

Вафа Гардаллоу

Вплив використання соціальних мереж фірмами та керівниками на загальну результативність компанії

Питання впливу використання соціальних мереж на результати діяльності компаній ще не вивчалось у контексті Саудівської Аравії. Стаття націлена на дослідження впливу соціальних мереж, а саме залучення компаній та генеральних директорів до Twitter та LinkedIn, на прибутковість компаній Саудівській Аравії, що мають лістинг акцій. Для емпіричного аналізу цього взаємозв'язку використано метод динамічної панельної оцінки. У дослідженні взяли участь 120 компаній з лістингом акцій на Саудівській фондовій біржі Tadawul з 2014 по 2017 рік. Дані взято з річних звітів компаній. Звіти про фінансовий стан, а також звіти про прибутки та збитки використано для збору даних про залежну та контрольні змінні. Результати показують, що наявність офіційного облікового запису в LinkedIn як у виконавчого директора, так і в компанії не покращує результати діяльності підприємства. Натомість компанії, які активні у Twitter, сприятимуть підвищенню короткострокової ефективності. Керівники, які використовують Twitter та мають велику кількість підписників, сприяють підвищенню ефективності своїх компаній у довгостроковій та короткостроковій перспективі. Отже, саудівським фірмам рекомендується усвідомлювати, що ефективність може бути підвищена шляхом моніторингу їх присутності в соціальних мережах та твердим наміром використовувати ці інструменти.

Ключові слова: фінансові показники підприємства, використання соціальних мереж керівниками, використання соціальних мереж компаніями, саудівські фірми, що мають лістинг акцій

Класифікація JEL: L25, G30, G32



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.