

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه قم

دانشکده مدیریت

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد رشته حسابداری

عنوان:

رابطه رقابت در بازار و سیاست‌های تقسیم سود

استاد راهنما:

سرکار خانم دکتر نورگس سرلک

نگارنده:

فاطمه میرزائی

زمستان ۹۳

تقدیم به خدای خوبم، آنکه همیشه مرا کافی بوده است

و تقدیم به گل های سرسبد، مستی من، پدر و مادر عزیزتر از جانم

نقطه فقط به پاس بودنشان

و تمام عزیزانی که در این راه مشوق و یاورم بوده اند

تشکر و قدردانی

به لطف حضرت پروردگار، دفتری که هم اکنون تحت عنوان پایان نامه کارشناسی ارشد، در خدمت اهل علم قرار گرفته است، دربرگیرنده تمامی هم و غم اینجانب در گستره علم و نتیجه سالها حمایت و زحمات کسانی است که اگر نبودند غبار ابهام و نادانی از چهره تفکرم زدوده نمیشد. و اینک که طی طریق علم را به دعای عاقبت بخیری پدر و مادر عزیزم به اینجا رسانیده‌ام، به معلمان و بزرگانی می‌اندیشم که پایه پای من آمدند و حمایت خویش را از من دریغ ننمودند. از سرکار خانم دکتر نرگس سرلک، که در مکتب استاد و شاگردی، به شاگردانش عشق میورزد و مدد عشق او است که درک مفاهیم دشوار را سهل مینماید صمیمانه کمال تشکر را دارم.

توفیق الهی سایه بر سرم افکند تا در گذرگاه عمر، عابر گذرگاهی باشم که ساکنانش همه فرزانه و عابرانش همه وارسته بودند تا وارستگی، انسانیت و نجابت را با علم درآمیزند و جان و خرد را بیورزند. درگاه پروردگارم را شاکرم و بر آستان مهربان پدر و مادرم و اساتیدم سر خضوع فرود می‌آورم.

فاطمه میرزائی

چکیده:

هدف این تحقیق بررسی رابطه رقابت در بازار با سیاست‌های تقسیم سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای دوره زمانی ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۱ می‌باشد. فرضیات تحقیق بر مبنای تئوری‌های پیامد، جانشینی و شکار مربوط به تاثیر رقابت در بازار بر سیاست‌های تقسیم سود تدوین گردیده‌اند. برای آزمون فرضیه‌ها از الگوی رگرسیونی داده‌های ترکیبی و رگرسیون لجستیک استفاده شده است. نتایج حاکی از آن است که سود تقسیمی با رقابت در بازار، بازده دارایی‌ها و چرخه عمر رابطه مثبت و با اهرم مالی رابطه منفی معناداری دارد. از طرفی با بکارگیری مدل لوجیت، بین افزایش سود تقسیمی و رقابت در بازار رابطه مثبت و بین افزایش سود تقسیمی و اهرم مالی رابطه منفی معناداری مشاهده گردید. همچنین، بین حذف سود تقسیمی با بازده دارایی‌ها و اهرم مالی رابطه مثبت و بین حذف سود تقسیمی با رقابت در بازار، فرصت‌های رشد و چرخه عمر رابطه منفی و معناداری وجود داشت.

واژگان کلیدی:

رقابت در بازار، شاخص انتروپی، سود تقسیمی، تئوری پیامد، تئوری جایگزینی، تئوری شکار

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول.....
۲	۱-۱. مقدمه.....
۲	۲-۱. تشریح و بیان مساله.....
۴	۳-۱. اهمیت و ضرورت انجام تحقیق.....
۵	۴-۱. اهداف اساسی از انجام تحقیق.....
۵	۵-۱. قلمرو تحقیق.....
۶	۶-۱. فرضیه‌های تحقیق.....
۶	۷-۱. روش تحقیق.....
۶	۱-۷-۱. روش جمع آوری داده ها.....
۷	۲-۷-۱. جامعه آماری تحقیق.....
۷	۳-۷-۱. نمونه آماری تحقیق.....
۷	۴-۷-۱. روش تجزیه و تحلیل داده ها.....
۸	۸-۱. مدل تحقیق.....
۹	۹-۱. تعریف مفهومی متغیرهای تحقیق.....
۹	۱-۹-۱. متغیر وابسته.....

- ۹-۱-۱-۱. سود تقسیمی..... ۹
- ۹-۱-۲-۱. افزایش سود تقسیمی..... ۹
- ۹-۱-۳-۱. حذف سود تقسیمی..... ۹
- ۹-۲-۱. متغیر مستقل..... ۹
- ۹-۲-۱-۱. رقابت در بازار محصول؛ شاخص انتروپی..... ۹
- ۹-۳-۱. متغیرهای کنترل..... ۹
- ۹-۳-۱-۱. اندازه شرکت..... ۹
- ۹-۳-۲-۱. بازده دارایی ها..... ۱۰
- ۹-۳-۳-۱. فرصت های رشد..... ۱۰
- ۹-۳-۴-۱. اهرم مالی..... ۱۱
- ۹-۳-۵-۱. چرخه عمر..... ۱۱
- ۱۰-۱. چارچوب کلی تحقیق..... ۱۲
- ۱۱-۱. خلاصه فصل..... ۱۲
- فصل دوم..... ۱۳
- ۱-۲-۱. مقدمه..... ۱۴
- ۲-۲-۱. مبانی نظری تحقیق..... ۱۵
- ۱-۲-۲-۱. سود تقسیمی و سیاست تقسیم سود..... ۱۵
- ۲-۲-۲-۱. عوامل تاثیر گذار بر سیاست تقسیم سود..... ۱۷

- ۱۷-۲-۲-۲-۱. موقعیت سرمایه گذاری سود آور.....
- ۱۸-۲-۲-۲-۲. محدودیت های قراردادی.....
- ۱۹-۲-۲-۲-۳. وجود ثبات در سودآوری.....
- ۱۹-۲-۲-۲-۴. درجه اهرم مالی.....
- ۱۹-۲-۲-۲-۵. تداوم در روند سود تقسیمی گذشته.....
- ۲۰-۲-۲-۲-۶. هزینه تامین مالی از منابع خارجی.....
- ۲۰-۲-۲-۲-۷. نقدینگی.....
- ۲۰-۲-۲-۲-۸. دسترسی به منابع تامین مالی خارجی.....
- ۲۱-۲-۲-۲-۹. تورم.....
- ۲۱-۲-۲-۲-۱۰. انتظارات و ترجیحات سهامداران.....
- ۲۲-۲-۲-۲-۱۱. وضعیت درآمدی سهامداران.....
- ۲۲-۲-۲-۲-۱۲. سیاست تقسیم سود در شرکتهای رقیب.....
- ۲۲-۲-۲-۲-۳. نظریه های سیاست تقسیم سود.....
- ۲۳-۲-۲-۲-۱. مدل های اطلاعاتی کامل - عامل مالیات.....
- ۲۳-۲-۲-۲-۲. مدل های عدم تقارن اطلاعات.....
- ۲۳-۲-۳-۲-۲-۱. نظریه علامتدهی.....
- ۲۶-۲-۲-۳-۲-۲. فروض جریان نقد آزاد.....
- ۲۷-۲-۲-۳-۲-۲-۳. هزینه نمایندگی.....

- ۲۸.....مدل های رفتاری.۳-۳-۲-۲
- ۲۹.....نظرسنجی های مدیریتی.۱-۳-۳-۲-۲
- ۳۰.....مدل های نظری رفتاری.۲-۳-۳-۲-۲
- ۳۰.....بازار.۴-۲-۲
- ۳۱.....رقابت.۵-۲-۲
- ۳۱.....رقابت در بازار.۶-۲-۲
- ۳۳.....رقابت در بازار و تقسیم سود.۷-۲-۲
- ۳۳.....تئوری پیامد.۱-۷-۲-۲
- ۳۷.....تئوری جایگزینی.۲-۷-۲-۲
- ۳۸.....تئوری شکار.۳-۷-۲-۲
- ۳۹.....پیشینه تحقیق.۳-۲
- ۵۰.....خلاصه فصل.۴-۲
- ۵۱.....خلاصه ای از تحقیقات خارجی پیشین.۵-۲
- ۵۸.....خلاصه ای از تحقیقات داخلی پیشین.۶-۲
- ۶۰.....مدل مفهومی.۷-۲
- ۶۱.....فصل سوم.....
- ۶۲.....مقدمه.۱-۳
- ۶۲.....نوع تحقیق.۲-۳

- ۶۳.....۱-۲-۳. هدف تحقیق.....
- ۶۳.....۲-۲-۳. فرآیند تحقیق.....
- ۶۴.....۳-۲-۳. منطق تحقیق.....
- ۶۴.....۴-۲-۳. نتیجه ی تحقیق.....
- ۶۴.....۳-۳. قلمرو تحقیق.....
- ۶۵.....۴-۳. جامعه آماری.....
- ۶۵.....۵-۳. نمونه تحقیق.....
- ۶۶.....۶-۳. روش گردآوری داده ها.....
- ۶۷.....۷-۳. روش تجزیه و تحلیل داده ها.....
- ۶۸.....۸-۳. فرضیه سازی و ملاک انتخاب فرضیه ها.....
- ۶۸.....۹-۳. فرضیه های تحقیق.....
- ۶۹.....۱۰-۳. مدل تحقیق.....
- ۷۰.....۱۱-۳. نحوه اندازه گیری متغیرهای تحقیق.....
- ۷۱.....۱-۱۱-۳. متغیر وابسته.....
- ۷۱.....۱-۱-۱۱-۳. سود تقسیمی.....
- ۷۱.....۲-۱-۱۱-۳. افزایش سود تقسیمی.....
- ۷۱.....۳-۱-۱۱-۳. حذف سود تقسیمی.....
- ۷۱.....۲-۱۱-۳. متغیر مستقل تحقیق.....

- ۷۱.....۱-۲-۱۱-۳. رقابت در بازار محصول، شاخص انتروپی
- ۷۲.....۳-۱۱-۳. متغیرهای کنترل
- ۷۲.....۱-۳-۱۱-۳. اندازه شرکت
- ۷۲.....۲-۳-۱۱-۳. بازده دارایی ها
- ۷۲.....۳-۳-۱۱-۳. فرصت های رشد
- ۷۳.....۴-۳-۱۱-۳. اهرم مالی
- ۷۳.....۵-۳-۱۱-۳. چرخه عمر
- ۷۴.....۱۲-۳. الگوی اقتصادسنجی
- ۷۵.....۱-۱۲-۳. روش بررسی داده های ترکیبی
- ۷۵.....۱-۱-۱۲-۳. مدل اثر ثابت
- ۷۷.....۲-۱-۱۲-۳. مدل اثر تصادفی
- ۷۸.....۲-۱۲-۳. آزمون های تشخیص در داده های ترکیبی
- ۷۸.....۱-۲-۱۲-۳. آزمون چاو (F لیمر)
- ۷۹.....۲-۲-۱۲-۳. آزمون هاسمن
- ۸۰.....۱۳-۳. رگرسیون لجستیک
- ۸۱.....۱۴-۳. خلاصه فصل
- ۸۲.....فصل چهارم
- ۸۳.....۱-۴. مقدمه

۸۳ ۲-۴. بررسی فروض رگرسیون
۸۴ ۱-۲-۴. بررسی نرمال بودن باقیمانده ها
۸۵ ۲-۲-۴. بررسی همسانی واریانس
۸۶ ۳-۲-۴. عدم خود همبستگی باقیمانده ها
۸۶ ۴-۲-۴. وجود ارتباط خطی و نداشتن نقاط پرت و تاثیر گذار
۸۷ ۵-۲-۴. بررسی عدم وجود همخطی بین متغیرهای مستقل
۸۷ ۱-۵-۲-۴. بررسی نرمال بودن متغیرهای توضیحی
۸۸ ۲-۵-۲-۴. بررسی نوع و اندازه رابطه بین متغیرهای توضیحی
۸۹ ۳-۴. آمار توصیفی
۹۰ ۴-۴. آمار استنباطی برای فرضیه اصلی
۹۳ ۵-۴. آمار استنباطی برای فروض فرعی
۹۷ ۶-۴. نتایج آزمون فرضیه های تحقیق
۹۷ ۱-۶-۴. آزمون فرضیه ی اصلی
۹۷ ۲-۶-۴. آزمون فرضیه فرعی اول
۹۸ ۳-۶-۴. آزمون فرضیه ی فرعی دوم
۹۹ ۷-۴. خلاصه ی فصل
۱۰۰ فصل پنجم
۱۰۱ ۱-۵. مقدمه

- ۲-۵. تحلیل نتایج آزمون فرضیه های تحقیق..... ۱۰۱
- ۱-۲-۵. آزمون فرضیه ی اصلی..... ۱۰۱
- ۲-۲-۵. آزمون فرضیه ی فرعی اول..... ۱۰۱
- ۳-۲-۵. آزمون فرضیه ی فرعی دوم..... ۱۰۲
- ۳-۵. نتیجه گیری کلی تحقیق..... ۱۰۲
- ۴-۵. محدودیت های تحقیق..... ۱۰۴
- ۵-۵. پیشنهادهای تحقیق..... ۱۰۴
- ۱-۵-۵. پیشنهادهای کاربردی تحقیق..... ۱۰۵
- ۲-۵-۵. پیشنهاد برای تحقیقات آتی..... ۱۰۶
- ۶-۵. خلاصه فصل..... ۱۰۷

فهرست جداول و شکل‌ها

عنوان	صفحه
جدول ۴-۱: آزمون کلموگروف اسمیرنف برای بررسی نرمال بودن متغیر وابسته تحقیق.....	۸۵
بررسی همسانی واریانس با استفاده از نمودار پراکنش باقیمانده در مقابل مقادیر برآورد شده.....	۸۵
جدول ۴-۲: آزمون کلموگروف اسمیرنف برای بررسی نرمال بودن متغیرهای مستقل و کنترل.....	۸۷
جدول ۴-۳: بررسی عدم وجود همخطی بین متغیرهای مستقل با استفاده از ماتریس همبستگی.....	۸۸
جدول ۴-۴: آمار توصیفی برای متغیرهای تحقیق.....	۸۹
جدول ۴-۵: آمار توصیفی برای متغیرهای تحقیق.....	۸۹
جدول ۴-۶: نتایج آزمون چاو (F لیمر).....	۹۱
جدول ۴-۷: نتایج آزمون هاسمن.....	۹۲
جدول ۴-۸: نتایج تخمین الگو.....	۹۲
جدول ۴-۹: بررسی معنی داری مدل و تعیین ضریب نگلکرک.....	۹۴
جدول ۴-۱۰: بررسی کفایت داده‌ها برای برازندگی مدل.....	۹۴
جدول ۴-۱۱: نتایج تخمین الگو.....	۹۵
جدول ۴-۱۲: بررسی معنی داری مدل و تعیین ضریب نگلکرک.....	۹۶
جدول ۴-۱۳: بررسی کفایت داده‌ها برای برازندگی مدل.....	۹۶
جدول ۴-۱۴: نتایج تخمین الگو.....	۹۷
جدول ۴-۱۵: نتایج مدل اول.....	۹۸
جدول ۴-۱۶: نتایج مدل دوم.....	۹۹
جدول ۴-۱۷: نتایج مدل سوم.....	۹۹

تصمیم شرکت در مورد اینکه چه میزان سود می‌تواند به عنوان سود تقسیمی پرداخت شود و چه میزانی می‌تواند انباشته شود موضوع تصمیم‌گیری در مورد سیاست تقسیم سود می‌باشد. سیاست تقسیم سود یکی از مهمترین مباحث مطرح در حسابداری است؛ زیرا سود تقسیمی بیانگر پرداخت‌های نقدی عمده شرکت‌ها و یکی از مهمترین گزینه‌ها و تصمیمات فراروی مدیران به شمار می‌رود. مدیر باید تصمیم بگیرد که چه میزان از سود شرکت، تقسیم و چه میزان در قالب سود انباشته مجدداً در شرکت سرمایه‌گذاری شود (بیکر، پاول و ویت^۱، ۲۰۰۵).

بر اساس یافته‌های لینتنر^۲ (۱۹۵۶)، رزف^۳ (۱۹۹۲)، بینر^۴ (۲۰۰۱)، برکلی، هولدرنس و شیهان^۵ (۲۰۰۶)، عوامل موثر بر سیاست سود تقسیمی را به طور کلی می‌توان در چهار گروه قرار داد: ۱. عوامل قانونی ۲. عوامل قراردادی ۳. عوامل داخلی شرکت ۴. عوامل اقتصاد کلان و بازار.

رقابت در بازار به عنوان یکی از ویژگی‌های جدایی ناپذیر بازار می‌تواند دارای اثرات متفاوتی بر سیاست تقسیم سود شرکتها باشد. در این خصوص سه تئوری مطرح می‌باشد: ۱. تئوری پیامد، ۲. تئوری جایگزینی و ۳. تئوری شکار (گروتن و میکائیلی^۶، ۲۰۱۲؛ هی^۷، ۲۰۱۲؛ دینگ^۸، ۲۰۱۱).

^۱ Baker, Powell & veit

^۲ Lintener

^۳ Rozeff

^۴ Beiner

^۵ Barclay, Holderness & Sheehan

^۶ Grullon & Michaely

^۷ He

^۸ Ding

فصل اول

گلیات تحقیق

در این فصل درباره:

- بیان مسئله و ضرورت تحقیق
- هدف و فرضیه‌های تحقیق
- تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق
- روش تحقیق و چهارچوب کلی تحقیق

بحث خواهیم کرد.

۱-۱. مقدمه

محققان زیادی، مبانی نظری و شواهد تجربی مرتبط با معیارهای سیاست تقسیم سود را فراهم آورده‌اند. با وجود این، مساله سیاست تقسیم سود همچنان حل نشده باقی مانده و از آن تحت عنوان معمای تقسیم سود یاد می‌شود (ناکور، جوید و بلانز^۱، ۲۰۰۶).

هدف نهایی حاکمیت شرکتی دستیابی به چهار مورد زیر در شرکتهاست: پاسخگویی، شفافیت، عدالت (انصاف)، رعایت حقوق ذینفعان. در حاکمیت شرکتی، دو دسته از ساز و کارهای درون سازمانی و برون سازمانی وجود دارد؛ به طور کلی برای همسوسازی منافع مدیران و مالکان، ساز و کارهای کنترلی اساسی شامل سیستم کنترل داخلی، سیستم قانونی، بازار محصول و... وجود دارد که مورد نخست، از سازوکارهای داخلی و د مورد بعدی از ساز و کارهای خارجی راهبردی شرکتی محسوب می‌شوند (بنکز^۲، ۲۰۰۴).

هدف از این مقاله بررسی ارتباط بین رقابت در بازار به عنوان یک مکانیزم حاکمیت شرکتی با سیاست‌های تقسیم سود می‌باشد.

۱-۲. تشریح و بیان مساله

تصمیم شرکت در مورد اینکه چه میزان سود می‌تواند به عنوان سود تقسیمی پرداخت شود و چه میزانی می‌تواند انباشته شود موضوع تصمیم‌گیری در مورد سیاست تقسیم سود می‌باشد. سیاست تقسیم سود یکی از مهمترین مباحث مطرح در حسابداری است؛ زیرا سود تقسیمی بیانگر پرداخت‌های نقدی عمده شرکت‌ها و یکی از مهمترین گزینه‌ها و تصمیمات فراروی مدیران به شمار می‌رود. منظور از سیاست تقسیم سود در اینجا، سیاست تقسیم سود نقدی می‌باشد. مدیر باید تصمیم بگیرد که چه میزان از سود شرکت، تقسیم و چه میزان در قالب سود انباشته مجدداً در شرکت سرمایه‌گذاری شود (بیکر، پاول و ویت، ۲۰۰۵).

محققان زیادی، مبانی نظری و شواهد تجربی مرتبط با معیارهای سیاست تقسیم سود را فراهم آورده‌اند. با وجود این، مساله سیاست تقسیم سود همچنان حل نشده باقی مانده و از آن تحت عنوان معمای تقسیم سود یاد می‌شود (ناکور، جوید و بلانز^۱، ۲۰۰۶).

^۱ Naceur, Goaid & Belanes

^۲ Banks

جنسن و مک لینگ^۳ (۱۹۷۶) مبانی تئوری نمایندگی را مطرح نموده و نشان دادند که به دلیل جدایی مالکیت از مدیریت بین مدیران و مالکان تضاد منافع وجود دارد. بر مبنای تئوری نمایندگی دو تئوری در توجیه رفتار سود تقسیمی در ادبیات مالی ارائه شده است: ۱. تئوری پیامد ۲. تئوری جایگزینی (جنسن و مک لینگ، ۱۹۷۶).

تئوری پیامد بیان می‌کند که مدیران فرصت طلب، از وجوه نقد آزاد به منظور سرمایه‌گذاری در پروژه‌ها و اموری که باعث افزایش ابهت و شهرت آنها می‌شود، به نفع خود استفاده می‌کنند (میتون^۴، ۲۰۰۴). این تئوری، بیان می‌کند تقسیم سود نتیجه کیفیت حاکمیت شرکتی است. یعنی در شرکت‌های با نظارت کم از طرف صاحبان سهام مدیران سعی می‌کنند که پول نقد را به جای توزیع بین سهامداران درون شرکت نگهدارند؛ بنابراین، پرداخت سود کمتر نتیجه حاکمیت شرکتی ضعیف‌تر است (بلاو و فولر^۵، ۲۰۰۸).

بر اساس تئوری جانشینی، هنگامیکه در شرکتی مکانیزم‌های حاکمیتی ضعیف باشد، مدیران از سیاست تقسیم سود برای کاهش مشکلات نمایندگی استفاده می‌کنند. رفتار خوب با سهامداران برای اینگونه شرکت‌ها باعث اعتبار شرکت می‌شود (میتون، ۲۰۰۴).

از طرفی پرداخت سود سهام هم ممکن است به کاهش مسائل نمایندگی کمک کند؛ زیرا سود سهام نقدی: ۱. مدیریت را مجبور به ایجاد وجوه نقد کافی برای پرداخت سود سهام می‌کند، ۲. مدیریت را وادار می‌سازد تا برای تامین مالی پروژه‌های خود، به بازار سرمایه مراجعه کند و طبعا اطلاعات بیشتری را در اختیار بازار قرار دهد و ۳. باعث کاهش جریان وجه نقد مازاد و هدر رفتن آن می‌شود (لاپورتا، لوپز-دی-سیلانز، شلیفر و ویشنی^۶، ۲۰۰۰).

در این راستا تحقیقات قبلی نشان داده‌اند که رقابت بین شرکت‌ها می‌تواند یک مکانیزم موثر برای کاهش مسائل نمایندگی بین مدیران و سهامداران باشد (آلن و گیل^۷، ۲۰۰۰). زیرا فشار رقابت بازار می‌تواند مدیران بی‌کفایت را به سرعت حذف کند و مدیران شرکت‌هایی که در بازارهای رقابتی‌تر فعالیت می‌کنند، تمایل دارند که تلاش بیشتری نمایند و انگیزه آنها برای کاهش مسائل نمایندگی بین خودشان و سهامداران بیشتر است. شدت رقابت در بازار، مدیران را

^۳ Jensen & Meckling

^۴ Mitton

^۵ Blau & Fuller

^۶ La Porta, Lopez-De-Silanes, Shleifer & Vishny

^۷ Allen & Gale

مجبور خواهد کرد که وجه نقد خود را انتقال دهند؛ زیرا ریسک و هزینه‌ی سرمایه‌گذاری بیش از حد، به دو دلیل بالا می‌باشد: ۱) در یک بازار رقابتی، سرمایه‌گذاری بیش از حد در پروژه‌های با خالص ارزش فعلی منفی، توان رقابت شرکت را کاهش خواهد داد و احتمال بیشتری وجود دارد که شرکت از بازار رقابت، بیرون رانده شود، ۲) رقابت شدید باعث خواهد شد که سرمایه‌گذاران خارجی عملکرد مدیران را نسبت به عملکرد رقبای آنها محک زده و سرمایه‌گذاری بیش از حد به وسیله سرمایه‌گذاران کشف گردد. در نتیجه، برای جلوگیری از ورشکستگی، مدیران شرکت‌هایی که در بازارهای رقابتی‌تر فعالیت می‌کنند، تمایل دارند که از سرمایه‌گذاری بیش از حد اجتناب کنند و احتمال بیشتری برای توزیع وجه نقد اضافی میان سهامداران به عنوان سود تقسیمی وجود دارد (هی، ۲۰۱۲؛ گرولن و میکائیلی، ۲۰۱۲؛ دینگ، ۲۰۱۱). گیلسون و رو^۱ (۱۹۹۳) استدلال کردند که رقابت در بازار که ریسک ورشکستگی را افزایش می‌دهد می‌تواند انگیزه‌ای برای ارزیابی عملکرد شرکت و نظارت بر عملکرد مدیران ایجاد کند. در واقع گیلسون و رو (۱۹۹۳) بیان کردند که "رقابت، زیباترین مکانیزم نظارت در بازار است" (هی، ۲۰۱۲ و گیلسون و رو، ۱۹۹۳). لذا این پژوهش بررسی می‌کند که آیا رقابت در بازار به عنوان یک مکانیزم نظارتی، بر سیاست تقسیم سود شرکت تاثیر می‌گذارد؟ یا به عبارت دیگر آیا رقابت در بازار با سیاست‌های تقسیم سود رابطه‌ی معنی‌دار دارد؟ با بررسی مطالعات گذشته می‌توان عنوان کرد که بر طبق سه تئوری پیامد، جایگزینی و شکار، رقابت در بازار دارای تاثیر متفاوتی بر سیاست‌های تقسیم سود می‌باشد. این پژوهش به دنبال بررسی وجود یا عدم وجود رابطه بین رقابت در بازار و سود تقسیمی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار می‌باشد. مورد انتظار است که در صورت **تایید فرض وجود رابطه** بین متغیرهای مذکور، یکی از تئوری‌های پیامد، جایگزینی یا شکار مورد تایید قرار گیرد.

۳-۱. اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

شناسایی عوامل موثر بر سود تقسیمی، موضوع پژوهش بسیاری از پژوهشگران بوده است. نتایج تحقیقات آنها بیانگر اهمیت سود تقسیمی در سرنوشت شرکت است. از طرفی هنوز زوایای ناشناخته بی‌شماری در این زمینه وجود دارد که پژوهش در این زمینه را ضروری می‌سازد. همانطور که می‌دانیم تمام شرکت‌ها در محیطی به نام بازار فعالیت می‌کنند. بنابراین، رقابت که جزء جدایی‌ناپذیر بازار است بر شرکت‌ها و سیاست‌های آنان از جمله سیاست تقسیم سود تاثیر

^۱Gilson & Roe

می‌گذارد. در نتیجه، شناخت تاثیر رقابت در بازار بر سیاست‌های تقسیم سود شرکت به دلیل آنکه این سیاست‌ها بر تصمیم‌گیری‌های سرمایه‌گذاران و میزان رضایت آنها از خط‌مشی‌های اتخاذ شده توسط شرکت تاثیر می‌گذارد، حائز اهمیت زیادی است. به نظر می‌رسد که با افزایش رقابت در بازار، سود تقسیمی بیشتری پرداخت شود چرا که رقابت مکانیزمی برای وادار کردن مدیران به ایجاد وجه نقد کافی و پرداخت آن به عنوان سود تقسیمی به سهامداران می‌باشد.

از آنجا که سیاست تقسیم سودی که شرکتها انتخاب می‌کنند از یک طرف می‌تواند تاثیر مستقیم روی منابع شرکت و همچنین استفاده از فرصت‌های رشد پیش روی شرکت داشته باشد و از طرف دیگر کاهنده مشکلات نمایندگی باشد، عوامل تاثیرگذار روی این سیاست برای فعالان اقتصادی از جمله سرمایه‌گذاران، تحلیل‌گران مالی، دانشگاهیان و مدیران حائز اهمیت است.

۴-۱. اهداف اساسی از انجام تحقیق

از اهداف این تحقیق می‌توان موارد زیر را نام برد :

- ✓ کمک به درک عوامل موثر بر سیاست‌های تقسیم سود بنگاهها
- ✓ کمک به استفاده‌کنندگان و تحلیل‌گران اطلاعات مالی بنگاهها
- ✓ توسعه ادبیات مالی مرتبط با رقابت در بازار محصول و سیاست‌های تقسیم سود بنگاهها
- ✓ کمک به تصمیم‌گیری‌های مرتبط با سرمایه‌گذاری و ...

انتظار می‌رود نتایج این پژوهش بتواند دستاورد و ارزش‌افزوده علمی به شرح زیر داشته باشد :

(۱) نتایج این پژوهش می‌تواند موجب گسترش مبانی نظری پژوهش‌های گذشته در ارتباط با عوامل موثر بر توان رقابتی شرکتها شود، (۲) شواهد این پژوهش به عنوان یک دستاورد علمی می‌تواند اطلاعات سودمندی را در اختیار قانون‌گذاران حوزه تدوین استانداردهای حسابداری و بازار سرمایه و هم‌چنین تحلیل‌گران مالی قرار دهد، (۳) نتایج پژوهش می‌تواند ایده‌های جدیدی برای انجام پژوهش‌های جدید در حوزه رقابت در بازار و عوامل موثر بر آن و سیاست‌های تقسیم سود پیشنهاد نماید.

۵-۱. قلمرو تحقیق

قلمروی مکانی این تحقیق، کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۱ است.