$$

¹ Graham & Frankenberger

در این رابطه، $Earning$ بیانگر سودآوری، $Tassets_{it}$ دارایی های فیزیکی و $Lassets_{it}$ دارایی های غیر فیزیکی را نشان می دهد. به دلیل ضرورت در نظر گرفتن هزینه های تبلیغات و تحقیق و توسعه در سودآوری، سودآوری در هر سال تا حدودی از طریق مخارج مربوط به سال قبل یا سال جاری قابل تعیین است. بر این اساس معادله فوق به صورت زیر تعمیم داده می شود.

$$Earning = g(ATGassets, RDassets, ADassets) \quad (19 - 3)$$

در رابطه فوق، $ATGassets$ نشان دهنده دارایی های فیزیکی و غیر فیزیکی، $RDassets$ مخارج تحقیق و توسعه و $ADassets$ مخارج تبلیغات است. لو و سوگیانسی^۱ (۱۹۹۶) مخارج مربوط به تحقیق و توسعه را به صورت $\sum \eta_{i,t-k} RD_{i,t-k}$ نشان داده اند. که در آن $\eta_{i,t-k}$ سهم دلار صرف شده در سال $t-k$ و $k = 0, 1, \dots, n$ می باشد. با جایگذاری این تعریف در معادله (۲)، رابطه سودآوری به صورت زیر تبدیل می شود:

$$Earnings = g(ATGassets, \sum \eta_{i,t-k} RD_{i,t-k}, \sum V_{i,t-k} AD_{i,t-k}) \quad (20 - 3)$$

بنابراین معادله رگرسیونی معادله سودآوری به فرم زیر است:

$$Earnings = \beta_0 + \beta_1 ATGassets + \beta_2 RD + \beta_3 AD + e \quad (21 - 3)$$

در معادله فوق، سودآوری به عنوان درآمد عملیاتی قبل از کسر استهلاک، مخارج تبلیغات و هزینه های تحقیق و توسعه محاسبه می شود. درآمد عملیاتی (تفاضل درآمد حاصل از فروش و هزینه های فروش) به عنوان معیاری برای سودآوری منابع فیزیکی و غیر فیزیکی مورد استفاده واقع می شود.

¹ Lev and Sogiannis

فصل چهارم - روش تحقیق و تحلیل داده ها

۴-۱) مقدمه

در تحلیل‌های اقتصادسنجی داده‌ها را به سه نوع داده تقسیم‌بندی می‌نمایند که عبارت‌اند از: داده‌های سری زمانی، داده‌های مقطعی و داده‌های ترکیبی (پنل دیتا). داده‌های ترکیبی دارای دو بعد زمان و مقطع می‌باشند که هم ویژگی داده‌های مقطعی و هم ویژگی داده‌های سری زمانی را دارا می‌باشند. در طول چند سال اخیر استفاده از داده‌های ترکیبی رشد چشم‌گیری داشته است. علت این رشد را نیز می‌توان در ماهیت این داده‌ها دانست؛ داده‌هایی که در آن برای هر مقطع در دوره‌های زمانی مختلف مشاهدات گوناگونی وجود دارد همین سبب جذابیت آماری این نوع داده‌ها گردیده است. همچنین از سوی دیگر پیشرفت‌های روزافزون در الگوسازی این نوع داده‌ها، روش‌های گوناگون برآورد ضرایب و انواع آزمون‌ها و از همه مهم‌تر افزایش چشم‌گیر سرعت رایانه‌ها و انواع بسته‌های نرم‌افزاری سبب علاقه محققان به استفاده از این نوع داده‌ها گردید (کتاب اقتصادسنجی داده‌های تابلویی، رنج پور و کریمی). از دیگر عوامل مؤثر بر این رشد می‌توان توسعه نظریه‌های اقتصادی را برشمرد که در آن‌ها پویایی‌ها و نیز ناهمگنی‌های موجود در رفتار عوامل اقتصادی دقیق‌تر و عمیق‌تر بررسی می‌شود. واضح است که با توجه به ماهیت دووجهی این داده‌ها، چنین نظریه‌هایی را می‌توان با استفاده از این نوع داده‌ها بهتر و دقیق‌تر مورد آزمون قرارداد (نرولا و بلاسترا، ۱۹۹۵).

۴-۲) مدل‌های رگرسیونی داده‌های ترکیبی

در اقتصادسنجی معمولاً تغییرات یک متغیر (y) بر حسب تعدادی از متغیرها (X ها) که باعث تغییرات y می‌شوند، توضیح داده می‌شود و همچنین در مدل‌های داده‌های ترکیبی، متغیرها را هم در میان مقاطع جامعه آماری و هم در طول زمان اندازه‌گیری می‌کنند. این کار اغلب در قالب یک تابع انجام می‌شود:

$$y_i = f(x_{ki}); \quad k = 1, 2, \dots, K; \quad i = 1, 2, \dots, N \quad (1-4)$$

اندیس k تعداد متغیرهای توضیح‌دهنده و اندیس i تعداد مشاهداتی که از هر متغیر موجود است را نشان می‌دهد و تابع فوق معمولاً به شکل خطی زیر در نظر گرفته می‌شود:

$$y_i = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_k x_k + \varepsilon_i \quad (2 - 4)$$

و مدل ماتریسی آن به صورت زیر است:

$$y_{it} = x_{it}\beta + \varepsilon_{it}; \quad i = 1, 2, \dots, N; \quad t = 1, 2, \dots, T \quad (3 - 4)$$

اندیس i ، برای افراد یا مقاطع (تعداد N) و اندیس t برای زمان (از ۱ تا T) در نظر گرفته شده است.

مجموعه داده‌ای پانل دیتا مزایای بسیاری نسبت به داده‌های مقطعی یا سری زمانی دارد. مهم‌ترین مزیت‌های آن این است که: داده‌های مقطعی یا سری زمانی صرف، ناهمسانی‌های فردی را لحاظ نمی‌کنند که می‌تواند سبب گردد تا تخمین دارای تورش شود، اما در روش داده‌های ترکیبی می‌توان با لحاظ کردن متغیرهای مخصوص انفرادی این ناهمسانی‌ها را رفع کرد. داده‌های ترکیبی دارای اطلاعات بیشتر، تغییرپذیری بیشتر، هم خطی کمتر، درجه آزادی و کارایی بالاتری نسبت به داده‌های سری زمانی و مقطعی می‌باشند. به‌ویژه یکی از راه‌های کاهش هم خطی ترکیب داده‌های مقطعی و سری زمانی می‌باشد.

با مجموعه داده‌های تابلویی می‌توان اثراتی را شناسایی و اندازه‌گیری کرد که در داده‌های مقطعی یا سری زمانی محض قابل شناسایی نیست. گاهی استدلال می‌شود که داده‌های مقطعی رفتارهای کوتاه-مدت را نشان می‌دهند در حالی که در داده‌های سری زمانی بر اثرات بلندمدت تأکید می‌شود. با ترکیب این دو خصوصیت در داده‌های ترکیبی، ساختار عمومی‌تر و پویاتری را می‌توان تصریح و برآورد نمود.

۳-۴) برآورد مدل داده‌های ترکیبی در حالت تفاضل مرتبه اول

برای برآورد ضرایب در الگوهای که در آن اثرات ویژه مقطعی دارای همبستگی با متغیرهای توضیحی هستند، حذف اثرات ویژه از طریق نوشتن الگو به صورت تفاضل مرتبه اول امکان‌پذیر است:

$$y_{nt} - y_{n,t-1} = \sum_{k=1}^k \beta_k (x_{knt} - x_{kn,t-1}) + \omega_{nt} - \omega_{n,t-1}; \quad n = 1, 2, \dots, N; \quad t = 1, 2, \dots, T \quad (4 - 4)$$

فرم ماتریسی آن به صورت زیر می تواند نوشته شود:

$$Dy = DX\beta + D\omega \quad (5 - 4)$$

در حالت برونزا بودن متغیرهای توضیحی مدل نتایج حاصل از برآورد روش OLS بدون تورش خواهد بود. با در نظر گرفتن خودهمبستگی اجزاء خطای الگوی تبدیلی (۳-۵) برآوردگر GLS می تواند خیلی کاراتر از برآوردگر OLS باشد.

۴-۴) تخمین ضرایب با استفاده از برآوردهای متغیرهای ابزاری

مشکل همبستگی بین متغیرهای توضیحی و اثرات ویژه مقطعی با استفاده از تفاضل مرتبه اول متغیرها رفع خواهد شد؛ اما ضرایب متغیرهایی که در طول زمان ثابت هستند، تخمین زدن نیستند. به این علت لازم است از برآوردهای استفاده شود که از طریق آن بتوان تمامی ضرایب الگو را برآورد کرد. با توجه به ماهیت مسئله، همبستگی اثرات مقطعی با متغیرهای توضیحی الگو را - که یک مشکل کلاسیک در اقتصادسنجی است - می توان با استفاده از روش های مبتنی بر به کارگیری متغیرهای ابزاری رفع کرد.

۴-۵) آزمون سارجان-هانسن^۱

سازگار بودن برآوردهای به دست آمده از برآوردهای متغیرهای ابزاری به فرض نبود همبستگی بین متغیرهای ابزاری انتخاب شده با اجزای خطای مدل بستگی دارد؛ که لازم است این فرض مورد آزمون قرار گیرد. برای این کار می توان از آزمون سارجان-هانسن استفاده کرد. فرض صفر این آزمون بیان می کند که متغیرهای ابزاری به صورت مجانبی با اجزاء خطای الگو همبستگی ندارند لذا می توانند ابزارهای معتبری برای برآورد ضرایب تشکیل دهند. در صورت صحیح بودن این فرضیه، می توان ضرایب را با استفاده از برآوردهای متغیرهای ابزاری برآورد کرد. آماره این آزمون به صورت زیر محاسبه می شود:

$$Q_s = \hat{u}'Z(\widehat{Var}(\widehat{Z}'_u))^{-1}Z'\hat{u} \quad (6 - 4)$$

^۱ Sargan-Hansen

Q_s تحت فرض H_0 ، دارای توزیع χ^2 با درجه آزادی $(p - (K + 1))$ می‌شود. \hat{u} برابر با

$\hat{u} = y - X\hat{\beta} - S\hat{c}$ بوده و نشان‌دهنده اجزاء خطای مدل (تبدیل‌شده برای استفاده از متغیرهای

ابزاری) است. P نشان‌دهنده تعداد متغیرهای ابزاری تشکیل‌دهنده ماتریس Z (یا تعداد شرط‌های

متعامدی) و $(K + 1)$ نیز تعداد برآورد شده مدل است.

۴-۶) الگوهای پویا

با توجه به ماهیت برخی از مسائل اقتصادی، عوامل متعددی همچون وجود انتظارات و تعدیلات سبب

پویا شدن ساختار الگوهای مربوط می‌شوند که در آن‌ها متغیرهای وابسته با وقفه‌هایی وارد مدل می-

شود. یکی از محدودیت‌های اساسی پیش روی محققان محدودیت آماری است. این امر باعث شد

استفاده از تکنیک با داده‌های تابلویی ایستا با محدودیت زمانی اطلاعات روبه‌رو شود و برای رفع این

نقصه رویکرد داده‌های تابلویی پویا پیشنهاد شود. همچنین همان‌طور که قبلاً نیز بیان شد، ضرایب

حاصل از اعمال برآوردگر OLS روی الگو در حالت تفاضل مرتبه اول سازگار نمی‌باشند. برای رفع این

مشکل معمولاً از برآوردگرهای مبتنی بر متغیرهای ابزاری یا برآوردگر گشتاورهای تعمیم‌یافته^۱

(GMM) استفاده می‌شود.

۴-۶-۱) برآوردگر آرلانو و باند^۲

روش‌های داده‌های ترکیبی پویای خطی شامل P وقفه از متغیر وابسته و همچنین شامل اثرات غیرقابل

مشاهده ترکیبی اثرات ثابت و اثرات تصادفی می‌شوند. اثرات غیرقابل مشاهده داده‌های ترکیبی

همبستگی با وقفه متغیرهای وابسته دارند که باعث ایجاد برآوردگرهای ناسازگار می‌شوند. آرلانو و باند

(۱۹۹۱) برآوردگر گشتاوری تعمیم‌یافته سازگاری برای پارامترهای این مدل ایجاد کردند.

^۱ generalized method of moments

^۲ Arellano & Boand

آندرسون و هسیائو^۱ (۱۹۸۱ و ۱۹۸۲) پیشنهاد کردند که استفاده از وقفه‌های بیشتر از سطح و یا تفاضل متغیر وابسته جهت استفاده به‌عنوان متغیر ابزاری بکارگرفت که از طریق تفاضل‌گیری مرتبه‌اول باعث رفع اثرات مقطعی پنلی می‌شوند. آرانو و باند با استفاده از این ایده و با توجه به اینکه در حالت کلی تعداد زیادی متغیر ابزاری وجود دارند، مدل خود را ساختند.

به‌طور کلی، روش آرانو و باند برآوردگر گشتاوری تعمیم‌یافته برای مدل‌های ترکیبی پویا می‌باشد که از تفاضل مرتبه اول متغیر وابسته به‌عنوان متغیر ابزاری استفاده می‌کند. همچنین این روش با تفاضل‌گیری مرتبه‌اول از معادله رگرسیون، ناهمسانی مربوط به داده‌های ترکیبی را برطرف می‌کند. این روش برای داده‌های تلفیقی با دوره زمانی کم و مقاطع زیاد که خطاهای باقی‌مانده رگرسیون دارای خودهمبستگی نباشند، مناسب است.

۷-۴) روش گشتاورهای تعمیم‌یافته (GMM)

یکی از پرکاربردترین مدل در تحقیقات و پروژه‌های تجربی، مدل گشتاورهای تعمیم‌یافته می‌باشد. در اینجا ابتدا به‌طور مختصر روش گشتاورها توضیح داده‌شده و در ادامه به توضیح گشتاورهای تعمیم‌یافته پرداخته می‌شود.

۱-۷-۴) روش گشتاورها

روش گشتاورها یک تکنیک تخمین است که بیان می‌کند پارامترهای مجهول باید از طریق انطباق گشتاورهای جامعه (که توابعی از پارامترهای مجهول می‌باشند) با گشتاورهای نمونه‌ای مناسب تخمین زده‌شوند. برای تعریف شرایط گشتاوری ابتدا فرض می‌کنیم نمونه‌ای از مشاهدات شامل $\{x_t: t = 1, \dots, T\}$ داریم درحالی‌که یک پارامتر مجهول $p \times 1$ بردار θ با اندازه حقیقی θ_0 را تخمین بزنیم.

¹ Anderson & Hsiao

فرض بر این است که $f(x_t, \theta)$ یک بردار $q \times 1$ پیوسته و تابعی از θ باشد و $E(f(x_t, \theta))$ نیز وجود داشته و برای همه t, θ تعریف شده است. بر این اساس شرایط گشتاوری بصورت زیر است.

$$E(f(x_t, \theta)) = 0 \quad (7 - 4)$$

به عنوان مثال هرگاه نمونه $\{x_t: t = 1, \dots, T\}$ از یک توزیع گاما $\gamma(p^*, q^*)$ به اندازه های حقیقی

$q^* = q_0^*, p^* = p_0^*$ داشته باشیم، روابط میان گشتاورهای این توزیع و پارامترهای آن عبارتند از:

$$E(x_t) = \frac{p_0^*}{q_0^*} \quad (8 - 4)$$

$$E(x_t - E(x_t))^2 = \frac{p_0^*}{q_0^{*2}} \quad (9 - 4)$$

بر اساس تعاریف قبل داریم:

$$f(x_t, \theta) = (x_t - \frac{p^*}{q^*}, (x_t - \frac{p^*}{q^*})^2 - \frac{p^*}{q^{*2}}), \theta = (p^*, q^*) \quad (10 - 4)$$

شرایط گشتاوری عبارتند از:

$$E(F(x_t, \theta_0)) = 0 \quad (11 - 4)$$

حال بررسی می کنیم که چگونه یک پارامتر بردار θ با استفاده از شرایط گشتاوری داده شده در قسمت

قبل تخمین زده می شود. در اولین مورد درجایی که θ کاملاً تعریف شده است، به وسیله شرایط

گشتاوری $p = q$ قرار داده می شود. سپس شرایط گشتاوری $E(F(x_t, \theta_0)) = 0$ ، یک مجموعه

از معادلات p را برای مجهولات p ارائه می دهد. حل این معادلات با لحاظ نمودن شرایط گشتاوری،

اندازه θ را تعیین می کند به این ترتیب می توانیم به اندازه حقیقی θ_0 برسیم. با این وجود نمی توانیم

$E(F(0,0))$ را مشاهده نماییم و فقط $f(x_t, \theta)$ را داریم. روش معمول برای ادامه فرآیند این است

که گشتاورهای نمونه ای $f(x_t, \theta)$ را تعریف نماییم:

$$F_T(\theta) = T^{-1} \sum_{t=1}^T f(x_t, \theta) \quad (12 - 4)$$

بدین صورت روش گشتاورها برآوردگری از $E(f(x_t, \theta))$ را ارائه می‌دهد. اگر گشتاورهای نمونه‌ای برآوردهای مناسبی از گشتاورهای جامعه ارائه دهند انتظار داریم که برآوردگر $\hat{\theta}_t$ که از شرایط گشتاوری نمونه $F_T(\theta) = 0$ حاصل می‌شود، برآوردگر خوبی از اندازه حقیقی θ_0 که از شرایط گشتاوری جامعه $E(f(x_t, \theta)) = 0$ حاصل می‌شود، به دست دهد.

۴-۷-۲) تخمین روش تعمیم‌یافته گشتاورها

برآوردگر GMM هنگامی که پارامترهای θ به واسطه شرایط گشتاوری بیش از حد مشخص شده‌اند مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این مورد، دستگاه معادلات $E(f(x_t, \theta)) = 0$ ، q معادله را برای p مجهول ارائه می‌دهد. که به وسیله θ_0 قابل حل می‌باشد. حال اگر در موارد کاملاً مشخص شده فرآیند را برای به دست آوردن یک برآوردگر ادامه دهیم داریم:

$$F_T(\hat{\theta}_T) = 0 \quad (13 - 4)$$

هنگامی که معادلات q برای مجهولات p وجود دارد، از آنجایی که معادلات بیشتری نسبت به مجهولات داریم بنابراین نمی‌توانیم یک بردار $\hat{\theta}_T$ بیابیم که شرط $F_T(\theta) = 0$ را برقرار نماید. اما می‌توانیم یک بردار $\hat{\theta}_T$ بیابیم که $F_T(\theta)$ را تا حد امکان به صفر نزدیک کند. این بردار می‌تواند با تعریف

$$\hat{\theta}_T = \arg \min_{\theta} Q_T(\theta) \quad (14 - 4)$$

جایی که

$$Q_T(\theta) = F_T(\theta)' A_T F_T(\theta) \quad (15 - 4)$$

و A_T یک ماتریس وزن‌دهنده $p \times p$ معین مثبت و تصادفی می‌باشد، حاصل شود. این نکته لازم به ذکر است که $Q_T(\theta) \geq 0$ می‌باشد و $Q_T(\theta)$ تنها در صورتی برابر با صفر است که $F_T(\theta)$ برابر با

صفر باشد. بنابراین $Q_T(\theta)$ می‌تواند در مورد کاملاً مشخص شده صفر باشد اما در مورد بیش از حد مشخص مثبت است.

با داشتن یک نمونه مشاهدات شامل $\{x_t: t = 1, \dots, T\}$ ، جهت به دست آوردن یک پارامتر مجهول $p \times 1$ ماتریس θ باارزش حقیقی θ_0 ، $E(f(x_t, \theta))$ یک مجموعه از شرایط گشتاوری q می‌باشد و $f_t(\theta)$ نیز گشتاورهای نمونه است. تابع استاندارد زیر را تعریف می‌کنیم:

$$Q_t(\theta) = F_T(\theta)' A_T f_T(\theta) \quad (16 - 4)$$

جایی که A_T یک ماتریس معین مثبت $p \times p$ می‌باشد، تخمین زننده GMM از θ عبارت است از:

$$\hat{\theta}_T = \arg \min_{\theta} Q_T(\theta) \quad (17 - 4)$$

تخمین زننده GMM که با این شرایط به دست می‌آید دارای خواص جانبی سازگاری، نرمال جانبی و کارایی جانبی است.

آرلانو و باند (۱۹۹۱) برآوردگرهای GMM دومرحله‌ای را پیشنهاد کردند. در مرحله اول فرض بر این است که اجزای خطا در طول زمان و برای تمام کشورهای مستقل و دارای واریانس همسان هستند و در مرحله دوم باقی‌مانده‌های به‌دست‌آمده از مرحله اول برای به دست آوردن برآورد سازگاری از ماتریس واریانس-کوواریانس بدون در نظر گرفتن فروض مستقل بودن و همسانی واریانس‌ها استفاده می‌شود. بنابراین برآوردگر دومرحله‌ای به‌طور جانبی نسبت به برآوردگر یک مرحله‌ای دارای کارایی بیشتری است.

برآوردگر GMM بر اساس این شرایط به برآوردگر دومرحله‌ای معروف است. سازگاری این برآوردگر بستگی به معتبر بودن ابزارهای بکار رفته در مدل دارد. برای حل این مشکل آرلانو و باند (۱۹۹۱)، باندل و باند (۱۹۹۸) و آرلانو و باند (۱۹۹۵) آزمون سارگان را ارائه دادند که اعتبار کل ابزارهای بکار رفته در مدل را می‌سنجد.

تخمین‌زننده‌های تفاضلی در نمونه‌هایی که شامل مقاطع اندکی باشند، دارای اشکالاتی است. همان‌طور که باندل و باند (۱۹۹۱) و آرلانو و باند (۱۹۹۵) بیان می‌کنند انحراف معیارهای مجانبی برای برآوردگرهای دومرحله‌ای، تورش به سمت پایین داشته و برآوردگرهای یک مرحله‌ای نسبت به دومرحله‌ای به‌صورت مجانبی حتی در صورت همسان بودن واریانس‌ها اجزای خطا نیز غیرکارا هستند. اگرچه ضرایب برآورد شده توسط برآوردگر دومرحله‌ای در حالت مجانبی بسیار کارا هستند اما استنباط مجانبی با استفاده از انحراف معیار روش یک مرحله‌ای قابل‌اعتمادتر است. این مسئله زمانی که تعداد ابزارهای برابر یا بیشتر از تعداد بخش‌های مقطعی می‌شود، بدتر می‌شود و این سبب تورش به سمت پایین در انحراف معیار و آزمون سارجان می‌گردد. و ممکن است موجب تورش در استنباط مجانبی گردد. برای حل این مشکل دو حالت در نظر گرفته می‌شود؛ ابتدا مرحله اول را در نظر می‌گیریم که درحالی‌که برآوردهای ضرایب کارایی کمتری دارند، انحراف معیارهای مجانبی بدون تورش هستند. سپس تعدادی از متغیرهای کنترلی را به‌طور همزمان وارد مدل می‌کنیم. به‌طور مشخص‌تر، برای مجموعه اطلاعات شرط سیاستی به‌جای این‌که همه متغیرها را به‌طور همزمان وارد کنیم، تنها یک متغیر سیاستی اضافی وارد می‌کنیم. در این حالت تعداد ابزارها از تعداد مشاهدات مقطعی کمتر است. با کمتر بودن تعداد ابزارها مسئله برازش بیش‌ازحد را حداقل کرده و اعتماد را در برآوردگرهای سیستمی دومرحله‌ای حداکثر می‌سازیم.

معمولاً از برآوردگرهای تفاضلی در یک دوره زمانی خاص استفاده می‌شود که این امر منجر به ایجاد ساختار واریانس-کوواریانس انعطاف‌پذیر شرایط گشتاور می‌شود. زیرا فرض این روش این است که تعداد شرایط فراسناسایی با افزایش تعداد دوره‌های زمانی به‌شدت افزایش پیدا می‌کند. درنتیجه برآوردگر دومرحله‌ای سبب ایجاد انحراف معیار با تورش و بالقوه و برازش بیش‌ازحد خواهد شد.

۸-۴) مدل تحقیق و معرفی متغیرها

گرنر و همکاران^۱ (۲۰۰۰) به منظور بررسی اثر نوع مالکیت بر سودآوری از مدل زیر استفاده کردند:

$$prof_t = \beta_0 + \beta_1 adv_t + \beta_2 gasoline_t + \beta_3 mktshr_t + \mu_t \quad (18 - 4)$$

در این مطالعه نیز به منظور بررسی تأثیر مالکیت بر ارزش افزوده مدل فوق را بسط داده و به علت عدم دسترسی به داده‌های متغیر $gasoline_t$ از متغیرهای درجه تمرکز و تحقیق و توسعه استفاده شده است. مدل پیشنهادی این تحقیق به صورت زیر است:

$$VA_{it} = \beta_0 + \beta_1 adv_{it} + \beta_2 ms_{it} + \beta_3 own_{it} + \beta_4 con_{it} + \beta_5 rd_{it} + \mu_{it} \quad (19 - 4)$$

که در آن VA_{it} نشان دهنده ارزش افزوده صنایع مواد غذایی و آشامیدنی، adv_{it} تبلیغات، ms_{it} سهم بازار، own_{it} نوع مالکیت، con_{it} درجه تمرکز و rd_{it} نیز نشان دهنده تحقیق و توسعه در صنایع مواد غذایی و آشامیدنی است.

همچنین در رابطه بالا i بیانگر مقاطع و یا سطوح مختلف صنایع با کد چهاررقمی ISIC و t نشان دهنده دوره زمانی موردنظر، نماد μ_{it} نشانگر خطای برآورد داده‌های ترکیبی و β_0 عرض از مبدأ است.

رهیافت اقتصادسنجی مورد استفاده در این مطالعه بر اساس رویکرد پانل دیتا پویا^۲ است. دلیل استفاده از این روش برای مطالعه حاضر نیز بیشتر بودن تعداد مقاطع مورد مطالعه از بازه زمانی مطالعه می‌باشد که همان‌طور که بوند و بالتاجی بیان نمودند؛ زمانی که تعداد مقاطع از دوره زمانی بیشتر باشد روش GMM داده‌های ترکیبی جواب قابل اعتمادتری به دست می‌دهد (بوند، ۲۰۰۲؛ بالتاجی، ۲۰۰۸).

۸-۴-۱) معرفی متغیرها

درجه تمرکز، یک متغیر ساختاری است و برای محاسبه این متغیر از معکوس تعداد بنگاه‌های بازار استفاده شده است و نماد این متغیر در مدل به صورت CON_{it} می‌باشد.

¹ Greuner & et al (2000)

² Dynamic Panel Data

سهام بازار، یکی از متغیرهای ساختاری بازار در این مدل می‌باشد که معمولاً به صورت نسبت فروش بنگاه به تعداد بنگاه‌های فعال در آن صنعت تعریف می‌شود و نماد آن در این مدل MS_{it} است.

مالکیت، برای تعیین نوع مالکیت هر صنعت شاخص خصوصی‌سازی معرفی می‌شود. شدت خصوصی بودن هر صنعت از رابطه تقسیم تعداد بنگاه‌های خصوصی به کل بنگاه‌های آن صنعت به دست می‌آید و در این مدل با نماد OWN_{it} نشان داده شده است.

چون در این پژوهش، مالکیت تعاونی مدنظر است لذا برای محاسبه متغیر مالکیت، تعداد بنگاه‌های تعاونی در صنعت مورد نظر، به کل بنگاه‌ها تقسیم شده است.

$$\text{شدت تعاونی بودن} = \frac{\text{تعداد بنگاه‌های تعاونی}}{\text{کل بنگاه‌ها}}$$

هزینه تحقیق و توسعه، یک متغیر رفتاری است و نماد آن در مدل، rd_{it} است.

هزینه تبلیغات، یک متغیر رفتاری است و نماد آن در مدل این تحقیق به صورت adv_{it} است.

۹-۴) آمار توصیفی متغیرهای مدل

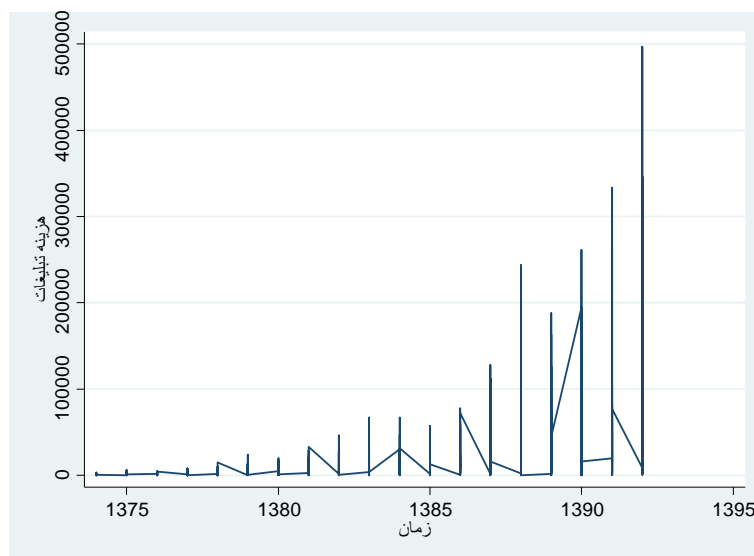
در جدول (۱-۴) میانگین، انحراف معیار و کمترین و بیشترین مقدار هر یک از متغیرهای موجود در مدل آورده شده است.

جدول (۴-۱): آمار توصیفی متغیرهای مدل

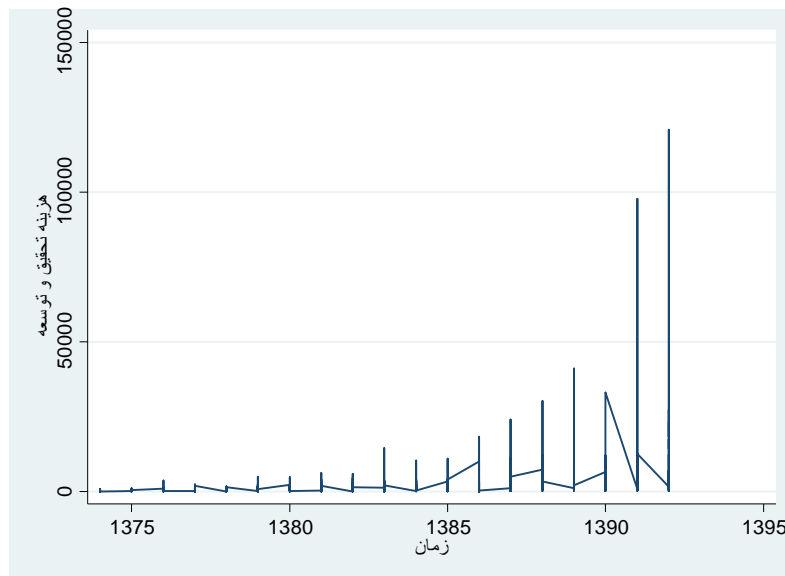
متغیر	میانگین	انحراف معیار	کمترین مقدار	بیشترین مقدار
هزینه تبلیغات	۲۱۴۹۳,۴۱	۵۲۱۱۰,۶۹	۰	۴۹۶۹۵۵
هزینه تحقیق و توسعه	۲۹۵۴,۱۹	۸۷۶۶,۷۸۵	۰	۱۲۰۹۰۲
مالکیت	۰,۰۶۷۲	۰,۰۷۲۵	۰	۰,۷۱۰
ارزش افزوده	۱۲۷۷	۲۴۶۹۱۰۶	۴۰۱۵	۲۹۲۰۰۰۰۰
درجه تمرکز	۰,۰۳۶	۰,۰۶۹۷	۰,۰۰۲	۰,۵
سهم بازار	۰,۲۳۹	۰,۷۰۴	۰,۰۰۰۰۰۰۰۰۳۸۵	۵,۷۲۱

۴-۱۰) نمودار روند سری زمانی متغیرها

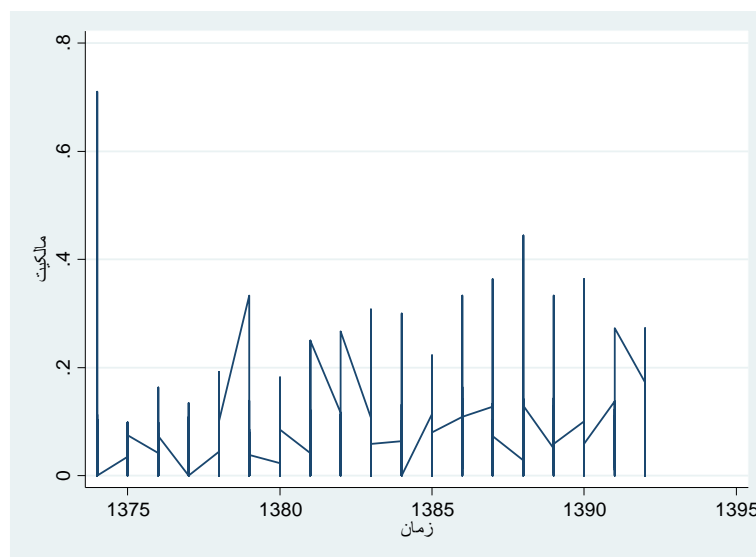
نمودارهای زیر، نمودارهای سری زمانی متغیرهای مدل در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۴ برای ۲۲ دسته فعالیت صنایع غذایی و آشامیدنی ایران می‌باشند و در واقع بیانگر آن هستند که با گذشت زمان روند تغییر این متغیرها به چه صورت است.



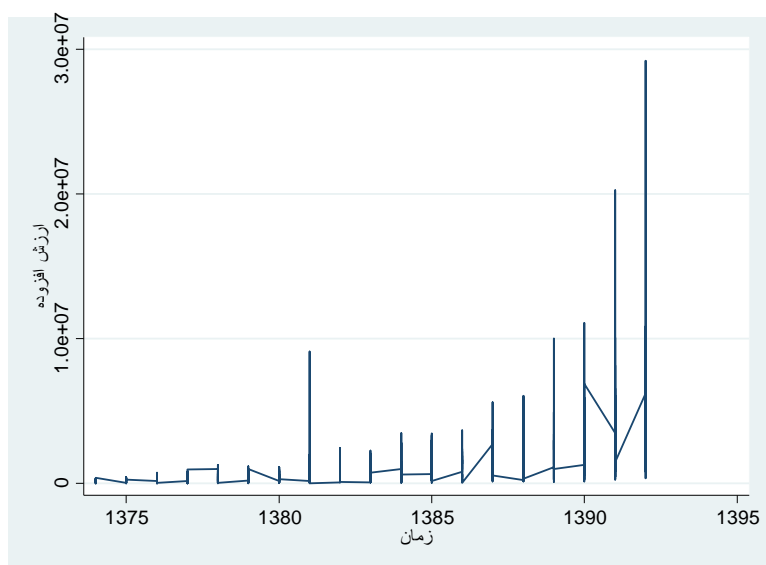
نمودار (۴-۱): نمودار سری زمانی متغیر هزینه تبلیغات در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۴ در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران



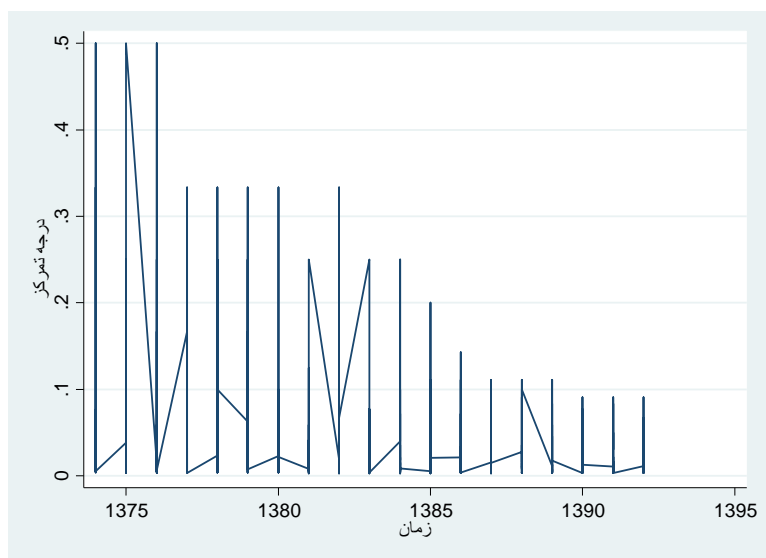
نمودار (۲-۴): نمودار سری زمانی متغیر هزینه تحقیق و توسعه در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۴ در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران



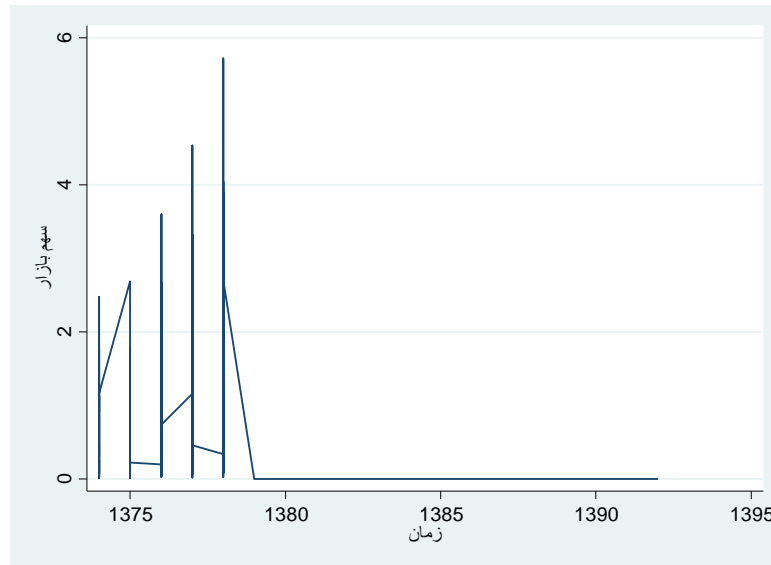
نمودار (۳-۴): نمودار سری زمانی متغیر مالکیت در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۴ در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران



نمودار (۴-۴): نمودار سری زمانی متغیر ارزش افزوده در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۴ در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران



نمودار (۴-۵): نمودار سری زمانی متغیر درجه تمرکز در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۴ در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران



نمودار (۴-۶): نمودار سری زمانی متغیر سهم بازار در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۴ در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران

از بررسی روند متغیرهای مدل در طی زمان مشاهده می‌شود که به‌غیر از متغیر مالکیت سایر متغیرها در طول زمان باهم ارتباط داشته و تقریباً دارای یک‌روند مشخص در طی زمان هستند و تنها متغیر مالکیت روند نامشخصی دارد. بنابراین انتظار بر این است که به‌جز متغیر مالکیت سایر متغیرها دارای ریشه واحد (نامانا) باشند. در ادامه جهت بررسی دقیق‌تر این موضوع و آزمون وجود یا عدم وجود ریشه واحد در متغیرها به آزمون ریشه واحد فیشر پرداخته می‌شود.

۴-۱۱) آزمون فیشر برای بررسی مانایی و نامانایی متغیرهای مدل

قبل از تخمین مدل ابتدا جهت اطمینان از داده‌های مورد استفاده از بابت عدم رابطه زمانی بلندمدت بین داده‌ها و ایجاد رگرسیون کاذب، آزمون مانایی انجام می‌شود.

در خصوص مدل‌های داده‌های ترکیبی آزمون‌های مانایی متعددی وجود دارد که از این بین آزمون‌های لوین لین چاو^۱، ایم پسران شین^۲ و فیشر^۳ مشهورتر می‌باشند. همان‌طور که مادالا و وو (۱۹۹۱) و مادالا (۲۰۰۰) بیان کردند آزمون فیشر نسبت به آزمون پسران شین و چاو قوی‌تر است و همچنین این

¹.Levin-Lin-Chu

².Im-Pesran-Shin

³.Fisher

آزمون نیازی به پنل متوازن نداشته و در پنل نامتوازن و در پنل با داده‌های مفقوده نیز جواب می‌دهد. بنابراین در جدول زیر به بررسی مانایی متغیرهای مورد استفاده در مدل به روش فیشر پرداخته می‌شود.

جدول (۴-۲): نتایج بررسی مانایی متغیرها با استفاده از آزمون فیشر

وضعیت مانایی		ارزش احتمال		آماره کای دو		متغیر
تفاضل مرتبه اول	در سطح	تفاضل مرتبه اول	در سطح	تفاضل مرتبه اول	در سطح	
مانا	نامانا	۰,۰۰۰	۰,۵۹۹۶	۵۵۲,۵۸۱	۴۱,۰۳۱۴	هزینه تبلیغات
مانا	نامانا	۰,۰۰۰	۰,۲۲۴۴	۷۱۶,۶۵۹	۵۰,۷۶۵۶	هزینه تحقیق و توسعه
مانا	مانا	۰,۰۰۰	۰,۰۰	۵۴۹,۳۰۰	۱۹۶,۵۵۶۲	مالکیت
مانا	نامانا	۰,۰۰۰	۰,۹۹۹	۵۳۵,۷۹۱	۷,۶۶۹۴	ارزش افزوده
مانا	نامانا	۰,۰۰۰	۰,۶۷۱۲	۴۶۸,۹۷۱	۳۹,۳۴۳۵	درجه تمرکز
مانا	نامانا	۰,۰۰۰	۰,۵۵۵۶	۳۰۸,۰۶۹	۴۲,۰۴۷۳	سهم بازار

همان‌طور که از جدول بالا مشاهده می‌شود به‌غیر از متغیر مالکیت سایر متغیرهای مورد استفاده در سطح نامانا می‌باشند. اما با تفاضل گیری مرتبه اول از تمامی متغیرها مشاهده می‌شود که تمامی متغیرها در تفاضل مرتبه اول مانا می‌باشند.

با توجه به این‌که روش برآورد مدل در این مطالعه روش تفاضل مرتبه اول آرلانو و باند می‌باشد که از تفاضل مرتبه اول متغیرها در مدل استفاده می‌گردد لذا مشکل نامانا بودن متغیرها در سطح برطرف شده و مشکلی از بابت به وجود آمدن رگرسیون کاذب وجود ندارد.

۴-۱۲) برآورد مدل

پس از انجام آزمون مانایی و اطمینان از عدم ارتباط زمانی بلندمدت بین داده‌ها بعد از تفاضل مرتبه اول، در ادامه به برآورد مدل به روش آرلانو و باند می‌پردازیم.

همان‌طور که قبلاً اشاره شد روش آرلانو و باند از تفاضل مرتبه اول متغیرها جهت برآورد مدل استفاده می‌کند لذا قبل از برآورد، ابتدا مدل شماره (4-19) را با تفاضل گیری مرتبه اول مجدداً مورد بازنویسی قرار می‌دهیم.

$$\begin{aligned}
 VA_{i,t} - VA_{i,t-1} &= \beta_0 + \beta_1(adv_{i,t} - adv_{i,t-1}) + \beta_2(ms_{i,t} - ms_{i,t-1}) \\
 &+ \beta_3(own_{i,t} - own_{i,t-1}) + \beta_4(con_{i,t} - con_{i,t-1}) + \beta_5(rd_{i,t} - rd_{i,t-1}) \\
 &+ \mu_{i,t} - \mu_{i,t-1} \quad (20 - 4)
 \end{aligned}$$

در ادامه با مرتب‌سازی فرمول فوق و همچنین لگاریتم‌گیری از داده‌ها جهت همگن‌سازی داده‌ها و کم کردن ناهمسانی واریانس، داریم:

$$\begin{aligned}
 \ln VA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1(\ln adv_{i,t} - \ln adv_{i,t-1}) + \beta_2(\ln ms_{i,t} - \ln ms_{i,t-1}) \\
 + \beta_3(\ln own_{i,t} - \ln own_{i,t-1}) + \beta_4(\ln con_{i,t} - \ln con_{i,t-1}) \\
 + \beta_5(\ln rd_{i,t} - \ln rd_{i,t-1}) + \ln VA_{i,t-1} + \mu_{i,t} - \mu_{i,t-1} \quad (21 - 4)
 \end{aligned}$$

در نهایت به برآورد مدل نهایی فوق به روش آرلانو باند پرداخته و نتایج در جدول (4-3) گزارش شده‌اند.

جدول (4-3): برآورد مدل به روش آرلانو و باند

متغیر	ضریب	آماره Z	ارزش احتمال
ارزش افزوده دوره قبل	۰,۶۰۲	۲۸,۸۸	۰,۰۰۰
هزینه تبلیغات	۰,۱۶۷	۱۱,۸۸	۰,۰۰۰
هزینه تحقیق و توسعه	۰,۱۹۶	۱۰,۹۳	۰,۰۰۰
مالکیت	-۰,۱۲۸	-۱,۸۱	۰,۰۷۱
درجه تمرکز	-۰,۱۶۵	-۲,۷۸	۰,۰۰۵
سهم بازار	۰,۰۰۶	۳,۷۹	۰,۰۰۰
عرض از مبدأ	۱,۵۸۴	۶,۲۸	۰,۰۰۰

همان‌گونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود که ارزش‌افزوده فعلی با ارزش افزوده دوره قبل ارتباط مثبت و معناداری دارد. افزایش هزینه تبلیغات افزایش ارزش افزوده بنگاه را در پی دارد که این افزایش

نیز از لحاظ آماری معنادار است. هزینه تحقیق و توسعه صنعت مواد غذایی و آشامیدنی ارتباط مستقیم و معناداری با ارزش افزوده صنعت مواد غذایی و آشامیدنی دارد و بنگاه‌ها در این صنعت می‌توانند با افزایش سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه به ارزش افزوده بالاتری دست یابند. تعاونی بودن با ارزش افزوده ارتباط منفی داشته و این ارتباط در سطح معناداری ۹۵ درصد از لحاظ آماری معنادار نیست. همان‌گونه که در قسمت مبانی نظری گفته شد بنگاه تعاونی برخلاف بنگاه‌های خصوصی و دولتی هدفش حداکثر سازی رضایت مشتریان است و سودآوری بودن بنگاه در درجه اهمیت بعدی قرار دارد. افزایش درجه تمرکز باعث کاهش ارزش افزوده صنایع مواد غذایی و آشامیدنی می‌شود. در این مطالعه درجه تمرکز از روش معکوس تعداد بنگاه‌ها محاسبه شده است که با توجه به این روش هر چه تعداد بنگاه‌های موجود در یک صنعت کمتر باشند درجه تمرکز بالاتر است، به عبارتی با افزایش انحصاری شدن درجه تمرکز افزایش می‌یابد و چون با افزایش انحصار میزان تولید ارزش افزوده بیشتر می‌شود انتظار بر این است که ارتباط بین ارزش افزوده و سودآوری (که بخشی از ارزش افزوده می‌باشد)، افزایش یابد؛ اما با توجه به اینکه بنگاه‌های موجود در صنعت مورد مطالعه این تحقیق جزء بنگاه‌های رقابتی بوده و همان‌گونه که در جدول (۴-۱) نیز مشاهده می‌شود بیشترین مقدار محاسبه شده درجه تمرکز ۰,۵ بوده است و میانگین درجه تمرکز نیز ۰,۰۳۶ محاسبه شد که این نشان می‌دهد که صنعت مورد مطالعه یک صنعت رقابتی بوده و بنابراین افزایش درجه تمرکز در حدی نیست که بتواند باعث انحصاری شدن بنگاه‌ها شده و افزایش سودآوری را به دنبال داشته باشد. بنگاه با افزایش سهم بازاری خود می‌تواند حوزه فروش خود را گسترش داده و فروش بیشتری داشته باشد و به تبع آن، این افزایش فروش بر درآمد بنگاه اثر گذاشته و سودآوری بنگاه را در پی خواهد داشت. نتایج حاصل از تخمین مدل نیز نشان داد که با افزایش سهم بازاری بنگاه، ارزش افزوده بنگاه نیز افزایش می‌یابد و از نظر آماری نیز این اثر مثبت کاملاً معنادار است.

۴-۱۳) آزمون سارجان

همان‌طور که بیان شد روش برآورد آرلانو و باند جهت برآورد ضرایب قابل‌اعتماد از متغیرهای ابزاری استفاده می‌کند. اما اینکه متغیر ابزاری استفاده‌شده در مدل به‌طور صحیح انتخاب‌شده است یا خیر، نیاز به آزمون دارد.

آزمون سارجان به بررسی اعتبار متغیر ابزاری مورد‌استفاده در مدل می‌پردازد که فرض صفر این آزمون نیز معتبر بودن متغیر ابزاری مورد‌استفاده است.

در جدول (۴-۴) گزارش آزمون سارجان آمده است که با توجه به آماره کای‌دو و ارزش احتمال این آماره، فرض صفر آزمون تأییدشده و متغیر ابزاری مورد‌استفاده در مدل از اعتبار لازم برخوردار است.

جدول (۴-۴): آزمون سارجان

آماره کای‌دو	۱۶,۰۹۴
ارزش احتمال	۰,۹۹

۴-۱۴) آزمون خودهمبستگی باقیمانده‌ها

از آنجایی که در روش برآورد آرلانو و باند از تفاضل مرتبه اول متغیرها استفاده می‌گردد؛ در صورت وجود خودهمبستگی مرتبه اول بین باقی‌مانده‌های رگرسیون به‌طور خودکار برطرف شده اما برای آزمون اینکه آیا باقی‌مانده‌های حاصل از برآورد مدل دارای خودهمبستگی پیاپی از مرتبه دوم می‌باشند یا نه، آرلانو و باند (۱۹۹۱) آزمونی را به‌صورت زیر پیشنهاد دادند.

$$M_2 = \frac{\hat{V}'_{-2} \hat{V}_*}{\hat{V}^{\frac{1}{2}}} \tilde{a} \sim N(0,1) \quad (22 - 4)$$

که فرض صفر این آزمون به‌صورت مقابل است.

$$E[V_{it} V_{i(t-2)}] = 0 \quad (23 - 4)$$

بدین معنی که خودهمبستگی پیاپی از مرتبه دوم بین باقی‌مانده‌های رگرسیون وجود ندارد.

جدول (۴-۵) نشان‌دهنده نتایج این آزمون می‌باشد. آماره Z و ارزش احتمال مربوط به این آماره فرض صفر این آزمون مبنی بر عدم وجود خودهمبستگی بین باقی‌مانده‌های رگرسیون را تأیید می‌نمایند.

جدول (۴-۵): آزمون خودهمبستگی

مرتبۀ آزمون	آماره Z	ارزش احتمال
۱	-۱,۷۰۷	۰,۰۸۷۷
۲	۱,۳۰۸	۰,۱۹۰۹

۴-۱۵) نتایج استحکام سنجی مدل

برای بررسی ثبات نتایج در طی زمان و اعتبارسنجی کلی مدل، برآوردهایی از مدل به ترتیب با کاهش دو سال از ابتدای دوره زمانی و همچنین کم کردن دو سال از ابتدا و انتهای دوره زمانی، انجام شد که نتایج این برآوردها به ترتیب در جدول‌های شماره (۴-۶) و (۵-۶) آمده است.

جدول (۴-۶): نتایج تخمین مدل برای دوره‌ی زمانی ۱۳۷۶-۱۳۹۲

متغیر	ضریب	آماره Z	ارزش احتمال
ارزش‌افزوده دوره قبل	۰,۶۰۲	۲۸,۸۸	۰,۰۰۰
هزینه تبلیغات	۰,۱۶۷	۱۱,۸۸	۰,۰۰۰
هزینه تحقیق و توسعه	۰,۱۹۶	۱۰,۹۳	۰,۰۰۰
مالکیت	-۰,۱۲۸	-۱,۸۱	۰,۰۷۱
درجه تمرکز	-۰,۱۶۵	-۲,۷۸	۰,۰۰۵
سهم بازار	۰,۰۰۶	۳,۷۹	۰,۰۰۰
عرض از مبدأ	۱,۵۸۴	۶,۲۸	۰,۰۰۰

جدول (۴-۷): نتایج تخمین مدل برای دوره زمانی ۱۳۷۶-۱۳۹۰

متغیر	ضریب	آماره Z	ارزش احتمال
ارزش افزوده دوره قبل	۰,۶۰۲	۲۸,۸۸	۰,۰۰۰
هزینه تبلیغات	۰,۱۶۷	۱۱,۸۸	۰,۰۰۰
هزینه تحقیق و توسعه	۰,۱۹۶	۱۰,۹۳	۰,۰۰۰
مالکیت	-۰,۱۲۸	-۱,۸۱	۰,۰۷۱
درجه تمرکز	-۰,۱۶۵	-۲,۷۸	۰,۰۰۵
سهم بازار	۰,۰۰۶	۳,۷۹	۰,۰۰۰
عرض از مبدأ	۱,۵۸۴	۶,۲۸	۰,۰۰۰

نتایج حاصل از اعتبارسنجی مدل برای هر دو دوره زمانی ۱۳۷۶-۱۳۹۲ و ۱۳۷۶-۱۳۹۰ نشان داد که مدل از اعتبار کافی برخوردار بوده و تغییر کوتاه مدت در دوره زمانی نتایج حاصل از برآورده را تغییر نداده است. به عبارتی دیگر، متغیرهای مورد استفاده در مدل دارای ارتباط زمانی باهم نبوده و نوسانات زمانی کوتاه مدت بر نتایج مدل تأثیری ندارد.

جدول (۴-۸): آزمون سارجان آزمون سارجان برای دو دوره زمانی ۱۳۷۶-۱۳۹۲ و ۱۳۷۶-۱۳۹۰

آماره کای دو	۱۶,۰۹۴
ارزش احتمال	۰,۹۹

جدول (۴-۹): آزمون خودهمبستگی باقیمانده‌های تخمین مدل برای دوره‌های زمانی ۱۳۷۶-۱۳۹۲ و ۱۳۷۶-۱۳۹۰

مرتبۀ آزمون	آماره Z	ارزش احتمال
۱	-۱,۷۰۷	۰,۰۸۷۷
۲	۱,۳۰۸	۰,۱۹۰۹

در راستای تأیید متغیر ابزاری استفاده شده در مدل استحکام سنجی و همچنین آزمون خودهمبستگی مرتبه دوم بین باقی مانده‌های رگرسیون، آزمون سارجان و آزمون خودهمبستگی آرانو و باند برای هر دو دوره زمانی انجام شد که نتایج حاصل نیز تأییدکننده معتبر بودن متغیر ابزاری مورد استفاده در مدل و همچنین عدم وجود خودهمبستگی مرتبه دوم بین باقی مانده‌های رگرسیون می باشد.

فصل پنجم - نتیجه‌گیری و پیشنهادات

۵-۱) مقدمه

بر اساس اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، بخش تعاون یکی از بخش‌های اقتصادی کشور قلمداد شده و به‌عنوان دومین بخش اقتصادی، در جایگاه مناسب‌تری از بخش خصوصی قرار گرفته است. در اصل ۴۳ قانون اساسی که بر ضوابط نظام اقتصادی کشور تأیید دارد، بر انسان‌محوری اقتصاد و تحقق اهداف عدالت اجتماعی و توسعه بخش تعاونی تأکید ویژه‌ای شده است. به‌رغم این تأکیدات، متأسفانه به‌جز در برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور در هیچ‌یک از سه برنامه گذشته، توسعه بخش تعاونی مورد توجه جدی نبوده و عمدتاً به همین دلیل این بخش نتوانسته به جایگاه و اهداف مورد انتظار قانون اساسی دست یابد. بنا بر سیاست‌های ابلاغی اصل ۴۴ قانون اساسی، سهم بخش تعاونی در اقتصاد ملی تا پایان برنامه پنجم توسعه می‌بایست به ۲۵ درصد برسد و همچنین سرمایه‌گذاری مالکیت و مدیریت در فعالیتهای زیربنایی توسط بنگاه‌ها و نهادهای عمومی غیردولتی و بخش‌های تعاونی و خصوصی مجاز می‌باشد. بنابراین تعاونی‌ها مجاز به سرمایه‌گذاری در فعالیتهای زیربنایی در جهت نفت و پتروشیمی، برق، راه و ترابری، مخابرات و سایر صنایع بوده و بهره‌گیری از این فرصت می‌تواند به تحقق اهداف بخش تعاونی و ارتقای سهم این بخش در اقتصاد ملی به ۲۵ درصد تا پایان برنامه پنجم، کمک مؤثری نماید. تعاون به دلیل اینکه بهترین عامل وارد کردن سرمایه‌های راکد در سطح خرد و کلان به چرخه سرمایه‌گذاری است، می‌تواند نقش مؤثری در پویایی اقتصاد جامعه به عهده داشته باشد. بر این اساس در این پژوهش تلاش شده است که تأثیر تعاونی بودن مالکیت را بر ارزش‌افزوده صنایع غذایی و آشامیدنی ایران مورد بررسی و تحلیل قرار دهد و از طرفی طبق رویکرد SCP در اقتصاد صنعتی، رابطه برخی دیگر از متغیرهای ساختاری، همچون درجه تمرکز و سهم بازار و متغیرهای رفتاری، همچون هزینه‌های تبلیغات و تحقیق و توسعه با ارزش‌افزوده و سودآوری مورد مطالعه قرار گرفته است.

۵-۲) ارزیابی و تشریح نتایج آزمون فرضیه

با توجه به تجزیه و تحلیل ارائه شده در فصل چهارم که در خصوص هر فرضیه انجام گرفت، در این بخش، به نتیجه آزمون هر فرضیه اشاره می شود.

۵-۲-۱) نتیجه بررسی رابطه بین مالکیت و ارزش افزوده و مقایسه آن با نتایج تحقیقات گذشته بالطبع تحقیقات زیادی در زمینه تأثیر مالکیت به ویژه خصوصی سازی بر عملکرد، انجام شده است؛ و در هریک از آنها به نتایج متفاوتی دست یافته اند. شاید بتوان یکی از مهم ترین این تحقیقات را مربوط به نرجس بوباکری و ژان کلود کاست^۱ (۱۹۹۴) دانست. آنها در تحقیق خود ۷۹ شرکت از بین ۲۳ کشور در حال توسعه را انتخاب کردند و عملکرد مالی و عملیاتی آنها در سه سال قبل و سه سال بعد از خصوصی سازی و طی دوره زمانی ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۰ را مورد بررسی قرار دادند. هدف مطالعه این بوده است که مشخص نماید آیا اجرای سیاست خصوصی سازی در کشورهای در حال توسعه مطلوب بوده است و منجر به بهبود عملکرد، به ویژه سودآوری شده است یا خیر؟ بدین منظور از شاخص های سودآوری و عملیاتی برای تعیین تغییر در عملکرد استفاده شده است. یافته های تحقیق بیانگر آن است که با خصوصی شدن شرکت ها سوددهی آنها نیز افزایش یافته است. در تحقیق گسترده دیگری که توسط گروه متخصصان بانک جهانی متشکل از ویلیام مگینسون، رابرت نش و ماتیس ون راندن بورگ^۲ (۱۹۹۶) صورت گرفته که در آن عملکرد مالی و کارایی ۶۱ شرکت در ۱۸ (۶ کشور در حال توسعه و ۱۲ کشور صنعتی) و در ۳۲ صنعت در سه سال قبل و بعد از خصوصی سازی مورد بررسی قرار گرفته است. یافته های این تحقیق حاکی از افزایش قابل توجه در سودآوری، کارایی، سرمایه گذاری و کاهش در اهرم مالی بوده است. پژوهش های دیگری توسط برناردو بورتولوتی و همکاران (۲۰۰۰) و همچنین رامامورتی در همان سال در زمینه خصوصی سازی صورت گرفته است که نتایج هردوی آنها حاکی از بهبود معنی دار تمامی شاخص های سودآوری، کارایی و سرمایه گذاری بوده است. در مطالعه دیگری نیز که

^۱ Narjess Boubakri & Jean Claude Cosset

^۲ Borg

توسط زاروق^۱ (۲۰۰۹) صورت گرفت، اثر خصوصی سازی را بر عملکرد مالی شرکت های خصوصی شده در سودان بین سال های ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۰ مورد بررسی قرارداد. نتایج آماری این تحقیق نشان می دهد که بهبود عملکرد شرکت های خصوصی شده تحت فرآیند خصوصی سازی ناچیز بوده است؛ این بدان معناست که فرآیند خصوصی سازی از سال ۱۹۹۰ در سودان منجر به بهبود مورد انتظار در کارایی شرکت های خصوصی شده نشده است.

در ایران نیز تحقیقات زیادی در حوزه خصوصی سازی و همچنین ارزش افزوده اقتصادی صورت گرفته است که از آن ها می توان به مطالعه انجام شده توسط تقوی (۱۳۷۳) اشاره کرد؛ که عملکرد خصوصی سازی دولت را از دیدگاه نظری بررسی نموده و نقایص و مشکلات اجرای این سیاست را جهت بهبود مطرح نموده و اشاره کرده است که با وجود آنکه هدف دولت از خصوصی سازی ارتقا کارایی و ایجاد تعادل اقتصادی بوده است، اما در واقع مهم ترین انگیزه واگذاری واحدهای دولتی در ایران جنبه مالی داشته است و در نهایت عملکرد خصوصی سازی را در راستای دستیابی به هدف افزایش کارایی ناموفق دانسته است. در مطالعه دیگری افشاری (۱۳۷۵) به بررسی تأثیرات سیاست خصوصی سازی در برنامه اول روی عملکرد عملیاتی به ویژه افزایش در فروش طی سال های ۱۳۷۲-۱۳۶۹ پرداخته است و نتایج آن بهبودی که چندان چشمگیر نیست را در عملکرد عملیاتی نشان می دهد که به علت کوچک بودن دامنه تحقیق که تنها شامل ۸ شرکت و ۳ صنعت بوده دارای نارسایی هایی است.

در مطالعات ذکر شده فوق، اغلب اثر مالکیت بر عملکردهای مالی در نظر گرفته شده اند. در این پژوهش این اثر مالکیت و به طور خاص مالکیت تعاونی بر عملکرد اقتصادی یعنی ارزش افزوده در نظر گرفته شده است.

و نتایج حاکی از آن است که تعاونی بودن با ارزش افزوده ارتباط منفی داشته و این ارتباط در سطح معناداری ۹۵ درصد از لحاظ آماری معنادار نیست. همان گونه که در قسمت مبانی نظری نیز بیان

^۱ Zarough

گردید که بنگاه تعاونی برخلاف بنگاه‌های خصوصی و دولتی هدفش حداکثر سازی رضایت مشتریان است و سودآور بودن بنگاه در درجه اهمیت بعدی قرار دارد. هرچند که افزایش درآمد و نیز ایجاد ارزش افزوده به منظور انجام سرمایه‌گذاری‌های لازم در فرآیند و چرخه تولید و مصرف کالا، از اهداف بخش تعاون به شمار می‌رود.

۵-۲-۲) نتایج بررسی رابطه بین متغیرهای فرعی و ارزش افزوده و سودآوری

بسیاری از اقتصاددانان همچون درفمن و استینر^۱، ارتباط بین تبلیغات و سودآوری را یک رابطه مستقیم می‌دانند. مطالعات نظری زیادی، این موضوع را تأیید می‌کند. در این تحقیق نیز نتایج بیان می‌کنند که افزایش هزینه تبلیغات، افزایش ارزش افزوده بنگاه را در پی دارد که این افزایش نیز از لحاظ آماری معنادار است.

در مورد متغیر هزینه تحقیق و توسعه نیز، مطالعات زیادی آن را یکی از عوامل مهم تأثیرگذار بر سودآوری بنگاه‌ها در نظر می‌گیرند. و طبق معادله (۳-۱۹) لو و سوگیانس^۲ (۱۹۹۶) که در فصل سوم ذکر گردید رابطه بین متغیر هزینه تحقیق و توسعه و سودآوری، رابطه‌ای مستقیم است. نتیجه حاصل از این تحقیق در این زمینه نیز گویای همین مطلب است که هزینه تحقیق و توسعه صنعت مواد غذایی و آشامیدنی ارتباط مستقیم و معناداری با ارزش افزوده این صنعت دارد لذا بنگاه‌ها در این صنعت می‌توانند از طریق افزایش سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه به ارزش افزوده بالاتری دست یابند.

برخلاف نظریه بارث وال (۲۰۰۰)^۳، که بیان می‌کند یک رابطه مستقیم بین شاخص تمرکز و حاشیه سود (شاخص عملکرد بازار) وجود دارد، نتیجه حاصل از این تحقیق در مورد رابطه بین متغیر درجه تمرکز و ارزش افزوده نشان می‌دهد که افزایش درجه تمرکز باعث کاهش ارزش افزوده صنایع مواد غذایی و آشامیدنی می‌شود. در این مطالعه درجه تمرکز از روش معکوس تعداد بنگاه‌ها محاسبه شده

¹ Dorfman-Steiner

² Lev and Sogiannis

³ Barthwal, (2000)

است که در این صورت هر چه تعداد بنگاه‌های موجود در یک صنعت کمتر باشند درجه تمرکز بالاتر است، به عبارتی با افزایش انحصاری شدن درجه تمرکز افزایش می‌یابد و چون با افزایش انحصار میزان تولید ارزش افزوده بیشتر می‌شود انتظار بر این است که ارتباط بین ارزش افزوده و سودآوری (که بخشی از ارزش افزوده می‌باشد)، افزایش یابد؛ اما با توجه به اینکه بنگاه‌های موجود در صنعت مورد مطالعه این تحقیق جزء بنگاه‌های رقابتی بوده و همان‌گونه که در جدول (۴-۱) نیز مشاهده می‌شود بیشترین مقدار محاسبه شده درجه تمرکز ۰,۵ بوده و میانگین درجه تمرکز نیز ۰,۰۳۶ محاسبه شده است که این نشان می‌دهد که صنعت مورد مطالعه یک صنعت رقابتی بوده و بنابراین افزایش درجه تمرکز در حدی نیست که بتواند باعث انحصاری شدن بنگاه‌ها شود و افزایش سودآوری را به دنبال داشته باشد.

در مورد آخرین متغیر ذکر شده در این تحقیق یعنی سهم بازار، طبق یافته‌های فینی و راجرز^۱ (۱۹۹۹) که بیان می‌کنند رابطه بین سهم بازار و سودآوری یک رابطه U شکل است، نتیجه این تحقیق در خصوص رابطه متغیر ساختاری سهم بازار و ارزش افزوده نشان می‌دهد که بنگاه با افزایش سهم بازار خود، حوزه فروش خود را گسترش داده و فروش بیشتری خواهد داشت، در نتیجه این افزایش فروش بر درآمد بنگاه اثر گذاشته و سودآوری بنگاه را در پی خواهد داشت. نتایج حاصل از تخمین مدل نیز نشان داد که با افزایش سهم بازاری بنگاه، ارزش افزوده بنگاه نیز افزایش می‌یابد و از نظر آماری این اثر مثبت کاملاً معنادار است.

۳-۵) پیشنهادات

۱-۳-۵) پیشنهادات کاربردی

به منظور افزایش ارزش افزوده صنایع غذایی و آشامیدنی با مالکیت تعاونی می‌توان پیشنهاداتی ارائه کرد:

^۱ Feeny & Rogers

۱. به دلیل این که در این پژوهش ارزش افزوده به صورت تفاضل بین ارزش ستانده و ارزش داده در نظر گرفته شده، می توان برای افزایش این شاخص از طریق حمایت دولت و قرار دادن تسهیلاتی برای صنایعی با مالکیت تعاونی، داده ها را با مقداری کمتر از مقدار واقعی تهیه نمود.
۲. علاوه بر اینکه ارزش افزوده در این پژوهش یک شاخص عملکردی است، می توان آن را به عنوان یک شاخص پاداش برای اعضا تعریف نمود، که از این طریق بتوان انگیزه افراد شاغل در صنایعی با مالکیت تعاونی را بالا برد.

۵-۳-۲) پیشنهادات آتی

برای تحقیقات آتی در رابطه با تعاونی سازی می توان پیشنهاداتی را مورد توجه قرارداد.

۱. بررسی تأثیر مالکیت تعاونی بر ارزش افزوده در صنایع دیگر.
۲. بررسی تأثیر مالکیت تعاونی بر شاخص های عملکردی دیگر مانند، سودآوری، کارایی و ... در سطح صنایع.
۳. افزایش تعداد صنایع مورد بررسی و سپس مطالعه رابطه بین مالکیت تعاونی و عملکرد آن.
۴. بررسی و مقایسه عملکرد صنایع با مالکیت تعاونی قبل و بعد از تعاونی سازی.
۵. مطالعه و شناسایی روش های مختلف تعاونی سازی و تأثیر آن بر شاخص های عملکرد اقتصادی.

پیوست

جدول الف: لیست بنگاه‌های موجود در صنایع غذایی و آشامیدنی ایران به همراه کد فعالیت آن‌ها

کد فعالیت	عنوان فعالیت
۱۵۱۲	عمل‌آوری و حفاظت ماهی و فرآورده‌های ماهی و ...
۱۵۱۴	تولید روغن و چربی حیوانی و نباتی خوراکی ...
۱۵۱۵	کشتار دام و طیور ...
۱۵۱۶	عمل‌آوری و حفاظت گوشت و فرآورده‌های گوشتی از فساد
۱۵۱۷	پاک کردن و درجه‌بندی و بسته‌بندی خرما
۱۵۱۸	پاک کردن و درجه‌بندی و بسته‌بندی پسته
۱۵۱۹	عمل‌آوری و حفاظت میوه‌ها و ...
۱۵۲۰	تولید فرآورده‌های لبنی
۱۵۳۱	آماده‌سازی و آرد کردن غلات و حبوب
۱۵۳۲	تولید نشاسته و فرآورده‌های نشاسته‌ای
۱۵۳۳	تولید خوراک دام و حیوانات
۱۵۴۲	تولید قند و شکر
۱۵۴۳	تولید آب‌نبات و شکلات و نقل و ...
۱۵۴۴	تولید رشته و ماکارونی و ورمیشل
۱۵۴۵	نانوایی
۱۵۴۶	تولید نان شیرینی و بیسکویت و ...
۱۵۴۷	چای سازی
۱۵۴۸	تولید سایر محصولات غذایی طبقه‌بندی نشده
۱۵۵۱	تولید الکل اتیلیک از مواد تخمیر شده
۱۵۵۳	تولید مالتا و ماء‌الشعیر
۱۵۵۵	تولید نوشابه‌های غیرالکلی گازدار
۱۵۵۶	تولید دوغ و آب‌معدنی

منابع و مأخذ

منابع داخلی

- الماسی، محمدرضا، (۱۳۸۱): "بررسی تأثیر خصوصی سازی بر عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بازار بورس اوراق بهادار تهران". پایان نامه کارشناسی ارشد حسابداری. دانشگاه شیراز.
- افشاری؛ علی، (۱۳۷۵): "بررسی کارایی شرکت های تولیدی خصوصی شده در بورس اوراق بهادار تهران"، پایان نامه کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه تهران.
- انصاری، محمدجعفر، دیرباز، عسگر، کرمی، محمد مهدی، کرمی، محمدحسین، (۱۳۷۸): "درآمدی به مبانی اقتصاد خرد با نگرش اسلامی"، قم: پژوهشکده حوزه و دانشگاه.
- اختر محقق، مهدی، (۱۳۸۵): "جامعه شناسی تعاون"، تهران، نشر مؤلف، نوبت اول، ص ۱۰-۱۲.
- ابوالحسنی؛ علیرضا، (۱۳۸۹): "بررسی تأثیر خصوصی سازی شرکت های دولتی بر ارزش افزوده اقتصادی آن ها"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک.
- آقاجانی، ناصر، (۱۳۸۰): "تأثیر خصوصی سازی بر ابعاد مالی جهت تداوم فعالیت شرکت ها"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- بابایی زکلیلی، محمدعلی؛ احمدوند، ژیلا، (۱۳۸۷): "بررسی تأثیر ساختار مالکیت بر عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار ایران"، تحقیقات مالی، شماره ۲۶، ۴۱-۶۰.
- تقوی؛ مهدی، (۱۳۷۳): "خصوصی سازی در برنامه اول توسعه اقتصادی جمهوری اسلامی ایران"، فصلنامه تحقیقات مالی شماره ۱.
- حسینی نسب، سید محمدابراهیم؛ موقری، هادی؛ باسحا، مهدی، (۱۳۸۹): "عوامل مؤثر بر ارزش افزوده کارگاه های صنعتی ایران باده نفر کارکن و بیشتر"، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۹۲، صفحات ۴۴-۴۷.
- خاکی، غلامرضا، (۱۳۷۶): "ارزش افزوده، راهی برای اندازه گیری بهره وری"، ناشر: تهران، مرکز مطالعات و برنامه ریزی آموزشی.
- خسرو، وفا، (۱۳۸۱): "اصول تعاونی"، ماهنامه تعاون، شماره ۱۰۴، وزارت تعاون، آبان ماه.
- خداداد کاشی، فرهاد، (۱۳۹۳): "اقتصاد صنعتی (نظریه و کاربرد)"، انتشارات سمت، چاپ چهارم.
- دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، (۱۳۷۱): "مبانی اقتصاد اسلامی"، قم: سازمان مطالعه و تدوین کتب دانشگاهی (سمت).

- رضایار، علی، علی‌نژاد، محمود، (۱۳۹۲): "اقتصادسنجی مالی با رویکرد مدل‌سازی، سری‌های زمانی شبکه‌های عصبی و پانل دیتا"؛ انتشارات ناقوس؛ چاپ اول.
- رفیعی، محمدمهدی، (۱۳۷۴): "بررسی مقایسه‌ای عملکرد شرکت‌های واگذارشده به بخش خصوصی قبل و بعد از خصوصی‌سازی"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- رحمانی، تیمور، (۱۳۸۴): "اقتصاد کلان"، تهران، انتشارات برادران، چاپ نهم، ص ۳۹.
- زرگرانی؛ سعید، (۱۳۸۶): "تعاونی سازی در کنار خصوصی‌سازی"، مجله تعاون، شماره ۱۹۱-۱۹۲.
- معینی، نصرا...، (۱۳۸۴): "بررسی تحلیلی ارتباط نوع مالکیت (دولتی و خصوصی) با سودآوری شرکت‌های پذیرش‌شده در بورس"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- سیلواری، محمدرضا، (۱۳۷۹): "بررسی خصوصی‌سازی و تأثیر آن بر عملکرد شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- سرآبادانی؛ غلامرضا، (۱۳۸۳): "اقتصاد تعاونی در اسلام"، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، سال چهارم، شماره ۱۴.
- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، دفتر برنامه‌ریزی و مدیریت اقتصاد کلان، (۱۳۸۵): "مجموعه اسناد ملی توسعه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران"، تهران: معاونت امور اداری، مالی و منابع انسانی، مرکز انسانی، مرکز مدارک علمی، موزه و انتشارات.
- سایه میری، علی؛ تقوی، مهدی؛ سایه میری، کوروش، (۱۳۸۴): "اندازه‌گیری و مقایسه بهره‌وری بین واحدهای تولیدی تعاونی و خصوصی (مورد مطالعه: استان ایلام)"، مقالات و سخنرانی‌های ارائه‌شده کنفرانس تعاون، اشتغال و توسعه.
- سوری؛ علی، (۱۳۸۴): "وضعیت اشتغال در تعاونی‌های صنعتی و مقایسه آن با بخش خصوصی و دولتی در کارگاه‌های بزرگ صنعتی"، سمینار تعاون، اشتغال و توسعه، وزارت تعاون و دانشگاه یزد، اردیبهشت‌ماه.
- شیرانی؛ علیرضا، (۱۳۶۸): "اقتصاد تعاون"، انتشارات سازمان مرکزی تعاون با همکاری دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ اول.
- شیخی، غفور، (۱۳۸۷): "نقش تعاونی‌ها در توسعه اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی در ایران"، تهران: بررسی‌های علوم اجتماعی و مباحث پژوهشگری.

شریعت پناهی، سید مجید، (۱۳۸۰): "اثر نوع مالکیت بر عملکرد مدیران شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران" پایان‌نامه دکتری، دانشکده حسابداری مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی تهران.

شکیبا مقدم، محمد، (۱۳۸۹): "مدیریت تعاونی‌ها"، تهران، انتشارات میر، ویراست ۳، چاپ ششم ۱۳۹۱.

صمدی؛ علی حسین، تابنده؛ فاطمه، (۱۳۸۴): "جایگاه بخش تعاون در اشتغال‌زایی: یک بررسی تطبیقی"، مجموعه مقالات منتخب کنفرانس تعاون، اشتغال و توسعه.

طالب نیا، قدرت ا...؛ محمد زاده سالطه، حیدر، (۱۳۸۴): "تأثیر خصوصی‌سازی شرکت‌های دولتی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بر بازده سهام آن‌ها" فصلنامه تحقیقات مالی شماره ۱۹.

علی محمد؛ فرهاد، (۱۳۸۸): "بررسی مقایسه‌ای عملکرد شرکت‌های خصوصی‌سازی شده قبل و بعد از واگذاری"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

عباسی؛ محمد، (۱۳۸۹): "باور تعاون (تعاون در اندیشه و عمل)"، تهران، انتشارات موسسه توسعه روستایی ایران، ویراست دوم.

عباسی نژاد، حسین، گودرزی فراهانی، یزدان، (۱۳۹۲): "اقتصادسنجی کاربردی با نرم‌افزارهای ایویوز و مایکروفیت"؛ انتشارات نور علم؛ چاپ اول.

فروهی، حمید، ده گاهی، حسن، (۱۳۶۸): "حقوق در قلمرو شرکت‌های تعاونی"، تهران، چاپ اول، چاپ نقش جهان، ص ۱۱.

فرامرزی پوردارزینی، بیتا، خاندان، نسرین، (۱۳۸۷): "نقش واحد R&D بر کارآفرینی و ارزش‌افزوده بنگاه‌های کوچک و متوسط"، فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، شماره ۱۴.

فیض پور؛ محمدعلی، دانش؛ سید حسینعلی، پوش دوزباشی؛ هانیه، (۱۳۸۸): "تعاونی‌سازی یا خصوصی‌سازی"، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، سال نهم، شماره ۳۳.

قالیباف اصل، حسن؛ رنجبر درگاه، فائزه، (۱۳۸۴): "بررسی اثر نوع مالکیت بر عملکرد شرکت‌ها- تجربه خصوصی‌سازی در ایران"، فصلنامه تحقیقات مالی شماره ۱۹، ۱۱۷.

قاسمی؛ حمید، شفیعی راد؛ حمید، دارابی؛ سعدا...، (۱۳۸۸): "نقش و جایگاه تعاونی‌ها در روند خصوصی‌سازی در ایران"، با استناد به قانون سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، اداره تعاونی‌های فراگیر ملی.

کریمی تکانلو، زهرا، رنج پور، رضا، (۱۳۹۲): "اقتصادسنجی داده‌های تابلویی"؛ انتشارات سمت؛ چاپ اول.

وزارت تعاون، (۱۳۸۳): "اصول و اندیشه‌های تعاونی"، معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج، دفتر آموزش.

منابع خارجی

- An Introduction to Co-operatives, L. E. Gossen, Copyright 1975.
- Aghion, P., and J. Tirole. 1997. "Formal and Real Authority in Organizations ", Journal of Political Economy, 55: 1-27.
- Akimova, I. & G. Schwodianer, (2006), "Ownership Structure, Corporate Governance and Enterprise Performance: Empirical Result for Ukraine". International Advances in Economic, Vol. 10, 28-42.
- Barberies, N.Boycho, M.Shleifer, A and Tsukanova, N, (1996), "How Does Privatization Work? Evidence from Russian shops", Journal of Political Economy.
- Blanchard, O. 1997. The Economics of Post -Communist Transition. Oxford: Oxford University Press.
- Bolton, P., and E-L. von-Thadden. 1998. "Blocks, Liquidity, and Corporate Control". Journal of Finance, 53(1), 1-25.
- Bernardo Bortolotti, Juliet D Souza, Marcella Fantini and William L.Magginson (2000). "Sources of performance Improvement In privatized firms" .www.urban.org.
- Barthwal, RR. (2000). Industrial Economics. New Delhi: New Age International (P) Limited Publishers, Second Edition
- Boubakri, N., Guedhami, O. & Cosset, J. C. (2003). Post privatization corporate governance: The role of ownership structure and investor protection. [Online] available at www.ssrn.com/abstract_id=406461.
- Bdour, Jamal Ibrahim& Mahmoud Hasan Qaqish and. Khalaf Suleiman a'ani (2007). "The Effect of Privatization on the Efficiency of Financial Performance of State-Owned Enterprises: A Case Study of the Jordanian Cement Factories Company", 7th Global Conference on Business & Economics.
- Claessens, S. and Djankov, S. "Ownership Concentration and Corporate Performance in the Czech Republic". (1999). Journal of Comparative Economics, Vol 27, Issue 3, PP 498-513.
- Earle, J.S., (1998), "Post-Privatization Ownership Structure and Productivity in Russian Industrial Enterprises" Site: Working Paper. No, 127. Stockholm School of Economics.

- Freeik Weissenrieder, "Value Management: Economic Value Added or Cash Value Added?", Department of Economics, Gothenburg University, 1997.
- Feeny, S. and M, Rogers (1999): "Market share, Concentration and Diversification in Firm Profitability", Forthcoming Melbourne Institute Working Paper.
- Greuner, M.R, Kamerschen, D.R. and Klein, P(2000), The Competitive Effects of Advertisement in the US Automobile Industry, 1970-94, International Journal of Economics of Business, Vol7, Issue 3, pp. 245-261.
- Graham, J.R.C and Frankenberger, K.D, "The Contribution of Changes in Advertising Expenditures to Earning Sand Market Values, Journal," of Business Research, Vol. 50, No. 2, 2000, pp. 149-155.
- Gupta, N, (2001), " Partial Privatization and Firm performance: Evidence from India", William Davidson Institute working paper. No, 426.
- Gono, G. (2007). Industrial Economics and Economic Development. atlantic international university, 20-24.
- Hausman , J., & Taylor, W. (1981). panel data and unobservable individual effect . *econometrica*, 1377-1398.
- Holmström, B., and J. Tirole. 1983. "Market liquidity and performance monitoring", *Journal of Political Economy*, 101: 678-709.
- Hay, F. A. and Morris, D. J. (1979, 1991), *Industrial Economics*. Oxford University Press.
- Jiang, Guohua, Yue, Heng, and Zhao Longkai. (2006). "A Re-examination of China's Share Issue Privatization: Does It Not Improve SOE Profitability?"www.ssrn.com.
- Kocenda, E., and J., Svejnar, (2002), "The Effects of Ownership forms and Concentration on Firm Performance after Large Scale Privatization ", William Davidson Institute Working paper, No, 471.
- Kapopoulos P and Lazaretou S (2007), "Corporate Ownership Structure and Firm Performance: Evidence from Greek Firms", *Corporate Governance: An International Review*, Vol. 15, No. 2, pp. 144-158.
- Lipczynski, J., & WilsonThe , J. (2004). *Economics of Business Strategy*. British Library Cataloguing-in-Publication Data.
- Myeong Hyeon Cho., (1998), " Ownership Structure, Investment, and the Corporate Value: An Empirical Analysis", *Journal of Financial Economics*, Vol.: 47, Pp.: 103- 121.
- MacDonald, J. T(1999). "The Determinants of firm profitability in Australian Manufacturing", *Economic Record*, 75(229):115-26.
- Muslumov, A. (2005). The financial and operating performance of Privatized companies in the Turkish cement industry. *Metu Studies in Development*, 32 (June), 59-101.
- Narjess Bobakari, Jean Cloud Cosset. (1994). "Public Policy for the private sector. Privatization in Developing countries". November 1998.An Analysis of the performance of newly privatized Firm, Note No 156".www.worldbank.org.

- Narayana, M.R. (2006), "Privatization Policies Post Privatization Control Devices in India, s Higher Education: Evidence from a Regional Study and Implications for Developing Countries", *Journal of Studies International Education*, Vol.10, N.1.pp.46-70.
- Omran, M, (2003), "performance on sequences of Privatizing Egyptian state – owned enterprises: The effect of post Privatization Ownership Structure on firm performance", *Arab Academy for science & Technology; Egypt*.
- Osman, zaroug (2009). "The Financial Performance of Privatized Enterprises in Sudan (1990-2002): An Empirical Study", *International Conference on the Role of the Private Sector In Development: Assessment and Prospects*, 23-25 March 2009, Beirut Lebanon
- Okothongore, V. (2011), "The Relationship between Ownership Structure and Firm Performance", *African Journal of Business Management*, Vol. 5, PP. 220-228.
- Ramamurti, R, (2000), "A multivariate model of privatization emerging economies", *Academy of management Review* 25.pp.525-550.
- R.O. Salawu and O.O. Akinlo, (2005),"Privatization and Efficiency: Evaluation of Corporate Financial Performance".
- Shleifer, A., R. and Vishny. 1997. "A Survey of Corporate Governance", *Journal of Finance*, 52(2): 737-783.
- Sheblé , G. (1999). *Computational Auction Mechanisms for Restructured Power Industry Operation . Power Electronics and Power Systems*, 153.
- Selvi, Y. & Yilmaz, F. (2010). The importance of financial reporting during privatization: Turkish case. *Annals Universities' Apulensis Series Oeconomica*, 12(2), 672-692.
- Vickers, J. & Yarrow, G. (1991). Economic perspectives on privatization. *Journal of Economic Perspective*, 5(2), 111-132.
- Weiss, L.W. (1974). *The Concentration-Profits Relationship and Antitrust. Industrial Competition: The New Learning*. Boston, Little Brown.
- William L.Magginson, Robert C.Nash, and Matthias Van Randenborgh. (1996), " the privatization Dividend: A World Wide Analysis of the financial and operating performance of Newly Privatized firms," Note No 68".www.worldbank.org.
- Xu Xiaonian, Ph.D. Yan Wang, (1999), "Ownership Structure and Corporate Governance in Chinese Stock Companies", *China Economic Review*, Vol.10, 75-98
- Zhangkai HUANG, Kun WANG, " Ultimate privatization and change in firm performance: Evidence from china " *China Economic Review* 2010, ARTICLE IN PRESS.

The effect of cooperative ownership on the value added of Iranian food and beverage Industries, 1374-1392.

Abstract: This study has investigated the impact of cooperative ownership on the value added of 22 activity categories of food and beverage industries in Iran during the years 1995-2013 using dynamic panel data. In this study, first briefly according to article 44 of the constitution that considers the ownership in three sectors public, private and cooperative ownership, the review of background, principles, objectives, organizational structure and the importance of cooperatives, the prospect of the cooperative sector and the overall policy of this sector and the benefits of cooperative ownership model has been investigated. In addition, the previous studies of ownership structure on the performance of firms and companies conducted both domestic and abroad will be examined. The results and also the performance indicators that are considered in these studies are not identical. In this study, we examined the value added that is obtained by subtracting the value of output and the value of data as a performance variable. According to the pattern of structure- behavior- function, the structural and behavioral variables also affect the performance. Therefore, in this research we also studied the impact of some structural variables such as concentration degree and market share and also the impact of behavioral variables such as advertising cost and research and development cost on the value added and profitability indicators. Therefore the value added is considered as a dependent variable and ownership, concentration degree, market share, advertising cost and research and development costs variables are considered as independent variables and also the value added of the prior period is used as an instrumental variable. The main hypothesis that is by changing the ownership structure of firms into cooperative, the value added on foos and beverage industries in Iran increases, was not approved.

Key words: cooperative ownership, value added, concentration degree, market share, cost of advertising, research and development cost, food and beverage industries in Iran.



**Faculty: Industrial Engineering &
Management Sciences**

**The effect of cooperative ownership on the value added of
Iranian food and beverage Industries, 1374-1392.**

Mahya Mohammadi

Supervisor:

Dr. Ali Dehghani

September 2016