

## أثر الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على حجم التداول للشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان

أنوار نواف إرقيبات

باحث  
المملكة الأردنية الهاشمية

د. عبد الله محمد الزغبي

عضو هيئة تدريس - قسم المحاسبة  
كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية - جامعة آل البيت  
المملكة الأردنية الهاشمية

### الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على حجم التداول للشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان والبالغ عددها (196) شركة، حيث تم عمل مسح أولي لها لمعرفة الشركات التي تمتلك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، وتبين أن عددها (55) شركة، ومن ثم تم تصفح حسابات هذه الشركات لثلاث سنوات سابقة لتحديد الشركات التي توضح عليها، وتبين أن عددها (12) شركة موزعة على (3) قطاعات لتمثل عينة الدراسة أي ما نسبته (21.82%) من إجمالي عدد الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان والتي تملك صفحات على حساب فيسبوك، وكان أكثر البنود التي يتم الإفصاح عنها هي صافي الربح وسعر السهم حيث تم اعتمادهما كمتغيرات مستقلة، ولتحليل بيانات الدراسة التي تم جمعها حول تواريخ الإفصاح عن سعر السهم وصافي الربح (المتغيرات المستقلة) وحجم التداول (المتغير التابع) تم استخدام برنامج (Eviews,7.0)، وتوصلت الدراسة إلى أنه يوجد أثر للإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على حجم التداول الكلي للشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان فيما يتعلق بالإفصاح عن صافي الربح وسعر السهم، وأوصت الدراسة بالعديد من التوصيات أهمها: دعوة هيئة الأوراق المالية إلى إلزام الشركات بالإفصاح على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، وذلك لما له من أثر في زيادة حجم التداول لسوق الأوراق المالية الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الاستثمار وبالتالي زيادة الاكتتاب.

**الكلمات المفتاحية:** الإفصاح، الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، حجم التداول، سعر السهم، الشركات المساهمة العامة.

### المقدمة

اعتقدت الشركات في العقود الماضية أن المعلومات التي يتم الإفصاح عنها هي معلومات سرية لا يتم الاطلاع عليها إلا من قبل ملاك هذه الشركات، ثم أصبحت فيما بعد تأخذ بالحسبان مصالح الأطراف الذين تربطهم علاقات بها كالمستثمرين والدائنين وغيرهم، فأصبحت تقوم بعملية الإفصاح من خلال تقديم بيان واضح عن جميع حركاتها المالية التي تقوم بها في قوائمها المالية (قائمة الميزانية العمومية، قائمة الدخل، قائمة التغيرات في حقوق الملكية، وقائمة التدفقات النقدية)، وذلك لمساعدة أصحاب المصالح بشكل عام والمستثمرين بشكل خاص لاتخاذ قرارات حول استثماراتهم، حيث توسع الإفصاح ليشمل بالإضافة إلى الإفصاح عن القوائم المالية للشركات إرفاق الجداول وكتابة الملاحظات وتوضيح المعلومات (مطر والسيوطي، 2012)، وكل ذلك كان من شأنه أن يعزز من وضوح صورة الشركات لدى متخذي القرارات ومساعدتهم باتخاذ قراراتهم بكل سهولة ويسر دون لبس أو تضليل أو تحيز لأحد الأطراف، ثم ظهر بعد ذلك التقارير المالية وهي أعم من القوائم المالية فهي تشمل القوائم المالية ومعلومات أخرى مالية وغير مالية.

\* تم استلام البحث في فبراير 2020، وقبل للنشر في إبريل 2020، وتم نشره في ديسمبر 2020.

ونظراً لأن علم المحاسبة يهتم منذ بداية نشأته بمواكبة التطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ولأن الإفصاح وظيفة أساسية من وظائف هذا العلم إلى جانب القياس؛ كان لابد من تبني وسائل جديدة للإفصاح لدى الشركات تتوافق مع التطور في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فقد أصبح الإفصاح يتطور بشكل تدريجي وموازي للتطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ليشمل الإفصاح على الإنترنت وهو ما يسمى بـ «الإفصاح الإلكتروني»، وظل التطور في هذا المجال مستمراً إلى أن تم التوصل إلى مواقع التواصل الاجتماعي (Facebook و LinkedIn و Twitter و You Tube) وغيرها التي جعلت كلا من التواصل و وصول المعلومات إلى من يحتاجها بطريقة أسهل وأسرع مما كان عليه الوضع سابقاً، مما أدى إلى قيام بعض الشركات بإتباع وسائل متطورة في الإفصاح توازي هذا التطور وذلك من خلال الإفصاح على مواقع التواصل الاجتماعي (فيديو)؛ حيث اعتبرت هيئة الأوراق المالية بأن هذه المواقع هي مواقع يمكن الإفصاح عليها (Brad et al., 2015)، الأمر الذي شجع الشركات بأن لا تقف بمعزل عن صفحات أو حسابات مواقع التواصل الاجتماعي حيث قامت عدد من الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان بإنشاء صفحات أو حسابات رسمية لها على موقع (فيديو) تمكنها من التواصل مع المستثمرين وأصحاب المصالح بشكل سريع لتقوم بالإفصاح عن البيانات و البنود التي تراها مناسبة سواء أكانت مالية أو غير مالية، وبالتالي فإن هذا الإفصاح قد يؤدي إلى وصول هذه البيانات إلى أكبر عدد ممكن من المستثمرين والذي من شأنه أن يؤثر على متغيرات هامة للشركات مثل حجم تداول أسهمها كما سيتم بيانها في مشكلة الدراسة الذي يعتبر أحد المؤشرات التي تقيس قوة أو ضعف الوضع المالي لدى الشركات وبالتالي تأثيره على توجهات ورغبات المستثمرين وأصحاب المصالح المتعلقة باستثماراتهم.

### مشكلة الدراسة وأسئلتها

نتيجة للتطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وما تفرضه علينا أدوات هذا العصر، قامت عدد من الشركات بإنشاء صفحات لها على موقع (فيديو) وعرضت بها بعض البيانات المالية وفق مسح أولي قام به الباحثان، حيث أن عرض هذه البيانات على هذه الصفحات لا يعتبر إلزامي للشركات بل هو وسيلة من شأنها إيصال المعلومات الخاصة بالشركات إلى أكبر شريحة ممكنة من أصحاب المصالح عامة والمستثمرين خاصة الذين ينتظرون المعلومات لتوجيه استثماراتهم، متمثلة بتداول الأسهم من حيث الشراء أو البيع الذي قد يكون من شأنه زيادة أو نقصان حركة الأسهم وتداولها، ولهذا جاءت هذه الدراسة لتحديد الأثر الذي قد يحدثه الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (الفيديو) على حجم تداول الأسهم للشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، وذلك نظراً لكبر حجم أسهم هذه الشركات والتي قد تعتبر بيئة مناسبة لإجراء مثل هذه الدراسات من حيث وجود شركات تقوم بالإفصاح عن بعض بياناتها في مواقع التواصل الاجتماعي (الفيديو)، وأيضاً توفر البيانات الخاصة بحجم تداول الأسهم لدى بورصة عمان في تواريخ الإفصاح، وبناء عليه تم صياغة مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيس التالي:

هل يوجد أثر للإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيديو) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، ونتيجة للمسح الأولي سابق الذكر فقد لوحظ أن من أكثر البنود إفصاحاً هي: صافي الربح وسعر السهم، وبناءً عليه تم تفريع السؤال الرئيسي إلى ما يلي:

- أ- هل يوجد أثر للإفصاح عن صافي الربح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيديو) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان؟
- ب- هل يوجد أثر للإفصاح عن سعر السهم في مواقع التواصل الاجتماعي (فيديو) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان؟

### أهداف الدراسة

تهدف الدراسة بشكل رئيس إلى تحديد أثر الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيديو) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، ويتفرع عنه الهدفين الفرعيين التاليين:

- أ- تحديد أثر الإفصاح عن صافي الربح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيديو) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.
- ب- تحديد أثر الإفصاح عن سعر السهم في مواقع التواصل الاجتماعي (فيديو) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.

## أهمية الدراسة

تبرز أهمية هذه الدراسة في تناولها لموضوع الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) والذي يمتاز البحث فيه بالندرة، وبذلك يؤمل أن تساهم في البناء المعرفي في هذا المجال، كما يتوقع أن تساهم نتائج هذه الدراسة في خلق الوعي لدى أصحاب المصالح وبالتالي مساعدة الأطراف ذوي العلاقة في اتخاذ قرارات أفضل، وأيضا المساعدة في توعية إدارة الشركات بأهمية الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) وذلك بالأثر الذي قد تحدثه على الاستثمارات من خلال حجم تداول الأسهم. كما قد تكون نتائج هذه الدراسة مفيدة أيضا للجهات المعنية بالإفصاح الإلكتروني لزيادة الاهتمام بإفصاحات مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) وذلك في ظل ما تتوجه إليه الحكومة لتطبيق مشروع نظام الإفصاح الإلكتروني باستخدام لغة XBRL (بورصة عمان، 2018)

## فرضيات الدراسة

استنادًا إلى أهداف الدراسة تم صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية وتنص على أنه لا يوجد أثر للإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.

ويتفرع من هذه الفرضية الفرضيتين الفرعيتين التاليتين:

1- لا يوجد أثر للإفصاح عن صافي الربح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.

2- لا يوجد أثر للإفصاح عن سعر السهم في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.

## الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)

تعددت التعريفات للإفصاح على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث عرفها (Lee et al., 2015) بأنها التقنيات المستندة إلى الويب والتي تمكن التفاعل بين الأشخاص لإنشاء وتشارك وتبادل المعلومات في المجتمعات والشبكات الافتراضية، كما أنها توفر بيئة يمكن للشركات من خلالها التحدث مع أصحاب المصلحة (بما في ذلك المستثمرين والعملاء) لتعزيز علاماتهم التجارية وتحسين صورهم.

وقد أشار (Gallaughar and Ransbotham (2010 إلى الإفصاح عن الشركات في مواقع التواصل الاجتماعي باعتباره مكبر صوت لأن هذه الوسائل «تعمل كألة عملاقة للفم، تحفز وتسرع ما يسمى بالتوزيع الفيروسي للمعلومات». كما ذكر (Hunter and Smith (2011 بأنها كإفصاح على الإنترنت المتمثل «باستخدام موقع الشركة في عرض المعلومات المتعلقة بالأداء المالي للشركة».

ومن خلال التعريفات السابقة وربطها مع مخرجات النظام المحاسبي يُستخلص بأن الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) هو توفير أو نشر المعلومات التي تشكل مخرجات النظام المحاسبي بشكل سريع ومباشر أمام جميع المستثمرين وأصحاب المصالح الذين لهم علاقة بالشركات من خلال الاستفادة من الوسائل الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمتمثلة بإنشاء حسابات خاصة لها على موقع (فيسبوك) تمكنها من كشف وإظهار المعلومات التي ترغب بنشرها بشكل فوري.

## أهمية الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي

توفر مواقع التواصل الاجتماعي نهجًا فريدًا وثنوريًا للشركات للتواصل المباشر مع مستثمريها وأصحاب المصلحة المهتمين، ومن حيث الشكل التقليدي كانت تقوم الشركات بالإعلان عن الأرباح عن طريق إرسال بيان صحفي إلى خدمات الأخبار، وإلى قواعد بيانات أبحاث الأسهم، وإلى شركات الوساطة المالية الفردية والمؤسسات المالية، وهذه الطريقة تكون الشركات قد أرسلت الأخبار مرة واحدة ولا تعرف عدد الأشخاص الذين يتلقون الأخبار في المقابل، بينما باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي فإنها تسمح للشركة بإرسال رسائل متعددة مع مرور الوقت مباشرة إلى عدد معروف من

المتابعين؛ وعادة يتم تحقيق ذلك من خلال تغريد الرسائل القصيرة وتضمين رابط إلى إصدار إخباري كامل موجود على موقع الشركة (Miller & Skinner, 2015).

ويتوقع Lee et al. (2015) أن وسائل التواصل الاجتماعي قناة فعالة للإفصاح بسبب ميزتين رئيسيتين هما: مكبر الصوت (أي القدرة إيصال الرسالة المقصودة إلى عدد كبير من المستخدمين بسرعة) والمشاركة (أي القدرة على التحدث مباشرة مع المستخدمين ومراقبتهم).

## حجم التداول

أشار المشعل وآخرون (2015) إلى حجم التداول بأنه من المؤشرات المهمة بالنسبة للمستثمر العادي والمحلل الفني على حد سواء، كما ذكر فاضل (2017) بأنه يمثل مجموع الأسهم المتداولة في السوق خلال وقت معين، وعرفه Batrinca et al. (2018) بأنه مؤشر قوي للنشاط الاقتصادي، وهذا يعني أن حجم التداول هو أحد المؤشرات التي يمكن من خلالها استدلال أصحاب المصالح والمستثمرين على الوضع المالي والاقتصادي للشركة والذي يعكس علاقتها في البيئة سواء كانت بشكل إيجابي (من خلال ارتفاعه) أو سلبي (من خلال انخفاضه).

## مقاييس حجم التداول

هناك العديد من المقاييس التي تستخدم لحساب حجم التداول وقد تمثلت بما يلي:

### 1- معدل دوران الأسهم (Share Turnover)

يشير هذا المقياس إلى قياس درجة سيولة سهم معين أو سوق مالي معين، وقد يتم احتسابه بطريقتين:

- الأولى: أن يتم احتسابه عن طريق عدد الأسهم المتداولة لسهم شركة معينة خلال فترة زمنية معينة منسوبة إلى مجموع عدد الأسهم التي تم الاكتتاب بها والمصدرة من الشركة نفسها وخلال الفترة الزمنية التي تم تحديدها.
- الثانية: أن يتم احتسابه عن طريق قيمة الأسهم المتداولة لسهم شركة معينة خلال فترة زمنية معينة منسوبة إلى مجموع القيمة السوقية لأسهم الشركة نفسها وخلال الفترة التي تم تحديدها (فاضل، 2017).

### 2- قيمة الأسهم المتداولة (Dollar Volume)

يشير هذا المقياس إلى سعر السهم الواحد مضروباً بالعدد الكلي للأسهم التي تم تداولها لشركة معينة في سوق معين وخلال فترة زمنية معينة (المشعل وآخرون، 2015).

### 3- عدد الأسهم المتداولة (Share Volume)

يعد هذا المقياس هو الأكثر شيوعاً ويشير إلى العدد الكلي للأسهم المتداولة في سوق معين خلال فترة زمنية معينة. (المشعل وآخرون، 2015)

### 4- عدد أيام التداول الإجمالية خلال السنة (Number of Trading Days)

في ظل هذا المقياس وخلال سنة واحدة يتم تحديد عدد الأيام التي جرى فيها تداول السهم (فاضل، 2017).

### 5- عدد الصفقات (Number of Transactions)

وهو عبارة عن عدد المتاجرات أو الصفقات التي جرت في سوق الأوراق المالية على الأسهم المتداولة (المشعل وآخرون، 2015)

وتم الاعتماد في الدراسة الحالية على مقياس قيمة الأسهم المتداولة في حساب حجم التداول وذلك من خلال ضرب عدد الأسهم بالسعر السوقي للسهم الخاص لكل شركة.

## الدراسات السابقة

تعددت الدراسات التي تناولت موضوع الإفصاح على مواقع التواصل الاجتماعي، ومنها:

دراسة (الزغبى، 2018)، وتوصل في دراسته إلى أن 34% من الشركات الأردنية المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي تمتلك حساب أو أكثر على مواقع التواصل الاجتماعي «فيسبوك وتويتر»، وتقوم باستعمال حساباتها لأغراض الإفصاح الاختياري وهذا يتناسب مع ما تم الاعتماد عليه في دراستنا من حيث استخدام فيسبوك للإفصاح عن سعر السهم وصافي الربح.

دراسة (Kurinyepa, 2017)، وقد ذكر فيها أن الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي يسمح للشركات الحصول على المزيد من المستثمرين مما ينعكس على زيادة حجم التداول على المدى الطويل وهذا يؤكد ما توصلت إليه دراستنا من خلال الوصول إلى شريحة أكبر من المستثمرين مما أدى إلى زيادة حجم التداول بشكل فعلي.

دراسة (Xiong. et al., 2015)، وقد أظهرت بدراستهم أن الإفصاح عن التقارير المالية على مواقع التواصل الاجتماعي يساعد على نشر المعلومات واستجابة البورصة لهذه المعلومات. وهذا يتناسب مع ما تم التوصل إليه في دراستنا حيث ساهم الإفصاح على فيسبوك بنشر المعلومات على نطاق أوسع، وبالتالي كانت هناك استجابة للبورصة من خلال تأثر حجم التداول بهذا الإفصاح.

دراسة (Farkas and Keshk, 2016)، وتوصلا بدراستهما إلى أن إفصاح الشركات على موقع فيسبوك يؤثر على ردود المستثمرين وأحكام تغيير أسعار الأسهم. وهذا يتفق مع دراستنا الحالية من حيث الإفصاح على موقع فيسبوك ويتلائم معها من حيث تأثيره على قرارات المستثمرين وردود أفعالهم.

دراسة (الطيب، 2015)، وذكر فيها ضرورة التوسع في الإفصاح المحاسبي من قبل المنشآت لتعزيز الثقة لدى متخذي القرارات الاستثمارية بالصورة التي تقلل من درجة المخاطر المرتبطة بهذه القرارات، وهذا قد يتحقق من خلال استخدام التكنولوجيا والتي قد تعتبر فيسبوك جزء منها لعرض البيانات إلى أكبر شريحة ممكنة.

دراسة (Prokofieva, 2015)، وأشار فيها إلى أن إتاحة إفصاحات الشركات للجمهور عبر تويتر يعمل على جذب انتباه المستثمرين وتقليل عدم التماثل في المعلومات، وهذا يؤكد أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمنصاتها المختلفة هو عمل يواكب تطورات العصر ويتناسب مع ما جاءت به دراستنا من خلال الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من المستثمرين أي جذبهم، وبالتالي سيؤثر على قراراتهم التي تنعكس بشكل مباشر على حجم التداول.

دراسة (Jung. et al. 2014)، وأشار فيها إلى أن تبني الشركات لمواقع التواصل الاجتماعي قد تجاوز (50%) وتم التوصل إلى أن حجم التداول يزداد استجابة للإفصاح الأولي عن الأرباح. وهذا يتناسب مع ما تم الاعتماد عليه في دراستنا بالإفصاح على فيسبوك الذي يعتبر أحد منصات التواصل الاجتماعي عن صافي الربح ويؤكد ما تم التوصل إليه من زيادة حجم التداول متأثراً بالإفصاح عن صافي الربح، وأشار Sprenger. et. al (2014) بدراستهم إلى أن هناك ارتباط بين الإفصاح على تويتر المرتبط بالسهم وعوائد الأسهم وحجم التداول. وهذا أيضاً يتفق مع دراستنا من حيث الإفصاح على فيسبوك الذي يعتبر أحد منصات التواصل الاجتماعي عن سعر السهم ويؤكد ما توصلنا إليه من زيادة حجم التداول متأثراً بالإفصاح عن ذلك.

دراسة (الخوري وبالقاسم، 2006)، وأظهرت فيها إلى أنه هناك اختلاف في استجابة حجم التداول وفقاً لتوقيت الإفصاح عن القوائم والتقارير المالية، وهذا يؤكد على توفير المعلومات في وقتها المناسب وقد يتحقق ذلك من خلال الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي الذي يلعب دوراً مهماً في توفير وقتية المعلومات للمستثمرين من خلال نشرها بشكل فوري ومباشر، الأمر الذي يساعد على اتخاذ قرارات بصورة أفضل وبالتالي انعكاس ذلك على حجم التداول.

### منهجية الدراسة

تتبع هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف الظاهرة وجمع البيانات الخاصة بها كما هي في الواقع، حيث تم استخراج البيانات الخاصة بالإفصاح من مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) للشركات والمتمثلة بسعر السهم وصافي الربح، كما تم استخراج البيانات الخاصة بحجم التداول من بورصة عمان للأوراق المالية، ومن ثم تم القيام بتحليل هذه البيانات إحصائياً باستخدام برنامج (Eviews,7.0) للوصول إلى الأهداف المحددة في إطار هذه الدراسة.

## مجتمع وعينة الدراسة

### جدول رقم (1)

مجتمع الدراسة وعينتها  
وفقاً للقطاعات الاقتصادية المختلفة

القطاع	عدد الشركات المساهمة العامة	عدد الشركات التي تملك حسابات على (فيسبوك)	عدد الشركات التي تفصح على حساباتها على (فيسبوك)
المالي	101	24	9
الخدمات	46	13	1
الصناعة	49	18	2
المجموع	196	55	12
النسبة	%100	%28.06	%21.82

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان لعام (2018) والبالغ عددها (196) شركة (بورصة عمان، 2018)، حيث تم عمل مسح لها لمعرفة الشركات التي لها حساب على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) وتبين أن عددها (55) شركة، ومن ثم تم تفصح حسابات هذه الشركات لثلاث سنوات سابقة لتحديد الشركات التي تفصح على حساباتها، وتبين أن عددها (12) شركة فقط موزعة على (3) قطاعات لتمثل عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول رقم (1) حسب القطاعات.

## البيانات ومصادرها

تم تقسيم البيانات إلى جزأين رئيسيين وهما:

- أ- البيانات الجاهزة: وتم الحصول على هذه البيانات من المراجع ورسائل الماجستير والأبحاث المنشورة في المجالات المحكمة، وذلك لإثراء الجانب النظري ووضع القارئ في إطار الدراسة.
- ب- البيانات الأولية: تتمثل هذه البيانات في قسمين:
  - الأولى: بيانات حجم التداول (المتغير التابع): وتم الحصول عليها من البيانات المنشورة على موقع بورصة عمان للأوراق المالية.
  - الثانية: البيانات المتعلقة بالإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) عن صافي الربح وسعر السهم (المتغيرات المستقلة): وتم الحصول عليها من حسابات الشركات على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) لمدة ثلاث سنوات سابقة.

## نموذج الدراسة

تم الاعتماد على النموذج التالي لأثر الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) عن سعر السهم وصافي الربح على حجم التداول.

$$TV = \beta_0 + \beta_1 NP + \beta_2 SP + e$$

حيث أن:

TV: حجم التداول      NP: صافي الربح      SP: سعر السهم      e: الخطأ العشوائي

## متغيرات الدراسة

### المتغير المستقل

يتمثل المتغير المستقل في هذه الدراسة بالإفصاح على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) وما يتفرع عنه: (الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) عن صافي الربح والإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) عن سعر سهم)، حيث تم عمل مسح أولي للشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان لتحديد الشركات التي لها حساب على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، ومن ثم تم الرجوع إلى كل حساب واستعراضه لتحديد الإفصاح عن المتغيرات المستقلة والمتمثلة بصافي الربح وسعر السهم وإعطاء الشركة التي تفصح رقم (1) والتي لا تفصح رقم (0) مع تحديد التواريخ التي تم الإفصاح بها، ومن ثم تم بناء معادلة (TV) المبنية في نموذج الدراسة لتحديد أثر هذه المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.

جدول رقم (2)  
خصائص العينة

النسبة المتراكمة	النسبة المئوية	التكرارات	البيان
سنة إنشاء الحساب (الفيبيوك)			
50%	50%	6	2010 إلى 2013
100%	50%	6	2014 إلى 2016
	100%	12	المجموع
طبيعة الشركة			
	75%	9	مالي
83.33%	8.333%	1	صناعي
	16.667%	2	خدمات
	100%	12	المجموع
رأس مال الشركة			
	50%	6	أقل من 100 مليون
	75%	3	من 100 مليون إلى أقل من 200 مليون
83.333%	8.333%	1	من 200 مليون إلى أقل من 300 مليون
	16.667%	2	أكثر من 300 مليون
	100%	12	المجموع
حجم الشركة			
	50%	6	أقل من مليار
66.667%	16.667%	2	1مليار- أقل من 2 مليار
83.334%	16.667%	2	2 مليار- أقل من 3 مليار
	16.666%	2	أكبر من 3 مليار
	100%	12	المجموع

جدول رقم (3)

اختبار مدى التداخل الخطي والترابط الذاتي بين المتغيرات المستقلة

التداخل الإحصائي		المتغير
معامل تضم التباين VIF	التباين المسموح به Tolerance	
2.1454	0.4661	سعر السهم
1.6282	0.6141	صافي الربح

يتمثل المتغير التابع في هذه الدراسة بحجم التداول لأسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، حيث تم أخذ حجم التداول لأسهم هذه الشركات من بورصة عمان في ثلاثة تواريخ مختلفة وهي: الأول: التاريخ الموافق لليوم السابق للإفصاح، الثاني: التاريخ الموافق ليوم الإفصاح، والثالث: التاريخ الموافق لليوم اللاحق للإفصاح.

### تحليل البيانات واختبار الفرضيات

اعتمد الباحثان على تقسيم العرض الخاص في تحليل البيانات إلى أربعة أجزاء كما يلي:

#### الجزء الأول: خصائص العينة

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن أول حساب للفيبيوك أنشئ في عام (2010) وهذا يدل أن الشركات أصبحت تستخدم هذا التقنية حديثاً، كما يبين أن عينة الدراسة موزعة على القطاعات الثلاث التي تم اعتمادها في دراستنا، ويشير ذلك إلى تنوع الشركات المبحوثة مما يعطي موثوقية أكبر للبيانات التي تم جمعها للدراسة وتعبيراً أفضل عن مجتمع الدراسة.

كما يُظهر أن الشركات التي تملك رأس مال أقل من 100 مليون وحجم أقل من مليار دينار استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي (فيبيوك) للإفصاح عن بياناتها المالية أكثر من غيرها من الشركات ويشير ذلك إلى أن هذه الشركات تسعى إلى جذب أكبر عدد من المستثمرين من خلال الإفصاح على مواقع التواصل الاجتماعي (فيبيوك) للاستثمار فيها وهذا قد ينعكس على زيادة حجم التداول الذي يؤدي إلى تعظيم الأرباح.

#### الجزء الثاني: الاختبارات السابقة لعملية التحليل

أ- اختبار مدى التداخل الخطي بين المتغيرات المستقلة والترابط الذاتي

تظهر مشكلة وجود علاقة خطية متداخلة في حال ظهور قيم معامل التضخم للتباين (VIF) أكبر من 10 وقيم التباين المسموح به (Tolerance) أقل من 10%، وبناء عليه لا بد من استبعاد المتغير المستقل الذي يمتلك هذه القيمة، وللتوضيح بشكل أفضل فإن قيم التباين المسموح به تشير إلى مقدار التباين المستقل المحدد والذي لا يتم تفسيره بواسطة المتغيرات المستقلة (Pallant, 2011).

ويلاحظ من خلال الجدول السابق أن كافة قيم المتغيرات المستقلة لمعامل التضخم للتباين (VIF) أقل من 10، وقيم التباين المسموح به (Tolerance) أكبر من 10%، وهذا يعني عدم وجود مشكلة في العلاقة الخطية المتداخلة بين المتغيرات المستقلة، وبناء عليه تبقى كافة المتغيرات المستقلة دون استبعاد لأي منها.

ب- اختبار التوزيع الطبيعي

جدول رقم (4)

اختبار التوزيع الطبيعي

الاختبار	الالتواء (skewness)	التفرطح (kurtosis)
القيمة	0.575	-0.193

تعتبر البيانات موزعة توزيعاً طبيعياً إذا انحصرت قيمة الالتواء (Skewness) ما بين الأرقام (-1) و(1+) وأن يكون التفرطح (Kurtosis) قريباً من الصفر، حيث يشير التفرطح إلى ما إذا كان التوزيع له شكل الجرس الصحيح لمنحنى عادي أو إذا كان شكل الجرس مسطحاً جداً أو أعلى من اللازم (Plichta and Kelvin, 2013)، ويلاحظ من خلال الجدول السابق أن قيمة الالتواء (Skewness) هي (0.575) تقع ضمن المدى الصحيح، وقيمة التفرطح (Kurtosis) هي (-0.193) قريبة من الصفر، وبناء عليه يعتبر توزيع البيانات توزيعاً طبيعياً.

الجزء الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

قُسم اختبار الفرضيات إلى ثلاثة أقسام حسب توزيع فرضيات الدراسة رئيسياً وفرعياً كما يلي:

القسم الأول: النتائج المتعلقة بالفرضية الرئيسية والتي نصت على انه: لا يوجد أثر للإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيديو) (صافي الربح، سعر السهم) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان. ولاختبار قبول أو رفض هذه الفرضية تم تطبيق اختبار نموذج الانحدار الخطي المتعدد لأنها تحتوي على أكثر من عامل مستقل (صافي الربح، سعر السهم) موزع على فرضيات الدراسة كما هو مبين في الجدول أدناه رقم (5).

جدول رقم (5)

اختبار نموذج الانحدار الخطي المتعدد

النتيجة	.SIG	R	Adjusted R-square	T	Coefficient	الفرضية
رفض	0.00038	0.613	0.598	1.880	2.520	"لا يوجد أثر للإفصاح عن صافي الربح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيديو) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان".
				1.895	0.007	"لا يوجد أثر للإفصاح عن سعر السهم في مواقع التواصل الاجتماعي (فيديو) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان".

يظهر من خلال الجدول السابق أن معامل التفسير المعدل (Adjusted R-square) هو (0.598) وهذا يعني أن مقدار التغير الذي يحدث في المتغير التابع بمقدار (0.598) هو ناتج عن المتغيرات المستقلة وبصورة أوضح فإن المتغيرات المستقلة تفسر ما قيمته (0.598) من التغير في المتغير التابع.

وأن قيمة (t) جاءت (1.880) و(1.895) للمتغيرات المستقلة على التوالي، ومؤشر المعنوية (.SIG) هو (0.00038) أقل من 5% الذي يمثل مستوى المعنوية لفحص بيانات الدراسة، وهذا يدل على وجود أثر للمتغيرات المستقلة على المتغير التابع ورفض الفرضية الصفرية الرئيسية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على أنه: يوجد أثر للإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيديو) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.

وهذه النتيجة تفسر أهمية الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيديو) على حجم التداول للشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الوعي والرشد في القرارات التي يتخذها أصحاب المصالح والمستثمرين مما ينعكس إيجاباً على قيمة الشركة وأدائها، وبالتالي انعكاس ذلك على كفاءة سوق الأوراق المالية وتحسن أدائه بشكل فعلي، وتؤكد هذه النتيجة نظرية الابتكارات التي نصت على أن اعتماد ونجاح أي تكنولوجيا جديدة يُقبل إذا كانت التكنولوجيا الحديثة أفضل وأهم نسبياً من التكنولوجيا الحالية، وملائمة التكنولوجيا الحديثة مع القيم الموجودة والدرجة التي يمكن من خلالها رؤية النتائج بشكل ملموس (Rogers, 2003)، وكل هذا ينطبق على الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيديو)، واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Kurinyeva, 2017) التي بينت أنه يوجد ارتباط كبير بين إجمالي حجم التداول من الفترة (2015-2016) واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنشر إفصاحات الشركات، وأيضاً اتفقت مع دراسة (Xiong. et. al, 2016) التي بينت أن الإفصاح عن التقارير المالية على تويتر يقلل من مستوى عدم تماثل المعلومات ويتجلى ذلك من خلال الحد من انتشار الطلب وزيادة حجم تداول الأسهم.



القسم الثاني: النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الأولى والتي نصت على انه: لا يوجد أثر للإفصاح عن صافي الربح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان. ولاختبار قبول أو رفض هذه الفرضية تم تطبيق اختبار نموذج الانحدار الخطي البسيط لأنها تحتوي على عامل مستقل واحد وهو (صافي الربح) كما هو مبين في الجدول أدناه رقم (6).

#### جدول رقم (6)

اختبار نموذج الانحدار الخطي البسيط للمتغير المستقل (صافي الربح)

النتيجة	.SIG	R	R square	Adjusted R-square	T	Coefficient	الفرضية
رفض	0.000001	0.611	0.572	0.561	6.126	3.650	"لا يوجد أثر للإفصاح عن صافي الربح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان".

يظهر من خلال الجدول السابق أن معامل التفسير (R-square) للمتغير المستقل (صافي الربح) هو (0.572) وهذا يعني أن التغير في المتغير التابع يفسره المتغير المستقل بقيمة (0.572)، وبشكل أوضح فإن المتغير المستقل (الإفصاح عن صافي الربح) يفسر ما قيمته (0.572) من التغير في المتغير التابع.

وأن قيمة (t) جاءت (6.126) ومؤشر المعنوية (.SIG) هو (0.000001) أقل من 5% الذي يمثل مستوى المعنوية لفحص بيانات الدراسة وهذا يعني وجود أثر للمتغير المستقل (صافي الربح) على المتغير التابع (حجم التداول) ورفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على أنه: يوجد أثر للإفصاح عن صافي الربح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.

وهذه النتيجة تفسر أهمية الإفصاح عن صافي الربح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على حجم التداول للشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، حيث كان للإفصاح عن صافي الربح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) أثر إيجابي بدرجة عالية على حجم التداول مما يشير إلى أن المستثمرين يتابعون وبشكل مباشر إفصاحات الشركات التي تتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) ولديهم ثقة بهذه الإفصاحات المتعلقة بصافي الربح الأمر الذي انعكس بشكل إيجابي على حجم التداول لهذه الشركات، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Jung et al., 2014)، والتي بينت أن (حجم التداول يزداد استجابة للإفصاح الأولي عن الأرباح).

القسم الثالث: النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الثانية والتي نصت على انه: لا يوجد أثر للإفصاح عن سعر السهم في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان. ولاختبار قبول أو رفض هذه الفرضية تم تطبيق اختبار نموذج الانحدار الخطي البسيط لأنها تحتوي على عامل مستقل واحد وهو (سعر السهم) كما هو مبين في الجدول أدناه رقم (7).

#### جدول رقم (7)

اختبار نموذج الانحدار الخطي البسيط للمتغير المستقل (سعر السهم)

النتيجة	.SIG	R	R square	Adjusted R-square	T	Coefficient	الفرضية
رفض	0.00065	0.532	0.511	0.501	3.256	0.003	"لا يوجد أثر للإفصاح عن سعر السهم في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان".

يظهر من خلال الجدول السابق أن معامل التفسير (R-square) للمتغير المستقل (سعر السهم) هو (0.511)، وهذا يعني أن التغير في المتغير التابع يفسره المتغير المستقل بقيمة (0.511)، أي أن كل تغير في المتغير المستقل (الإفصاح عن سعر السهم) سينعكس بالتغير على المتغير التابع بقيمة (0.511).

وأن قيمة (t) جاءت (3.256) ومؤشر المعنوية (SIG) هو (0.00065) أقل من 5% الذي يمثل مستوى المعنوية لفحص بيانات الدراسة وهذا يعني وجود أثر للمتغير المستقل (سعر السهم) على المتغير التابع (حجم التداول) ورفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على أنه: يوجد أثر للإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) عن سعر السهم على حجم تداول أسهم الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.

وهذه النتيجة تفسر أهمية الإفصاح عن سعر السهم في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على حجم التداول للشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان. حيث كان للإفصاح عن سعر السهم اثر إيجابي على حجم التداول مما يدل على أن الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان بدأت تستفيد من هذه المواقع الحديثة لتتمكن من الإفصاح وإظهار المعلومات التي تؤثر بشكل مباشر على أداء الشركة ووضعها المالي بشكل خاص مما ينعكس ذلك على أداء سوق الأوراق المالية بشكل عام، واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Sprenger et al., 2014) والتي بينت أنه (يوجد ارتباط بين الإفصاح على تويتر المرتبط بالسهم على عوائد الأسهم وحجم التداول).

### الجزء الرابع: الفروق ذات الدلالة الإحصائية التي تعزى لخصائص العينة

جدول رقم (8)  
الفروق ذات الدلالة الإحصائية  
حسب خصائص العينة

مستوى المعنوية (Sig)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البيان سنة إنشاء الحساب
0.00	7.72	84.88	2013-2010
0.25	7.56	84.57	2016-2014

تم إجراء الاختبارات اللازمة لبيان الفروق ذات الدلالة الإحصائية التي تعزى لخصائص العينة وهي اختبار تحليل التباين الأحادي والثنائي (One Way ANOVA) للخصائص ذات الثلاث مستويات واختبار الإشارة للخصائص ذات المستويين، وكانت النتيجة بعدم وجود فروق بين عينة الدراسة من حيث (طبيعة الشركة، رأس مال الشركة وحجم الشركة) ولكنها أظهرت فروق ذات دلالة إحصائية من حيث سنة إنشاء حساب (فيسبوك)، كما هو مبين في الجدول أدناه رقم (8).

يظهر من خلال الجدول السابق أن مستوى المعنوية للشركات التي أنشأت حسابها بين الأعوام (2013-2010) تساوي (0.00) وهي أقل من 5% الذي يمثل مستوى المعنوية الذي تم بموجبه فحص الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين خصائص العينة، بينما مستوى المعنوية للشركات التي أنشأت حسابها ما بين الأعوام (2016-2014) تساوي (0.25) وهي أكبر من 5%.

وبناء عليه فإنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية أقل من 5% التي تعزى لخصائص العينة فيما يتعلق بسنة إنشاء الحساب، ويعود الفرق لصالح الأعوام من (2013-2010) ويُفسر ذلك بأنه من الممكن أن المستثمرين قد اعتادوا على الحسابات التي تم إنشائها خلال هذه الفترة ومتابعة نشر المعلومات عليها حيث أصبح مألوفاً لديهم، ولذلك حصل وبشكل طبيعي نوع من التفاعل وردود الفعل من قبل المستثمرين.

### النتائج

تركز نتائج الدراسة في عدة بنود، وهي:

- وجود أثر للإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على حجم التداول الكلي للشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، وتبين هذه النتيجة بقبول الفرضية الرئيسة البديلة، ويعزو الباحثان هذه النتيجة بأن التطور في الوسائل المتبعة للإفصاح ومنها مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) أدى إلى نمو متزايد في حجم التداول، مما أظهر أهمية الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) لتلبية احتياجات جميع الأطراف من حيث البيانات المطلوبة، كما ويرى الباحثان أن الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) يؤثر على قرارات المستثمرين طبقاً للبيانات المتاحة، مما يؤدي إلى زيادة الوعي والرشد في القرارات التي يتخذها أصحاب المصالح والمستثمرين حيث ينعكس ذلك إيجاباً على قيمة الشركة وأدائها، ومع ازدياد حدة المنافسة بين الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان ازداد الاهتمام للتوسع بالإفصاح الذي يُعد الإفصاح في مواقع التواصل

الاجتماعي أحد وسائله حيث يساهم في تمكين أصحاب المصالح والمستثمرين من تمييز وتحديد الشركات الأكثر ربحية، وتوجيه استثماراتهم إلى أفضل الفرص والبدائل المتاحة للاستثمار الأمر الذي قد يؤثر على نتائج الأعمال وانعكاس ذلك على كفاءة سوق الأوراق المالية وتحسن أدائه بشكل فعلي.

وتقسم هذه النتيجة إلى نتيجتين فرعيتين حسب تقسيم المتغيرات المستقلة (صافي الربح وسعر السهم)، وهما:

أ- وجود أثر للإفصاح عن صافي الربح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على حجم التداول للشركات المساهمة المدرجة في بورصة عمان، ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى أن أهمية الإفصاح عن صافي الربح في مواقع التواصل (فيسبوك) تظهر من خلال تزويد أصحاب المصالح والمستثمرين بمعلومات مالية مفيدة لهم بالوقت الملائم لاتخاذ قرارات المتعلقة بالتداول من حيث البيع والشراء، ذلك لأن تداول الأسهم يومي ويحتاج المستثمر لبيانات مُحدّثة، حيث يُعدّ صافي الربح من المعلومات المالية المهمة التي يحتاجها أصحاب المصالح والمستثمرين في اتخاذ قراراتهم، بل يُعدّ من أهم المعلومات في توجيه استثماراتهم، وقد كان للإفصاح عنه في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) اثر إيجابي بدرجة عالية على حجم التداول مما يشير إلى أن المستثمرين يتابعون وبشكل مباشر إفصاحات الشركات التي تتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) المتعلقة بصافي الربح ولديهم ثقة بهذا الإفصاح الأمر الذي انعكس بشكل إيجابي على حجم التداول لهذه الشركات.

ب- وجود أثر للإفصاح عن سعر السهم في مواقع التواصل (فيسبوك) على حجم التداول للشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى أن الإفصاح عن سعر السهم في مواقع التواصل (فيسبوك) يعتبر أحد الوسائل المهمة لزيادة حجم التداول وأداة فعالة لتوجيه الاستثمارات بناء على بيانات حديثة، حيث يُعدّ سعر السهم من أهم العوامل التي يأخذها أصحاب المصالح والمستثمرين بعين الاعتبار في اتخاذ قرارات الاستثمار، وقد كان للإفصاح عنه أثر إيجابي على حجم التداول مما يدل على أن الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان بدأت تستفيد من هذه المواقع للإفصاح وإظهار المعلومات التي تؤثر بشكل مباشر على أداء الشركة ووضعها المالي بشكل خاص وانعكاس ذلك على أداء سوق الأوراق المالية عامة.

ج- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة أقل من 5% وتعزى لخصائص العينة من حيث سنة إنشاء الحساب ويعود الفرق لصالح الشركات التي أنشأت حساباتها بين (2010-2013)، وقد يعود ذلك إلى ما أشرنا إليه سابقاً من أن المستثمرين قد اعتادوا على هذه الحسابات وأصبحت من إحدى مصادر المعلومات لديهم.

2- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة أقل من 5% والتي تعزى لخصائص العينة من حيث طبيعة الشركة ورأس مالها وحجمها.

## التوصيات

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية يوصي الباحثان بما يلي:

1- زيادة الاهتمام بإنشاء حسابات للشركات على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) والتوسع بمستوى الإفصاح على هذه الحسابات من حيث عرض معلومات الشركات سواء كانت مالية أو غير مالية أو فيما يتعلق بالمحاسبة الاجتماعية.

2- تشجيع الشركات على الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) لما له من أثر على حجم التداول للشركات الذي يساهم في توجيه الاستثمارات وتعظيم الأرباح.

3- حث الجهات المعنية بالإفصاح الإلكتروني بتبني معايير تختص بوضع سياسات وتعليمات ضابطه لعملية الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي.

4- دعوة هيئة الأوراق المالية إلى إلزام الشركات بالإفصاح على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، وذلك لما له من أثر في زيادة حجم التداول لسوق الأوراق المالية الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الاستثمار وبالتالي زيادة الاكتتاب.

## المراجع

### أولاً - مراجع باللغة العربية:

- الخوري، رتاب سالم؛ وبالقاسم، مسعود محمد. (2006). «أثر توقيت الإفصاح عن القوائم المالية على أسعار الأسهم وحجم التداول دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة العامة الأردنية»، *المجلة الأردنية في إدارة الأعمال*، 2 (2): ص 163 - 186.
- الزغبي، علي إبراهيم. (2018). «الإفصاح الاختياري من خلال وسائل التواصل الاجتماعي للشركات الأردنية المدرجة في بورصة عمان: دراسة تحليلية»، *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة اليرموك، اربد.
- الطيب، أبو بكر عبد الباقي محمد. (2015). «التوسع في الإفصاح المحاسبي وأثره على تقليل مخاطر الاستثمار بسوق الخرطوم للأوراق المالية» *أماراباك*، 6، (19): ص ص 45-58.
- المشعل، ياسر؛ وبقلة، سهير؛ والدكي، رنيم غازي. (2015). «أثر تقلبات الأسهم على حجم التداول في الأسواق المالية: دراسة تطبيقية في سوق دمشق المالي»، *مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية*، 37 (4): ص ص 433-447.
- بورصة عمان. (2018). *التداول عبر الإنترنت والإفصاح الإلكتروني باستخدام لغة XPRL*. On Line Available: <https://www.ase.com.jo/ar>
- فاضل، سفيان. (2017). «أثر حجم التداول على أسعار الأسهم للشركات المدرجة في بورصة عمان للفترة 2015-2016» *رسالة ماجستير*، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
- مطر، محمد؛ والسيوطي، موسى. (2012). «التأصيل النظري للممارسات المهنية المحاسبية في مجالات القياس: العرض، الإفصاح. ط 3. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

### ثانياً - مراجع باللغة الأجنبية:

- Batrinca, B.; Hesse, C. H. and Treleaven, P. C. (2018). "Examining Drivers of Trading Volume in European Markets", *International Journal of Finance & Economics*, 23, (2), PP. 134-154.
- Brad S. T.; Robert, E. C. and France. B. (2015). "Voluntary Disclosures Via Social Media and the Role of Comments", *Journal of Information Systems*, 29 (3), PP. 101- 121.
- Farkas, M. and Keshk, W. (2016). "*How Facebook Influences Non-Professional Investors Affective Reactions and Judgments: The Effect of Disclosure Platform and News Valance*" Research Paper, California State University, California.
- Gallaughar, J. and Ransbotham, S. (2010). "Social Media and Customer Dialog Management at Starbucks", *MIS Quarterly Executive*, 9, (4), PP. 197-212.
- Hunter, S. A. and Smith, L. M. (2011). "Impact of Internet Financial Reporting on Emerging Markets" *Journal of International Business Research*, 8, (2), PP. 21-41.
- Jung, M. J.; Naughton, J. P.; Tahoun, A. and Wang, C. (2014). "*Corporate Use of Social Media*" Unpublished paper, Northwestern University.
- Kurinyepa, E. (2017). "The Impact of Wide Social Media Dissemination of Disclosures on Information Asymmetry: A New Zealand Context", *Thesis Master of Business*, Auckland University of Technology.
- Lee, L. F.; Hutton, A. P. and Shu, S. (2015). "The Role of Social Media in the Capital Market: Evidence from Consumer Product Recalls", *Journal of Accounting Research*, 53, (2), PP. 367-404.
- Miller, G. S. and Skinner, D. J. (2015). "The Evolving Disclosure Landscape: How Changes in Technology, the Media, and Capital Markets Are Affecting Disclosure", *Journal of Accounting Research*, 53, (2), PP. 221-239.

- Pallant, J. (2011). *SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using SPSS*. 4<sup>th</sup> ed., Allen & Unwin.
- Plichta, S. B. and Kelvin, E. A. (2013). *Statistical Methods for Health Care Research*. 6<sup>th</sup> ed., Wolters Kluwer Health, Lippincott Williams & Wilkins.
- Prokofieva, M. (2015). "Twitter-based Dissemination of Corporate Disclosure and the Intervening Effects of Firms' Visibility: Evidence from Australian-listed Companies", *Journal of Information Systems*, 29, PP. 107-136.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. 5<sup>th</sup> ed. New York: Free Press.
- Sprenger, T. O.; Tumasjan, A.; Sandner, P. G. and Welpel I. M. (2014). 'Tweets and Trades: The Information Content of Stock Microblogs', *European Financial Management*. 20, PP. 926-957.
- Xiong, F.; Prasad, A. and Chapple, E. (2016). "The Economic Consequences of Corporate Financial Reporting on Twitter", In: *7<sup>th</sup> Conference on Financial Markets and Corporate Governance Conference*. Queensland University of Technology.

## The Impact of the Disclosure in Social Media (Facebook) Sites On the Volume of Trading for Public Shareholding Companies Listed on the Amman Stock Exchange

Dr. Abdullah Mohamed Al-Zoub

Accounting Department  
Faculty of Economics & Administrative Sciences  
Al al-Bayt University  
rf\_zoubi@yahoo.com

Anwar Nawaf Ergibat

Researcher  
anwaar.alrqabat@yahoo.com

Hashemite Kingdom of Jordan

### ABSTRACT

This study aims at identifying the effect of disclosure on social media sites (Facebook) on the trading volume of public shareholding companies listed on the Amman Stock Exchange. To achieve the goal of the study, the descriptive analytical method was used, whereby the study population consisted of all of the (196) public shareholding companies listed on the Amman Stock Exchange. A preliminary survey was conducted to find out which companies have an account on social media sites (Facebook), and it was found that there are (55) companies. Then, the accounts of these companies were browsed for the previous three years to determine the companies that disclose them, and it turned out that their number was (12) companies distributed over (3) sectors to represent the study sample, i.e. (21.82%) of the total number of public shareholding companies listed on the Amman Stock Exchange, which they have pages on a Facebook account, and the most disclosed items were net profit and share price as they were approved as independent variables. To analyze the study data collected about the share price disclosure dates and net profit (independent variables) and trading volume (dependent variable) (Eviews, 7.0) was used.

The study found that there is an impact of disclosure on social media sites (Facebook) on the total trading volume of public joint-stock companies listed on the Amman Stock Exchange regarding disclosure of net profit and share price, and the study presented several recommendations, the most important of which are: Inviting the Securities Commission to compel companies to disclose on Social media sites (Facebook), because of its impact on increasing the trading volume of the stock market, which leads to an increase in investment, thus an increase in underwriting.

**Keywords:** Disclosure , Disclosure in social media sites (Face book) , Trading Volume , Share Price , Public Shareholding Companies.