

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه تربیت مدرس

دانشکده مدیریت و اقتصاد

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حسابداری

بررسی ارتباط بین ساختارهای رقابتی بازار محصول و سیاست تقسیم سود شرکتهای پذیرفته

شده در بورس اوراق بهادار تهران

مرضیه موحد مجد

استاد راهنما :

دکتر علی اصغر انواری رستمی

استاد مشاور :






دکتر حسین اعتمادی

خرداد ماه ۹۲

به نام خدا

تاییدیه اعضای هیات داوران در جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

اعضای هیات داوران نسخه نهایی پایان نامه خانم مرضیه موحد مجد دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد رشته حسابداری تحت عنوان « بررسی ارتباط بین ساختارهای رقابتی بازار محصول و سیاست تقسیم سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران » را از نظر فرم و محتوا بررسی نموده و پذیرش آن را برای تکمیل درجه کارشناسی ارشد پیشنهاد می کند.

اعضای هیات داوران	نام و نام خانوادگی	رتبه علمی	امضا
۱- استاد راهنما	دکتر علی اصغر انواری رستمی	استاد	
۲- استاد مشاور	دکتر حسین اعتمادی	دانشیار	
۳- استاد ناظر	دکتر سحر سپاسی	استادیار	
۴- استاد ناظر	دکتر حسن فرج زاده دهکردی	استادیار	
۵- نماینده تحصیلات تکمیلی	دکتر سحر سپاسی	استادیار	

آیین نامه حق مالکیت مادی و معنوی در مورد نتایج پژوهشهای علمی دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه: با عنایت به سیاستهای پژوهشی و فناوری دانشگاه در راستای تحقق عدالت و کرامت انسانها لازمه شکوفایی علمی و فنی است و رعایت حقوق مادی و معنوی دانشگاه و پژوهشگران، لازم است اعضای هیات علمی، دانشجویان، دانش آموختگان و دیگر همکاران طرح، در مورد نتایج پژوهشهای علمی که تحت عناوین پایان نامه، رساله و طرحهای تحقیقاتی با هماهنگی دانشگاه انجام شده است، موارد زیر را رعایت نمایند:

ماده ۱- حق نشر و تکثیر پایان نامه/ رساله و درآمدهای حاصل از آنها متعلق به دانشگاه می باشد ولی حقوق معنوی پدیدآورندگان محفوظ خواهد بود.

ماده ۲- انتشار مقاله یا مقالات مستخرج از پایان نامه/ رساله به صورت چاپ در نشریات علمی و یا ارائه در مجامع علمی باید به نام دانشگاه بوده و با تایید اسناد راهنای اصلی، یکی از اساتید راهنم، مشاور و یا دانشجوی مسئول مکاتبات مقاله باشد. ولی مسئولیت علمی مقاله مستخرج از پایان نامه ور ساله به عهده اساتید راهنما و دانشجو می باشد.


تبصره: در مقالاتی که پس از دانش آموختگی بصورت ترکیبی از اطلاعات جدید و نتایج حاصل از پایان نامه/ رساله نیز منتشر می شود نیز باید نام دانشگاه درج شود.

ماده ۳- انتشار کتاب و یا نرم افزار و یا آثار ویژه (اثر هنری مانند فیلم، عکس، نقاشی و نمایشنامه) حاصل از نتایج پایان نامه/ رساله و تمامی طرحهای تحقیقاتی کلیه واحدهای دانشگاه اعم از دانشگدهها، مراکز تحقیقاتی، پژوهشگدهها، پارک علم و فناوری و دیگر واحدها باید با مجوز کتبی صادره از معاونت پژوهشی دانشگاه و بر اساس آئین نامه های مصوب انجام شود.

ماده ۴- ثبت اختراع و تدوین دانش فنی و یا ارائه یافته ها در جشنواره های ملی، منطقه ای و بین المللی که حاصل نتایج مستخرج از پایان نامه/ رساله و تمامی طرحهای تحقیقاتی دانشگاه باید با هماهنگی اسناد راهنما یا مجری طرح از طریق معاونت پژوهشی دانشگاه انجام گیرد.

ماده ۵- این آیین نامه در ۵ ماده و یک تبصره در تاریخ ۸۷/۴/۱ در شورای پژوهشی و در تاریخ ۸۷/۴/۲۳ در هیات رئیسه دانشگاه به تایید رسید و در جلسه مورخ ۸۷/۷/۱۵ شورای دانشگاه به تصویب رسیده و از تاریخ تصویب در شورای دانشگاه لازم الاجرا است.

«اینجانب مرضیه موحد مجد دانشجوی رشته حسابداری ورودی سال تحصیلی ۸۹ مقطع کارشناسی ارشد دانشکده مدیریت و اقتصاد متعهد می شوم کلیه نکات مندرج در آیین نامه حق مالکیت مادی و معنوی در مورد نتایج پژوهشهای علمی دانشگاه تربیت مدرس را در انتشار یافته های علمی مستخرج از پایان نامه / رساله تحصیلی خود رعایت نمایم. در صورت تخلف از مفاد آیین نامه فوق الاشعار به دانشگاه وکالت و نمایندگی می دهم که از طرف اینجانب نسبت به لغو امتیاز اختراع بنام بنده و یا هر گونه امتیاز دیگر و تغییر آن به نام دانشگاه اقدام نماید. ضمناً نسبت به جبران فوری ضرر و زیان حاصله بر اساس برآورد دانشگاه اقدام خواهم نمود و بدینوسیله حق هر گونه اعتراض را از خود سلب نمودم».


تاریخ

بسمه تعالی

آیین نامه چاپ پایان نامه (رساله) های دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه (رساله) های تحصیلی دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس مبین بخشی از فعالیتهای علمی- پژوهشی دانشگاه است بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشگاه، دانش آموختگان این دانشگاه نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می شوند:

ماده ۱: در صورت اقدام به چاپ پایان نامه (رساله) ی خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به مرکز نشر دانشگاه اطلاع دهد.

ماده ۲: در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه)، عبارت ذیل را چاپ کند:

"کتاب حاضر، حاصل پایان نامه کارشناسی ارشد نگارنده در رشته حسابداری است که در سال ۱۳۹۲ در دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس به راهنمایی جناب آقای دکتر علی اصغر انواری رستمی و مشاوره جناب آقای دکتر حسین اعتمادی از آن دفاع شده است"

ماده ۳: به منظور جبران بخشی از هزینه های نشریات دانشگاه تعداد یک درصد از شمارگان کتاب (در هر نوبت چاپ) را به مرکز نشر دانشگاه اهدا کند. دانشگاه می تواند مازاد نیاز خود را به نفع مرکز نشر در معرض فروش قرار دهد.


ماده ۴: در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰٪ بهای شمارگان چاپ شده را به عنوان خسارت به دانشگاه، تربیت مدرس، تأدیه کند.

ماده ۵: دانشجو تعهد و قبول می کند در صورت خودداری از پرداخت بهای خسارت، دانشگاه می تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند، به علاوه به دانشگاه حق می دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تأمین نماید.

ماده ۶: اینجانب مرضیه موحد مجد دانشجوی رشته حسابداری مقطع کارشناسی ارشد تعهد و ضمانت اجرایی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می شوم.

نام و نام خانوادگی: مرضیه موحد مجد

تاریخ و امضا:



تقدیم به پدر و مادرم

که از نگاهشان صلابت

از رفتارشان محبت

و از صبرشان ایستادگی را آموختم

و

تقدیم به همسرم

که سایه مهربانیش سایه سار زندگیم می باشد

او که اسوه صبر و تحمل بوده و مشکلات مسیر را برایم تسهیل نمود.

و سپاس:

خدایی که آفرید

جهان را، انسان را، عقل را، علم را، معرفت را، عشق را

و کسانی که عشقشان را در وجودم دمید.

همچنین سپاس فراوان تقدیم به جناب آقای دکتر علی اصغر انواری رستمی، که زحمت راهنمایی را در تمام مراحل پایان نامه بر عهده داشتند و جناب آقای دکتر حسین اعتمادی استاد محترم مشاور، سرکار خانم دکتر سپاسی داور داخلی و جناب آقای دکتر فرج زاده داور محترم خارجی و سایر کسانی که در مراحل مختلف انجام این پایان نامه من را به هر نحو یاری نمودند، می‌گردد.

چکیده

رقابت روز افزون در سطح تجاری، شرکتها را ناچار می کند برای ادامه حیات خود در بازار، با عوامل متعددی در سطح ملی و بین المللی به رقابت بپردازند. در چنین محیطی گرفتن تصمیمات اقتصادی بهینه توسط مدیران بسیار مهم و حیاتی است. یکی از تاثیرگذارترین تصمیمات مدیران در خصوص تقسیم سود است. رقابت از یک دیدگاه می تواند همچون یک مکانیزم کنترلی و انضباطی برای شرکتها عمل کرده و از طریق افزایش ریسک و هزینه های سرمایه گذاری بیش از اندازه برای مدیران ایجاد انگیزه کند که به جای سرمایه گذاری در پروژ های غیر بهینه وجوه را بین سهامداران تقسیم کنند (مدل پیامد). دیدگاه دیگر پیش بینی می کند از آنجا که شرکتها در بازارهای کمتر رقابتی با هزینه نمایندگی بیشتری در ارتباط با جریان وجه نقد آزاد مواجه هستند از این رو، مدیران موجود در این بازارها سود سهام بیشتری می پردازند تا هزینه های نمایندگی بالقوه ای که به دلیل نبود فشار رقابتی از جانب بازار محصول ایجاد شده است را کاهش بدهند و از طرف دیگر با ایجاد اعتبار برای خود شرایط بهتری برای افزایش سرمایه در آینده فراهم کنند (مدل جانشینی). هدف این مطالعه بررسی ارتباط بین ساختارهای رقابتی بازار و سیاست تقسیم سود شرکتها با در نظر گرفتن پنج بعد رقابتی بودن بازار (تمرکز صنعت، قابلیت جانشینی محصول، اندازه بازار، موانع ورود به بازار و تعداد شرکتهای فعال) است. آزمون فرضیات به روش داده های ادغام شده بیانگر این است که قابلیت جانشینی محصولات و اندازه بازار دارای رابطه مثبت و معنی دار با تقسیم سود می باشد و بین سایر ابعاد رقابت و تقسیم سود ارتباط معناداری مشاهده نشد. فرضیه کلی پژوهش نیز که با استفاده از نمره رقابت آزمون شد، ارتباطی مثبت اما غیر معنادار را نشان داد. از بین متغیرهای کنترلی فقط سودآوری ارتباط معناداری با سیاست تقسیم سود نشان داد.

واژگان کلیدی : سیاست تقسیم سود، ساختار رقابتی بازار، تمرکز صنعت، قابلیت جانشینی محصولات، اندازه بازار، موانع ورود، تعداد شرکتهای فعال.

فهرست مطالب

کلیات پژوهش

صفحه	عنوان
۲	۱-۱ مقدمه و کلیات طرح پژوهش.....
۳	۲-۱ بیان مساله.....
۵	۳-۱ ضرورت انجام پژوهش.....
۵	۴-۱ اهداف پژوهش.....
۶	۵-۱ سوالات پژوهش.....
۷	۶-۱ فرضیه های پژوهش.....
۷	۷-۱ کاربران پژوهش.....
۸	۸-۱ قلمرو پژوهش.....
۸	۹-۱ روش پژوهش.....
۸	۱۰-۱ روش جمع آوری اطلاعات.....
۹	۱۱-۱ جامعه و نمونه آماری.....
۱۰	۱۲-۱ روش تجزیه و تحلیل آماری.....
۱۰	۱۳-۱ محدودیت های پژوهش.....
۱۱	۱۴-۱ تعریف واژگان اختصاصی.....
۱۲	۱۵-۱ جنبه جدید و نوآوری.....
۱۲	۱۶-۱ ساختار پژوهش.....

فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱-۲-۱	مقدمه	۱۵
۲-۲	تقسیم سود	۱۶
۳-۲	محدودیت ها و عوامل تاثیرگذار در سیاست تقسیم سود	۱۷
۱-۳-۲	وضعیت نقدینگی	۱۹
۲-۳-۲	محدودیت های قراردادهای وام شرکت	۱۹
۴-۳-۲	دسترسی شرکت به بازارهای پول و سرمایه	۲۰
۵-۳-۲	توجه به سیاست های رشد و توسعه شرکت	۲۰
۶-۳-۲	مورد نظر بودن مقررات مالیاتی برای شرکت	۲۰
۷-۳-۲	وضعیت مالی سهامداران	۲۱
۸-۳-۲	وضعیت مالیاتی سهامداران	۲۱
۹-۳-۲	کنترل و اداره امور شرکت و ارزش سهام	۲۱
۴-۲	ساختار رقابتی بازار	۲۳
۵-۲	تئوری های پرداخت سود سهام	۲۶
۱-۵-۲	دیدگاه سنتی	۲۷
۱-۱-۵-۲	نامربوط بودن سود سهام و ارزش شرکت	۲۷
۲-۱-۵-۲	تئوری های مربوط بودن پرداخت سود سهام و ارزش شرکت	۲۸
۱-۲-۱-۵-۲	مدل گردون و والتر	۲۹
۲-۲-۱-۵-۲	تئوری پرنده ای در دست	۳۱
۳-۲-۱-۵-۲	فرضیه تاثیر مالیاتی	۳۲

۳۴	۲-۵-۲ دیدگاه مدرن
۳۴	۱-۲-۵-۲ مدل های اطلاعات کامل - عامل مالیات
۳۴	۲-۲-۵-۲ مدل های رفتاری
۳۶	۳-۲-۵-۲ مدل های عدم تقارن اطلاعاتی
۳۶	۱-۳-۲-۵-۲ فرضیه علامت دهی
۳۷	۲-۳-۲-۵-۲ فرضیه جریان وجوه نقد آزاد
۳۸	۳-۳-۲-۵-۲ فرضیه هزینه های نمایندگی
۳۹	۳-۵-۲ تئوری پذیرایی
۴۰	۶-۲ ساختار رقابتی بازار و سیاست پرداخت سود سهام
۴۰	۱-۶-۲ مدل پیامد
۴۳	۲-۶-۲ مدل جانشینی
۴۴	۳-۶-۲ فرضیه شکار
۴۶	۷-۲- پیشینه پژوهش
۴۶	۱-۷-۲ پژوهشات خارجی
۵۵	۲-۷-۲ پژوهشات داخلی

فصل سوم: روش شناسی پژوهش

۵۹	۱-۳ مقدمه
۵۹	۲-۳ روش پژوهش
۶۰	۳-۳ گردآوری اطلاعات

- ۴-۳- قلمرو پژوهش ۶۱
- ۵-۳- فرضیات پژوهش ۶۲
- ۶-۳- متغیرهای پژوهش ۶۴
- ۱-۶-۳- متغیر وابسته ۶۴
- ۲-۶-۳- متغیرهای مستقل ۶۴
- ۱-۲-۶-۳- نسبت تمرکز صنعت (HHI) ۶۵
- ۲-۲-۶-۳- قابلیت جانشینی محصولات (DIFF) ۶۵
- ۳-۲-۶-۳- اندازه بازار (MKSIZE) ۶۶
- ۴-۲-۶-۳- موانع ورود (PPE_ENCOST) ۶۶
- ۵-۲-۶-۳- تعداد شرکتهای فعال (NFIRMS) ۶۷
- ۳-۶-۳- متغیرهای کنترلی ۶۷
- ۴-۶-۳- نمره ترکیبی رقابت با استفاده از ابعاد پنجگانه رقابت (COMP-SCORE) ۷۱
- ۷-۳- مدل پژوهش ۷۱
- ۸-۳- چارچوب کلی مدل رگرسیون به روش داده‌های ترکیبی ۷۳
- ۹-۳- آزمون F لیمر ۷۵
- ۱۰-۳- آزمون هاسمن ۷۶
- ۱۱-۳- تحلیل همبستگی در الگوهای رگرسیون ۷۶
- ۱۲-۳- آزمون معنادار بودن در الگوی رگرسیون ۷۷
- ۱-۱۲-۳- آزمون معنادار بودن معادله رگرسیون ۷۷
- ۲-۱۲-۳- آزمون معنادار بودن ضرایب ۷۸

فصل چهارم: روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

۸۰	۱-۴ مقدمه.....
۸۱	۲-۴ آمار توصیفی متغیرهای مورد بررسی.....
۸۲	۳-۴ نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش در سطح طبقات صنعت.....

فصل پنجم: نتیجه‌گیری

۱۰۱	۱-۵ مقدمه.....
۱۰۲	۲-۵ نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها.....
۱۰۶	۳-۵ پیشنهادهای کاربردی.....
۱۰۶	۴-۵ محدودیت‌های پژوهش.....
۱۰۷	۵-۵ پیشنهادهای برای پژوهش‌های آتی.....

منابع و ماخذ

۱۰۸	فهرست منابع.....
۱۱۶	چکیده انگلیسی.....

فهرست جداول

- جدول ۴-۱: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش..... ۸۲
- جدول ۴-۲: نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام..... ۸۳
- جدول ۴-۳: نتایج حاصل از بررسی کلی مدل در سطح طبقه صنعت - فرضیه اول..... ۸۳
- جدول ۴-۴: نتایج حاصل از بررسی ضرایب جزئی مدل در سطح طبقه صنعت - فرضیه اول..... ۸۴
- جدول ۴-۵: نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام..... ۸۶
- جدول ۴-۶: نتایج حاصل از بررسی کلی مدل در سطح طبقه صنعت - فرضیه دوم..... ۸۶
- جدول ۴-۷: نتایج حاصل از بررسی ضرایب جزئی مدل در سطح طبقه صنعت - فرضیه دوم..... ۸۷
- جدول ۴-۸: نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام..... ۸۹
- جدول ۴-۹: نتایج حاصل از بررسی کلی مدل در سطح طبقه صنعت - فرضیه سوم..... ۸۹
- جدول ۴-۱۰: نتایج حاصل از بررسی ضرایب جزئی مدل در سطح طبقه صنعت - فرضیه سوم..... ۹۰
- جدول ۴-۱۱: نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام..... ۹۱
- جدول ۴-۱۲: نتایج حاصل از بررسی کلی مدل در سطح طبقه صنعت - فرضیه چهارم..... ۹۲
- جدول ۴-۱۳: نتایج حاصل از بررسی ضرایب جزئی مدل - فرضیه چهارم..... ۹۲
- جدول ۴-۱۴: نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام..... ۹۴
- جدول ۴-۱۵: نتایج حاصل از بررسی کلی مدل در سطح طبقه صنعت - فرضیه پنجم..... ۹۴
- جدول ۴-۱۶: نتایج حاصل از بررسی ضرایب جزئی مدل در سطح طبقه صنعت - فرضیه پنجم..... ۹۵
- جدول ۴-۱۷: نتایج حاصل از آزمون قابلیت ادغام..... ۹۶
- جدول ۴-۱۸: نتایج حاصل از بررسی کلی مدل در سطح طبقه صنعت - فرضیه اصلی پژوهش..... ۹۷
- جدول ۴-۱۹: نتایج حاصل از بررسی ضرایب جزئی مدل در سطح طبقه صنعت - فرضیه اصلی پژوهش..... ۹۸
- جدول ۴-۲۰: خلاصه نتایج در یک نگاه..... ۹۹

فصل اول :

مقدمه

و

کلیات طرح پژوهش

۱-۱ مقدمه

سیاست تقسیم سود، یک جنبه مهم از مدیریت مالی است، به دلیل این که مدیران در قالب این سیاست، تصمیم می گیرند که از نتیجه کلی عملیات شرکت یعنی سود، چه مبلغی بین سهامداران توزیع و چه مبلغی به صورت سود انباشته در شرکت نگهداری شود. کشف و شناسایی دقیق عوامل اثر گذار بر سیاست تقسیم سود هنوز یکی از مسائل بحث انگیز در حوزه مدیریت مالی شرکت ها است. مدیریت شرکت باید متغیرهای متفاوتی را قبل از تصمیم گیری درباره چگونگی پرداخت سود تقسیمی در نظر بگیرد. دلایل زیادی برای تقسیم یا عدم تقسیم سود وجود دارد. در صورتی که عوامل اثرگذار بر نسبت سود تقسیمی و میزان تأثیر آن ها مشخص شود، مدیران به نگرشی درباره موقعیت شرکت خود از لحاظ تقسیم سود دست می یابند و بهتر می توانند تصمیم گیری کنند (ایزدی نیا و همکاران، ۱۳۸۹).

هدف سرمایه گذاران از سرمایه گذاری در یک شرکت کسب سود و افزایش ثروت می باشد. سرمایه گذاران با بررسی اطلاعات موجود در بازار به ارزیابی عملکرد مدیریت در اداره شرکت و پیش بینی وضعیت آتی شرکت می پردازند. گرفتن تصمیمات بهینه توسط مدیر به گونه ای که هم رضایت سرمایه گذاران را در پی داشته باشد و هم موجب رشد شرکت شود، برای سرمایه گذاران بالقوه انگیزه ای به منظور سرازیر کردن منابع به سمت شرکت ایجاد می کند. اتخاذ تصمیمات بهینه و همسو با منافع سهامداران توسط مدیر (نماینده) تحت تاثیر عوامل متعددی است که می تواند از داخل شرکت یا از عوامل بیرونی نشأت گیرد.

۱-۲ بیان مساله

تعریف دقیق مسئله پژوهش از مهمترین مراحل پژوهش است زیرا همه گام های دیگر بر اساس آن پایه گذاری می شوند و همچنین به محقق امکان احاطه به کلیات پژوهش و برنامه ریزی مناسب را می دهد.

یکی از بحث انگیزترین مسائلی که همواره در ادبیات مالی مطرح است، موضوع تقسیم سود می باشد. اینکه چه مقدار سود بین سهامداران تقسیم شود و چه مقدار در قالب سود انباشته مجددا سرمایه گذاری شود از مهمترین تصمیماتی است که مدیران با آن رو به رو هستند. بسیاری از سهامداران خواهان پرداخت سود نقدی هستند و از طرفی پرداخت سود نقدی بیشتر نیاز شرکت را به تامین مالی خارجی در فرصتهای سرمایه گذاری افزایش می دهد. مدیران باید به گونه ای بین خواست سرمایه گذاران و فرصت های سرمایه گذاری تعادل برقرار کنند .

مطالعات اخیر نشان می دهند مشکل نمایندگی عامل مهمی در سیاست تقسیم سود شرکتها به شمار می رود. به عقیده جنسن^۱ (۱۹۸۶) از آنجا که مدیران حتما در جهت منافع سهامداران عمل نمی کنند، سود تقسیمی هزینه های نمایندگی را از طریق کاهش جریانهای نقدی آزاد در دسترس مدیران کاهش می دهد. سود سهام دریافتی توسط سهامداران اقلیت بستگی به عملکرد کارای سیستم قانونی کشور و مکانیزم های حاکمیت شرکتی دارد به گونه ای که بتوانند تضادهای نمایندگی را محدود کرده و افراد درون شرکت و سهامداران کنترل کننده را مجبور به توزیع وجه نقد کنند (هی^۲، ۲۰۱۱). در هر شرایطی سرمایه گذاران اقلیت قربانی تضادهای نمایندگی می شوند، در نتیجه هر مکانیزم بازاری که بتواند افراد درون سازمانی را مجبور به توزیع وجه نقد کند برای این سرمایه گذاران مطلوب است. علاوه بر مکانیزم های حاکمیتی درون شرکتی، ساختار رقابتی بین شرکتها می تواند مکانیزمی خارجی برای کنترل رفتار مدیران باشد. رقابت موجب

¹ Jensen

² He

بهبود عملکرد مدیران و اتخاذ تصمیمات بهینه می شود چون عدم موفقیت در این موارد، ورشکستگی و از دست دادن بازار را به دنبال دارد (چو^۱، ۲۰۱۱). رقابت میان شرکتها می تواند نسبت به نظارت نهادی یا بازار کنترل شرکت، مکانیزم حاکمیتی کاراتری برای کاهش مشکل نمایندگی بین مدیران و ذینفعان باشد (آلن و گیل^۲، ۲۰۰۰).

گرالن و میکائیلی^۳ (۲۰۱۲) بیان می کنند رقابت در بازار محصول به دلیل تاثیرش بر هزینه های نمایندگی می تواند دو اثر متضاد بر سیاست تقسیم سود داشته باشد. یک دیدگاه این است که شرکتها سود پرداخت می کنند چون رقابت همچون مکانیزمی اجرایی عمل می کند که از طریق افزایش ریسک و هزینه های سرمایه گذاری مجدد، مدیران را برای توزیع وجه نقد بین سهامداران ترغیب می نماید. در واقع رقابت شدید مشابه یک سیستم قانونی قوی با اعمال فشار بر مدیران، پرداخت سود را تحت تاثیر قرار می دهد (مدل پیامد^۴). دیدگاه دیگری که در این زمینه مطرح می باشد این است که سود سهام می تواند جانشینی برای معیارهای انضباطی نظیر قوانین و مقررات یا نیروهای کنترلی رقابت در بازار باشد. از این رو، مدیران موجود در بازارهای کمتر رقابتی سود سهام می پردازند تا هزینه های نمایندگی بالقوه ای که به دلیل نبود فشار رقابتی از جانب بازار محصول، ایجاد شده است را کاهش بدهند و همچنین این مدیران از پرداخت سود سهام به عنوان جانشین مکانیزم های انضباطی خارجی برای ایجاد اعتبار در بازار سرمایه به منظور دستیابی به شرایط مناسب تری برای افزایش سرمایه استفاده می کنند. این دیدگاه بر مبنای این فرض است که شرکت های موجود در بازارهای با رقابت کمتر (انحصار بیشتر) با هزینه های نمایندگی بیشتری در رابطه با جریان های نقدی آزاد مواجه هستند (مدل جانشینی^۵).

¹ Chou et al

² Allen & Gale

³ Grullon & Michaely

⁴ Outcome model

⁵ Substitution Model

به دلیل نقش رقابت در کاهش مشکلات نمایندگی، در این پژوهش بر آن شدیم تا به بررسی تأثیری که رقابت به عنوان مکانیزم انضباطی خارجی بر سیاست تقسیم سود شرکت دارد، بپردازیم. مساله ای که مطرح می باشد این است که در ایران ساختارهای رقابتی بازار چه تأثیری بر سیاست تقسیم سود شرکتها دارد یا به عبارت دیگر کدام یک از مدل های پیامد یا جانشینی توجیه کننده ارتباط بین ساختارهای رقابتی بازار و رفتار تقسیم سود شرکتها هستند.

۳-۱ ضرورت انجام پژوهش

از آنجا که سیاست تقسیم سودی که شرکتها انتخاب می کنند از یک طرف می تواند تأثیر مستقیم روی منابع شرکت و همچنین استفاده از فرصت های رشد پیش روی شرکت داشته باشد و از طرف دیگر کاهنده مشکلات نمایندگی باشد، عوامل تاثیرگذار روی این سیاست به نوعی که بتوان سودهای پیشنهادی را ارزیابی کرد برای فعالان اقتصادی از جمله سرمایه گذاران، تحلیل گران مالی، دانشگاهیان و مدیران حائز اهمیت است. . با توجه به اینکه در اغلب پژوهش ها مکانیزم های درون شرکتی اثر گذار روی رفتار تقسیم سود شرکتها، مطالعه شدند (ستایش و کاظم نژاد، ۱۳۸۹، فخاری و یوسفعلی تبار، ۱۳۸۹، خواجهوی و منفرد مهارلوئی، ۱۳۹۰) ضرورت دارد که اثر مکانیزم های کنترلی بیرونی نیز روی تصمیم مدیران به پرداخت سود مورد بررسی قرار گیرد.

۴-۱ اهداف پژوهش

هدف این پژوهش علاوه بر مروری جامع بر مهمترین تئوری های مطرح در مورد تقسیم سود شرکتها، بررسی یکی دیگر از عواملی است که ممکن است بر این سیاست ها اثر گذار باشد. هدف این مطالعه به طور خاص بررسی تأثیر تمرکز صنعت، قابلیت جانشینی محصولات، اندازه بازار، موانع ورود و تعداد شرکتها فعال به

عنوان شاخص های رقابتی در بین طبقات منتخب صنایع بر سیاست تقسیم سود شرکتهاست. کمک به مدیران در جهت تنظیم خط مشی ها و سیاست های مالی و عملیاتی شرکتها با در نظر گرفتن ساختار صناعی که در آن فعالیت می کنند و همچنین ایجاد نگرشی جدید در حوزه تاثیرگذاری ساختار بازار بر سیاست های مالی و عملیاتی شرکتها، اهداف دیگری است که می توان اشاره نمود.

۱-۵ سوالات پژوهش

سوال اصلی پژوهش : آیا ساختارهای رقابتی بازار تاثیر معناداری بر سیاست تقسیم سود شرکتها دارد؟

سوالات فرعی :

- آیا تمرکز صنعت^۱ تاثیر معناداری بر نسبت سود تقسیمی هر سهم به سود خالص هر سهم دارد؟
- آیا قابلیت جانشینی^۲ محصولات تاثیر معناداری بر نسبت سود تقسیمی هر سهم به سود خالص هر سهم دارد؟
- آیا اندازه بازار^۳ محصول تاثیر معناداری بر نسبت سود تقسیمی هر سهم به سود خالص هر سهم دارد؟
- آیا موانع ورود^۴ به بازار محصول تاثیر معناداری بر نسبت سود تقسیمی هر سهم به سود خالص هر سهم دارد؟

¹ - Industry concentration

² product substitutability

³ Market Size

⁴ Entry costs