

تعارض در روابط، همخوانی نام خانواده با شرکت، و ثروت اجتماعی احساسی

در شرکت های خانوادگی

چکیده

در این مقاله به بررسی این مسئله می پردازیم که چگونه تعارض روابط و همخوانی نام شرکت و خانواده بر ارزشیابی های شخصی مالک-مدیر شرکت خانوادگی تاثیر می گذارد. از دیدگاه ثروت اجتماعی احساسی و نظریه سازمان رفتاری، رابطه یو شکل را بین تعارض داخل شرکت خانواده و ارزش گذاری شخصی شرکت می یابیم. در حالی که تاثیر مستقیم بین همخوانی اسمی و ارزشیابی شخصی شرکت نیافتیم، نشان می دهیم که همخوانی اسمی تاثیر متقابل با تعارض رابطه داشته و بر ارزشیابی ها تاثیر می گذارد. مفاهیم و اثرگذاری های یافته های ما بررسی می شوند.

واژگان کلیدی: شرکت های خانوادگی، ثروت اجتماعی احساسی، تعارض رابطه، هویت، ارزشیابی شخصی

مقدمه

«طرفین به طور دوستانه تمامی اختلاف های خود را خارج از دادگاه حل و فصل می کنند و در انتظار رشد بی وقفه کسب و کار هستند. این بدان معنا نیست که خصومت از بین رفته است. واژه ها و تاکتیک های تند در طی سال ها همانند زخم های ماندگار اند که درمان آنها زمان زیادی می برد (گران، 2017)».

ثروت اجتماعی احساسی نوعی ابزار غیر مالی است که بر بخشش های مطلوب به مالکیت شرکت های خانوادگی تاثیر می گذارد. محققین از محیط شرکت خانوادگی برای بررسی ثروت اجتماعی احساسی استفاده می کنند چون نکات غیرمالی در این زمینه رایج اند. لذا ابزار غیرمالی یا ثروت اجتماعی احساسی به عنوان مولفه پایه ای دارندگان ارزش

کل بوده که بر مالکیت در شرکت خانوادگی تاثیر می گذارد. با این وجود یافته های اخیر نشان میدهند که ثروت اجتماعی احساسی بر ارزشیابی شرکت از جانب صاحبان شرکت تاثیر می گذارد. ارزشگذاری شخصی شرکت خانوادگی را حداقل بهای قابل قبول می دانیم که مایل به شرکت پردازیم.

محققین نشان می دهند که تمایل صاحبان به حفظ و ارتقا ثروت اجتماعی احساسی رفتار شرکت خانواده و تصمیم گیری را پیش می برد. به هر حال ادبیات توصیف نکرده اند که مالکین چگونه به تجارب منفی مربوط به شرکت های خانوادگی رسیدگی می کنند که از این به بعد آنها را هزینه های اجتماعی احساسی می نامیم.

در این مقاله با مدل سازمان رفتاری و ثروت اجتماعی احساسی و نظرات ترکیبی، به بررسی نحوه بررسی هزینه اجتماعی احساسی توسط مالکین مبتنی بر تعارض رابطه و ارزشیابی شخصی شرکت می پردازیم. این فرض شهودی را به چالش می کشیم که هزینه های اجتماعی احساسی منجر به ارزشیابی های پایین تر می شوند. به طور ویژه رابطه یو شکل بین تعارض رابطه در شرکت های خانوادگی مطرح می کنیم. چنین فرضیه سازی می کنیم که همخوانی نام خانواده تاثیر متقابل در تعارض رابطه و ارزشیابی شرکت دارد.

این مقاله چند اثر بر ادبیات و نوشته ها دارد. نخست اینکه ادبیات ثروت اجتماعی احساسی را گسترش می دهیم و به بررسی هزینه های اجتماعی اقتصادی مربوط به کارکردهای منفی از جمله تعارض در رابطه می پردازیم. طبق فرضیه ها نشان می دهیم که مالکین هزینه های اجتماعی احساسی را به حالت غیرشهودی و غیرخطی هنگام ارزیابی شرکت در نظر میگیرند. این یافته ها مفاهیمی برای نحوه نگرش محققان به عکس العمل صاحبان شرکت به دامنه وسیع تر هزینه های اجتماعی اقتصادی دارند. دوم اینکه مقاله حاضر به درک بهتر ارزشیابی فردی شرکت های خانوادگی می افزاید. سوم اینکه مقاله ما به نگرش های نظریه نگرشی می افزاید و نشان می دهد که تاثیر بخشش چه رابطه ای با تعارض رابطه و همخوانی نام خانواده دارد. بدین ترتیب، یافته های ما مفاهیمی برای داره کردن شرکت خانوادگی، انتقال مالکیت شرکت خانوادگی خصوصی دارند. در آخر اینکه ادبیات مربوط به تعارض روابط را گسترش می دهیم. لذا پیچیدگی های تعارض شرکت خانوادگی که قبلا در ادبیات و نوشته ها مطرح نشده اند به بحث رایج درباره ناهمگونی شرکت خانوادگی می افزاید.

ثروت اجتماعی احساسی و ارزشیابی شرکت خانوادگی

ثروت اجتماعی احساسی «جنبه غیرمالی شرکت می باشد که نیازهای تاثیرگذار خانواده را برطرف می کند.» که این مقوله همچنین بخشش اثرگذار یا بخشش اجتماعی احساسی نام دارد. ثروت اجتماعی احساسی به شرح نحوه پیگیری اهداف غیرمالی و رفتار شرکت خانوادگی کمک می کند. ارزش گذاری شخصی شرکت از جانب مالکین آن برجستگی خاصی در محیط شرکت خانوادگی دارد. ارزیابی شرکت های خانوادگی در اکثر حالات شخصی است. این ارزشیابی ها پیچیده اند که شامل احتمال نیز هستند و اغلب به لحاظ مسائل مطلوبیت اجتماعی یک سو نگر هستند. در این شرایط فرایندهای شناختی افراد دخیل هستند که بر ارزشیابی ها تاثیر می گذارند. برای درک نحوه عملکرد ثروت اجتماعی احساسی به عنوان نقطه مرجع جهت تاثیر بر ارزشگذاری شخصی مالکیت شرکت خانوادگی، یک سو نگری هایی در فرایند تصمیم گیری وارد می کند. نخست با نظریه نگرش، پیش بینی خط مبنا برای حالت معمولی فراهم می کنیم. تاثیر بخشش به تفاوت بین بهایی می پردازد که در آن فرد مایل است به خرید و فروش شی پردازد. نظریه نگرش همچنین تمایل دارندگان به سرمایه گذاری قبلی نشان میدهد. در نتیجه، تصمیم گیرندگان با نسبت دادن ارزش به سرمایه گذاری های قبلی زمان، پول و اثرگذاری تمایل کمی به تقسیم دارایی از خود نشان می دهند. همچنین مالکین این هزینه ها را بخشی از ارزش دارایی می دانند. تحقیقات قبلی نشان می دهند این مسئله درباره دارایی ها به ویژه بخشش های اجتماعی احساسی در رابطه با مالکیت شرکت خانوادگی درست است. لذا متناسب با نظریه دورنما، انتظار داریم مالکین مولفه غیرمالی هنگام تصمیم گیری قیمت فروش قابل قبول شرکت خانوادگی را در نظر بگیرند. به علاوه نظریه دورنما، نشان می دهد که ارزش فردی مربوط به مولفه غیرمالی ارزشگذاری شرکت به احتمال زیاد به سمت تاثیر مثبت مربوط به ثروت اجتماعی احساسی مربوط می گردد. لذا نظریه دورنما را در این حالت کلی به کار می بریم که نمی تواند به طور کامل نحوه نگرش مالکین به تاثیر منفی در ارزشگذاری های فردی نشان دهد. برای نمونه می دانیم که برخی جوانب مالکیت شرکت خانوادگی از جمله تعارض در رابطه توام با تاثیر منفی اند. با این وجود نمی دانیم که آیا مالکین تاثیر منفی در ارزشگذاری ثروت اجتماعی احساسی را در ارزشیابی

شرکت در نظر می گیرند. به علاوه نمی دانیم که آیا نقطه مرجع مالکین برای ارزشگذاری شخصی هنوز شامل مولفه غیرمالی در حالت تاثیر منفی می باشد. برای بررسی این پیچیدگی ها، نظریه پردای خود را فراتر از نظریه دورنما گسترش میدهیم و از منطق ترکیبی و بی.ای.ام استفاده می کنیم. بی.ای.ام در ادبیات شرکت های خانوادگی بر مبنای تاثیر بخشش می باشد که در نظریه دورنما تاکید گردید. بی.ای.ام نقطه مرجع عمده مالکین به تصمیم گیری می باشد. در واقع تحقیقات قبلی نشان می دهند که انگیزه حفظ ثروت اجتماعی احساسی بر تصمیمات شرکت های خانوادگی تاثیر می گذارد. به کارگیری بی.ای.ام فرض ضمنی تاثیر متقابل بین ثروت اجتماعی احساسی و ثروت مالی است. ادبیات با گسترش بی.ای.ام به معرفی شرط بندی های ترکیبی در نظریه پردازی می پردازند تا پتانسیل پیامد برد و باخت را در چارچوب تصمیم گیرنده در نظر بگیرند. در واقع برومیلی خاطر نشان می کند که تصمیمات کمی وجود درد که شامل فرصت فقط باخت یا فقط برد می باشند. این مباحث نظری می توانند رفتار شرکت خانواده پیچیده را شرح دهند. برای مثال در حالی که ادبیات از قبل نشان می دهند که اجتناب از باخت ثروت اجتماعی احساسی منجر به عدم سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه می گردد، با توجه به دیدگاه های نظری بالا، می توانیم بردهای را به خاطر تحولات در نقاط مرجع درک کنیم. تحقیقات اخیر کاتلر با همکاران نشان دهنده ماهیت پویا نقاط مرجع صاحب شرکت خانواده می باشد که منجر به تغییراتی در ارزشیابی ثروت اجتماعی احساسی می گردد. چون تاثیر متقابل بین ثروت مالی و ثروت اجتماعی احساسی مستقیم نیست و در بین شرکت های خانواده ناهمسان است، این تاثیرات متقابل مفاهیمی برای ارزشگذاری شرکت دارند و میزان تعارض رابطه متغیر فرایند شرکت خانوادگی عمده بوده که بر ارزشگذاری های فردی تاثیر میگذارد. به علاوه همخوانی نام شرکت خانواده نحوه ارزیابی مالکین شرکت و تاثیر تعارض رابطه در ارزشیابی های کلی را تغییر می دهد. در زیر به طور مفصل به این روابط می پردازیم.

تعارض رابطه و ارزشیابی شرکت های خانوادگی

تعارض رابطه به عنوان «آگاهی از ناسازگاری بین فردی تعریف می شود که شامل مولفه های اثرگذار از جمله تنش احساسات و برخورد می باشد.» (امازون 1996) به تفکیک ناپذیری رابطه تعارض و تاثیر منفی پرداخته و واژه تعارض

اثرگذار را به کار می‌گیرد. پریم و پرایش از برچسب «تعارض اجتماعی احساسی» استفاده می‌کنند تا به توصیف تعارض منفی بپردازند. تعارض رابطه با اختلافات، مشاجره، مانور سیاسی، رقابت، خصومت و پرخاشگری توصیف می‌گردد و توأم با احساسات منفی از جمله خشم، ناامیدی، تنفر، خصومت و آزرده‌گی است. طبق نظر داچ تعارضات رابطه اراده خوب، درک متقابل، تکمیل فعالیت‌های سازمانی و عملکرد را کاهش می‌دهند یا مانع می‌شوند. جن (1995) همچنین نشان می‌دهد که تعارض در رابطه منجر به رضایتمندی کاهش یافته و عدم توجه به دیگر اعضا گروه می‌گردد. تا کنون شواهدی نشان دهنده تاثیرات مثبت تعارض رابطه بر عملکرد یا رضایتمندی نیست.

تعارض در رابطه در شرکت‌های خانوادگی رایج است و پیامدهای ناگوار دارد. ماهیت تعارض در شرکت‌های خانوادگی پیچیده و متمایز است که به خاطر رابطه بین نظام خانواده و شرکت است. برای نمونه بی‌صلاحیتی عضو خانواده، استحقاق، فرصت طلبی سرمایه‌گذاری ثروت اجتماعی احساسی را از بین می‌برد و منجر به تعارض در رابطه می‌گردد. همچنین تعارض در رابطه ممکن است در شرکت‌های خانوادگی تشدید گردد که به خاطر تعارضات بین اعضا خانوادگی در محل کار محیط خانواده است. این تعارضات نهادینه شده و به دشوار حل و فصل می‌شوند چون خانواده‌ها گروه‌های اجتماعی با خاطره‌های ماندگار هستند. تعارض در رابطه منجر به هزینه اجتماعی احساسی می‌گردد که نوعی بی‌اعتمادی و ناسازگاری در بین اعضا خانواده پدید می‌آورد. در زیر رابطه بین تعارض در رابطه و ارزشیابی فردی مالک شرکت را بررسی می‌کنیم.

وقتی تعارض در رابطه نباشد، یعنی روابط سازگار باشند، می‌توان انتظار تاثیر مثبت، افزایش تعهد به شرکت و افزایش ثروت اجتماعی احساسی را داشت. با توجه به روابط خانوادگی مثبت درون شرکت، انتظار داریم مالکین ارزشیابی‌های فردی را بر اساس تمایل به حفظ ثروت اجتماعی احساسی چارچوب بندی کنند.

اگر روابط بین اعضا خانواده تیره گردد، درک کتقابل و اراده خوب کاهش می‌یابد و ناامیدی، استعفا و ناراحتی جای آن را می‌گیرد. کلتنر، الزورث و ادواردز بیان دارند که ناراحتی و ناامیدی منجر به ارزشیابی پایین شرکت می‌گردد. لرنز با همکاران بر این نظر اند که ناراحتی ناشی از تیرگی روابط قیمت فروش را کاهش داده و مالکین در پی فرصت برای کناره‌گیری می‌گردند. این مسئله همچنین متناسب با نظر کاتلر با همکاران راجع به نقاط مرجع پویا می‌باشد

که نشان می دهد مالکین مایل اند به زیان های ارزشیابی پی ببرند. لذا در درجات متعادل تعارض در روابط انتظار داریم، مالکین به ارزشیابی های شخصی پایین تر دست یابند.

در درجات بالاتر تعارض در روابط، استرس، حسادت، خشم و تنفر به وجود می آید. هنگامی که تاثیر منفی شدید باشد، آن بر منطق سالم غلبه می کند و هزینه اجتماعی احساسی بر مالک وارد می کند. این مسئله چند پیامد برای ارزشیابی شرکت دارد. افراد عصبانی قضاوت های نادرست می کنند، کنترل خود را از دست می دهند و دچار تعصبات بی مورد می شوند. لذا در ارزشیابی شرکت نوعی رفتار غیرمنطقی پدید می آید. آنها به جای کناره گیری، می خواهند درد احساسی آنها ناشی از تعارضات جبران گردد و لذا نوعی هزینه اجتماعی احساسی وارد می کنند. به علاوه مفهوم نقاط مرجع پویا را اتخاذ نمودیم و به تاثیر آن بر تعارض در رابطه پرداختیم. در اینجا مالکین توجه کمی به ثروت اجتماعی احساسی داشته و به ثروت مالی توجه زیادی دارند. هنگامی که اندازه سود بیشتر از زیان باشد، گرایش تصمیم گیرندگان به اجتناب از زیان کمتر می شود و به افزایش سود روی می آورند این تغییر مرجع به سود مالی منجر به ارزشگذاری های شخصی افزایش یافته می گردد چرا که مالکین بر ثروت مالی به عنوان شیوه های عمده جبران ارزش شرکت علاوه بر شامل نموده ارزش هزینه ثروت اجتماعی احساسی تاکید دارند. لذا ترکیب تاکید بر ثروت مالی و نیز تمایل به قیمت و هزینه اجتماعی احساسی، منجر به ارزشیابی های بیشتر می گردد. لذا رابطه یو شکل را مطرح می کنیم که در آن ارزشیابی فردی بالاتر است هنگامی که تعارض رابطه بالا یا پایین باشد و ارزشیابی فردی پایین تر است هنگامی که تعارض در رابطه متعادل باشد.

فرضیه 1. رابطه غیرخطی بین تعارض در رابطه و ارزشیابی های فردی مالکین از شرکت های خانوادگی وجود دارد. به طور ویژه درجات پایین تر و بالاتر تعارض در رابطه متناظر با ارزشیابی های فردی بالاتر شرکت و درجات متعادل متناظر با ارزشیابی های پایین تر فردی شرکت می باشد.

همخوانی اسمی شرکت و خانواده و ارزشیابی در شرکت های خانوادگی

هویت سازمانی به بررسی ویژگی های اساسی و پایدار سازمان می پردازد. طبق نظر محققین در شرکت های خانوادگی درجات بالاتر هم پوشی بین هویت خانواده و هویت شرکت وجود دارد. این هویت مشترک بسته به نوع

شرکت فرق دارد و نشان می دهد رابطه قوی بین خانواده و شرکت به لحاظ هویت وجود ندارد که صرفاً نمی توان بر مبنای مالکیت به آن پرداخت.

برخی خانواده ها در پی تناسب بین هویت خانواده و شرکت اند و برای مثال آنها از نمادگرایی، القا ارزش های خانواده در کسب و کار و نقش های عمده استفاده می کنند. رویت پذیری نام خانواده به عنوان بخشی از نام شرکت یکی از شیوه های بالقوه برای تشدید ارتباط بین هویت خانواده و شرکت می باشد.

اسم خانواده شاید اصلی ترین، متمایز ترین و مشهودترین ویژگی خانواده باشد. لذا وقتی نام خانواده به عنوان نام شرکت به کار میرود، پیوند بین هویت خانواده و شرکت ارتقا می یابد. لذا تناسب نام خانواده و شرکت نه تنها نشانه مشهود همخوانی هویت است، بلکه به پیامدهای رفتاری شرکت خانواده جهت ارتقا ثروت اجتماعی احساسی مربوط می گردد. محققان نشان داده اند که همخوانی اسم شرکت و خانواده به اهمیت زیاد ثروت اجتماعی احساسی بری مالکین شرکت های خانوادگی مربوط می گردد. هر چند تاکید مالکین بر ارتقا ثروت اجتماعی احساسی تاثیر متقابل بین ثروت اجتماعی احساسی و مالی به وجود می آورد، شواهد نشان می دهد که رابطه مثبت بین ارزیابی های شخصی مالکین از عملکرد وجود دارد. این تاثیرات مثبت ثروت اجتماعی احساسی منجر به نیت خوب و اعتبار شرکت می گردد و لذا ارزشیابی فردی از شرکت توسط مالکین ارتقا می یابد.

فرضیه 2. رابطه مثبت بین همخوانی نام خانواده و نام شرکت و ارزشیابی فردی مالکین از شرکت های خانواده وجود دارد.

تاثیر متقابل همخوانی نام با تعارض رابطه بر ارزشیابی فردی

طبق نظر ما همخوانی نام تاثیر متقابل با تعارض رابطه دارد تا بر ارزشیابی های فردی از شرکت خانواده تاثیر گذارد. در درجات پایین تر تعارض همخوانی اسم تاثیر محدودی دارد و خانواده می تواند به مزایای ثروت اجتماعی احساسی دست یابد. همخوانی اسم بر رابطه یو شکل در حالت پیچیده در سطح متعادل و بالاتر تعارض در رابطه تاثیر می گذارد. همخوانی اسم آگاهی از تلاش های اعضا خانواده در ایجاد ثروت اجتماعی احساسی و هویت شرکت ارتقا می دهد. مالکین باید از پیامدهای منفی تعارض در روابط و تاثیر بر ثروت اجتماعی احساسی آگاه باشند. یانگ

و ماسشولدر بر این نظر اند که دامنه وسیع تر هیجانان و بروز آن زمانی قابل قبول است که رابطه متقابل وجود دارد چون اعضا بیشتر با علامت ها آشنا هستند که برای بیان احساسات به کار می روند. نه تنها خانواده چارچوبی برای ارتباط متقابل فراهم می کند، همخوانی اسم شرکت با خانواده این ارتباط را ارتقا می دهد. همخوانی اسم رابطه بین شرکت و خانواده را تحکیم نموده و تاثیر منفی تعارض در روابط بر ارزشیابی های فردی از شرکت خانوادگی می کاهد. طبق منطق شرطی ترکیبی، همخوانی اسم می بایست منجر به آسیب پذیری عضو خانواده گردد.

اعضا خانواده در درجات بالاتر تعارض رابطه منفی از خود نشان میدهند. همخوانی نام خانواده و شرکت مرز بین خانواده، شرکت و مالکین را از بین می برد تعارض در رابطه تاثیر منفی بر پیامدها داشته و به اعتبار خانواده و شرکت لطمه می زند. اگر این تعارض در رابطه بیشتر شود، تاثیر منفی بر روابط مالکین با دیگر سهامداران داخلی و خارجی دارد. برای مثال مالکین اعتبار خود و شان اجتماعی درون و بیرون از خانواده را از دست می دهند اگر علت تعارضات خانوادگی شناخته شوند. هنگامی که انتظار بهبود بالقوه در روابط درون خانوادگی و با سهامداران نداشته باشیم، تاثیر منفی بر ثروت اجتماعی احساسی و عملکرد مالی را می بینیم و لذا ارزشیابی کلی از شرکت پایین می آید.

فرضیه 3. تعارض در رابطه و همخوانی نام شرکت تاثیر متقابل با ارزشیابی های فردی مالکین از شرکت های خانوادگی دارد. به طور ویژه در حضور همخوانی اسم، انتظار رابطه معکوس یو شکل بین تعارض در رابطه و ارزشیابی های شرکت فردی داریم.

روش

نمونه ما شامل 149 مالک و مدیر عامل شرکت های خانوادگی واقع در آلمان می باشد. نمونه اولیه 4000 شرکت خانوادگی از شرکت حسابداری به دست آوردیم. شرکت ها تحت مالکیت خانواده، عضو خانواده یا جامعه وارثین بودند. دو پست با تعداد 349 پرسشنامه باز نمود 326 شرکت مجزا طراحی گردید. هدف مطالعه تعارض در رابطه بین اعضا خانواده در شرکت بود. از بین 349 پاسخ دهنده 149 پاسخ دهنده از شرکت هایی به دست آوردیم که واجد شرایط بودند و نمونه ما را تشکیل دادند. در کل میزان پاسخ 8.7٪ (349 پاسخ دهنده از 4000) کمتر از حد مطلوب بود. مطالعات شرکت خانواده در کل دچار میزان پاسخ کم است به ویژه اگر پاسخ ها حساس باشند.

متغییر وابسته

ارزش شرکت را به عنوان قیمت سنجیدیم که مالکین آن را قاب قبول می دانند اگر فروش شرکت به خریدار از خارج خانواده باشد به طوری که مالک از ثروت اجتماعی احساسی مربوط به مالکیت شرکت صرف نظر می کند. از مدیر عامل شرکت های نمونه پرسیدیم: « حداقل قیمت فروش 100٪ ارزش شرکت به عضو غیرخانواده چقدر است؟» این سوال به 1- ارزش شرکت 2- هنگام فروش کل شرکت 3- فرد خارج از خانواده مربوط می شد. مطالعه آزمایشی 29 صاحب شرکت خانواده این اطمینان را به دست داد که آنها سوال را فهمیده اند. از لگاریتم طبیعی برای توزیع نرمال استفاده کردیم.

متغییرات مستقل

تعارض در رابطه. مقیاس ما برای تعارض در رابطه برگرفته از دستن و کلرمن می باشد که از مقیاس هیجن و امزون در شرکت های خانواده استفاده کردیم. تطبیق دهی این مقیاس های اولیه نشان می دهد که زمینه تعارض رابطه به شرکت خانوادگی به جای واحد کاری یا خانواده مربوط می گردد. سنحش ما از شرکت کنندگان پرسید میزان احساسات منفی نهادینه در تعارض را بیان کنند. طبق مقیاس آمازون سنحش میزان برخورد بین فردی و ممانعت از تصمیم گیری کارکردی را شامل نمودیم. به ارزیابی این ساختار با چهار آیتیم در مقیاس 7 امتیازی لیکرت پرداختیم. برای ارزیابی تاثیرات غیرخطی بالقوه بر ارزش شرکت، ساختار مربعی در نظر گرفتیم.

همخوانی نام شرکت با نام خانواده. برای همخوانی نام، متغییر دوتایی ساختار بندی کردیم که برابر 1 است اگر نام خانوادگی مالک همنام با اسم شرکت باشد و 0 در صورتی که این طور نباشد. همخوانی نام به عوان نشانه شناسایی خانواده با شرکت در دیگر مطالعات کسب و کار خانواده است.

متغییرات کنترل

متناسب با مطالعات قبلی این موضوع، به دو متغییر مالی و غیرمالی می پردازیم.

متغییرات کنترل مالی. از داده های عملکرد و دارایی کل، ارزیابی های فردی رشد، تداوم پذیری عملکرد، ریسک و مزایای مالی خصوصی استفاده کردیم. داده های آرشو عملکرد فعلی و دارایی کلی از پایگاه داده ها به دست آمد. این

پایگاه داده قابل قیاس با پایگاه داده اسپانیایی اس ای بی آی می باشد که حاوی اطلاعات بخش صنعتی و مالی شرکت های بخش خصوصی است. همچنین جریان پول نقد شرکت را محاسبه کردیم هر چند نمی توان به طور عینی جریان پول نقد را برای تمامی شرکت ها محاسبه نمود، اما برای 61 شرکت آن را آزمودیم. تناسب بین مقادیر پول نقد عینی و شخصی بالات بود که نشان دهنده کیفیت و پایایی اندازه گیری بود.

چون عملکرد گذشته شرکت بر نگرش های ارزش شرکت تاثیر می گذارد، از پاسخ دهندگان پرسیدیم آیا عملکرد شرکت آنها در 3 سال گذشته بدتر، یکسان یا بالاتر از رقبا بوده است. هفت سوال در زمینه رشد فروش، رشد سهام بازار، سود دارایی، رشد سرمایه، رشد سودآوری، سود دارایی کلی و درصد سود پرسیدیم. شاخص های عملکرد در مقیاس لیکرت هفت امتیازی سنجیده شدند.

برای کنترل مزایای شخصی از ارزش پولی حقیقی به عنوان پیش شرط مدیر عامل سازمان استفاده کردیم. چون این مقدار توزیع نرمال داشت، آن را با الگوریتم طبیعی تبدیل نمودیم. به خاطر مشکل در سنجش مستقیم ریسک از سه مقوله جهت گیری بلند مدت، صنعت و اندازه شرکت استفاده کردیم. ریسک با اندازه شرکت کاهش می یابد و ارزش و ریسک بسته به صنعت متغیر هستند. ریسک به میزان سرمایه گذاری شرکت های خانوادگی در پروژه های بلند مدت بستگی دارد. جهت گیری بلند مدت شرکتها را در سه آیتیم در مقیاس 7 امتیازی لیکرت سنجیدیم.

متغییرات کنترل غیرمالی. وابستگی عاطفی و ارزش شخصی شرکت با مدت مالکیت ممکن است افزایش یابد. لذا مدت مالکیت را با استفاده از قدمت شرکت کنترل نمودیم چون تمامی شرکت های نمونه تحت مالکیت خانواده از شروع راه اندازی شرکت بودند. همچنین سهم مالکیت اعضا خانواده را کنترل نمودیم، چون درجات بالاتر مالکیت دال بر درجات کنترل بالاتر، اقتدار و وابستگی به شرکت است. طبق تحقیق مالکیت بر ارزشیابی دارایی ها صرف نظر از روابط خانواده تاثیر می گذارد. همچنین تعداد اعضا خانواده به کار رفته در شرکت را کنترل نمودیم. همانطور که این رقم افزایش می یابد فرصت ارزش های خانواده و تحقق آنها در شرکت بیشتر می شود. مالکین ممکن است روابط بلند مدت با شرکت داشته باشند. دوران تصدی مدیر عامل را نیز کنترل نمودیم. همچنین ادبیات وابستگی نشان می

دهد که نحوه شکل گیری وابستگی احساسی به شی چگونه است. لذا احساسات مثبت مربوط به اداره نمودن شرکت را در مقیاس شش آیتم کنترل نمودیم.

آزمون های یک سونگری

ما متکی بر رویکرد اطلاع دهنده عمده طبق ادبیات شرکت های خانوادگی قبلی بودیم. به نظر ما متکی بر مدیر عامل و مالک شرکت خانوادگی برای اهداف ما مطلوب است چرا که 1- مدیر عامل باصلاحیت ترین فرد در تعیین قیمت های فروش قابل قبول می باشد 2- این سوال به آنها مربوط می شود 3- آنها سهم مالکیت بیشتری می خواهند. برای تایید ساختارهای چند آیتمی داده ای را از اعضا خانواده جمع آوری کردیم. سپس اعتبار میانی ساختارهای چند آیتمی را بررسی نمودیم. تمامی اعتبارها در سطح قابل قبول بودند. هفتاد و پنج درصد از اعضا خانواده گزارش نمودند که قیمت های فروش قابل قبول پیشنهاد داده اند که تناسب کلی 82.1٪ بود. به مقایسه گروه پاسخ دهندگان دیرنگام و گروه غیرپاسخ دهندگان پرداختیم. اما تحلیل واریانس تفاوت عمده آماری نشان نداد. همچنین تحلیل واریانس با مقایسه پاسخ دهندگانی انجام دادیم که به تمامی سوالات پاسخ دادند. همچنین هیچ تفاوت عمده مشاهده نشد. درحالی که برخی متغییرات کنترل بر اساس داده های عینی بودند، خوستیم اطمینان یابیم که ساختارها تحت یک سو نگری نیستند. لذا آزمون تک ضریب انجام دادیم که پادزکاف و ارگن آن را مطرح کرده بودند. در نمونه ما 10 ضریب با مقدار بیشتر از 1 با 71.7٪ واریانس استخراج شدند. ضریب نخست 16.2٪ واریانس داشت. در مرحله دوم به مقایسه مدل اندازه گیری با مدل ضریب پرداختیم. طبق نتایج تناسب مدل ضریب $\chi^2(276) = 2482.9$ ، شاخص تناسب تطبیقی 1.246 بود که به طور عمده بدتر از مدل تحلیل عامل تاییدی $\chi^2(261) = 573.8$, CFI = .893. لذا یک سو نگری روش مشترک به نظر نمی رسد که مشکل تلقی گردد.

نتایج

	M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
غیر خانواده	1576	158																
خانواده	1516	212	.728**															
صمکرد	1090751.33	3523758.86	.483**	.432**														
دارایی کل	1529	149	.639**	.417**	.484**													
عملکرد گذشته	495	121	.342**	.367**	.181*	.210*												
انداز	437.18	2196.13	.347**	.288**	.271**	.343**	.0372											
تولید	0.39	0.49	.370**	.128	.132	.169*	.0078	-0.044										
خدمات	5.16	1.26	.429**	.444**	.254**	.256**	.297**	.145	0.138	-0.063								
جهت گیری بلند مدت	540.9	44.6	.411**	.264**	.194*	.264**	.0043	.0067	.201*	-0.134	.214**	.0111						
مزیای خصوصی	3.52	1.25	0.071	0.040	-0.056	-0.010	-0.022	-0.018	0.117	-0.055	0.052	0.061	0.036					
قدمت شرکت	51.94	11.52	0.016	0.125	0.111	-0.051	0.007	-0.081	0.034	0.024	0.071	0.002	0.043	0.071				
تعداد کارکنان خانواده	5.79	1.17	.209*	.134	0.090	0.131	0.074	0.078	0.092	-0.008	.314**	-0.081	0.140	0.039	0.092			
سابقه مدیر عامل	0.00	36.67	-.269**	-.251**	-.279**	-.366**	0.127	-.189*	0.042	-0.055	-0.031	.164*	-0.157	-0.137	0.053	-0.051		
احساسات مثبت	2.75	1.21	-0.005	-0.040	-0.040	0.059	-0.025	0.055	-0.134	0.017	-0.033	0.023	0.040	.232**	0.052	-0.149	-0.120	
مالیکت شخصی	0.55	0.50	0.569	0.675	-0.645	-0.104	0.120	-0.667	0.207	-0.065	0.134	0.127	.169*	.229**	0.092	0.044	0.053	-0.001
تعارض رابطه																		
همخوانی اسم																		

جدول 1- ماتریس تناسب، میانگین، انحراف معیار (تعداد 149)

	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
دارایی کل	.171*	.181*	.181*	.194*
عملکرد گذشته	.000 [†]	.000*	.000*	.000 [†]
اندازه	.430**	.407**	.406**	.388**
تولید	.167*	.141 [†]	.143 [†]	.134 [†]
خدمات	.000*	.000*	.000*	.000*
جهت گیری بلند مدت	.520*	.581*	.581*	.668**
مزیای خصوصی	.411*	.446*	.446*	.501*
قدمت شرکت	.151*	.201*	.202*	.215**
تعداد کارکنان خانواده	.051	.049	.050	.070
سابقه مدیر عامل	.006**	.007**	.007**	.006**
احساسات مثبت	-.005	-.004	-.004	-.003
مالیکت شخصی	.132 [†]	.101	.102	.127
تعارض رابطه	.001	.002	.002	.001
همخوانی اسم	.035	.060	.059	.085
همخوانی اسم در تعارض رابطه		-.679*	-.682*	-.539 [†]
تغییر R2		.105*	.105*	.081 [†]
آمار و تغییر در آن			-.015	-.031
				1.406*
				-.225*
	.584	.593	.590	.604
		.014 [†]	.000	.018*
	15.683	18.101	18.107	21.208
		2.418 [†]	.006	3.101*

جدول 2- نتایج تحلیل رگرسیون سلسله مراتبی برای ارزش فردی فروش شرکت به خارج از خانواده.

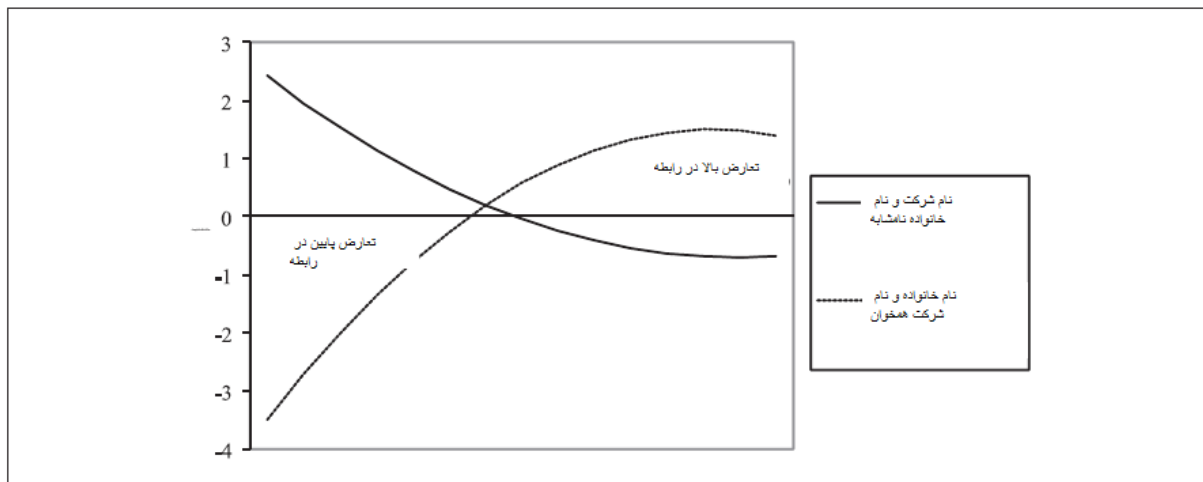
جدول 1 نشان دهنده میانگین، انحراف معیار، و تناسبات مرتبه صفر نمونه است. فرضیه های خود را با تحلیل رگرسیون سلسله مراتبی آزمودیم (جدول 2 را ببینید). در مدل های 1 تا 4 لگاریتم طبیعی قیمت فروش قابل قبول به ازای فروش به عضو غیر خانواده متغییر وابسته بود. مدل 1 شامل متغییرات کنترل است. متغییرات مستقل تعارض در رابطه بوده و مولفه مرع در مدل 2 افزوده شد و همخوانی نام در مدل 3 اضافه شد. در مدل 4 مولفه تاثیر متقابل معرفی شد. ضریب افزایش واریانس متغییرات بیشتر از 2.4 نرفت. آلفا 5/، 22 پیش بینی کننده کل و اندازه تاثیر متعادل در سطح قدرت 75/، به دست آمد. پشتیبانی آماری فرضی ههای خود را یافتیم. طبق مدل 1 ارزشیابی های

فردی به طور عمده به متغییرات کنترل مالی مربوط اند: دارایی کل، عملکرد گذشته، تولید، خدمات، جهت گیری کل، اندازه. قدمت شرکت، تعداد کارکنان خانواده و عملکرد رابطه مثبت با ارزشیابی فردی دارند. R^2 تنظیمی 584/ است. برای آزمودن فرضیه 1 تعارض در رابطه و مربع تعارض در رابطه را به مدل خود افزودیم. مدل 2 واریانس بیشتری معرفی می کند و از رابطه یو شکل فرضی رابطه تعارض و مقدار فردی شرکت به ازای مقیاس خرید خارج از خانواده پشتیبانی می کند. در مدل 3 همخوانی اسم را افزودیم و اهمیت آماری نیافتیم که فرضیه 2 پشتیبانی نشد. در مدل 4 تاثیرات متقابل بین همخوانی نام و مولفه های خطی و مربع تعارض در رابطه را شامل نمودیم. در پشتیبانی مدل 3 مولفه های خطی و مربع با علامت منفی مشخص شدند. R^2 تنظیم شده مدل 4 به 604/ رسید. به منظور میسر نمودن تفسیر یافته ها، روابط شکل 1 را با کوهن، کوهن، وسیت و ایکن طرح بندی نمودیم. این طرح نشان دهنده همخوانی اسم و رابطه یو شکل معکوس بین رابطه متعارض و قیمت فروش قابل قبول است هر دو منحنی در سطح متعادل تعارض در رابطه همدیگر را قطع می کنند. به علاوه باید خاطر نشان کنیم که هر دو منحنی در سمت راست کوتاه می شوند.

آزمون های پایایی

برای اطمینان از اینکه نتایج دست ساخت مشخصات مدل یا درون زایی نیستند، انواع آزمون های پایایی انجام دادیم. نخست اینکه مدل رگرسیون را با جریان پول نقد فردی به جای عملکرد عینی انجام دادیم. همچنین مالکیت خانواده را به جای مالکیت فردی جایگزین نمودیم.

شکل 1- تعارض رابطه، همخوانی نام، و ارزشیابی فردی شرکت



ما به بررسی درون زایی بالقوه با رویکرد متغیر ابزاری پرداختیم. هر چند احتمال اینکه ارزشیابی فردی می تواند باعث تعارض کم در رابطه گردد، متغیر حذف شده (از جمله فشار وارده بر عضو خانواده بی صلاحیت در سمت مسئولیت پذیری) می تواند بر ارزش شخصی شرکت و تعارض در رابطه تاثیر گذارد. از دو متغیر ابزاری متناسب با تعارض در رابطه اما نه با ارزشیابی فردی استفاده کردیم. از برنامه استاتا 11.0 و ایونداگ و ایورگ برای محاسبه رگرسیون حداقل مربع و دومرحله ای و نیز آزمون اف-وو-هاوسمن و دروبین-وو-هاوسمن استفاده کردیم. تمامی نتایج آزمون نشان دهنده آن است که درون زایی مسئله ای خاص نبود.

بحث و نتیجه گیری

تاثیر تعارض رابطه و همخوانی نام شرکت و خانواده بر ارزش پولی مالکین خانواده و شرکت های آنها بررسی نمودیم. طبق نتایج تعارض در رابطه تاثیر منفی بر همخوانی نام و ارزشیابی فردی شرکت خانوادگی دارد. به طور ویژه از رابطه یو شکل بین تعارض در رابطه و ارزشیابی فردی جهت پشتیبانی از فرضیه 1 استفاده کردیم. طبق یافته ها، همخوانی اسم تاثیر مستقیم بر قیمت های فروش قابل قبول نداشت، لذا فرضیه 2 تایید نشد. تاثیر همخوانی نام نه تنها در تعامل با دیگر متغیرات برجسته است، بلکه برخی افراد آن را مسلم می دانند. طبق فرضیه سوم، تاثیر متقابل بین همخوانی نام و تعارض در رابطه تایید گردید (شکل 1 را ببینید). در صورت ناهمخوانی نام خانواده، تعارض رابطه و ارزشگذاری فردی شرکت به شیوه یو شکل بیان شد. اما در صورت وجود همخوانی اسم، ارزشیابی ارتقا می یابد. طبق یافته ها آگاهی از رابطه بین خانواده و شرکت منجر به ارزشیابی فزون یافته از شرکت می گردد.

همانطور که تعارض در رابطه شدید می شود، مالکین پتانسیل بالا تاثیرات منفی، لطمه به اعتبار شرکت و ارزش آتی شرکت را درک می می کنند. هنگامی که این مسئله رخ دهد، ثروت مالی و اجتماعی احساسی نیز به مخاطره می افتد. این یافته ها مفاهیمی برای نحوه نگرش محققان به عکس العمل صاحبان شرکت به دامنه وسیع تر هزینه های اجتماعی اقتصادی دارند. اول اینکه مقاله ما به نوشته های ثوت اجتماعی اقتصادی با نظریه شرط بندی، بی ای ام، نظریه دورنما می افزایشند. دوم اینکه مقاله حاضر به درک بهتر ارزشیابی فردی شرکت های خانوادگی می افزایشد. مقاله ما جریان ادبیات را گسترش می دهد که نشان می دهد مالکین شرکت خانواده به ارزش های غیرمالی بها می دهند نشان دادیم همخوانی نام خانواده و شرکت تاثیر غیرمستقیم بر قیمت گذاری روحی مزایای اجتماعی احساسی دارد و از یافته های موون استفاده کردیم. مقاله ما بر ویژگی های مثبت دارایی ها تاکید دارد. سوم اینکه ادبیات تعارض رابطه را با معرفی گروه جدید متغییرات پیامد گسترش می دهیم: ارزشیابی فردی مالکیت، یا همان شرکت خانوادگی. طبق یافته ما تعارض در رابطه بر شرکت های خانوادگی تاثیر می گذارد. همخوانی اسم رابطه مستقیمی با آسیب پذیری فرد در شرطبندی ها دارد و نقش مهمی در روابط ایفا می کند. مقاله ما به نگرش های نظریه نگرشی می افزایشد و نشان می دهد که تاثیر بخشش چه رابطه ای با تعارض رابطه و همخوانی نام خانواده دارد. بدین ترتیب، یافته های ما مفاهیمی برای اداره کردن شرکت خانوادگی، انتقال مالکیت شرکت خانوادگی خصوصی دارند. در آخر اینکه ادبیات مربوط به تعارض روابط را گسترش می دهیم. لذا پیچیدگی های تعارض شرکت خانوادگی که قبلا در ادبیات و نوشته ها مطرح نشده اند به بحث رایج درباره ناهمگونی شرکت خانوادگی می افزایشد.

محدودیت ها و تحقیقات آتی

بسیار مهم است که به بحث محدودیت های مقاله و نیز فرصت های این محدودیت ها برای تحقیقات آتی پردازیم. مقاله ما از طراحی مقطعی استفاده نموده و میزان پاسخ و اندازه نمونه کم بودند. در حالی که یک سونگری روش مشترک و درون زایی به نظر مشکل نمی آیند، نمی توانید علت آن را نشان دهیم. طراحی طولی به بررسی الگوهای تعارض در گذر زمان می پردازد. همچنین پی بردیم که سنجش دوگانه همخوانی نام خانواده محدود است. در حالی که ادبیات بسیار زیاد به کار رفته اما هنوز جانشین بوده و تمامی جوانب سازمان را نمی پوشاند. موارد شناسایی

شرکت و همخوانی در مطالعه و ستهد و کاولینگ نشان داده شده اند. سنجش ما این تاثیر را نادیده می گیرد لذا باید رویکرد پیچیده تری به سنجش در مطالعات آتی داشته باشیم. در حالی که بر تعارض رابطه و احساسات منفی تاکید داریم، مطالعات تعارض در رابطه به طور کامل به این احساسات نپرداخته اند. لذا تحقیقات آتی باید به ارزیابی این احساسات بپردازند. همچنین تعارض در رابطه و ثروت اجتماعی اقتصادی ممکن است برداشت مختلفی در بین اعضا خانواده داشته باشد. یدگاه همه به تعارض یکسان نیست و ادبیات نیز به ساختار شرکت خانوادگی و تاثیر آن بر تعارض در روابط نپرداخته اند. در حالت رفتار نامتقارن از خودگذشتگی والدین به کودکان، اصول تعارض با از خودگذشتگی متقارن بین اعضا خانواده فرق می کند. همچنین تاثیر مطلوبیت اجتماعی بر ارزشگذاری شرکت را مطرح نمودیم و بررسی کردیم که آیا محدودیتی بر مقاله ما وارد می کند. محققان به ایجاد وجهه و ثبت شرکت از جانب مالکین اشاره کرده اند. دلایل زیادی نشان می دهند که این نباید در نتایج ما یک سو نگری ایجاد کند. نخست اینکه خانواده مشابه و نام خانواده تاثیر مستقیم بر ارزشیابی های فردی ندارند. دوم اینکه داده های مربوط به ارزشیابی در معرض یک سو نگری های مطلوبیت اجتماعی اند. برای نمونه کروز با همکاران به تناسب بالا بین اطلاعات کمیته مدیر عامل خانواده و اطلاعات خارجی پی بردند. سوم اینکه تلاش های جمع آوری داده ها به پاسخ دهندگان از جوانب محرمانه بودن اطمینان خاطر داد. سرانجام اینکه طبق نظر پادساکف با همکاران داده ا را از چند منبع جمع آوری کردیم. محدودیت دیگر آنکه نمونه محدود به آلمان بود. ساختار خانواده و ارزیابی تعارض رابطه در بین زمینه های فرهنگی فرق دارد هر چند استدلال های نظری در انواع محیط های فرهنگی به کار می روند، تحقیقات آتی یافته های ما را با نمونه های کشورهای دیگر می توانند پشتیبانی کنند. برای نمونه فرهنگ کشورهای آسیایی نشان می دهد که این افراد بیشتر از تعارض گریزان بوده و توجه کمتری به هزینه های اجتماعی احساسی دارند. تحقیقات آتی باید بررسی کنند که آیا ظرفیت فرد در غلبه بر تعارض رابطه بر ثروت اجتماعی احساسی تاثیر می گذارد. تحقیقات نشان می دهد افرادی که می تواند به طور موفقیت آمیز تاثیر منفی را ساماندهی کنند، بهتر می توانند به طور عینی به ارزیابی موقعیت بپردازند. توانایی غلبه روابط منحنی در مقاله و ارزشیابی شرکت را تحت الشعاع خود قرار می دهد. با این وجود تحلیل ما از تعارض در رابطه ثابت بود. تحقیقات آتی باید به کاوی تکرار تعامل

اجتماعی خانواده پردازند چون تکرار تعامل ابزار اثرگذار قوی در تحقیقات شرکت های خانوادگی است. محققان باید از این فرت ها برای بررسی انتقال حقیقی کنترل شرکت بهره بگیرند. باید تایید کرد که آیا درجات بالاتر ثروتو اجتماعی احساسی در بین مالکین انتقال شرکت به اشخاص ثالث را مقدور می سازد. اگر تاثیر بخشش به ازای مالکین خانواده منجر به گسترش عمده درخواست مزایده شود، عوامل ثروت اجتماعی احساسی در نهایت بر تخصیص کارآمد سرمایه در حیطه شرکت خانوادگی تاثیر می گذارند.

ضمیمه

آیتم های مقیاس و اعتبارها

آلفا	آیتم	ساختار
	قیمت فروش قابل قبول کدام است که مایل هستید 100٪ ارزش شرکت خود را به عضو غیرخانواده بفروشید؟	متغییرات وابسته قیمت فروش قابل قبول به اعضا غیرخانواده
.89	تعاض بین فردی منفی در شرکت خانوادگی شما چقدر وجود دارد؟ تعارض احساسی منفی در شرکت خانوادگی شما چقدر وجود دارد؟ هر چند وقت تعارضات شخصیتی در نحوه تصمیم گیری عاقلانه رخ می دهد؟ هر چند اعضا خانواده از دست یکدیگر در شرکت خانوادگی عصبانی می شوند؟	متغییر مستقل تعارض در رابطه
.93	عملکرد شرکت خود را در مقایسه با رقبا چگونه رده بندی می کنید؟ رشد فروش/رشد سهام بازار/رشد سودآوری، رشد ارزش/رشد درایی کل/رشد فروش/توانایی تامین مالی رشد سودآوری	متغییرات کنترل رشد/عملکرد گذشته
.72	شرکت جهت گیری بلند مدت دارد شرکت سرمایه گذاری هایی دارد که در بلند مدت اثرگذار است شرکت می تواند چند نوع سرمایه گذاری کرده و به انتظار بنشیند که ببیند چگونه در گذر زمان تکامل می یابد	جهت گیری بلند مدت
.81	با نگاهی به گذشته، کنترل این شرکت رویداد مثبت برای من بود با نگاهی به گذشته، خاطره مثبتی درباره کنترل این شرکت دارم کنترل این شرکت فرصت عالی برای من بود	احساسات مثبت

تداوم سنت ها و میراث خانواده برای ما مهم است
 اعضا خانواده هر چند وقت به بحث مسئولیت ها می پردازند؟
 درباره تکالیف و وظایف در شرکت خانوادگی شما چه مقدار بحث در
 بین اعضا خانواده وجود دارد؟

References

- Ahlers, O., Hack, A., Kellermanns, F. W., & Wright, M. (2017). Is it all about money? Affective commitment and the difference between family and non-family sellers in buyouts. *British Journal of Management*, 28, 159-179.
- Albert, S., & Whetten, D. A. (1985). Organizational identity. In L. L. Cummings & B. M. Staw (Eds.), *Research in organizational behavior* (Vol. 7, pp. 263-295). Greenwich, CT: JAI Press.
- Amason, A. C. (1996). Distinguishing the effects of functional and dysfunctional conflict on strategic decision making: Resolving a paradox for top management teams. *Academy of Management Journal*, 39, 123-148.
- Anderson, R., & Reeb, D. (2003). Founding-family ownership and firm performance: Evidence from S&P 500. *Journal of Finance*, 58, 1301-1327.
- Arkes, H. R., & Blumer, C. (1985). The psychology of sunk costs. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 35, 124-140.
- Astrachan, J., & Jaskiewicz, P. (2008). Emotional returns and emotional costs in privately-held family businesses: Advancing traditional business valuation. *Family Business Review*, 21, 139-150.
- Barki, H., & Hartwick, J. (2004). Conceptualizing the construct of interpersonal conflict. *International Journal of Conflict Management*, 15, 216-244.
- Baum, C. F., Schaffer, M. E., & Stillman, S. (2002). *IVENDOG: Stata module to calculate Durbin-Wu-Hausman endogeneity test after ivreg*. Retrieved from <https://ideas.repec.org/c/boc/bocode/s429401.html>
- Beehr, T. A., Drexler, J. A., Jr., & Faulkner, S. (1997). Working in small family businesses: Empirical comparisons to non-family businesses. *Journal of Organizational Behavior*, 18, 297-312.
- Berrone, P., Cruz, C., & Gómez-Mejía, L. R. (2012). Socioemotional wealth in family firms: Theoretical dimensions, assessment approaches, and agenda for future research. *Family Business Review*, 25, 258-279.
- Berrone, P., Cruz, C. C., Gómez-Mejía, L. R., & Larrazza Kintana, M. (2010). Socioemotional wealth and corporate response to institutional pressures: Do family-controlled firms pollute less? *Administrative Science Quarterly*, 55, 82-113.
- Bodtker, A. M., & Jameson, J. K. (2001). Emotion in conflict formation and its transformation: Application to organizational conflict management. *International Journal of Conflict Management*, 12, 259-275.
- Bono, J. E., & McNamara, G. (2011). From the editors: Publishing in AMJ—part 2: Research design. *Academy of Management Journal*, 54, 657-660.
- Boyce, R. R., Brown, T. C., McClelland, G. H., Peterson, G. L., & Schulze, W. D. (1992). An experimental examination of intrinsic values as a source of the WTA-WTP disparity. *American Economic Review*, 82, 1366-1373.
- Bromiley, P. (2010). Looking at prospect theory. *Strategic Management Journal*, 31, 1357-1370.
- Cabrera-Suárez, K., Deniz-Deniz, d. L. C., & Martin-Santana, J. D. (2014). The setting of non-financial goals in the family firm: The influence of family climate and identification. *Journal of Family Business Strategy*, 5, 289-299.
- Campopiano, G., De Massis, A., & Chirico, F. (2014). Firm philanthropy in small- and medium-sized family firms: The effects of family involvement in ownership and management. *Family Business Review*, 27, 244-258.
- Capron, L., & Shen, J.-C. (2007). Acquisitions of private vs. public firms: Private information, target selection, and acquirer returns. *Strategic Management Journal*, 28, 891-911.
- Carmon, Z., & Ariely, D. (2000). Focusing on the forgone: How value can appear so different to buyers and sellers. *Journal of Consumer Research*, 27, 360-370.
- Casson, M. (1999). The economics of the family firm. *Scandinavian Economics History Review*, 47(1), 10-23.
- Chrisman, J. J., Chua, J. H., & Litz, R. (2004). Comparing the agency costs of family and non-family firms: Conceptual issues and exploratory evidence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28, 335-354.
- Chrisman, J. J., & Patel, P. J. (2012). Variations in R&D investments of family and non-family firms: Behavioral agency and myopic loss aversion perspectives. *Academy of Management Journal*, 55, 976-997.
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., & De Massis, A. (2015). A closer look at socioemotional wealth: Its flows, stocks, and prospects for moving forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39, 173-182.
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., Steier, L. P., & Rau, S. B. (2012). Sources of heterogeneity in family firms: An introduction. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36, 1103-1113.
- Cohen, J., Cohen, P., West, S., & Aiken, L. (2003). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences* (3rd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Copeland, T., Koller, T., & Murrin, J. 2000. *Valuation: Measuring and managing the value of companies*. New York, NY: Wiley.
- Cruz, C. C., Gómez-Mejía, L. R., & Becerra, M. (2010). Perceptions of benevolence and the design of agency contracts: CEO-TMT relationships in family firms. *Academy of Management Journal*, 53, 69-89.
- Curasi, C. F., Price, L. L., & Arnould, E. J. (2004). How individuals' cherished possessions become families' inalienable wealth. *Journal of Consumer Research*, 31, 609-622.
- Danes, S. M., Zuiker, V., Kean, R., & Arbuthnot, J. (1999). Predictors of family business tension and goal achievement. *Family Business Review*, 12, 241-252.

- De Dreu, C. K. W., & Van Vianen, A. E. M. (2001). Managing relationship conflict and the effectiveness of organizational teams. *Journal of Organizational Behavior*, 22, 309-328.
- De Dreu, C. K. W., & Weingart, L. R. (2003). Task versus relationship conflict and team effectiveness: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 88, 741-749.
- De Massis, A., Kotlar, J., Mazzola, P., Minola, T., & Sciascia, S. (2018). Conflicting selves: Family owners' multiple goals and self-control agency problems in private firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42, 362-389.
- Deephouse, D. L., & Jaskiewicz, P. (2013). Do family firms have better reputations than non-family firms? An integration of socioemotional wealth and social identity theories. *Journal of Management Studies*, 50, 337-360.
- DeSteno, D., Petty, R. E., Wegener, D. T., & Rucker, D. D. (2000). Beyond valence in the perception of likelihood: The role of emotion specificity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 397-416.
- Deutsch, M. (1969). Conflicts: Productive and destructive. *Journal of Social Issues*, 25(1), 7-41.
- Dyer, W. G. (1986). *Cultural change in family firms: Anticipating and managing business and family transition*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Dyer, W. G., Jr. (2006). Examining the "family effect" on firm performance. *Family Business Review*, 19, 253-273.
- Dyer, W. G., Jr., & Whetten, D. A. (2006). Family firms and social responsibility: Preliminary evidence from the S&P 500. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30, 785-802.
- Eddleston, K., & Kellermanns, F. W. (2007). Destructive and productive family relationships: A stewardship theory perspective. *Journal of Business Venturing*, 22, 545-565.
- Eddleston, K., Kellermanns, F. W., & Sarathy, R. (2008). Resource configuration in family firms: Linking resources, strategic planning and technological opportunities to performance. *Journal of Management Studies*, 45(1), 26-50.
- Eddleston, K., & Kidwell, R. E. (2012). The bad seed's poisonous harvest: How offspring sow and reap deviant and dysfunctional behavior in the family business. In A. Carsrud, & M. Brännback (Eds.), *In understanding family businesses: Undiscovered approaches, unique perspectives and neglected topics* (pp. 95-114). New York, NY: Springer.
- Fernando, G. D., Schneible, R. A., Jr., & Suh, S. (2014). Family firms and institutional investors. *Family Business Review*, 27, 328-345.
- Fiol, C. M., Pratt, M. G., & O'Connor, E. J. (2009). Managing intractable identity conflicts. *Academy of Management Review*, 34, 32-55.
- Forgas, J. P. (1995). Mood and judgment: The affect infusion model. *Psychological Bulletin*, 117, 39-66.
- Foss, N. J., Klein, P. G., Kor, Y. Y., & Mahoney, J. T. (2008). Entrepreneurship, subjectivism, and the resource-based view: Toward a new synthesis. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(1), 73-94.
- Gedajlovic, E., Carney, M., Chrisman, J. J., & Kellermanns, F. W. (2012). The adolescence of family firm research: Taking stock and planning for the future. *Journal of Management*, 38, 1010-1037.
- Gersick, K. E., Davis, J. A., Hampton, M. M., & Lansberg, I. (1997). *Generation to generation: Life cycles of the family business*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Gómez-Mejía, L. R., Cruz, C., Berrone, P., & De Castro, J. (2011). The bind that ties: Socioemotional wealth preservation in family firms. *Academy of Management Annals*, 5, 653-707.
- Gómez-Mejía, L. R., Haynes, K. T., Núñez-Nickel, M., Jacobson, K. J. L., & Moyano-Fuentes, H. (2007). Socioemotional wealth and business risk in family-controlled firms: Evidence from Spanish olive oil mills. *Administrative Science Quarterly*, 52, 106-137.
- Gómez-Mejía, L. R., Makri, M., & Larraza-Kintana, M. (2010). Diversification decisions in family-controlled firms. *Journal of Management Studies*, 47, 223-252.
- Gómez-Mejía, L. R., Patel, P. C., & Zellweger, T. M. (2018). In the horns of the dilemma: Socioemotional wealth, financial wealth, and acquisitions in family firms. *Journal of Management*, 2018, 1369-1397.
- Gómez-Mejía, L. R., Tochman Campbell, J., Martin, G., Hoskisson, R. E., Makri, M., & Sirmon, D. G. (2014). Socioemotional wealth as a mixed gamble: Revisiting family firm R&D investments with the behavioral agency theory. *Entrepreneurship and Theory and Practice*, 38, 1351-1374.
- Gordon, G., & Nicholson, N. (2008). *Family wars: Classic conflicts in family business and how to deal with them*. London, England: Kogan Page.
- Grant, P. (2017, May 16). Real-estate empire survives brutal family battle. *The Wall Street Journal*. Retrieved from <https://www.wsj.com/articles/real-estate-empire-survives-brutal-family-battle-1494932405>
- Gutiérrez, M., & Tribó, J. A. (2004). Private benefit extraction in closely-held corporations: The case for multiple large shareholders. *Working Paper 04-43*, Business Economics Series 15.
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hamilton, B. H., & Nickerson, J. A. (2003). Correcting for endogeneity in strategic management research. *Strategic Organization*, 1, 51-78.
- Handler, W. C. (1990). Succession in owner-managed and family firms: A mutual role adjustment between entrepreneur

- and the next generation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15, 37-51.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behavior, institutions, and organizations across nations* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Horowitz, J. K., & McConnell, K. E. (2002). A review of WTA/WTP studies. *Journal of Environmental Economics and Management*, 44, 426-447.
- Isen, A. M., & Baron, R. A. (1991). Positive affect as a factor in organizational behavior. *Research in Organizational Behavior*, 13, 1-53.
- James, L. R., Demaree, R. G., & Wolf, G. (1984). Estimating within-group interrater reliability with and without response bias. *Journal of Applied Psychology*, 69(1), 85-98.
- Jehn, K. A. (1995). A multimethod examination of the benefits and detriments of intragroup conflict. *Administrative Science Quarterly*, 40, 256-282.
- Jehn, K. A. (1997). A quantitative analysis of conflict types and dimensions in organizational groups. *Administrative Science Quarterly*, 42, 530-558.
- Jehn, K. A., & Mannix, E. A. (2001). The dynamic nature of conflict: A longitudinal study of intragroup conflict and group performance. *Academy of Management Journal*, 44, 238-251.
- Jiang, D., Kellermanns, F. W., Munyon, T. P., & Lane, M. (2018). More than meets the eye: A review and future directions for the social psychology of socioemotional wealth. *Family Business Review*, 31, 125-157.
- Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. H. (1991). Anomalies: The endowment effect, loss aversion, and status quo bias. *Journal of Economic Perspectives*, 5, 193-206.
- Kammerlander, N. (2016). I want this firm to be in good hands': Emotional pricing of resigning entrepreneurs. *International Small Business Journal*, 34, 189-214.
- Kaslow, F. (1993). The lore and lure of family business. *American Journal of Family Therapy*, 21, 3-16.
- Kellermanns, F. W., & Eddleston, K. (2004). Feuding families: When conflict does a family firm good. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28, 209-228.
- Kellermanns, F. W., Eddleston, K., & Zellweger, T. (2012). Extending the socioemotional wealth perspective: A look at the dark side. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36, 1175-1182.
- Keltner, D., Ellsworth, P. C., & Edwards, K. (1993). Beyond simple pessimism: Effects of sadness and anger on social perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 740-752.
- Kidwell, R. E., Kellermanns, F. W., & Eddleston, K. A. (2012). Harmony, justice, confusion and conflict in family firms: Implications for ethical climate and the "Fredo effect." *Journal of Business Ethics*, 106, 175-184.
- Klein, S. B. (2000). Family businesses in Germany: Significance and structure. *Family Business Review*, 13, 157-181.
- Kotlar, J., & De Massis, A. (2013). Goal setting in family firms: Goal diversity, social interactions, and collective commitment to family-centered goals. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37, 1263-1288.
- Kotlar, J., Signori, A., De Massis, A., & Vismara, S. (2018). Financial wealth, socioemotional wealth and IPO underpricing in family firms: A two-stage gamble model. *Academy of Management Journal*. Advance online publication. doi:10.5465/amj.2016.0256
- Kumar, N., Stern, L. W., & Anderson, J. C. 1993. Conducting interorganizational research using key informants. *Academy of Management Journal*, 36, 1633-1651.
- Lazarus, R. S. (1991). *Emotion and adaptation*. New York, NY: Oxford University Press.
- Le Breton-Miller, I., Miller, D., & Steier, L. P. (2004). Toward an integrative model of effective FOB succession. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28, 305-329.
- Leitterstorf, M. P., & Rau, S. B. (2014). Socioemotional wealth and IPO underpricing of family firms. *Strategic Management Journal*, 35, 751-760.
- Lerner, J. S., & Keltner, D. (2000). Beyond valence: Toward a model of emotion-specific influences on judgment and choice. *Cognition & Emotion*, 14, 473-493.
- Lerner, J. S., Small, D. A., & Loewenstein, G. (2004). Heart strings and purse strings: Carryover effects of emotions on economic decisions. *Psychological Science*, 15, 337-341.
- Ling, Y., & Kellermanns, F. (2010). The effects of family firm specific sources of TMT diversity: The moderating role of information exchange frequency. *Journal of Management Studies*, 47, 322-344.
- Loewenstein, G., & Lerner, J. S. (2003). The role of affect in decision making. In R. Davidson, H. Goldsmith, & K. Scherer (Eds.), *Handbook of affective science* (pp. 619-642). Oxford, England: Oxford University Press.
- Love, L. G., Priem, R. L., & Lumpkin, G. T. (2002). Explicitly articulated strategy and firm performance under alternative levels of centralization. *Journal of Management*, 28, 611-627.
- Lubatkin, M. H., Schulze, W. S., Ling, Y., & Dino, R. N. (2005). The effects of parental altruism on the governance of family-managed firms. *Journal of Organizational Behavior*, 26, 313-330.
- Martin, G., & Gómez-Mejía, L. R. (2016). The relationship between socioemotional and financial wealth re-visiting family firm decision making. *Management Research*, 14, 215-233.
- Martin, G. P., Gomez-Mejia, L. R., & Wiseman, R. M. (2013). Executive stock options as mixed gambles: Revisiting the behavioral agency model. *Academy of Management Journal*, 56, 451-472.
- Mazen, A. M. M., Hemmasi, M., & Lewis, M. F. (1987). Assessment of strategic power in contemporary strategy research. *Strategic Management Journal*, 8, 403-410.
- Sharma, P., & Manikutty, S. (2005). Strategic divestment in family firms: Role of family structure and community culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20, 293-312.
- Shepherd, D. A., & Zacharakis, A. 2000. Structuring family
- McKee, D., Madden, T. M., Kellermanns, F. W., & Eddleston, K. A. (2014). Conflicts in family firms: The good and the bad. In L. Melin, M. Nordqvist, & P. Sharma (Eds.), *Sage handbook of family business* (pp. 514-528). London, England: Sage.

- Memili, E., Chang, E. P. C., Kellermanns, F. W., & Welch, D. H. P. (2015). Role conflicts of family members in family firms. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 24*, 143-151.
- Miller, D., & Breton-Miller, I. L. (2014). Deconstructing socioemotional wealth. *Entrepreneurship Theory and Practice, 38*, 713-720.
- Moon, H. (2001). Looking forward and looking back: Integrating completion and sunk-cost effects within an escalation-of-commitment progress decision. *Journal of Applied Psychology, 86*, 104-113.
- Nayankankuppam, D., & Mishra, H. (2005). The endowment effect: Rose-tinted and dark-tinted glasses. *Journal of Consumer Research, 32*, 390-395.
- Oppenheim, A. N. (1966). *Questionnaire design and attitude measurement*. New York, NY: Free Press.
- Patel, P. C., & Chrisman, J. J. (2014). Risk abatement as a strategy for R&D investments in family firms. *Strategic Management Journal, 36*, 617-627.
- Pérez-González, F. (2006). Inherited control and firm performance. *American Economic Review, 96*, 1550-1588.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology, 88*, 879-903.
- Podsakoff, P. M., & Organ, D. W. (1986). Self-reports in organizational research: Problems and perspectives. *Journal of Management, 12*, 531-544.
- Priem, R., & Price, K. (1991). Process and outcome expectation for the dialectic inquiry, devil's advocacy, and consensus techniques of strategic decision making. *Group & Organization Studies, 16*, 206-225.
- Rusbult, C. E., & Lange, P. A. M. V. (2003). Interdependence, interaction, and relationships. *Annual Review of Psychology, 54*, 351-375.
- Rusting, C. L. (1998). Personality, mood, and cognitive processing of emotional information: Three conceptual frameworks. *Psychological Bulletin, 124*, 165-196.
- Schulze, W. S., & Kellermanns, F. W. (2015). Reifying socioemotional wealth. *Entrepreneurship Theory and Practice, 39*, 447-459.
- Schulze, W. S., Lubatkin, M. H., & Dino, R. N. (2003). Exploring the agency consequences of ownership dispersion among the directors of private family firms. *Academy of Management Journal, 46*, 179-194.
- Schulze, W. S., Lubatkin, M. H., Dino, R. N., & Buchholtz, A. K. (2001). Agency relationships in family firms: Theory and evidence. *Organization Science, 12*, 99-116.
- business succession: An analysis of the future leader's decision making. *Entrepreneurship Theory and Practice, 24*, 25-39.
- Simons, T. L., & Peterson, R. S. (2000). Task conflict and relationship conflict in top management teams: The pivotal role of intragroup trust. *Journal of Applied Psychology, 85* 102-111.
- Sorenson, R. L. (1999). Conflict management strategies used in successful family businesses. *Family Business Review, 12*, 325-339.
- Stanley, L. J., Kellermanns, F. W., & Zellweger, T. (2017). Latent profile analysis: Understanding family firm profiles. *Family Business Review, 30*, 84-102.
- Sundaramurthy, C., & Kreiner, G. E. (2008). Governing by managing identity boundaries: The case of family businesses. *Entrepreneurship Theory and Practice, 32*, 415-436.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (1996). *Using multivariate statistics* (3rd. ed.). New York, NY: HarperCollins.
- Thaler, R. (1980). Toward a positive theory of consumer choice. *Journal of Economic Behavior & Organization, 1*(1), 39-60.
- Thomas, K. W. (1992). Conflict and conflict management: Reflections and update. *Journal of Organizational Behavior, 13*, 265-274.
- Thomsen, S., & Pedersen, T. (2000). Ownership structure and economic performance in the largest European companies. *Strategic Management Journal, 21*, 689-705.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1991). Loss aversion in riskless choice: A reference-dependent model. *Quarterly Journal of Economics, 107*, 1039-1061.
- Villalonga, B., & Amit, R. (2006). How do family ownership, control and management affect firm value? *Journal of Financial Economics, 80*, 385-417.
- Westhead, P., & Cowling, M. (1998). Family firm research: The need for a methodological rethink. *Entrepreneurship Theory and Practice, 23*, 31-56.
- Westhead, P., & Howorth, C. (2007). "Types" of private family firm: An exploratory conceptual and empirical analysis. *Entrepreneurship and Regional Development, 19*, 405-431.
- Wiseman, R. M., & Gómez-Mejía, L. R. (1998). A behavioral agency model of managerial risk taking. *Academy of Management Review, 23*, 133-153.
- Yang, J., & Mossholder, K. W. (2004). Decoupling task and relationship conflict: The role of intragroup emotional processing. *Journal of Organizational Behavior, 25*, 589-605.
- Zellweger, T., & Astrachan, J. (2008). On the emotional value of owning a firm. *Family Business Review, 21*, 347-363.
- Zellweger, T., & Dehlen, T. (2012). Value is in the eye of the owner: Affect infusion and acceptable sale prices for private family firm ownership. *Family Business Review, 25*, 280-297.
- Zellweger, T., Kellermanns, F. W., Eddleston, K., & Memili, E. (2012). Building a family firm image: How family firms capitalize on their family ties. *Journal of Family Business Strategy, 3*, 239-250.
- Zellweger, T., Nason, R., Nordqvist, M., & Brush, C. (2013). Why do family firms strive for nonfinancial goals? An organizational identity perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice, 37*, 229-248.
- Zellweger, T., Richards, M., Sieger, P., & Patel, P. C. (2016). How much am I expected to pay for my partner's firm? An institutional logics perspective on family discounts. *Entrepreneurship Theory and Practice, 40*, 1041-1069.
- Zellweger, T. M., Eddleston, K. A., & Kellermanns, F. W. (2010). Exploring the concept of familiness: Introducing family firm identity. *Journal of Family Business Strategy, 1*, 54-63.
- Zellweger, T. M., Kellermanns, F. W., Chrisman, J. J., & Chua, J. H. (2012). Family control and family firm valuation by family CEOs: The importance of intentions for transgenerational control. *Organization Science, 23*, 851-868.