

mgr inż. Renata Joanna Gola

Nr. albumu: 2440

Temat: Związek między aktywnością w mediach społecznościowych i wynikami finansowymi spółek na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w latach 2017 – 2022

Promotor: dr hab. Katarzyna Byrka – Kita, prof. US, Uniwersytet Szczeciński

Promotor pomocniczy: dr Mateusz Czerwiński, Uniwersytet Szczeciński

STRESZCZENIE W JĘZYKU POLSKIM

Niniejsza rozprawa doktorska bada związek między aktywnością w mediach społecznościowych, w szczególności na Twitterze, a wynikami finansowymi spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w latach 2017–2022. Głównym celem pracy jest kompleksowa analiza i ocena wykorzystania Twittera przez spółki notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w latach 2017 - 2022 w zakresie upowszechniania informacji finansowych, a także empiryczna ocena związku między aktywnością na Twitterze i wynikami finansowymi spółek publicznych.

Rozprawa koncentruje się na ujawnianiu i upowszechnianiu informacji, uznawanych w literaturze i praktyce rynków kapitałowych za fundament komunikacji korporacyjnej. Ujawnianie odnosi się do przekazywania informacji zgodnie z wymogami regulacyjnymi, podczas gdy upowszechnianie dotyczy procesu zwiększania zasięgu i dostępności ujawnionych informacji za pośrednictwem różnych kanałów, w tym mediów społecznościowych.

Praca opiera się na podstawach teoretycznych, uwzględniając kluczowe koncepcje: teorię asymetrii informacji, teorię sygnalizacji, koncepcję ekonomii uwagi i dobrowolnego ujawniania informacji oraz teorię służebności. Szczególną uwagę poświęcono różnicom regulacyjnym między Stanami Zjednoczonymi a Europą, gdzie media społecznościowe pełnią odmienne funkcje w komunikacji korporacyjnej.

W badaniu empirycznym wykorzystano dane spółek notowanych na GPW w Warszawie, analizując związek między aktywnością na Twitterze a różnicą między rzeczywistymi wynikami finansowymi a konsensusem rynkowym. Analiza uwzględniała różne miary aktywności komunikacyjnej oraz charakterystyki przedsiębiorstw jako zmienne kontrolne.

Weryfikacji poddano dwie główne hipotezy badawcze:

(H1) Istnieje statystycznie istotny związek między aktywnością spółek na Twitterze a różnicą rzeczywistych wyników finansowych i konsensusu rynkowego.

(H2) Siła związku między aktywnością spółek na Twitterze a różnicą rzeczywistych wyników finansowych i konsensusu rynkowego jest zależna od wielkości tej różnicy.

Wyniki przeprowadzonych analiz empirycznych potwierdzają istnienie selektywnego charakteru komunikacji spółek na Twitterze. Przedsiębiorstwa są aktywne na Twitterze w przypadku ujawnienia wyników powyżej konsensusu rynkowego, podczas gdy przy

wynikach poniżej konsensusu ograniczają swoją komunikację. Zależność ta jest tym silniejsza, im większa jest skala różnicy między rzeczywistymi wynikami a konsensusem rynku.

Szczególnie istotne okazały się wyniki dotyczące komunikacji bezpośrednio odnoszącej się do wyników finansowych, co wskazuje na strategiczny charakter wykorzystania mediów społecznościowych jako narzędzia zarządzania przepływem informacji i kształtowania percepcji rynku.

Wnioski płynące z rozprawy mają istotne znaczenie zarówno w wymiarze teoretycznym, jak i praktycznym. Potwierdzają założenia teorii sygnalizacji i dobrowolnego ujawniania informacji w kontekście mediów społecznościowych. Dla zarządów spółek giełdowych wyniki stanowią argument za bardziej świadomym zarządzaniem strategią informacyjną, z kolei dla inwestorów i analityków intensywność komunikacji może być dodatkowym sygnałem w ocenie intencji zarządu. Dla regulatora rynku kapitałowego badanie otwiera pytania o adekwatność istniejących regulacji w kontekście rosnącego znaczenia nieformalnych kanałów komunikacji finansowej.