

فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۹۲، پاییز ۱۳۹۸، ۲۳۰-۲۰۱

مطالعات تطبیقی خصوصی سازی و تدوین الگوی راهبردی مناسب برای ایران

فرداد امیر اسکندری^۱

محرّم زرمجویی

پذیرش: ۹۷/۷/۲۱

دریافت: ۹۷/۲/۱۶

خصوصی سازی، انتقال مالکیت بنگاه های دولتی، واگذاری

چکیده

تحقیقات صورت گرفته در مورد تجربه چندساله خصوصی سازی در کشور حاکی از آن است که شتاب بخشیدن به توسعه اقتصادی، بهبود رقابت پذیری، تجدید ساختار و مدرنیزه کردن شرکت ها که از اهداف اصلی خصوصی سازی می باشند، در اغلب موارد به نتایج مورد نظر نائل نشده است، به طوری که گاهی مواقع برخی شرکت های واگذار شده در فاصله نه چندانی بعد از واگذاری با مشکلات عدیده ای مواجه شده اند. هدف اصلی این تحقیق مطالعات تطبیقی و شناسایی عوامل و مؤلفه های حائز اهمیت در اجرای برنامه های خصوصی سازی و تدوین الگوی مناسب می باشد. به همین منظور ابتدا مبانی نظری و تجارب تعدادی از کشورهای جهان و ایران در امر خصوصی سازی بررسی و براساس آن ۱۰ بُعد به عنوان مؤلفه های خصوصی سازی استخراج شدند. سپس این ابعاد بوسیله پرسشنامه ای که پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ برای تمام متغیرها مورد تأیید قرار گرفت، از نمونه ای

. فارغ التحصیل دکتری مدیریت کسب و کار (DBA) دانشگاه صنایع و معادن ایران fardad154@yahoo.com

**. استادیار دانشگاه صنایع و معادن ایران

■ فرداد امیر اسکندری، نویسنده مسئول.

مرکب از متخصصان در امر واگذاری و کارشناسان امور مجامع دستگاه‌های اجرایی ذی‌مدخل در امر واگذاری شرکت‌های دولتی و سازمان خصوصی‌سازی مورد نظرخواهی قرار گرفت و درجه اهمیت هر یک از ابعاد براساس نتایج نظرخواهی و روش‌های آماری تعیین با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تحلیل و نهایتاً الگوی نهایی خصوصی‌سازی در قالب یک مدل مفهومی، ارائه و بعد از آن میزان انطباق برنامه‌های خصوصی‌سازی در کشور با آن الگو، مورد مقایسه قرار گرفت و کاستی‌های وضع موجود تبیین گردید. ابعاد الگوی راهبردی خصوصی‌سازی در مدل نهایی، هشت بُعد می‌باشند. نتایج تحقیق همچنین نشان می‌دهد این ابعاد که لازمه موفق بودن اجرای برنامه‌های خصوصی‌سازی هستند، در کشور ما مورد توجه نمی‌باشند.

طبقه‌بندی JEL: H32, L33

مقدمه

رویکرد کوچک سازی بدنه دولت و بهبود عملکرد فعالیت های اقتصادی از طریق افزایش نقش نیروهای بازار و محول کردن فعالیت های اقتصادی به بخش خصوصی با انتقال مدیریت و یا مالکیت دارایی ها به این بخش مفهوم خصوصی سازی را تشکیل می دهد. برای خصوصی سازی راه های مختلفی را برشمرده اند که از جمله می توان به خصوصی سازی همراه با واگذاری مالکیت و خصوصی سازی بدون واگذاری مالکیت؛ از طریق قرارداد مدیریتی خدماتی و یا قرارداد اجاره؛ توزیع کوپنی سهام به صورت واگذاری شرکت های دولتی که در ایران سهام عدالت نامگذاری شده است اشاره نمود. آنچه مسلم است خصوصی سازی و کوچک کردن دولت یک مقوله محتوایی است نه شکلی و ظاهری و به همین دلیل رهاسازی نیست. به عبارت دیگر، باید عوامل اقتصادی به صورت خودجوش در اقتصاد و در سایر قلمروهای سیاسی فرهنگی و اجتماعی حضور داشته و درعین حال مجال هر گونه اعمال قدرت انحصاری از آنها سلب شده باشد. در شرایط نامناسب اقتصادی به ویژه در وضعیت های بی ثبات و حاکمیت نیروهای ضد بازار و وجود ساختارهای ضد رقابتی در اقتصاد هم حاکمیت دولت بر اقتصاد ناکارآمد است هم حاکمیت بخش خصوصی. خصوصی سازی نه فرآیندی ساده است و نه به یک صورت متحدالشکل اجرا می شود. چگونگی آغاز آن متفاوت است و کشورها اهداف مختلفی را از اجرای آن دنبال می کنند و با طیف گسترده ای از مشکلات و موانع مواجهند و برای نیل به اهداف مورد نظر خود به راهبردها و طرح های متفاوت نیازمند هستند^۱. خصوصی سازی در مفهوم رایج خود یعنی انتقال مالکیت و مدیریت از دولت به بخش خصوصی است. افزایش بهره وری، توسعه بازار سرمایه، کاهش انحصارات شرکت های دولتی، ایجاد درآمد برای دولت، ایجاد انگیزه در کارکنان و صاحبان سرمایه و جذب تکنولوژی و به کارگیری تکنیک های نوین مدیریتی، اصلاح قیمت ها، کاهش کسری بودجه دولت، از آثار و نتایج خصوصی سازی عنوان می شوند.

مخالفان و موافقان خصوصی سازی هر کدام دلایل خود را دارند. آن گروه از صاحب نظران که مالکیت دولتی را تجویز می نمایند، دلایلی نظیر اولویت اهداف اجتماعی بر اهداف

اقتصادی، شکست بازار به دلیل وجود انحصارات و عدم تقارن اطلاعاتی را مطرح می کنند. در حالی که مخالفان مالکیت دولتی انگیزه ضعیف مدیران دولتی برای کسب سود و کاهش هزینه، نظارت نامناسب و تعقیب اهداف غیر اقتصادی را مطرح می کنند. امروزه سپردن امور بنگاهداری به بخش غیر دولتی مورد اجماع نظریه پردازان و سیاستمداران در بسیاری از کشورهاست. در کشور ما نیز هرچند که اصل ۴۴ قانون اساسی دامنه و حدود مداخله دولت و بخش های اقتصادی را در حد کلیات تعریف کرده، لیکن تعیین دامنه و مرز هریک از فعالیت های دولتی، خصوصی و تعاونی را به قانون محول کرده است. با تصویب قانون اجرای سیاست های اصل ۴۴ قانون اساسی این حدود و دامنه با گرایش آشکار به خروج دولت از فعالیت های تصدی گرایانه و واگذاری بنگاه های اقتصادی دولتی به بخش خصوصی ترسیم و شاید بتوان گفت به گونه ای بازتعریف شد. برنامه های خصوصی سازی از نوع واگذاری بنگاه های دولتی در بسیاری از کشورها از جامعه انگلستان، آلمان بالاخص پس از الحاق آلمان شرقی به آن کشور، کشورهای آسیای جنوب شرقی، اروپای شرقی پس از فروپاشی شوروی، آمریکای لاتین و قاره آفریقا اجرا شده است. فرآیند خصوصی سازی آن هم از نوع واگذاری بنگاه های دولتی که سهم و نقش قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی و اشتغال کشور ما را به خود اختصاص داده و بسیاری از آنها کارکردهای حاکمیتی هم دارند، چه از نظر فضای پیرامونی و محیطی کسب و کار (که عموماً در یک اقتصاد دولت محور شکل گرفته اند) و چه از نظر فرآیند واگذاری و عملیات اجرایی واگذاری، مستلزم اتخاذ تمهیدات مناسب می باشند. تجربیات جهانی حکایت از این دارد که خصوصی سازی می تواند در جهت توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، حذف انحصار و گسترش رقابت، اشتغال زایی، توسعه فعالیت، کاهش هزینه های جاری، کوچک کردن اندازه دولت و استفاده بهینه از منابع، نقش بارزی ایفا نماید. بخش خصوصی از انگیزه بالایی برای کار و تلاش و کسب سود برخوردار است و از نیروی انسانی، سرمایه و سایر عوامل تولید حداکثر استفاده را می کند که در نهایت به افزایش رشد اقتصادی و بهبود رفاه عمومی منجر می گردد. فرآیند خروج موفق و اثرگذار دولت از فعالیت های تصدی گرایانه و از طریق واگذاری بنگاه های دولتی مستلزم اتخاذ تدابیر مناسب می باشد. ضمن اینکه در اکثر موارد سهم و نقش شرکت های دولتی در بودجه و تولید ناخالص ملی کشورها قابل توجه است. در مواردی این شرکت ها علاوه بر کارکرد اقتصادی، برخی وظایف و مأموریت های حاکمیتی را نیز عهده دار می باشند که می بایست

در جریان واگذاری مورد توجه قرار گیرد. از طرفی اطمینان از تداوم فعالیت شرکت ها پس از واگذاری و اجتناب از هرگونه آثار و تبعات احتمالی بعدی و همچنین حصول اطمینان از تحقق اهداف مورد انتظار نیازمند سازوکار مناسب و مهیا شدن شرایط لازم در فضای فرابنگاهی و درون‌بنگاهی است و نظام‌های اقتصادی به تناسب برنامه‌ها و اولویت‌های خود اهداف مشخصی را از این واگذاری‌ها دنبال می‌کنند. به‌طور معمول در ادبیات اقتصادی فرض می‌شود که مالکیت خصوصی و بازارهای رقابتی با یکدیگر حرکت می‌کنند. سؤال و اختلاف نظری که ممکن است برای اقتصاددانان مطرح شود این است که آیا باید به کدامین مورد، یعنی «مالکیت خصوصی» یا «رقابت» بیشترین توجه را مبذول کرد؟ برخی اعتقاد دارند «عملکرد کارایی اقتصادی» به مالکیت خصوصی و خصوصی سازی بستگی دارد. برخی دیگر معتقدند «رقابت» سرچشمه اصلی «کارایی» است.^۱ تاکنون مطالعات بسیاری در زمینه عملکرد بنگاه‌های خصوصی شده با توجه به شاخص‌هایی مانند سطح تولید، سودآوری و سرمایه‌گذاری انجام شده است. به عنوان مثال، مگینسون، نشو و نرن‌دنبرق (۱۹۹۴) دروبوبکریوکاست (۱۹۹۸) برای کشورهای درحال توسعه نشان OECD مطالعه خود برای کشورهای دادند که تولید بنگاه‌ها پس از خصوصی شدن به مقدار قابل توجهی افزایش می‌یابد. با توجه به اینکه این مطالعات بیشتر بر بنگاه‌های موفق خصوصی شده تأکید دارند نتایج آنها را به سختی میتوان به سطح اقتصاد کلان تعمیم داد. تعداد معدودی از مطالعات به اثر خصوصی سازی در کشورهای در حال توسعه بر رشد اقتصادی آنها پرداخته‌اند. به عنوان مثال، پلین (۱۹۹۷) و بارنه (۲۰۱۶) نشان می‌دهند که خصوصی سازی اثر مثبتی بر رشد اقتصادی دارد، اما نتایج کوکواوچیدا (۲۰۰۳) حاکی از رابطه منفی بین خصوصی سازی و رشد اقتصادی است. مشیری (۱۳۹۳) نشان می‌دهد که مدیریت‌های دولتی و برنامه‌ریزی شده از کارایی پایینی برخوردارند به همین دلیل کشورهای بسیاری از جمله ایران، سیاست اقتصاد بازار- اقتصاد آزاد را انتخاب کردند تا بتوانند به کمک آن بر بخشی از مشکلات خود نظیر بیکاری، زیان‌ده بودن شرکت‌های دولتی و کسری بودجه غلبه کنند و به رشد و توسعه دست یابند. جمهوری اسلامی ایران با توجه به پیشینه مدیریت دولتی در به کارگیری غیر کارآمد منابع نیاز دارد تا از آثار خصوصی سازی و اهداف

آن مطلع شود. ولش^۱ و فرموند^۲ در مقاله‌ای با عنوان «خصوصی‌سازی مرحله به مرحله»^۳ فرآیند خصوصی‌سازی را به دو مرحله «آماده‌سازی» و «فروش» شرکت‌های دولتی، تقسیم نموده‌اند که در گام‌های مختلف اجرایی می‌شوند.

از آنجایی که بحث خصوصی‌سازی یکی از مقوله‌های مهم در بسیاری از کشورهای در حال توسعه و به ویژه ایران می‌باشد و اهدافی چون رقابت و کارایی اقتصادی، افزایش بازدهی سرمایه‌گذاری‌ها، استفاده بهینه از امکانات و غیره را دنبال می‌کند، لذا موفقیت در امر واگذاری در مرحله اول مستلزم توجه به همه عوامل و عناصر دخیل در امر واگذاری است. تلاش برای شناسایی این عوامل و مؤلفه‌ها می‌تواند ما را به ارائه یک الگوی راهبردی در امر واگذاری رهنمون کند. لذا با توجه به اهمیت و نقش برنامه‌های خصوصی‌سازی در حصول به اهداف کلان و ملی، موفقیت یا عدم موفقیت برنامه‌های خصوصی‌سازی می‌تواند آثار و تبعات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی حائز اهمیتی را به دنبال داشته باشد، لذا ضروری می‌نماید برنامه‌های خصوصی‌سازی با دقت نظر هر چه بیشتر برنامه‌ریزی و مدیریت شوند.

۱. مبانی نظری و پیشینه تحقیق

به‌طور کلی باید گفت خصوصی‌سازی بخشی از سیاست اقتصادی جامع‌تری است که امروزه تحت عناوینی چون آزادسازی اقتصادی و یا پیوستن به اقتصاد جهانی از سوی برخی از دولت‌ها به شدت تعقیب می‌گردد.^۴ نهادهای بین‌المللی همچون صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی نیز از مدافعان سرسخت این سیاست نوظهور محسوب می‌گردند. خصوصی‌سازی یعنی تغییر فضای حاکم بر فعالیت‌های بخش دولتی به گونه‌ای که در عین حفظ بافت اصلی فعالیت‌ها صرفاً فضای بخش مذکور تغییر یافته و شرایط و جو بازار بر نحوه عملکرد شرکت به صورتی تأثیر گذارد تا انگیزه‌ها و مکانیزم‌های بخش خصوصی ملاک عمل قرار گیرد. اهداف خصوصی کردن که همانند بسیاری از موارد دیگر نشان دهنده روندهای اجتماعی، سیاسی و جاری می‌باشد بر واگذاری نهادهای اقتصادی به

1. Welch

2. Fremond

3. The case by case approach to privatization

4. Shinno, (2016).

بخش خصوصی مبتنی است و مهمترین اهداف آن تمرکز زدایی در اقتصاد، مشارکت بیشتر مردم (بخش خصوصی) در فعالیتهای تولیدی و خدماتی و در پی آن دستیابی به سایر پیامدهای مثبت و تعیین کننده آن می باشد.^۱ پس از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران بنابه دلایل گوناگون حوزه فعالیتهای اقتصادی دولت بسیار گسترش یافت. در نتیجه این گسترش در اواخر دهه ۱۳۶۰، ناکارایی بر فعالیتهای دولت سایه افکند و از همین رو محدود کردن حوزه فعالیتهای اقتصادی دولت و خصوصی سازی در شمار برجسته ترین اهداف برنامه اول توسعه درآمد^۲ و یکرز و پرو^۳ در سال ۱۹۹۸، خصوصی سازی را اینگونه تعریف می کنند: خصوصی سازی در معنای عام به مفهوم کاهش فعالیتهای دولت یا محدود کردن مداخله دولت در امور اقتصادی است. پولانی می گوید: «یک نظام بازار خودسامان، لحظه ای استثنایی در تاریخ بشر است و در مقابل، اندیشه های اقتصادی موفق از رهگذر کنترل دولت نیز ممکن است تنها برای دوره ای بسیار کوتاه واقعیت پیدا کند». کشورهای در حال توسعه در دهه ی ۱۹۸۰ با بحرانهای مالی مواجه شدند. این بحرانها توانمندی های دولت ها برای سرمایه گذاری در بنگاه های دولتی را به شدت کاهش دادند. این امر در سطح اقتصاد کلان پیامدهای منفی به بار آورد که به نوبه ی خود، هم در بخش دولتی و هم در بخش خصوصی برای شرکت ها تبعات بدی داشت.^۴ پژوهش های تجربی اخیر درباره تاثیر خصوصی سازی بر عملکرد پولی و عملیاتی، نیروی کار و ترازهای مالی مؤید این نظر است که خصوصی سازی می تواند برای شرکت هایی مفید باشد که در ساختار بازار رقابتی، در کشورهایی با درآمد متوسط قرار داشته باشند.^۵ خصوصی سازی فرآیندی است که طی آن کنترل شرکت ها از طریق عرضه عمومی داخلی یا بین المللی سهام به بخش خصوصی منتقل می شود. خصوصی سازی مرحله به مرحله این فرصت را برای دولت فراهم می کند تا به مسائل مربوط به خط مشی کلی خصوصی سازی توجه دقیق داشته باشد و برنامه هایی را سازماندهی کند که سرمایه، اطلاعات و ارتباطات خارجی لازم را فراهم کند و بازده مالی دولت را به حداکثر برساند و تنها دسته بندی دقیق، برنامه زمانبندی و توالی

1. Shrestha, R. K., Alavalapati, J. R. R. and Kalmbacher, R. S, (2014).

۲. گودرزوند و چگینی، (۱۳۸۹).

3. Vikers and yero

4. Truong, (2016).

۵. کی منش و شهریاری، (۱۳۹۶).

مناسب امور است که می‌تواند موفقیت کار را تضمین کند. در جریان خصوصی‌سازی واقع بینی، انعطاف‌پذیری و تمایل به استفاده از راه‌حل‌ها و روش‌های جدید باید مورد توجه قرار گیرد. اصلاحات ساختاری می‌بایست همگام با برنامه‌های خصوصی‌سازی باشد و دولت‌ها باید برنامه‌های خود را در چارچوب اصلاحات تحکیم‌کننده اقتصاد کشور پیش ببرند. این اصلاحات شامل تثبیت اقتصاد کلان، تسهیل جریان فروش، اصلاح بخش مالی، اصلاح ساختار دولت و اصلاح قوانین است. چنانچه پیشرفت برنامه‌های اصلاحی دیگر به کندی صورت گیرد برنامه خصوصی‌سازی دوام نخواهد آورد. اصلاحات پیش از خصوصی‌سازی در سطح بنگاه، باید به اصلاح ترازنامه و تغییرات سازمانی همچون تعطیلی، کاهش نیروی کار و انتقال ارائه خدمات اجتماعی محدود شوند. تغییرات فناوری، سرمایه‌گذاری بیشتر و انجام خریدهای عمومی باید به مالکان جدید واگذار شود. در جریان خصوصی‌سازی جذب سرمایه‌گذاری خارجی، اهمیت ویژه‌ای دارد. بدون وجود یک سیاست خارجی مدون برنامه خصوصی‌سازی دچار شکست می‌شود. دولت‌ها قبل از خصوصی‌سازی انحصارات طبیعی، باید به تجدید ساختار صنایع بپردازند تا رقابت افزایش یابد و این رقابت با قوانین شفاف همراه باشد و به درستی اجرا شود. همچنین قبل از فروش می‌بایست مشکلات مربوط به قوانین، کنترل قیمت‌ها، یارانه‌ها و مانند آنها را حل کنند. برخی کشورها، خصوصی‌سازی را براساس قوانین موجود خود انجام می‌دهند و هر کجا لازم باشد قانون خاص وضع می‌کنند مانند کانادا و انگلستان، اما در کشورهایی که در آنها اجرای قوانین سخت‌تر است و ممکن است نتوانند شفافیت خصوصی‌سازی را تضمین کنند می‌بایست اختصاصاً قانون خصوصی‌سازی تهیه و تصویب نمایند.

در ارائه چارچوبی برای تدوین راهبرد بنگاه‌های تولیدی به بررسی پیشینه تحقیقات در زمینه چگونگی تدوین راهبرد در بنگاه‌های تولیدی در مطالعات داخلی و خارجی پرداخته شد، که نتایج نشان می‌دهد که مطالعات داخلی از بلوغ تحقیقاتی بسیار خوبی برخوردار است. پومبو و همکاران^۱ در مقاله‌ای، برنامه خصوصی‌سازی در کلمبیا را که با توجه به استانداردهای آمریکای لاتین از متوسط‌ترین نمونه‌ها است، مورد بررسی قرار داده‌اند. در این تحقیق آن‌ها از معیار پیش و پس از خصوصی‌سازی و تحلیل اقتصادی برای بررسی

وضعیت ۳۰ مورد شرکت تولیدی کلمبیایی و ۳۳ نیروگاه برق که در خلال سال‌های ۱۹۹۳ تا ۱۹۹۸ به بخش خصوصی واگذار شده‌اند، استفاده کردند. نتایج نشان داد که بعد کل بهره‌وری، از ۰/۲۷ به ۰/۵۰ و نرخ سود تا ۱/۲ درصد افزایش یافته است. از طرف دیگر، آن‌ها دریافتند که هنگامی که دیگر عوامل در نظر گرفته می‌شوند، کارآیی تولید^۱ در نیروگاه برق رابطه سیستماتیک با تغییر مالکیت ندارد.

مک کنزی^۲ و موکر جی^۳ (۲۰۰۳) در مقاله‌ای خلاصه‌ای از نتایج پروژه‌ای را ارائه می‌دهند که به ارزیابی تأثیر توزیعی خصوصی سازی در چهار کشور آمریکای لاتین (آرژانتین، بولیوی، مکزیک و نیکاراگوئه) پرداخته است. این مطالعه از داده‌های تحقیقی موجود استفاده کرده و تلاش کرده تا تأثیرات خصوصی سازی را بر مصرف کنندگان ارزیابی نمایند، زیرا احتمال اینکه در خصوصی سازی‌ها اقشار کم درآمد به سهام‌داران تبدیل شوند غیرمحتمل است. طبق نتایج این تحقیق خصوصی سازی به افزایش چشمگیر در دستیابی به خدمات آب، برق و تلفن در هر چهار کشور منجر می‌شود.

جوسیا و همکاران^۴ (۲۰۰۱) در پژوهشی به ارزیابی ۲۱۲ مورد خصوصی سازی در کشور گینه پرداختند و نتایج مثبتی را بر حسب کاهش فشار بر توازن پرداخت‌های^۵ گینه، افزایش کارآیی، تشویق بازارهای محلی سرمایه، تشویق و ارتقای جریان سرمایه گذاری خارجی مستقیم، افزایش کیفیت محصولات برای مصرف کنندگان و افزایش اشتغال و درآمد را نشان می‌دهند.

پیووارسکی^۶ (۲۰۰۱) با استفاده از داده‌های ۳۷۶ شرکت متوسط و بزرگ اوکراینی، به بررسی رابطه تمرکز مالکیت و عملکرد شرکت می‌پردازد. او درمی‌یابد که تمرکز مالکیت با عملکرد شرکت رابطه مثبت دارد و نسبت به مالکیت داخلی متمرکز، تمرکز مالکیت در دستان بانک‌ها و شرکت‌های خارجی به عملکرد بهتری منجر می‌شود. پیووارسکی نتیجه می‌گیرد که شیوه خصوصی سازی، پایدارترین تأثیر را بر ساختار مالکیت دارد. آن دسته از شیوه‌های

1.. Productive Efficiency

2. McKenzie

3.. Mookherjee

4.. Josiah and etal

5.. Balance Of Payments

6.. Local Capital Markets

7.. Pivovarsky

خصوصی سازی که دستیابی گروه های منفرد به بخش قابل توجهی از سهام را تضمین می کنند، دستاوردهای بیشتری را نسبت به شیوه هایی دارند که موجب ایجاد مالکیت پراکنده می شوند. کوچیندا و والاچی^۱ (۲۰۰۲) با استفاده از مجموعه داده های ۲۵۲۹ مشاهده از ۱۳۷۱ شرکت متوسط و ۲۹۴۹ مشاهده از ۱۵۴۰ شرکت بزرگ کشور چک، به تحلیل تأثیر مالکیت بر عملکرد شرکت ها پس از واگذاری می پردازند. آن ها شش گونه مالک را معرفی کرده و تأثیر هر کدام را بررسی می کنند. کوچیندا و والاچی درمی یابند، در حالی که مالکیت خارجی متمرکز، عملکرد اقتصادی بنگاه های خصوصی شده را در مقایسه با بنگاه های دولتی بهبود می بخشد، مالکیت خصوصی داخلی چنین پیامدی را به همراه ندارد. همچنین، در حالی که شرکت هایی که تحت مالکیت سرمایه گذاران خارجی قرار دارند با افزایش سود و فروش به بازسازی ساختاری می پردازند، شرکت های داخلی بدون آن که میزان سود خود را افزایش دهند، از ابعاد فروش و هزینه های نیروی کار خود می کاهند. همچنین، تمرکز مالکیت معمولاً با بهبود عملکرد همراه است.^۲

در ادامه به برخی پژوهشهای انجام شده در کشور ایران که با هدف ارائه الگویی برای خصوصی سازی بوده اشاره می شود.

عادل آذر و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله ای با عنوان «طراحی مدل جامع خصوصی سازی و واگذاری بنگاه های دولتی در ایران با رویکرد خط مشی گذاری صنعت پتروشیمی» نتایج پژوهشی را انتشار داده اند که هدف آن طراحی مدل جامع و مناسب برای خصوصی سازی و واگذاری بنگاه های دولتی در ایران می باشد و هدف خط و مشی گذاری به گونه ای است که ضمن توجه به قوانین، استراتژی های مناسب واگذاری را ارائه می دهد. در مدل نهایی و براساس یافته های این تحقیق، ابعاد مدل شامل سیاست گذاری، اهداف و متغیرهای مالی بنگاه (خرد)، اهداف مصلحت عامه (کلان)، تمهیدات واگذاری قبل از اجرای خصوصی سازی، استراتژی های خصوصی سازی و نظارت می باشند. این مدل به عنوان مدلی برای خصوصی سازی در کشور ارائه شده و پیشنهاد گردیده که مسئولان خصوصی سازی و واگذاری، در واگذاری ها در چارچوب مدل مذکور ضمن توجه به کارایی بنگاه ها، مصلحت عامه را در نظر داشته باشند و با مذاقه در قوانین و خط مشی های کشور و نیز اعمال

تمهیدات لازم قبل از اجرای هر نوع واگذاری، استراتژی های مناسب را انتخاب نموده و به طور مستمر از طریق نهادهای دولتی و غیر دولتی بر فرآیند خصوصی سازی نظارت نمایند. ربیعی و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله ای با عنوان «موانع خصوصی سازی و معرفی مدل مفهومی توسعه در سازمان های منتخب ایران» نتایج مطالعه ای در خصوص بررسی فرآیند اجرای خصوصی سازی با دید توسعه ای و به روش تطبیقی را انتشار داده اند که طی آن موانع خصوصی سازی در سازمان های ایران را موانع سیاسی، موانع اقتصادی، موانع حقوقی و قانونی، موانع ساختاری و موانع فرهنگی و اجتماعی برشمردند. مجموعه عوامل مذکور در سه لایه هدف، مفهوم و اجرا، طبقه بندی شده اند. عوامل مؤثر بر لایه هدف شامل عوامل سیاسی، اقتصادی و فرهنگی هستند. در لایه مفهومی اصل عوامل اقتصادی است، هر چند نقش عوامل فرهنگی نیز حائز اهمیت است، در لایه اجرایی نیز عوامل فرهنگی، اجتماعی، حقوقی و قانونی قرار دارد. هر چند این لایه ها دارای تعامل و اثرگذاری و اثرپذیری متقابل نیز می باشند.

حیدری کرد زنگنه در پایان نامه دکتری با عنوان «ارائه مدلی جهت ارتقا و توسعه خصوصی سازی ایران» ضمن بررسی وضع موجود خصوصی سازی در کشور مدلی را برای ارتقا و توسعه علمی نظام خصوصی سازی در کشور معرفی نموده است در راستای تحقق این هدف ادبیات سازمان یافته پژوهش و نظرات صاحب نظران و کارشناسان کشور مرور می شود و سپس تجارب پژوهشگران در ده بعد (۱. جهانی ۲. سیاسی ۳. قانونی و حقوقی ۴. نهادی و سازمانی ۵. برنامه گذاری ۶. اقتصادی ۷. مدیریتی و اجرایی ۸. اجتماعی و فرهنگی ۹. مجازی و ۱۰. روش خصوصی سازی) و ۱۹۰ مولفه، با استفاده از تکنیک مدل سازی پویا و انگاره نگاری، استخراج می شود.^۱

آل عمران (۱۳۹۰) در مقاله ای با عنوان خصوصی سازی و سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی به بررسی پیش نیازها و اهداف خصوصی سازی و موانع موجود در مسیر اجرای این مهم و سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی به عنوان یک مفهوم کلیدی در اقتصاد ایران پرداختند. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که سیاست خصوصی سازی یک فرآیند بوده و برای اینکه این فرآیند مسیر درست خود را پیماید می بایست در مرحله اول برخی

۱. حیدری کرد زنگنه، (۱۳۸۶).

پیش‌نیازهایی قبل از ورود به این مسیر به کار برده شوند که میتوان به عنوان مثال تثبیت اقتصادی و آزادسازی را نام برد. در مرحله دوم پس از اینکه این فرآیند بر مسیر صحیح خود قرار گرفت لازم است موانعی که در مسیر اجرای این مهم قرار می‌گیرند را از مسیر جدا کرد تا سیاست خصوصی‌سازی نتیجه اثربخش خود را در اقتصاد بروز دهد که در متن پژوهش به برخی از این موانع اشاره شده است. علاوه بر این، نکته مهمی که از این پژوهش در بخش پیش‌نیازها به دست می‌آید این است که در کشورهایی که فرآیند خصوصی‌سازی قبل از تثبیت اقتصادی و آزادسازی انجام گرفته است یا هر دو هم‌زمان بوده‌اند با عدم موفقیت همراه بوده است. در نتیجه، برای اینکه خصوصی‌سازی به‌نحو احسن انجام گیرد، باید عوامل پیش‌نیاز خصوصی‌سازی پیش از انجام خصوصی‌سازی به کار برده شوند نه این که به‌طور هم‌زمان و یا پس از آن.

با توجه به نتایج مباحث نظری و تحقیقات انجام شده در ارتباط با خصوصی‌سازی و همچنین براساس بررسی تجارب کشورها نکته بسیار مهمی که از مرحله دوم نتایج گرفته شد این است که تجارب نشان داده است در کشورهایی که فرآیند خصوصی‌سازی قبل از تثبیت اقتصادی و آزادسازی انجام گرفته است یا هر دو هم‌زمان بوده‌اند با عدم موفقیت همراه بوده است. در نتیجه برای اینکه خصوصی‌سازی به‌نحو احسن انجام گیرد می‌بایست عوامل پیش‌نیاز خصوصی‌سازی پیش از انجام خصوصی‌سازی به کار برده شوند. لذا در این پژوهش با توجه به نتایج این تحقیقات مجموعاً ۱۳۶ شاخص به‌عنوان مؤلفه‌ها یا شاخص‌های تعیین‌کننده در اجرای برنامه خصوصی‌سازی استخراج شد. با مداقه در ماهیت شاخص‌ها، کلیه شاخص‌ها در سه لایه قابل طبقه‌بندی است و هر یک از این لایه‌ها به یک یا چند بُعد قابل تفکیک است.

۱. لایه فرابنگاهی و یا محیطی که تماماً می‌تواند به‌عنوان فضای کسب و کار طبقه‌بندی شود و در برگیرنده کلیه عوامل بیرونی و خارج از کنترل بنگاه به‌شکل محیط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حقوقی باشد که بنگاه در آن محیط فعالیت می‌نماید.

۲. لایه سازماندهی و تشکیلات که مرتبط با سازمان اداری و تشکیلاتی لازم برای تدوین سیاست‌ها و اجرای برنامه‌های خصوصی‌سازی است.

۳. لایه فرآیند واگذاری که مرکب از مجموعه اقدامات و برنامه‌های معطوف به خود

بنگاه است که لاجرم می بایست در فرآیند واگذاری رعایت شود و خود شامل فعالیت های شناخت، انتخاب، آماده سازی، روش واگذاری، مشتری یابی، پشتیبانی بعد از واگذاری و نظارت، به بنگاه واگذار شده است. بر این اساس ابعاد اصلی مدل مورد نظر به شرح جدول (۱) قابل ذکر است.

جدول ۱- ابعاد مدل اصلی پیشنهادی

ردیف	لایه	بُعد	تعداد شاخص
۱	فرابنگاهی	فضای کسب و کار	۴۳
۲	سازمان اداری و تشکیلاتی و قانونگذاری خصوصی سازی	نهاد واگذاری	۱۲
۳	فرآیند خصوصی سازی بنگاه اقتصادی	شناخت	۱۱
		انتخاب	۹
		آماده سازی	۱۴
		روش واگذاری	۱۶
		قیمت گذاری	۳
		مشتری یابی	۱۲
		پشتیبانی	۱۴
		نظارت	۲
		جمع	۱۳۶
		۱۰	

۲. روش پژوهش

از آنجا که پژوهش حاضر با مطالعه تجارب جهانی و داخلی و مبانی نظری مرتبط با موضوع خصوصی سازی، متغیرهای اصلی برنامه های خصوصی سازی را بررسی و رابطه آنها را با نحوه سیاست گذاری و اجرای برنامه های خصوصی سازی در ایران توصیف می نماید و همچنین با شناسایی متغیرها به دنبال طراحی یک الگو و به کارگیری آن در برنامه های خصوصی سازی کشور می باشد از نظر نتیجه، توصیفی - تبیینی است و از آنجا که این الگو در اجرای برنامه های خصوصی به کار گرفته می شود از نظر هدف، کاربردی و توسعه ای است. در این تحقیق از استراتژی پیمایش از طریق پرسشنامه استفاده شده است. از نظر داده ها نیز چون در این پژوهش

هم‌زمان با مفاهیم از داده‌های کمی در پرسشنامه (رتبه‌بندی اهمیت ابعاد در قالب اعداد ۱ تا ۱۰) استفاده شد، بنابراین می‌توان گفت که داده‌های تحقیق از نوع کیفی و کمی است.

جامعه آماری این تحقیق عبارت است از کلیه مدیران عالی، مشاوران و کارشناسان ارشد سازمان خصوصی سازی، دفاتر امور معامع و شرکت‌های دولتی، وزارتخانه‌ها و سازمان برنامه و بودجه در امور شرکت‌های ذی‌مدخل و کارشناسان دارای تجربه در امر واگذاری که تعداد آنها حدود ۷۰ نفر برآورد می‌شود. نمونه آماری این تحقیق عبارت است از تعداد ۳۰ نفر از اعضای جامعه که به صورت تصادفی ساده از بین اعضای جامعه پژوهش انتخاب شدند.

نحوه تهیه پرسشنامه بدین صورت بود که ابتدا ادبیات تحقیق و تحقیقات قبلی مورد بررسی قرار گرفت سپس براساس آن و با مشورت گروه کانونی، پرسشنامه تهیه و به منظور کسب نظرات افراد جامعه مورد پژوهش، به صورت حضوری بین افراد انتخاب شده در نمونه آماری توزیع گردید و سپس پرسشنامه‌ها جمع آوری و پاسخ استخراج شد.

در پرسشنامه از ابعاد فوق ۱۳۶ پرسش تهیه شد که هریک دارای طیف پنج گزینه لیکرت است و پاسخ‌دهندگان اهمیت هر یک از ابعاد را هم در یک الگوی مطلوب و هم در وضع موجود کشور ما، با درج اعداد از یک تا ده تعیین کرده‌اند.

برای اندازه‌گیری پایایی، از شاخصی به نام ضریب پایایی استفاده شد. دامنه ضریب پایایی از صفر تا ۱+ است که «صفر» معرف عدم پایایی و «یک» معرف پایایی کامل است. در این تحقیق برای تعیین پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ^۱ استفاده گردید..

لذا سؤالات اصلی تحقیق عبارتند از:

۱. ابعاد راهبردی اجرای برنامه‌های خصوصی سازی کدامند؟
۲. الگوی راهبردی مناسب برای اجرای برنامه‌های خصوصی سازی کدام است؟
۳. به هر یک از ابعاد الگوی راهبردی خصوصی سازی در وضعیت موجود به چه میزان توجه می‌شود؟

برای پاسخ به قسمت اول سؤال، با مراجعه به متون و استخراج یافته‌های پژوهشگران پیشین، مطالعات تطبیقی و ادبیات مربوطه و تجارب خصوصی سازی در کشورهای مختلف، ابعاد و مؤلفه‌های مرتبط با مقوله خصوصی سازی بنگاه‌های دولتی جمع آوری شد، ابعاد

جمع آوری شده طی جلسات متعدد در گروه کانونی طرح و مورد نقد و بررسی اعضای گروه قرار گرفت.

همچنین برای مشخص نمودن میزان اهمیت هر یک ابعاد در مدل راهبردی خصوصی سازی و همچنین در وضع موجود، پرسشنامه ها بین نمونه ۳۰ نفری از جامعه خبرگان توزیع شد تا میزان اهمیت هر یک از ابعاد خصوصی سازی در یک الگوی راهبردی و همچنین میزان توجه به آنها در شرایط موجود کشور ما را ارزیابی نمایند.

سر انجام در مرحله آخر، آن دسته از ابعاد که میانگین امتیاز کسب شده اند از متوسط نظری (۵/۵) بیشتر و نتیجه آزمون معنی دار بود، به عنوان بُعد راهبردی خصوصی سازی پذیرفته شد و به کمک مجموع آنها الگوی خصوصی سازی ارائه گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار آماری SPSS و از میانگین و انحراف معیار برای تعیین نمره قبولی شاخص ها استفاده شده است.

– روایی^۱ پرسشنامه ها

در این تحقیق برای ارزیابی روایی از روش روایی محتوایی - صوری استفاده شده است. بدین صورت که پرسشنامه ها پس از تدوین همراه با پروپوزال پژوهش در اختیار چند نفر از متخصصان قرار داده شد و از آنان خواسته شد تا پرسش های پرسشنامه را مورد ارزیابی قرار دهند. پس از تأیید آنان از نظر محتوا و شکل ظاهری، روایی مورد پذیرش قرار گرفت.

– اعتبار^۲ پرسشنامه

در این تحقیق برای تعیین پایانی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ^۳ استفاده گردید. حد قابل قبول آلفای کرونباخ برای مقاصد کاربردی حداقل ۰/۷ است.

برای محاسبه ضرایب آلفای کرونباخ ابتدا بایستی واریانس نمونه های هر زیرمجموعه سؤال های پرسشنامه کل را محاسبه کرد، سپس با استفاده از رابطه زیر، آلفا را محاسبه کرد (سرمد و همکاران، ۱۳۸۳).

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_{\text{sum}}^2} \right)$$

1. Validity

2. Reliability

3. Cronbach's Alpha

که در آن k تعداد سؤال‌های پرسشنامه، s_i^2 واریانس سؤال i ام و s_{sum}^2 واریانس کل سؤالات است.

آزمون پایایی پرسشنامه برای تمام متغیرهای مدل و ۳۰ نمونه انجام شد. مقدار آلفای کرونباخ برای تمام متغیرها به شرح زیر است.

جدول ۲- آزمون آلفای کرونباخ برای پایایی پرسشنامه

ردیف	عوامل	شماره سؤالات	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ
۱	فضای کسب و کار در وضع موجود	A1- a45	۴۳	۰/۹۷۸
۲	میزان اهمیت فضای کسب و کار در مدل خصوصی سازی	Aa1-aa45	۴۳	۰/۹۸۴
۳	نهاد واگذاری در وضع موجود	B1-b12	۱۲	۰/۹۴۶
۴	میزان اهمیت نهاد واگذاری در مدل خصوصی سازی	Bb1-bb12	۱۲	۰/۷۶۰
۵	شناخت قبل از واگذاری در وضع موجود	C1- c11	۱۱	۰/۹۴۳
۶	میزان اهمیت شناخت در مدل خصوصی سازی در وضع موجود	Cc1-cc11	۱۱	۰/۸۸۱
۷	انتخاب بنگاه برای واگذاری در وضع موجود	D1- d9	۹	۰/۹۱۸
۸	میزان اهمیت انتخاب بنگاه برای واگذاری در مدل خصوصی سازی	Dd1-dd9	۹	۰/۹۵۳
۹	آماده سازی بنگاه برای واگذاری در وضع موجود	E1-e14	۱۴	۰/۹۷۰
۱۰	میزان اهمیت آماده سازی بنگاه برای واگذاری در مدل خصوصی سازی	Ee1-ee14	۱۴	۰/۹۱۵
۱۱	روش واگذاری در وضع موجود	F1-f16	۱۶	۰/۹۰۳
۱۲	میزان اهمیت روش واگذاری در مدل خصوصی سازی	Ff1-ff16	۱۶	۰/۹۴۸
۱۳	وضعیت موجود قیمت گذاری	G1- g3	۳	۰/۷۹۴
۱۴	میزان اهمیت قیمت گذاری در مدل خصوصی سازی	Gg1-gg3	۳	۰/۰۹۶
۱۵	وضعیت موجود مشتری یابی	H1- h12	۱۲	۰/۹۱۳
۱۶	میزان اهمیت مشتری یابی در مدل خصوصی سازی	Hh1-hh12	۱۲	۰/۸۹۹
۱۷	وضعیت موجود پشتیبانی بعد از واگذاری	M1- m14	۱۴	۰/۹۳۱
۱۸	میزان اهمیت پشتیبانی بعد از واگذاری در مدل خصوصی سازی	Mm1-mm14	۱۴	۰/۹۴۶
۱۹	وضعیت موجود نظارت بعد از واگذاری	N1-n2	۲	۰/۶۶۰

ردیف	عوامل	شماره سؤالات	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ
۲۰	میزان اهمیت نظارت بعد از واگذاری در مدل خصوصی سازی	Nn1-nn2	۲	۰/۰۱۸
۲۱	وضعیت موجود کل عوامل	X1-x10	۱۰	۰/۹۵۱
۲۲	میزان اهمیت عوامل در مدل خصوصی سازی	XX1-xx10	۱۰	۰/۸۷۸

ردیف های ۱۴، ۱۹ و ۲۰ جدول فوق نشان می دهد به ترتیب مقدار اعتبار میزان اهمیت «قیمت گذاری» در مدل خصوصی سازی برابر با ۰/۰۹۶ و مقدار اعتبار میزان اهمیت «نظارت» بعد از واگذاری در مدل خصوصی سازی برابر با ۰/۰۱۸ و مقدار اعتبار وضعیت موجود نظارت بعد از واگذاری ۰/۶۶ شده است که فاقد اعتبار لازم است. با حذف پرسش های مربوطه اعتبار متغیرهای اصلی به شرح ذیل است.

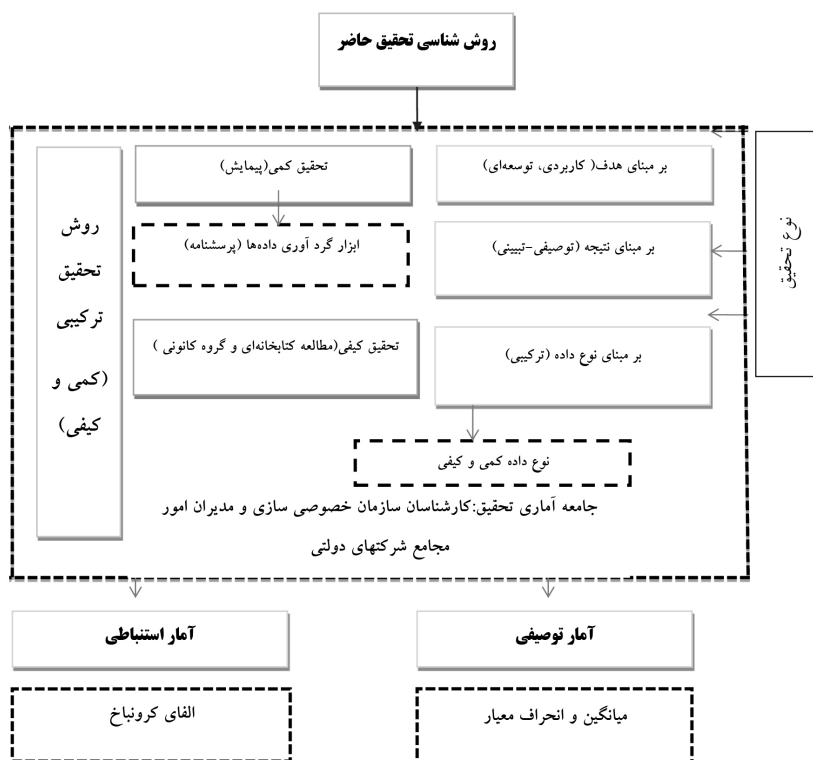
جدول ۳- آزمون آلفای کرونباخ برای پایایی متغیرهای اصلی پرسشنامه

ردیف	عوامل	شماره سؤالات	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ
۱	فضای کسب و کار در وضع موجود	A1- a45	۴۳	۰/۹۷۸
۲	میزان اهمیت فضای کسب و کار در مدل خصوصی سازی	Aa1-aa45	۴۳	۰/۹۸۴
۳	نهاد واگذاری در وضع موجود	B1-b12	۱۲	۰/۹۴۶
۴	میزان اهمیت نهاد واگذاری در مدل خصوصی سازی	Bb1-bb12	۱۲	۰/۷۶۰
۵	شناخت قبل از واگذاری در وضع موجود	C1- c11	۱۱	۰/۹۴۳
۶	میزان اهمیت شناخت در مدل خصوصی سازی در وضع موجود	Cc1-cc11	۱۱	۰/۸۸۱
۷	انتخاب بنگاه برای واگذاری در وضع موجود	D1- d9	۹	۰/۹۱۸
۸	میزان اهمیت انتخاب بنگاه برای واگذاری در مدل خصوصی سازی	Dd1- dd9	۹	۰/۹۵۳
۹	آماده سازی بنگاه برای واگذاری در وضع موجود	E1-e14	۱۴	۰/۹۷۰
۱۰	میزان اهمیت آماده سازی بنگاه برای واگذاری در مدل خصوصی سازی	Ee1-ee14	۱۴	۰/۹۱۵
۱۱	روش واگذاری در وضع موجود	F1-f16	۱۶	۰/۹۰۳
۱۲	میزان اهمیت روش واگذاری در مدل خصوصی سازی	Ff1-ff16	۱۶	۰/۹۴۸
۱۳	وضعیت موجود قیمت گذاری	G1- g3	۳	۰/۷۹۴

ردیف	عوامل	شماره سؤالات	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ
۱۴	وضعیت موجود مشتری‌یابی	H1- h12	۱۲	۰/۹۱۳
۱۵	میزان اهمیت مشتری‌یابی در مدل خصوصی‌سازی	Hh1- hh12	۱۲	۰/۸۹۹
۱۶	وضعیت موجود پشتیبانی بعد از واگذاری	M1- m14	۱۴	۰/۹۳۱
۱۷	میزان اهمیت پشتیبانی بعد از واگذاری در مدل خصوصی‌سازی	Mm1-mm14	۱۴	۰/۹۴۶
۱۸	وضعیت موجود کل عوامل	X1-x10	۱۰	۰/۹۵۱
۱۹	میزان اهمیت عوامل در مدل خصوصی‌سازی	Xx1-xx10	۱۰	۰/۸۷۸

چارچوب روش‌شناسی تحقیق

با توجه به توضیحات عنوان شده، چارچوب روش‌شناسی تحقیق به صورت شکل (۱) می‌باشد.



شکل ۱ - چارچوب روش‌شناسی تحقیق حاضر

۳. تجزیه و تحلیل داده ها

۳-۱. آزمون سؤالات و فرضیات پژوهش

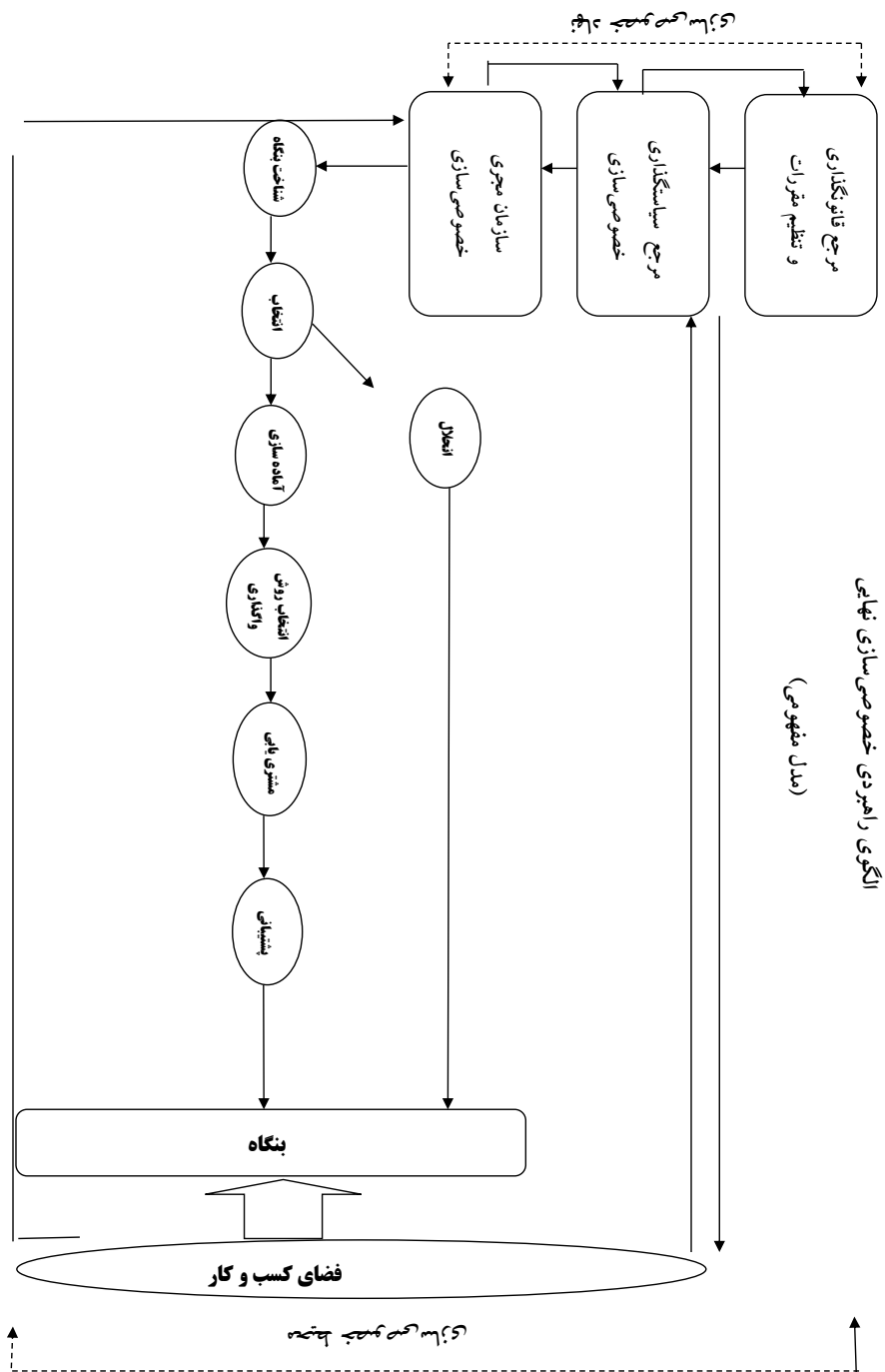
۳-۱-۱. ابعاد راهبردی اجرای برنامه های خصوصی سازی کدامند و میزان اهمیت هر یک از آنها در گروه کانونی چقدر است ؟

در پژوهش حاضر با توجه مطالعات صورت گرفته هشت بعد راهبردی شناسایی شد که نتایج میزان اهمیت هر یک، همراه با میانگین و انحراف معیار به دست آمده از آنها در جدول (۳) آورده شده است.

جدول ۳- میزان اهمیت هر یک از ابعاد دهگانه مدل راهبردی خصوصی سازی

ردیف	ابعاد راهبردی خصوصی سازی	میانگین	انحراف معیار	آماره T	sig	رد یا عدم رد H0
۱	فضای کسب و کار	۸/۴۶۶۷	۲/۰۸۰۰۱	۷/۸۱۲	/۰۰۰	رد H0
۲	نهاد واگذاری	۷/۱۶۶۷	۲/۵۰۶۳۱	۳/۶۴۲	/۰۰۱	رد H0
۳	شناخت بنگاه قبل از واگذاری	۸/۲۰۰۰	۱/۸۶۴۳۷	۷/۹۳۲	/۰۰۰	رد H0
۴	انتخاب برای واگذاری	۷/۷۳۳۳	۲/۲۷۳۲۸	۵/۳۸۱	/۰۰۰	رد H0
۵	آماده سازی بنگاه برای واگذاری	۸/۴۳۳۳	۲/۰۶۲۵۳	۷/۷۹۰	/۰۰۰	رد H0
۶	انتخاب روش واگذاری	۸/۰۳۳۳	۲/۰۲۵۴۱	۶/۸۵۱	/۰۰۰	رد H0
۷	مشتری یابی	۸/۰۶۶۷	۱/۴۶۰۵۹	۹/۶۲۵	/۰۰۰	رد H0
۸	پشتیبانی بعد از واگذاری	۷/۷۰۰۰	۲/۱۵۱۹۸	۵/۵۹۹	/۰۰۰	رد H0

همانطوری که در جدول (۱) دیده می شود. میانگین میزان اهمیت هر یک از ابعاد راهبردی فوق در خصوصی سازی از متوسط نظری (۵/۵) بالاتر به دست آمده است که با توجه به ده گزینه ای بودن پاسخ ها (از ۱ تا ۱۰) بیانگر مهم بودن ابعاد هشتگانه راهبردی در امر خصوصی سازی است. همچنین با توجه به میزان انحراف معیار به نظر می رسد که پاسخگویان در دادن امتیاز در این قسمت انسجام لازم را دارند. ستون sig نشان می دهد فرض H0 تمامی متغیرهای راهبردی خصوصی سازی در سطح ۰/۱ رد می شود و نتایج حاصل قابل تعمیم به جامعه است. لذا از ابعاد راهبردی خصوصی سازی که در پنل های



گروه کانونی به دست آمده است ابعاد کسب و کار، نهاد واگذاری، شناخت بنگاه قبل از واگذاری، انتخاب، آماده سازی و مشتری یابی و پشتیبانی بعد از واگذاری را تأیید می شود.

۳-۱-۲. سؤال دوم الگوی راهبردی مناسب برای اجرای برنامه های خصوصی سازی کدام است؟

نتایج به دست آمده از سوالات زیر مجموعه سوال یکم نشان می دهد، هشت بُعد راهبردی خصوصی سازی قابل قبول تشخیص داده می شود. به این ترتیب الگوی راهبردی مناسب خصوصی سازی از هشت بعد تشکیل می شود. بر همین اساس الگوی مدل راهبردی خصوصی سازی به صورت مفهومی به صورت شکل (۲) قابل ترسیم است.

همچنین گروه کانونی برای بعد فضای کسب و کار تعداد ۴۳ شاخص تعیین نموده است. نتیجه ارزیابی خبرگان در مورد میزان توجه به هر یک از این شاخص ها در وضع موجود کشور ما به شرح جدول (۳) است:

جدول ۳- میزان توجه به هر یک از شاخص های بُعد «فضای کسب و کار»
در وضع موجود

ردیف	شاخص های میزان توجه به بعد فضای کسب و کار	میانگین	انحراف معیار	آماره T	sig	رد یا عدم رد H0
۱	باز بودن اقتصاد (میزان ادغام در نظام اقتصاد جهانی)	۲,۹۶۶۷	۱/۸۶۵۹۱	-۷/۴۳۶	/۰۰۰	رد H0
۲	کارایی دولت	۳/۷۰۰۰	۱/۸۵۹۷۴	-۵/۳۰۱	/۰۰۰	رد H0
۳	تقویت و گسترش بازار سرمایه	۴/۷۳۳۳	۱/۹۴۶۴۱	-۲/۱۵۷	/۰۳۹	عدم رد H0
۴	کیفیت و کمیت زیربنای اقتصادی	۴/۱۳۳۳	۱/۶۵۵۳۶	-۴/۵۲۲	/۰۰۰	رد H0
۵	انعطاف پذیری بازار کار و بهبود و اصلاح مقررات ناظر بر آن	۳/۲۳۳۳	۱/۳۰۴۷۲	-۹/۵۱۵	/۰۰۰	رد H0
۶	حضور موثر نهادها و تشکلهای اجتماعی و سیاسی و اقتصادی	۳/۵۳۳۳	۱/۶۹۶۵۱	-۶/۳۴۹	/۰۰۰	رد H0
۷	ساده سازی و پالایش قوانین و مقررات در جهت تسهیل مشارکت بخش خصوصی	۳/۹۰۰۰	۲/۰۰۶۰۳	-۴/۳۶۹	/۰۰۰	رد H0
۸	کاهش مداخلات غیرموجه در امور بنگاههای اقتصادی	۳/۴۰۰۰	۱/۹۹۳۰۹	-۵/۷۷۱	/۰۰۰	رد H0

ردیف	شاخص‌های میزان توجه به بعد فضای کسب و کار	میانگین	انحراف معیار	آماره T	sig	رد یا عدم رد H0
۹	توام بودن خصوصی سازی با آزادسازی اقتصادی	۳/۶۰۰	۱/۷۳۴۰۴	-۶/۰۰۱	/۰۰۰	رد H0
۱۰	توانمندی دولت در تنظیم مقررات و پیشنهاد قوانین لازم	۴/۷۰۰	۱/۹۱۴۵۵	-۲/۲۸۹	/۰۳۰	رد H0
۱۱	ظرفیت مراجع قانون گذاری برای ارزیابی درست از فضای کسب و کار و وضع قوانین مناسب	۴/۴۳۳	۱/۹۲۴۱۴	-۳/۰۳۶	/۰۰۵	رد H0
۱۲	کنترل نرخ تورم	۵/۲۰۰	۱/۹۵۴۶۶	-۸/۴۱	/۴۰۷	عدم رد H0
۱۳	تعامل مستمر و اثر بخش دولت و بخش خصوصی	۳/۸۶۶	۱/۶۹۶۵۱	-۵/۲۷۳	/۰۰۰	رد H0
۱۴	حضور موثر بخش خصوصی در تصمیم سازی ها	۲/۹۶۶	۱/۴۹۶۷۴	-۹/۲۷۱	/۰۰۰	رد H0
۱۵	حمایت قضایی از سرمایه گذاری	۳/۴۳۳	۱/۸۳۲۳۴	-۶/۱۷۸	/۰۰۰	رد H0

با توجه به جدول بالا از شاخص‌های میزان توجه به بعد فضای کسب و کار در کشور، برای ۱۳ شاخص معرف معنی دار بودن آزمون می باشد پس فرض H_0 برای ۱۳ شاخص رد می شود و تنها برای دو شاخص عدم رد و تقویت و گسترش بازار سرمایه و کنترل نرخ تورم فرض H_0 مورد تأیید قرار می گیرد.

۳-۱-۳. سؤال سوم به هر یک از ابعاد الگوی راهبردی خصوصی سازی در وضعیت موجود به چه میزان توجه می شود؟
در جدول (۵) میزان توجه به هر یک از ابعاد هشت گانه مدل راهبردی خصوصی سازی در وضع موجود آورده شده است.

جدول ۵- میزان توجه به هر یک از ابعاد دهگانه راهبردی خصوصی سازی در وضعیت موجود

ردیف	ابعاد راهبردی خصوصی سازی	میانگین	انحراف معیار	آماره T	sig	رد یا عدم رد H0
۱	فضای کسب و کار	۳/۶۶۶	۱/۸۹۹۷۹	-۵/۲۸۶	/۰۰۰	رد H0
۲	نهاد واگذاری	۵/۴۰۰	۲/۲۶۸۲۲	-۲/۴۱	/۸۱۱	عدم رد H0
۳	شناخت بنگاه قبل از واگذاری	۴/۱۶۶	۲/۰۵۲۴۷	-۳/۵۵۸	/۰۰۱	رد H0
۴	انتخاب برای واگذاری	۴/۲۰۶	۲/۱۹۳۸۱	-۳/۱۷۴	/۰۰۴	رد H0

ردیف	ابعاد راهبردی خصوصی سازی	میانگین	انحراف معیار	آماره T	sig	رد یا عدم رد H0
۵	آماده سازی بنگاه برای واگذاری	۳/۵۶۶۷	۲/۳۷۳۴۶	۴/۴۶۲-	/۰۰۰	رد H0
۶	انتخاب روش واگذاری	۴/۸۳۳۳	۲/۷۸۰۲۷	۱/۳۱۳-	/۱۹۹	عدم رد H0
۷	مشتری یابی	۴/۲۰۰۰	۲/۱۵۵۹۹	۳/۳۰۳-	/۰۰۳	رد H0
۸	پشتیبانی بعد از واگذاری	۳/۳۶۶۷	۲/۳۸۵۰۶	۴/۸۹۹-	/۰۰۰	رد H0

همانگونه که در جدول بالا مشخص است میانگین میزان اهمیت هر یک از ابعاد هشت گانه راهبردی خصوصی سازی نشان می دهد که فرض H0 برای شش شاخص رد می گردد و تنها در ابعاد "نهاد واگذاری" و "انتخاب" فرض H0 رد نمی گردد. لذا با مقایسه ی میانگین اهمیت ابعاد در الگوی راهبردی (جدول ۴) با میانگین اهمیت آنها در وضعیت موجود (جدول ۳)، می توان مشاهده نمود نتیجه آزمون t تک نمونه ای نشان می دهد که H0 در مورد ابعاد نهاد واگذاری و روش واگذاری در سطح $\alpha \leq 0.01$ پذیرفته می شود. به عبارتی به این ابعاد در وضع موجود توجه می شود و غیر از آن H0 در مورد ابعاد فضای کسب و کار، شناخت، انتخاب، آماده سازی، مشتری یابی و پشتیبانی بعد از واگذاری در سطح $\alpha \leq 0.01$ رد می شود. به عبارت دیگر این ابعاد در برنامه های خصوصی کشور ما مورد توجه نیست هر چند که از الزامات الگوی راهبردی خصوصی سازی می باشند. ملاحظه میانگین اهمیت هر یک از ابعاد در وضع موجود و الگوی راهبردی نشان شکاف بین وضع موجود با وضع مطلوب راهبردی است.

میانگین براساس رتبه مندرج در پرسشنامه توسط پرسش شوندگان محاسبه شده که از ۱ تا ۱۰ بوده و در حداکثر اهمیت ۱۰ و حداقل ۱ و میانگین آن ۵٫۵ می باشد که به عنوان میانگین نظری تلقی می شود.

نتیجه گیری و پیشنهادات

تحقیق حاضر عمده تاً معطوف به خصوصی سازی آن هم از نوع واگذاری بنگاه های اقتصادی بوده و فرآیند محور می باشد. به عبارتی آنچه در فرآیند واگذاری بنگاه اقتصادی می بایست انجام پذیرد را مدل سازی می نماید هر چند که نگاهی نیز به محیط بیرونی بنگاه تحت عنوان

فضای کسب و کار دارد و آن را شرط لازم برای موفقیت در واگذاری بنگاه‌ها تلقی می‌نماید لیکن کافی نبوده و واگذاری موفقیت آمیز یک بنگاه اقتصادی همزمان مستلزم تعریف دقیق و روشن فعالیت‌های لازم برای خروج دولت از مالکیت یا مدیریت شرکت‌ها می‌باشد، با این رویکرد تجارب جهانی و کشوری بررسی و نتایج استخراج شده است. مطالعاتی که در کشور ما انجام شده از جمله تحقیقات عادل و رافعی (۱۳۸۵) و کریمی پتانلار (۱۳۸۳)، عمدتاً معطوف به محیط بیرونی بنگاه هستند و کمتر به "فرآیند" واگذاری توجه کرده‌اند. هر چند در پژوهش اخیر محیط بیرونی تحت عنوان فضای کسب و کار مورد توجه قرار گرفته است لیکن برای موفقیت در واگذاری، صرف توجه به آن کافی نیست، اگر چه ممکن است شرط لازم باشد ولی فرآیند اجرای عملیات واگذاری بر بنگاه‌های اقتصادی نیز مستلزم توجه و برنامه‌ریزی جداگانه‌ای است که نباید نادیده گرفته شود و یا کم اهمیت تلقی می‌گردد. از طرفی در پژوهشی که توسط دیک و لث و الیور فرموند انجام شد عموماً فرآیند اجرای واگذاری مورد توجه بوده و محیط بیرونی و فضای کسب و کار کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در پژوهش‌های که اخیر صورت گرفته از جمله پژوهش هونگ و وانگ (۲۰۱۷) اولاً مجموعه عوامل بیرونی تحت عنوان «فضای کسب و کار» مورد توجه قرار گرفته است. ثانیاً فرآیند اجرای عملیات واگذاری در بنگاه‌ها به عنوان شرط بعدی موفقیت در واگذاری‌ها به تفصیل مورد بررسی و کنکاش قرار گرفته است. ثالثاً ساختار مدیریت واگذاری اعم از مرجع قانون‌گذاری، نهاد سیاست‌گذار و نهاد مجری و تفکیک آنها و ارتباط دوسویه بین آنها مورد توجه و پیشنهاد بوده است مضاف بر این مطالعات انجام شده در ایران عموماً یا قبل از تصویب و ابلاغ قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی انجام شده و یا اینکه به ظرفیت‌های این قانون توجه نداشته است در این پژوهش ظرفیت‌های قانونی موجود در کشور نیز مورد توجه قرار گرفته است که به نظر می‌رسد در صورت اجرای صحیح و حذف برخی از انحرافات که پس از تصویب قانون و با الحاق مفادی به آن در قوانین بودجه سنواتی صورت گرفته و برخی اصلاحات دیگر، ظرفیت لازم برای فراهم شدن شرایط برای اجرای موفق برنامه‌های خصوصی‌سازی را داشته باشند که می‌توان آن را با تاییدی بر نتایج تحقیقات زارع و همکاران (۱۳۹۱) و مشیری (۱۳۸۹) دانست. در مورد یافته‌های پژوهش در مورد شاخص‌های هر یک از ابعاد الگوی راهبردی در مورد فضای کسب و کار این گونه مورد بحث قرار داد که، از آنجائیکه هر بنگاه اقتصادی دارای یک

محیط پیرامونی است که متناسب با آن عملکرد خود را تطبیق و تنظیم نموده و در ارتباط با آن عمل می نماید و حتی اهداف و اولویت های خود را متناسب با آن برنامه ریزی و مدیریت می نماید، واگذاری شرکت های دولتی و قرار گرفتن آنها در فضای رقابتی و اداره آنها براساس قواعد بازار و اطمینان بخشی از تداوم فعالیت های آنها در یک نظام جدید مالکیتی، مقدمتاً مستلزم فراهم شدن شرایط پیرامونی است که در این تحقیق «فضای کسب و کار» قلمداد می شود و به عنوان شرط لازم در اجرای برنامه های خصوصی سازی تلقی می گردد. لذا در پژوهش حاضر مؤلفه هایی (شاخص هایی) به عنوان الزامات بهبود فضای کسب و کار شناسایی شده است که با نتایج تحقیقات تسنامی و همکاران (۲۰۱۲) همسو می باشد که از جمله آن می توان به اصلاح قوانین و مقررات و همچنین ساده سازی و پالایش آنها به نحوی که موجب تسهیل مشارکت بخش خصوصی در فعالیت های اقتصادی شود اعم از قوانین مالیاتی، گمرکی، کار، تأمین اجتماعی، سرمایه گذاری خارجی و همچنین ظرفیت مراجع قانون گذاری و تنظیم مقررات برای ارزیابی درست از فضای کسب و کار و وضع قوانین و مقررات درست و همچنین ثبات قوانین و مقررات، ایجاد و استقرار زیربنای اقتصادی لازم اعم از شبکه های ارتباطی، فناوری های اطلاعات، تأمین انرژی و.... که تعامل و ارتباط با نظام اقتصادی جهانی و انجام آسان و بی قید و شرط معاملات برون مرزی و مبادلات پولی و امکان جذب سرمایه خارجی، ثبات اقتصادی و سیاسی، کنترل نرخ تورم و کاهش ریسک سیاسی و اقتصادی.

در مورد شاخص نهاد واگذاری نکته ای که از نتایج این پژوهش می توان بدان اشاره کرد و هم راستا با نتایج تحقیقات مصلح و قاعدشرف (۱۳۹۵) و هوشمند (۱۳۸۹) می باشد، این مطلب هست که، قبل از اینکه اقدام به خصوصی شود می بایست قوانین و مقررات ناظر به خصوصی سازی و واگذاری ها تدوین و تصویب و ابلاغ شود و متعاقب آن نهاد متولی اجرای قانون نیز مشخص شود و استقرار یابد در این راستا لازم است که از تعدد مراکز تصمیم گیری در واگذاری اجتناب و سازمان و نهاد مشخصی عهده دار امر واگذاری شود و امور مربوط به واگذاری در آن نهاد متمرکز و به مرور به تجارب اجرایی آن افزوده شود و لازم است نهاد مجری از نهاد سیاست گذار منفک شود و نهاد خصوصی سازی در قالب یک بنگاه مادر تخصصی با اختیارات قانونی کافی عمل نماید و ارتباط دو سویه بین نهاد سیاست گذار با نهاد مجری از یک سو و با مرجع قانون گذاری و تنظیم مقررات از سوی دیگر برقرار باشد

و نهاد خصوصی سازی قابلیت های تخصصی لازم را برای شناخت، طبقه بندی و آماده سازی و واگذاری بنگاه ها یا انحلال داشته باشد. همچنین بخشی از منابع حاصل از واگذاری ها در اختیار نهاد مجری خصوصی سازی قرار گیرد تا حسب مورد صرف آماده سازی، بازسازی، نوسازی و اصلاح ساختار شرکت های در حال واگذاری شود. نهاد مجری خصوصی سازی می بایست امکان بهره گیری از تیم های حرفه ای در تمامی مراحل واگذاری را داشته باشد. شاخص بعدی که می توان بدان اشاره نمود عملیات اجرایی واگذاری می باشد که عمدتاً معطوف به خود بنگاه های اقتصادی است که در این تحقیق حسب تجارب کشورها از جمله ایران، ضمن اینکه شناسایی این عملیات مورد توجه بوده، فرآیند و نحوه انجام آن نیز از نظر دور نبوده و در این راستا ابعاد زیر به عنوان فعالیت های ضروری در عملیات واگذاری مشخص گردیده و در عین حال توالی و ترتیب مراحل واگذاری نیز رعایت شده و با پژوهش عادل و همکاران (۱۳۹۵) همسو می باشد عبارتند از :

- شناخت بنگاه قبل از واگذاری
- انتخاب و آماده سازی بنگاه برای واگذاری
- روش واگذاری و مشتری یابی
- پشتیبانی بعد از واگذاری و شناخت
- بنگاه های اقتصادی از نظر سودآوری، ابعاد، نوع فعالیت، بخش های اقتصادی مربوطه، نوع بازارهای مورد عمل اعم از رقابتی یا انحصاری و همچنین نوع کارکرد اعم از کارکردهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و چرخه محصول تولیدی متفاوت می باشند و لذا نسخه واحدی در واگذاری برای همه شرکت ها قابل تجویز نیست. ضروری می نماید قبلاً شناخت کاملی از شرکت ها از جنبه های ذیل صورت پذیرد.
- مطالعه و بررسی عملکرد سود زیان شرکت از سنوات قبل توسط گروهی از متخصصان مالی
- بررسی کارکردها و مأموریت های شرکت اعم از تصدی گرانه یا انجام برخی وظایف حاکمیتی
- بررسی قابلیت پایداری شرکت در یک فضای رقابتی
- طبقه بندی شرکت ها از نظر ابعاد شامل کوچک، متوسط و بزرگ و همچنین طبقه بندی از لحاظ نوع بازار محصول به رقابتی و انحصاری و از لحاظ نوع بخش

مرتبط اعم از بخش صنعتی، بازرگانی، کشاورزی

- شناسایی سهم از بازار هر بنگاه و طبقه بندی بنگاه های مشمول
- بررسی پیامدهای اجتماعی، سیاسی و فرهنگی پیش از اقدام به واگذاری شرکت
- بررسی وضعیت نیروی انسانی و شناسایی نیروی انسانی مازاد

از دیگر ابعاد مورد نظر که ضروری می نماید در فرآیند واگذاری شرکت ها مورد توجه باشد و یکی از شاخص های اصلی مورد بحث در این پژوهش می باشد، انتخاب شرکت ها برای واگذاری است. از آنجائیکه طبق نتایج تحقیق حاضر و نتایج تحقیقات مصلح شیرازی (۱۳۹۰) در ایران به یکباره تمامی شرکت های دولتی در فهرست واگذاری قرار می گیرد و ریاست مجمع عمومی آنها از دستگاه صلی منفک می شود و ساختار مدیریتی شرکت در وضعیت در حال واگذاری سال ها بلا تکلیف باقی می ماند. لذا ضروری است متناسب با اطلاعاتی که در مرحله شناخت حاصل خواهد شد شرکت ها انتخاب و در فهرست واگذاری قرار گیرد.

منابع

- اثنی عشری، ا. و اعتماد نیا، م. (۱۳۹۰)، «تئوریک انواع روش‌های خصوصی‌سازی و قابلیت به‌کارگیری این روش‌ها در واگذاری مراکز تلفن به بخش خصوص» بررسی مسائل و سیاستهای اقتصادی. شماره های ۱ و ۲.
- آجری آیسک، ع. (۱۳۹۵)، «بررسی حقوقی قابلیت خصوصی‌سازی اموال عمومی (مطالعه تطبیقی حقوق ایران و فرانسه)» پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۷۸.
- آذر، ع. و همکاران. (۱۳۹۰)، «طراحی مدل جامع خصوصی‌سازی و واگذاری بنگاههای دولتی در ایران با رویکرد خط‌مشی‌گذاری: صنعت پتروشیمی» پژوهش‌های مدیریت در ایران. دوره ۱۵. شماره ۴.
- آل عمران، ر. (۱۳۹۱)، «خصوصی‌سازی و سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی» مجله اقتصادی - ماهنامه بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی.
- حیدری کرد زنگنه، غ. (۱۳۸۶)، «مدلی جهت ارتقا و توسعه خصوصی‌سازی ایران» رساله دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات و مرکز آموزشهای عالی بین‌المللی.
- حیدری کرد زنگنه، غ. و عالی پور، ز. (۱۳۸۶)، «مهندسی فرهنگ خصوصی‌سازی» پندار پارس.
- خدمات مشاوره‌ای بخش خصوصی بانک جهانی. (۱۳۸۳)، «خصوصی‌سازی در بخشهای رقابتی گزارشی از وضعیت کنونی» سازمان خصوصی‌سازی.
- ربیعی، ع. نظریان، ز. (۱۳۹۱)، «موانع خصوصی‌سازی و معرفی مدل مفهومی توسعه در سازمان‌های منتخب ایران» اقتصاد و تجارت نوین. شماره ۳۱ و ۳۲.
- رحیمی بروجردی، ع. (۱۳۸۹)، «خصوصی‌سازی» نشر دانشگاه تهران.
- زارع، هادی و همکاران (۱۳۹۱)، «طراحی الگوی تدوین راهبرد در بنگاه‌های تولیدی» فصلنامه علمی پژوهشی کاوش‌های مدیریت بازرگانی، شماره ۸.
- سرمد، ز.، بازرگان، ع. و حجازی، ن. (۱۳۸۳)، «روش‌های تحقیق در علوم رفتاری» تهران: انتشارات آگاه.
- کریمی پتانلار، سعید (۱۳۸۳)، «خصوصی‌سازی، اندازه دولت و اشتغال در جمهوری اسلامی ایران»، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، سال چهارم، شماره ۱۳.
- کی منش م. ر. و شهریاری، ن. (۱۳۹۶) «خصوصی‌سازی راهکاری در جهت کاهش هزینه‌های تعمیر و نگهداری راه‌ها» فصل نامه جاده. شماره ۹۱. سال ۱۳۹۶.
- گودرزوند چگینی، مهرداد و مهدی میرزاد زارع (۱۳۸۹)، «اثرات واگذاری (خصوصی‌سازی) بر کارایی (شرکت سهامی مخابرات استان گیلان)»، بررسی‌های بازرگانی، شماره ۴۰.
- مدل‌سازی اجرای اقتضایی سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی (بخش اول). وب سایت دکتر سعید صیاد (<http://www.drsayyad.com>). ۱ اسفند ۱۳۹۰
- مشیری، سعید (۱۳۸۹)، «خصوصی‌سازی و رشد اقتصادی یک مطالعه بین کشوری»، تحقیقات اقتصادی، شماره ۹۰
- مصلح شیرازی، علی نقی؛ قائدشرف، مرجان. (۱۳۹۰)، «انتظار بهبود عملکرد صنایع دولتی واگذار شده به

بخش خصوصی: حقیقت یا افسانه؟» فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۶(۲۱) مگینسون، و. (۱۳۸۸)، «اقتصاد مالی خصوصی سازی» سازمان خصوصی سازی. نجات، سید امیررضا؛ میرزاده، اکبر؛ شهبازی، محمد؛ جواهری کامل، مهدی (۱۳۸۹)، «بررسی تأثیر خصوصی سازی بر عملکرد شرکت های دولتی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران». فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۵۵
ولش، د. و. فرموند، ا. (۱۳۸۵)، «خصوصی سازی مرحله به مرحله: روش ها و نمونه ها» سازمان خصوصی سازی معاونت مطالعات و ارزیابی.

Cato, S., Matsumura, T., (2012); "Long-run effects of foreign penetration on privatization policies" J Inst Theor Econ, 168(3), pp. 444-454.

Grygorenko, G. and Lutz, Z. (2007) "Firm performance and privatization in Ukraine" Economic Change and Restructuring, Volume 40, Issue 3, pp. 253-266.

Huang, Z. & Wang, K. (March, 2011). "Ultimate Privatization and Change in Firm Performance: Evidence from China". China Economic Review, 22(1), 121-132.

Josiah, J., Burton, B., Gallhofer, S., & Haslam, J. (2010) "Accounting for privatisation in Africa" Reflections from a critical interdisciplinary perspective", Critical Perspectives on Accounting, Volume 21, Issue 5, Pp. 374-389.

Kočenda, E., and Valachy, J. (2002) "Firm Ownership Structures: Dynamic Development" Prague Economic, pp, 11, 3, 255-268.

Loc, Truong D. (2016), "Equitisation and Stock Market Development", University of Groningen (Rijksuniversiteit Groningen).

Matsumura, T., Okamura, M., (2015); "Competition and privatization policies revisited: the payoff interdependence approach", Journal of Economics, Volume (116), pp. 137-150.

Mc Kenzie, D., Mookherjee, D., Castañeda G. and Saavedra, D. (2003) "The Distributive Impact of Privatization in Latin America: Evidence from Four Countries" Economía Vol. 3, No. 2 (Spring, 2003), pp. 161-233

Pivovarsky, A., (2001) "How Does Privatization Work? Ownership Concentration and Enterprise Performance in Ukraine" IMF Working, Paper 01/42.

Pombo, P., Molina H., & Ramírez, J.N. (2013) "A Guarantee Systems Classification: The Latin American Experience" Inter-American Development Bank.

Shinno, H., Yoshioka, H., Marpaung, S. and Hachiga, S. (2017). "Quantitative SWOT analysis on global competitiveness of machine tool industry". Journal of Engineering Design, 17(3), pp: 251-258.

Tatahi, M; Heshmati, A. (2009). "The Financial and Operating Performance of Privatized Firms in Sweden". IZA Discussion Papers, Discussion Paper No. 3953.

Tsamenyi, M., Onumah, J. & Tetteh-Kumah, E. (July, 2010). "Post Privatization Performance and Organizational Changes: Case studies from Ghana". Critical

Perspectives on Accounting, 21(5), 428-442.

Vickers. J. and Yarrow G. (1988) "Privatization: An Economic Analysis" MIT Press, Cambridge, MA. 454 p., ISBN: 0-262-22033-4.

Welch, D. and Fremond, O.(1998)"The case-by-case approach to privatization : techniques and examples"World Bank technical paper ; No. WTP 403.