

بررسی ارتباط بین سهم بازار با نقدینگی سهام شرکتهای پذیرفته شده در بازار بورس اوراق بهادار تهران

محمد رضا عسگری^۱ و علی کلهر^{۲*}

۱ عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی دانشیار واحد یادگار امام (ره) شهرری

Asgari@iausr.ac.ir

۲ کارشناس ارشد مدیریت

* دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام (ره) شهرری گروه مدیریت بازرگانی ایران تهران

چکیده

هدف کلی این تحقیق بررسی سهم بازار شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به تفکیک صنایع مختلف و تأثیر آن بر میزان نقدشوندگی سهام این شرکتهای می باشد. این تحقیق شامل دو فرضیه می باشد. (۱) بین سهم بازار با میزان نقدشوندگی سهام شرکت ها رابطه معناداری وجود دارد (۲) با تغییر در سطح عدم تقارن اطلاعاتی شرکت، رابطه بین سهم بازار با نقدشوندگی سهام تغییر می کند. متغیر مستقل شامل سهم بازار محصول و عدم تقارن اطلاعاتی و متغیر وابسته شامل نقدشوندگی سهام می باشد. جامعه آماری هفت گروه صنعتی از شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است و روش نمونه گیری سیستماتیک می باشد که نمونه آماری این تحقیق شامل ۱۷۴ شرکت است و دوره تحقیق ۶ ساله از سال ۸۳ تا ۸۸ می باشد. نتایج تجزیه و تحلیل آماری بیانگر این است که رابطه ی بین سهم بازار محصول با درجه نقدشوندگی خطی و مستقیم است و در شرکتهای با عدم تقارن اطلاعاتی در مقایسه با سایر شرکت ها افزایش در سهم بازار محصول شرکت تأثیرات مثبت کمتری بر نقدشوندگی سهام دارد.

واژه های کلیدی: عدم تقارن اطلاعاتی، نقدشوندگی سهام، سهم بازار محصول