

بررسی تأثیر شرایط رقابتی و ابهام شرکتی بر تازه واردان بازار سرمایه (مورد مطالعه: کاربران کارگزاری مفید)

فرشاد بازرگان زاده^۱

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۰۸

Investigating the effect of competitive conditions and company ambiguity on capital market newcomers

(Case study: Useful brokerage users)

Farshad Bazarganzadeh¹

¹ Master's student, Payame Noor University, Iran

Received: (24/02/2021) Accepted: (29/03/2021)

Abstract

The brokerage index (for example, useful brokerage) in many countries, including Iran, is the basis for trading decisions of traders, especially newcomers to the capital market, and for this reason is the basis of Internet searches. An examination of Internet searches on this basis can describe the behavioral patterns of brokers in the stock market and competitive conditions and corporate ambiguity, and provide the possibility of predicting them and provide data that can be analyzed to determine the competitive conditions and The ambiguities of the company were achieved. In this study, two indicators of "competitive conditions and ambiguity of newcomers" and "useful brokerage users" have been used. The method of the present research is theoretical in terms of purpose and interpretive-analytical in terms of nature. This realization is taken from review studies and its information has been collected through a library. Shareholders provided useful brokers.

Keywords

Competitive conditions, company ambiguity, useful newcomers, useful brokerage

چکیده

شاخص بورس کارگزاران (بعنوان مثال کارگزاری مفید) در بسیاری از کشورها از جمله ایران مبنای تصمیم‌گیری معامله‌گران به‌ویژه تازه‌واردان در بازار سرمایه است و به‌همین دلیل مبنای جستجوهای اینترنتی افراد است. بررسی جستجوهای اینترنتی براین‌مبنا می‌تواند الگوهای رفتاری کارگزاران در بازار بورس و شرایط رقابتی و ابهام شرکتی را توصیف و امکان پیش‌بینی آنها را فراهم آورده و داده‌هایی را فراهم می‌کند که از طریق تجزیه و تحلیل آنها می‌توان به شرایط رقابتی و ابهامات شرکتی دست یافت. در این پژوهش از دو شاخص «شرایط رقابتی و ابهام شرکتی تازه واردان» و «کاربران کارگزاری مفید» استفاده شده است. روش پژوهش حاضر از نظر هدف نظری و از نظر ماهیت، تفسیری-تحلیلی است. این تحقیق برگرفته از مطالعات مروری می‌باشد و اطلاعات آن از طریق کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است. با تحلیل داده‌های حاصل از بخش کیفی، روابط بین این دو شاخص در کشورها، تبیین و راهکارهایی در زمینه شرایط رقابتی و ابهام شرکتی در بازار بورس و سهامداران کارگزاران مفید ارائه شد.

واژه‌های کلیدی

شرایط رقابتی، ابهام شرکتی، تازه واردان مفید، کارگزاری مفید

مقدمه

کارگزاری مفید، کارگزار رتبه الف با بیش از ربع قرن تجربه در بازار سرمایه ایران در سال ۱۳۷۳ تاسیس شد. با دو نفر در یک دفتر ۴ متری کارش را شروع کرد. مثل خیلی از شرکت های موفق در ایران هسته شکل گیری گروه مالی مفید هم یک خانواده بود. آن زمان حجم معاملات روزانه مفید ۳۰۰ هزار تومان در روز بود همان زمان قیمت یک سیم کارت ۲۰۰ هزار تومان بود. با گسترش جغرافیایی بورس و افتتاح اولین تالار منطقه ای در مشهد مقدس، اولین شعبه مان را در این شهر افتتاح کردیم. برای اولین بار معاملات اینترنتی سهام را راه اندازی کردیم. به این وسیله امکان ارسال سفارش در همه ساعات شبانه روز مهیا شد. طی ۱۵ سال اخیر کارگزاری مفید همواره بیشترین سهم معاملات در بازار سرمایه کشور را در مقایسه با سایر کارگزاری ها در اختیار داشته است. در حال حاضر بیش از ۷ میلیون کاربر با اعتماد به کارگزاری مفید، با سامانه های این کارگزاری در بازار سرمایه فعالیت می کنند. کارگزاری مفید در حال حاضر بزرگترین مرکز تماس بازار سرمایه کشور را با حضور ۵۱۵ نفر پرسنل متخصص توسعه داده است. این تیم بزرگ پشتیبانی روزانه پاسخگوی بیش از ۳۵ هزار تماس ورودی، ۶ هزار چت و ۲ هزار ایمیل هستند (آرچر^۱ و همکاران ، ۲۰۱۵).

مزایای همکاری با مفید

- تمام اعضای خانواده بزرگ مفید فرصت رشد و پیشرفت مداوم دارند
- برای اینکه حرفه ای تر شوید، به طور مستمر آموزش خواهید دید
- خدمات رفاهی جذابی برای همکاران مفید در نظر گرفته شده است
- نیازی نیست نگران مسائلی نظیر بیمه تکمیلی باشید، مفید پوشش مطلوبی را برایتان فراهم می کند
- فضای کاری مفید مطابق با اصول Open Office طراحی شده است

مهم ترین ویژگی های فردی :

- سخت کوش و با استعداد باشید
- پیشرفت و آینده شغلی برایتان مهم باشد
- علاقه مند به آموزش و یادگیری مستمر باشید

تجربه یا سابقه کاری، برای «همکاری» شما با مجموعه مفید یک مزیت است، اما اگر تازه از دانشگاه فارغ التحصیل شده اید یا هنوز دانشجو هستید، باز هم امکان «همکاری» با خانواده مفید را دارید. ورود به بورس ایران در ظاهر کار آسانی است چون با دریافت کد

سهام داری و ثبت نام در یک کارگزاری، می شود سرمایه گذاری را شروع کرد اما برای اینکه بتوانیم سرمایه مان را به خوبی مدیریت کنیم باید درباره بازار بورس اطلاعات داشته باشیم تا اصطلاحا بی گذار به آب نزنیم. اگر بدون اطلاع و آموزش بورس کافی وارد خرید و فروش سهام بشویم احتمال اینکه شکست بخوریم خیلی زیاد است (بیوهیلیر^۱ و همکاران، ۲۰۱۳). تصورات و توقع ما برای سرمایه گذاری در هر بازاری باید منطقی باشد. بعضی وقت ها ناآگاهی از شرایط بازار و یا اطلاعات ناقص و کم باعث می شود تا نگاه ما درست شکل نگیرد و دید کاملا متفاوتی از ماهیت اصلی بورس داشته باشیم. مثلا یکی از دوستان و یا اقوام ما در معامله ای سود خوبی به دست آورده است و ما با شنیدن این موضوع با خودمان این برداشت را داشته ایم که معامله و کسب سود در بورس کار آسانی است و همه سرمایه گذاران در بورس سود بالایی به دست می آورند (کارو و همکاران، ۲۰۱۰). این تصور اشتباه و رایج تقریبا همه ی افراد تازه وارد به بازار بورس است. این افراد چون تجربه کافی ندارند تصور می کنند که با سرمایه گذاری در کوتاه مدت می شود سود زیادی به دست آورد و برای همین توقع شان از سرمایه گذاری در بورس خیلی بالاست. در صورتی که اگر بدون آموزش و آگاهی از شرایط بازار وارد این گود بشویم حتما ضرر می کنیم. هستند افرادی که فکر می کنند استفاده از سیگنال هایی که در شبکه های اجتماعی منتشر می شود و یا از طریق یکی از اطرافیان می رسد، موفقیت شان را تضمین می کند. واقعیت این است که اگر تنها با تکیه بر این نوع سیگنال ها بخواهیم سرمایه گذاری کنیم ریسک بالایی را به جان خریده ایم. باید بدانیم که خیلی از سیگنال ها ممکن است اشتباه باشند. گاهی تبلیغ برای یک «نماد» شایعه بعضی افراد سودجو است که می خواهند با ورود سرمایه های بزرگ به سهم مورد نظرشان قیمت سهم را بالا ببرند و زمانی که به قیمت بالایی رسید، سهام خودشان را بفروشند. متاسفانه این افراد تنها به سود شخصی خودشان فکر می کنند. برای تحلیل درست بازار باید از سایت های معتبر و مرجع که زیر نظر سازمان بورس فعالیت می کنند اطلاعات دریافت کرد و نباید بدون شناخت و آگاهی به تحلیل ها و نظرات افراد غیر کارشناس اعتماد کرد. سایت سازمان بورس و اوراق بهادار و سایت رسمی بورس تهران از معتبر ترین منابع موجود هستند. خطرناک ترین باور درباره بورس این است که سرمایه گذاری در آن را با شانس و اقبال گره بزنیم. بعضی ها فکر می کنند چون خوش شانس هستند پس حتما در سرمایه گذاری موفق می شوند. این فکر خیلی اشتباه است. برای اینکه سرمایه گذاری مطمئنی داشته باشیم تنها راه این است که اطلاعات کسب کنیم و بتوانیم شرایط شرکت ها را تحلیل کنیم و این هیچ ربطی به شانس ندارد (بینشیان، ۱۳۹۷). برای شروع سرمایه گذاری باید با سرمایه اندکی وارد شد و پس از صرف چند ماه برای آموزش و رسیدن به مهارت نسبی، کم کم سرمایه را افزایش داد. حتی افراد حرفه ای در بازار بورس توصیه نمی کنند که تمام دارایی و سرمایه خودمان را در بازار بورس سرمایه گذاری کنیم. بعضی از افراد با قرض گرفتن و یا دریافت وام بانکی وارد بازار سرمایه گذاری بورس می شوند این کار کاملا اشتباه است چون سرمایه گذاری در بورس ریسک بالایی دارد و احتمال از دست رفتن تمام و یا بخشی از سرمایه وجود دارد. مدیریت تحقیق و توسعه بورس تهران در گزارشی به قلم آرمین صادقی عدل به بررسی دلایل ورود سرمایه گذاران جدید به بازار سهام در سال های گذشته پرداخته است. گزارشی آماری که نشان می دهد این امر می تواند دلایلی همچون نبود آشنایی کافی با

¹. Buehler

فرشاد بازرگان زاده: بررسی تأثیر شرایط رقابتی و ابهام شرکتی بر تازه واردان بازار سرمایه (مورد مطالعه: کاربران کارگزاری مفید)

صندوق‌های سرمایه‌گذاری، آسانی و دسترسی مناسب به سامانه‌های معاملات برخط و در مقابل دشواری فرآیند صدور و ابطال واحدهای صندوق‌های سرمایه‌گذاری، علاقه‌مندی به مدیریت پرتفوی شخصی حتی از سوی سرمایه‌گذاران تازه‌کار و وجود مشاوران غیرمجاز که از طریق سامانه‌های ارتباطی مجازی اقدام به مشاوره و جلب مخاطب کرده‌اند، داشته باشد. به هر روی فرآیند ورود سرمایه‌گذار به بازار سرمایه به گونه‌ای پیش‌رفته که در پایان بهمن‌ماه نزدیک به ۸۰ درصد از معاملات بورس اوراق بهادار تهران توسط سرمایه‌گذاران حقیقی و عمدتاً از طریق سامانه‌های معاملات برخط انجام می‌شود و نقش صندوق‌های سرمایه‌گذاری از معاملات سهام حدود ۵ درصد است. ارزش بازار سهام بورس اوراق بهادار تهران از ابتدای سال ۱۳۹۶ رشدی تقریباً مداوم را تا ۱۹ مرداد ماه ۱۳۹۹ تجربه کرد و در این زمان به بیشترین مقدار تاریخی خود معادل ۷۷,۷۷۶ هزار میلیارد ریال رسید. پس از این تاریخ ارزش بازار سهام بورس تهران با روندی کاهنده به رقم ۵۳,۹۸۰ هزار میلیارد ریال در ۳۰ مهر ماه ۱۳۹۹ کاهش یافت. بر این اساس ارزش بازار سهام بورس تهران از ۳,۲۲۰ هزار میلیارد ریال در ابتدای سال ۱۳۹۶ با ۱,۵۷۶ درصد رشد (معادل سالانه ۱۲۰ درصد) به ۵۳,۹۸۰ هزار میلیارد ریال در ۳۰ مهر ۱۳۹۹ بالغ شد. ارزش بازار سهام در تاریخ ۱۹ مرداد ۱۳۹۹ با ۳۱۵ درصد رشد نسبت به انتهای سال ۱۳۹۸ به بیشترین مقدار تاریخی خود رسید و سپس ۳۱ درصد کاهش را تا پایان مهر این سال تجربه کرد. با وجود افت از اواخر مرداد ماه، ارزش بازار سهام بورس تهران از انتهای سال ۱۳۹۸ تا پایان مهر ۱۳۹۹ رشدی معادل ۱۸۸ درصد را پشت‌سر گذاشت. براساس این دستورالعمل هیات مدیره شرکت‌های بورس از این پس باید یک عضو مستقل داشته باشند که شرایط عضو مستقل در بند ۶ ماده یک دستورالعمل تشریح شده است. تعداد اعضای مستقل هیات مدیره نباید از ۲۰ درصد تعداد کل اعضای هیات مدیره کمتر باشد (بکیر^۱، ۲۰۰۶). بنابراین هیات‌های مدیره حسب مورد یک یا دو عضو مستقل خواهند داشت. اعضای مستقل پس از تصویب کمیته انتصابات که اکثریت اعضای آن را اعضای مستقل و غیرموظف تشکیل می‌دهند، انتخاب می‌شوند. در ادامه کمیته انتصابات باید پس از بررسی شرایط داوطلبان سمت عضو مستقل، نتیجه را جهت تایید به سازمان بورس اعلام کند. و اما ابهامات:

- تکلیف اولین دوره عضویت مدیرمستقل در هیات مدیره که کمیته انتصابات وجود ندارد، چیست؟
- اگر کمیته انتصابات داوطلبی را به بورس معرفی نکرد یا بورس کاندید عضویت را تایید نکرد، تکلیف چیست؟
- عضویت اعضای مستقل هیات مدیره برای دوره بعدی فقط در یک دوره امکان پذیر است چرا که اعضای کمیته انتصابات نمی‌توانند خود را کاندید کنند. بنابراین هر دو سال یکبار (دوره تصدی هیات مدیره) به دلیل نبود کمیته انتصابات هیات مدیره، بدون عضو مستقل خواهد بود.
- اعضای مستقل از بین سهامداران اقلیت انتخاب می‌شوند. چگونگی انتخاب این اعضا در مجمع مشخص نیست:

¹ Baker

الف) مجمع سهامداران اقلیت با چه نصابی رسمیت خواهد یافت (جلسه اول و دوم).

ب) اداره جلسه چگونه خواهد بود؟

ج) آیا انتخاب اعضای مستقل با اکثریت نسبی خواهد بود یا اکثریتی دیگر؟

طبق تبصره ماده ۶ دستورالعمل، نحوه انتخاب عضو مستقل باید در اساسنامه شرکت تعیین شود. اگر چه دستورالعمل براساس اختیارات بندهای ۸، ۱۱ و ۱۸ ماده ۷ قانون اوراق بهادار و در راستای اصلاح نهادی حاکمیت شرکتی طبق بند(ح) ماده ۴ قانون برنامه پنج ساله ششم توسعه اقتصادی تهیه شده است، ولی آیا شرکت‌های بورسی می‌توانند اساسنامه‌های خلاف اصلاحیه قانون تجارت تصویب کرده و هریک به روش دلخواه، عضو مستقل هیات مدیره را انتخاب کنند؟ در حال حاضر، هیات مدیره شرکت‌ها، با جهشی از یک‌طرف بام به طرف دیگر آن، با حذف حقوق‌های نجومی و دریافت حقوق‌هایی که به تدریج فاصله‌اش با خط فقر کمتر می‌شود، با مشکلات ناشی از رکود تورمی، کمبود نقدینگی، افزایش هزینه‌ها، تحریم‌ها و ده‌ها چالش دیگر روبه‌رو است. سوال این است که آیا در این شرایط و با وجود ابهامات دستورالعمل، یک مدیر مستقل در دوسال عضویت در هیات‌مدیره باری از دوش هیات‌مدیره برخواهد داشت یا به آن اضافه خواهد کرد؟ در انتها آیا بررسی شرایط رقابتی و ابهام شرکتی بر تازه واردان بازار سرمایه (مورد مطالعه: کاربران کارگزاری مفید) تأثیر دارد؟

شرایط رقابتی^۱ مجموعه‌ای از عوامل یا توانایی‌ها است که به شرکت‌ها اجازه می‌دهد پیوسته عملکردی بهتر از رقبا داشته باشند. توجه کنید که هدف مزیت رقابتی عملکرد برتر از رقباست، نه صرفاً برابری با عملکرد دیگر کسب و کارها؛ شرکت‌های برخوردار از مزیت رقابتی باید از عملکرد بالایی برخوردار باشند، و در عین اینکه این گونه شرکت‌ها نباید لزوماً دارای بالاترین عملکرد در صنعت خود باشند، باید به طور مستمر در میان شرکت‌هایی با عملکرد بالا باقی بمانند و بسیار بهتر از میانگین صنعت عمل کنند مبین آن است که مدیران، از طریق تصمیمات خود، مسئول چهار نوع تصمیم استراتژیک هستند که منجر به در اختیار گرفتن و توسعه منابع و توانایی‌هایی مختص به شرکت می‌شوند که می‌توانند منشأ مزیت رقابتی باشند (تلنگی، ۱۳۹۹).

ابهام شرکتی

پیش‌ازاین ابهامات بازار سرمایه را مورد تحلیل و بررسی قرار دادیم و اکنون تنها یک ابهام اصلی یعنی مذاکرات وین در بازار سرمایه باقی مانده است. با توجه به اخبار موجود به نظر می‌رسد اخبار حول و محور برجام توانسته به صورت موقت تأثیر مطلوبی بر روی بورس بگذارد البته؛ مذاکرات وین در بلندمدت می‌تواند وضعیت بورس را تغییر دهد(دیانتی، ۱۳۹۲).

تازه واردان بازار سرمایه

^۱ Competitive Advantage

فرشاد بازرگان زاده: بررسی تأثیر شرایط رقابتی و ابهام شرکتی بر تازه واردان بازار سرمایه (مورد مطالعه: کاربران کارگزاری مفید)

کسانی که تازه وارد تازه واردان بازار سرمایه بورس و سرمایه شده و اطلاع اندکی در این مورد دارند و اکثر مردم تنها راه پس انداز یا حتی سرمایه گذاری کردن را نگهداری پول های خود در بانک می دانستند. دلیلش هم این بود که با سایر روش های سرمایه گذاری آشنایی نداشتند. مثلاً آن ها نمی دانستند که یک فرد عادی می تواند با سرمایه گذاری در واحدهای یک شرکت تولیدی، به اندازه دارایی خود در مالکیت آن شرکت مشارکت کند. یا اینکه به اندازه دارایی خود در یک شرکت سرمایه گذاری سهام شود. حال سوال این است که آیا یک فرد عادی می تواند با سرمایه اندک خود، در سرمایه گذاری های بزرگ شریک شود؟ پاسخ این سوال مثبت است. بازار سرمایه و به ویژه بازار بورس اوراق بهادار این امکان را فراهم می کند تا هر فرد به میزان دارایی و سرمایه ای که دارد در یک یا چند شرکت بزرگ سرمایه گذاری کند، و در سود آن ها شریک شود (سینایی و همکاران، ۱۳۹۸).

کاربران کارگزاری مفید

تمامی افرادی که قصد شروع فعالیت های سرمایه گذاری در بازار سرمایه متشکل از بازار بورس و فرابورس و کسب سود از این طریق را دارند پیش از هر چیزی لازم است تا اقدامات لازم جهت فراهم کردن شرایط مورد نیاز برای مجاز بودن به فعالیت در این بازار را انجام دهند کاربران کارگزاری مفید گفته می شود. کارگزاری مفید انجام معاملات اوراق بهادار، اوراق آتی، بورس کالا، آتی سکه و بورس انرژی، سبد گردانی اختصاصی، انجام معاملات آنلاین دارای مجوز است (گل ارضی، ۱۳۹۸).

پیشینه پژوهش

پناهی (۱۴۰۰) در پژوهشی تحت عنوان « بررسی رابطه میان رفتار سرمایه گذاران در بازار رقابتی بورس اوراق بهادار» می باشد. جامعه آماری این پژوهش را سرمایه گذاران کسب و کارهای در بازار بورس تشکیل می دهند. روش نمونه گیری به صورت نمونه گیری در دسترس می باشد. در تحقیقات همبستگی برای هر متغیر پیش بین حداقل به ۵۰ نمونه نیاز داریم. با توجه به اینکه دو متغیر رفتار خرید و رفتار فروش مورد بررسی قرار می گیرند حجم نمونه پژوهش حاضر ۱۰۰ نفر می باشد. روش تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی می باشد. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه محقق ساخته است. این پرسشنامه دو بعد رفتار خرید و فروش سرمایه گذاران را در بورس مورد سنجش قرار می دهد. اعتبار این پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ ۰.۸۵ به دست آمد. با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس و استفاده از روش های آماری توصیفی و آمار استنباطی، داده ها تحلیل شده و نتایج نشان داد که در فرضیه های پژوهش "میان رفتار خرید سرمایه گذاران در بازار رقابتی بورس رابطه وجود دارد. میان رفتار فروش سرمایه گذاران در بازار رقابتی بورس رابطه وجود دارد. در نتیجه تمام فرضیه های پژوهش مورد تایید قرار گرفتند.

تلنگی (۱۳۹۹) در تحقیقی به این نتیجه رسید که رقابت در بازار محصول تاثیر قابل توجهی در سرمایه گذاری بنگاه ها و تصمیم گیری های عملیاتی دارد و به لحاظ نظری نشان دهنده حد بالا و پایین سرمایه گذاری در بنگاه اقتصادی است. این مورد پیامدهای نامطلوبی از قبیل کاهش کارایی بازار، افزایش هزینه های معاملاتی، ضعف بازار، نقد شوندگی پایین و بطور کلی، کاهش سود حاصل از معاملات در بازارهای سرمایه، در پی خواهد داشت. بر همین اساس این پژوهش به بررسی رابطه بین ساختارهای رقابتی در بازار و ریسک اعتباری در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران می پردازد. در این تحقیق تعداد ۱۳۸ شرکت پذیرفته شده در بورس

اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۹۹-۱۴۰۰ بررسی شده است. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل رگرسیون لجستیک استفاده شده، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که به طور کلی بین ساختارهای رقابتی در بازار و ریسک اعتباری رابطه منفی و معنادار وجود دارد و بین شاخص‌های ساختارهای رقابتی در بازار مانند اندازه بازار و تعداد شرکت‌های فعال در یک صنعت با ریسک اعتباری رابطه منفی و معنادار و بین قابلیت جانشینی کالاها، هزینه‌های ورود به بازار و شدت تمرکز صنعت با ریسک اعتباری رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

سینایی (۱۳۹۸) در تحقیقی به این نتیجه رسید که در دنیای پرتلاطم رقابتی امروز، کسب و حفظ مزیت رقابتی شرط بقا و عملکرد بالای شرکت‌های مختلف تولیدی و خدماتی است. در این زمینه اطلاعات افشاشده به‌منزله بخشی از سازوکارهای کنترلی، مدیران شرکت‌ها را ترغیب می‌کند تا در مسیر منافع سهامداران و بهبود عملکرد شرکت گام بردارند. هدف از این پژوهش بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر عملکرد مالی با تعدیل‌گری کیفیت افشای اطلاعات در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار است. روش: برای حصول به هدف اطلاعات مالی ۱۱۷ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۸-۱۳۹۹ جمع‌آوری شد. در این پژوهش دو متغیر نرخ بازده دارایی‌ها و نرخ بازده حقوق صاحبان سهام به‌منزله شاخص‌های اندازه‌گیری عملکرد مالی در نظر گرفته شد. برای سنجش رقابت بازاری محصول، از شاخص هریشمن - هرفیندال استفاده شد. نتایج: نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد رقابت در بازار محصول بر عملکرد مالی تأثیر می‌گذارد. همچنین کیفیت افشای اطلاعات رابطه بین رقابت در بازار محصول و عملکرد مالی را تعدیل می‌کند؛ به طوری که با ورود متغیر تعدیل‌کننده میزان توضیح‌دهندگی متغیر وابسته توسط متغیرهای توضیحی افزایش می‌یابد.

برو^۱ (۲۰۱۸) در پژوهشی به این نتیجه رسید که خطر سقوط قیمت سهام در بازار یکی از نگرانی‌های اصلی سرمایه‌گذاران است و پژوهش در این زمینه می‌تواند برای بازار سرمایه حایز اهمیت باشد. این تحقیق در پی بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی، ابهام گزارشگری مالی و سقوط قیمت سهامدر شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار مفید تهران می‌باشد. اجزای حاکمیت شرکتی مورد استفاده در این تحقیق شامل درصد مالکیت سهامداران نهادی، نسبت تمرکز مالکیت سهام، درصد سهامداران مدیریتی، استقلال هیئت مدیره، اندازه هیئتمدیره، نفوذ مدیر عامل، دوگانگی مدیر عامل و درصد سهام شناور آزاد می‌باشند. نمونه آماری موردپژوهش شامل ۹۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره ۵ ساله می‌باشد. برای بررسی و آزمون فرضیه‌ها، از آزمونرگرسیون چندگانه استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها نشان می‌دهد که بین هیچکدام از اجزای حاکمیتشرکتی و سقوط قیمت سهام رابطه معناداری وجود ندارد؛ اما بین ابهام گزارشگری مالی و سقوط قیمت سهام در شرکت‌هارابطه معناداری وجود دارد.

روش تحقیق

^۱.Barua

فرشاد بازرگان زاده: بررسی تأثیر شرایط رقابتی و ابهام شرکتی بر تازه واردان بازار سرمایه (مورد مطالعه: کاربران کارگزاری مفید)

روش تحقیق پژوهش حاضر از نظر هدف نظری و از نظر ماهیت، تفسیری - تحلیلی است. ابزار گردآوری اطلاعات نیز بصورت کتابخانه‌ای و اسنادی بوده است. روش کتابخانه‌ای در تمامی مطالعات و تحقیقات علمی و به عنوان بخشی از فرایند تحقیق از انواع منابع، کتابها، مقاله‌ها و مجلات، میکروفیش و دیسک‌های رایانه‌ای می‌توان برای جمع‌آوری داده‌ها بهره‌گرفت. پرهیز از تکرار مکررات از جمله اهدافی است که با مطالعات کتابخانه‌ای می‌توان به آن دست یافت (خاکی، ۱۳۹۰). نیز در تحقیق حاضر از مطالعات کتابخانه‌ای بهره‌گرفته و با مراجعه به کتابها، مجلات و نشریه‌های گوناگون فارسی و لاتین و استفاده از سایت‌های مختلف اینترنتی مرتبط با موضوع نموده است تا سوابق تحقیقات صورت گرفته در مورد موضوع را گردآوری نموده، همچنین محقق سعی نموده با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و گردآوری آثار مرتبط به موضوع تحقیق و آخرین آمار و اطلاعات موجود و استفاده از آنها در غنی‌تر ساختن ادبیات تحقیق به نحو مطلوب و مناسبی بهره‌گیرد. این تحقیق برگرفته از مطالعات مروری می‌باشد و اطلاعات آن از طریق کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است.

شرایط رقابتی

شرایط رقابتی شامل مجموعه عوامل یا توانمندی‌هایی است که همواره شرکت را به نشان دادن عملکردی بهتر از رقیب قادر می‌سازد. به عبارتی، مزیت رقابتی عامل یا ترکیبی از عواملی است که در یک محیط رقابتی سازمان را بسیار موفق‌تر از سایر سازمان‌ها می‌نماید و رقیب نمی‌تواند به راحتی از آن تقلید کنند. بنابراین برای دستیابی به شرایط رقابتی، یک سازمان هم باید به موقعیت خارجی خود توجه کند و هم توانمندی‌های داخلی را مورد توجه قرار دهد. علاوه بر آن، هدف مهم دیگر مزیت رقابتی این است که شرکت‌ها از سطوح پایداری از عملکرد بالا برخوردار باشند. به عبارت دیگر، یک کسب و کار نه تنها باید از یک یا دو یا سه ربع سال یا حتی چندین سال خوب برخوردار باشد، بلکه باید شرایط رقابتی پایداری داشته باشد تا بتواند به طور پیوسته و در طول مدتی طولانی عملکردی بهتر از رقیب داشته باشد. بسیاری از شرکتها نشان داده‌اند که توانایی داشتن یک یا دو سال خوب را دارند، ولی تعداد بسیار اندکی از شرکت‌ها توانایی برخورداری از سطوح بالای مستمری از عملکرد برای سالیان متمادی را از خود نشان داده‌اند (احمد پور، ۱۳۹۷).

تعریف شرایط رقابتی پایدار چیست؟

شرایط رقابتی پایدار، مزایا و ویژگی‌هایی از یک محصول یا یک شرکت است که رقیب به راحتی نمی‌تواند آن را کپی کند. مثلاً سیستم عامل اپل یک مزیت رقابتی پایدار است. خیلی از ویژگی‌هایی که شرکت اپل برای گوشی‌هایش معرفی می‌کند، توسط رقیب کپی می‌شوند. ولی سیستم عامل آن چیزی است که گوشی اپل را از بقیه رقیب جدا می‌کند.

به یاد داشته باشید که مشتری وفادار به خاطر مزیت‌های رقابتی پایدار شکل می‌گیرد. اگر شما از سرویس اسنپ استفاده می‌کنید، چون سریع، امن و ارزان قیمت است؛ و البته، همیشه راننده‌های زیادی در نزدیکی محل شما هستند. تا وقتی که رقیبی پیدا نشود که ارزش بیشتری رو کند (بسیاری از رقیب، سعی کردند با ارائه ارزش‌های مشابه وارد بازار شوند)، شما همچنان از اسنپ استفاده می‌کنید. در

نتیجه، وفاداری مشتری نتیجه حفظ مزیت‌های رقابتی است. نکته دیگری هم که وجود دارد این است که با گذشت زمان، به دلیل تغییرات بازار، رقبا، پیشرفت تکنولوژی و تغییر سلیقه و نظرات مشتری بعضی از مزیت‌های رقابتی اهمیت خود را از دست می‌دهند. شاید اصلاً دیگر مزیت حساب نشوند و نتوانید به کمک آنها رقابت کنید. شرکت کداک (**KODAK**) تولیدکننده دوربین عکاسی و لوازم جانبی عکاسی بود که در زمان خودش بهترین کیفیت و بهترین محصولات را ارائه می‌کرد. سال‌ها با این مزیت در بازار رقابت پیشرو بود؛ تا اینکه تغییر تکنولوژی کداک را زمین زد. دوربین‌های دیجیتال وارد بازار شدند. اما کداک همچنان روی کیفیت محصولات نگاتیوی کار می‌کرد، این شرکت به این موضوع توجه نکرد که نیاز مشتریان عوض شده و مزیت رقابتی آن دیگر به چشم مشتری‌ها نمی‌آید.

انواع شرایط رقابتی کدام است؟

باتوجه به مبانی نظری موضوع و پویایی‌های واقعی و عینی رقابت می‌توان شرایط رقابتی را به پنج نوع کلی زیر تقسیم بندی کرد:

- شرایط ساده در مقابل مزیت مرکب
- شرایط موقتی در مقابل مزیت پایدار
- شرایط مشهود در مقابل مزیت نامشهود
- شرایط متجانس در مقابل مزیت نامتجانس
- شرایط موقعیتی در مقابل مزیت جنبشی (پویا)(انواری رستمی ، ۱۳۹۸).

در ادامه هر کدام از انواع شرایط ها به اجمال تشریح می‌گردد:

شرایط رقابتی موقتی و شرایط رقابتی پایدار چیست؟

شرایط رقابتی از هر نوع که باشد می‌تواند از حیث عملکرد رقابتی به صورت پایدار یا موقتی باشد. شرایط موقتی اشاره به شرایطی دارد که کوتاه مدت و انتقالی است. به عنوان مثال، سیستم رزرو رایانه ای هوشمند «آمریکن ایرلاینز» در زمان معرفی از حیث بهره برداری از ظرفیت و دسترسی سریع به مشتریان و سایر جنبه‌های عملیاتی، مزیتی را برای شرکت ایجاد کرد. یکی از صاحب نظران به نام گرنر، قابلیت پایداری مزیت رقابتی را با ابعاد طولانی بودن، تحرک و انعکاسی بودن در نظر می‌گیرد. طولانی بودن برحسب توانایی رقبا در تقلید یا به دست آوردن منابع ایجادکننده مزیت رقابتی بیان می‌شود و گویای این مطلب است که مزیت رقابتی پایدار اساساً با تعداد زیادی مجموعه فرعی مرتبط بوده و دارای ماهیت پویا است(انواری رستمی و همکاران ، ۱۳۹۸).

هرکدام از ابعاد پایداری شرایط رقابتی به ماهیت وظیفه استراتژیک در سطوح مختلف سازمان بستگی دارد و به همین دلیل قابلیت پایداری به جای مفهوم ایستا به عنوان یک فرایند پویا در نظر گرفته می‌شود و لذا می‌توان گفت که شرایط رقابتی پایدار یک مقصد با

فرشاد بازرگان زاده: بررسی تأثیر شرایط رقابتی و ابهام شرکتی بر تازه واردان بازار سرمایه (مورد مطالعه: کاربران کارگزاری مفید)

فاصله معین نیست بلکه یک سفر بی انتها است که بستگی به توانایی مسافر و اهداف وی ادامه می یابد. باین مفهوم باید گفت که شرایط رقابتی پایدار مثل فردا است که نزدیک است اما هرگز نمی آید و این به خاطر ماهیت پویای محیط و تغییرات سریع در خواسته ها و انتظارات بازار و نیز تغییر الگوی رفتاری رقبا و همچنین ماهیت پیچیده خود شرایط رقابتی است.

نکته حائز اهمیت دیگر اینکه، بین مزیت رقابتی موقتی و مزیت رقابتی پایدار رابطه وجود دارد به نحوی که بعضی مواقع شرایط رقابتی پایدار از مجموع یک سری از مزیت های رقابتی موقتی حاصل می شود. به عنوان مثال در صنعت رایانه تسلط شرکت اینتل در بازار رایانه ارزان به وسیله خلق مجموعه ای از شرایط های موقتی حاصل شده است که در ادامه نیز شرایط جدیدی را خلق و براساس آن محصول جدیدی را به بازار عرضه میکند و در نتیجه آن رقاباتی که درصدد تقلید و کپی برداری هستند مجبورند برای دستیابی به مزیت جدید فعالیت جدیدی را شروع کنند و این راز تداوم مزیت رقابتی اینتل در صنعت فرار رقابتی رایانه طی دو دهه اخیر بوده است (ایزدی، ۱۳۹۷).

شرایط رقابتی ساده و شرایط رقابتی مرکب چیست؟

شرایط رقابتی از حیث عملکرد می تواند به تنهایی عمل کرده یا به صورت ترکیبی از شرایطی چندگانه به عنوان یک کلیت ادغامی و در تعامل با یکدیگر کار کند که در حالت اول شرایط رقابتی از نوع ساده و در حالت دوم از نوع ترکیبی یا مرکب است. بدیهی است که شرایط ترکیبی از حیث رتبه، نسبت به شرایط ساده جایگاه بالاتر و تعیین کننده تری دارد. وقتی که شرط های ترکیبی، اساساً از دانش و قابلیت های شرکت ناشی می شوند معمولاً از نوع شرط های جنبشی و پویا هستند. چنین شرط های ترکیبی می توانند از قابلیت برتر تحرک زایی و هماهنگی کارتر داراییها و مهارت های متفاوت برای ایجاد شرایط رقابتی در تمایز، محصولات و خدمات کیفی، هزینه پایین، پاسخ سریع به بازار و نیز نوآوری مستمر ناشی شوند. به عنوان مثال، توانایی کائن در پردازش تصویر و ارتقای قابلیت های تولید و بازاریابی ناشی از تجهیز شایستگی های چندگانه باعث شده است که شرکت با کسب مزیت رقابتی، دامنه وسیعی از محصولات نوآور را با کیفیت بالا و کارایی زیاد و هزینه پایین به بازار عرضه کند (کلرول و همکاران، ۲۰۱۰).

تعریف شرط رقابتی موقعیتی در مقابل شرط رقابتی جنبشی (پویا) چیست؟

شرط های موقعیتی از ویژگیها و موجودیهای شرکت ایجاد می شود که عوامل ایجادکننده این نوع شرطها معمولاً ایستا بوده و براساس مالکیت منابع و دارائیها و یا براساس دسترسی هستند. به عنوان مثال در بازار سس مایونز کشور، موقعیت محصولات شرکت مهران نسبت به سایر رقبا به خاطر قدرت اقتاع سازی مشتری است که نتیجه آن تسهیل فروش محصولات شرکت است. یا به عنوان مثال دیگر می توان به فضای قفسه اشاره کرد که در بازار محصولات خرده فروشی، محصولات بعضی از شرکتها در مقایسه با محصولات رقبا، فضای قفسه فروشگاههای خرده فروشی را بیشتر اشغال می کنند که نتیجه آن دسترسی مطلوبتر به مشتریان است. شرط های

رقابتی جنبشی (پویا) اساس کارایی و اثربخشی شرکتها در بازار است زیرا این نوع مزایا باعث میشود که شرکتها فعالیتهای کسب و کار خود را کاراتر و اثربخش تر از رقبا انجام دهند که معمولاً بر مبنای دانش و قابلیت‌های سازمان استوار است.

تعریف شرط رقابتی متجانس و شرط رقابتی نامتجانس چیست؟

شرط های موقعیتی و شرط های پویا می توانند متجانس یا غیر متجانس باشند. وقتی که شرکت و رقبا با استفاده از مهارت ها و قابلیت های متجانس و مشابه به روش یکسان رقابت می کنند، در این صورت، شرط رقابتی از انجام فعالیت های مشابه به صورت بهتر حاصل می شود. به بیان دیگر وقتی شرط رقابتی شرکتها از منابع و روشهای مشابهی حاصل می شود در این صورت شرکت هایی به مزیت رقابتی بادوام دست خواهند یافت که به صورت کاراتر و اثربخش تر منابع را به کار گرفته و روشها را اجرا کنند زیرا در این صورت شرکتها بدون اینکه فرصت متمایز بودن در بازی مشابه را داشته باشند مجبور به ایفای نقش هستند و لذا تنها تعیین کننده شرط رقابتی، دوام کارایی عملیاتی است. در این رابطه و در ارتباط با مباحث استراتژیک گفتنی است که اینگونه شرط ها نمی توانند استراتژیک باشند زیرا انجام برخی امور به صورت متمایز و نه انجام امور مشابه به صورت بهتر یکی از ضرورت های اساسی استراتژی است. البته این مطلب اهمیت مزیت های متجانس برای عملکرد برتر یک بنگاه اقتصادی را با چالش جدی مواجه نمی کند (پنهان ، ۱۳۹۵).

شرط رقابتی مشهود و شرط رقابتی نامشهود چیست؟

شرایط رقابتی مشهود آن نوع مزیتی است که منشاء آن منابع مشهود بوده که به صورت داده فیزیکی مانند ماشین آلات، تجهیزات و... می توان آن را مشاهده کرد. شرایط مشهود معمولاً ناشی از تعهد شرکت به مقدار زیادی منابع در عرصه های خاص است که به راحتی قابل تغییر نیست که از آن جمله می توان به سرمایه گذاری سنگین در ماشین آلات اشاره کرد. در مقابل، شرط نامشهود آن نوع شرطی است که امکان مشاهده آن در شکل فیزیکی به راحتی مقدور نیست. این نوع شرط ها معمولاً پشت عوامل مشخصی پنهان است. این نوع شرایط می تواند ناشی از رازهای تجاری شهرت، یادگیری و شیوه یادگیری و دانستن کارکنان، فرهنگ سازمانی و... باشد. به عنوان مثال، شرط رقابتی «ام تری» ناشی از فرهنگ سازمانی مبتنی بر نوآوری بازار محور آن است که آن شرکت را قادر می سازد که در هر سال بخش قابل ملاحظه ای از فروش خود را از محل محصولات نوآور به دست آورد، ضمن اینکه سیاست شرکت مبنی بر اینکه مهندسان بتوانند ۱۵ درصد وقت اداری خود را روی پروژه های خود صرف کنند تا حدود زیادی به نوآوری محصولات شرکت کمک کرده است. به طور کلی می توان گفت که هرچقدر، شرط های رقابتی سازمان مبتنی بر شرط های نامشهود باشد، امکان تقلید آن مشکل تر و زمان برتر خواهد بود. ضمن اینکه، جابجایی و جذب شرط نامشهود بسیار مشکل تر از شرط مشهود است زیرا به احتمال زیاد شرط نامشهود از خصایص، مشخصات و قابلیت های سازمان مشتق میشوند که از نظر علمی مبهم و از نظر اجتماعی پیچیده هستند. در واقع شرط های مشهود از منابع فیزیکی و قابل مشاهده سازمان ناشی می شود، ولی شرط های نامشهود از قابلیت

فرشاد بازرگان زاده: بررسی تأثیر شرایط رقابتی و ابهام شرکتی بر تازه واردان بازار سرمایه (مورد مطالعه: کاربران کارگزاری مفید)

های سازمان منتج می‌گردد که ناشی از شیوه‌های برنامه‌ریزی، سبک‌های مدیریتی، فرایندها، ساختار و سیستم‌های سازمانی، چگونگی یادگیری، روش‌های هماهنگی و نیز کارهای تیمی است و به همین علت هم هست که تقلیدپذیری آن مشکل خواهد بود. برای اینکه هرکدام از مقولات فوق‌ترکیبی از آنها کارکرد اثربخش داشته باشند مستلزم الزامات سازگار و مناسب هستند که فراهم‌آوری آن برای سازمانهای رقیب مشکل است (ظہیری و همکاران، ۱۳۹۰).

مایکل پورتر و شرایط رقابتی پایدار

در سال ۱۹۸۵، استاد دانشکده کسب و کار هاروارد، مایکل پورتر، کتاب «شرایط رقابتی» را نوشت. کتاب درسی ثابت مدرسه کسب و کار در این زمینه که به شرکت‌ها کمک می‌کند تا یک شرایط رقابتی پایدار ایجاد کنند.

پورتر در کتاب خود توضیح داد که یک شرکت باید اهداف، استراتژی‌ها و عملکردهای روشنی برای ایجاد شرایط رقابتی پایدار ایجاد کند. فرهنگ و ارزش شرکتی کارکنان باید با آن اهداف همسو باشد. پورتر بر روی صدها شرکت تحقیق کرد تا سه روش اصلی شرکت‌ها برای دستیابی به یک شرایط پایدار را شناسایی کند: رهبری هزینه، تمایز و تمرکز (رومانا^۱، ۲۰۱۷).

ابهام شرکتی

طی ماه‌های اخیر ابهامات مختلف سیاسی و اقتصادی در بازار سرمایه وجود داشت اما؛ مهم‌ترین آنان انتخابات ریاست‌جمهوری و مذاکرات وین است که معاملات را تحت تأثیر قرار داده است. وضعیت سیاست که مشخص است و تنها باید نتیجه مذاکرات وین اعلام شود اما؛ ابهامات اقتصادی که شامل کسری بودجه، نرخ دلار و امثال آن می‌شود هنوز هم تا پیش از جای‌گیری دولت جدید ادامه‌دار خواهد بود و تنها پس از مشخص شدن این مسائل می‌توان تأثیر آن را بر روی بازار بررسی کرد اما؛ در حال حاضر مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر روی معاملات بازار سرمایه مذاکرات وین است.

بررسی اخبار نشان می‌دهد که می‌توان به برجام خوش‌بین بود چراکه؛ طی روزهای گذشته میخاییل اولیانوف، رییس هیات مذاکره‌کننده روسیه در وین، احتمال داد مذاکرات وین درباره احیای برجام حداکثر تا هفته آینده از سر گرفته شود. در آخرین نشست برجام هیات‌های مذاکره‌کننده برای دریافت دستورالعمل‌های سیاسی درباره مسائل باقیمانده راهی پایتخت‌های خود شده بودند. در این بین آنتونیو گوترش، دبیرکل سازمان ملل، به پیشواز رفت و از امریکا خواست تحریم‌های ایران را لغو و معافیت‌ها در تجارت نفت و پروژه‌های منع گسترش سلاح‌های هسته‌ای، در چارچوب برجام را تمدید کند. به گفته کارشناسان اگر اخبار خوش‌بینانه نزدیک به رخ دادن باشد و احتمال انجام یک توافق سیاسی به بالاترین نقطه برسد این موضوع احتمالاً به صورت نوسانی اثر مثبت این توافق بر روی بورس و معاملات آن منعکس خواهد شد. به عقیده بسیاری از کارشناسان اقتصادی و بازار سرمایه امضای توافق هسته‌ای در وین و احیای دوباره برجام در گام نخست و به‌صورت فوری می‌تواند نزول بازار سرمایه را فراهم سازد. بررسی نرخ دلار و شاخص کل طی یک دوره

¹ Ramana

چندماهه نشان می‌دهد که تأثیر نوسان نرخ دلار به همین زودی‌ها در بازار سرمایه اجرایی می‌شود. اما گروهی دیگر از کارشناسان می‌گویند: این نزول به صورت سطحی رخ خواهد داد و عمیق نخواهد بود زیرا بازار سرمایه پیش‌ازاین آثار کاهش قیمت دلار را پیشخور کرده و دوم اینکه متغیرهای اقتصادی اجازه کاهش دلار به کمتر از ۲۰ هزار تومان را نمی‌دهد که ما در گزارش‌های پیشین موضوع کاهش نرخ دلار و تأثیر آن بر روی بازار سرمایه را بررسی کردیم. البته این سناریوها زمانی رخ می‌دهد که قیمت مواد خام شرکت با کاهش زیادی مواجه شوند و کاهش نرخ دلار در بازار را خنثی کنند. یکی از کارشناسان بازار سرمایه در خصوص مذاکرات وین می‌نویسد: در صورت احیای برجام، صادرات نفت تا حدودی افزایش می‌یابد و بخشی از درآمدهای نفتی به کشور بازمی‌گردد. بنابراین اگر برجام نهایی شود شاهد کاهش قیمت دلار به محدوده ۲۰ هزار تومان خواهیم بود. کارشناس دیگری می‌گوید: برای فعالان بازار مشخص شده کف قیمت دلار نمی‌تواند به کمتر از ۲۰ هزار تومان برسد، همچنین به نظر می‌رسد قیمت جهانی مواد خام در جهان با نزول چندانی مواجه نشود. با توجه به پایان ریسک حاکم در بازار مانند انتخابات ریاست‌جمهوری ایران، روند صعودی بازار می‌تواند ادامه‌دار باشد. بررسی آمارها نشان می‌دهد که نرخ دلار در بازار آزاد نمی‌تواند به کمتر از ۲۰ هزار تومان برسد و حتی اگر بهترین نوع مذاکره در وین رخ دهد متغیرهای اقتصادی تغییر نمی‌یابند و نباید فراموش کرد بازار پیش‌ازاین نرخ دلار و امثال این موارد را پیش‌خور کرده و حتی اگر نرخ دلار به کمتر از ۲۰ هزار تومان برسد نمی‌تواند تأثیر منفی چندانی بر روی بازار سرمایه داشته باشد (فینیگان^۱ و همکاران، ۲۰۱۸).

تأثیر مذاکرات بر روی شرکت‌های بورسی

شاخص کل بورس طی هفته گذشته بازدهی بسیار مطلوبی در سال جاری کسب کرد و حتی روز گذشته اولین روز کاری هفته نیز با رشد شاخص به پایان رسید. با توجه به رشد بازار طی روزهای اخیر و رکوردشکنی طی سه‌ماهه نخست مقدمات حرکت صعودی بازار آغاز شده و اگر وضعیت بر اساس پیش‌بینی‌ها، حرکت کند بازدهی بسیار خوبی تا پایان سال در این بازار خواهیم داشت. صورت مالی اغلب شرکت‌ها خیر از سودآوری می‌دهد و افزایش ارزشی اغلب سهام در بازار باید در انتظار روزهای خوش بود. درحال حاضر دو متغیر درونی و بیرونی در بازار سرمایه فعالیت می‌کند و این متغیرها باعث شده که معاملات جذاب‌تری در تالار شیشه‌ای داشته باشیم و سهامداران تنها به خرید سهم فکر کنند اما؛ نباید فراموش کرد که روند صعودی این روزهای بازار سهام می‌تواند با سد مواجه شود و یک‌باره وضعیت تغییر کند. توافقات و برجام می‌تواند یک در جدید سودآوری برای شرکت‌های بورسی از طریق توسعه و گشایش تجارت باز کند. درحال حاضر اگر توافقی رخ دهد شرکت‌های کامودیتی محور می‌توانند سود بسیار خوبی به دست آورند. آزاد شدن معاملات طرف‌های خارجی با شرکت‌های ایرانی، تهیه مواد اولیه تولید را آسان‌تر می‌کند و بهبود عملکرد و افزایش سودآوری شرکت‌ها را به دنبال خواهد داشت. این موضوع در صورتی است که بر اساس توافق نقل‌وانتقال بانکی نیز برای طرف‌های (شرکت‌ها) ایرانی از دایره تحریم‌ها خارج شوند. در این صورت در کنار افزایش معاملات و مبادلات بانکی، هزینه کمتری برای نقل‌وانتقال پول برعهده شرکت‌ها

¹ Finegan

فرشاد بازرگان زاده: بررسی تأثیر شرایط رقابتی و ابهام شرکتی بر تازه واردان بازار سرمایه (مورد مطالعه: کاربران کارگزاری مفید)

خواهد بود و در نهایت تمامی تحولات بر روی صورت مالی و عملکرد مثبت شرکت‌ها تأثیر خواهد داشت و در مدت کوتاهی رشد سود را برای سهامداران و شرکت‌ها شاهد خواهیم بود. با توجه به این موضوع که مذاکرات وین می‌تواند بر روی نرخ دلار تأثیرگذار باشد، نرخ دلار این روزها به یک معیار مهم برای تصمیم‌گیری سهامداران تبدیل شده، البته کاهش نرخ دلار به معنای کاهش درآمد شرکت‌های صادرات‌محور و افزایش زیان از محل عدم تناسب هزینه و درآمد خواهد بود که ممکن است نرخ سهام آنان را با نوسانات زیادی روبرو کند (انواری و همکاران، ۱۳۹۸).

همچنین روند کاهشی لیدرهای بازار ممکن است به نمادهای دیگر نیز سرعت یابد و تا زمان متناسب شدن مجدد هزینه‌ها و درآمدها، بورس با افت مواجه شود. در مقابل اما گفته می‌شود که در صورت کاهش نرخ دلار، شرکت‌های ریالی که عموم تولیدات خود را در داخل به فروش می‌رسانند، کاهش هزینه و افزایش درآمد را تجربه خواهند کرد. از همین رو به نظر می‌رسد شرکت‌های غذایی، دارویی و شوینده‌ها بتوانند با رشد مواجه شوند. این در صورتی است که معامله‌گران گرفتار هیجان و عدم تحلیلیگری نباشند. در این میان اما گفته می‌شود در صورت عدم توافق، چشم‌انداز تورمی سبب رشد نرخ دلار، افزایش قیمت سهام و در نتیجه صعود شاخص کل بازار سرمایه خواهد شد. احتمال این وجود دارد که با احیای برجام شاخص بورس تحت تأثیر قرار بگیرد و شاهد کاهش نرخ دلار به صورت مقطعی باشیم اما در بلندمدت چشم‌انداز منفی و اثرات منفی برای بازار سرمایه قابل تصور نیست و حتی بخش عمده‌ای از کارشناسان بازار سرمایه بر این باورند که احیای برجام می‌تواند اثرات مطلوبی داشته و موجبات افزایش درآمد شرکت‌های بورسی و شرکت‌های کامودیتی محور را پدید سازد. احیای برجام و رفع تحریم‌ها همچنین می‌تواند مشکلات شرکت‌های بورس را در نقل و انتقال ارز کمتر کند و این عامل خود زمینه‌های بهبود تولید و سودآوری را در شرکت‌های بورس فراهم می‌کند. یکی از فعالین اقتصادی در صفحه مجازی خود درخصوص احیای برجام نوشته بود: اگر با برداشته شدن تحریم‌ها گشایش اقتصادی حاصل شود و شرکت‌ها بتوانند صادرات خود را راحت‌تر انجام دهند، وضع اقتصاد بهتر می‌شود و افزایش امید به آینده در میان مدت باعث رشد بازار سهام می‌شود. یکی دیگر از کارشناسان اقتصادی نیز به موضوع بازگشت امریکا به برجام و اثرات تورمی اشاره کرده و نوشته بود: بازگشت امریکا به برجام برای شرکت‌های بنیادی، بزرگ و شرکت‌هایی که بخش قابل‌ملاحظه‌ای از مبادلات ما را انجام می‌دهند می‌تواند خبر خوبی باشد. هر اندازه سیاست‌ها به سمت و سوی واقعی شدن اقتصاد پیش برود و از محدودیت‌ها و ممنوعیت‌ها خارج شویم، وضع خوبی در بنگاه‌های اقتصادی حاکم می‌شود. چنانچه در ماه‌های آینده فاکتورهایی به بازار مخابره شود که تأثیر منفی و کاهشی روی بازار نگذارد با در نظر گرفتن شرایط بنیادی شرکت‌ها می‌توان به روزهای آینده بازار امیدوار بود (جانیس^۱ و همکاران، ۲۰۱۱).

نتیجه گیری

برای شناخت بورس و آشنایی بیشتر با آن بهتر است از "بازار" و تعریف آن شروع کنیم. در یک تعریف ساده، می‌توان گفت که، بازار مکانی است که در آن خرید و فروش صورت می‌گیرد؛ و ساده‌تر این است که بگوییم هرگاه شرایطی فراهم شود که بین خریدار و

¹ Janis

فروشنده رابطه برقرار شود و معامله‌ای صورت پذیرد بازار تشکیل شده است. این شرایط می‌تواند مکان خاصی باشد یا شبکه‌ای ارتباطی مثل اینترنت. در بازارها به طور کلی دو نوع دارایی، دارایی‌های واقعی و دارایی‌های مالی، مورد معامله قرار می‌گیرند. دارایی‌های واقعی همان دارایی‌های فیزیکی هستند مثل زمین، ساختمان و انواع کالا مانند ماشین، لوازم خانگی و... اما دارایی‌های مالی دارایی‌های کاغذی و بهتر بگوییم اسنادی هستند، مثل سهام و اوراق مشارکت. به طور کلی می‌توان گفت که مزیت رقابتی پایدار از ویژگی‌هایی نظیر بادوام بودن، قابلیت پدافندی بالا، تحمل پذیری مناسب، دارای قابلیت مدارا، قابلیت زیستی بالا، قابلیت حمایتی و پشتیبانی زیاد، قابلیت پذیرش بالا، قدرت توجیه پذیری و اقناع سازی مناسب و توان مذاکره ای قابل ملاحظه برخوردار است که البته متناسب با شدت و قدرت پایداری مزیت رقابتی همه یا بعضی از ویژگی‌های فوق در آن وجود خواهد داشت. به عنوان مثال، اگر سازمان در مقابل رقبا مجبور به حفاظت از ارزشهای خود باشد، در این صورت واژه پایداری بیشتر با تحمل پذیری و قابلیت پدافندی سازگارتر است، یا چنانچه مزیت رقابتی سازمان به گونه ای باشد که او را قادر به طراحی و اجرای استراتژی‌های تهاجمی در عرصه‌های مختلف بازار کند، واژه پایداری مزیت رقابتی بیشتر در گرو قابلیت تهاجمی آن خواهد بود. طی ماه‌های اخیر ابهامات مختلف سیاسی و اقتصادی در بازار سرمایه وجود داشت اما؛ مهم‌ترین آنان انتخابات ریاست‌جمهوری و مذاکرات وین است که معاملات را تحت تأثیر قرار داده است. وضعیت سیاست که مشخص است و تنها باید نتیجه مذاکرات وین اعلام شود اما؛ ابهامات اقتصادی که شامل کسری بودجه، نرخ دلار و امثال آن می‌شود هنوز هم تا پیش از جای‌گیری دولت جدید ادامه‌دار خواهد بود و تنها پس از مشخص شدن این مسائل می‌توان تأثیر آن را بر روی بازار بررسی کرد اما؛ درحال حاضر مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر روی معاملات بازار سرمایه مذاکرات وین است. مشتری مداری، کسب رتبه بالا در رتبه‌بندی سالانه، فعالیت در بازارهای مختلف بورس (بورس، فرابورس، کالا و انرژی)، عملکرد مطلوب سیستم معاملات آنلاین، تعدد شعب و نمایندگی در استان‌های مختلف، سیستم پاسخگویی مناسب به مشتریان، بهترین خدمات مشاوره‌ای، سلسله برنامه‌های آموزش حضوری یا مجازی، ارتباط خوب با صندوق‌های سرمایه‌گذاری، ارائه خدمات مالی از جمله وام قرض الحسنه، اعتبار معاملاتی و... از جمله مواردی است که در انتخاب کارگزار خوب باید به آن توجه کرد. پیشنهاد در مورد دیگر کارگزاران هم تحقیقاتی صورت گیرد در مورد سهامداران عدالت هم بحث‌های شود

منابع

- انواری رستمی، علیاصغر؛ تهرانی، رضا و سراجی، حسن (۱۳۹۸) «بررسی ارتباط میان ارزش افزوده اقتصادی، سود قبل از بهره و مالیات، جریان نقدی فعالیتهای عملیاتی با ارزش بازار سهام شرکتهای پذیرفته در بورس اوراق بهادار تهران». بررسیهای حسابداری و حسابرسی، شماره ۳۷، ۳-۲۱.
- احمدپور، احمد و یحیی‌زاده‌فهر، محمود (۱۳۹۷) مدیریت مالی. بابل‌سر: انتشارات دانشگاه مازندران، ص ۴۵.
- ایزدی نیا، ناصر (۱۳۹۷). ارزشیابی واحد های تجاری با استفاده از مدل‌های ارزش افزوده اقتصادی و جریانهای نقدی آزاد و تعیین شکاف قیمت و ارزش سهام». رساله دکتری، دانشگاه علامه طباطبایی.
- بینشیان، زهرا، و دهدار، فرهاد (۱۳۹۷). ارائه مدل رابطه هوش مالی با گرایشهای رفتاری و اثر آنها در تصمیمات سرمایه گذاری براساس نظریه رفتار برنامه ریزی شده، فصلنامه علمی- پژوهشی دانش سرمایه گذاری، سال هفتم، شماره ۲۵، ۲۰۳-۲۲۱.
- پناهی، علی (۱۴۰۰) بررسی رابطه میان رفتار سرمایه گذاران در بازار رقابتی بورس اوراق بهادار، کارشناسی ارش م پریت صنعتی (گرای م پریت عملکرد) دانشگاه شاه تاران ایران، صص ۴۳-۶۵.
- تلنگی، احمد (۱۳۹۹). تقابل نظریه نوین مالی و مالی رفتاری، فصلنامه پژوهشهای مالی، شماره ۱۷: ۳-۲۵.
- دیانتی دیلمی، زهرا؛ دینمحمدی، مصطفی و معتمدی، سعید (۱۳۹۲). بررسی عکسالعمل سرمایه‌گذاران در مقابل خبرهای اقتصادی و سیاسی غیرمنتظره در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه علمی- پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری سال دوم، شماره ۷: ۵۵-.
- ظهیری، محمد (۱۳۹۰) «بررسی ارتباط میان ارزش افزوده اقتصادی و سود هر سهم با ارزش بازار سهام در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران، صص ۵۶-۷۸.
- سینایی، حسنعلی و محمودی، ادریس (۱۳۹۸). بررسی تأثیر خبر تجزیه سهام و سهام جایزه بر بازده سهام در بورس اوراق بهادار تهران، بررسیهای حسابداری و حسابرسی، سال دوازدهم، شماره ۱: ۷۷-۹.
- گل ارضی، غلامحسین و دانایی، کیمیا (۱۳۹۸). بررسی بیش واکنشی سهامداران و مقایسه آن در شرکتهای کوچک و بزرگ در بورس اوراق بهادار تهران، چشمانداز مدیریت مالی، سال نهم، شماره ۲۵: ۵۹-۷۶.
- Archer, J., & Coyne, S. M. (2015). An integrated review of indirect, relational, and social aggression. *Personality and Social Psychology Review*, 9, 515-50.
- Baker, M., & Wurgler, J. (2006). Investor sentiment and the cross-section of stock returns. *The Journal of Finance*, 61, 1645-1680.
- Barber, B. K. (2013). Interparental conflict styles and youth problem behaviors: A twosample replication study. *Journal of Marriage and the Family*, 00(1), 119-105.
- Barua, S., & Chowdhury, A. (2018). General characteristics and investment determinants in

- bangladesh Capital markets: evidence from dhaka stock exchange. Finance and Tourism Management, 54, ISSN 2070-3724.
- Carroll, J. S., Nelson, D. A., Yorgason, J. B., Harper, J. M., Ashton, R. H., & Jensen, A. C. (2010). Relational aggression in marriage. Aggressive Behavior, 00(2), 012-059.
- D. V. Ramana. "Market Value Added and Economic Value Added: Some Empirical Evidence"., Working Paper, Available ssrn website, (2017). Anand S. Desai., Fatemi, Ali and Katz, Jeffrey P (2015). "Wealth Creation and Managerial Pay: MVA and EVA as Determinates of Executive Compensation"., Global Finance Journal, . 159-179-
- Janis K. Zima, Howard F. Turesky, Burce Cochran (2011). "The MVA- EVA Relationship: Separation of Market Driven Versus Firm Driven Effects"., Review of Accounting & Finance, No.4:1, 32-49.-
- JHvH de(2018). Wet EVA Versus Traditional Accounting Measures of Performance as Drivers of Shareholder Value-A Comparative Analysis"., Meditari Accountancy Research, Vol. 13, No. 2, 1-16
- Finegan, P.T.(2018). "Maximizing Shareholder Value at the Private Company"., Journal of Applied Corporate Finance, Vol.4, No.1,
- O, byrn, S.F (2014) "EVA and Market Value"., Journal of Applied Corporate Finance, Vol.9, No.1