

0077001

255322

# Abstrakt

Tato práce zkoumá, do jaké míry finanční signalizace ovlivňuje předpovědi analytiků a manažerů. Nálezy svědčí o různorodosti chybovosti prognóz analytiků mezi firmami se silnými finančními ukazateli (skupina s vysokým signálem), firmami se slabými finančními ukazateli (skupina s nízkým signálem), a těmi s pozitivními i negativními signály (skupina se smíšenými signály). Článek dále indikuje, že předpovědi manažerů také závisí na typu podniku a že se manažeri mohou snažit využít heterogenity v chování analytiků. Výsledky také naznačují, že analytici někdy nepřizpůsobí své předpovědi chování manažerů a že toto je důvodem, proč mohou být uvedeni v omyl manažerskými prognózami. To je důkazem nepřesnosti na straně analytiků a případného strategického chování analytiků a manažerů ve zveřejňování informačních

43/4444

Abstract

This paper examines the extent to which financial signaling affects the forecasts of analysts and managers. Findings indicate that the forecasting error rates of managers are not uniform, but vary with the type of firm and the manager's own forecast. The results suggest that managers may be able to exploit the heterogeneity in analysts' forecasts. The findings also suggest that analysts may not always adjust their forecasts to reflect the managers' forecasts. This provides evidence of inaccuracy on the part of analysts and possibly strategic behavior on the part of managers.

Keywords: analysts, managers, forecasting, signaling, heterogeneity, forecast errors.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO, CHICAGO, ILL. 60637

This work was supported by the Grant 237-001-001 from the National Science Foundation.