

Tato práce zkoumá, jaký vliv má pozornost investorů, zastoupená objemem vyhledávání na Google, na různé aspekty tržního chování. Ve výsledcích studie ukazují, že růst vyhledávání spjatého s firmou je spojen s nárůstem obchodovaného množství a vyšší volatilitou cen akcií, nicméně dopad na denní výnosy nebyl potvrzen. To ovšem neplatí v případě, bereme-li v potaz sentiment na akciovém trhu. Výnosy mají tendenci klesat s růstem on-line pozornosti v dobách negativního sentimentu a naopak stoupat v dobách pozitivního sentimentu, což naznačuje, že vyhledávání na Google zachycuje převážně pozornost těch investorů, kteří podléhají náladě na trhu. Dále ukazují, že s vypuknutím finanční krize došlo k zintenzivnění závislosti mezi pozorností investorů a obchodní aktivitou na trhu. V neposlední řadě tato práce přichází s poznatkem, že vyhledávání na internetu může vnést trochu světla do problematiky prvotních veřejných nabídek akcií. Počáteční výnosy při emisích akcií bývají vyšší u firem, jež zaznamenaly nadprůměrnou pozornost investorů, přičemž tyto firmy mají naopak nižší výnosnost v dlouhém období. Závěr práce přináší zjištění, že pomocí objemu vyhledávání lze předpovědět přehnanou reakci investorů na prvotní nabídky akcií.