

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ОЖИДАНИЯ IPO КАК ФАКТОР КРАТКОСРОЧНОЙ ДОХОДНОСТИ ФИНАНСОВЫХ АКТИВОВ**DOI: <https://doi.org/10.24891/opxlpj>EDN: <https://elibrary.ru/opxlpj>**Олег Викторович СОРОКИН**

аспирант Института государственной службы и управления, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), Москва, Российская Федерация

e-mail: demanded749@gmail.com

ORCID: отсутствует

SPIN: отсутствует

**История статьи:**

Рег. № 682/2025

Получена 23.10.2025

Одобрена 19.11.2025

Доступна онлайн

26.02.2026

**Специальность:** 5.2.4

УДК 336.7

JEL: G11, G12

**Ключевые слова:**

первичное размещение, доходность, поведение инвесторов, модель регрессии, метод ближнего соседа

**Аннотация****Предмет.** Информационные ожидания IPO как фактор краткосрочной доходности финансовых активов.**Цели.** Проанализировать факторы, способные оказать влияние на доходность акций на ранних этапах непосредственно после первичного размещения.**Методология.** Использованы регрессионный анализ и непараметрическая оценка зависимости методом ближнего соседа.**Результаты.** При первичном размещении акций инвестору недоступна ни длительная история котировок, ни проверенная отчетность компании за много лет, поэтому приходится ориентироваться на ограниченную информацию. При таких условиях поведение инвестора может отклоняться от рационального, в частности, инвесторы становятся чувствительными к рекламе будущего первичного размещения акций. Установлено, что в российской практике внимание к будущему первичному размещению в социальных сетях скорее является негативным фактором для долгосрочных инвесторов, и выбирать акции в портфель непосредственно после размещения имеет смысл из секторов, не интересных массовому инвестору.**Выводы.** Эффект от внимания к будущему размещению акций проявляется только в период 60 торговых дней после размещения, вероятной причиной является отток спекулятивного капитала. Результаты исследования могут быть использованы для оценки потенциальной доходности от участия в первичном размещении российских акций, а также для отбора в портфель акций, недавно прошедших первичное размещение.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2025

**Для цитирования:** Сорокин О.В. Информационные ожидания IPO как фактор краткосрочной доходности финансовых активов // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2026. – № 1. – С. 124 – 132. DOI: 10.24891/opxlpj EDN: OPXLPI

В рамках гипотезы эффективного рынка любая информация, доступная широкому кругу лиц при полусильной форме эффективности или исключительно инсайдерам при сильной форме эффективности, не позволяет построить прогноз будущей доходности акции или же иным образом извлечь избыточную прибыль. Существуют как исследования, подтверждающие гипотезу эффективного рынка, так и многочисленные свидетельства частных случаев ее нарушения. Так, A.W. Lo [1] показал отсутствие в динамике цен финансовых

активов долгосрочной памяти. В 1991 г. в обзоре эффективности рынков E.F. Fama провел тестирование и доказал принципиальную непредсказуемость доходности финансовых активов<sup>1</sup>. Авторы работы [2] исследовали рыночные аномалии и показали, что, несмотря на их очевидное существование, извлекать из аномалий положительную прибыль сложно. Серия работ, опубликованных в 1990-е гг., показала в целом, что портфель ценных бумаг, подобранных специалистами, в среднем не показывает доходность выше рыночной, что является косвенным свидетельством в пользу гипотезы эффективного рынка.

Статистические исследования [3, 4] показали, что гипотеза о слабой эффективности рынка не может быть отвергнута на базе статистических критериев, поскольку поведение цен никак не объясняется их исторической динамикой. Так, В.G. Malkiel [5] в 2003 г. отверг гипотезу эффективного рынка в целом, однако отметил, что современные ему рынки гораздо более эффективны и, соответственно, гораздо менее предсказуемы, чем рынки, описываемые в публикациях десятилетней и более давности. Наконец, серия работ второй половины первого десятилетия XXI в. показала рост степени эффективности фондовых рынков разных стран, а также то, что развитые фондовые рынки эффективнее развивающихся. В совокупности приведенные исследования подтверждают несостоятельность гипотезы эффективного рынка и инициируют альтернативные концепции. Вместе с тем в различных публикациях обнаружены воспроизводимые и статистически значимые особенности динамики доходности акций, которые нельзя объяснить в рамках гипотезы эффективного рынка. Как правило, их называют аномалиями. В рамках данного исследования рассматриваются аномалии, связанные с реакцией доходности акций при IPO на информацию, распространяемую в интернете. Еще в 1992 г. N. Chopra, J. Lakonishok, J.R. Ritter [6] обнаружили и статистически подтвердили способность доходности акций демонстрировать чрезмерную реакцию на новости. Более поздние работы уже охватывают не только новости, то есть официальную информацию о ценной бумаге, но и многочисленные неофициальные мнения, прогнозы и упоминания в сети. Основная гипотеза данного исследования заключается в том, что доходность акций на ранних этапах после IPO способна сильно зависеть от информации в интернете по трем причинам: недостаток исторической информации о фирме, выходящей на первичное размещение; сформировавшаяся привычка частных инвесторов искать информацию в интернете и доверять этой информации; работа рекомендательных алгоритмов, которые способны распознать человека, интересующегося акциями, по его сетевому следу, и автоматически предоставить необходимую информацию. В результате возникает сетевой эффект, в некоторых исследованиях обозначаемый термином «хайп» [7]: чем больше информации размещено в сети, тем больше потенциальных инвесторов увидят ее благодаря работе рекомендательных алгоритмов. Но как минимум часть инвесторов являются не только потребителями, но и производителями сетевого контента, по мере распространения информации их становится еще больше. В результате роста числа потенциальных инвесторов растет спрос на акцию, что может привести к росту доходности на ранних периодах. Принципиальный вопрос заключается в том, как именно можно измерить совокупное внимание потенциальных инвесторов к будущему IPO на основе информации, размещенной в интернете в открытых источниках. Существуют два различных подхода к оценке внимания потенциальных инвесторов к будущему IPO: на базе количества распространяемой информации и на базе эмоционального фона, создаваемого инвесторами. В первом случае измеряется количество статей, постов и реакций пользователей интернета, такой подход применяется, например, в работах J.R. Ritter<sup>2</sup>. Во втором случае рассматривается эмоциональная окраска информации на базе семантического анализа комментариев, особенно удобными для данной формы

---

<sup>1</sup> Fama E.F. Efficient Capital Markets: II. *The Journal of Finance*, 1991, vol. 46, no. 5, pp. 1575–1617.  
URL: <https://www.bu.edu/econ/files/2011/01/Fama2.pdf>

измерения оказываются платформы, которые созданы для обсуждения перспектив инвестирования в ценные бумаги и позволяют пользователям одной кнопкой выражать свое мнение о некоторой информации в формате «лайк/дизлайк». Автоматический сбор информации с подобных источников позволяет оценить общий эмоциональный фон в отношении инвесторов к определенной ценной бумаге, в том числе к той, которую только планируется разместить на фондовой бирже. Подобный подход используется в работах [7, 8].

В целом различные эффекты, которые можно было бы интерпретировать как аномалии в ценообразовании на различных стадиях непосредственно после IPO, были обнаружены во многих статьях зарубежных [1–9] и отечественных авторов [10–13]. Результаты позволяют говорить о том, что на ранних стадиях после IPO систематически наблюдается отклонение поведения цен на акции от эффективного. Нарушение гипотезы эффективного рынка, с одной стороны, потенциально позволяет извлечь из операций с ценными бумагами прибыль сверх нормальной, с другой – создает дополнительные риски для инвесторов, поскольку поведение цен становится непрогнозируемым. Для выработки рекомендаций для инвесторов необходимо знать, какие именно факторы влияют на успешность того или иного IPO на разных промежутках времени после размещения, и на их основе осуществлять отбор акций. Особенности поведения цен на акции на ранних стадиях после IPO объясняются, главным образом, двумя факторами. Во-первых, в рамках анализа динамики акций непосредственно после IPO отсутствует база для двух основных вариантов анализа котировок: технического и фундаментального. Провести технический анализ не позволяет отсутствие достаточно большой выборки исторических данных. Что касается фундаментального анализа, то он ограничен косвенными данными, поскольку организация, которая впервые становится публичной, не предоставила еще ни одного отчета по правилам, существующим для публичных компаний. По этой причине инвесторы, ориентирующиеся на ценностные инвестиции, вынуждены изучать предыдущие финансовые результаты и только догадываться о том, как пойдет развитие компании после IPO. В результате на ранних стадиях после IPO и на более поздних стадиях, когда накопление данных позволит применять стандартные методы оценки, на капитализацию влияют разные факторы. В данной работе использована та же методология, что и в статье Yi Zhao с соавторами [9]. Идея заключается в том, чтобы оценить линейную регрессию, в которой в качестве зависимого показателя рассматривается доходность акций за определенный период после IPO, а в качестве факторов – контрольные переменные и показатель внимания к IPO в интернете. Контрольные переменные должны быть такими, чтобы их влияние на доходность было обосновано либо теоретическими моделями, либо предыдущими эмпирическими исследованиями. В 3-м разделе статьи Yi Zhao изложена идея модели, а в разделе 4 показано, что совокупный показатель внимания инвесторов, рассчитанный по авторской методике на основе постов и оценок в социальных сетях, является статистически значимым. В период с 2022 по 2024 г. включительно на российских биржах прошли 23 первичных размещения, подобной выборки достаточно для проверки гипотезы о влиянии процесса распространения информации на цены акций на ранних этапах после IPO.

*Описание выборки.* Общая идея тестирования подобных эффектов от эмоциональной окраски основана на регрессионном анализе. В случае, если эффект от распространения информации удастся количественно измерить с помощью некоторой прокси-переменной, становится возможным построение модели регрессии по пространственной выборке с дополнительными контрольными переменными. Подобная модель была построена, например, J.R. Ritter<sup>2</sup> и включала количество постов в социальной сети, долю положительных с точки зрения эмоциональной окраски постов и иных форм проявления положитель-

<sup>2</sup> Ritter J.R. Some factoids about the 2006 IPO market.

URL: <https://people.bath.ac.uk/mnsrf/Teaching%202011/IB/Literature/L4-underpricing/IPOs2006Factoids.pdf>

ных эмоций и долю пользователей сети, которые напрямую высказываются о будущем росте/будущем падении стоимости акций. Такая модель объединяет три основных канала влияния предварительно распространяемой информации на успешность IPO: через общую узнаваемость фирмы, через прогнозы инфлюенсеров и через эмоциональную оценку.

В данной работе используется более простой подход. Для оценки общего внимания пользователей интернета к предстоящему IPO используется инструмент Яндекс WordStat. Данный сервис позволяет получить информацию о количестве поисковых запросов в поисковике Яндекса по определенному слову или словосочетанию за определенный период. Во всех случаях в качестве слова применялось название компании (например, Делимобиль), а в качестве срока рассматривались две недели непосредственно до IPO. Таким образом, получившийся количественный показатель отражает активность запросов, связанных с IPO соответствующей фирмы, в качестве событийного окна используется период величиной две недели непосредственно до IPO. Использованы данные по 23 эмитентам, прошедшим процедуру IPO с начала 2022 г. до конца 2024 г. (Вуш, Генетико, Астра, Совкомбанк, Южуралзолото, Евротранс, КарМани, Мосгорломбард, Хендерсон, Ламбумиз, ОзонФарма, Аренадата, АПРИ, Промомед, ВсеИнструменты, Элемент, МТС Банк, Займер, Европлан, Кристалл, Диасофт, Делимобиль и ИВА). По всем фирмам в качестве зависимой переменной рассматривается доходность первого дня торгов, доходность за первые 20 торговых дней и доходность за первые 60 торговых дней. В качестве контрольных переменных используются возраст корпорации, free-float и логарифм выручки за последний год до IPO в качестве индикатора масштаба. Все модели построены в виде линейной регрессии по четырем факторам с робастными стандартными ошибками. Основное уравнение модели может быть записано так:

$$r_i = b_0 + b_1 words_i + \sum_{j=2}^k b_j X_{ij} + \varepsilon_i,$$

где  $r_i$  – доходность;  $words_i$  – показатель внимания к IPO в сети;  $X_{ij}$  – контрольные переменные;  $\varepsilon_i$  – случайная ошибка модели.

У каждой модели есть три версии, в которых в качестве  $r_i$  фигурирует доходность первого дня, доходность первых 20 дней и доходность первых 60 дней. Поскольку выборка относительно мала и не проходит тестирования на нормальность как исходных данных, так и остатков регрессионных моделей, есть сомнения в результатах применения регрессионного анализа. Все расчеты продублированы непараметрическим методом, основанным на процедуре кластерного анализа методом ближнего соседа. Подобный метод не зависит от выбросов и от характера распределения выборки. В случае, если будут получены статистически значимые результаты, можно считать подтвержденной гипотезу о том, что предварительное внимание к будущему IPO в интернете влияет на эффективность IPO на ранних стадиях. Концепция, связанная с переоценкой IPO на базе накопления информации, также предполагает, что статистическая значимость предварительного внимания будет сокращаться со временем, то есть самое сильное влияние будет наблюдаться для показателя «доходность первого дня», в то время как наиболее слабое влияние – для показателя «доходность за 60 торговых дней». Как уже было отмечено, выборка относительно мала, а тесты на нормальность показывают, что только доходность первого дня можно признать нормально распределенной случайной величиной. Поэтому расчет дублируется непараметрическим методом. В качестве непараметрического метода выбрана регрессия методом ближнего соседа. Предварительно до измерения расстояний все рассматриваемые переменные были стандартизированы путем вычитания среднего значения и деления на выборочное стандартное

<sup>3</sup> Ritter J.R. Some factoids about the 2006 IPO market.  
URL: <https://people.bath.ac.uk/mnsrf/Teaching%202011/IB/Literature/L4-underpricing/IPOs2006Factoids.pdf>

отклонение. На первом шаге анализа для каждой рассматриваемой акции определяются три ближайших соседа, причем расстояние между объектами измеряется по евклидовой метрике. На втором шаге прогнозом считается средняя арифметическая из трех ближайших соседей или во втором варианте прогнозирования – медиана из трех ближайших соседей. Метод реализуется без учета показателя внимания к IPO в интернете и с учетом данного показателя. Если гипотеза о влиянии верна, то точность регрессии должна заметно возрасти при использовании дополнительного фактора.

*Результаты регрессионного анализа.* В линейных версиях классического регрессионного анализа все переменные входили в модели линейно, без предварительного преобразования. Каждая модель оценена методом наименьших квадратов с применением робастных стандартных ошибок. В качестве примера рассмотрим модель, в которой роль зависимой переменной играет доходность первых 20 дней после IPO. Результаты модели регрессии, в которых в качестве зависимой переменной выступали доходность первого дня или же накопленная доходность за первые 20 торговых дней, оказались статистически незначимыми. Одновременно статистически незначимыми были признаны все возможные комбинации логарифмических и логлинейных моделей с логарифмами выручки, возраста фирмы, числа поисковых запросов и показателя free-float, таких, в которых роль зависимой переменной играли доходность первого дня и доходность первых 20 торговых дней. По результатам анализа можно с уверенностью утверждать, что методом наименьших квадратов невозможно подтвердить зависимость доходности первого дня как от числа поисковых запросов, так и от контрольных переменных. Аналогичный результат показывают модели для двадцатидневной доходности. Дополнительно стоит отметить, что статистические тесты показывают нормальный характер распределения доходности первого дня и доходности первых 20 дней. Однако все проведенные тесты на нормальность показывают, что доходность за 60 дней содержит выбросы в обе стороны и не может быть признана нормально распределенной случайной величиной. Вопрос заключается в том, могут ли рассматриваемые факторы предсказать наличие и направление выброса. В ходе расчетов удалось получить статистически значимый результат модели регрессии только для переменной «доходность за 60 первых торговых дней». Линейная версия модели может быть записана следующим образом:

$$rate_i = 3,86 + 0,23age_i + 0,32free_i - 1,05 \cdot 10^{-5} words_i,$$

где *rate* – накопленная доходность за 60 первых торговых дней; *age* – возраст фирмы по состоянию на год первичного размещения (целое число лет); *free* – показатель free-float на момент непосредственно после завершения IPO; *words* – число тематических вопросов согласно сервису Яндекс.

В модель включены только статистически значимые показатели, коэффициент детерминации составляет 0,38. Модель позволяет принять гипотезу о том, что внимание к IPO в интернете в течение двух недель до размещения в среднем отрицательно влияет на доходность в течение первых трех месяцев торгов. Аналогичный результат можно получить для логарифмической модели:

$$rate_i = 14,47 - 1,67 \ln(words_i) + 1,14 \ln(income_i).$$

В данной модели коэффициент детерминации 0,375, модель статистически значима в целом. Влияние free-float отсутствует, однако подтверждается положительный эффект от масштаба размещаемой фирмы и отрицательный эффект от внимания к IPO в интернете. Обе модели показывают отрицательный эффект от распространения информации в сети. Непараметрическим методом сложно оценить статистическую значимость, поэтому можно оперировать исключительно понятием точности внутривыборочного прогноза. Рассмотр-

рена модель, в рамках которой в качестве оценки доходности была использована средняя арифметическая или медиана трех ближайших соседей, степень близости определялась исходя из евклидова расстояния по трем факторам (возраст, выручка компании и free-float) и по четырем факторам (возраст, выручка компании, free-float и число запросов в поисковой системе Яндекс). Во всех случаях точность подгонки увеличивалась исключительно для 60-дневной доходности и не менялась для доходности первого дня торгов и доходности первых 20 дней торгов. Таким образом, различные методы регрессионного анализа показывают, что отбор акций при первичном размещении на основе предварительно оцененного внимания к IPO в интернете возможен, и влияние этого фактора является отрицательным.

Наиболее неожиданным и нуждающимся в интерпретации является результат, согласно которому влияние общественного внимания к IPO в интернете оказывает негативное влияние на доходность IPO в течение первых 60 торговых дней. Аналогичные исследования, выполненные по данным о западных IPO, показывает положительный эффект от внимания в социальных сетях. Возможны два объяснения наблюдаемого негативного эффекта. Первый возможный эффект связан с неблагоприятным отбором. Допустим, существуют две группы компаний, выходящих на IPO. По аналогии с известным в экономической литературе «рынком лимонов» назовем их качественными и некачественными активами. Качественные активы размещаются по своей справедливой стоимости, а компаниям выгодно предоставить объективную информацию о перспективах развития. Рациональные инвесторы примут справедливую оценку и обеспечат успешное первичное размещение, в этом случае нет стимула распространять информацию об IPO для привлечения дополнительного внимания. Вместе с тем при размещении некачественных активов компания может объявить цену заведомо выше справедливой стоимости. Это отпугнет профессиональных инвесторов, способных самостоятельно оценить стоимость, однако для успешного IPO компания может привлечь частных инвесторов, именно они создают повышенное внимание в социальных сетях. В таком случае в результате успешного IPO на фоне высокого внимания в интернете компания будет размещена по цене выше справедливой, и потребуются не менее 60 торговых дней для того, чтобы инвесторы массово осознали низкую справедливую стоимость и начали избавляться от акций по пониженной цене. Именно в этом периоде снижается доходность по сравнению с качественными активами. Второе возможное объяснение связано с законом спроса. Допустим, внимание к IPO в интернете способно самовоспроизводиться и увеличивать спрос на размещаемые акции. В силу фиксированного free-float предложение ограничено, а значит, цена размещения возрастает по мере распространения информации в сети. При этом цена может превысить справедливую стоимость не за счет усилий компании, а за счет иррациональности инвесторов, далее в течение трех месяцев акция возвращается к своей справедливой стоимости. Расчеты подтверждают существование различных стадий динамики акций после IPO. Во-первых, непосредственно после IPO доходность в большей степени похожа на случайный процесс, не зависящий ни от каких объективных факторов, особенно это касается доходности первого дня. К 60 дню торгов динамика цены на акцию уже подчиняется стандартным моделям оценки. Вероятно, ситуация объясняется сменой состава инвесторов, в том числе постепенным вытеснением спекулянтов, чьи операции ориентированы на получение краткосрочной прибыли от ранних колебаний цены на акции. В российской практике внимание к IPO в социальных сетях скорее является негативным фактором для долгосрочных инвесторов, и выбирать акции в портфель сразу после IPO имеет смысл из секторов, не интересных массовому инвестору.

## Список литературы

1. Lo A.W. The adaptive markets hypothesis: Market efficiency from an evolutionary perspective. *Journal of Portfolio Management*, 2004, vol. 30, iss. 5, pp. 15–29. DOI: 10.3905/jpm.2004.442611
2. Chordia T., Roll R., Subrahmanyam A. Evidence on the speed of convergence to market efficiency. *Journal of Financial Economics*, 2005, vol. 76, iss. 2, pp. 271–292. DOI: 10.1016/j.jfineco.2004.06.004
3. Kam C. Chan, Gup B.E., Ming-Shiun Pan. International stock market efficiency and integration: A study of eighteen nations. *Journal of Business Finance & Accounting*, 1997, vol. 24, iss. 6, pp. 803–813. DOI: 10.1111/1468-5957.00134
4. Shiller R.J. From efficient markets theory to behavioral finance. *Journal of Economic Perspectives*, 2003, vol. 17, iss. 1, pp. 83–104. DOI: 10.1257/089533003321164967
5. Malkiel B.G. The efficient market hypothesis and its critics. *Journal of Economic Perspectives*, 2003, vol. 17, iss. 1, pp. 59–82. DOI: 10.1257/089533003321164958
6. Chopra N., Lakonishok J., Ritter J.R. Measuring abnormal performance: do stocks overreact? *Journal of Financial Economics*, 1992, vol. 31, iss. 2, pp. 235–268. DOI: 10.1016/0304-405X(92)90005-I
7. Vamossy D.F. Social media emotions and IPO return. *Journal of Money, Credit and Banking*, 2024, vol. 57, iss. 1, pp. 31–67. DOI: 10.1111/jmcb.13152
8. Xiao Zhu. Rumination on the influence of trigger events on individual economic behavior – A study based on behavioral economics. *China Business Journal*, 2020, vol. 11, pp. 24–27. DOI: 10.19699/j.cnki.issn2096-0298.2020.11.024
9. Yi Zhao, Nan Wang, Luyang Zhang et al. The greater the investor attention, the better the post-IPO performance? A view of pre-IPO and post-IPO investor attention. *Research in International Business and Finance*, 2022, vol. 63. DOI: 10.1016/j.ribaf.2022.101789
10. Ключев С.А., Сорокин А.И. Российские компании технологического сектора: от IPO до делистинга // Инновации и инвестиции. 2022. № 3. С. 214–221. EDN: APEOWE
11. Львутин П.П., Фертцер О.В. Первичные публичные размещения акций: обзор исследований // Корпоративные финансы. 2007. Т. 1. № 1. С. 145–189. EDN: MSZMRF
12. Теньковская Л.И. Моделирование котировок акций компании в условиях цикличности экономики // *Journal of New Economy*. 2024. Т. 25. № 3. С. 138–154. DOI: 10.29141/2658-5081-2024-25-3-7 EDN: WSKDGH
13. Токтоналиев А.Р., Чиркова Е.В. Эффекты дополнительных размещений акций // Корпоративные финансы. 2012. Т. 6. № 4. С. 32–45. EDN: PZKCCP

## Информация о конфликте интересов

Я, автор данной статьи, со всей ответственностью заявляю о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

## INFORMATION EXPECTATIONS OF IPOs AS A FACTOR OF SHORT-TERM PROFITABILITY OF FINANCIAL ASSETS

DOI: <https://doi.org/10.24891/opxlpj>

EDN: <https://elibrary.ru/opxlpj>

**Oleg V. SOROKIN**

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russian Federation

e-mail: demanded749@gmail.com

ORCID: not available

### Article history:

Article No. 682/2025

Received 23 Oct 2025

Accepted 19 Nov 2025

Available online

26 Feb 2026

### JEL Classification:

G11, G12

**Keywords:** primary placement, profitability, investor behavior, regression model, near neighbor method

### Abstract

**Subject.** Information expectations of an IPO as a factor of short-term profitability of financial assets.

**Objectives.** To analyze the factors that can influence the profitability of shares in the early stages immediately after the initial public offering.

**Methods.** Regression analysis and nonparametric dependence estimation using the near neighbor method were used.

**Results.** During the initial public offering, the investor does not have access to either a long quotation history or verified company statements for many years, so he has to rely on limited information. Under such conditions, the investor's behavior may deviate from rational, in particular, investors become sensitive to the advertising of a future initial public offering. It has been established that in Russian practice, attention to future initial public offerings on social networks is rather a negative factor for long-term investors, and it makes sense to choose stocks in the portfolio immediately after the placement from sectors that are not interesting to the mass investor.

**Conclusions.** The effect of attention to the future placement of shares is manifested only in the period of 60 trading days after the placement, the likely reason is the outflow of speculative capital. The results of the study can be used to assess the potential returns from participating in the initial public offering of Russian shares, as well as to select stocks that have recently completed an initial public offering.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2025

**Please cite this article as:** Sorokin O.V. Information expectations of IPOs as a factor of short-term profitability of financial assets. *Financial Analytics: Science and Experience*, 2026, iss. 1, pp. 124–132. DOI: 10.24891/opxlpj EDN: OPXLPI

### References

1. Lo A.W. The adaptive markets hypothesis: Market efficiency from an evolutionary perspective. *Journal of Portfolio Management*, 2004, vol. 30, iss. 5, pp. 15–29. DOI: 10.3905/jpm.2004.442611
2. Chordia T., Roll R., Subrahmanyam A. Evidence on the speed of convergence to market efficiency. *Journal of Financial Economics*, 2005, vol. 76, iss. 2, pp. 271–292. DOI: 10.1016/j.jfineco.2004.06.004
3. Kam C. Chan, Gup B.E., Ming-Shiun Pan. International stock market efficiency and integration: A study of eighteen nations. *Journal of Business Finance & Accounting*, 1997,

vol. 24, iss. 6, pp. 803–813. DOI: 10.1111/1468-5957.00134

4. Shiller R.J. From efficient markets theory to behavioral finance. *Journal of Economic Perspectives*, 2003, vol. 17, iss. 1, pp. 83–104. DOI: 10.1257/089533003321164967
5. Malkiel B.G. The efficient market hypothesis and its critics. *Journal of Economic Perspectives*, 2003, vol. 17, iss. 1, pp. 59–82. DOI: 10.1257/089533003321164958
6. Chopra N., Lakonishok J., Ritter J.R. Measuring abnormal performance: do stocks overreact? *Journal of Financial Economics*, 1992, vol. 31, iss. 2, pp. 235–268. DOI: 10.1016/0304-405X(92)90005-I
7. Vamosy D.F. Social media emotions and IPO return. *Journal of Money, Credit and Banking*, 2024, vol. 57, iss. 1, pp. 31–67. DOI:10.1111/jmcb.13152
8. Xiao Zhu. Rumination on the influence of trigger events on individual economic behavior – A study based on behavioral economics. *China Business Journal*, 2020, vol. 11, pp. 24–27. DOI: 10.19699/j.cnki.issn2096-0298.2020.11.024
9. Yi Zhao, Nan Wang, Luyang Zhang et al. The greater the investor attention, the better the post-IPO performance? A view of pre-IPO and post-IPO investor attention. *Research in International Business and Finance*, 2022, vol. 63. DOI: 10.1016/j.ribaf.2022.101789
10. Klyuev S.A., Sorokin A.I. [Russian companies in the technology sector: from IPO to delisting]. *Innovatsii i investitsii*, 2022, no. 3, pp. 214–221. (In Russ.) EDN: APEOWE
11. L'vutin P.P., Ferttser O.V. [Survey of research on initial public offerings]. *Korporativnye finansy*, 2007, vol. 1, no. 1, pp. 145–189. (In Russ.) EDN: MSZMRF
12. Ten'kovskaya L.I. [Modelling company's stock quotes under the economy's cyclicity]. *Journal of New Economy*, 2024, vol. 25, no. 3, pp. 138–154. (In Russ.) DOI: 10.29141/2658-5081-2024-25-3-7 EDN: WSKDGH
13. Toktonaliev A.R., Chirkova E.V. [Seasoned equity offerings effects]. *Korporativnye finansy*, 2012, vol. 6, no. 4, pp. 32–45. (In Russ.) EDN: PZKCCP

### **Conflict-of-interest notification**

I, the author of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.