

تدوین مدل برای رتبه‌بندی شرکت‌های کارگزاری بورس اوراق بهادار تهران^۱

حمید مدنی محمدی*

چکیده: رتبه‌بندی شرکت‌های مختلف در صنایع مختلف می‌تواند آینه تمام‌نمایی از وضعیت شرکت‌های مختلف نسبت به رقابای خود به شمار آید. و نقاط قوت و ضعف درونی و نیز نقاط فرصت و تهدید بیرونی شرکت‌ها را مشخص نماید. ولیکن مسئله‌ای که حائز اهمیت است مدل رتبه‌بندی، معیارها و تکنیک ریاضی مناسب جهت رتبه‌بندی می‌باشد.

با توجه به اهمیت و نقش شرکت‌های کارگزاری بر آن شدیم تا طی یک تحقیق میدانی به بررسی عملکرد این شرکت‌ها بپردازیم. با هدف اینکه بتوانیم مدلی برای رتبه‌بندی این شرکت‌ها طراحی کنیم، لذا در ابتدا به تعریف معیارها و ضوابطی جهت ارزیابی عملکرد این شرکت‌ها با استفاده از نظر خبرگان این رشته و خود شرکت‌های کارگزاری پرداختیم؛ سپس در قالب پرسشنامه در طی یک دوره مالی از این شرکت‌ها خواسته شد با پاسخگویی به سئوالات، میزان اهمیت هر معیار را نیز در ستون دوم ذکر نمایند.

آنچه نتایج تحقیق نشان می‌دهد اینست که مؤلفه‌هایی نظیر مؤلفه‌های مالی، مشتری، فرآیندهای داخلی، توسعه و نوآوری، نیروی انسانی و مدیریت در رتبه‌بندی این شرکت‌ها مؤثرند؛ مسئله مهمی که در اینجا وجود دارد اینست که هیچ اولویتی در این مؤلفه‌ها وجود ندارد و آمارهایی که بعضاً توسط سازمان در یک زمینه یا مؤلفه‌های خاص جهت رتبه‌بندی این شرکت‌ها به کار می‌رود چندان قابل قضاوت نیست؛ این تحقیق گامی در جهت ارائه یک معیار برای سرمایه‌گذاران جهت انتخاب نماینده بهتر جهت سرمایه‌گذاری می‌باشد.

کلیدواژه‌ها: مدل - رتبه‌بندی - شرکت‌های کارگزاری - تکنیک تصمیم‌گیری چند شاخصه - بورس اوراق بهادار تهران.

* دانش‌آموخته کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی و مدیریت دانشگاه امام صادق علیه السلام

فصلنامه اندیشه صادق، مرکز تحقیقات دانشگاه امام صادق علیه السلام

شماره ۲۳ (تابستان ۱۳۸۵)

مقدمه

نظام مالی از سه رکن ابزار مالی، نهاد مالی و بازارهای مالی تشکیل شده است. بدون تردید، جهت توسعه نظام مالی در یک اقتصاد، توسعه همه جانبه این ارکان مورد نظر است. بازار اوراق بهادار، بازار کالا، بازار ارز و ... از جمله بازارهای مالی هستند که نه تنها در تأمین نیازهای نقدینگی پایدار جهت اهداف تولیدی، بازرگانی و خدماتی نقش اساسی دارند، بلکه به نیازهای سرمایه‌گذاران در تأمین منافع پایدار و طولانی مدت نقش اساسی دارند. در بازارهای مالی چرخش نقدینگی از سوی فضای مازاد به سوی فضاهای کمبود نقدینگی می‌باشد و حلقه اتصال این چرخش از طریق واسطه‌های مالی یعنی شرکت‌های کارگزاری می‌باشد. بر اساس ماده ۱ آیین نامه اجرایی سازمان کارگزاران بورس اوراق بهادار تهران مصوب ۱۶/۷/۸۶، داد و ستد اوراق بهادار در بورس اوراق بهادار تهران منحصراً فقط توسط کارگزاران بورس انجام می‌گیرد.

حدود ۷۰ شرکت کارگزاری در بورس تهران پذیرفته شده که فعالیت‌های بازار اعم از معاملات، بازارسازی و ... در کنترل این شرکت‌ها است. توسعه و بسط بازار بورس به نقاط مختلف کشور موجب توسعه حجم فعالیت این شرکت‌ها گردیده است. با این تفاسیر شناخت هر چه بیشتر این نهادها به عنوان یک عامل و اهرم قابل توجه در نزد سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی است و می‌تواند در افزایش حجم فعالیت سرمایه‌گذاری این گروه‌ها نقش اساسی داشته باشد.

تنها عامل نشان دهنده مالکیت شرکت، سهام آن می‌باشد. سهامدار شرکت آخرین نفری است که سود دریافت می‌کند و از طرفی کسی است که برای شرکت تعیین تکلیف می‌نماید. کسی که بخواهد سهامدار شرکت باشد، تنها راه آن مراجعه به یک کارگزار یا شرکت کارگزاری می‌باشد. شرکت‌های کارگزاری به عنوان دلالت رسمی بازار، نه تنها در ارائه یکی از مهمترین ارکان بازار یعنی معاملات فعال هستند

بلکه در جهت ایجاد تعادل و بازارسازی نقش اساسی داشته و می‌توانند در تنظیم بازار کمک قابل توجهی داشته باشند.

صرف نظر از تدوین قوانین جدید، بورس تهران شاهد تحولات بسیار زیادی در دهه گذشته و در ادامه آن در دو سه دهه اخیر بوده است. به دنبال توسعه حجم بازار اوراق بهادار از حدود ۱۰ میلیارد دلار در سال ۱۳۸۰ به حدود ۴۵ میلیارد دلار در سال ۱۳۸۳ توجه به نهادهای فعال این بازار، مورد توجه محققان و پژوهشگران قرار گرفته است.

با این اوصاف و توجه به نقش کلیدی این شرکت‌ها یکی از مسائل مهم برای سهامدار و سرمایه‌گذار انتخاب برترین یا بهترین شرکت برای محول کردن عملیات خرید و فروش می‌باشد.

مشاهده نشان می‌دهد که فهرست رتبه‌بندی موجود در سطح بورس فهرست ناقصی هست که عمدتاً تنها بر روی یک شاخص اصلی (حجم معاملات شرکت‌ها) جهت رتبه‌بندی شرکت‌ها تمرکز می‌نماید. به عبارت دیگر شاید بتوان گفت هدف فهرست موجود، در واقع رتبه‌بندی بزرگترین شرکت‌ها می‌باشند نه بهترین آنها، چرا که جهت رتبه‌بندی مهمترین شرکت‌ها ناگزیر از آن هستیم که ارزیابی جامعی از عملکرد آنها داشته باشیم. متأسفانه در این زمینه، اکثر شرکت‌ها برای ارزیابی عملکرد خود بر روی شاخص‌های مالی تمرکز می‌کنند و سایر جنبه‌ها و ابعاد شرکت را فراموش می‌کنند.

در این تحقیق سعی بر ارائه مدلی جامع از ارزیابی عملکرد شرکت‌های کارگزاری بوده تا بر اساس آن بتوانیم به صورت جامع‌تری به رتبه‌بندی آنها پردازیم.

لذا با توجه به مطالب ذکر شده اهداف تحقیق به این شرح می‌باشند:

الف) ارائه مدلی جامع جهت رتبه‌بندی شرکت‌ها بخصوص شرکت‌های کارگزاری

ب) ارائه مدلی جامع جهت ارزیابی شرکت‌ها

پ) شناسایی بهتر نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای شرکت‌های رقیب نسبت به همدیگر در صنایع مختلف بر اساس معیارهای ثابت جهت مقایسه و رتبه‌بندی. ت) ارزیابی و تجدید نظر در سیاست‌های ذینفعان مختلف شرکت‌ها از جمله سازمان بورس، اعضای هیئت مدیره، سهامداران و سرمایه‌گذاران، اعتبار دهندگان و بانکها، مشتریان، دولت و بر اساس نتایج حاصل از مقایسه عملکرد شرکت‌های رقیب با همدیگر.

فرضیه‌های تحقیق نیز به شرح زیر می‌باشد:

الف) برای رتبه‌بندی شرکت‌های کارگزاری در ایران مؤلفه‌های کمی و کیفی شامل مؤلفه‌های مالی، مشتری، فرآیندهای داخلی، توسعه و نوآوری، نیروی انسانی و مدیریت مؤثر خواهد بود.

ب) اولویت مؤلفه رتبه‌بندی شرکت‌های کارگزاری در ایران به ترتیب مؤلفه‌های فوق می‌باشد.

۱- انواع مدل‌ها برای رتبه‌بندی

۱-۱- ارزیابی عملکرد^۲

اصلاحاتی در مدیریت وجود دارد که می‌گوید «اگر نتوانید چیزی را اندازه بگیرید نمی‌توانید آن را مدیریت کنید». ارزیابی نه تنها نشان می‌دهد که چه کارهایی طبق برنامه و اهداف پیش نمی‌رود بلکه همچنین نشان می‌دهد در چه مواردی کار خوب پیش می‌رود. بنابراین می‌توان بر اساس آن‌ها به موفقیت‌های بعدی دست یافت؛ این مسئله لزوم توجه به مقوله ارزیابی عملکرد را آشکار می‌سازد.

ارزیابی عملکرد فرآیندی است که عملکرد شاغل با آن اندازه‌گیری می‌شود و هنگامی که درست انجام شود کارکنان، سرپرستان، مدیران و نهایتاً سازمان از آن

بهره‌مند خواهند شد. ارزیابی عملکرد دارای یک فرآیند می‌باشد که از مراحل زیر تشکیل می‌شود:

- الف) تدوین و تشخیص شاخص‌های عملکرد
 - ب) تدوین و برقراری معیارهای (استانداردهای) عملکرد
 - پ) ابلاغ و اعلان انتظارات و شاخص‌ها به واحدهای مختلف شرکت
 - ت) سنجش (اندازه‌گیری) عملکرد واقعی
 - ث) مقایسه عملکرد با استانداردهای هر شاخص
 - ج) اعلان نتایج به ارزیابی خوانندگان و بحث در خصوص چگونگی حصول نتایج
 - چ) اقدام به منظور بکارگیری عملیات اصلاحی (در صورت لزوم) به منظور بهبود و توسعه عملکرد شرکت.
- موفقیت هر نظام منوط به وجود ویژگی‌های مطلوب در اجزاء آن می‌باشد. نظام ارزیابی عملکرد هم از این قاعده پیروی می‌کند و عوامل ذیل به اثر بخشی و موفقیت آن کمک می‌کند:

- الف) روشن و مشخص بودن معیارها
- ب) قابلیت اندازه‌گیری
- پ) قابلیت حصول و دستیابی
- ت) قابلیت نتیجه‌گیری
- ث) معطوف به زمان بودن

۱-۲- مدل‌های ارزیابی عملکرد شرکت‌ها

از آنجا که موضوع عملکرد شرکت‌ها در حیطه‌های مختلفی مطرح شده است، مدل‌های ارزیابی هم به تبع آن گوناگون شده‌اند که به بعضی از مدل‌های مهم اشاره می‌کنیم:

۱-۲-۱- ارزیابی مالی شرکت‌ها

وقتی صحبت از ارزیابی عملکرد شرکت‌ها به عمل می‌آید، بیشتر نگاه‌ها به روی عملکرد مالی شرکت‌ها منعطف می‌گردد. چنین رویکردهایی که به رویکردهای سنتی در ارزیابی عملکرد شرکت‌ها معروف هستند، تنها به یک جنبه از فعالیت‌های شرکت‌ها می‌پردازند تجزیه و تحلیل صورت‌های مالی ابزارها و تکنیک‌هایی هستند که تحلیل‌گر را قادر می‌سازد تا صورت‌های مالی و عملیاتی شرکت را با هم مقایسه کرده و به طور کلی وضعیت مالی و عملیاتی شرکت را ارزیابی نموده و نیز ریسک‌های بالقوه آتی را برآورد نمایند. این تجزیه و تحلیل می‌تواند اطلاعات گرانبها و با ارزش درباره روندها، همبستگی، کیفیت، سود هر سهم، نقاط ضعف و قوت شرکت و چگونگی وضعیت مالی آن را به ما ارائه دهد (اسماعیل‌پور، ۱۳۷۷، ص ۸۳).

ابزارهای اصلی جهت تجزیه و تحلیل، عمدتاً چهار ابزار می‌باشند که شامل تجزیه و تحلیل افقی، تجزیه و تحلیل عمودی، تجزیه و تحلیل روند و تجزیه و تحلیل نسبت‌ها می‌باشند؛ تجزیه و تحلیل افقی نشان‌دهنده روندها و تعیین روابط اقلامی است که در صورت‌های مالی مقایسه‌ای به صورت هم ردیف قرار گرفته‌اند. در تجزیه و تحلیل عمودی یک قلم مهم صورت مالی بعنوان ارزش پایه به کار رفته و سایر اقلام با آن مقایسه می‌شود (مدرس و عبدالله‌زاده، ۱۳۷۳، ص ۱۴). اگر درصد تغییر اطلاعات مالی به جای ۲ سال برای چند سال متوالی محاسبه گردد، به آن تجزیه و تحلیل روند گویند. در تجزیه و تحلیل نسبت‌ها، نسبت‌های مالی محاسبه و با یکدیگر مقایسه می‌شوند؛ البته نسبت‌های مالی با وجود محاسبه سریع و ساده سهولت مقایسه عددی دارای نقاط ضعفی نیز می‌باشند: مثلاً اگر به یکی از این نسبت‌ها توجه شود فایده چندانی ندارد، همچنین با مقایسه این نسبت‌ها نمی‌توان به علل اصلی مشکلات شرکت پی برد.

۱-۲-۲- ارزیابی بهره‌وری شرکت‌ها

بهره‌وری تعاریف گوناگونی دارد؛ مثلاً سازمان بین‌المللی کار ILO^۳ می‌گوید: «بهره‌وری عبارت است از نسبت ستاده به یکی از عوامل تولید (زمین، سرمایه، نیروی کار و مدیریت)».

انواع بهره‌وری عبارتند از: بهره‌وری جزئی، بهره‌وری عامل کل، بهره‌وری چند عاملی و بهره‌وری کل. سطوح مختلف بهره‌وری^۴ عبارتند از سطح فردی، سطح خانواده، سطح شرکت یا سازمان، سطح بخشی، سطح ملی و سطح بین‌المللی؛ ارزش افزوده از مفاهیم مهمی است که در بحث بهره‌وری مطرح می‌شود.

نسبت‌های بهره‌وری و سودآوری که جهت ارزیابی بهره‌وری بکار می‌روند عبارتند از:

- الف) بازده دارایی‌ها
- ب) حاشیه سود خالص
- پ) هزینه‌های تولیدی
- ت) هزینه‌های عملیاتی
- ث) نسبت به کارگیری دارایی‌ها
- ج) کاربری دارایی‌های جاری
- چ) کاربری دارایی‌های ثابت
- ح) نسبت‌های بهره‌وری و مکمل

پژوهشگاه ملی علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

۱-۲-۳- مدل‌های اثر بخشی سازمانی

موضوع اثر بخشی سازمانی از جمله بحث‌های مطرح در ارزیابی عملکرد سازمان‌ها می‌باشد. رویکردهایی چون رویکرد نیل به هدف، رویکرد سیستمی، رویکرد عوامل استراتژیک و رویکرد ارزش‌های رقابتی در مدل‌های اثر بخشی سازمانی قابل طرح می‌باشند.

۱-۲-۴- مدل‌های تعالی سازمانی^۵

تغییرهای سریع در آستانه قرن بیست و یکم که در نهایت، نقش دولت‌ها را از تصدی‌گری به نقش‌های هدایتی و ارشادی تبدیل نمود، سبب شد تا اینکه سازمان‌ها با نگاهی کاملاً متفاوت از قبل به محیط داخلی و خارجی خود نگریده و با توجه به فرهنگ رقابت پذیری و وضع قوانینی سخت‌گیرانه علیه انحصار طلبی، در صدد دستیابی به ابزارهای مختلفی برای حفظ برتری و تعالی سازمانی بر آیند.

تلاش‌های مستمر سازمان‌ها در این زمینه بر اساس دستیابی به این الگوی جامع و رفع معایب شیوه‌های ارزیابی سنتی، منجر به مطرح شدن مدل‌های تعالی سازمانی (BEM)^۶ و به عبارت دیگر جوایز کیفیت ملی در سطح کشورهای پیشرفته و بدنبال آن سایر کشورهای جهان گردید. مدل دمینگ، مدل بالدريج، مدل اروپایی کیفیت از مهمترین این مدل‌ها هستند که سایر مدل‌ها بر اساس آن شکل گرفته‌اند.

۱-۲-۵- مدل اروپایی عملکرد متوازن (BSC)^۷

مدل BSC با نگاه کردن به کلیت شرکت‌ها به وسیله چهار جنبه حیاتی مالی، فرآیندهای داخلی، مشتری و یادگیری و رشد قصد دارد تا کنترل عملیاتی کوتاه مدت شرکت‌ها را با چشم انداز و استراتژی‌های بلندمدت فعالیت تجاری مرتبط سازد. بر این اساس شرکت بر روی "نسبت‌های کلیدی عملکرد" در محدوده اهداف عمده تمرکز می‌کند.

مدل BSC دارای امتیازهای فراوانی است از جمله اینکه:

الف) اجرای فرآیند تغییر در سازمان را تسهیل می‌کند.

ب) مکانیسم ارتباطات و ائتلاف مناسبی را فراهم می‌نماید.

پ) پاسخگویی در برابر عملکرد را به همه سطوح سازمانی منتقل می‌کند.

ت) بازخوری مستمر را بر روی استراتژی‌های شرکت داشته و سازگاری با تغییرهای را بیشتر می‌کند.

۳-۱- نقد مدل‌های ارزیابی عملکرد

جهت ارائه مدلی مطلوب باید به نقد و بررسی هر یک از این پنج مدل پرداخت. در ارزیابی مالی همان‌طور که اشاره شد فقط یک جنبه مورد اشاره قرار می‌گیرد. همچنین بیشتر شاخص‌های عملکرد نیز از حسابداری صنعتی منبعث می‌شود که دارای اشکال‌های بسیار زیادی می‌باشد.

در مدل ارزیابی بهره‌وری شرکت‌ها به علت مسائلی که در مباحث داده‌ها و ستاده‌ها وجود دارد و عدم کفایت این اطلاعات نمی‌تواند ارزیابی درستی از عملکرد شرکت بدهد. مدل اثربخشی سازمانی به علت وحدت رویه و نیز عدم اطلاعات نسبت به موارد مذکور در شرکت‌های کارگزاری از نظر محقق مردود می‌باشد.

مدل‌های تعالی سازمانی نیز به علت اینکه عمدتاً کیفی می‌باشند و نیاز به افشاء اطلاعات و اوضاع و احوال درونی شرکت‌ها می‌باشد و با توجه به شرایط شرکت‌های کارگزاری عملاً غیر ممکن می‌باشد.

مدل BSC نیز یک ابزار بکارگیری استراتژی است؛ و منطبق آن با رتبه‌بندی شرکت‌های کارگزاری سازگاری ندارد مگر اینکه همان‌طور که اشاره می‌کنیم از این مدل برای الهام گرفتن قالب اصلی مدل رتبه‌بندی نهایی استفاده می‌کنیم.

۲- مدل مورد نظر تحقیق

پس از کنکاش و جستجوی فراوان در ادبیات موضوع، محقق، بدین نتیجه رسید که قالب اصلی مدل را از مدل BSC الهام گرفته، سپس از مدل‌های دیگر نظیر ارزیابی مالی شرکت‌ها و ارزیابی بهره‌وری شرکت‌ها، جهت تکمیل مدل نهایی استفاده شود.

این مدل از شش جنبه (مؤلفه اساسی) تشکیل شده است. پنج جنبه ابتدایی مدل (یعنی جنبه‌های مالی، مشتری، فرآیندهای داخلی، توسعه و نوآوری و نیروی انسانی) از BSC گرفته شده است. جنبه ششم مدل مذکور (مدیریت) بنا به توصیه کارشناسان موضوع، جهت ارزیابی نظر جامعه آماری درباره تأثیر یا عدم تأثیر آن در رتبه‌بندی شرکت‌های کارگزاری، به مدل اضافه گردید و در واقع باعث جامع‌تر شدن مدل گردید. از مباحث ارزیابی مالی شرکت‌ها، سعی شده است برخی نسبت‌های مالی در جنبه مالی مدل، گنجانده شود. همچنین از مباحث ارزیابی بهره‌وری شرکت‌ها، شاخص‌های مربوط به بهره‌وری دارایی و سودآوری در جنبه مالی مورد لحاظ قرار می‌گیرد. هر جنبه یا مؤلفه اساسی و هر زیر مؤلفه دارای تعدادی معیار یا شاخص می‌باشد.

جدول ۱- جنبه‌های مؤثر بر رتبه‌بندی کارگزاری‌ها

شماره	جنبه	تعداد شاخص‌ها
۱	مالی	۶
۲	مشتری	۳
۳	فرآیندهای داخلی	۵
۴	توسعه و نوآوری	۳
۵	نیروی انسانی	۱
۶	مدیریت	۱
		۱۹

در نهایت می‌توان گفت که این مدل در واقع نوعی مدل ارزیابی عملکرد شرکت‌ها می‌باشد و جهت رتبه‌بندی شرکت‌ها از معیارهای این مدل استفاده می‌کنیم. در قسمت ریاضی مدل از روش‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه استفاده می‌کنیم. مدل‌های تصمیم‌گیری به دو دسته عمده تقسیم می‌شوند:

الف) مدل‌های تصمیم‌گیری چند هدفه (MODM)^۱

(ب) مدل‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه (MADM)^۹

در مدل‌های تصمیم‌گیری چند هدفه، چندین هدف به طور همزمان جهت بهینه شدن، مورد توجه قرار می‌گیرند بهترین تکنیک تصمیم‌گیری چند هدفه برنامه‌ریزی آرمانی است که اولین بار توسط چارلز و کوپر ارائه شده است.

در مدل‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه، انتخاب یک گزینه از بین گزینه‌های موجود، مد نظر است. در یک تعریف کلی، تصمیم‌گیری چند شاخصه به تصمیم‌های خاصی (از نوع ترجیحی) مانند ارزیابی، اولویت‌گذاری و یا انتخاب از بین گزینه‌های موجود (که گاه بین چند شاخص متضاد انجام شود) اطلاق می‌گردد. دو دسته عمده از روش‌های مختلف در پروسه کردن اطلاعات موجود از یک مسئله MADM عبارتند از مدل جبرانی و مدل غیرجبرانی.

مدل غیرجبرانی شامل روش‌هایی می‌شود که در آنها مبادله در بین شاخص‌ها جایز نیست یعنی مثلاً نقطه ضعف موجود در یک شاخص توسط مزیت موجود از شاخص دیگر جبران نمی‌شود، مزیت روش‌های متعلق به این مدل، سادگی آنهاست. مدل جبرانی مشتمل بر روش‌هایی است که اجازه مبادله در بین شاخص‌ها در آنها مجاز است یعنی مثلاً تغییری (احتمالاً کوچک) در یک شاخص می‌تواند توسط تغییری مخالف در شاخص (یا شاخص‌های) دیگر جبران شود.

روش Topsis از زیر گروه سازشی مدل جبرانی از مدل‌های MADM می‌باشد، در این روش m گزینه بوسیله n شاخص مورد ارزیابی قرار می‌گیرند و هر مسئله را می‌توان به عنوان یک سیستم هندسی شامل m نقطه در یک فضای n بعدی در نظر گرفت. این تکنیک بر این مفهوم بنا شده است که گزینه انتخابی باید کمترین فاصله را با راه حل ایده آل مثبت (بهترین حالت ممکن، A_i^+) و بیشترین فاصله را با راه حل ایده آل منفی (بدترین حالت ممکن، A_i^-) داشته باشد. البته فرض بر این است که مطلوبیت هر شاخص بطور یکنواخت افزایشی و یا کاهش‌ی است.

مدل Topsis مدلی است که محقق بعنوان مدل مطلوبتر مورد توجه قرار می‌دهد، بطور کلی این مدل به علت آنکه گزینه برتر را از دو حیث (فاصله کمتر به گزینه A_i^+ و فاصله بیشتر نسبت به گزینه A_i^-) مورد بررسی قرار می‌دهد دارای قدرت تحلیل بالا در عین حال ساده و مناسب می‌باشد.

۳- روش تحقیق

روش تحقیق مورد استفاده شده در پژوهش، روش تحقیق زمینه‌یابی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق، شرکت‌های کارگزاری است که تا پایان سال ۸۳ تأسیس و دارای فعالیت بوده‌اند می‌باشد که از حدود ۷۰ شرکت کارگزاری ۳۱ شرکت ادعا کردند که فعالیتی نداشته (و تعدادی از این ۳۱ شرکت نیز اعلام کرده‌اند که بعلت اینکه تازه به ثبت رسیده‌اند هنوز صورت‌های مالی ندارند) یعنی جامعه آماری متشکل از ۴۰ شرکت کارگزاری. (پرسشنامه‌ها در مرحله اول با مراجعه حضوری، به کارگزاری‌ها داده شد که در این مرحله حدود ۱۵٪ آنها پاسخ داده شد، تعدادی از کارگزاری‌ها بسته بودند، تعدادی گفتند مربوط به خود کارگزار است و الان حضور ندارند و... در مرحله دوم از طریق سیستم اتوماسیون اداره نظارت بر کارگزاری‌ها برای آنها فرستاده شد که حدوداً ۲۵٪ نیز به این طریق پاسخ گفتند. در مرحله سوم بوسیله فاکس پرسشنامه به شرکت‌های کارگزاری ارسال شد و پیگیری تلفنی مداوم و در برخی موارد با فاکس کردن به چندین شماره و برای چند بار در مدت یک ماه توانستیم تعداد قابل اتکایی از پرسشنامه‌ها (حدود ۳۶ پرسشنامه) را بصورت تکمیل شده دریافت نماییم. تعدادی از کارگزاری‌ها نیز اعتراض کردند و کار محقق را خلاف قانون دانسته به سئوالات پاسخ ندادند، یکی دو تا هم شکایت محقق را به سازمان بورس نمودند. از جمله سئوالات پرسشنامه که مؤلفه‌های آن براحتی قابل تشخیص می‌باشند عبارتند از:

ارزش معاملات جاری شرکت، ارزش معاملات بلوکی شرکت، تعداد مشتریان حقیقی فعال، تعداد شعب نمایندگی در شهرستانها، میزان سرمایه اعم از جاری و ثابت، ترکیب پرسنل، امکانات ارائه شده به مشتریان، وضعیت گزارش حسابرسی، تعداد روزهای بسته بودن نماد، سیستم اتوماسیون، تعداد تخلف‌ها و تعداد شکایت‌ها. مسئله مهم اینجاست که آیا این مؤلفه‌های شش‌گانه از درجه اهمیت مساوی برخوردارند یا نه؟ برای حل این مسئله تنها مرجع قابل دسترسی، خود شرکت‌های کارگزاری یا فعالان بورس می‌باشند که در ستون دوم پرسشنامه میزان اهمیت هر سؤال و به تبع آن میزان اهمیت هر مؤلفه در قالب طیف از شرکت‌ها سؤال شده است و به اصطلاح به سئوال‌ها وزن داده شده است.

۴- نتایج آزمون مدل و تجزیه و تحلیل آن

فرضیه اول تحقیق عبارت است از: "برای رتبه‌بندی شرکت‌های کارگزاری در ایران مؤلفه‌های مالی، مشتری، فرآیندهای داخلی توسعه و نوآوری، نیروی انسانی و مدیریت مؤثر است."

بنابراین جهت آزمون فرضیه اول ۶ فرضیه مورد بررسی قرار می‌گیرد. جهت عملیاتی کردن فرضیات فوق، مقیاس ترتیبی را به نسبت موفقیت و عدم موفقیت تبدیل کرده‌ایم. بدین ترتیب گزینه‌های متوسط، زیاد و خیلی زیاد را بعنوان موفقیت و درصد آن نسبت به کل نمرات را نسبت به موفقیت P نامیده‌ایم. از طرف دیگر جهت آزمون فرضیه‌ها، P_0 را برابر $0/6$ قرار داده‌ایم که اگر در واقع میزان تأثیر، مساوی و یا بیشتر از این مقدار بود. این مؤلفه‌ها در رتبه‌بندی شرکت‌های کارگزاری در ایران مؤثر خواهد بود. (به دو جهت مقدار P_0 را بیشتر از $0/5$ قرار دادیم چرا که اولاً، گزینه متوسط هم بعنوان موفقیت محسوب گردیده

بود و ثانیاً P_0 برابر $0/6$ با وجود تلورانس $0/1$ خطای نمونه گیری (ϵ)، باز نسبت‌های بالاتر $0/5$ قطعاً مورد پوشش قرار می‌گرفت).

جهت آزمون فرضیه‌ها، از آزمون فرض نسبت موفقیت در جامعه استفاده شد. مراحل این آزمون عبارتست از:

الف) فرضیه بی‌تفاوتی (خستگی) (که در واقع فرضیه پژوهشی است)

«میزان تأثیر مؤلفه‌های فوق در رتبه‌بندی شرکت‌های کارگزاری، بزرگتر مساوی $0/6$ است».

ب: نقیض فرضیه بی‌تفاوتی

$$\begin{cases} \geq H_0 \div P 0.6 \\ H_1 \div P < 0.6 \end{cases}$$

- تعیین سطح زیر منحنی H_0 و H_1

- آماره آزمون

$$Z = \frac{\bar{P} - P_0}{\sqrt{\frac{P(1-P)}{n}}} = \frac{0/767 - 0/6}{\sqrt{\frac{0/767 - (0/233)}{75}}} = 3/422$$

- مقدار بحرانی

$$Z_{\text{Critical}} = Z_{\%5} = -1.645$$

- تصمیم‌گیری

این آزمون را برای هر شش مؤلفه انجام می‌دهیم.

در جدول ذیل نسبت موفقیت (تأثیر) هر جنبه به همراه حجم هر نمونه ذکر شده است.

جدول ۲- نسبت موفقیت هر جنبه

شماره	جنبه (مؤلفه)	نسبت موفقیت در نمونه	n نمونه
۱	مالی	۰/۷۶۷	۳۲
۲	مشتری	۰/۸۳۳	۳۰
۳	فرآیندهای داخلی	۰/۷۷۴	۳۱
۴	توسعه و نوآوری	۰/۸۲۷	۲۹
۵	نیروی انسانی	۰/۷۵۰	۲۸
۶	مدیریت	۰/۷۱۸	۳۲
	میانگین کل	۰/۷۳۹	

بر اساس نتایج حاصل می‌توان با اطمینان ۹۵٪ گفت که:

«تمامی مؤلفه‌ها در رتبه‌بندی شرکت‌های کارگزاری مؤثر می‌باشند».

البته بر اساس این مطلب که جامعه آماری همان نمونه محسوب می‌گردند. لذا می‌توان با یک بررسی ساده اشاره نمود که چون کلیه نسبت‌ها بالاتر از ۰/۶ می‌باشد لذا کلیه عوامل (مؤلفه‌های اصلی) انتخاب شده مورد پذیرش قرار خواهد گرفت. بنابراین چون تمامی مؤلفه‌های اصلی در رتبه‌بندی شرکت‌های کارگزاری مؤثر بوده‌اند لذا فرضیه اول مورد تأیید قرار گرفت. بنابراین در مدل رتبه‌بندی بهتر است از این مؤلفه‌ها بعنوان معیار یا شاخص مؤثر استفاده شود. در نتیجه استفاده کننده می‌تواند با درصد اطمینان بالا به نتایج این تحقیق، در تصمیم‌گیری‌های خود آن را اعمال نماید. بر اساس یافته‌های مندرج در جدول بالا میانگین‌های مؤلفه‌های اصلی رتبه‌بندی با هم برابر نیست ولی میان میانگین آنها اختلاف معناداری وجود ندارد لذا می‌توان عنوان نمود که فرضیه دوم پذیرفته نخواهد شد، به عبارت دیگر هیچ تقدم و تأخر

معناداری بین مؤلفه‌های اصلی وجود نخواهد داشت و تمام مؤلفه‌های اصلی انتخاب شده به صورت یکسان و در یک ردیف اهمیت قرار دارند یعنی نمی‌توان گفت مؤلفه مالی برتر از عامل مشتری است یا بالعکس.

نتیجه‌گیری

در این پژوهش، ابتدا جستار فراوانی در باب مدل‌های ارزیابی عملکرد شرکت‌ها مانند ارزیابی مالی شرکت‌ها، ارزیابی بهره‌وری شرکت‌ها، مدل‌های اثربخشی سازمانی، مدل‌های تعالی سازمانی (BEM) و مدل ارزیابی عملکرد متوازن (BSC) به عمل آمد و در نهایت و با الهام از مدل BSC و تکمیل آن با استفاده از نسبت‌های مالی و نسبت‌های بهره‌وری، مدل پیشنهادی ارائه گردید. این مدل از شش جنبه (مؤلفه اساسی) تشکیل شده است که این جنبه‌ها عبارتند از: جنبه مالی، جنبه فرآیندهای داخلی، جنبه مشتری، جنبه نیروی انسانی، جنبه توسعه و نوآوری و جنبه مدیریت. هر جنبه، خود نیز شامل زیرمؤلفه‌ها و معیارهایی می‌باشد و در مجموع تعداد نوزده شاخص برای کل جنبه‌ها، احصاء شد. نکته‌ای که بایستی اشاره نمود، این است که در واقع این مدل، مدل جامع ارزیابی عملکرد شرکت‌ها می‌باشد ولیکن با توجه به اینکه جهت رتبه‌بندی شرکت‌ها، عملکرد آنها را مبنای قرار دادیم بنابراین بالتبع مدل رتبه‌بندی خوانده می‌شود.

در پژوهش حاضر با دو فرضیه اصلی روبرو بودیم. فرضیه اول اشاره به این داشت که شش جنبه مالی، جنبه فرآیندهای داخلی، جنبه مشتری، جنبه نیروی انسانی، جنبه توسعه و نوآوری و مدیریت در رتبه‌بندی شرکت‌های کارگزاری در ایران مؤثر است. در نهایت و پس از جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه نسبت موفقیت در نمونه (P) برای جنبه‌های مالی، مشتری، نیروی انسانی، توسعه و نوآوری، فرآیندهای داخلی و مدیریت، به ترتیب کاهشی، عبارت بودند از ۰/۷۶۷، ۰/۸۳۳، ۰/۷۴۴، ۰/۸۲۷، ۰/۷۵۰، ۰/۷۱۸.

جهت آزمون فرضیه از آزمون فرض نسبت موفقیت در جامعه استفاده گردید و کلیه جنبه‌ها، در رتبه‌بندی شرکت‌های کارگزاری مؤثر شناخته شدند. اگر جنبه‌ها و شاخص‌های مؤثر حاصل از این فرضیه در مدل رتبه‌بندی قرار گیرد، مدل رتبه‌بندی شرکت‌های کارگزاری در ایران بدست خواهد آمد.

در مورد فرضیه دوم هم به علت اینکه بین میانگین مؤلفه‌های اصلی تفاوت معناداری وجود نداشت لذا فرضیه دوم پذیرفته نخواهد شد و بین مؤلفه‌های اصلی عنوان شده هیچ اولیوی وجود ندارد.

پی‌نوشت‌ها:

۱- برگرفته از «ارزیابی عملکرد شرکت‌های کارگزاری بورس اوراق بهادار تهران و رتبه‌بندی آنها بر اساس مدل TOPSIS»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی و مدیریت، تهران: دانشگاه امام صادق(ع)، ۱۳۸۵.

2. Performance Appraisal
- 3 - International labor organization
- 4 - Productivity
- 5- Strategic constituencies Approach
- 6- Business excellence model
- 7- The Balanced score card
- 8- Multiple- objective- Decision making
- 9- Multiple Attribute Decision making

منابع و مآخذ:

۱. اسماعیل پور، مجید (۱۳۷۷)، راهنمای سرمایه‌گذاری در بورس "تجزیه و تحلیل صورت‌های مالی"، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، چاپ اول.
۲. پی‌نو، ریموند (۱۳۷۸)، مدیریت مالی، ترجمه و اقتباس از علی جهانخانی و علی پارساییان، تهران: سمت، چاپ چهارم.

۳. دراکر، پیتر (۱۳۷۳)، مدیریت آینده، ترجمه عبدالرضا رضایی نژاد، موسسه خدمات فرهنگی رسا، چاپ اول.
۴. سایت‌های سازمان بورس اوراق بهادار تهران <http://www.irbourse.com/vsetting.aspx> و سایت بنیاد <http://www.efqm.org>.
۵. طبرسا، غلامعلی (۱۳۷۷)، طراحی و تعیین الگوی ارزیابی مدیران عامل و شرکت‌های تابع سازمان صنایع و معادن بنیاد جانبازان و مستضعفان، رساله دکتری رشته مدیریت، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
۶. مدرس، احمد و عبدالله‌زاده، فرهاد (۱۳۷۳)، مدیریت مالی، ج ۱، تهران: مؤسسه فرهنگی حنفاء، چاپ اول.
۷. مدنی‌محمدی، حمید (۱۳۸۵)، ارزیابی عملکرد شرکت‌های کارگزاری بورس اوراق بهادار تهران و رتبه‌بندی آنها بر اساس مدل Topsis، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی و مدیریت، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی