

بررسی رابطه بین عرضه کوتاه مدت و انحراف قیمت در بازارهای سرد

داریوش دموری^۱ و خیرالله جاسم بچاری^۲ و محسن رضایی^۳

۱ استادیار گروه حسابداری و مالی دانشگاه یزد، یزد، ایران

۲ دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه امام جواد(ع) یزد، یزد، ایران

۳ مربی گروه حسابداری، دانشگاه امام جواد(ع)، یزد، ایران

چکیده

یکی از موضوعات مهم اقتصادی و مالی، عرضه سهام به صورت عمومی و تبدیل مالکیت خاص به عام می باشد، که به دلیل منافع بسیار زیاد آن مانند افزایش سرمایه، رقابت بیشتر، کسب معافیت های مالیاتی، دسترسی به منافع مالی ارزان قیمت، غالباً مورد استقبال شرکت ها واقع می گردد. از آنجا که شرکت های رهبر به دنبال تشخیص بهترین موقعیت برای عرضه سهام خود به عموم هستند، بررسی جایگاه رهبران در بازارهای سرد عرضه اولیه سهام اهمیت می یابد تا باعث کاهش نگرانی آن ها از آینده بازار و فعالیتشان در این بازارها شود. هدف این پژوهش بررسی نقش و جایگاه رهبران عرضه اولیه سهام در بازارهای داغ بورس اوراق بهادار تهران می باشد در این پژوهش اطلاعات مالی ۱۳۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی دوره زمانی ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۵ که عرضه اولیه سهام داشته اند، مورد بررسی قرار گرفته است. بین بازده کوتاه مدت عرضه اولیه در بازار سرد و انحراف قیمت ارتباط معناداری وجود دارد. هم چنین با تجزیه و تحلیل های صورت گرفته در ارتباط با تأیید فرضیه دوم پژوهش به این نتیجه رسیدیم که بین بازده کوتاه مدت شرکت های رهبر و رشد شرکت ارتباط معناداری وجود دارد. در نهایت با توجه به تجزیه و تحلیل های صورت گرفته در ارتباط با تأیید فرضیه سوم پژوهش به این نتیجه رسیدیم که بین بازده کوتاه مدت سایر شرکت ها و رشد شرکت ارتباط معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: رهبری بازار، سهام عرضه اولیه، بازده کوتاه مدت، بازارهای سرد