

І-Шуан Чен

Опитування на президентських виборах і прибутковість акцій на Тайвані

У статті аналізується вплив 29 опитувань громадської думки, проведених трьома відомими ЗМІ, на 825 зареєстрованих на тайванській фондовій біржі фірм під час президентської виборчої кампанії 2020 року на Тайвані. На виборах претендент Хан застосував безпрецедентну передвиборчу тактику, попросивши своїх прихильників ввести в оману соціологів щодо власних намірів проголосувати, розділивши вибіркові опитування, опубліковані до та після початку реалізації цієї передвиборчої тактики, на нормальні та хаотичні періоди. У цьому дослідженні вказується на те, що фондові ринки позитивно реагують на збільшення відсотка осіб, які підтримують кандидатуру нинішнього президента, через зниження ймовірності майбутніх змін в економічній політиці, тільки якщо йдеться про нормальні опитування, які заслуговують на довіру. Для аналізу впливу коротких опитувань на прибутковість акцій протягом періоду вибірки використано стандартне дослідження подій у триденному вікні подій, за день до та після дня події. Фіксоване вікно оцінювання становить 120 днів. Результати показують, що ринкова дохідність позитивно пов'язана зі змінами в підтримці кандидатури чинного президента лише у випадку звичайних телевізійних опитувань, і ринки сильніше реагують на зниження відсотка підтримки, ніж на збільшення такого відсотка протягом телевізійних опитувань, як передбачається гіпотезою невизначеної інформації. Аналіз впливу опитувань у хаотичний період на настрої інвесторів показує, що ринок позитивно реагує як на позитивні, так і негативні зміни в опитуваннях, припускаючи, що ця тактика створює плутанину на ринку. У статті робиться висновок про те, що ринки можуть по-різному реагувати на опитування громадської думки залежно від їхнього джерела та передвиборчої тактики кандидатів.

Ключові слова: президентські вибори, політична невизначеність, гіпотеза невизначеної інформації, опитування громадської думки, кумулятивна середня аномальна прибутковість

Класифікація JEL: D72, G12, G14



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.