

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ФИНАНСОВУЮ ОТЧЕТНОСТЬ

А.В. БУНЬ¹, А.А. ЗИНОВИЧ², Д. А. БАРАНОВ²

¹Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит в отраслях народного хозяйства»

²Студент группы 23 ДЭБ-1

Белорусский государственный экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Аннотация. В статье рассматривается, как соцсети воздействуют на доходы, расходы и бухгалтерский учет, а также анализируются вызовы для аудита. Особое внимание уделено специфике использования соцсетей в бизнесе Беларуси. Исследование демонстрирует, что грамотное управление цифровыми коммуникациями способно повысить финансовую устойчивость и инвестиционную привлекательность компании.

Ключевые слова: социальные сети, финансовая отчетность, доходы, расходы, репутация, нематериальные активы, инвесторы, бухгалтерский учет.

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON FINANCIAL REPORTING

A. V. BUN¹, A. A. ZINOVICH², D. A. BARANOV²

¹Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Accounting, Analysis and Audit in the Branches of the National Economy

²Student of group 23 DEB-1

Belarusian State University of Economics
г. Minsk, Republic of Belarus

Annotation. This article examines how social media affects revenues, costs and accounting and analyses the challenges for auditing. Particular attention is paid to the specifics of social media use in Belarusian busi-

ness. The study demonstrates that competent management of digital communications can increase the financial stability and investment attractiveness of the company.

Key words: social networks, financial statements, income, expenses, reputation, intangible assets, investors, accounting.

Объектом данного исследования выступает влияние социальных сетей на финансовую отчетность коммерческих организаций. В условиях цифровизации экономики данный вопрос приобретает особую актуальность, поскольку традиционные подходы к формированию и раскрытию финансовой информации претерпевают существенные изменения под воздействием цифровых коммуникационных каналов.

Цель исследования заключается в комплексном анализе механизмов воздействия социальных сетей на финансовые показатели компаний, процессы бухгалтерского учета и аудиторской проверки, а также в выявлении специфики данного влияния в условиях белорусского рынка.

Анализ современных научных публикаций (Каплан и Хенлейн, 2010; Петрова и Смирнов, 2021; исследования KPMG и PwC, 2023) свидетельствует о возрастающем внимании академического и профессионального сообщества к проблематике цифровой трансформации финансовой отчетности. Однако многие аспекты данного вопроса остаются недостаточно изученными, в частности:

- отсутствуют унифицированные методики оценки влияния социальных сетей на стоимость нематериальных активов;
- требуют решения вопросы регулирования финансовых коммуникаций в цифровом пространстве;
- недостаточно исследована региональная специфика данного явления, в том числе на рынке Беларуси.

Настоящее исследование призвано восполнить указанные пробелы и предложить практические рекомендации по оптимизации финансовой отчетности в условиях активного использования социальных сетей.

Современные компании все чаще используют социальные сети не только как маркетинговый инструмент, но и как канал финансовых

коммуникаций, что оказывает комплексное влияние на их деятельность. Это воздействие можно структурировать по нескольким ключевым направлениям.

Влияние на доходную часть проявляется через три основных механизма. Во-первых, активное присутствие в социальных сетях способствует росту продаж за счет расширения охвата целевой аудитории и эффективного продвижения продуктов. Во-вторых, публикация финансовых результатов и ключевых показателей повышает прозрачность бизнеса, укрепляя доверие инвесторов. В-третьих, формирование положительной репутации через отзывы и рекомендации лидеров мнений создает дополнительный спрос на продукцию.

Что касается расходной части, здесь наблюдается двойственный эффект. С одной стороны, социальные сети позволяют оптимизировать маркетинговые бюджеты, особенно для малого и среднего бизнеса, благодаря точному таргетингу и измеримости результатов. С другой стороны, требуются значительные инвестиции в управленческие репутационными рисками и цифровую безопасность.

Особого внимания заслуживает косвенное влияние на финансовую отчетность через формирование нематериальных активов. Деловая репутация (goodwill) и стоимость бренда, формируемые цифровой активностью, становятся значимыми статьями баланса. Кроме того, социальные сети влияют на восприятие компании инвесторами, что отражается на стоимости капитала и оценке ESG-факторов.

В области бухгалтерского учета социальные сети создают новые возможности и вызовы. Они позволяют повысить прозрачность отчетности и интегрировать маркетинговую аналитику в учетные процессы. Однако существуют серьезные риски, связанные с преждевременным раскрытием информации и субъективной оценкой нематериальных активов, что требует разработки новых методик учета.

Для аудиторской деятельности социальные сети становятся дополнительным источником информации, но одновременно повышают требования к проверке достоверности данных и оценке репутационных рисков. Особенно это касается компаний, ориентированных на ESG-принципы.

В белорусских реалиях наблюдается специфическая картина использования социальных сетей. Telegram стал основным каналом оперативных коммуникаций, TikTok эффективен для привлечения

молодой аудитории, а Instagram – для работы с лидерами мнений. Однако отсутствие четких регуляторных норм для финансовых публикаций в соцсетях создает дополнительные риски для бизнеса.

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о необходимости пересмотра традиционных подходов к формированию финансовой отчетности в условиях цифровой трансформации. Установленное влияние социальных сетей на ключевые финансовые показатели требует разработки новых стандартов учета и отчетности. Особую актуальность приобретает вопрос стандартизации оценки цифровых активов и репутационного капитала.

Полученные данные открывают перспективы для дальнейших исследований в нескольких направлениях. На международном уровне необходима разработка унифицированных стандартов цифровых финансовых коммуникаций. В практической плоскости требуют решения вопросы кибербезопасности финансовых данных и защиты от репутационных рисков. Особое внимание следует уделить сравнительному анализу регуляторных практик разных стран, что позволит выработать оптимальные подходы к управлению цифровой трансформацией финансовой отчетности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Каплан, А. М., Хенлейн, М. Пользователи мира, объединяйтесь! Вызовы и возможности социальных медиа // Российский журнал менеджмента. – 2010.
2. Петрова, Е. А., Смирнов, К. В. Влияние цифровых коммуникаций на финансовую отчетность компаний // Финансы и кредит. – 2021.
3. Скотт Д. М. Новые правила маркетинга и PR (перевод на русский). – М.: Альпина Паблишер. – 2011. – 349 с.
4. Моисеева, О. П. Особенности оценки гудвилла как показателя консолидированной финансовой (бухгалтерской) отчетности холдингов / О. П. Моисеева // Бухгалтерский учет и анализ. – 2022. – № 11. – С. 40-46. – URL: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/102259> (дата обращения: 29.04.2025).

5. Как Tesla использует Twitter для публикации финансовых новостей // РБК. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/639887c09a79470563d91d2f> (дата обращения: 29.04.2025).
6. Продвижение бизнеса в Беларуси через TikTok и Telegram // Muraviev. – URL: <https://muraviev.by/services/smm-prodvizhenie-v-minske/prodvizhenie-v-tiktok-v-belarus/> (дата обращения: 29.04.2025).
7. Чинаева, Т. И. Влияние цифровизации на процессы трансформации системы высшего образования // Статистика и экономика. – 2020. – Т. 17 – № 4. – 85 с.

REFERENCES

1. Kaplan, A. M., Henlein, M. (2010). Users of the world, unite! Challenges and Opportunities of Social Media // Russian Journal of Management.
2. Petrova E. A., Smirnov K. V. (2021). The impact of digital communications on the financial reporting of companies // Finance and Credit.
3. Scott, D. M. (2011). New Rules of Marketing and PR (Russian translation). – M.: Alpina Publisher. – 349 с.
4. Moiseeva, O. P. Features of goodwill assessment as an indicator of consolidated financial (accounting) reporting of holdings / O. P. Moiseeva // Accounting and Analysis. – 2022. – № 11. – С. 40-46. – URL: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/102259> (date of access: 29.04.2025).
5. How Tesla uses Twitter to publish financial news // RBC. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/639887c09a79470563d91d2f>. (date of access: 29.04.2025).
6. Promotion of business in Belarus through TikTok and Telegram // Muraviev. – URL: <https://muraviev.by/services/smm-prodvizhenie-v-minske/prodvizhenie-v-tiktok-v-belarus/>. (date of access: 29.04.2025).
7. Chinaeva T. I. The impact of digitalisation on the processes of transformation of the higher education system // Statistics and Economics. – 2020. – Т. 17. – № 4. – 85 с.