



جامعة اليرموك

كلية الاقتصاد والعلوم الادارية

قسم المحاسبة

الافصاح الاختياري من خلال وسائل التواصل الاجتماعي للشركات الاردنية المدرجة في بورصة
عمان: دراسة تحليلية

**Voluntary Disclosure on Social Media in the Jordanian Companies Listed
on the Amman Stock Exchange: An Analytical Study**

اعداد الطالب

علي ابراهيم فلاح الزعبي

إشراف الاستاذ الدكتور

تركي الحمود

المشرف المشارك الاستاذ الدكتور

حسن النادر

حقل التخصص: المحاسبة

2018/2017

بسم الله الرحمن الرحيم

الافصاح الاختياري من خلال وسائل التواصل الاجتماعي للشركات الاردنية المدرجة في بورصة عمان : دراسة تحليلية

**Voluntary Disclosure on Social Media in the Jordanian
Companies Listed on the Amman Stock Exchange: An
Analytical Study**

إعداد

علي ابراهيم فلاح الزعبي

بكالوريوس محاسبة - جامعة اليرموك

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص المحاسبة في جامعة اليرموك، اربد - الاردن

التوقيع:

أعضاء لجنة المناقشة:

	مشرفاً ورئيساً	الاستاذ الدكتور تركي راجي الحمود
	مشرف مشارك	استاذ في المحاسبة - جامعة اليرموك الاستاذ الدكتور حسن محمد النادر
	عضوا	استاذ في الاقتصاد - جامعة اليرموك الاستاذ الدكتور حسين محد الرباع
	عضوا	استاذ في المحاسبة - جامعة اليرموك الدكتور راضي موسى الحمادين
		استاذ مشارك في المحاسبة - جامعة الأميرة سمية للتكنولوجيا

تاريخ مناقشة الرسالة: 2018/05/16

الاهداء

إلى والدي الغالي، النور الذي ينير لي درب النجاح، اطال الله في
عمره بصحة وعافية.

إلى والدتي الحبيبة، النور الذي نسير به والتي علمتني الصمود مهما
تبدلت الظروف، اطال الله بعمرها بصحة وعافية.

الى رفيقة دربي وشريكة حياتي، زوجتي الحبيبة.

الى اخواني واخواتي الاعزاء.

الى كل الاصدقاء.

اليهم جميعا اهدي هذا الجهد المتواضع.

الباحث

علي ابراهيم الزعبي

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على معلم البشرية سيدنا محمد وعلى اله وصحبه اجمعين...ويعد

قلني اتوجه بالشكر وعظيم الامتنان الى الله رب العالمين الذي منّ علي باتمام هذا البحث المتواضع فله الفضل من قبل ومن بعد احمده دوما واستعين به.

ومن ثم فانني اتقدم بجزيل الشكر الى الاستاذ الدكتور تركي الحمود و الاستاذ الدكتور حسن النادر اللذان اشرفا على هذه الرسالة، و منحاني من الوقت والجهد الكثير فكانا لي خير ناصح وكانت لتوجيهاتهم وارشاداتهم الكريمة الاثر الكبير لإنجاز هذا العمل.

كما اتقدم بجزيل الشكر والتقدير الى اساتذتي اعضاء لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة هذه الرسالة فلهم مني وافر الشكر والتقدير.

ولله ولسوله الفضل اولا واخرا

الباحث

علي ابراهيم الزعبي

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ج	الاهداء
د	شكر وتقدير
هـ	قائمة المحتويات
ز	قائمة الجداول
ح	قائمة الملاحق
ط	الملخص باللغة العربية
1	الفصل الاول: الاطار العام للدراسة
3	مشكلة الدراسة
3	اهداف الدراسة
4	اهمية الدراسة
5	خطة الدراسة
6	الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة
7	مفهوم وطبيعة الإفصاح المحاسبي
8	أهمية الإفصاح المحاسبي
11	تطور الافصاح المحاسبي
11	اهداف الافصاح المحاسبي
12	اشكال الافصاح المحاسبي
15	مزايا وعيوب الافصاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي
16	المعايير الدولية في الافصاح
18	الفصل الثالث : الدراسات السابقة

19	الدراسات العربية
27	الدراسات الاجنبية
34	ملخص الدراسات السابقة
40	ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة
41	فرضيات الدراسة
42	الفصل الرابع: منهجية الدراسة
43	منهج الدراسة
43	مجتمع الدراسة
44	عينة الدراسة
44	ادوات الدراسة ومصادر جمع البيانات
44	تحقيق اهداف الدراسة
46	متغيرات ونموذج الدراسة الخاصة بالفرضية الثالثة "العوامل المؤثرة في مستوى الافصاح"
50	المعالجة الاحصائية المستخدمة
51	الفصل الخامس: تحليل البيانات واختبار الفرضيات
52	تحليل البيانات
53	اختبار الفرضيات
68	الفصل السادس: النتائج والاستنتاجات والتوصيات
69	نتائج الدراسة
70	الاستنتاجات
71	التوصيات
72	المراجع العربية

75	المراجع الاجنبية
78	الملاحق
96	الملخص باللغة الانجليزية

قائمة الجداول

الصفحة	اسم الجدول	الجدول
34	ملخص الدراسات السابقة	جدول (1)
52	توزيع شركات العينة حسب استعمالها لمواقع التواصل	جدول (2)
53	قياس المتوسط الحسابي لاختبار الفرضية الاولى "امتلاك الشركات المساهمة العامة الاردنية لحساب على احد مواقع التواصل الاجتماعي"	جدول (3)
54	بنود الافصاح عبر مواقع التواصل	جدول (4)
55	معدل ونسبة الافصاح على مواقع التواصل الاجتماعي لشركات العينة مرتبة تنازليا	جدول (5)
56	توزيع عينة الشركات على القطاعات ونسبة تمثيل كل قطاع	جدول (6)
58	عدد الشركات التي افصحت عن كل بند ونسبتها من العينه	جدول (7)
59	اختبار t للفرضية الثانية "قيام الشركات التي تملك حساب اواكثر بالإفصاحات الاختيارية"	جدول (8)
60	متوسط نسبة الافصاح للقطاعات	جدول (9)
62	ختبار استقرار المتغيرات	جدول (10)
62	تقدير اختبار HAUSMAN	جدول (11)
63	الاحصاء الوصفي للمتغيرات	جدول (12)
64	نتائج تحليل الانحدار ROE	جدول (13)

65	نتائج تحليل الانحدار ROA	جدول (14)
65	نتائج تحليل الانحدار بعد استثناء متغير الربحية	جدول (15)

قائمة الملاحق

الصفحة	اسم الملحق	الملحق
78	الشركات التي تملك حساب والتي لا تملك على احد مواقع التواصل الاجتماعي	ملحق (1)
84	ترتيب الشركات عينة الدراسة وفق نسبة الإفصاح على مواقعها الخاصة	ملحق (2)
87	نسبة افصاح كل شركة وقطاعها	ملحق (3)
92	اختبار HAUSMAN	ملحق (4)
93	اختبار Breusch-Pagan	ملحق (5)
93	نتائج تحليل بيانات الفرضية الثالثة "اثر مجموعه من العوامل في مستوى الافصاح على مواقع التواصل الاجتماعي"	ملحق (6)
94	نتائج التحليل بعد استثناء متغير الربحية	ملحق (7)
95	نتائج التحليل باضافة D-1	ملحق (8)

ملخص الدراسة

الزعبي، علي ابراهيم "الافصاح الاختياري من خلال وسائل التواصل الاجتماعي للشركات الاردنية المدرجة في بورصة عمان: دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، اربد، 2018. (اشراف الاستاذ الدكتور: تركي راجي الحمود، و الاستاذ الدكتور: حسن محمد النادر).

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى استعمال وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الشركات المساهمة العامة الاردنية المدرجة في سوق عمان المالي، ومعرفة مدى استعمال مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك وتويتر" الخاصة بهذه الشركات لأغراض الافصاح المحاسبي الاختياري، ومن ثم معرفة العوامل المؤثرة في مستوى الافصاح الاختياري على مواقع التواصل الاجتماعي لدى هذه الشركات.

ومن اجل تحقيق هذه الاهداف، تم التعرف على مدى استعمال وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الشركات المساهمة العامة الاردنية من خلال البحث عن كل شركة على مواقع التواصل الاجتماعي الاكثر شهرة بالأردن "فيسبوك وتويتر" للتعرف فيما اذا كانت تملك حساب او لا تملك، وتم اتباع اسلوب تحليل المحتوى لمواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالشركات من خلال مؤشر افصاح يحتوي على 16 بند تم وضعه للتعرف على مدى الإفصاح المحاسبي الاختياري على مواقع التواصل الاجتماعي. ولمعرفة العوامل المؤثرة في مستوى الافصاح الاختياري على مواقع التواصل الاجتماعي للشركات تم اتباع اسلوب الانحدار اللوغريتمي.

وقد خلصت الدراسة الى: ان 34% من الشركات الاردنية المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي تمتلك حساب او اكثر على مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك وتويتر"، كما بينت النتائج ان الشركات الاردنية المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي والتي تمتلك حساب على احد مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك وتويتر" تقوم باستعمال حساباتها لأغراض الافصاح الاختياري بنسبة 81% في المتوسط، وقد بلغت نسبة متوسط الافصاح لجميع الشركات 25% بعدد (4) بنود، و ان متوسط الافصاح لجميع القطاعات من اجمالي عدد البنود المبحوثة (5) بنود بنسبة 31%، كما توصلت الدراسة الى ان عوامل حجم الشركة ومديونيتها وعمرها لها تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية على مستوى افصاح الشركات الاردنية المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي عن المعلومات الاختيارية، بينما كان هناك تأثيرا سلبيا ذا دلالة احصائية لنوع القطاع، ولم يكن هناك تأثير ذو دلالة احصائية لعامل الربحية.

وقد اوصت الدراسة بقيام الجهات التنظيمية بوضع حوافز تشجيعية لحث الشركات على دخول منصة مواقع التواصل الاجتماعي لخلق بيئة تنافسية في هذا المجال، بالاضافة الى عمل دراسات على الشركات المتوسطة والشركات الصغيرة لمعرفة مدى استعمالها لمواقع التواصل الاجتماعي لاغراض الافصاح والعوامل المؤثرة بهذا الافصاح.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الشركات المساهمة العامة الاردنية، الافصاح المحاسبي الاختياري.

الفصل الاول

الاطار العام للدراسة

مقدمة

مشكلة الدراسة

اهداف الدراسة

اهمية الدراسة

خطة الدراسة

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

المقدمة

لقد شهد العالم خلال العقود الماضية تغييرات جذرية على المستويين الاقتصادي والمالي، تمتثلت أساسا في عولمة أسواق رأس المال ونمو الشركات متعددة الجنسيات، وما صاحب ذلك من توسيع لقاعدة المستخدمين وتنوع جنسياتهم، وبروز أهمية وجود قوائم مالية تحتوي معلومات قادرة على تخطي حدود الدول، وتكون مقروءة ومفهومة لهؤلاء المستخدمين. وإن هذه التغييرات في بيئة الأعمال اقتضت تغييرات في المجال المحاسبي يكون بمستوى تلك التطورات الحاصلة، والتي تجسدت في التوجه نحو عولمة المحاسبة باعتبارها لغة الأعمال، من خلال إصدار مجموعة موحدة من المعاييرتنظّم الممارسة المحاسبية، والتي تمثلت في معايير المحاسبة الدولية (IAS/ IFRS) (تومي، 2013).

وقد ساهمت الازمات المالية والأحداث المتسارعة والتطورات التكنولوجية التي يمر بها العالم في زيادة توجه الشركات نحو زيادة الإفصاح عن معلوماتها المالية وذلك بهدف طمأنة جمهور المستثمرين الحاليين والمستثمرين الآخرين، ولجلب المزيد من المستثمرين المستقبليين من جهة أخرى (السرطاوي، 2017).

ولقد بينت العديد من الدراسات أن الإفصاح المحاسبي بشكل علني وشفاف يقلل من الغموض في المعلومات لدى المستثمرين، مع ان هذه الإفصاحات قد لا تصل إلى مجموعة واسعة من المستثمرين، وقد يكون هناك بعض المعلومات غامضة وغير مفهومة لديهم (Blankespoor et. al. 2013).

وقد تبين ان تزايد شعبية استخدام الشركات لمواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر والفيسبوك تشير إلى أن هذه الوسائل قد تصبح وسيلة مهمة لجذب اهتمام المستثمرين وتخفيض تكاليف الحصول على المعلومات (2017/8/20 <http://www.brrservices.com>).

وقد يكون على المديرين في الشركات العمل على استراتيجيات مختلفة للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي وخصوصا انها لاقت قبولا كبيرا من معظم الشركات في الآونة الأخيرة، ومع ذلك مازال هناك نوع من عدم الثقة الكاملة بها وعدم البراعة في استخدامها (Investis, 2015).

ومع التطور التكنولوجي المتزايد وظهور منصات التواصل الاجتماعي وانتشارها بشكل واسع جدا اصبح من السهل استخدامها في بيئات الاعمال و الاقتصاد.

مشكلة الدراسة

ان الإفصاحات المحاسبية غالبا ما تصل الى عدد قليل من المستثمرين وخصوصا في الشركات الصغيرة والمتوسطة ذات الشهرة القليلة، والتي تعتمد في نشر المعلومات المحاسبية على الطرق التقليدية (Blankspeer *et. al.* 2013).

ويجسد الإفصاح في المحاسبة عملية تقديم المعلومات الضرورية عن الوحدات الاقتصادية للأطراف ذات المصالح الحالية او المستقبلية بتلك الوحدات، ومن هنا يعد الإفصاح المحاسبي احد ادوات الاتصال، ومن دون الاتصال لن تكون هناك فائدة من مخرجات النظام المحاسبي (عيسى، 2011).

كما ان التغييرات التكنولوجية والاعلامية الكبيرة دفعت الشركات على مواكبة هذه التغييرات من اجل الحصول عن المعلومات و الإفصاح عن المعلومات بسهولة وهو ما يضمن استمرار هذه الشركات بشكل اكبر (Miller, and Skinner 2015).

وبناء على ما سبق تتلخص اسئلة البحث في الاسئلة الرئيسية التالية:

1- ما مدى استعمال وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الشركات المساهمة العامة الاردنية المدرجة في سوق عمان المالي؟

2- ما مدى استعمال مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك وتويتر" الخاصة بالشركات المساهمة العامة الاردنية لأغراض الإفصاح الاختياري؟

3- ما هي العوامل التي تؤثر على مستوى الإفصاح الاختياري على مواقع التواصل الاجتماعي عند الشركات المساهمة العامة الاردنية المختلفة؟

اهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى:

1- التعرف على مدى استعمال وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الشركات المساهمة العامة الاردنية المدرجة في سوق عمان المالي.

2- التعرف على مدى استعمال مواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك وتويتر" الخاصة بالشركات المساهمة العامة الاردنية لأغراض الافصاح المحاسبي الاختياري.

3- معرفة العوامل المؤثرة في مستوى الافصاح المحاسبي الاختياري على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشركات المساهمة العامة الاردنية.

اهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية وسائل التواصل الاجتماعي وتزايد استعمالها وتأثيرها على الحياة بشكل عام، حيث تحاول التعرف على مدى استعمال وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الشركات المساهمة العامة الاردنية المدرجة في سوق عمان المالي ومدى استعمال الشركات التي تمتلك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي لهذه المواقع للإفصاح الاختياري، ومعرفة العوامل التي تؤثر على مستوى الافصاح الاختياري على مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن الجهات التي يمكن ان تستفيد من هذه الدراسة:

- المستثمرون: حيث يهتم المستثمرون الحاليون بتقييم أوضاع الشركة للاطمئنان على سلامة استثماراتهم وترشيد قراراتهم، وايضا المستثمرون الجدد الذين يحتاجون إلى معلومات عن البدائل المتاحة لهم لاختيار أفضلها.

- الدائنون: كما يهتم الموردون والمقرضون بمعلومات عن الشركة للتعرف على مركزها المالي وقوته للاطمئنان على سلامة أموالهم وعلى استمرار تقديم التسهيلات البنكية لهم من جهة، وقياس مقدرة الشركة على سداد التزاماتها من جهة أخرى.

- إدارات الشركات: حيث تهتم الإدارة بتقييم نتائج أعمال الشركة ومدى التقدم في تحقيق أهدافها، كما تهتم بمعرفة مؤشرات القوة والضعف في وقت مبكر حتى تتمكن من اتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة لمعالجة نقاط الضعف.

خطة الدراسة

تتكون هذه الدراسة من ستة فصول: تبدأ بالإطار العام للدراسة والذي سيتناول عرضاً لمشكلة الدراسة، وأهدافها، وأهميتها، وخطة الدراسة، ومن ثم الإطار النظري للدراسة حيث يحتوي على مواضيع عدة وهي: مفهوم الافصاح بشكل عام، ومفهوم الافصاح الاختياري، وتطور عملية الافصاح، وتعريف الافصاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومزايا وعيوب الافصاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واهداف عملية الافصاح بشكل عام، ومن ثم يستعرض الدراسات السابقة العربية والأجنبية وما يميز هذه الدراسة عن غيرها من الدراسات، وفرضيات الدراسة، و يتطرق الفصل الثالث لمنهجية الدراسة والتي ستتضمن مصادر جمع البيانات، واداة الدراسة، ومقياس التحليل، ومجتمع و عينة الدراسة، وكيفية تحقيق اهداف الدراسة، والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات، وسيتناول الفصل الرابع تحليل البيانات واختبار الفرضيات وسيتضمن هذا الفصل عرض نتائج التحليل الإحصائي واختبار فرضيات الدراسة، بينما يتناول الفصل الاخير النتائج والاستنتاجات والتوصيات.

الفصل الثاني

الاطار النظري للدراسة

مقدمه

مفهوم وطبيعة الإفصاح المحاسبي

أهمية الإفصاح المحاسبي

تطور الإفصاح المحاسبي

اهداف الإفصاح المحاسبي

اشكال الإفصاح المحاسبي

المعايير الدولية في الإفصاح

مقدمة

لقد ارتبط مبدأ الإفصاح بظهور الشركات المساهمة والزامها بنشر قوائمها المالية دورياً، لتقدم إدارة تلك الشركات إلى مستثمريها من مساهمين ومفوضين تقريراً عن نتائج أعمالها ومركزها المالي بغرض الإفصاح عن المعلومات الجوهرية التي حدثت خلال الفترة، حتى يتخذ هاؤؤلاء المستثمرين قراراتهم بناء على هذا الإفصاح (حنان، 2009).

ولقد جاء في الإطار الفكري لمعايير المحاسبة الدولية الصادر عن مجلس معايير المحاسبة الدولية IASB أن الهدف من التقارير المالية المنشورة هو تقديم معلومات مالية حول المنشأة المعدة للتقارير المالية تكون مفيدة للمستثمرين الحاليين والمحتملين والمقرضين والدائنين الآخرين في اتخاذ القرارات المتعلقة بتوفير الموارد للمنشأة (النجار، 2011).

ويعتبر الإفصاح المحاسبي الوسيلة الرئيسية والأداة الفعالة لإيصال نتائج الأعمال للمستخدمين في دعم قراراتهم خصوصاً المتعلقة بمجالات الاستثمار والتمويل، ونظراً للاهتمام المتزايد في مجال المحاسبة والمراجعة حول أهمية الإفصاح المحاسبي، فإن ذلك يؤدي إلى استمرار الضغوط على المهنة لتطوير أدائها في خدمة قطاعات الأعمال ودعم نظام الرقابة والمساءلة فيها (الملحم، 2003).

وان الإفصاح عن البيانات المالية من خلال القوائم المختلفة والخاصة بالشركة تساعد الجهات المختلفة والمستخدمين الداخليين والخارجيين بالاطلاع عليها كل حسب اهتمامه من أجل الوصول إلى المعلومات بكل سهولة ويسر ومن أجل اتخاذ القرارات بناء على المعلومات المنشورة .

مفهوم وطبيعة الإفصاح المحاسبي

الإفصاح المحاسبي هو "المرحلة التي تمكن المحاسبين من التعبير عن جهودهم في توفير المعلومات المحاسبية وهو من أهم المبادئ المحاسبية المتعارف عليها، وقد اجمع المحاسبون على تبني هذا المبدأ عند اعداد القوائم المالية المنشورة مما ساعد المهتمين من خارج المشروعات على اتخاذ القرارات السليمة في ضوء المعلومات التي يحصلون عليها من تلك القوائم" (ويكيبيديا).

وقد عرفه المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين (AICPA) بأنه "عرض للقوائم المالية بكل وضوح طبقاً للمبادئ المحاسبية المقبولة، ويتعلق ذلك بشكل وتصنيف المعلومات الواردة في القوائم المالية ومعاني المصطلحات الواردة فيها".

ويعرف الإفصاح انه يعني " الإفصاح عن جميع الأحداث المالية والتقارير عن أي تغيير يحدث في السياسات المحاسبية، مثل سياسة تقييم المخزون، وسياسة الاهلاك، وطرق تكوين الاحتياطات والمخصصات، وأن الإفصاح عبارة عن المعلومات التي توصلت إليها الشركة بشكل تقارير وقوائم، وباعتبار المحاسبة نظاماً للمعلومات فإن من أهم أهدافها هي أن تقوم بتوفير المعلومات الملائمة لكل من يقوم بالاستفادة من التقارير من أجل الدقة في اتخاذ القرارات" (الخطيب، 2002).

كما ويعرف بأن الإفصاح: هو الأداة التي تفسر القوائم المالية وتخبر عما تحتويه وانه هو المدخل الأخلاقي لمهنتي المحاسبة والمراجعة وهو أحد أركان القوائم المالية (وادي، 2006).

وقد عرف (العلول، 2008) أن الإفصاح المحاسبي "هو الإفصاح عن جميع المعلومات والبيانات المالية اللازمة لجميع الفئات التي تستخدمها، والتي يتم نشرها من خلال القوائم المالية أو في الملاحظات الملحقة بها، وكذلك الإفصاح عن السياسات المحاسبية المتبعة وعن أي تغيير طرأ عليها، وذلك من أجل الاستفادة منها لتساعد الجهات المستخدمة والمستفيدة لها باتخاذ القرارات المناسبة ولتحقيق الأهداف المرجوة".

وبناء على ما سبق يرى الباحث ان الإفصاح المحاسبي هو: الإفصاح عن البيانات المالية من خلال القوائم المختلفة الخاصة بالشركة، والتي تقوم الجهات المختلفة والمستخدمين الداخليين والخارجيين بالاطلاع عليها كل حسب اهتمامه من اجل الوصول الى المعلومات بكل سهولة ويسر ومن اجل اتخاذ القرارات بناء على المعلومات المنشورة .

أهمية الإفصاح المحاسبي

تظهر أهمية الإفصاح من خلال ازدياد حاجة الشركات المساهمة إلى التمويل عن طريق أسواق المال وبورصات الأسهم والسندات، فالإفصاح يعد شرطاً أساسياً لتأسيس وإدارة أسواق مال كفو، وغالبا ما تشرف على تلك الأسواق هيئات مهنية أو شبه حكومية تلزم الشركات المتعاملة بإتباع القواعد الأساسية التي تحددها المهنة، وإتباع التعليمات الصادرة عن الهيئات الإشرافية، وذلك حتى يكتسب الإفصاح والتقارير المالية المنشورة مصداقية لدى المستخدمين،

و إن مدقق الحسابات يجب أن يصادق على عدالة القوائم المالية والمعلومات المحاسبية التي تم الإفصاح عنها لتأكيد موثوقية ذلك الإفصاح (حنان، 2003).

وايضا تظهر اهمية الافصاح المحاسبي بأنه يلزم الشركات على توفير المعلومات الهامة والسليمة في تقاريرها المالية التي تساعد على اتخاذ القرارات الاقتصادية السليمة، وان الإفصاح في البيانات المالية يساعد ويخدم جهات حكومية و خصوصا "مصلحة الضرائب" التي كونها من أكثر الجهات اطلاعا على القوائم المالية للشركات (العلول، 2008).

وتعد الشركات موضوع الدراسة من القطاعات المهمة في أي بلد، حيث تشكل عاملاً هاماً في ازدهار الأعمال وتقوم على الثقة في الاستثمار والاقتصاد وذلك من خلال علاقتها الوثيقة مع الهيئات التشريعة والحكومية، ومن خلال تقيدها بالتشريعات والأنظمة المفروضة عليها، لذلك تعد البيانات المالية لشركات الصناعية من المصادر الهامة للمعلومات بالنسبة لمتخذي القرارات الاقتصادية، وسوف يساعد الإفصاح الكافي في هذه البيانات متخذي القرارات الاقتصادية في تقييم الميزات المالي والأعمال والإنجازات التي تقوم بها الشركات الصناعية، وفهم المواصفات والميزات الخاصة لطبيعة أعمال هذه الشركات.

وقد ازداث أهمية الإفصاح في البيانات المالية للشركات الصناعية حديثاً للأسباب الآتية :

1- إصدار تشريعات لضمان حقوق المستثمرين حيث لم يبق هناك مبررات لإدارات الشركات المساهمة الصناعية للتهرب من الإفصاح عن المعلومات بحجة الحرص على حماية مصالح المساهمين .

2- التزام الشركات المساهمة الصناعية من حيث شروط وقواعد الإفصاح لوائح التي تصدرها لجنة البورصة الأمريكية: Commission Exchange and Securities بشأن الإفصاح عن المعلومات في البيانات المالية المنشورة للشركات المساهمة الأخرى المدرجة فيها.

وتكمن أهمية الإفصاح في كونه يقدم معلومات مهمة عن الشركات بما يقلل حالة الغموض لدى المستخدمين بغرض المساعدة في اتخاذ قرارات رشيدة، إذ يرجع السبب الرئيسي للإفصاح في:

1- تقليل مخاطر ممولي رأس المال حتى يتمكنوا من تقييم العائد المتوقع لكل فرص الاستثمار مقابل المخاطر المصاحبة لتلك الفرص.

2- إعلام الأفراد والمجموعات والذين تؤثر نشاطات وعمليات الكيان على حياتهم ومستوى معيشتهم وذلك لتمكينهم من التأثير على تصرفات الكيان إذا رغبوا في ذلك بعد استعراض الإفصاح بالقوائم المالية (تومي، 2013).

لم يقف الامر على الإفصاح التقليدي على شبكة الانترنت ولكن انتشر على الانترنت في السنوات الأخيرة مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها في الإفصاح المحاسبي و تتنوع مواقع التواصل الاجتماعي فهناك موقع (Facebook ، Twiteer ، Linkdin ، Intaram ، YouTube) وهذا أدى إلى تنوع المواد التي تعرض على هذه المواقع، وفيما يلي بعض التفاصيل المتعلقة بفييس بوك وتويتر.

1- الفيسبوك: يعتبر موقع التواصل الاجتماعي الأشهر على الإطلاق والأكثر استعمالاً من قبل مرتادي مثل هذه المواقع، حيث يتيح هذا الموقع تناقل الأفكار بالعديد من الوسائل، المكتوبة، والمرئية، والمسموعة، بالإضافة إلى توفيره لإمكانية المحادثة الفورية وإرسال الرسائل، عدا عن إمكانية الكتابة على الحائط، وتحديد المواقع.

2- تويتر: يحتل تويتر مكانة كبيرة بين مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وهو يتقاطع إلى حد بعيد مع موقع الفيس بوك، ويمتاز تويتر بتوفيره للخدمة المعروفة باسم خدمة التدوين المصغر (التغريد)، حيث يمكن كتابة تغريده ونشرها، حيث لا يتجاوز عدد الأحرف في التغريدة الواحدة المئة وأربعين حرفاً (المعصراوي، 2015).

تعود أهمية الإفصاح المحاسبي كمبدأ ثابت في اعداد التقارير المالية الى كونه احد الاسس الرئيسية التي تركز عليها المبادئ المحاسبية المتعارف عليها (GAAP). وتدعو هذه المبادئ الى الإفصاح الكامل عن جميع المعلومات المحاسبية والمالية وغيرها من المعلومات الهامة ذات العلاقة بنشاط الجهة المعنية والواردة في بياناتها المالية وذلك لصالح المستفيدين الآخرين من هذه المعلومات. كما وان الإفصاح المحاسبي يستمد اهميته من تنوع وتعدد الجهات المستفيدة من هذه المعلومات والتي تضم المصرفيين، والمستثمرين، والمقرضين، والمحاسبين، والاجهزة الحكومية وغيرهم. هذا بالإضافة الى الآثار المترتبة على القرارات المتخذة من قبل هذه الجهات بناء على هذه المعلومات. ولذلك فان الإفصاح غير الكامل او غير الدقيق قد يؤدي الى تشويه القرارات التي تتخذها هذه الجهات الامر الذي من شأنه ان يكون له اثار سلبية (لايقة، 2007).

تطور الإفصاح المحاسبي

تطور الإفصاح المحاسبي عند بداية ظهوره الى الان ومر بمراحل عدة وتخلص هذه المراحل في خمس فترات مختلفة (المعصراوي، 2015):

أولاً: ما قبل عام 1845، حيث كانت المعلومات المحاسبية بالكامل سرية لا يطلع عليها الا ملاك الوحدة الاقتصادية.

ثانياً: الفترة ما بعد عام 1845 الى ستينات القرن العشرين، حيث كان يتم الإفصاح عن مجموعه من القوائم المالية خلال هذه الفترة .

ثالثاً: منذ عام 1978 وهو تاريخ اصدار قائمة مفاهيم اهداف التقارير المالية OBJECTIVES SFAC)OF FINANCIAL REPORTING BY BUSINESS ENTERPRISES (No. 1 في الولايات المتحدة، حيث تطور الإفصاح ليشمل التقارير المالية بدلا من القوائم المالية، وتعتبر التقارير المالية اعم واشمل، وكذلك شملت التقارير المالية التقارير القطاعية التي صدر بخصوصها المعيار الدولي IAS14 عام 1981 (الذي تم استبداله عام 2009 بالمعيار المحاسبي الدولي IFRS8).

رابعاً: أواخر القرن العشرين، حيث بدأ الإفصاح عن التقارير المالية بالإضافة الى الإفصاح عن بعض المعلومات بشكل اختياري و الإفصاح باستخدام الأدوات التقليدية الورقية بالإضافة الى الإفصاح المحاسبي عبر شبكه الانترنت عن طريق المواقع الالكترونية .

خامساً: بدايات القرن الواحد والعشرين، حيث اصبح الإفصاح عن التقارير المالية باستخدام الأدوات التقليدية الورقية بالإضافة الى الإفصاح المحاسبي عبر شبكه الانترنت عن طريق المواقع الالكترونية و /أو عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.

اهداف الإفصاح المحاسبي

أن أهداف الإفصاح المحاسبي في التقارير المالية تكمن في مدى توافر المعلومات الدقيقة والموثوق بها التي يعتمد عليها في اتخاذ القرارات، وأن تكون المعلومات خالية من الغش والخداع، و أن يكون تقديمها في المواعيد المحددة ليتم نشرها حتى تتم الاستفادة منها جميع الجهات المعنية سواء مستثمرين أو جهات رقابية أو حكومية (العلول، 2008).

ويهدف الإفصاح بشكل عام الى المساواة بين كافة مستخدمي البيانات المالية ويساعد على تعزيز الشفافية التي يؤدي غيابها إلى وجود حالة من عدم العدالة فيستأثر المدراء بكافة المنافع بالشركة دون سائر الملاك، وعليه فإن الشركات كبيرة الحجم تسعى دوماً إلى زيادة حجم الإفصاح لديها في إشارة منها إلى أدائها الجيد مما يساعدها على استقطاب المزيد من المستثمرين وتحقيق طلب أعلى على اسعار أسهمها الأمر الذي من شأنه ان يحسن من قيمها السوقية(السرطاوي، 2017).

اشكال الإفصاح المحاسبي

يعتبر الإفصاح عملية إظهار المعلومات المالية، سواء كانت كمية أو وصفية في القوائم المالية أو في الهوامش والملاحظات والجداول المكملة في الوقت المناسب، مما يجعل القوائم المالية غير مضللة وملائمة لمستخدمي القوائم المالية من الأطراف الخارجية، والتي ليس لها سلطة الاطلاع على الدفاتر والسجلات للشركات، وبهذا هناك انواع مختلفة ومتعددة للإفصاح المحاسبي منها:

1- الإفصاح الإجمالي:

وهو يتضمن جميع المعلومات المطلوب الإفصاح عنها وفقاً للتعليمات واللوائح، مثل: قوانين الشركات، لوائح أسواق رأس المال، ومعايير المحاسبة القابلة للتطبيق. وترجع أهمية هذا النوع من الإفصاح إلى إلزام الكيانات بالإفصاح عن المعلومات التي قد ترغب في إخفائها (تومي، 2013).

2- الإفصاح الاختياري :

وهو الإفصاح الذي تقوم به الشركة طوعاً دون إلزام الجهات الرقابية مثل تبنوت الإدارة بالأرباح وغيرها (الصادق، وعبيد، 2007). ويتوافر لدى المديرين معلومات عن أداء منشأتهم المالية والخطط المستقبلية أكثر من غيرهم، حيث افادة عدة دراسات ان لدى المديرين الحوافز للإفصاح عن المعلومات الاختيارية، ومن هذه الحوافز انخفاض تكلفة معاملات تبادل الاوراق المالية للمنشأة وزيادة اهتمام المحللين والمستثمرين وانخفاض تكلفة راس المال (Choi et al 2004).

3- الإفصاح الكافي (الملائم) :

يشير الإفصاح الكافي الى الحد الأدنى من المعلومات الواجب اشهاره (لايقة، 2007).

وعرف بأنه الحد الأدنى الواجب نشره من المعلومات بشرط أن تشمل: القوائم المالية والملاحظات والمعلومات الإضافية المرفقة بها كل المعلومات المتاحة المتعلقة بالمنظمة لتجنب تضليل الأطراف المهتمة بالمنظمة، وبعد الإفصاح الكافي من أهم المبادئ الرئيسية لإعداد القوائم المالية (حنان، 2003).

4- الإفصاح العادل:

أن الإفصاح العادل يتمثل بالإفصاح عن المعلومات بطريقة تضمن وصولها بنفس القدر إلى كافة المستفيدين دون تحيز إلى جهة معينة (جربوع، 2006).
نص المعيار المحاسبي الدولي الأول (IAS1) المعدل في الفقرة رقم (15) علي أن الإفصاح العادل يتطلب ما يلي:

أ- اختيار وتطبيق السياسات المحاسبية والتي توجب على الإدارة اختيار وتطبيق السياسات المحاسبية لمنشأة بحيث تمثل البيانات المالية لكافة المتطلبات الخاصة على الإدارة تطوير سياسات لضمان توفير البيانات المالية.

ب- تقديم المعلومات بما في ذلك السياسات المحاسبية بطريقة توفر معلومات محاسبية وموثوقة للمقارنة ومن الممكن فهمها.

ج- تقديم إفصاحات إضافية عندما تكون المتطلبات في معايير المحاسبة الدولية غير كافية لتمكين المستخدمين من فهم تأثير عمليات أو أحداث معينة علي المركز المالي والأداء المالي للمنشأة.

5- الإفصاح الكامل:

يشير الى مدى شمولية التقارير المالية واهمية تغطيتها لأي معلومات ذات اثر محسوس على القارئ لكن مفهوم الكمال غير ممكن حالياً (لايقه، 2007).

ويتطلب الإفصاح الكامل أن تصمم وتعد القوائم المالية الموجهة إلى عامة المستخدمين بشكل يعكس بدقة جميع الأحداث والحقائق المالية الجوهرية التي أثرت على المنشأة خلال الفترة، أي أن الإفصاح الكامل يشير إلى مدى شمولية التقارير المالية وأهمية تغطيتها لأي معلومات ذات تأثير محسوس على قرارات مستخدم تلك التقارير، مع الاعتراف مسبقاً بأن عرض كل المعلومات الجوهرية عن القوائم المالية (دخل، مركز مالي، تدفقات نقدية، تغيرات حقوق المساهمين) يبقى هدفاً صعب المنال (العالول، 2008).

6- الإفصاح الوقائي:

ويعني ان التقارير المالية يجب الإفصاح بها عن كل ما يجعلها غير مضلله لأصحاب الشأن، ويهدف الإفصاح الوقائي الى حماية المجتمع المالي وبصفة خاصة المستثمر العادي الذي له قدرة محدودة على استخدام المعلومات المحاسبية (لايقه، 2007).

وأن هذا النوع من الإفصاح يعتمد مفهوم الإفصاح الشامل كما هو مطبق في النموذج المحاسبي المعاصر، وتمثل فئة المساهمين والمقرضين أو الدائنين (المستثمرين الخارجيين عموماً) المحور الأساسي لتحديد مضمون وأدوات هذا الإفصاح (حنان، 2003).

7- الإفصاح التثقيفي (الاعلامي):

يشير الى الإفصاح عن المعلومات الملائمة والمفيدة لأغراض اتخاذ القرارات مثل الإفصاح عن التنبؤات المالية (دسوقي، 2014).
وكما ان هذا الإفصاح يفترض مستثمراً حصيماً ذا دراية وإطلاع واسعين، ويمتلك القدرة على التحليل وعقد المقارنات وإجراء التنبؤات بطريقة مهنية، ويتسم هذا الإفصاح عموماً باتجاه متزايد نحو التوسع في الإفصاح والتعدد في مجالاته وبالتركيز ليس فقط على المعلومات المالية، وإنما يشمل أيضاً معلومات غير مالية كمية ووصفية، مثل معلومات عن الطاقة الإنتاجية للوحدة المحاسبية، وعن كفاية ومؤهلات العاملين، وتطور كفاءتهم وإنتاجيتهم (حنان، 2003).

8- الإفصاح الكمي:

يشير إلى الحد الأدنى من المعلومات الذي يجب عرضه للتوافق مع هدف جعل القوائم المالية غير مضللة، ويعتبر الإفصاح الكمي أكثر المفاهيم شيوعاً في الاستخدام (تومي، 2013).

9- الإفصاح الوصفي :

ويقصد به أي إفصاح آخر يتضمنه التقرير المالي السنوي بخلاف القوائم المالية مثل مناقشات وتحليلات الإدارة (الصادق، وعبيد، 2007).

10- الإفصاح التام:

أشار إلى هذا النوع من الإفصاح هناك إجماع عام في المحاسبة حول ضرورة توفير الإفصاح التام والصادق والمناسب، ويتطلب الإفصاح التام أن تصمم وتعد القوائم المالية الدورية الموجهة إلى عامة المستخدمين بشكل يعكس بدقة الأحداث الاقتصادية التي أثرت على المنشأة خلال الدورة، وأن تتضمن هذه القوائم المالية معلومات كافية لجعل هذه القوائم مفيدة وغير مضللة للمستثمر العادي أو المتوسط، وعدم حذف أو كتمان معلومات جوهرية أو ذات منفعة لهذا المستثمر العادي (حنان، 2003).

11- الإفصاح الشامل :

وقد عرف الإفصاح الشامل: الإفصاح الشامل أن تكون المعلومات كثيرة وتفصيلية، و يقصد به أن يوصل إلى مستخدمي المعلومات المحاسبية كل الحقائق الهامة والملائمة والمتعلقة بنتيجة العمليات والمركز المالي وأن الإفصاح الشامل يمتد فيما وراء الأرقام المحاسبية فهو لا يقتصر على مخرجات النظام المحاسبي من بيانات مالية ولكن يمتد الأمر إلى الإفصاح عن معلومات وصفية قد يكون لها تأثير جوهري على القرارات (أبو المكارم، 2000).

مزايا وعيوب الإفصاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي

من خلال الدراسات السابقة وكما يرى الباحث نستطيع حصر بعض مزايا وعيوب الإفصاح المحاسبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

مزايا الإفصاح المحاسبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

- توفر الوقت والجهد للوصول الى المعلومات المطلوبة من قبل المهتمين بها.
- توفر فرصة التعامل المباشر مع المستثمرين والمهتمين لأخذ التغذية الراجعة والقيام بمعالجة الاخطاء بشكل مباشر.
- لا يوجد تكاليف مادية تذكر لأنشاء حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي.

عيوب الإفصاح المحاسبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

- غالباً تقوم الشركات بالإفصاح عن المعلومات والأخبار الإيجابية عنها وإخفاء الأخبار السلبية.
- تحتاج الحسابات إلى وقت وإلى ترويض حتى تصل إلى درجة من التفاعل الجيد .
- في كثير من الأحيان تكون الحسابات عرضة للاختراق مما قد يؤدي إلى نشر معلومات مغلوبة بشكل متعمد.

المعايير الدولية في الإفصاح:

.(International Accounting Standards Committee "Disclosure Of Accounting Policies, p5)

1- المعيار المحاسبي الدولي الأول: (Disclosure of Accounting Policies)

يتناول هذا المعيار الإفصاح عن جميع السياسات المحاسبية الهامة التي تتبع لإعداد وتصوير القوائم المالية، حيث تشمل الميزانية ونتيجة الأعمال أو حساب الأرباح والخسائر والإيضاحات وأية قوائم أخرى أو بيانات تفسيرية يمكن أن تعد جزءاً من القوائم المالية.

2- المعيار المحاسبي الدولي الثامن: (Unusual and Period Items and Changes in Accounting Policies).

يتناول هذا المعيار معالجة البنود غير العادية وبنود الفترة السابقة وكذلك التغييرات في السياسات المحاسبية وفي التقديرات المحاسبية ، وكذلك أثر المعالجة الضريبية على البنود غير العادية أو بنود الفترات السابقة، ولا يتناول هذا المعيار معالجة الزيادة الناتجة عن إعادة تقدير التكلفة التاريخية، ويعرف المعيار البنود غير العادية بأنها الأرباح أو الخسائر الناتجة عن أحداث غير مرتبطة بالنشاط العادي للمنشأة، وبذلك لا يتوقع حدوثها بشكل متكرر، وكذلك يعرف المعيار بنود الفترات السابقة بأنها هي التحويلات أو الإضافات التي تظهر في الفترة الحالية نتيجة أخطاء أو سهو عد إعداد القوائم المالية في الفترات السابقة.

3- المعيار المحاسبي الدولي العاشر: (Contingencies and events Accounting)

(After the Balance Sheet Date)

يعرف المعيار البنود الطارئة بأنها بنود تتعلق بأحداث مستقبلية غير مؤكدة يترتب علي وقوعها حل المنشأة لخسائر محتملة أو أرباح محتملة، وكذلك يعرف المعيار الأحداث اللاحقة لتاريخ الميزانية بأنها تلك الأحداث التي تقع في الفترة ما بين انتهاء السنة المالية والتاريخ الذي تعتمد وتنتشر فيه الميزاني.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الفصل الثالث

الدراسات السابقة

مقدمة

الدراسات العربية

الدراسات الاجنبية

ملخص الدراسات السابقة

ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة

تطوير فرضيات الدراسة

يهدف هذا الفصل الى استعراض العديد من الدراسات السابقة الملائمة لموضوع هذه الدراسة، وسوف يتم تقسيمها الى دراسات اجنبية ودراسات عربية وسيتضمن ايضا جدول يحتوي على ملخص للدراسات واهم ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة و عرض لفرضيات الدراسة .

الدراسات باللغة العربية:

دراسة (الخطيب، 2002) بعنوان "الإفصاح المحاسبي في التقارير المالية للشركات المساهمة العامة الأردنية في ظل معيار المحاسبة الدولي رقم 1".

هدفت هذه الدراسة إلى جمع البيانات والمعلومات الضرورية المتعلقة ببيان أساس عرض البيانات المالية في الشركات المساهمة العامة في الأردن المتعلقة بمبدأ الإفصاح للأغراض العامة لضمان إمكانية مقارنتها مع البيانات المالية الخاصة بالمنشأة للفترة السابقة، والبيانات المالية للمنشآت الأخرى المشابهة، وطرق الإفصاح المتعارف عليها، وما يطلبه هذا المبدأ من إيضاحات مرفقة بالقوائم المالية التي تؤدي إلى وسيلة هامة من وسائل اتخاذ القرارات من قبل مستخدمي القوائم المالية في الشركات المساهمة العامة عندما تكون البيانات المالية مفصلاً عنها بشكل سليم بالقوائم المالية.

وقد تكون مجتمع الدراسة من الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي لسنة 1999، حيث تم اختيار شركة صناعية مساهمة عامة واحدة واجريت عليها الدراسة المطلوبة.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على الأسلوب الاستنباطي الذي يقوم على دراسة التقارير المالية للشركات المساهمة العامة الصناعية الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي إلى نهاية عام 1999م، وقد اختبرت تقارير إحدى الشركات المساهمة العامة الصناعية لعام 1999م.

وقد خلصت الدراسة الى عدة نتائج اهمها:

ان الافصاح في الميزانية العمومية وبيان الارباح والخسائر وقائمة التغيرات في حقوق المساهمين يتطابق بشكل تام مع متطلبات معايير الافصاح المحاسبية الدولية بشكل عام ومعيار المحاسبة الدولية رقم (1) بشكل خاص، وتعكس نتيجة اعمال المشروع بصورة تعبر عن الواقع العملي للشركة المختارة عينة الدراسة .

انتقاد الدراسة:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على بيانات شركة واحد من الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان، مما يجعل نتائج البحث غير قابلة للتعميم الا على عينة قليلة من الشركات .

دراسة (لايقة، 2007) بعنوان " القياس والافصاح المحاسبي في القوائم المالية للمصارف ودورها في ترشيد قرارات الاستثمار".

هدفت الدراسة الى توضيح اهمية التقارير المالية في اتخاذ القرارات على المستوى الداخلي والخارجي للمصرف، ودراسة مستوى التزام المصارف بنشر القوائم المالية الالزامية والحكم على درجة الافصاح فيها من خلال الاعتماد على ما جاء في المعيار المحاسبي رقم (30) الخاص بالمصارف والمؤسسات المالية المشابهة، وبيان قصور القوائم المالية المنشورة من قبل المصارف وضرورة اعدادها وفقا لمعيار المحاسبي الدولي رقم (30).

وقد اجريت الدراسة على المصرف التجاري السوري (المديرية العامة) لعام 2002.

ومن اجل تحقيق الاهداف اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على الأسلوب الاستنباطي المستند بشكل اساسي على معلومات تم جمعها مباشرة من المراجع والابحاث والدراسات السابقة والمجالات العلمية المتعلقة بهذا الموضوع.

وقد خلصت الدراسة الى عدة نتائج اهمها:

انه لم يفصح المصرف عن الالتزامات الطارئة والاحداث اللاحقة المتضمنة للعناصر خارج الميزانية، والتي يمكن ان ينشأ عنها التزامات طارئة على الرغم من ان المعيار رقم (30) اكد على ضرورة الافصاح عن مثل هذه المعلومات، لم يقم المصرف التجاري السوري بالافصاح عن توزيع المخاطر المصرفية للأصول والخصوم على الرغم من ان القوائم المالية تبين ان المصرف يحصل على نسبة عالية من الودائع من القطاع الخاص .

دراسة (العلول، 2008) بعنوان "دور الإفصاح المحاسبي في دعم نظام الرقابة والمساءلة في الشركات المساهمة العامة قطاع غزة-فلسطين".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور الإفصاح المحاسبي في البيانات المالية في الشركات المساهمة العامة الفلسطينية في دعم نظام الرقابة الداخلية ومدى تطبيق الشركات للمبادئ والسياسات المحاسبية التي تساهم في زيادة وفعالية نظام الرقابة الداخلية، كما وهدفت الى الوقوف على المقومات الأساسية اللازمة للإفصاح في التقارير المالية للشركات المساهمة العامة الفلسطينية.

وقد تكون مجتمع الدراسة من كافة إدارات الشركات المساهمة العامة الفلسطينية أما عينة الدراسة فهي من العاملين في الشؤون المالية والادارية والرقابية في كافة الشركات المساهمة العامة الفلسطينية.

وقد اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي كما تم الحصول على المعلومات الأولية من خلال استبانة تم اعدادها حيث بلغ حجم العينة (39) شخص.

وقد خلصت الدراسة الى عدة نتائج اهمها: وجد اهتمام من الشركات المساهمة العامة الفلسطينية بالإفصاح المحاسبي عن جميع بنود عناصر المركز المالي بالقدر الكافي وبدون استثناء، وان إفصاح الشركات عن البنود الإضافية لقائمة المركز المالي والأرصدة المدينة والدائنة بشكل مستقل وطبيعية ودرجة سيولة الموجودات والبنود غير العادية في قائمة المركز المالي يدل علي وجود اهتمام والتزام الشركات بالإفصاح عن مثل هذه البنود.

دراسة (الحسن، 2009) بعنوان "الإفصاح الاختياري لدى الشركات الاردنية المدرجة في بورصة عمان".

هدفت هذه الدراسة الى قياس مستوى الإفصاح الاختياري في تقارير الشركات الاردنية المدرجة في بورصة عمان وبيان العوامل المؤثرة على درجة الإفصاح الاختياري في هذه الشركات وهي (حجم الشركه ونوع القطاع والرفع المالي وحجم شركة التدقيق وهيكل حقوق الملكية). كما وتفحص الدراسة وجود اوعدم وجود فروقات ذات دلالة احصائية في مستوى الإفصاح الاختياري ما بين السوقيين الاول و الثاني.

وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات المدرجة في بورصة عمان في السوق الثانوية والبالغ عددها 272 ما عدا البنوك وشركات التأمين، حيث تم اخذ عينه طبقه عشوائية مكونه من 67 شركة مدرجه في السوقين الاول والثاني.

وكانت اهم النتائج التي توصل اليها البحث : هو وجود افصاح اختياري في الشركات الاردنية المدرجة في بورصة عمان حيث بلغت نسبة الافصاح الاختياري 36.65%، كما اظهرت الدراسة وجود علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية ما بين الافصاح الاختياري وحجم الشركة عند مستوى الدلالة (0.021) ونوع القطاع عند مستوى الدلالة (0.057) بالإضافة الى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية ما بين مستوى الافصاح الاختياري وبين حجم المدقق والرفع المالي وهيكل الملكية.

دراسة (عبيدات، 2011) بعنوان "العوامل المؤثرة في الافصاح عن التقارير المالية على الانترنت من قبل الشركات المساهمة العامة الاردنية"

هدفت هذه الدراسة الى معرفة الخصائص التي تميز الشركات المساهمة العامة الاردنية التي تمتلك مواقع الكترونية والتي لا تمتلك على الشبكة العنكبوتية، والى اختبار اثر عدد من الخصائص في تفسير الاختلافات في مستوى افصاح الشركات التي تمتلك مواقع الكترونية عن 16 بند، حيث كان من هذه البنود حجم الشركة، ربحية الشركة، سيولة الشركة، وعمر الشركة، ونوع الشركة.

وقد قام الباحث بتطبيق الدراسة على جميع الشركات الاردنية المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي لسنة 2011 والبالغ عددها 274 شركة وتم استبعاد 4 شركات لعدم توفر البيانات اللازمة لها لتصبح عينة الدراسة 270 شركة.

وقد اتبع الباحث اسلوب تحليل المحتوى ثم اجراء عمليات التحليل الاحصائي اللازمة للوصول للنتائج.

وكانت اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة ان 58% من الشركات الاردنية عينة الدراسة لديها موقع الكتروني على الانترنت كما وجدت ان حجم الشركة وربحية الشركة لها تأثير ايجابي في امتلاك الشركة لموقع الكتروني والافصاح عن التقارير من خلاله.

دراسة (عيسى، 2011) بعنوان "الافصاح المحاسبي والعوامل المؤثرة عليه في الشركات المساهمة السورية".

هدفت الدراسة الى وصف نموذج الافصاح عن المعلومات المحاسبية في التقارير المالية السنوية لشركة المجموعة المتحدة للنشر والاعلان والتسويق وتحديد العوامل المؤثرة في مدى الافصاح عن المعلومات المحاسبية في التقارير المالية السنوية لشركة المجموعة (كالحجم، نوع النشاط، هيكل الملكية، نوع مراجع الحسابات الخارجي، الربحية).

وقد كانت عينة الدراسة عبارة عن شركة واحدة وهي المجموعة المتحدة للنشر والاعلان والتسويق السورية .

وقد انتهجت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي خلال عرضها لمفهوم الافصاح والعوامل المؤثرة فيه كما اعتمدت على منهج دراسة الحالة حيث يقدم امكانية لفهم نموذج الافصاح المحاسبي.

ومن اهم النتائج التي توصلت اليها الباحثة ان شركة المجموعة المتحدة تطبق تعليمات الافصاح المطوبة من قبل هيئة الاوراق المالية، وان وجود 315 مساهما الى جانب اعضاء مجلس الادارة يعد احد العوامل الاساسية المؤثرة في عملية الافصاح.

دراسة (المطيري، 2012) بعنوان "العوامل المؤثرة في مستوى الافصاح المحاسبي عن المعلومات المالية على الانترنت في القوائم المالية الصادرة عن الشركات المساهمة العامه الكويتية".

هدفت هذه الدراسة الى معرفة العوامل التي تميز الشركات التي لها مواقع الكترونية، كذلك تهدف الى اختبار اثر العديد من العوامل في تفسير الاختلاف في مستوى افصاح الشركات التي لديها مواقع الكترونية عن مجموعه من المعلومات في مواقعها الالكترونية.

وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات المساهمة العامه الكويتية المدرجة في سوق الكويت المالي لعام 2011 والبالغ عددها 202 شركة.

وقد اتبع الباحث في هذه الدراسة طريقة تحليل المحتوى، حيث تم البحث عن مواقع الشركات على الانترنت وتحليل محتوياتها بما يتناسب مع اهداف الدراسة.

وقد خلصت الدراسة الى ان 77% من الشركات عينة الدراسة لها مواقع الكترونية على الانترنت، وان حجم الشركة له تأثير ايجابي في امتلاك الشركة لموقع الكتروني وافصاحها من خلاله، وان ربحية الشركة لها تأثير ايجابي في امتلاك الشركة لموقع الكتروني ولكن ليس لها تأثير على افصاح الشركة، وان عمر الشركة وقطاعها ليس له اي تأثير على امتلاك الشركة لمواقع الكترونية وليس له تأثير على مستوى افصاحها.

دراسة (عبدالجليل، وابونصار، 2014) بعنوان " العوامل المؤثرة على مستوى الإفصاح الاختياري في التقارير المالية السنوية للشركات المساهمة العامة الأردنية "

هدفت هذه الدراسة الى معرفة العوامل المؤثرة في مستوى الافصاح الاختياري في التقارير المالية السنوية للشركات المساهمة العامة الأردنية، ومعرفة اذا كان مستوى الافصاح يتأثر بقناعات ورغبات الادارة، وتلبية احتياجات مستخدمي البيانات المحاسبية، والمنافع المتوقعة إلى تكلفة إعداد البيانات.

ولمناقشة هذه العوامل تم تصميم إستبانه، وزع منها 82 استبانه على عينة عشوائية من الشركات الأردنية المساهمة العامة الصناعية والخدمية في سوق عمان المالي، حيث تم استخدام الأساليب الاحصائية الملانمة لاختبار فرضيات الدراسة عند مستوى ثقة 95%.

واظهرت نتائج الدراسة وجود أثر على مستوى الافصاح الاختياري في التقارير المالية السنوية للشركات المساهمة العامة ذي دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5 % لكل عامل من العوامل المؤثرة الواردة في البحث. كما اظهرت النتائج وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% في أثر تلبية احتياجات مستخدمي البيانات المحاسبية تبعا لنوع النشاط، وأظهرت نتائج الدراسة أيضا وجود علاقة موجبه وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 1 % بين أثر النشاط وتلبية حاجات مستخدمي البيانات المحاسبية وأثر المنافع المتوقعة.

دراسة (دحدوح، و حماد، 2015) بعنوان "نموذج مقترح لقياس الإفصاح الاختياري وتطبيقه في بيئة الأعمال السورية".

هدفت هذه الدراسة الى إعداد نموذج يمكن من قياس كمية الإفصاح الاختياري ونوعيته في التقارير السنوية للشركات المساهمة المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية و تطبيق هذا النموذج على التقارير المالية للشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية لعام 2012 وقياس درجة الإفصاح الاختياري لدى تلك الشركات.

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال الرجوع إلى ما جاء في الدراسات السابقة، والبحوث العلمية ذات الصلة بموضوع البحث، لوضع نموذج مقترح لقياس الإفصاح الاختياري، ومن ثم تطبيق هذا النموذج على التقارير المالية للشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية لعام 2012م لمعرفة حجم الإفصاح الاختياري ونوعيته في هذه الشركات حيث أفاد الباحثان في إعداد هذا النموذج من مجموعة من الدراسات السابقة إذ وضعت هذه الدراسات عدداً من عناصر الإفصاح الاختياري يتراوح بين 60 إلى 75 عنصراً مبنية ضمن ثلاث مجموعات، في حين النموذج المقترح لقياس الإفصاح الاختياري، مكون من قائمة تتضمن (120) عاملاً للتعبير عن الإفصاح الاختياري، وقسمت هذه العوامل إلى تسع مجموعات.

وخلصت الدراسة الى ان هناك تباين في نسبة الإفصاح الاختياري حجماً ونوعياً بين الشركات المساهمة المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية بالنسبة إلى تقاريرها المالية لعام (2012) وكانت نسب الإفصاح الاختياري منخفضة، إذ بلغت أقصى نسبة إفصاح (10%) وبيّنت ملاءمة استخدام النموذج المقترح لقياس درجة الإفصاح الاختياري في الشركات المساهمة في بيئة الأعمال السورية.

دراسة (قرطالي، 2015) بعنوان "العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح المحاسبي الالكتروني".

هدفت هذه الدراسة الى دراسة أثر العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح المحاسبي الالكتروني عن المعلومات المالية في التقارير المالية الصادرة عن الشركات محل البحث وتشمل حجم الشركة، وربحية الشركة، ومديونية الشركة، وطبيعة نشاط الشركة، وعمر الشركة على مستوى الإفصاح عن المعلومات المالية على شبكة الإنترنت.

ويتمثل مجتمع الدراسة من المصارف وشركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية اما عينة الدراسة فكانت الشركات التي لها موقع خاص على شبكة الانترنت.

وقد استخدم الباحث المنهج التحليلي بهدف تحليل المعلومات والحقائق المتاحة بالفعل عن المتغيرات، حيث تم استخدام أسلوب تحليل المحتوى في الدراسة التطبيقية على ضوء نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصّل عنها إلكترونياً على الإنترنت واختبار أثر تلك المتغيرات على نموذج الإفصاح المقترح لعينة من الشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

ومن اهم النتائج التي خلص اليها البحث انه يتحسن أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصّل عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة كلما زادت أرباح الشركات و كلما ارتفعت المديونية في تلك الشركات، ولا يتأثر أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصّل عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة بحجم رأسمال الشركات وبعمر تلك الشركات.

دراسة (السرطاوي، 2017) بعنوان "أثر الإفصاح المالي الإلكتروني على القيمة السوقية للمصارف الاسلامية الخليجية"

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر الإفصاح الإلكتروني على القيمة السوقية المضافة للمصارف الإسلامية الخليجية ومعرفة مستوى الإفصاح المالي الإلكتروني في المصارف الاسلامية الخليجية بالإضافة الى معرفة طبيعة العلاقة بين الإفصاح المالي الإلكتروني في المصارف الاسلامية الخليجية وقيمتها السوقية .

وقد اشتمل مجتمع الدراسة على كافة المصارف الاسلامية المدرجة في الأسواق المالية لأربعة من دول مجلس التعاون الخليجي وهي السعودية، والبحرين، والكويت، وقطر، واقتصرت عينة الدراسة على 22 مصرفا اسلامية مدرجا في الاسواق المالية لدول مجتمع الدراسة، وقد قام الباحث بتطوير نموذج قياسي للدراسة لتمثيل طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل (الإفصاح المالي الإلكتروني) والمتغير التابع (القيمة السوقية المضافة للمصرف الاسلامي)، حيث انه وبعد التأكد من مدى ملائمة النموذج تم اختبار نموذج الدراسة عن طريق استخدام الانحدار المتعدد

وقد تم تحليل البيانات المالية على ثلاثة مراحل، إذ تمثلت المرحلة الأولى بمرحلة الإحصاء الوصفي، والمرحلة الثانية مرحلة التأكد من مدى صلاحية البيانات لاختبار العلاقة، أما المرحلة الثالثة والأخيرة فقد تمثلت باختبار نموذج الدراسة، وقد خلصت الدراسة الى وجود مستوى مقبول

من الإفصاح المالي الإلكتروني في المصارف الإسلامية الخليجية، كما أظهرت النتائج وجود علاقة ايجابية ودالة إحصائياً بين مستوى الإفصاح المالي الإلكتروني والقيمة السوقية المضافة في المصارف الإسلامية الخليجية.

الدراسات الأجنبية :

- دراسة (Schamberger, 2013) بعنوان:

"Social Media: Opportunities and Risks for Tax Practices"

هدفت الدراسة الى التعرف على مدى خطورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل أعضاء مكاتب التدقيق المحاسبية بسبب امكانية تسرب معلومات العملاء وذلك لان التطور التكنولوجي جعل من السهل نشر المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي والتي من الممكن ان تعرض الشركات للمساءلة القانونية والضريبية.

وللوصول الى النتائج استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع البيانات من الصفحات الخاصة بالشركات وتحليل الجوانب المختلفة المتعلقة بالبيانات المفصح عنها من قبل الشركات عينة الدراسة، وقد تم جمع البيانات من عينه من مكاتب التدقيق والتي لها حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تبين ان 90% منها تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل فاعل.

وقد خلصت الدراسة الى انه مع التطور المتسارع في التكنولوجيا اصبح من السهل الوصول الى بعض المعلومات الحساسة للعملاء من خلال الاختراقات او من خلال التساهل من بعض الموظفين مما يضر بالشركات بشكل واسع خصوصا في حال المنافسة الكبيرة بين الشركات، لذلك اوصت الدراسة بما يلي:

يجب على مكاتب التدقيق تطوير سياسات لمنع المعلومات من الوصول الي الاطراف الخاطئة، وضع قوانين للحد من احتمال نشر المعلومات من قبل الموظفين في الشركة بشكل خاطئ يؤدي الى انتهاك القواعد التنظيمية، ويجب تدريب الموظفين للامتناع عن نشر المعلومات علي مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عشوائي .

– دراسة (Trinkle, and Crossler, 2013) بعنوان:

"Voluntary Disclosures via Social Media and the Role of Comments"

هدفت الدراسة الى معرفة مدى تفاعل رواد مواقع التواصل الاجتماعي مع اخبار الشركات وتأثرهم بمنشورات الشركات ومدى مقدرتهم على التأثير على قراراتها واختبار مصداقية الشركات في نشر الاخبار عبر هذه الوسائل.

وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة اسلوب تحليل المحتوى، حيث تم اختيار عينه مكونه من 50 مستثمر من المستثمرين الفرنسيين، وقد تم إعطاء افراد العينة المشاركين من المستثمرين افصاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك في ضوء الحالات التالية:

- وجود تعليقات ايجابية الى جانب الإفصاحات.
 - وجود تعليقات سلبية الى جانب الإفصاحات.
 - وجود تعليقات ايجابية وسلبية (مزيج) الى جانب الإفصاحات.
 - عدم وجود تعليقات الى جانب الإفصاحات.
- وقد تم العمل على تحليل ردود الافعال للوصول الى النتائج، وقد خلصت الدراسة الى عدة نتائج اهمها:

ان المشاركين يتأثرون بتعليقات الأغلبية على مواقع التواصل الاجتماعي، فعندما يتسلم المشاركون في التجربة تعليقات ايجابية مرتبطة بالأخبار الجيدة والسيئة يتجهون اتجاه الاغلبية، كذلك اثبتت التجربة انه عندما يكون هناك أخبار سيئة تكون ردود أفعال المستثمرين المشاركين في التجربة اضعف مما يجب عندما كانت جميع التعليقات ايجابية والعكس صحيح، ووجدت الدراسة ان هالك اثر ايضاً علي مصداقية الادارة بالتلاعب في التعليقات من اجل التأثير على المستثمرين واتخاذ القرارات، وبالتالي يمكن التلاعب في الافصاح عن طريق ومواقع التواصل الاجتماعي.

- دراسة (Blankespoor, et. al. 2013) بعنوان :

"The Role of Dissemination in Market Liquidity: Evidence From Firms' Use of Twitter"

هدفت الدراسة الى بيان مدى قدرة الشركات على التقليل من التباين في المعلومات من خلال نشرها على نطاق واسع باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وفيما إذا كانت الشركات يمكن أن تستخدم موقع تويتر كقناة اتصال تكميلية لتحسين نشر المعلومات المالية.

وقد قام الباحثون بدراسة علي 141 شركة مختصة بتكنولوجيا المعلومات وتقوم بالإفصاح عن البيانات من خلال تويتر والمؤتمرات الصحفية، واتبع الباحثون اسلوب التحليل للتغريدات المنشورة وحجم اعادة نشرها على موقع تويتر من قبل المهتمين والمستثمرين في الشركة.

وقد خلصت الدراسة الى عدة نتائج اهمها: ان الإفصاحات المحاسبية من خلال تويتر او مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل ايجابي على وصول المعلومات لعدد كبير من المستثمرين وبالتالي يعمل على تخفيف التباين بالمعلومات، و أن النشر عبر تويتر من خلال النوافذ الإخبارية مرتبط بانخفاض العرض وزيادة الطلب، ويؤدي الى نسبة سيولة أعلى بعد معرفة محتوى المعلومات من الأخبار.

وقد اوصت الدراسة العمل على بحوث مستقبلية لاستكشاف كل من الاستخدامات البديلة للإفصاح ومعرفة العواقب الاقتصادية لها.

- دراسة (Jung, et. al. 2015) بعنوان :

"Corporate Use of Social Media"

هدفت هذه الدراسة الى معرفة فيما اذا كانت الإفصاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في التغييرات في طبيعة المعلومات المفصح عنها الخاصة بالشركة، و الى توثيق عدد الشركات المتداولة اسهمها في السوق المالي في الولايات المتحدة والتي تعتمد وسائل التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات المالية للمستثمرين.

وقد قام الباحثون بعمل دراسة مسحية لعينة كبيرة تتكون من 1500 شركة من خلال Standard " & Poor's " وقد تم جمع البيانات من خلال البحث عن الشركات التي تملك حساب او اكثر على مواقع التواصل الاجتماعي ودراسة تقاريرها.

وقد خلصت الدراسة الى عدة نتائج اهمها: ان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يحسن بيئة المعلومات للشركة من خلال تحسين عملية التواصل مع المستثمرين، 50% من الشركات عينة الدراسة تعتمد وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لنشر البيانات المالية، و وجود علاقة سلبية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبين الوسائل التقليدية للأعلام، وهذا يشير الى ان وسائل التواصل الاجتماعي من الممكن ان تكون بديل عن الوسائل الاعلامية التقليدية الاخرى .

- دراسة (Lee, and Shu, 2015) بعنوان:

"The Role of Social Media in the Capital Market: Evidence from Consumer Product Recalls"

هدفت الدراسة الى معرفة كيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على الارباح من خلال الافصاح عن المنتجات الاستهلاكية التي يتم سحبها من السوق و الخاصة بالشركة والتي غالبا ما تسحب لأسباب مثل وجود خلل في المنتج وعدم مطابقته للمواصفات المطلوبة، ومعرفة اهمية وسائل التواصل الاجتماعي لإيصال المعلومات الى الجهات المعنية.

وقد تم جمع البيانات من خلال اخذ عينة مكونة من 405 منتجات استهلاكية مفصح عنها من خلال تويتر والوسائل الاخرى، مع العلم ان عمليات سحب المنتجات تشكل أزمة للشركة وقد تعرضها للمسائلة القانونية المحتملة تؤدي للضرر بسمعة الشركة، وقد اتبع الباحث اسلوب التحليل من خلال متابعة الإفصاحات عن المنتجات المسحوبة وتحليل ردود الافعال وكيف يكون تعامل الشركات معها .

وقد خلصت الدراسة الى عدة نتائج اهمها: ان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الاخبار عن المنتجات المسحوبة ينعكس بشكل ايجابي على الارياح ويخفف من ردود الفعل السلبية تجاه الشركة، وكذلك أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة متزايدة الأهمية للشركات لكي تنشر المعلومات مباشرة إلى فئة كبيرة من المهتمين في الوقت المناسب.

- دراسة (Miller, and Skinner, 2015) بعنوان:

"The Evolving Disclosure Landscape: How Changes in Technology, the Media, and Capital Markets are Affecting Disclosure"

هدفت الدراسة الى معرفة مدى تأثير قرارات الافصاح الادارية بالتطورات التكنولوجية المستمرة وبالتطور في وسائل الاعلام المختلف، وبيان فيما اذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي قادرة على تغيير اساليب تعامل الشركات مع المساهمين.

وقد تم جمع البيانات من خلال مؤتمر للمحاسبة عقد لهذا الخصوص و تم مناقشة خمسة اوراق بحثية خلاله قدمت لبيان اراء المجتمعين، وتلخص هذه الاوراق فهم لطرق الافصاح المحاسبي في الاسواق المالية بالأساليب المختلفة وكيف تغير وسائل التواصل الاجتماعية الطريقة التي تتفاعل بها الشركات مع المستثمرين وكذلك عامة الناس وكان عدد الحاضرين 150 شخص.

وقد خلصت الدراسة الى عدة نتائج اهمها:

ان التطورات التكنولوجية والتطور في وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر من القنوات المهمة والمؤثرة في الإفصاحات المحاسبية والتي تنعكس نتائجها بصورة ايجابية على الشركة، ان القرارات الادارية المبنية على استطلاع اراء المستثمرين ومعرفة احتياجاتهم يمكن معرفتها بشكل اسهل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وبسرعة اكبر.

- دراسة (Prokofieva, 2015) بعنوان :

"Twitter-Based Dissemination of Corporate Disclosure and the Intervening Effects of Firm's Visibility: Evidence from Australian-Listed Companies"

هدفت هذه الدراسة لبيان مدى تأثير الإفصاحات المحاسبية عبر تويتر على سوق الاسهم، واذا ما كانت الإفصاحات عبر موقع تويتر تعمل على جذب المستثمرين وتكون ذات شفافية عالية.

وقد قام الباحث بتجميع البيانات من 200 شركة مدرجة في بورصة الأوراق المالية الاسترالية من خلال التقارير المنشورة واتباع المنهج التحليلي مع العلم ان هذه الشركات تقوم باستخدام تويتر للإفصاح عن البيانات المحاسبية.

وقد خلصت الدراسة الى عدة نتائج اهمها: ان هناك علاقة عكسية بين العرض والطلب غير المنتظم وبين الافصاح عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي وان الافصاح عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر اداة قوية ومؤثره على التقارير المالية الداخلية، وتتفق هذه النتيجة مع فرضية الاعتراف بالمستثمرين، وتشير الى أنه على الرغم من أن إعلانات الشركات متاحة للجمهور والمستثمرين من خلال منصة سوق الأسهم، فإن النشر لإعلانات الشركات عبر تويتر يسمح للشركات بتوسيع نطاق اعتراف المستثمرين والمساهمة في الحد من عدم تماثل المعلومات. كما وتظهر هذه النتيجة أن وسائل الإعلام الاجتماعية هي أداة قوية للإبلاغ المالي عبر الانترنت .

- دراسة (Cade, et. al. 2016) بعنوان:

"Corporate Social Media: How Two-Way Disclosure Channels Influence Investors"

هدفت الدراسة الى معرفة ما اذا كانت مشاركة الاشخاص والتفاعل مع اخبار وافصاحات الشركة على مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على سمعة الشركة ويزيد من جاذبيتها للمستثمرين، ومدى تأثير المديرين على سلوك المحللين تجاه المعلومات المنشورة.

وقد تم جمع البيانات من خلال اخذ عينة من الشركات التي تملك حسابات على موقع تويتر وملاحظة مدى تفاعل المستثمرين مع تغريدات الشركة وعدد التغريدات التي يعاد مشاركتها من خلالهم وكيف تجيب الشركة على آرائهم وتتفاعل معهم .

وقد خلصت الدراسة الى عدة نتائج اهمها:

الشركات التي يوجد على مواقعها تفاعل كبير تكون اكثر جاذبية للاستثمار من غيرها، اعادة التعرید للانتقادات الموجهة للشركة من العوامل الهامة بشأن المستثمرين، ان عدم الرد او السكوت على الانتقادات المقدمة من المستثمرين بشكل تراكمي يمكن ان ينعكس بشكل سلبي على الشركة، يستطيع مدير الشركات النجاح في ادارة تصورات المستثمرين باستخدام تويتر او بمعالجه الانتقادات مباشره او توجيه الانتباه بشكل مباشر او غير مباشر.

- دراسة (Yang, et. al. 2016) بعنوان:

"Voluntary Financial Disclosure on Social Media: Does Corporate Governance Matter?"

هدفت الدراسة الى معرفة فيما اذا كانت حوكمة الشركات من العوامل التي تدفع الشركة الى الافصاح عن المعلومات المالية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ومعرفة كيف يمكن أن يؤثر استخدام الشركة لتكنولوجيا الاتصالات على قرارات المستثمرين الاستثمارية. وقد تم جمع البيانات من خلال الشركات المدرجة على مؤشر (فوتسي) وهي عبارة عن 350 شركة، وقد تم اخذ العينة اعتمادا على وجود حسابات لهذه الشركات على مواقع التواصل الاجتماعي وفيما اذا كانت هذه الحسابات فاعلة او لا، وقد قام الباحثون بالعمل على تحليل البيانات من خلال ملاحظة مدى التفاعل الموجود. وقد خلصت الدراسة الى عدة نتائج اهمها:

ان الشركات التي تعتمد الحوكمة بشكل اكبر تكون اكثر نشاطا وفعالية بالإفصاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أن المستثمرين قادرون على معرفة شخصية الشركة والطريقة التي تستخدمها للاتصال وايصال المعلومات للمستثمرين وبانها مناسبة او لا، عند وجود وصول مباشر من الشركة للمستثمرين ويكون هناك سهوله في الوصول اليهم يكون ضمان استمرارهم اكبر.

ويبين الجدول التالي ملخص للدراسات السابقة العربية والاجنبية يحتوي على بلد الدراسة والهدف والمنهجية واهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة.

جدول رقم (1)

ملخص الدراسات السابقة

الدراسة وبلدها	هدف الدراسة	منهجية الدراسة	اهم النتائج
الأردن الخطيب (2002)	جمع البيانات والمعلومات الضرورية المتعلقة ببيان أساس عرض البيانات المالية في الشركات المساهمة العامة في الأردن المتعلقة بمبدأ الإفصاح للأغراض العامة لضمان إمكانية مقارنتها مع البيانات المالية الخاصة بالمنشأة للفترات السابقة.	اعتمدت هذه الدراسة على الأسلوب الاستنباطي الذي يقوم على دراسة التقارير المالية للشركات المساهمة العامة الصناعية الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي إلى نهاية عام ١٩٩٩ م.	ان الإفصاح في تقرير مجلس الإدارة يتماشى مع المعيار المحاسبي الدولي رقم (١) وعينة الدراسة حيث كان يبين عينة الدراسة بشكل واضح . ان الإفصاح في تقرير مدقق الحسابات يتطابق مع متطلبات المعيار الدولي المحاسبي رقم (١) وكان التقرير يقدم رأياً فنياً محايداً عن البيانات الختامية في ١٩٩٩/١٢/٣١.
فلسطين العلول (2006)	معرفة دور الإفصاح المحاسبي للبيانات المالية في الشركات المساهمة العامة الفلسطينية في دعم نظام الرقابة الداخلية ومدى تطبيق الشركات لمبادئ والسياسات المحاسبية التي تساهم في زيادة وفعالية نظام الرقابة الداخلية.	اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي كما تم الحصول على المعلومات الثانوية من خلال الدراسات السابقة والمراجع العلمية والدوريات كما تم الحصول على المعلومات الأولية من خلال الاستبانة التي تم إعدادها، لهذا الغرض عن طريق البرنامج الإحصائي (SPSS).	يوجد اهتمام من الشركات المساهمة العامة الفلسطينية بالإفصاح المحاسبي عن جميع بنود عناصر المركز المالي بالقدر الكافي وبدون استثناء . وان إفصاح الشركات عن البنود الإضافية لقائمة المركز المالي والأرصدة المدينة والدائنة يدل على وجود اهتمام والتزام الشركات بالإفصاح عن مثل هذه البنود.
الأردن لايقة (2007)	توضيح أهمية التقارير المالية في اتخاذ القرارات على المستوى الداخلي والخارجي للمصرف ودراسة مستوى التزام المصارف بنشر القوائم المالية الإلزامية والحم على درجة الإفصاح فيها.	اعتمدت الباحثة المنهج الاستنباطي المستند بشكل أساسي على معلومات مستقاه مباشرة من المراجع والأبحاث والدراسات السابقة والمجلات العلمية المتعلقة بهذا الموضوع	لم يفصح المصرف عن الالتزامات الطارئة والأحداث اللاحقة المتضمنة للعناصر خارج الميزانية. غياب الايضاحات والملاحظات المرافقة للقوائم المالية للمصرف والتي يمكن ان توضح الكثير من الامور الغامضة في الميزانية وقائمة الدخل والتي لايمكن ذكرها ضمن هذه القوائم المالية .

<p>وجود إفصاح اختياري في الشركات الاردنية المدرجة في بورصة عمان حيث بلغت نسبة الإفصاح الاختياري 36.65%.</p> <p>كما بينت عدم وجود فروقات ذات دلالة احصائية بين مستوى الإفصاح في السوقين الاول والثاني.</p>	<p>اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات المدرجة في بورصة عمان.</p>	<p>قياس مستوى الإفصاح الاختياري في تقارير الشركات الاردنية المدرجة في بورصة عمان وبيان العوامل المؤثرة على درجة الإفصاح الاختياري في هذه الشركات.</p>	<p>الحسن (2009) الاردن</p>
<p>تقوم الشركات الصناعية محل الدراسة بالإفصاح والتطبيق لبنود قائمة المركز المالي لثلاث سنوات وبمتوسط حسابي (3.73).</p> <p>تقوم الشركات الصناعية محل الدراسة بالإفصاح والتطبيق لبنود قائمة الدخل لثلاث سنوات وبمتوسط حسابي (3.56).</p>	<p>اعتمد الباحث اعلى الاسلوب النوعي باستخدام الاسلوب التطبيقي الذي يقوم على دراسة الاسلوب التطبيقي الذي يقوم على دراسة التقارير المالية للشركات المساهمة العامة الصناعية الاردنية المدرجة في سوق عمان المالي الى نهاية عام.</p>	<p>التعرف على الاطار المفاهيمي للإفصاح والتعرف على الجهود المبذولة من هيئة الأوراق المالية لزيادة وتحقق الإفصاح والتعرف على الاليات التي يمكن خلالها تحقيق الإفصاح في سوق عمان المالي.</p>	<p>الجوائمه (2010) الاردن</p>
<p>وكانت اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة ان 58% من الشركات الاردنية عينة الدراسة لديها موقع الكتروني على الانترنت كما وجدت ان حجم الشركة وربحية الشركة لها تأثير ايجابي في امتلاك الشركة لموقع الكتروني والإفصاح عن التقارير من خلاله.</p>	<p>قام الباحث بتطبيق الدراسة على جميع الشركات الانرية المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي وقد اتبع الباحث اسلوب تحليل المحتوى للوصول للنتائج.</p>	<p>هدفت هذه الدراسة الى معرفة الخصائص التي تميز الشركات التي تمتلك مواقع الكترونية والتي لا تملك والى اختبار اثر العديد من الخصائص في تفسير الاختلافات في مستوى افصاح الشركات التي تملك مواقع الكترونية عن 16 بند او مجموعه من المعلومات في مواقعها الالكترونية .</p>	<p>عبيدات (2011) الاردن</p>
<p>ومن اهم النتائج التي توصلت اليها ان شركة المجموعة المتحدة تطبق تعليمات الإفصاح المطبوعة من قبل هيئة الأوراق المالية، وان وجود 315 مساهما الى جانب اعضاء مجلس الادارة يعد احد العوامل الاساسية المؤثرة في عملية الإفصاح.</p>	<p>وقد انتهجت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي خلال عرضها لمفهوم الإفصاح والعوامل المؤثرة فيه.</p>	<p>هدفت الدراسة الى وصف نموذج الإفصاح عن المعلومات المحاسبية في التقارير المالية السنوية لشركة المجموعة المتحدة للنشر والاعلان والتسويق وتحديد العوامل المؤثرة في مدى الإفصاح عن المعلومات المحاسبية في التقارير المالية السنوية.</p>	<p>عيسى (2011) سوريا</p>

<p>وقد خلصت الدراسة الى ان 77% من الشركات عينة الدراسة لها مواقع الكترونية على الانترنت، وان حجم الشركة له تاثير ايجابي في امتلاك الشركة لموقع الكتروني وافصاحها من خلاله، وان ربحية الشركة لها تاثير ايجابي في امتلاك الشركة لموقع الكتروني ولكن ليس لها تاثير على افصاح الشركة.</p>	<p>وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات المساهمة العامة الكويتية او البالغ عددها 202 شركة. وقد اتبع الباحث في هذه الدراسة طريقة تحليل المحتوى.</p>	<p>هددت هذه الدراسة الى معرفة العوامل التي تميز الشركات التي لها مواقع الكترونية، والى اختبار اثر العديد من العوامل في تفسير الاختلاف في افصاح الشركات التي لديها مواقع الكترونية عن.</p>	<p>المطيري (2012) الكويت</p>
<p>واظهرت نتائج الدراسة وجود اثر على مستوى الافصاح الاختياري في التقارير المالية السنوية للشركات المساهمة العامة ذي دلالة احصائية عند مستوى معنوية 5% لكل عامل من العوامل المؤثرة الواردة في البحث، كما اظهرت النتائج وجود فروقات ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية 5% في اثر تلبية احتياجات مستخدمي البيانات المحاسبية تبعاً لنوع النشاط.</p>	<p>ولمناقشة هذه العوامل تم تصميم استبانة، وزع منها 82 استبانة على عينة عشوائية من الشركات الأردنية المساهمة العامة، حيث تم استخدام الأساليب الاحصائية الملائمة لاختبار فرضيات الدراسة عند مستوى ثقة 95%.</p>	<p>هدفت هذه الدراسة الى معرفة العوامل المؤثرة في مستوى الافصاح الاختياري في التقارير المالية السنوية للشركات المساهمة العامة الأردنية، ومعرفة اذا كان مستوى الافصاح يتاثر بقتاعات ورغبات الادارة.</p>	<p>عبد الجليل، وابونصر، (2014) الأردن</p>
<p>قد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها، صلاحية النموذج الذي وضعه الباحثان لقياس مستوى الإفصاح الاختياري، كما أن الشركات المساهمة المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية لم تفصح عن المعلومات الواردة بالنموذج بالشكل المقبول.</p>	<p>ولتحقيق أهداف البحث تم الرجوع إلى الدراسات السابقة والبحوث ذات الصلة، لصياغة النموذج، ومن ثم تم التأكد من صلاحيته للتطبيق.</p>	<p>هدف البحث إلى صياغة نموذج متكامل لمعلومات الإفصاح الاختياري في بيئة الأعمال السورية، ومن ثم اختبار مدى تطبيق النموذج المقترح في التقارير المالية للشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية لعام 2012.</p>	<p>لدحوج، حسين و حماد، رشا (2015) سوريا</p>
<p>ومن اهم النتائج التي خلص اليها البحث انه يتحسن أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة كلما زادت أرباح الشركات وكلما ارتفعت المديونية فيها، ولا يتاثر بحجم رأسمال الشركات وبعمرها</p>	<p>وقد استخدم الباحث المنهج التحليلي بهدف تحليل المعلومات والحقائق المتاحة بالفعل عن المتغيرات، حيث تم استخدام أسلوب تحليل المحتوى في الدراسة التطبيقية على ضوء نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها إلكترونياً على الإنترنت واختبار أثر تلك المتغيرات على نموذج الإفصاح المقترح لعينة من الشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.</p>	<p>هدفت هذه الدراسة الى دراسة أثر العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح المحاسبي الالكتروني عن المعلومات المالية في التقارير المالية الصادرة عن الشركات المدرجة في سوق دمشق المالي.</p>	<p>فرطاني (2015) سوريا</p>

<p>وجود مستوى مقبول من الإفصاح المالي الإلكتروني في المصارف الإسلامية الخليجية.</p> <p>اظهرت النتائج وجود علاقة ايجابية ودالة إحصائية بين مستوى الإفصاح المالي الإلكتروني والقيمة السوقية المضافة في المصارف الإسلامية الخليجية.</p>	<p>وقد اعتمدت الدراسة على البيانات المالية المنشورة للمصارف الإسلامية الداخلة في عينة الدراسة وعددها 92 مصرفا إسلاميا مدرجا في الاسواق المالية لدول عينة الدراسة.</p>	<p>بيان أثر الإفصاح الإلكتروني على القيمة السوقية المضافة للمصارف الإسلامية الخليجية ومعرفة مستوى الإفصاح المالي الإلكتروني في المصارف الإسلامية الخليجية.</p>	<p>السريطاوي (2017) دول الخليج</p>
<p>انه مع التطور المتسارع في التكنولوجيا اصبح من السهل الوصول الى بعض المعلومات الحساسة للعملاء من خلال الاختراقات او من خلال التساهل من بعض الموظفين مما يضر بالشركات بشكل واسع خصوصا في حال المنافسة الكبيرة بين الشركات.</p>	<p>وللوصول الى النتائج استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع البيانات من الصفحات الخاصة بالشركات وتحليل الجوانب المختلفة المتعلقة بالبيانات المفصح عنها من قبل الشركات عينة الدراسة.</p>	<p>هدفت الدراسة الى التعرف على مدى خطورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل أعضاء شركات CPA المحاسبية بسبب امكانية تسرب معلومات العملاء.</p>	<p>Schamberger, Steven (2013) الولايات المتحدة الأمريكية</p>
<p>ان المشاركين يتأثرون بتعليقات الأغلبية على مواقع التواصل الاجتماعي، فعندما يتسلم المشاركون في التجربة تعليقات ايجابية مرتبطة بالأخبار الجيدة والسينة يتجهون اتجاه الاغلبية .</p> <p>وانه عندما يكون هناك أخبار سينة تكون ردود أفعال المستثمرين المشاركين في التجربة اضعف مما يجب عندما كانت جميع التعليقات ايجابية والعكس صحيح .</p>	<p>تحليل ردود الافعال من خلال إعطاء الأفراد المشاركين من المستثمرين افصاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك في ضوء حالات من الإفصاح لبيان ردود افعالهم تجاه كل حالة من الحالات وتحليلها.</p>	<p>معرفة مدى تأثر المتفاعلين على مواقع التواصل الاجتماعي مع اخبار الشركات بقرارات الشركة.</p>	<p>Trinkle and Crossler (2013) فرنسا</p>
<p>ان الإفصاحات المحاسبية من خلال تويتر او مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل ايجابي على وصول المعلومات لعدد كبير من المستثمرين وبالتالي يعمل على تخفيف التباين بالمعلومات.</p>	<p>دراسة علي 141 شركة مختصه بتكنولوجيا المعلومات وتقوم بالإفصاح عن البيانات من خلال تويتر والمؤتمرات الصحفية، واتباع الباحثون اسلوب التحليل للغريدات المنشورة وحجم اعادة نشرها على موقع تويتر من قبل المهتمين والمستثمرين في الشركة.</p>	<p>بيان مدى قدرة الشركات على التقليل من التباين في المعلومات من خلال نشرها على نطاق واسع باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.</p>	<p>White Miller and Blankes poor (2013) الولايات المتحدة الأمريكية</p>

<p>ان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يحسن بيئة المعلومات للشركة من خلال تحسين عملية التواصل مع المستثمرين .</p> <p>قد تكون هناك بعض العواقب السلبية على الشركات التي تعتمد على التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي متمثلة بخطر الفيروسات والاختراقات.</p>	<p>عمل دراسة مسحية لعينة كبيرة تتكون من 1500 شركة من خلال " Standard & Poor's " وقد تم جمع البيانات من خلال البحث عن الشركات التي تملك حساب او اكثر على مواقع التواصل الاجتماعي ودراسة تقاريرها.</p>	<p>معرفة فيما اذا كانت الإفصاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في التغيرات في بيئة المعلومات المفصح عنها الخاصة بالشركة.</p>	<p>Jung Naughton Tahoun and Wang (2015) الولايات المتحدة الأمريكية</p>
<p>ان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الاخبار عن المنتجات المسحوبة ينعكس بشكل ايجابي على راس المال ويخفف من ردود الفعل السلبية تجاه الشركة.</p> <p>أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة متزايدة الأهمية للشركات لكي تنشر المعلومات المادية مباشرة الى شبكة كبيرة من أصحاب المصلحة في الوقت المناسب.</p>	<p>جمع البيانات من خلال أخذ عينة مكونة من 405 منتجات استهلاكية مفصح عنها من خلال تويتر والوسائل الأخرى، وقد اتبع الباحث اسلوب التحليل من خلال متابعة الإفصاحات عن المنتجات المسحوبة وتحليل ردود الأفعال.</p>	<p>معرفة كيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على راس المال من خلال الإفصاح عن المنتجات الاستهلاكية التي يتم سحبها من السوق و الخاصة بالشركة.</p>	<p>Lee, Hutton and Shu (2015) الولايات المتحدة الأمريكية</p>
<p>ان التطورات التكنولوجية والتطور في وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر من القنوات المهمة والمؤثرة في الإفصاحات المحاسبية والتي تنعكس نتائجها بصورة ايجابية على الشركة.</p> <p>ان القرارات الادارية المبنية على استطلاع اراء المستثمرين ومعرفة احتياجاتهم يمكن معرفتها بشكل اسهل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ويسرعة اكبر.</p>	<p>عقد مؤتمر للمحاسبة و تم مناقشة خمسة اوراق بحثية خلاله قدمت لبيان اراء المجتمعين، وكان عدد الحاضرين 150 شخص.</p>	<p>معرفة مدى تأثير قرارات الإفصاح الادارية بالتطورات التكنولوجية المستمرة وبالتطور في وسائل الاعلام المختلف.</p>	<p>Miller, and Skinner (2015) الولايات المتحدة الأمريكية</p>

<p>ان هناك علاقة عكسية بين العرض والطلب غير المنتظم وبين الإفصاح عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي وان الإفصاح عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي يعتبر اداة قوية ومؤثره على التقارير المالية الداخلية.</p>	<p>تجميع البيانات من 200 شركة مدرجه في بورصة الأوراق المالية الاسترالية من خلال التقارير المنشورة واتباع المنهج التحليلي للوصول للنتائج.</p>	<p>بيان مدى تأثير الإفصاحات المحاسبية عبر تويتر على سوق الاسهم، وإذا ما كانت الإفصاحات عبر موقع تويتر تعمل على جذب المستثمرين وتكون ذات شفافية عالية.</p>	<p>Prakafieva (2015) استراليا</p>
<p>الشركات التي يوجد على مواقعها تفاعل كبير تكون اكثر جاذبية للاستثمار من غيرها اعادة التغريد للانتقادات الموجهة للشركة من العوامل الهامة بشأن المستثمرين. ان عدم الرد او السكوت على الانتقادات المقدمة من المستثمرين بشكل تراكمي يمكن ان ينعكس بشكل سلبي على الشركة.</p>	<p>وقد تم جمع البيانات من خلال اخذ عينة من الشركات التي تملك حسابات على موقع تويتر وملاحظة مدى تفاعل المستثمرين مع تغريدات الشركة وعدد التغريدات التي يعاد مشاركتها من خلالهم وكيف تجيب الشركة على آرائهم وتتفاعل معهم.</p>	<p>معرفة ما اذا كانت مشاركة الاشخاص والتفاعل مع اخبار وافصاحات الشركة على مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على سمعة الشركة ويزيد من جاذبيتها للمستثمرين.</p>	<p>Cade, Foster and Hall(2016) الولايات المتحدة الأمريكية</p>
<p>أن المستثمرين قادرين على معرفة شخصية الشركة والطريقة التي تستخدمها للاتصال وايصال المعلومات للمستثمرين وبانها مناسبة او لا. عند وجود وصول مباشر من الشركة للمستثمرين ويكون هناك سهوله في الوصول اليهم يكون ضمان استمرارهم اكبر.</p>	<p>وقد تم جمع البيانات من خلال الشركات المدرجة على مؤشر (فوتسي) وهي عبارة عن 350 شركة، وقد تم اخذ العينة اعتمادا على وجود حسابات لهذه الشركات على مواقع التواصل، وقد قام الباحثون بالعمل على تحليل البيانات من خلال ملاحظة مدى التفاعل الموجود.</p>	<p>معرفة كيف يمكن أن يؤثر استخدام الشركة لتكنولوجيا الاتصالات على قرارات المستثمرين الاستثمارية.</p>	<p>Yang , Liu, and Zhou (2016) بريطانيا</p>

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة :

يلاحظ من خلال استعراض الدراسات السابقة في هذا الموضوع ان هذه الدراسة من الدراسات الحديثة جدا وقليلة البحث في العالم العربي، وايضا ومن خلال البحث فهذه الدراسة تعتبر الاولى في الاردن حسب علم الباحث والتي تتناول هذا الموضوع من الابحاث والتي ستبحث في جميع الشركات المدرجة في بورصة عمان من مختلف القطاعات التي تمتلك حسابات خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر، وايضا تميزت هذه الدراسة عن دراسة (عبيدات، 2011) حيث بحثت دراسته عن امتلاك الشركات الاردنية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان لمواقع الكترونية عبر شبكة الانترنت، وبحثت فيما اذا كانت هذه الشركات تستعمل مواقعها لاغراض الافصاح المحاسبي حيث ان الباحث درس من خلالها 16 بند من بنود الافصاح الاجباري وليس الافصاح الاختياري كما هو في هذه الدراسة، بينما تميزت ايضا عن دراسة (Schamberger, and Steven, 2013) و دراسة (Trinkle, and Crossler, 2013) ان هذه الدراسات لم تبحث عن اثر عدة عوامل كحجم ومدى وريحية الشركة على الافصاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وايضا ان هذه الدراسة تتناول جميع الشركات الاردنية المدرجة في بورصة عمان، وقد تميزت ايضا عن دراسة (عبدالجليل، وابونصار، 2014) في ان هذه الدراسة تم قياس تأثير الجهات الداخلية و الخارجية للشركات، و تأثير تلبية حاجات مستخدمي المعلومات، و تأثير المنافع المتوقعة على مستوى الافصاح المحاسبي الاختياري في التقارير المالية، وقد تميزت عن دراسة (المطيري، 2012)، بان هذه الدراسة بحثت عن امتلاك الشركات لمواقع الكترونية على شبكة الانترنت وليس على مواقع التواصل الاجتماعي، وبان هذه الدراسة استخدمت اسلوب الانحدار المتعدد من دون استخدام اللوغاريتم ولم تأخذ متغير المديونية من ضمن المتغيرات المدروسة، وقد كانت عينة الدراسة من السوق الكويتي.

فرضيات الدراسة:

بناء على الدراسات السابقة ومن خلال البحث والاطلاع تم صياغة الفرضيات الآتية:

أولاً: لا تقوم الشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان باستعمال مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: لا تقوم الشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان والتي تمتلك حساب أو أكثر على مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك وتويتر" باستعمالها للإفصاح الاختيارية.

ثالثاً: هناك مجموعة من العوامل تؤثر في مستوى الإفصاح الاختياري على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشركات المساهمة العامة الأردنية. وينبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

- H01: يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لحجم الشركة على مستوى الإفصاح المحاسبي على مواقع التواصل الاجتماعي .
- H02: يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على مستوى الإفصاح المحاسبي على مواقع التواصل الاجتماعي
- H03: يوجد أثر سلبي ذو دلالة إحصائية لقطاع الشركة على مستوى الإفصاح المحاسبي على مواقع التواصل الاجتماعي.
- H04: يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لمديونية الشركة على مستوى الإفصاح المحاسبي على مواقع التواصل الاجتماعي.
- H05: يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لأداء (ربحية) الشركة على مستوى الإفصاح المحاسبي على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الرابع منهجية الدراسة

مقدمة

منهج الدراسة

مجتمع الدراسة

عينة الدراسة

ادوات الدراسة ومصادر جمع البيانات

تحقيق اهداف الدراسة

نموذج ومتغيرات الدراسة

المعالجة الاحصائية المستخدمة

مقدمة:

يتضمن هذا الفصل عرضاً مفصلاً لمنهجية الدراسة، حيث سيتناول منهج الدراسة، ومجتمع الدراسة، وعينة الدراسة، وادوات الدراسة ومصادر جمع البيانات، و تحقيق اهداف الدراسة، ونموذج ومتغيرات الدراسة، واساليب التحليل الاحصائي المستخدمة لمعالجة البيانات.

منهجية الدراسة:

تستند هذه الدراسة إلى استخدام أسلوب البحث الوصفي في عرض البيانات، و التحليلي حيث سيتم تحليل محتوى مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالشركات المدرجة في بورصة عمان للأوراق المالية من مختلف القطاعات من عام (2012-2016)، وسيتم اختبار مدى تأثير مجموعة من العوامل على مستوى الإفصاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على دراسة (قرطالي، 2015) حيث استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج التحليلي، حيث تم استخدام أسلوب تحليل المحتوى في الدراسة التطبيقية على ضوء نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصّل عنها إلكترونياً على الإنترنت واختبار أثر تلك المتغيرات على نموذج الإفصاح المقترح لعينة من الشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية، ومن ثم القيام بتحليل نتائج الدراسة وتقديم التفسيرات العلمية من خلال أسلوب تحليل الانحدار الخطي المتعدد، وايضا بلاعتماد على دراسة (عبيدات، 2011) حيث استخدم الباحث أسلوب تحليل المحتوى باستخدام أسلوب تحليل الانحدار المتعدد.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات الاردنية المدرجة في بورصة عمان من مختلف القطاعات والبالغ عددها (190) شركة، مصنفة ضمن اربع قطاعات رئيسية، وضمن (19) قطاع فرعي حسب تصنيف بورصة عمان لعام (2015) للسوق الاول.

عينة الدراسة:

تتكون عينة الدراسة من جميع الشركات المدرجة في بورصة عمان والتي تمتلك حساب او اكثر على مواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك وتويتر " حيث بلغ عددها(65) شركة من مختلف القطاعات، وقد تم استثناء (12) شركة من العينة كونها تمتلك حسابات ولا تستخدمها لاغراض الافصاح، حيث يتبقى(53) شركة تمثل عينة الدراسة حيث سيتم قياس تأثير بعض العامل عليها، كما هو بالجدول التالي.

190	مجتمع الدراسة
65	الشركات التي تملك حسابات
12	الشركات التي لا تستعمل حساباتها لاغراض الافصاح المحاسبي
53	عينة الدراسة

ادوات الدراسة ومصادر جمع البيانات:

- مصادر المعلومات الاولية: تم تحليل محتوى الصفحات الالكترونية الخاصة بالشركات المساهمة العامة والمدرجة في بورصة عمان، والتي تملك حساب او اكثر على احد مواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك وتويتر"، حيث سيتم تحليل مستوى الافصاح فيها.
- مصادر المعلومات الثانوية: تم الاعتماد في هذه الدراسة على جمع البيانات الثانوية عن طريق الكتب والدراسات السابقة والرسائل الجامعية والمقالات التي تتناول موضوع الافصاح المحاسبي.

تحقيق اهداف الدراسة:

الهدف الاول:

سيتم التعرف على مدى استعمال وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الشركات المساهمة العامة الاردنية من خلال عمل جدول يحتوي على جميع الشركات المدرجة في بورصة عمان وسيتم البحث عن كل شركة على مواقع التواصل الاجتماعي الاكثر شهرة بالأردن "فيسبوك وتويتر" فيما اذا كانت تملك حساب او لا، لتحديد الشركات التي تملك حساب من اجل استكمال اجراءات الدراسة عليها.

الهدف الثاني:

وبعد ذلك وبالاعتماد على دراسة (دحدوح وحماده، 2015) بعنوان "نموذج مقترح لقياس الافصاح الاختياري" تم اختيار (16) بندا من بنود الافصاح الاختياري من اجمالي (120) بند مشمولة في الدراسة حيث يرى الباحث ومن خلال الدراسة انها اكثر البنود التي من الممكن ان تلقى اهتماما لدى المستثمرين مما يدفع الشركات للاهتمام بها لنشرها على الحسابات الخاصة بها وهي (اسعار الاسهم، هبوط سعر السهم بالتداولات اليومية، ارتفاع سعر السهم بالتداولات اليومية، حجم التداول، القيمة السوقية للسهم في نهاية السنة، عدد المساهمين الكلي، راس المال، قائمة الدخل، سياسية توزيع الأرباح (ذكر نسبة الربح الموزع) للعام الحالي، الخسائر، الدعاوى القضائية، الهيكل التنظيمي للشركة، خطط الشركة المستقبلية، الالتزامات قصيرة الاجل، الالتزامات طويلة الاجل، الأصول طويلة الأجل). وقد تم بناء مؤشر بناءا عليه، حيث سيتم التعبير عن وجود الافصاح بالرقم (1) وعن عدم وجود الافصاح بالرقم (0) حيث سيتم تطبيق المؤشر على (65) شركة للسنوات من عام 2012-2016.

الهدف الثالث:

من اجل معرفة العوامل المؤثرة في مستوى الافصاح الاختياري على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشركات المساهمة العامة الاردنية و بالاعتماد على دراسة (قرطالي، 2015) و(عبيدات، 2011) سيتم اختيار بعض العوامل التي قد تؤثر على مستوى الافصاح المحاسبي على مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالشركات وهي الحجم والعمر والمديونية وربحية الشركة، ومن خلال الجداول الخاصة بالهدف الثاني والتي تحتوي على نسبة افصاح كل شركة سيتم الوصول لنتائج هذا الهدف، علما انه سيتم استثناء (12) شركة من الشركات عينة الدراسة في تحليل هذه الفرضية، كون هذه الشركات تمتلك حسابات ولا تستعملها للافصاح على مواقع التواصل الاجتماعي، وسيتم فحص متغيرات الدراسة باستخدام نموذج الانحدار اللوغاريتمي.

متغيرات ونموذج الدراسة الخاصة بالفرضية الثالثة "بعض العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح":

متغيرات الدراسة:

1- المتغير التابع: ويتمثل في مستوى الإفصاح عن المعلومات المالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

لقد تم اتباع طريقة تحليل المحتوى لقياس مستوى الإفصاح عن المعلومات المالية على مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالشركات، وقد تم اختيار هذه الطريقة لأنها أكثر انسجاماً مع توجه الدراسة حيث أنها تعنى بكمية الإفصاح وليست نوعيته، وقد تم اعتماد هذه الطريقة بشكل واسع في الدراسات المتعلقة بإفصاح الشركات مثل دراسة (عبيدات، 2011) و(قرطالي، 2015).

2- المتغيرات المستقلة: حيث تم اختبار التغيرات المستقلة بناء على الدراسات السابقة وتحديداً من خلال دراسة (قرطالي، 2015) و(عبيدات، 2011):

أ- أداء الشركة (Performance):

يتوقع ان يكون لمتغير الربحية تأثير ذو دلالة احصائية على مستوى الإفصاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لان الإفصاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد تعمل على جذب المستثمرين وهذا ينعكس على أداء الشركة بشكل ايجابي، حيث ان هذا يتوافق مع نتائج دراسة (قرطالي، 2015) و (عبيدات، 2011).

و سيتم قياسه بعدة مقاييس هي :

1- معدل العائد على الأصول (ROA): حيث يتم استخدامه لقياس مدى كفاءة الشركات في

استخدام أصولها لتوليد الأرباح، حيث تم احتسابها باللوغريتم الطبيعي.

وقد تم حسابها من خلال قسمة صافي الربح بعد الضريبة على اجمالي الاصول. وبعد ذلك تم

توحيد المقامات(صافي الربح بعد الضريبة واجمالي الاصول) بإضافة اقل قيمة من قيم صافي

الريح بعد الضريبة على البسط والمقام لجميع القيم بحيث تم تجنب القيم السالبة، وذلك لأنه تم تحليل البيانات من خلال عمل لوغاريتم للبيانات بحيث انه لايمكن اخذها بالقيم السالبة.

2- معدل العائد على حقوق الملكية (ROE): يقيس مقدار ربحية أموال المساهمين مقابل

استثماراتهم في الشركات، حيث تم احتسابها بالوغريتم الطبيعي.

وقد تم حسابها من خلال قسمة صافي الريح بعد الضريبة على اجمالي حقوق الملكية. وبعد ذلك تم توحيد المقامات (صافي الريح بعد الضريبة وجمالي حقوق الملكية) بإضافة اقل قيمة من قيم صافي الريح بعد الضريبة على البسط والمقام لجميع القيم بحيث تم تجنب القيم السالبة، وذلك لأنه تم تحليل البيانات من خلال عمل لوغاريتم للبيانات بحيث انه لايمكن اخذها بالقيم السالبة .

ب- عمر الشركة (Age): حيث تم حساب العمر من سنة التأسيس إلى نهاية سنة 2016 بالوغريتم الطبيعي.

حيث انه من المتوقع وبناء على الفرضية ان يكون لعمر الشركة تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية على مستوى الإفصاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك للخبرة التي تتمتع بها الشركات القديمة اكثر من الشركات الاخرى حديثة الانشاء.

وقد تم حسابها من خلال عمل (index) للعمر للتمكن من قياس الاستقرار للمتغير، وذلك لأنه لا يمكن قياسها من خلال عمل لوغاريتم وقيمة العمر ثابتة بحيث انها تعطي نفس الفرق لكل السنوات، مثلا لو كان عمر الشركة 39 سنة في 2016 سيكون عمرها 38 في 2015 وهكذا، بحيث تم قسمة الرقم واحد وهو يمثل الشركة على عمر الشركة لجميع الشركات، وبعد ذلك تم ضرب هذه النسبة بوزن الشركة والذي تم حسابه من خلال قسمة (عدد افصاحات الشركة لكل سنة على حدا على مجموع الإفصاحات لكل الشركات في نفس القطاع وفي نفس السنة)، ثم بقسمة حاصل الضرب على عدد الإفصاحات لجميع الشركات لنفس السنة.

ج- مديونية الشركة (Debt Ratio): حيث تبين مدى اعتماد الشركات على استخدام الديون

كمصدر تمويلي لاستثماراتها، وسيتم احتسابه بقسمة إجمالي الديون على إجمالي الأصول، حيث تم احتسابها بالوغريتم الطبيعي.

حيث يتوقع ان يكون لمتغير المديونية تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية على مستوى الافصح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لان الشركات بحاجة الى سيولة بشكل مستمر مما يجعلها تبذل المزيد من الجهد لجذب المستثمرين، وهذا يتوافق مع نتائج دراسة (عبيدات، 2011).

د- حجم الشركة (Size): سيتم قياسه من خلال مجموع موجودات الشركات في نهاية كل سنة، حيث تم احتسابها بالوغريتم الطبيعي.

يتوقع ان يكون لمتغير الحجم تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية على مستوى الافصح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لان الشركات كبيرة الحجم قد يكون لديها عدد كاف من الكوادر بحيث يكون باستطاعتهم ادارة الافصاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل جيد هذا يتوافق مع نتائج دراسة (عبيدات، 2011).

ه- قطاع الشركة (Sector): وقد تم تقسيم القطاعات الى 19 قطاع فرعي كما هي في سوق عمان المالي، حيث تم احتسابها بالوغريتم الطبيعي.

حيث انه من المتوقع بناء على الفرضية ان يكون لقطاع الشركة تأثير سلبي ذو دلالة احصائية على مستوى الافصح عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لان البنود المختارة للافصح قد تهتم بها جميع القطاعات بغض النظر عن طبيعة نشاطها.

وقد تم حسابها من خلال عمل (index) للقطاع للتمكن من قياس الاستقرار للمتغير، وذلك لانه لا يمكن قياسها من خلال عمل لوغاريتم وقيمة القطاع ثابتة لجميع الشركات التي في القطاع، مثلا

جميع البنوك الممثلة في العينة ادرجت تحت قطاع رقم 1 وهكذا، بحيث تم قسمة الرقم واحد وهو يمثل الشركة على عدد الشركات في القطاع لجميع الشركات في القطاعات المختلفة، وبعد ذلك تم ضرب هذه النسبة بوزن الشركة والذي تم حسابه من خلال قسمة (عدد افصاحات الشركة لكل سنة على جدا على مجموع الإفصاحات لكل الشركات في نفس القطاع وفي نفس السنة)، ثم بقسمة حاصل الضرب على عدد الإفصاحات لجميع الشركات لنفس السنة.

نموذج الدراسة:

لقياس العوامل التي تؤثر على مستوى الإفصاح الاختياري عن المعلومات المالية على مواقع التواصل الاجتماعي للشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان سيتم فحص نموذج الدراسة التالي باستخدام نموذج الانحدار اللوغاريتمي (log linear model):

$$\begin{aligned} \text{LnD} &= \beta_1 \text{LnROE}_{it} + \beta_2 \text{LnAGE}_{it} + \beta_3 \text{LnDEBT}_{it} + \beta_4 \text{LnSIZE}_{it} + \\ &\beta_5 \text{LnSEC.}_{it} + \text{eit} \\ \text{LnD} &= \beta_1 \text{LnROA}_{it} + \beta_2 \text{LnAGE}_{it} + \beta_3 \text{LnDEBT}_{it} + \beta_4 \text{LnSIZE}_{it} + \\ &\beta_5 \text{LnSEC.}_{it} + \text{eit} \end{aligned}$$

حيث ان :

LD: مستوى الافصاح عن المعلومات المالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لكل شركة ولكل سنة.

ROA: العائد على الاصول.

ROE: العائد على حقوق الملكية.

AGE: عمر الشركة.

DEBT: معدل المديونية.

SIZE: حجم الشركة.

SEC: قطاع الشركة.

e: الخطأ العشوائي، β : متغير بيتا.

It: تمثل الشركات والسنوات

وفيما يلي الاشارات المتوقعة للمعاملات:

$$\beta_1, \beta_2, \beta_4, \beta_5 > 0$$

$$\beta_3 < 0$$

المعالجة الاحصائية المستخدمة:

سيتم استخدام برنامج (SPSS) وبرنامج (E-views) الاحصائي في تحليل بيانات الدراسة واختبار فرضياتها، وقد تم اتباع الاساليب الاحصائية التالية:

- الاحصاء الوصفي.
- اختبار T لعينة واحدة لاختبار الفرضية الثانية المتعلقة بقيام "قيام الشركات المساهمة العامة الاردنية بلافصاحات الاختيارية"
- اسلوب تحليل الانحدار اللوغاريتمي.
- فحص استقرار البيانات وفق نموذج المربعات الصغرى العامة (GLS) (Generalized Least Squares)، حيث تم استخدام تحليل اختبار (UNIT ROOT TEST (URT) من خلال برنامج التحليل الاحصائي (E-views).

الفصل الخامس

تحليل البيانات واختبار الفرضيات

مقدمة

تحليل البيانات

اختبار الفرضيات

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

المقدمة:

يتضمن هذا الفصل عرضاً تفصيلياً لنتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة التي تم جمعها بواسطة البحث عن الشركات التي تمتلك حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي وتحليل محتوى هذه الحسابات، كما يتضمن اختبار فرضيات الدراسة التي تمت الإشارة إليها في الفصول السابقة وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

تحليل البيانات:

أولاً: مدى استعمال مواقع التواصل الاجتماعي.

تنص الفرضية الأولى على أنه:

- "لا تقوم الشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان باستعمال مواقع التواصل الاجتماعي".

ولفحص الفرضية فقد تم البحث عن كل شركة على موقعي التواصل الاجتماعي "فيسبوك وتويتر" من خلال موقع الشركة الخاص لكلا الموقعين للتأكد من وجود حساب لكل شركة.

ويبين الجدول رقم (2) توزيع الشركات من حيث امتلاك أو عدم امتلاك حساب أو أكثر على مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك وتويتر" أو كليهما، حيث يبين الجدول أن (65) شركة من أصل (190) شركة مدرجة في سوق عمان المالي تمتلك حساب على موقع "فيسبوك" بنسبة 34%، وأن (55) شركة تمتلك حساب على "تويتر" بنسبة 29%، بينما كانت الشركات التي تمتلك حساب على كلا الموقعين (55) شركة بنسبة 29% والشركات التي تمتلك حساب على أحد الموقعين (10) شركات فقط، كما هو بالمحلق رقم (1).

جدول (2)

توزيع شركات العينة حسب استعمالها لمواقع التواصل الاجتماعي

احداهما او كليهما		كليهما		تويتر		فيسبوك	
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
34%	65	29%	55	29%	55	34%	65

اختبار الفرضية:

ويبين الجدول رقم (3) ومن خلال الاحصاء الوصفي نتائج اختبار الفرضية الاولى حيث تم اعطاء وزن للإجابة للشركات التي تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي (2) وللشركات التي لا تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي (1) وبناء عليه سيتم حساب المتوسط العام لأوزان الاجابات $1.5 = 2/(2+1)$ والتي تعني انه اذا كان المتوسط العام للفرضية اعلى من 1.5 ان غالبية الشركات تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي اما اذا كانت اقل من 1.5 فهذا يعني ان غالبية الشركات لا تقوم باستعمال احد مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (3)

قياس المتوسط الحسابي لاختبار الفرضية الاولى

Mean	مجموع الاوزان	الوزن للإجابة	Frequency	البيان
	130	2	65	الشركات التي تمتلك حساب على احد مواقع التواصل الاجتماعي
	124	1	125	الشركات التي لا تستعمل مواقع التواصل للإفصاح
1.33	254		190	المجموع
		1.5		المتوسط العام

نلاحظ من خلال الجدول السابق وبعد ان تم تطبيق القاعدة السابقة ان مجموع الاوزان هو 254 وبقسمتها على عدد الشركات 190 يعطي المتوسط 1.33 وهو اقل من 1.5 اي ان غالبية الشركات المدرجة في سوق عمان المالي لا تقوم باستعمال مواقع التواصل الاجتماعي وعليه نقبل الفرضية الاولى "لا تقوم الشركات المدرجة في بورصة عمان باستعمال مواقع التواصل الاجتماعي" وبناء على ذلك تم تطبيق الفرضية الثانية على الشركات التي تملك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي والبالغ عددها 65 شركة للوقوف على طبيعة افصاحاتها والبنود التي تهتم بالإفصاح عنها وفيما اذا كان هناك رابط بين الافصاح والقطاع الذي تتبع له الشركة وقياس تأثير بعض العوامل على نسبة الافصاح.

ثانيا: مدى الإفصاح من خلال مواقع التواصل الاجتماعي:

تنص الفرضية الثانية على انه:

- "لا تقوم الشركات المساهمة العامة الاردنية المدرجة في بورصة عمان والتي تمتلك حساب على احد مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك وتويتر" بالإفصاحات الاختيارية".

بالاعتماد على دراسة (دحدوح وحماده، 2015) بعنوان "نموذج مقترح لقياس الإفصاح الاختياري" تم اختيار 16 بندا من بنود الإفصاح الاختياري البالغة 120 بند والتي يرى الباحث ومن خلال الدراسة انها اكثر البنود التي من الممكن ان يعطيها المستثمرون اهتمام مما يدفع الشركات للاهتمام بها والإفصاح عنها على الحسابات الخاصة بها، كما هي موضحة بالجدول رقم(4)، حيث تم البحث في محتوى صفحات الشركات التي تمتلك حساب على احد مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة مدى افصاحها عن البنود المختارة.

جدول رقم (4)

بنود الإفصاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الرقم	بنود الإفصاح
1	اسعار الاسهم
2	هبوط سعر السهم بالتداولات اليومية
3	ارتفاع سعر السهم بالتداولات اليومية
4	حجم التداول
5	القيمة السوقية للسهم في نهاية السنة
6	عدد المساهمين الكلي
7	راس المال
8	قائمة الدخل
9	سياسية توزيع الأرباح (ذكر نسبة الربح الموزع) للعام الحالي
10	الخسائر
11	الدعاوى القضائية
12	الهيكل التنظيمي للشركة

13	خطط الشركة المستقبلية
14	الالتزامات قصيرة الاجل
15	الالتزامات طويلة الاجل
16	الأصول طويلة الأجل

(من اختيار الباحث).

ويبين الجدول رقم (5) نسبة البنود المفصح عنها وعدد الشركات التي افصحت بنسبة معينة ونسبتها من اجمالي العينة، حيث تم البحث عن هذه الإفصاحات من خلال الرجوع الى محتوى الصفحات الخاصة لكل شركة من الشركات عينة الدراسة منذ بداية 2012-2016.

جدول رقم (5)

معدل ونسبة الافصاح على مواقع التواصل الاجتماعي لشركات العينة مرتبة تنازليا

النسبة من العينة	عدد الشركات	نسبة الافصاح
8%	4	50%
9%	5	44%
23%	12	37%
21%	11	31%
23%	12	25%
11%	6	19%
5%	3	13%
100%	53	المجموع
25%	53	متوسط الافصاح لجميع الشركات

ونلاحظ من خلال الجدول ان هناك نسب متفاوتة بين الشركات على صفحاتها الخاصة حيث بلغت اعلى نسبة افصاح 50% من اجمالي البنود حيث افصحت اربع شركات بهذه النسبة فقط وهي: (العربية للاستثمارات المالية، أساس للصناعات الخرسانية، رم للوساطة المالية، مسافات للنقل المتخصص) بعدد افصاحات 8 من اجمالي 16 بند تم البحث عنها، وتلتها 5 شركات بنسبة افصاح 44% بعدد افصاحات 7 من اجمالي 16 بند تم البحث عنها، وبلغت اقل نسبة افصاح لثلاث شركات وهي: (اتحاد النجاجون العرب، مدارس الاتحاد، زارة للاستثمار القابضة) حيث افصحت عن بندين فقط بنسبة 5% من اجمالي الإفصاحات، وبشكل عام فإن جميع الشركات عينة الدراسة افصحت بنسبة اقل او يساوي نصف عدد البنود المختارة كما هو بالملحق رقم (3).

ويبين الجدول رقم(6) كامل القطاعات الموجودة في بورصة عمان والبالغ عددها (19) قطاع فرعي حيث تم اعطاء كل قطاع عدد الشركات الممثلة له بالعينة ونسبتها الى باقي القطاعات ومن ثم تم عمل جدول لكل قطاع على حدا لمعرفة نسبة الافصاح عن البنود المختارة في الهدف الثاني لكل شركة في القطاع (ملحق رقم 3)، علما بانه تم استثناء (12) شركة من العينة تمتلك حسابات ولا تستخدمها لاغراض الافصاح، حيث ان نسبة الشركات التي تستخدم مواقعها لاغراض الافصاح المحاسبي هي 81% من اجمالي عينة الشركة التي تمتلك حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة الشركات التي لا تستخدم مواقعها لاغراض الافصاح المحاسبي هي 19%.

ويلاحظ من خلال الجدول ان هناك نسب متفاوتة بين القطاعات من حيث عدد الشركات التي تمتلك حسابات خاصة وفاعلة على احد مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغ اعلى قطاع هو البنوك والذي بلغت نسبته من اجمالي العينة 14% في حين كانت نسبة تمثيل شركات التامين للعينة بالمرتبة الثانية بنسبة 12%، وكانت ادنى نسبة تمثيل 2% حيث مثلت هذه النسبة (6) قطاعات من اجمالي (19) قطاع.

جدول رقم (6)

توزيع عينة الشركات على القطاعات ونسبة تمثيل كل قطاع

القطاع	عدد الشركات بالعينة	نسبة تمثيل القطاع من العينة
البنوك	8	14%
التامين	7	12%
الخدمات المالية	5	9%

القطاع	عدد الشركات بالعينة	نسبة تمثيل القطاع من للعينة
الصناعات الاستخراجية والتعدينية	5	9%
العقارات	4	8%
الصناعات الهندسية و الانشائية	4	8%
الخدمات التعليمية	2	4%
الفنادق والسياحة	2	4%
النقل	2	4%
الطاقة والمنافع	2	4%
الخدمات التجارية	2	4%
الصناعات الكهربائية	2	4%
الصناعات الكيماوية	2	4%
الطباعة والتغليف	1	2%
الاعلام	1	2%
الخدمات الصحية	1	2%
الاغذية والمشروبات	1	2%
الأدوية و الصناعات الطبيه	1	2%
صناعات الملابس و الجلود و النسيج	1	2%
الاجمالي	53	100%

ويبين الجدول رقم (7) عدد الشركات التي افصحت عن كل بند من بنود الإفصاح المختارة، حيث نلاحظ ان بند قائمة الدخل من اكثر البنود تكرر حيث انه من اجمالي 53 شركة قامت 44 شركة بنشر قوائم الدخل الخاصة بها على حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم تلاها راس المال حيث قامت 42 شركة بالإفصاح عنه من خلال حساباتها وكان البند الاقل تكرر هو بند القيمة السوقية للسهم نهاية السنة و بند الالتزامات قصيرة الاجل حيث لم تفصح عن هذه البنود الا شركة واحدة فقط لكل بند من اجمال 53 شركة.

جدول رقم (7)

عدد الشركات التي أفصحت عن كل بند ونسبتها من العينة

بند الإفصاح	عدد الشركات التي أفصحت عنه	نسبة الشركات المفصحة عن البند الى اجمالي شركات العينة %
قائمة الدخل	44	83%
راس المال	42	79%
اسعار الاسهم	32	60%
الهيكل التنظيمي للشركة	28	52%
عدد المساهمين الكلي	19	37%
حجم التداول	18	34%
ارتفاع سعر السهم بالتداولات اليومية	16	30%
هبوط سعر السهم بالتداولات اليومية	15	29%
القضايا	13	25%
سياسية توزيع الأرباح (ذكر نسبة الربح الموزع للعام الحالي)	7	14%
الخسائر	7	14%
الأصول طويلة الأجل	7	14%
الالتزامات طويلة الاجل	5	10%
خطط الشركة المستقبلية	3	7%
القيمة السوقية للسهم في نهاية السنة	1	2%
الالتزامات قصيرة الاجل	1	2%

ومن اجل اثبات الفرضية او نفيها تم عمل اختبار T على البيانات حيث تم تطبيقه على الشركات التي تفصح عن البيانات الاختيارية بغض النظر عن نسبة الإفصاح ،حيث يبين الجدول رقم (8) نتائج هذا الاختبار، حيث ان قاعدة القرار اذا كان مستوى الدلالة اقل من (0.05) و t المحسوبة اكبر من t الجدولية يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة.

جدول رقم (8)

اختبار t للفرضية الثانية

t الجدولية	t المحسوبة	مستوى الدلالة/الاهمية	النتيجة
1.96	16.683	.002	رفض

وبتطبيق القاعدة على الفرضية الثانية نلاحظ ان مستوى الدلالة (sig.) اقل من (0.05) وان t المحسوبة اكبر من t الجدولية وبناء عليه نرفض فرضية العدم التي تنص على انه " لا تقوم الشركات المدرجة في بورصة عمان والتي تمتلك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي بالإفصاح عن البيانات المالية" ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه " تقوم الشركات المدرجة في بورصة عمان والتي تمتلك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي بالإفصاح عن البيانات المالية" حيث تبين ان الشركات التي تقوم بالإفصاح تمثل ما نسبته 81% من حجم العينة، انظر ملحق رقم (2). وقد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (Schamberger, and Steven, 2013) حيث وجد ان 90% من الشركات عينة الدراسة تقوم باستعمال مواقعها للإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ولقياس متوسط الإفصاح بشكل عام تم عمل الجدول التالي والذي يبين متوسط الإفصاح لكل قطاع من قطاعات العينة حيث تتفاوت النسبة بين القطاعات، حيث بلغت اعلى نسبة لثلاث قطاعات وهي: (الخدمات الطبية والطباعة والتغليف والاذية والمشروبات) بمتوسط افصاح (7) بنود بنسبة 44% من اجمالي عدد البنود، في حين تمثلت اقل نسبة في قطاع (صناعة النسيج والملابس) بمتوسط افصاح (2) بندين بنسبة 13% من اجمالي عدد البنود. وبلغ المعدل العام لمتوسط الإفصاح (5) بنود فقط بنسبة 31% من اجمالي عدد البنود حيث لم تتجاوز هذه النسبة نصف عدد البنود المختارة وقد يرجع سبب ذلك الى التنوع في بنود الإفصاح المختارة للقياس.

جدول رقم (9)

متوسط نسبة الإفصاح للقطاعات (تنازليا)

النسبة من اجمالي 16 بند	متوسط الافصاح	القطاع
%44	7	الخدمات المالية
%44	7	الطباعة والتغليف
%44	7	الاغذية والمشروبات
%38	6	الصناعات الهندسية و الانشائية
%38	6	النقل
%38	6	الطاقة والمنافع
%31	5	البنوك
%31	5	التأمين
%31	5	الصناعات الاستخراجية والتعدينية
%31	5	العقارات
%31	5	الخدمات التجارية
%31	5	الصناعات الكيماوية
%25	4	الخدمات التعليمية
%25	4	الخدمات الصحية
%25	4	الأدوية و الصناعات الطبيه
%25	4	الصناعات الكهربائية
%19	3	الفنادق والسياحة
%19	3	الاعلام
%13	2	صناعات الملابس و الجلود و النسيج
%31	5	المجموع (المتوسط العام)

اختبار الفرضية الثالثة والتي تنص على ان:

هناك مجموعة من العوامل تؤثر في مستوى الافصاح الاختياري على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشركات المساهمة العامة الاردنية.

وينبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

H01: يوجد اثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لحجم الشركة على مستوى الافصاح المحاسبي على مواقع التواصل الاجتماعي.

H02: يوجد اثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على مستوى الافصاح المحاسبي على مواقع التواصل الاجتماعي

H03: يوجد اثر سلبي ذو دلالة إحصائية لقطاع الشركة على مستوى الافصاح المحاسبي على مواقع التواصل الاجتماعي.

H04: يوجد اثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لمديونية الشركة على مستوى الافصاح المحاسبي على مواقع التواصل الاجتماعي.

H05: يوجد اثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لأداء (ربحية) الشركة على مستوى الافصاح المحاسبي على مواقع التواصل الاجتماعي.

التحليل الاحصائي المستخدم :

من اجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام طريقة المربعات الصغرى العامة (GLS) للتخلص من مشكلة الارتباط الذاتي بين قيم المتغيرات وللحصول على ادق مقدرات للنموذج، حيث تعتبر مشكلة الارتباط الذاتي من المشاكل الهامة التي تظهر خلال التحليل الاحصائي وتتركز في البيانات التي تاخذ طابع السلاسل الزمنية، وفي البحوث التي تاخذ بيانات مقطعية، وتظهر ايضا نتيجة التشخيص الغير دقيق بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة في نماذج الانحدار المتعدد(راشد، 2006). هذا الامر قاد العديد من الباحثين لحل هذه المشكلة وعلى راسهم (Aiteken) الذي وجد الحل من خلال اضافة قيمة الارتباط الذاتي (P) الى المربعات الصغرى الاعتيادية (OLS) (راشد، 2006).

لذا سيتم استخدام اختبار الاستقرار للمتغيرات وفقا لنموذج المربعات الصغرى العامة:

جدول (10)

اختبار استقرار المتغيرات

Null Hypothesis: Unit root (common unit root process)
Series: LnD, LnSize, LnAge, LnDebt, LnSec.
Sample: 2012-2016
Method: Panel Least Squares
Cross-sections included: 53
Total panel (balanced) observations: 265

Variable	Method	Probability
DISCLOSURE	Levin, Lin and Chu t*	0.0000
SIZE	Levin, Lin and Chu t	0.0000
AGE	Levin, Lin and Chu t	0.0033
DEBT	Levin, Lin and Chu t	0.0302
SEC.	Levin, Lin and Chu t	0.0014

*PROBABILITIES ARE COMPUTED ASSUMING ASYMPTOTIC NORMALITY

وبناء على نتائج اختبار الاستقرار فجميع المتغيرات مستقرة عند مستوى الدلالة الاحصائية $\geq 5\%$ ولا يوجد هناك اي تداخل بينها، وبالتالي المتغيرات مستقرة وجاهزه للتحليل.

وكما يتبين من خلال الجدول رقم (11) فقد تم تقدير اختبار (Hausman) لتحديد النموذج الأفضل بين الأثر الثابت (Fixed effect) والعشوائي (Random effect) وبناء على هذا الاختبار يعتبر نموذج الأثر الثابت (Fixed effect model) هو المناسب لبيانات الدراسة (ملحق رقم 3).

جدول (11)

تقدير اختبار HAUSMAN

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Prob.	Chi-Sq. d.f.	Chi-Sq. Statistic	Test Summary
0.0000	5	36.974424	Cross-section random

وايضا وبناء على اختبار (Breusch-Pagan) فانه يجب تضمين المعادلة للأثر الثابت (Fixed effect) عند التحليل (ملحق رقم 4).

حيث ان تقدير النموذج بطريقة المربعات الصغرى العامه (GLS) (Generalized Least Squares) يكون بشكل عام أكثر كفاءة من نظام (OLS) ، حيث ان نظام (OLS) يؤدي الى عدم تجانس غير ملحوظ ومن الممكن ان تكون البيانات اكثر تحيز الى متغير عن اخر وغير متناسقة. وايضا يعتبر النموذج الأكثر شيوعًا لقياس البيانات المقطعية (Panel Data) هو الاثر الثابت، وذلك لانه يعالج قضية المتغيرات المتعددة في معادلة الانحدار بحيث لا يمكن للمتغيرات ان يكون بينها ارتباط، ومن خلاله ايضا لا يمكن تحليل المتغيرات التي لا تتغير قيمتها عبر الزمن وهذا الشيء يتناسب مع التحليل الذي تم عمله بحيث انه تم عمل (index) لبعض المتغيرات التي كانت قيمها لا تتغير عبر السنوات.

-تحليل الانحدار:

يبين الجدول رقم (12) الإحصاءات الوصفية للمتغير التابع " مستوى الافصاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي" والمتغيرات المستقلة (حجم الشركة، والاداء المالي، ومديونية الشركة، وعمر الشركة).

جدول (12)

الاحصاء الوصفي لمتغيرات الفرضية

Variables	St.Dev	Avg.	Max.	Min.	Number
D.%	0.12	.30	.63	.06	53
Size(m)	3528	944	25859	2	53
ROA%	.18	.23	.82	.00	53
ROE%	.20	.33	.84	.00	53
Debt%	.29	.45	.99	.42	53
Age	18.5	30	87	9	53

حيث يلاحظ من خلال الجدول الحدود الدنيا والعليا لكل المتغيرات المستقلة والمتغير التابع وايضا المتوسط الحسابي والانحراف المعياري حيث ان عدد الشركات الممثلة في العينة (53) شركة وكانت اكبر هذه الشركات حجما براس مال مقداره (25859) مليون دينار واصغر

الشركات كانت براس مال مقداره (944) مليون دينار وبمتوسط حسابي بلغ (3528) مليون دينار لجميع الشركات الـ(53)، وايضا كانت اكبر الشركات عمرا من الشركات الممثلة بالعينة تبلغ (87) عام منذ تاسيسها وحتى نهاية عام 2016 واصغر الشركات عمرا تبلغ (9) سنوات منذ تاسيسها وحتى نهاية عام 2016، وكانت اعلى قيمة للربحة ممثلة بمعدل العائد على الاصول ومعدل العائد على حقوق المساهمين هي (.84 , .82) على التوالي واقل قيمة هي (.0) وذلك لانه تم حساب القيمتين من خلال قسمة صافي الربح بعد الضريبة على حقوق المساهمين وعلى صافي الاصول وبعد ذلك تم توحيد المقامات بإضافة اقل قيمة من قيم صافي الربح بعد الضريبة على البسط والمقام بحيث تم تجنب القيم السالبة وبما يخص المتغير التابع فيتبين من خلال الجدول ان اعلى قيمة افصاح للشركات الممثلة بالعينة هي (.63) وان اقل قيمة افصاح بلغت (.06) بمتوسط حسابي (.3) لكل الشركات اللممثلة بالعينة.

ويبين الجدول رقم (13-14) نتائج تحليل معادلة الانحدار اللوغاريتمي، حيث تم تطبيق المعادلة مرة باحتساب معدل العائد على الاصول ومرة باحتساب معدل العائد على حقوق الملكية حيث ان كلا العاملين يستخدمان لقياس اداء الشركة (الربحية)، و يلاحظ من خلال الجداول ان النتائج لم تختلف عند تطبيق اي من المعادلتين حيث ان الربحية لم يكن لها تأثير ذو دلالة احصائية، ولذلك تم استثنائها من المعادلة لمعرفة فيما اذا كانت النتائج ستتحسن، وبعد التحليل تبين ان النتائج تحسنت بشكل طفيف حيث بقي تأثير جميع المتغيرات المستقلة عند نفس مستوى الدلالة كما هو موضح بالجدول رقم (15) وقد تم اعتماد نتائج التحليل بعد استثناء متغير الربحية.

جدول (13)

نتائج تحليل الانحدار (ROE)

Variable	t-Statistic	Std.Error	Coefficient	SIG. LEVEL
ROE	-0.602353	0.051193	-0.030836	0.5476
Size	6.128632	0.094787	0.580917	0.0000
Debt	1.774708	0.024247	0.043031	0.0774
Age	2.770794	0.105673	0.292799	0.0061
Sec.	-2.170074	0.125279	-0.271865	0.0311
	$R^2=0.965842$	$Ad.R^2=0.956391$	Durbin-Watson stat= 1.68	N=53

جدول (14)

نتائج تحليل الانحدار (ROA)

Variable	t-Statistic	Std.Error	Coefficient	SIG. LEVEL
ROA	-0.482663	0.051473	-0.035766	0.6476
Size	6.128423	0.094517	0.580765	0.0000
Debt	1.774187	0.034247	0.043662	0.0875
Age	2.770569	0.135673	0.292441	0.0069
Sec.	-2.170002	0.145279	-0.271117	0.0421
	R²=0.962042	Ad.R²= 0.956189	Durbin- Watson stat= 1.65	N=53

جدول (15)

نتائج تحليل الانحدار بعد استثناء متغير الربحية

Dependent Variable: LDR
Method: Panel Least Squares
Sample: 2012 2016
Periods included: 5
Cross-sections included: 53
Total panel (balanced) observations: 265
Cross-section fixed (dummy variables)

Variable	t-Statistic	Std.Error	Coefficient	SIG. LEVEL
Size	6.147936	0.094702	0.582224	0.0000
Debt	1.867872	0.024170	0.045146	0.0632
Age	2.798745	0.105599	2.798745	0.0056
Sec.	-2.290894	0.124694	-0.285661	0.0230

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R2	0.965547	Mean dependent var	-0.469868
Ad.R2	0.956271	S.D. dependent var	0.372066
S.E. of regression	0.077804	Sum squared resid	1.259131
F-statistic	104.0929	Durbin-Watson stat	1.676566

يظهر من خلال الجداول السابقة نتائج تحليل الانحدار للمتغير التابع "الافصاح المحاسبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتز" مع المتغيرات المستقلة: (حجم الشركة، وقطاع الشركة، ومديونية الشركة، وعمر الشركة).

ويلاحظ ان المتغيرات المستقلة تفسر ما نسبته (95%) من سلوك المتغير التابع "مستوى الافصاح الاختياري عبر موقعي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتز"، وبناء على نتائج التحليل يمكن اختبار فرضيات الدراسة على النحو التالي:

- يتم قبول الفرضية الفرعية الاولى والتي تنص على انه "يوجد اثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لحجم الشركة على مستوى الافصاح المحاسبي على مواقع التواصل الاجتماعي" حيث تبين انه يوجد علاقة ايجابية وذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (1%) بين حجم الشركة ممثلا في اجمالي الاصول ومستوى الافصاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مما يدل على انه كلما كان حجم الشركة اكبر كلما كانت تهتم بالإفصاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من غيرها من الشركات الصغيرة الحجم. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (عبيدات، 2011) والتي اظهرت وجود اثر ايجابي لحجم الشركة على افصاح الشركات عبر مواقعها الالكترونية، وتعارضت مع نتائج دراسة (قرطالي، 2015) والتي اظهرت وجود علاقة عكسية بين حجم الشركة وبين اسلوب ونوعية البيانات المفصح عنها عبر الانترنت، وتتفق ايضا مع دراسة (المطيري، 2012) حيث انها وجدت ان للحجم تأثير ايجابي في مستوى افصاح الشركة عبر موقعها الالكتروني، وايضا مع دراسة (الحسن، 2009) والتي اظهرت وجود علاقة ايجابية بين حجم الشركة ومستوى الافصاح الاختياري لها.

- يتم قبول الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على انه "يوجد اثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على مستوى الافصاح المحاسبي على مواقع التواصل الاجتماعي" حيث تبين ان هناك علاقة ايجابية وذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (1%) بين عمر الشركة ومستوى الافصاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي مما يدل على انه كلما كان عمر الشركة اكبر كلما زاد اهتمامها بالافصاح عن البيانات المالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تعارضت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (عبيدات، 2011) والتي اظهرت وجود علاقة عكسية بين عمر الشركة وبين الافصاح عن البيانات عبر مواقعها الالكترونية، ومع دراسة (قرطالي، 2015) والتي اظهرت ايضا علاقة عكسية بين عمر الشركة وبين

اسلوب ونوعية البيانات المفصح عنها عبر الانترنت، وايضا اختلفت مع دراسة (المطيري، 2012) حيث انها وجدت انه ليس للعمر تأثير في مستوى افصح الشركة عبر موقعها الالكتروني.

- يتم قبول الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على انه "يوجد اثر سلبي ذو دلالة إحصائية لقطاع الشركة على مستوى الافصح المحاسبي على مواقع التواصل الاجتماعي" حيث تبين ان هناك علاقة سلبية وذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (5%) بين قطاع الشركة ومستوى الافصح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مما يدل على ان هناك تأثير للقطاع على مستوى افصح الشركة، اي انه كلما قل حجم القطاع من خلال الشركات الممثلة له بالعينة كلما زادت نسبة تأثير القطاع على الشركات لاغراض الافصح المحاسبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكلما زاد حجم القطاع من خلال الشركات الممثلة له بالعينة كلما قلت نسبة تأثير القطاع على الشركات لاغراض الافصح المحاسبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقد يعود السبب الى طبيعة نشاط هذه القطاعات، حيث تعارضت هذه النتيجة مع علاقة دراسة (عبيدات، 2011) والتي اظهرت وجود نتائج عكسية بين قطاع الشركة وبين الافصح عن البيانات عبر مواقعها الالكترونية، وايضا اختلفت مع دراسة (المطيري، 2012) حيث انها وجدت انه لا يوجد لقطاع الشركة تأثير في مستوى افصح الشركة عبر موقعها الالكتروني.

- يتم قبول الفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص على انه " يوجد اثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لمديونية الشركة على مستوى الافصح المحاسبي على مواقع التواصل الاجتماعي " حيث يلاحظ ايضا ان هناك علاقة ايجابية وذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (10%) بين نسبة مديونية الشركة ومستوى الافصح عبر مواقع التواصل الاجتماعي مما يدل على انه كلما زادت نسبة المديونية كلما زاد اهتمام الشركات بالافصاحات المحاسبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد يرجع السبب في ذلك الى حاجة هذه الشركات للسيولة وللمزيد من المستثمرين مما يجعلها تبذل المزيد من الجهد لجذبهم، حيث تتفق هذه النتيجة مع علاقة دراسة (عبيدات، 2011) والتي اظهرت وجود اثر ايجابي لمستوى مديونية الشركة على افصح الشركات عبر مواقعها الالكترونية.

الفصل السادس

النتائج والاستنتاجات والتوصيات

مقدمة

نتائج الدراسة

الاستنتاجات

التوصيات

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

مقدمة:

يتضمن هذا الفصل النتائج التي توصلت اليها الدراسة بعد اختبار الفرضيات ومجموعة من التوصيات التي يقترحها الباحث.

نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة الى عدد من النتائج اهمها :

- 1- ان الشركات الاردنية المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي لا تمتلك حساب خاصة على احد مواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك وتويتر " بنسبة %66.
- 2- ان الشركات الاردنية المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي والتي تمتلك حساب على احد مواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك وتويتر " تقوم باستعمال حسابها لأغراض الافصاح الاختياري بنسبة %81، وقد بلغت نسبة متوسط الافصاح لجميع الشركات %25 بعدد (4) بنود.
- 3- ان متوسط الافصاح لجميع القطاعات من اجمالي عدد البنود المبحوثة (5) بنود بنسبة %31.
- 4- ان حجم الشركة له تأثير ايجابي على مستوى افصاح الشركات الاردنية المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي عن المعلومات الاختيارية.
- 5- ان قطاع الشركة له تأثير سلبي على مستوى افصاح الشركات الاردنية المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي عن المعلومات الاختيارية.
- 6- ان مديونية الشركة لها تأثير ايجابي على مستوى افصاح الشركات الاردنية المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي عن المعلومات الاختيارية.
- 7- ان عمر الشركة له تأثير ايجابي على مستوى افصاح الشركات الاردنية المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي عن المعلومات الاختيارية.
- 8- ان ربحية الشركة ليس لها تأثير سلبي على مستوى افصاح الشركات الاردنية المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي عن المعلومات الاختيارية.

الاستنتاجات:

من خلال البحث توصل الباحث الى بعض الاستنتاجات منها:

1- ان اغلب الشركات المساهمة العامة الاردنية والمدرجة في سوق عمان المالي لا يوجد لها حساب على مواقع التواصل الاجتماعي وقد يرجع السبب في ذلك الى عدم انتشار مثل هذه الوسائل في بيئة الاعمال.

2- ان اغلب الشركات المساهمة العامة الاردنية المدرجة في سوق عمان المالي والتي تملك حساب او اكثر على مواقع التواصل الاجتماعي تقوم باستعمالها لاغراض الافصاحات المحاسبية، وقد يرجع السبب في ذلك من الاثار الايجابية الملموسة من هذه الافصاحات بحيث ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يمكن من الوصول الى اكبر عدد ممكن من المستثمرين وغيرهم مما يجعلها عامل جذب لهم.

3- ان افصاحات الشركات جميعها لم تتجاوز نسبة افصاح %50 من اجمالي عدد البنود المختارة، حيث كان متوسط الافصاحات %31 لجميع القطاعات.

4- ان لحجم الشركة تأثير ايجابي على الافصاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد يرجع السبب في ذلك الى توفر الكوادر في الشركات الكبيرة التي من الممكن ان تقوم بالمهام الاعلامية بالشكل الكافي.

5- ان لعمر الشركة تأثير ايجابي على الافصاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد يرجع السبب في ذلك الى خبرة الشركة القديمة وقدرتها على مواكبة التطورات بشكل افضل من الشركات الحديثة ذات الخبرة الاقل.

6- ان ربحية الشركة ليس لها تأثير على الافصاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد يرجع السبب في ذلك الى ان الشركات ذات الربحية القليلة ايضا تسعى لتحقيق الارباح وجذب المستثمرين بكل الطرق.

التوصيات:

من خلال النتائج التي تم التوصل اليها يوصي الباحث :

- 1- قيام الجهات التنظيمية بوضع حوافز تشجيعية لحث الشركات على دخول منصة مواقع التواصل الاجتماعي لخلق بيئة تنافسية في هذا المجال.
- 2- العمل على تدريب الكوادر في الشركات التي تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي لاغراض الافصاح المحاسبي بشكل جيد، ليكونوا قادرين على مواكبة التطور بهذا المجال ولاغراض الامتناع عن نشر اي معلومات لا ينبغي الافصاح عنها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مثل المعلومات السرية والتي قد تؤثر على التنافس.
- 3- البحث في بنود اخرى للافصاح غير المختارة في الدراسة مما قد يؤدي الى وجود نسبة اكبر للافصاح في القطاعات بالمتوسط العام.
- 4- عمل دراسات على الشركات المتوسطة والشركات الصغيرة بحيث انه من الممكن ان يكون هناك نتائج افضل مع دراسة متغيرات مختلفة.
- 5- عمل دراسات على الشركات ذات الاعداد المتوسطة والصغيرة بحيث انه من الممكن ان يكون هناك نتائج مختلفة مع دراسة متغيرات مختلفة.
- 6- قياس الربحية على قطاع معين من الشركات فقط لانه قد يكون له اثر على الافصاحات بشكل افضل من نتائج هذه الدراسة.

قائمة المصادر والمراجع :

المراجع باللغة العربية :

- إبراهيم، علاء الدين. (2009). "دراسة العلاقة بين آليات حوكمة الشركات ونطاق الإفصاح الاختياري للتقارير المالية المنشورة: دراسة نظريه ميدانيه" رسالة دكتوراه، كلية التجارة، جامعه طنطا.

- أبو المكارم، وصفي. (2000). " المحاسبة المتوسطة، القياس والتقييم والإفصاح المحاسبي " (مجلة دار الجامعة الجديدة للنشر)، المجلد الخامس، العدد الثاني، من ص 104-128.

- الحسن، ميلينا. (2009). "الإفصاح الاختياري لدى الشركات الاردنية المدرجة في بورصة عمان" رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة اليرموك.

- الحواتمة، عمر. (2010). " قياس مدى تحقيق الإفصاح في التقارير المالية المنشورة للشركات الصناعية المساهمة العامة المتداولة في سوق عمان المالي " رسالة ماجستير، كلية الاعمال، جامعة الشرق الاوسط.

- الخطيب، خالد. (2002) " الإفصاح المحاسبي في التقارير المالية للشركات المساهمة العامة الاردنية في ظل معيار المحاسبي الدولي الأول"، (مجلة جامعة دمشق)، المجلد الثامن، العدد الثاني من ص 131-154.

-العكر، معتز. (2010) " اثر مستوى الإفصاح المحاسبي في البيانات المالية المنشورة على تدايعات الازمة المالية في القطاع المصرفي الاردني" رسالة ماجستير، كلية الاعمال، جامعة الشرق الاوسط.

-السرطاوي، عبدالمطلب. (2017) " أثر الإفصاح المالي الالكتروني على القيمة السوقية للمصارف الإسلامية الخليجية" المؤتمر العالمي الثامن للتسويق الإسلامي، الجمعية الدولية للتسويق الإسلامي، تركيا .

-السيد، أحمد. (1993) "مدى أهمية المعلومات المحاسبية للمستثمرين، منهج مقترح لتطوير الإفصاح المحاسبي لتنشيط سوق المال المصري"(مجلة البحوث التجارية)، المجلد الرابع، العدد الاول، من ص 130-162.

- الصادق، زكريا و عبيد، ابراهيم. (2007) "قياس شفافية الإفصاح في التقارير المالية المنشورة: دراسة ميدانية على الشركات المتداولة في السوق المصري" المؤتمر السنوي الرابع لكلية التجارة جامعة القاهرة.

- العلول، عبد المنعم. (2008) "دور الإفصاح المحاسبي في دعم نظام الرقابة والمساءلة في الشركات المساهمة العامة قطاع غزة-فلسطين" رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية بغزة .

- النجار، سامح. (2011) " اثر الإفصاح الاختياري عن تنبؤات الادارة بالارباح وعلاقته بقدره الشركه على الاستثمار" رساله ماجستير، كلية التجارة- جامعه بنها.

- المطيري، غزأي. (2012) "العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح المحاسبي عن المعلومات المالية على الانترنت في القوائم المالية الصادرة عن الشركات المساهمة العامه الكويتيه"رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، كلية الاعمال.

- المعصراوي، حماده. (2015)، " دور مواقع التواصل الاجتماعي (Social Media) في زيادة فعالية الإفصاح المحاسبي "مدونة، متاحة عل موقع: <http://.blogspot.com>، 2017/5/10.

- الملحم، عدنان. (2003)، "معوقات وأسباب عدم الالتزام بالتطبيق الكلي لمتطلبات الإفصاح المحاسبي في الشركات المساهمة السعودية" (المجلة العربي للمحاسبة) المجلد السادس، العدد الأول، من ص5 – ص 25.

- توفيق، علاء الدين. (2009)، "الإفصاح ودوره في ترشيد القرارات الاستثمارية في السوق المالي السعودي: دراسة ميدانية"، (المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة) المجلد التاسع عشر، العدد الاول من ص 63-82.

- تومي، بدره. (2013)، "آثار تطبيق المعايير المحاسبية الدولية (IFRS/ IAS) على العرض والإفصاح في القوائم المالية للمصارف الإسلامية" رسالة ماجستير، جامعة فرحات عباس.

-جربوع، يوسف. (2006)، "مدي تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات المساهمة الصناعية العامة في قطاع غزة، فلسطين"، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية-غزة.

- دحدوح، حسين و حماد، رشا. (2015) "نموذج مقترح لقياس الإفصاح الاختياري وتطبيقه في بيئة الأعمال السورية" (مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية)، المجلد الواحد والثلاثون، العدد الثاني من ص 9-32.

- دسوقي، اسماء. (2014)، "الإفصاح المحاسبي عن المخاطر المالية في التقارير السنوية للشركات المدرجة في سوق الأوراق المالية واثرة على عوائد الاسهم دراسة تطبيقية" رساله ماجستير، كلية التجارة، جامعه القاهرة.

- رضوان، حنان. (2003)، "تطور الفكر المحاسبي، مدخل نظرية المحاسبة" (مجلة الثقافة)، المجلد الاول، العدد الاول، من ص 447-461.

- صالح، حيدر وهلال. (2014)، " كفاءة الإفصاح المحاسبي في القوائم المالية وأثره في صناعة القرار" (مجلة العلوم الاقتصادية)، المجلد الثالث عشر، العدد الاول، من ص 15-34.

-عبدالجليل، توفيق وابونصار، محمد (2014)، "العوامل المؤثرة على مستوى الإفصاح الاختياري في التقارير المالية السنوية للشركات المساهمة العامة الأردنية" (العلوم الادارية)، المجلد 41، العدد2، من ص 326-342.

- عبيدات، غسان. (2011) "العوامل المؤثرة في الإفصاح عن التقارير المالية على الانترنت من قبل الشركات المساهمة العامة الاردنية" رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة اليرموك.

- عيسى، ريم. (2011) "الإفصاح المحاسبي والعوامل المؤثرة عليه في الشركات المساهمة السورية" (مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية) المجلد الثالث والثلاثون، العدد الاول، من ص 143-161.

-قرطالي، يوسف. (2015) "العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح المحاسبي الالكتروني" (مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية) المجلد السابع والثلاثون، العدد الرابع، من ص 149-167.

- لايقه، رولا. (2007)، "القياس والإفصاح المحاسبي في القوائم المالية للمصارف ودورها في ترشيد قرارات الاستثمار" رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين .

- وادي، مدحت. (2006) " اثر التضخم علي الإفصاح المحاسبي للقوائم المالية في الوحدات الاقتصادية الفلسطينية"، رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية.

- ويكيبيديا " <https://ar.wikipedia.org/wiki> " 2017/6/2.

المراجع باللغة الإنجليزية :

- Blankespoor Elizabeth, Gregory S. Miller, and Hal D. White (2013) The Role of Dissemination in Market Liquidity: Evidence from Firms' Use of Twitter. The Accounting Review: Vol. 89, No. 1, pp. 79-112.

-BRR Media. (2013) ASX 200 Social Media Report. Available at: <http://www.brrservices.com/asx200-socialmedia-report-2013>

-Cade, Nicole. (2016) "Corporate Social Media: How Two-Way Disclosure Channels Influence Investors" available at: <http://www.ssrn.com/en/>.

-Guillamo'n-Saori'n, and Sousa, Carlos. (2014)"Voluntary Disclosure of Press Releases and the Importance of Timing: A Comparative Study of the UK and Spain"(Manag Int Rev), pp. 71–106.

-Invests. (2015) " Social Media for Corporate Communications: a Review of Corporate Social Media Use in the US and the UK" at: <http://info.investis.com/SocialMediaReview2015.html>.

-Jung, Michae Naughton, James Tahoun, Ahmed and Wang, Clare. (2015) "Corporate Use of Social Media" available at: <http://www.ssrn.com/en/>.

- Lee, Hutton. and Shu, Susan(2015)" The Role of Social Media in the Capital Market: Evidence from Consumer Product Recalls" available at: <http://www.ssrn.com/en/>.

-Miller, and Skinner, Douglas. (2015)" The Evolving Disclosure Landscape: How Changes in Technology, the Media, and Capital Markets are Affecting Disclosure" (Chicago Booth), Working Paper No. 15-06.

-Nightingale Communications. (2013). How Retail Investors in Australia View the Importance of Social and Digital Media Channels. Available at: http://www.nightingalecommunications.com.au/img/nig_20pp_document_s05.pdf

- Prokofieva, Maria. (2015) "Twitter-Based Dissemination of Corporate Disclosure and the Intervening Effects of Firms' Visibility: Evidence from Australian-Listed Companies" (Journal of Information Systems), Vol. 29, No. 2. pp. 107–136.

- Schamberger, Steven. (2013) "Social Media: Opportunities and Risks for Tax Practices". available at: <http://www.thetaxadviser.com/issues/2013/may/tpr-may2013.htm>.

-Trinkle, Brad and Crossler, Robert, 2013"Voluntary Disclosures via Social Media and the Role of Comments" (Journal of Information Systems), Vol. 29, No. 3, pp. 81-101.

- Yang, Jessica Liu, Siwen and Zhou, Dan.(2016) "Voluntary Financial Disclosure on Social Media: Does Corporate Governance Matter?" (September 8, 2016).

Available at: SSRN <https://ssrn.com/abstract=2836570>

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الملاحق

الملحق رقم (1)

الشركات التي تملك حساب والتي لا تملك على احد مواقع التواصل الاجتماعي

الشركة	الشركات التي تملك او لا تملك		كليهما
	تويتر	فيسبوك	
البنك الإسلامي الأردني	0	1	1
البنك الاردني الكويتي	1	1	1
البنك التجاري الأردني	1	1	1
بنك الاسكان للتجارة والتمويل	1	1	1
بنك الاستثمار العربي الاردني	0	0	
بنك صفوة الإسلامي	0	1	1
بنك الاتحاد	0	0	
بنك المؤسسة العربية المصرفية/الأردن	0	0	
البنك الاستثماري	0	0	
بنك المال الأردني	0	1	1
بنك سوسيته جنرال - الأردن	0	0	
بنك القاهرة عمان	0	1	1
بنك الأردن	0	0	
البنك الاهلي الاردني	1	1	1
البنك العربي	1	1	1
الشرق الأوسط للتأمين	0	0	
النسر العربي للتأمين	0	0	
التأمين الاردنية	0	1	1
التأمين العربية - الأردن	0	0	
دلنا للتأمين	1	1	1
القدس للتأمين	1	1	1
المتحدة للتأمين	0	0	
الاردنية الفرنسية للتأمين	1	1	1
المنارة للتأمين	1	1	1
الشرق العربي للتأمين	1	1	1
العرب للتأمين على الحياة والحوادث	0	0	

الشركة	الشركات التي تملك او لاتملك		كليةما
	تويتر	فيسبوك	
الشركة	احدهما	او كليهما	كليةما
فيلاذلفيا للتأمين		1	1
الاتحاد العربي الدولي للتأمين		0	0
التأمين الوطنية		1	1
الاردن الدولية للتأمين		0	0
المجموعة العربية الأوروبية للتأمين		1	1
التأمين الاسلامية		1	1
المجموعة العربية الاردنية للتأمين		0	0
المتوسط والخليج للتأمين-الأردن		0	0
الأولى للتأمين		1	1
المحفظة الوطنية للأوراق المالية		1	1
الاستثمارية القابضة للمغتربين الاردنيين		0	0
الثقة للاستثمارات الاردنية		0	0
الضمان للاستثمار	1	0	1
الاتحاد للاستثمارات المالية		0	0
العربية للاستثمارات المالية		1	1
الاردنية لضمان القروض		0	0
الشرق العربي للاستثمارات المالية		0	0
الامين للاستثمار		1	1
المتحدة للاستثمارات المالية		1	1
الاردنية لاعادة تمويل الرهن العقاري		0	0
العالمية للوساطة والأسواق المالية		0	0
الأمل للاستثمارات المالية		1	1
السنابل الدولية للاستثمارات الاسلامية		0	0
البلاد للأوراق المالية والاستثمار		0	0
الأولى للتمويل		1	1
الأردنية للإدارة والاستشارات		0	0
المستقبل العربية للاستثمار		0	0
حدائق بابل المعلقة للاستثمارات		0	0
البطاقات العالمية		0	0
الكفاءة للاستثمارات المالية والاقتصادية		0	0
تهامة للاستثمارات المالية		0	0

الشركة	الشركات التي تملك او لاتملك		كلية
	تويتر	فيسبوك	
الأردن الأولى للاستثمار	0	0	
أبعاد الأردن والإمارات للاستثمار	0	0	
دارات الأردنية القابضة	1	1	1
سبانك للاستثمار	0	0	
الإسراء للاستثمار والتمويل الإسلامي	0	0	
رم للوساطة المالية	1	1	1
الأردنية للتطوير والاستثمار المالي	0	0	
الشامخة للاستثمارات العقارية والمالية	0	0	
الأردن ديكابولس للأملاك	0	0	
التجمعات للمشاريع السياحية	1	1	1
الموارد للتنمية والاستثمار	0	0	
الاتحاد لتطوير الأراضي	0	0	
التجمعات لخدمات التغذية والاسكان	0	0	
التجمعات الاستثمارية المتخصصة	0	0	
تطوير العقارات	0	0	
المحفظة العقارية الاستثمارية	0	0	
الشرق العربي للإستثمارات العقارية	1	1	1
الإنماء العربية للتجارة والاستثمارات	0	0	
العقارية الأردنية للتنمية	1	1	1
عمد للاستثمار والتنمية العقارية	0	0	
الإحداثيات العقارية	0	0	
إعمار للتطوير والاستثمار العقاري	0	0	
فينيكس العربية القابضة	1	1	1
ميثاق للاستثمارات العقارية	0	0	
المعاصرون للمشاريع الاسكانية	0	0	
نور كابيتال ماركيتس للإستثمارات	0	0	
الكفاءة للاستثمارات العقارية	0	0	
اتحاد المستثمرون العرب للتطوير	0	0	
الأردن الدولية للاستثمار	0	0	
الديرة للاستثمار والتطوير العقاري	1	1	1
القصور للمشاريع العقارية	0	0	

الشركة	الشركات التي تملك او لاتملك		كلية
	تويتر	فيسبوك	
أفاق للاستثمار والتطوير العقاري	0	0	
التحديث للاستثمارات العقارية	0	0	
المهنية للاستثمارات العقارية والإسكان	1	1	1
الشراع للتطوير العقاري والاستثمارات	0	0	
مساكن الأردن لتطوير الأراضي	0	0	
عمون الدولية للاستثمارات المتعددة	0	0	
الانتقائية للاستثمار والتطوير العقاري	1	1	1
المتكاملة لتطوير الأراضي والاستثمار	0	0	
مجمع الضليل الصناعي العقاري	0	0	
البلاد للخدمات الطبية	0	0	
المجموعة الاستشارية الاستثمارية	0	0	
مستشفى ابن الهيثم	1	1	1
الدولية للاستثمارات الطبية	0	0	
الزرقاء للتعليم والاستثمار	0	0	
العربية الدولية للتعليم والاستثمار	0	0	
مدارس الاتحاد	0	1	1
الإسراء للتعليم والإستثمار	0	0	
البتراء للتعليم	0	0	
فيلاذلفيا الدولية للاستثمارات التعليمية	1	1	1
الفنادق والسياحة الاردنية	0	0	
العربية الدولية للفنادق	0	0	
البحر المتوسط للاستثمارات السياحية	0	0	
زارة للاستثمار القابضة	1	1	1
الشرق للمشاريع الاستثمارية	0	0	
الدولية للفنادق والاسواق التجارية	0	0	
الأردن لتطوير المشاريع السياحية	1	1	1
الركائز للاستثمار	0	0	
سرى للتنمية والاستثمار	0	0	
الخطوط البحرية الوطنية الاردنية	0	0	
السلام الدولية للنقل والتجارة	0	0	
النقلات السياحة الاردنية /جت	0	0	

الشركة	الشركات التي تملك او لاتملك		كلية
	تويتر	فيسبوك	
الاردنية للاستثمار والنقل السياحي / الفا	0	0	
المقايضة للنقل والاستثمار	0	0	
عالية -الخطوط الجوية الملكية الأردنية	1	1	1
مسافات للنقل المتخصص	1	1	1
مجموعة رم للنقل والاستثمار السياحي	0	0	
العبور للشحن والنقل	0	0	
العربية للاستثمار في النقل الجوي	0	0	
الاتصالات الأردنية	0	0	
الفارس الوطنية للاستثمار والتصدير	0	0	
المؤسسة الصحفية الاردنية /الرأي	1	1	1
الكهرباء الاردنية	1	1	1
كهرباء محافظة اربد	0	0	
البترو الوطنية	0	0	
مصفاة البترول الأردنية /جوبترول	0	1	1
الاسواق الحرة الاردنية	0	0	
المركز الاردني للتجارة الدولية	1	1	1
التسهيلات التجارية الاردنية	0	0	
المتخصصة للتجارة والاستثمارات	0	0	
الأردنية للاستثمارات المتخصصة	0	0	
بندار للتجارة والإستثمار	0	0	
مجموعة أوفتك القابضة	1	1	1
الجنوب للإلكترونيات	0	0	
نوبار للتجارة والاستثمار	0	0	
أفاق للطاقة	0	0	
انجاز للتنمية والمشاريع المتعددة	0	0	
الأردنية لإنتاج الأدوية	1	1	1
الحياة للصناعات الدوائية	0	0	
فيلادلفيا لصناعة الأدوية	0	0	
الصناعية التجارية الزراعية / الانتاج	0	0	
المتصدرة للأعمال والمشاريع	0	0	
الصناعات الكيماوية الاردنية	1	1	1

الشركة	الشركات التي تملك او لاتملك		كليهما
	تويتر	فيسبوك	
الشركة	احدهما	او كليهما	كليهما
الوطنية لصناعة الكلورين		1	1
الموارد الصناعية الأردنية		0	0
المتكاملة للمشاريع المتعددة		0	0
العربية لصناعة المبيدات والأدوية		0	0
الصناعات البتروكيماوية الوسيطة		0	0
الإقبال للطباعة والتغليف		1	1
الأردنية لتجهيز وتسويق الدواجن		0	0
الألبان الأردنية		0	0
الاستثمارات العامة		0	0
العالمية الحديثة للزيوت النباتية		0	0
الوطنية للدواجن		0	0
المصانع العربية الدولية للأغذية		0	0
دار الغذاء		1	1
مصانع الزيوت النباتية الأردنية		0	0
سنيورة للصناعات الغذائية		0	0
الإقبال للاستثمار		0	0
مصانع الاتحاد لإنتاج التبغ والسجائر		0	0
العامة للتعدين		0	0
العربية لصناعة الألمنيوم/ارال		1	1
الوطنية لصناعة الصلب		0	0
مناجم الفوسفات الأردنية		1	1
مصانع الاسمنت الأردنية		0	0
البوتاس العربية		1	1
حديد الأردن		1	1
الوطنية لصناعات الألمنيوم		0	0
شركة الترافرتين		0	0
المتحدة لصناعة الحديد والصلب		1	1
اسمنت الشمالية		0	0
الأردنية لصناعة الأنابيب		0	0
الأردنية للصناعات الخشبية / جوايكو	1	0	1
الباطون الجاهز والتوريدات الانشائية		0	0

الشركة	الشركات التي تملك او لاتملك		كليةما
	تويتر	فيسبوك	
العربية لصناعة المواسير المعدنية	1	1	1
القدس للصناعات الخرسانية	1	1	1
أساس للصناعات الخرسانية	1	1	1
سبا لسكب المعادن	0	0	
الوطنية لصناعة الكوابل والأسلاك	1	1	1
العربية للصناعات الكهربائية	1	1	1
مصانع الكابلات المتحدة	0	0	
مجموعة العصر للاستثمار	0	0	
مصانع الأجواخ الاردنية	0	0	
عقاري للصناعات والاستثمارات	0	0	
الزي لصناعة الألبسة الجاهزة	0	0	
اتحاد النساجون العرب	0	1	1
مجموع الشركات التي تملك حساب	55	65	55
نسبة الشركات التي تملك حساب	29%	34%	29%

ملحق رقم(2)

ترتيب الشركات عينة الدراسة وفق متوسط نسبة الإفصاح على مواقعها الخاصة للسنوات

2016-2012

الترتيب	نسبة الإفصاح %	معدل الإفصاحات للسنوات	اسم الشركة
1	50%	8	العربية للاستثمارات المالية
1	50%	8	أساس للصناعات الخرسانية
1	50%	8	رم للوساطة المالية
1	50%	8	مسافات للنقل المتخصص
2	44%	7	التجمعات لخدمات التغذية والاسكان
2	44%	7	دارات الأردنية القابضة
2	44%	7	الكهرباء الاردنية
2	44%	7	الاقبال للطباعة والتغليف
2	44%	7	دار الغذاء
3	37%	6	بنك الاسكان للتجارة والتمويل

الترتيب	نسبة الإفصاح %	معدل الإفصاحات للسنوات	اسم الشركة
3	%37	6	البنك العربي
3	%37	6	المنارة للتأمين
3	%37	6	المجموعة العربية الأوروبية للتأمين
3	%37	6	الأولى للتأمين
3	%37	6	الأمل للاستثمارات المالية
3	%37	6	فيلا دلفيا الدولية للاستثمارات التعليمية
3	%37	6	عالية - الخطوط الجوية الملكية الأردنية
3	%37	6	الأردنية للصناعات الخشبية / جوايكو
3	%37	6	المركز الاردني للتجارة الدولية
3	%37	6	الوطنية لصناعة الكلورين
3	%37	6	مناجم الفوسفات الاردنية
4	%31	5	البنك الاردني الكويتي
4	%31	5	مصفاة البترول الأردنية / جو بترول
4	%31	5	العقارية الأردنية للتنمية
4	%31	5	المحفظة الوطنية لأوراق المالية
4	%31	5	بنك القاهرة عمان
4	%31	5	دلتا للتأمين
4	%31	5	الديرة للاستثمار والتطوير العقاري
4	%31	5	البنك الاهلي الاردني
4	%31	5	البوتاس العربية
4	%31	5	حديد الأردن
4	%31	5	القدس للصناعات الخرسانية
5	%25	4	العربية للصناعات الكهربائية
5	%25	4	المتحدة لصناعة الحديد والصلب
5	%25	4	العربية لصناعة الألمنيوم/ارال
5	%25	4	دار الدواء للتنمية والاستثمار
5	%25	4	بنك صفوة الإسلامي
5	%25	4	المال الأردني
5	%25	4	القدس للتأمين
5	%25	4	شركة الشرق العربي للتأمين
5	%25	4	مستشفى ابن الهيثم
5	%25	4	الأردن لتطوير المشاريع السياحية
5	%25	4	الصناعات الكيماوية الاردنية

الترتيب	نسبة الإفصاح %	معدل الإفصاحات للسنوات	اسم الشركة
5	25%	4	الوطنية لصناعة الكوابل والأسلاك
6	19%	3	البنك التجاري الأردني
6	19%	3	مجموعة أوفتك القابضة
6	19%	3	الأردنية الفرنسية للتأمين
6	19%	3	المؤسسة الصحفية الأردنية /الرأي
6	19%	3	المهنية للاستثمارات العقارية والإسكان
6	19%	3	العربية لصناعة المواسير المعدنية
7	13%	2	مدارس الاتحاد
7	13%	2	وزارة للاستثمار القابضة
7	13%	2	اتحاد النساجون العرب
8	0	0	البنك الإسلامي الأردني
8	0	0	التأمين الأردنية
8	0	0	فيلاذلفيا للتأمين
8	0	0	التأمين الوطنية
8	0	0	لتأمين الإسلامية
8	0	0	الضمان للاستثمار
8	0	0	الأمين للاستثمار
8	0	0	المتحدة للاستثمارات المالية
8	0	0	الأولى للتمويل
8	0	0	الشرق العربي للاستثمارات العقارية
8	0	0	فينيكس العربية القابضة
8	0	0	الانتقائية للاستثمار والتطوير العقاري
		53	مجموع الشركات التي تفصح
	12		مجموع الشركات التي لا تفصح
	19%	81%	النسبة
	25%	4	متوسط الإفصاح للشركات ونسبته

ملحق رقم (3)

نسبة افصاح كل شركة والقطاع الذي تتبع له

نسبة الافصاح لقطاع البنوك				
رقم	اسم البنك	معدل الإفصاحات	بنود الافصاح الكلية	نسبة الافصاح %
1	البنك الاردني الكويتي	5	16	31%
2	البنك التجاري الأردني	3	16	19%
3	بنك الاسكان للتجارة والتمويل	6	16	38%
4	بنك صفوة الإسلامي	4	16	25%
5	المال الأردني	4	16	25%
6	بنك القاهرة عمان	5	16	31%
7	البنك الاهلي الاردني	5	16	31%
8	البنك العربي	6	16	38%
	المتوسط	5	16	30%
نسبة الافصاح لقطاع التأمين				
رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الافصاح الكلية	نسبة الافصاح %
1	دلتا للتأمين	5	16	31%
2	القدس للتأمين	4	16	25%
3	الاردنية الفرنسية للتأمين	3	16	19%
4	المنارة للتأمين	6	16	38%
5	شركة الشرق العربي للتأمين	4	16	25%
6	المجموعة العربية الأوروبية للتأمين	6	16	38%
7	الأولى للتأمين	6	16	38%
	المتوسط	5	16	31%
نسبة الافصاح لقطاع الخدمات المالية				

رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	المحفظة الوطنية للأوراق المالية	5	16	%31
2	العربية للاستثمارات المالية	8	16	%50
3	الأمل للاستثمارات المالية	6	16	%38
4	دارات الأردنية القابضة	7	16	%44
5	رم للوساطة المالية	8	16	%50
	المتوسط	7	16	%44
نسبة الإفصاح لقطاع العقارات				
رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	التجمعات لخدمات التغذية والاسكان	7	16	%44
2	العقارية الأردنية للتنمية	6	16	%38
3	الديرة للاستثمار والتطوير العقاري	5	16	%31
4	المهنية للاستثمارات العقارية والإسكان	3	16	%19
	المتوسط	5	16	%31
نسبة الإفصاح لقطاع الخدمات الصحية				
رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	مستشفى ابن الهيثم	4	16	%25
نسبة الإفصاح لقطاع الخدمات التعليمية				
رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	مدارس الاتحاد	2	16	%13
2	فيلاذلفيا الدولية للاستثمارات التعليمية	6	16	%38
	المتوسط	4	16	%25
نسبة الإفصاح لقطاع الفنادق والسياحة				

رقم	اسم الشركة	معلم الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	زارة للاستثمار القابضة	2	16	13%
2	الأردن لتطوير المشاريع السياحية	4	16	25%
	المتوسط	3	16	19%
نسبة الإفصاح لقطاع النقل				
رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	عالية - الخطوط الجوية الملكية الأردنية	6	16	38%
2	مسافات للنقل المتخصص	7	16	44%
	المتوسط	6	16	38%
نسبة الإفصاح لقطاع الاعلام				
رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	المؤسسة الصحفية الاردنية / الرأي	3	16	19%
نسبة الإفصاح لقطاع المنافع والطاقة				
رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	الكهرباء الاردنية	7	16	44%
2	مصفاة البترول الأردنية / جو بترول	5	16	31%
	المتوسط	6	16	38%
نسبة الإفصاح لقطاع الخدمات التجارية				
رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	المركز الاردني للتجارة الدولية	6	16	38%
2	مجموعة أوفتك القابضة	3	16	19%
	المتوسط	5	16	31%
نسبة الإفصاح لقطاع الأدوية و الصناعات الطبية				

رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	دار الدواء للتنمية والاستثمار	4	16	%25
نسبة الإفصاح لقطاع الصناعات الكيماوية				
رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	الصناعات الكيماوية الاردنية	4	16	%25
2	الوطنية لصناعة الكلورين	6	16	%37
	المتوسط	5	16	%31
نسبة الإفصاح لقطاع الطباعة والتغليف				
رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	الاقبال للطباعة والتغليف	7	16	%44
نسبة الإفصاح لقطاع الاغذية والمشروبات				
رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	دار الغذاء	7	16	%44
نسبة الإفصاح لقطاع الصناعات الاستخراجية والتعدينية				
رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	العربية لصناعة الالمنيوم/ارال	4	16	%25
2	مناجم الفوسفات الاردنية	6	16	%38
3	البوتاس العربية	5	16	%31
4	حديد الأردن	5	16	%31
5	المتحدة لصناعة الحديد والصلب	4	16	%25
	المتوسط	5	16	%31
نسبة الإفصاح لقطاع الصناعات الهندسية و الإنشائية				
رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %

1	الأردنية للصناعات الخشبية / جوايكو	6	16	38%
2	العربية لصناعة المواسير المعدنية	3	16	19%
3	القدس للصناعات الخرسانية	5	16	31%
4	أساس للصناعات الخرسانية	8	16	50%
	المتوسط	6	16	38%
نسبة الإفصاح لقطاع الصناعات الكهربائية				
رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	الوطنية لصناعة الكوابل والأسلاك الكهربائية	4	16	25%
2	العربية للصناعات الكهربائية	4	16	25%
	المتوسط	4	16	25%
نسبة الإفصاح لقطاع صناعات الملابس و الجلود و النسيج				
رقم	اسم الشركة	معدل الإفصاحات	بنود الإفصاح الكلية	نسبة الإفصاح %
1	اتحاد النساجون العرب	2	16	13%
	متوسط الإفصاح لجميع القطاعات	5	16	31%

ملحق رقم (4)

اختبار Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: Untitled

Test cross-section random effects

Prob.	Chi-Sq. d.f.	Chi-Sq. Statistic	Test Summary
0.0000	5	36.974424	Cross-section random

Cross-section random effects test comparisons:

Prob.	Var(Diff.)	Random	Fixed	Variable
0.0016	0.005583	0.057059	0.292799	LAGE
0.0092	0.009542	-0.017357	-0.271865	LSEC
0.0000	0.000149	0.029256	-0.030836	LROE
0.2875	0.000040	0.049748	0.043031	LDEBT
0.0003	0.007077	0.274239	0.580917	LSIZE

Cross-section random effects test equation:

Dependent Variable: LDR

Method: Panel Least Squares

Date: 03/13/18 Time: 20:48

Sample: 2012 2016

Periods included: 5

Cross-sections included: 53

Total panel (unbalanced) observations: 264

Prob.	t-Statistic	Std. Error	Coefficient	Variable
0.0000	-6.495781	0.733306	-4.763398	C
0.0061	2.770794	0.105673	0.292799	LAGE
0.0311	-2.170074	0.125279	-0.271865	LSEC
0.5476	-0.602353	0.051193	-0.030836	LROE
0.0774	1.774708	0.024247	0.043031	LDEBT
0.0000	6.128632	0.094787	0.580917	LSIZE

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

-0.469976	Mean dependent var	0.965842	R-squared
0.372768	S.D. dependent var	0.956391	Adjusted R-squared
-2.076886	Akaike info criterion	0.077844	S.E. of regression
-1.291261	Schwarz criterion	1.248312	Sum squared resid
-1.761198	Hannan-Quinn criter.	332.1490	Log likelihood
1.684893	Durbin-Watson stat	102.1901	F-statistic
		0.000000	Prob(F-statistic)

ملحق رقم (5)

اختبار Breusch-Pagan

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects

Null hypotheses: No effects

Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided
(all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Both	Time	
388.3693 (0.0000)	1.715299 (0.1903)	386.6540 (0.0000)	Breusch-Pagan
12.97811 (0.0000)	-1.309694 --	19.66352 (0.0000)	Honda
3.993244 (0.0000)	-1.309694 --	19.66352 (0.0000)	King-Wu
9.161629 (0.0000)	-1.108118 --	20.66944 (0.0000)	Standardized Honda
1.517633 (0.0646)	-1.108118 --	20.66944 (0.0000)	Standardized King-Wu
386.6540 (< 0.01)	--	--	Gourieriou, et al.*

*Mixed chi-square asymptotic critical values:

7.289	1%
4.321	5%
2.952	10%

ملحق رقم (6)

نتائج تحليل بيانات الفرضية الثالثة "اثر مجموعه من العوامل في مستوى الافصاح على مواقع

التواصل الاجتماعي"

Dependent Variable: LDR
Method: Panel Least Squares
Date: 03/13/18 Time: 20:50
Sample: 2012 2016
Periods included: 5
Cross-sections included: 53

Total panel (unbalanced) observations: 264

Prob.	t-Statistic	Std. Error	Coefficient	Variable
0.0000	-6.495781	0.733306	-4.763398	C
0.0061	2.770794	0.105673	0.292799	LAGE
0.0311	-2.170074	0.125279	-0.271865	LSEC

0.5476	-0.602353	0.051193	-0.030836	LROE
0.0774	1.774708	0.024247	0.043031	LDEBT
0.0000	6.128632	0.094787	0.580917	LSIZE

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

-0.469976	Mean dependent var	0.965842	R-squared
0.372768	S.D. dependent var	0.956391	Adjusted R-squared
-2.076886	Akaike info criterion	0.077844	S.E. of regression
-1.291261	Schwarz criterion	1.248312	Sum squared resid
-1.761198	Hannan-Quinn criter.	332.1490	Log likelihood
1.684893	Durbin-Watson stat	102.1901	F-statistic
		0.000000	Prob(F-statistic)

ملحق رقم (7)

نتائج التحليل بعد استثناء متغير الربحية

Dependent Variable: LDR
Method: Panel Least Squares
-sd Date: 03/17/18 Time: 22:24
Sample: 2012 2016
Periods included: 5
Cross-sections included: 53
Total panel (balanced) observations: 265

Prob.	t-Statistic	Std. Error	Coefficient	Variable
0.0000	-6.507845	0.733171	-4.771366	C
0.0056	2.798745	0.105599	0.295544	LAGE
0.0230	-2.290894	0.124694	-0.285661	LSEC
0.0632	1.867872	0.024170	0.045146	LDEBT
0.0000	6.147936	0.094702	0.582224	LSIZE

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

-0.469868	Mean dependent var	0.965547	R-squared
0.372066	S.D. dependent var	0.956271	Adjusted R-squared
-2.081243	Akaike info criterion	0.077804	S.E. of regression
-1.311263	Schwarz criterion	1.259131	Sum squared resid
-1.771877	Hannan-Quinn criter.	332.7646	Log likelihood
1.676566	Durbin-Watson stat	104.0929	F-statistic
		0.000000	Prob(F-statistic)

ملحق رقم (8)

المعادلة مع وجود LD(-1)

Dependent Variable: LDR
Method: Panel Least Squares
Date: 03/13/18 Time: 20:51
Sample (adjusted): 2013 2016
Periods included: 4
Cross-sections included: 53
Total panel (balanced) observations: 212

Prob.	t-Statistic	Std. Error	Coefficient	Variable
0.0000	-4.411503	0.962636	-4.246670	C
0.0193	2.364128	0.135775	0.320990	LAGE
0.0431	-2.039848	0.147021	-0.299901	LSEC
0.2648	-1.119285	0.055677	-0.062318	LROE
0.3350	0.967222	0.027637	0.026731	LDEBT
0.0000	4.232666	0.123359	0.522138	LSIZE
0.1265	1.536337	0.086231	0.132480	LDR(-1)

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

-0.467411	Mean dependent var	0.970420	R-squared
0.367470	S.D. dependent var	0.959207	Adjusted R-squared
-2.133142	Akaike info criterion	0.074219	S.E. of regression
-1.198998	Schwarz criterion	0.842791	Sum squared resid
-1.755583	Hannan-Quinn criter.	285.1131	Log likelihood
2.155492	Durbin-Watson stat	86.54258	F-statistic
		0.000000	Prob(F-statistic)

Abstract:

Al-Zuobi, Ali Ibrahim, " Voluntary Disclosure on Social Media in the Jordanian Companies Listed on the Amman Stock Exchange: An Analytical Study", Unpublished Master Thesis, Yarmouk University, Irbid, 2018.

identify the extent of the use of social media by the Jordanian public shareholding companies listed on the Amman StockExchange, and their use of the social networking sites "Facebook and Twitter" for accounting disclosure purposes. as well as to know the factors affecting the level of voluntary disclosure on the social networking sites of Jordanian public shareholding companies.

In order to achieve these objectives, the extent of the use of social media will be identified by the Jordanian public shareholding companies through a table containing all companies listed on the Amman Stock Exchange where each company will be searched on the most popular social networking sites in Jordan, Facebook and Twitter, and whether they own an account or not, and then 16 voluntary disclosure items were selected for corporate social networking sites, and then to know the factors affecting the level of optional disclosure on the social networking sites of Jordanian public shareholding companies. Some factors that may affect the level of accounting disclosure will be selected on the company's social networking sites: size, age, indebtedness, profitability of the company and the sector to which it belongs. The results will be tested through the logarithmic regression equation.

The study concluded a number of results:

34% of the Jordanian public shareholding companies listed on the Amman Stock Exchange have one or more accounts on one of the social media sites "Facebook and Twitter".

Jordanian public shareholding companies listed on the Amman Stock Exchange, which have an account on a social networking site, Facebook and Twitter, use their accounts for voluntary disclosure purposes at an average of 81% and The average disclosure of all sectors of the total number of 5 items by 31%.

The factors of the size, indebtedness and age of the company have a significant positive effect on the level of disclosure of the Jordanian public shareholding companies listed on the Amman StockExchange for optional information, while the company sector has a negative impact of statistical significance and there was no statistically significant factor of profitability.

The study recommends: that regulators set up rules to encourage companies to enter the social networking platform to create a competitive environment in this field. He has done studies on medium and small companies so that there can be better results with different variables.

Keywords: Social networking sites, Jordanian public shareholding companies, voluntary accounting disclosure.