

## عنوان مقاله:

نقش مناسبت های تاریخی اسلامی در ارتباط بین گرایش های احساسی سرمایه گذاران و بازده سهام با تاکید بر متغیر تعدیل گر حاکمیت شرکتی

## محل انتشار:

دوفصلنامه تحقیقات مالی اسلامی، دوره 9، شماره 2 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 35

## نویسندگان:

عبدالغفور محمدزاده - دانشجوی دکتری حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

فروغ حیرانی - استادیار حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

اکرم تفتیان - استادیار حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش، بررسی نقش مناسبت های تاریخی اسلامی بر رابطه بین گرایش های احساسی سرمایه گذاران و بازده سهام با تاکید بر متغیر تعدیل گر حاکمیت شرکتی است. منظور از مناسبت های تاریخی اسلامی، ماه های رمضان و محرم هستند. از اندازه هیات مدیره، حضور مدیرعامل در هیات مدیره، حسابداری شرکت، وجود حسابرس داخلی، استفاده از متخصصین مالی و اظهارنظر حسابرس به عنوان متغیرهای حاکمیت شرکتی استفاده شده و تعداد ۱۳۲ شرکت در دوره ۱۴/۰۸/۱۳۹۲ شمسی مصادف ۱۰/۰۱/۱۴۳۵ قمری (اول محرم) تا تاریخ ۱۹/۰۶/۱۳۹۷ شمسی مصادف با ۲۹/۱۲/۱۴۳۹ قمری (آخر ذی الحجه) به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها، الگوی رگرسیون چندمتغیره بر مبنای داده های پانلی مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج پژوهش نشان می دهد که تفاوت معنی داری بین گرایش های احساسی سرمایه گذاران و بازده سهام در ماه های رمضان و محرم در مقایسه با سایر ماه ها وجود دارد. همچنین، حاکمیت شرکتی نقش تعدیل کننده ای در ارتباط بین گرایش های احساسی سرمایه گذاران و بازده سهام در ماه های رمضان و محرم دارد. به عبارتی، حاکمیت شرکتی از تصمیمات احساسی سرمایه گذاران که از مناسبت های اسلامی نشأت گرفته و بر بازده سهام تاثیر می گذارند جلوگیری می کند.

## کلمات کلیدی:

بازده سهام، حاکمیت شرکتی، گرایش های احساسی سرمایه گذاران، مناسبت های تاریخی اسلامی، ماه رمضان، ماه محرم. طبقه بندی JEL: C۱۹، C۳۳، G۱۵، G۲۹

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1229700>

