

Η επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη λογιστική και στην ελεγκτική

Εριέττα Μπέκα

Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής

Δομή Παρουσίασης

- ✓ Κίνητρα και Αντικειμενικός Σκοπός της Εργασίας
- ✓ Ερευνητικό Υπόβαθρο και Ερευνητικά Ερωτήματα
- ✓ Μεθοδολογία
- ✓ Αποτελέσματα
- ✓ Συμπεράσματα
- ✓ Περιορισμοί
- ✓ Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα
- ✓ Παραπομπές

Κίνητρα

- ✓ Οι Schniederjans D. et al. (2013) διερεύνησαν τη σχέση ανάμεσα στην **απόδοση των εταιριών** σε σχέση με τις **στρατηγικές διαχείρισης εντυπώσεων** (impression management), τις οποίες χρησιμοποιούσαν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- ✓ Οι Luo et al. (2013), απέδειξαν την επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην πρόβλεψη της τιμής της **μετοχής**.
- ✓ Οι Akmese et al. (2015), απέδειξαν ότι οι εταιρίες οι οποίες ανήκουν στον τουριστικό κλάδο ήταν εισηγμένες στο Χρηματιστήριο της Κωνσταντινούπολης και διέθεταν λογαριασμούς μέσων κοινωνικής δικτύωσης, κατέγραφαν **μεγαλύτερες αποδόσεις σε σχέση με εταιρίες οι οποίες ήταν ανενεργές στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης**.

Κίνητρα

- ✓ Η **δημοσίευση πληροφοριών** (disclosure) των εταιριών σχετίζεται με λογιστικά μεγέθη και συγκεκριμένα με το **Ενεργητικό της, τα Κέρδη προ Φόρων Τόκων και Αποσβέσεων (EBITDA), τις Υποχρεώσεις και τα Άυλα Πάγια** (Zhang, 2015).
- ✓ Mohamed et al. (2016), υπέδειξαν ο βαθμός της **δημοσίευσης των χρηματοοικονομικών πληροφοριών** (financial disclosure) σχετίζεται με τη **χρηματοοικονομική μόχλευση και την κερδοφορία των εταιριών**.
- ✓ Οι Dong et al. (2018), μελέτησαν τη **θετική σχέση** ανάμεσα σε εταιρίες με **φαινόμενα απάτης και των δημοσιεύσεων που αναρτούσαν το προγενέστερο διάστημα**, οι οποίες προοικονομούσαν τις απάτες.

Αντικειμενικός Σκοπός

- Από τη μελέτη της διεθνούς αρθρογραφίας διαπιστώνεται ότι δεν υπάρχει ένα εννοιολογικό πλαίσιο (conceptual framework) που να περιγράφει τη σχέση ανάμεσα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης των επιχειρήσεων και πιο συγκεκριμένα τις αναρτήσεις τους σε σχέση με τα λογιστικά και ελεγκτικά τους μεγέθη.

Η μελέτη της επίδρασης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις επιστήμες της λογιστικής και της ελεγκτικής.

Συνεισφορά

- ✓ Επαληθεύεται ότι η ύπαρξη τουλάχιστον ενός μέσου κοινωνικής δικτύωσης αποφέρει υψηλότερα κέρδη στις επιχειρήσεις.
- ✓ Περιγράφεται για πρώτη φορά η σχέση ανάμεσα σε αναρτήσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και σε θεμελιώδη λογιστικά μεγέθη των εταιριών.
- ✓ Γίνεται η προσπάθεια μελέτης της σχέσης ανάμεσα στις αναρτήσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και την επιστήμη της ελεγκτικής.

Ερευνητικό Υπόβαθρο

- ✓ Τα περισσότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι εύκολα προσβάσιμα και εμφανίζουν μεγάλη κοινωνική δραστηριότητα. Παράλληλα, προωθούν την αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ ατόμων ή ατόμων και επιχειρήσεων (Cade, 2018).
- ✓ Η διαχείριση των εντυπώσεων μπορεί να οριστεί ως η οποιαδήποτε ενέργεια που σκόπιμα σχεδιάζεται και διενεργείται με σκοπό να επηρεάσει την άποψη που σχηματίζει ένα σύνολο για τον εν λόγω οργανισμό (Elsbach et al., 1998).
- ✓ Η αντίδραση στις αρνητικές κριτικές στο Twitter (δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης) μπορεί να διορθώσει επιτυχώς την αρνητική άποψη των επενδυτών, όταν προέρχεται από εγκυρότερη πηγή (Cade, 2018).

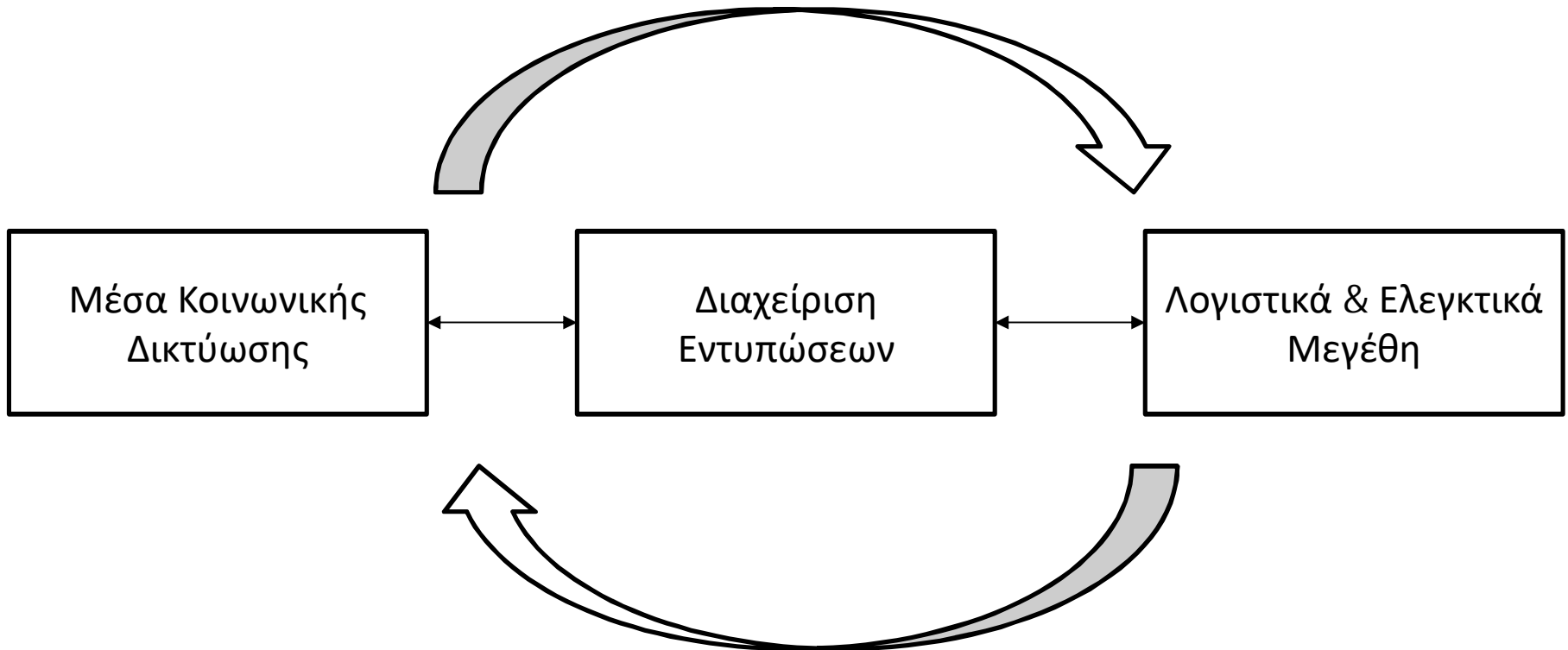
Ερευνητικό Υπόβαθρο

- ✓ Σε προηγούμενη έρευνα από τις Yang και Liu (2017), έχει διαπιστωθεί ότι οι εταιρίες τείνουν να **μειώνουν τις αρνητικές πληροφορίες** που σχετίζονται με αυτές.

Οι εταιρίες χρησιμοποιούν ποικίλα μέσα προκειμένου να δώσουν **έμφαση** στην **παρουσίαση των θετικών πληροφοριών** και κυρίως **να διαδώσουν** στοιχεία σχετικά με την **αυξανόμενη κερδοφορία τους**.

Οι εταιρίες με τη βελτιωμένη απόδοση επιλέγουν σε μεγάλο βαθμό να την **ανάρτηση και τη διάδοση θετικών γεγονότων** στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό να **πετύχουν μεγαλύτερη συμμετοχή του κοινού** στο οποίο στοχεύουν, **σε σχέση με τις εταιρίες στις οποίες παρατηρείται φθίνουσα απόδοση**.

Ερευνητικά Ερωτήματα



Ερευνητικά Ερωτήματα

- ✓ 1. Οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν τουλάχιστον ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης με ενεργή στρατηγική και πλήθος δημοσιεύσεων, εμφανίζουν υψηλότερα κέρδη σε σχέση με αυτές που έχουν ανενεργούς λογαριασμούς ή δεν διαθέτουν μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

- ✓ 2. Τα λογιστικά μεγέθη της εκάστοτε επιχείρησης μπορούν να επηρεάσουν τις γενικές δημοσιεύσεις της ή τις αναρτήσεις της με οικονομικό περιεχόμενο;

- ✓ 3. Η γνώμη του Ορκωτού Ελεγκτή-Λογιστή και η ουσιώδης αβεβαιότητα των εταιριών μπορούν να επηρεάσουν τις δημοσιεύσεις τους;

Μεθοδολογία

- ✓ Επιλογή τριών δημοφιλών μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Twitter, Facebook, LinkedIn).
- ✓ Επιλογή των **εισηγμένων εταιριών του Χρηματιστηρίου Αθηνών** (183 εταιρίες, Ιούλιος 2019).
- ✓ Συλλογή των αναρτήσεων, λογιστικών μεγεθών και επισκόπηση των εκθέσεων ελέγχου.
- ✓ **Λογιστικά Μεγέθη:** Κέρδη προ Φόρων, Άυλα Πάγια, Χρηματικά Διαθέσιμα, Σύνολο Ενεργητικού, Σύνολο Υποχρεώσεων.
- ✓ **Ελεγκτικά Μεγέθη:** Γνώμη του Ορκωτού Ελεγκτή-Λογιστή από την έκθεση ελέγχου και Ουσιώδης Αβεβαιότητα των εταιριών.
- ✓ Επιλογή Οικονομικού Έτους Εξέτασης: 2018

Μεθοδολογία

- ✓ Διαχωρισμός των αναρτήσεων σε γενικές και αναρτήσεις οικονομικού περιεχομένου.
- ✓ **Γενικές Αναρτήσεις:** Θετικές, Ουδέτερες και Αρνητικές Δημοσιεύσεις.
- ✓ **Οικονομικές Αναρτήσεις:** Αναρτήσεις Συγκεκριμένου Οικονομικού Περιεχομένου.

Θετικές, Ουδέτερες και Αρνητικές Αναρτήσεις: *Δυναμική Στρατηγική Διαχείρισης Εντυπώσεων.* * *Διάκριση των αναρτήσεων με μεταβλητές*

Λογαριασμοί Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης Χωρίς Αναρτήσεις: *Παθητική Στρατηγική Διαχείρισης Εντυπώσεων.*

Ανενεργοί Λογαριασμοί: Όταν οι εταιρίες δεν διέθεταν λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Μεθοδολογία

Δημοσιεύσεις Εταιριών: Δυναμική Στρατηγική



facebook



- Θετικές Γενικές Δημοσιεύσεις
 - Ουδέτερες Δημοσιεύσεις
 - Αρνητικές Δημοσιεύσεις
-
- Δημοσιεύσεις Οικονομικού Περιεχομένου

- Θετικές Γενικές Δημοσιεύσεις
 - Ουδέτερες Δημοσιεύσεις
 - Αρνητικές Δημοσιεύσεις
-
- Δημοσιεύσεις Οικονομικού Περιεχομένου

- Θετικές Γενικές Δημοσιεύσεις
 - Ουδέτερες Δημοσιεύσεις
 - Αρνητικές Δημοσιεύσεις
-
- Δημοσιεύσεις Οικονομικού Περιεχομένου

Μεθοδολογία

Μοντέλα που αναπτύχθηκαν:

- ✓ Kruskal-Wallis: Προκειμένου να ελεγχθεί αν οι εταιρίες με τουλάχιστον ένα λογαριασμό μέσω κοινωνικής δικτύωσης εμφανίζουν υψηλότερα κέρδη.
- ✓ Ordinary Least Squares (OLS): Προκειμένου να ελεγχθεί αν οι αναρτήσεις των μέσω κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζονται από τα Λογιστικά Μεγέθη.
- ✓ Kruskal Wallis: Προκειμένου να ελεγχθεί αν η έκθεση ελέγχου του Ορκωτού Ελεγκτή-Λογιστή και η Ουσιώδης Αβεβαιότητα των επιχειρήσεων επηρεάζουν τις οικονομικές τους αναρτήσεις.

Αποτελέσματα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Κέρδη

	N	Median	Mean Rank	Z-Value
Αναρτήσεις Twitter				
-1	8	-0.088808	81.0	0.44
0	110	-0.212515	71.2	-1.58
1	30	<u>0.069732</u>	84.7	1.46
Σύνολο	148		74.5	
Αναρτήσεις Facebook				
-1	11	-0.159608	73.4	-0.09
0	75	-0.249378	70.2	-1.23
1	62	<u>0.002421</u>	79.9	1.29
Σύνολο	148		74.5	
Αναρτήσεις LinkedIn				
-1	67	-0.242924	72.5	-0.51
0	40	-0.218087	69.7	-0.83
1	41	<u>0.106931</u>	82.4	1.39
Σύνολο	148		74.5	

Αποτελέσματα Λογιστικά Μεγέθη & Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Γενικές
 Αναρτήσεις και
 Λογιστικά μεγέθη
 στο Twitter

	Coefficient	Std. Error	z	p-value	
Σταθερά	34.3998	123.728	0.2780	0.7810	
Άυλα Πάγια	4.54082	2.82593	1.607	0.1081	
Σ. Ενεργητικού	-60.8211	16.2692	-3.738	0.0002	***
Χρηματικά Διαθέσιμα	9.81388	7.56279	1.298	0.1944	
Κέρδη προ Φόρων (2018)	17.0751	6.31791	2.703	0.0069	***
Σ.Υποχρεώσεις	37.0403	11.5025	3.220	0.0013	***
Mean dependent var	28.86420		S.D. dependent var	118.7328	
Sum squared resid	703622.0		S.E. of regression	96.85879	
R-squared	0.376110		Adjusted R-squared	0.334517	
F(5, 75)	3.165231		P-value(F)	0.012017	
Log-likelihood	-482.2507		Akaike criterion	976.5014	
Schwarz criterion	990.8681		Hannan-Quinn	982.2655	

Αποτελέσματα

Λογιστικά Μεγέθη & Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Γενικές
 Αναρτήσεις και
 Λογιστικά μεγέθη
 στο Facebook

	Coefficient	Std. Error	z	p-value	
Σταθερά	109.495	159.124	0.6881	0.4914	
Άυλα Πάγια	5.38955	4.44050	1.214	0.2249	
Χρηματικά	-2.92208	6.36277	-0.4592	0.6461	
Διαθέσιμα					
Σ. Ενεργητικού	-49.4783	17.5254	-2.823	0.0048	***
Κέρδη προ	12.9806	9.04794	1.435	0.1514	
Φόρων (2018)					
Σ. Υποχρεώσεις	36.7184	13.2228	2.777	0.0055	***
Mean dependent var	59.50617	S.D. dependent var		117.5528	
Sum squared resid	839612.5	S.E. of regression		105.8056	
R-squared	0.240508	Adjusted R-squared		0.189875	
F(5, 75)	2.577430	P-value(F)		0.033111	
Log-likelihood	-489.4070	Akaike criterion		990.8140	
Schwarz criterion	1005.181	Hannan-Quinn		996.5781	

Αποτελέσματα

Λογιστικά Μεγέθη & Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Χρηματοοικονομικές
 αναρτήσεις και
 Λογιστικά Μεγέθη στο
 Twitter

	Coefficient	Std. Error	z	p-value	
Σταθερά	13.0901	9.21139	1.421	0.1553	
Άυλα Πάγια	0.0402911	0.143753	0.2803	0.7793	
Χρηματικά	1.29198	0.631991	2.044	0.0409	**
Διαθέσιμα					
Σ. Ενεργητικού	-5.03720	2.32010	-2.171	0.0299	**
Κέρδη προ	0.107100	0.287369	0.3727	0.7094	
Φόρων (2018)					
Σ. Υποχρεώσεις	3.34802	1.49457	2.240	0.0251	**
Mean	1.209877	S.D. dependent var		7.347986	
dependent var					
Sum squared	1853.044	S.E. of regression		4.970639	
resid					
R-squared	0.570998	Adjusted R-squared		0.542398	
F(5, 75)	1.180397	P-value(F)		0.326853	
Log-likelihood	-241.7045	Akaike criterion		495.4091	
Schwarz	509.7757	Hannan-Quinn		501.1732	
criterion					

Αποτελέσματα

Λογιστικά Μεγέθη & Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

	Coefficient	Std. Error	z	p-value
Σταθερά	-0.914652	7.75333	-0.1180	0.9061
Άυλα Πάγια	0.216665	0.159584	1.358	0.1746
Χρηματικά	0.163126	0.270249	0.6036	0.5461
Διαθέσιμα				
Σ. Ενεργητικού	-0.905334	0.615178	-1.472	0.1411
Κέρδη προ	-0.965745	1.04451	-0.9246	0.3552
Φόρων (2018)				
Σ. Υποχρεώσεις	1.65446	0.695840	2.378	0.0174 **
Mean	2.111111	S.D. dependent var		7.963981
dependent var				
Sum squared	4685.275	S.E. of regression		7.903817
resid				
R-squared	0.076611	Adjusted R-squared		0.015052
F(5, 75)	2.242480	P-value(F)		0.058679
Log-likelihood	-279.2721	Akaike criterion		570.5442
Schwarz	584.9109	Hannan-Quinn		576.3083
criterion				

Χρηματοοικονομικές
 αναρτήσεις και
 Λογιστικά Μεγέθη στο
 Facebook

Αποτελέσματα Ελεγκτικά Μεγέθη & Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Υπόδειγμα Kruskal-Wallis, ελεγκτική γνώμη και οικονομικές αναρτήσεις στο Twitter

Ελεγκτική Γνώμη	Σύνολο	Αριθμητικός Μέσος	Mean Rank	Z-Value
-2	1	0	68.0	-0.16
2	148	0	75.0	0.16
Σύνολο	149		75.0	

Υπόδειγμα Kruskal-Wallis, ελεγκτική γνώμη και οικονομικές αναρτήσεις στο Twitter

Ελεγκτική Γνώμη	Σύνολο	Αριθμητικός Μέσος	Mean Rank	Z-Value
-2	1	0	63.5	-0.27
2	148	0	75.1	0.27
Σύνολο	149		75.0	

Αποτελέσματα Ελεγκτικά Μεγέθη & Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Υπόδειγμα Kruskal-Wallis, ουσιώδης αβεβαιότητα και οικονομικές αναρτήσεις στο Twitter

Ελεγκτική Γνώμη	Σύνολο	Αριθμητικός Μέσος	Mean Rank	Z-Value
-2	1	0	63.5	-0.27
2	148	0	75.1	0.27
Σύνολο	149		75.0	

Υπόδειγμα Kruskal-Wallis, ουσιώδης αβεβαιότητα και οικονομικές αναρτήσεις στο Facebook

Ουσιώδης Αβεβαιότητα	Σύνολο	Αριθμητικός Μέσος	Mean Rank	Z-Value
-1	1	0	68.0	-0.16
0	122	0	74.2	-0.49
1	26	0	79.1	0.54
Σύνολο	149		75.0	

Συμπεράσματα

- ✓ Οι εταιρίες που διέθεταν έστω και ένα λογαριασμό σε Twitter, Facebook και LinkedIn και ακολουθούσαν μία ενεργή στρατηγική διαχείρισης εντυπώσεων, είχαν υψηλότερα κέρδη σε σχέση με τις οικονομικές μονάδες που είχαν αδρανείς λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή δεν διέθεταν λογαριασμούς.

Συμπεράσματα

- ✓ Οι Υποχρεώσεις της οικονομικής μονάδας επηρεάζουν σε σημαντικό βαθμό τις γενικές αναρτήσεις των εταιριών (**σημαντικότερο και από τα υπόλοιπα λογιστικά μεγέθη**).

Εντούτοις, από το συντελεστή προσδιορισμού και τον προσαρμοσμένο συντελεστή προσδιορισμού προέκυψε μία όχι τόσο ισχυρή εξάρτηση μεταξύ των συνολικών αναρτήσεων του Twitter και του συνόλου των λογιστικών ανεξάρτητων μεταβλητών που χρησιμοποιήθηκαν.

- ✓ Οι γενικές αναρτήσεις στο Twitter των εταιριών επηρεάζονται από το **Σύνολο του Ενεργητικού της εταιρίας, τα κέρδη προ φόρων τα οποία καταγράφει ή επιδιώκει να πετύχει και τις υποχρεώσεις που έχει να αποπληρώσει (μακροπρόθεσμες και βραχυπρόθεσμες)**.

Συμπεράσματα

- ✓ Στις χρηματοοικονομικές αναρτήσεις του Twitter προέκυψε μία **μέτρια επίδραση** από το **Σύνολο του Ενεργητικού**, τα **Χρηματικά Διαθέσιμα** και τις **Γενικές Υποχρεώσεις**.
- ✓ Το **Σύνολο του Ενεργητικού** έχει μία **αντίθετη** επίδραση στις **χρηματοοικονομικές αναρτήσεις του Twitter** των εξεταζόμενων εταιριών.
- ✓ Τα **Χρηματικά Διαθέσιμα** και οι **Γενικές Υποχρεώσεις** **δεν** ασκούν αντίθετη επίδραση στο σύνολο των δημοσιεύσεων.
- ✓ Οι ανεξάρτητες μεταβλητές στο σύνολο τους μπορούν να δηλώσουν πιο αποτελεσματικά τις επιδράσεις τους στις χρηματοοικονομικές δημοσιεύσεις στο Twitter.

Συμπεράσματα

- ✓ Οι αναρτήσεις του Facebook με χρηματοοικονομικό-λογιστικό περιεχόμενο του, επηρεάζονται μόνο από τις Συνολικές Υποχρεώσεις τους.

Συμπεράσματα

- ✓ Δεν προέκυψαν ικανοποιητικά συμπεράσματα για την συσχέτιση ελεγκτικής και μέσων κοινωνικής δικτύωσης.
- ✓ Από τα υποδείγματα του Kruskal-Wallis που εφαρμόστηκαν σε γενικές αναρτήσεις και οικονομικές αναρτήσεις σε Twitter και Facebook, δεν βρέθηκε ότι επηρεάζονται από την γνώμη του ελεγκτή και την αβεβαιότητα ως προς τη συνέχιση της δραστηριότητας της οικονομικής μονάδας.

Περιορισμοί

- ✓ Χρονικοί Περιορισμοί στη συλλογή δεδομένων
- ✓ Ατομική Εργασία
- ✓ Οικονομικό Περιβάλλον της χώρας

Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα

- ✓ Χρησιμοποίηση μεγεθών θεμελιώδους ανάλυσης
- ✓ Ανάλυση Καθαρής Θέσης
- ✓ Κάλυψη μεγαλύτερου χρονικού εύρους

Αναφορές

- Akmese H., Aras S. and Akmese K. (2016), "Financial Performance and Social Media: A Research on Tourism Enterprises Quoted in Istanbul Stock Exchange (BIST)", *Procedia Economics and Finance*, Vol. 39, pp. 705-710.
- Cade N. L. (2018), "Corporate social media: How two-way disclosure channels influence investors", *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 68-69, pp.63-79.
- Dong W., Liao S. and Zhang Z. (2018), "Leveraging Financial Social Media Data for Corporate Fraud Detection", *Journal of Management Information Systems*, Vol. 35, No. 2, pp. 461-487.
- Elsbach K. D., Sutton R. I. and Principe K. E. (1998), "Averting Expected Challenges Through Anticipatory Impression Management: A Study of Hospital Billing", *Organization Science*, Vol. 9, No. 1, pp. 68-86.
- Luo X., Zhang J. and Duan W. (2013), "Social Media and Firm Equity Value", *Information Systems Research*, Vol. 24, No. 1, pp. 146-163.

Αναφορές

Mohamed E.K.A. and Basuony M.A.K. (2016), "The Use of Social Media for Corporate Disclosure by Companies Listed in the GCC", Information Management Technology Society, Vol. 1, pp. 14-20.

Schniederjans D., Cao E. D., Schniederjans M. (2013), "Enhancing financial performance with social media: An impression management perspective", Decision Support Systems, Vol. 55, pp. 911-918.

Yang J. and Liu S. (2017), "Accounting narratives and impression management on social media", Accounting and Business Research, Vol. 47, No. 6, pp. 673-694.

Zhang J. (2015), "Voluntary information disclosure on social media", Decision Support Systems, Vol. 73, pp. 28-36.

Σας ευχαριστώ για την προσοχή σας!