

Lippai-Makra Edit¹ – Rádóczy Zsolt²:

A vállalkozások közzétételi gyakorlatának elméleti megközelítése

Theoretical Aspects of Accounting Disclosure

A vállalkozások közzétételi gyakorlata folyamatosan változott az elmúlt évtizedekben a változó jogi, gazdasági és társadalmi környezet hatására. Egyre több kutatás foglalkozik a közzétételi motivációs tényezőkkel, valamint a vállalati információk közlésével foglalkozó elméletekkel (érdekhordozói elmélet, megbízó-ügynök elmélet, jelzéselmélet, legitimitás elmélet). Tanulmányunkban kísérletet teszünk ezen ösztönző tényezők csoportosítására, valamint bemutatjuk a fenti elméleteket.

Business disclosure practices have changed progressively in recent decades as a result of the changing legal, economic and social environment. More and more research is dealing with the motivational factors of disclosure as well as theories dealing with the disclosure of corporate information (stakeholder theory, principal-agent theory, signaling theory, legitimacy theory). In our study, we attempt to group these motivating factors and present the above theories.

1. Bevezetés

A digitalizációnak köszönhetően hatalmas mennyiségű adat gyűlik össze, válik kezelhetővé és elemezhetővé a gazdaság egyes szereplői számára, amelyekből egyre több és több információt tudnak kinyerni [Kovács, 2017]. Ennek az adatbázisnak az egyik forrása a vállalkozások számviteli beszámolója, és nem pénzügyi jelentése, melyek publikálásával az érdekhordozók tájékoztatását szolgálják. Manapság a beszámolási stratégia kialakítása igen komplex feladatok összehangolását igényli. Az információigény megváltozott, olyan témákra is kiterjed, amelyek korábban nem voltak érintettek. A környezettudatos befektetők, fogyasztók, üzleti partnerek megjelenése másfajta megközelítést és kommunikációt igényel a gazdálkodók részéről. A vállalkozások úgy reagáltak a megváltozott környezetre, hogy közben egyre komplexebb és egyre nagyobb terjedelmű kiegészítő tartalmakat tettek közzé, vagyis megvalósult a beszámolási folyamat innovációja. Nem csupán a közzététel mennyisége és tartalma változik meg, hanem a mikéntje is [Rowe, 2015; Zahorodnya, 2016]. Albu et al. [2017] szerint a közép-kelet-európai régió országaiban eleve a pénzügyi beszámolási infrastruktúra jelentős fejlődésére, fejlesztésére volt szükség, így a fenti kihívásokra adható válaszok megtalálása kulcsfontosságú a hatékony tőkepiac működtetéséhez. A téma aktualitását továbbá alátámasztja az is, hogy a 2014/95/EU irányelv a közérdeklődésre számot tartó vállalkozások egy részének kötelezővé tette ilyen típusú jelentések készítését a 2017-es üzleti évtől kezdődően [Európai Parlament és Tanács, 2014].

A kutatók számos módszertant alkalmazva vizsgálják a publikált adatokat, de az kisebb hangsúlyt kap, hogy ezek honnan származnak, és milyen motivációs tényezők húzódnak meg a vállalkozások közzétételi gyakorlata mögött. Jelen szakirodalmi áttekintésben kísérletet teszünk az érdekhordozókkal történő kommunikációra ható motivációs tényezők csoportosítására, bemutatjuk, hogy a szakirodalom

¹ tanársegéd, Szegedi Tudományegyetem, Gazdaságtudományi Kar, PNGKI

² tanársegéd, Szegedi Tudományegyetem, Gazdaságtudományi Kar, PNGKI

milyen elméletek mentén közelíti meg a vállalkozások jelentéstételi gyakorlatát, valamint kapcsolatot keresünk a fentiek között.

2. Elméleti háttér

A bevezetésben említett beszámolási folyamat innovációjához az akadémiai szektornak is igazodnia kell. Hiszen egy folyamatosan változó terület esetében, ahol nemcsak a vállalkozások jelentéstételi gyakorlata van változóban, hanem a jogszabályi környezet is, változnak a definíciók, új fogalmak jönnek létre, melyek értelmezése még nem egységes. Ezért tartjuk fontosnak, hogy a tanulmányunk elején bemutassuk a közzététellel kapcsolatos definíciós nehézségeket.

2.1. Definíciós nehézségek

Először azt kell tisztáznunk, hogy mit értünk közzététel alatt. A vállalatok számára számos lehetőség nyílik az érdekeltek tájékoztatására, mint például a számviteli beszámolók, konferenciák, elemzői prezentációk, befektetői kapcsolatok, időközi jelentések, sajtóközlemények vagy a honlapok. A közzététel fogalmát a számvitel szakirodalma úgy fogalmazza meg, mint a nyilvánosság tájékoztatását a cég pénzügyi kimutatásairól [Ağca-Önder, 2007], illetve mint a kvantitatív és egyéb pénzügyi és nem pénzügyi gazdasági információk közlését [Owusu-Ansah, 1998].

A vállalati adatok nyilvánosságra hozatalának két formáját különböztetjük meg: a kötelező és önkéntes közzétételt [Hassan-Marston, 2007]. A kötelező közzététel olyan információkat tartalmaz, amelyeket valamilyen szabályozás (például törvény, rendelet, számviteli standard) ír elő a vállalkozás részére. Az önkéntes közzététel pedig minden olyan információ, melyet a vállalkozás a kötelező információkon felül közöl [Shehata, 2013]. Meek és munkatársai [1995] szerint az önkéntes közzététel egy szabad választás a vállalati vezetők részéről számviteli és egyéb adatok közzétételére vonatkozóan annak céljából, hogy az éves jelentések felhasználóinak releváns információkat biztosítson a pontosabb döntések meghozatalához, továbbá olyan adatokat szolgáltatson, amelyeket valamilyen testület javasolt [Hassan-Marston, 2007]. A közzététel célja, hogy világos képet fessen az érdekelteknek a vállalkozás működésének hosszú távon való fenntarthatóságáról, csökkentse az információs aszimmetriát és a vezetők és a tulajdonosok közötti konfliktusokat [Shehata, 2013].

A vállalkozások napjainkban különböző módon egészítik ki számviteli beszámolójukat. A vállalkozások egy része külön jelentés formájában (például ESG, CSR, fenntarthatósági jelentés), mások integrált jelentés formájában teszik ezt meg. A 2014/95/EU irányelv óta ezeket a jelentéseket összefoglaló néven egyre több szerző nevezi nem pénzügyi jelentésnek. A nem pénzügyi jelentések, illetve a nem pénzügyi információ definiálása azért ütközik nehézségekbe, mert egy kizáró definícióról, egy gyűjtőfogalomról van szó. Napjainkban még nincs általánosan elfogadott meghatározása: a szakirodalomban megjelenő meghatározások egy része a pénznemben való mérhetőség kritériumával választja el a pénzügyi és nem pénzügyi információkat [Haller et al., 2017]. Véleményünk szerint ezt a megközelítést még pontosítani kell, mert például a környezetvédelmi költségek összege pénzben kifejezhető, mégis többletinformáció tartalommal bír a hagyományos pénzügyi mutatókhoz képest. A definíciók egy másik csoportja a számviteli szabályozásokon túlmutatóan megjelenített információkat veszi nem pénzügyinek [INTOSAI WGEA, 2013]. Ezzel a megközelítéssel az a probléma, hogy a szabályozások folyamatosan változnak, fejlődnek, és egyre több korábban önkéntesen közzétett információt emelnek be a kötelező elemek közé. A fentiekből látható tehát, hogy nehéz pontos és időtálló meghatározást adni. Jelen kutatásunk során minden olyan információt nem pénzügyinek tekintünk, amelyet a hagyományos értelemben vett számviteli okmányokban

megjelenítendőkön felül tesz közzé a vállalkozás, a beszámoló és a kapcsolódó jelentés formájától függetlenül. Ez a meghatározás Robb et al. [2001] definíciójához áll legközelebb, akik a négy pénzügyi kimutatáson (mérleg, eredménykimutatás, cash-flow kimutatás, saját tőke változások kimutatása) kívül eső információkat sorolják ide. Azért tartjuk fontosnak, azt, hogy a definícióban kiemeljük a közlés formájától való függetlenséget, mert a vállalkozások jelenlegi gyakorlata azt mutatja, hogy több különbözőféle jelentést adnak ki. A közzététel leggyakrabban valamely nem pénzügyi jelentéstételi standard alapján készül el, de számos esetben a standardoktól függetlenül valósul meg.

A fentiek alapján tehát nem pénzügyi jelentés alatt bármilyen beszámolót vagy jelentést értünk, mely nem pénzügyi információt tartalmaz. Nem pénzügyi közzétételnek pedig a fenti információk nyilvánosságra hozatalára használt dokumentumot tekintjük, típusától és terjedelmétől függetlenül. A vállalkozások közzététele alatt pedig összefoglalóan a pénzügyi és nem pénzügyi jelentéseik publikálását értjük az érdekhordozók felé, függetlenül annak formájától.

2.2. Ösztönzők

Az alábbiakban bemutatjuk a vállalkozások motivációs tényezőit, ösztönzőit a közzétételre vonatkozóan. Ezeket az ösztönzőket két nagy csoportra osztjuk: a kötelező ösztönzőkre, azaz a nemzeti, illetve nemzetközi szabályozásokra, valamint az önkéntes ösztönzőkre.

2.2.1. Kötelező (külső) ösztönzők

A számviteli szabályozásnak több szintjét különböztethetjük meg [Kovács-Deák, 2012]. A legmagasabb szinten nemzetközi számviteli szabályrendszerekről beszélhetünk, mint a US GAAP és az IFRS. A regionális szintre az EU által kiadott szabályok, rendeletek, irányelvek sorolhatók. Nemzeti szinten pedig az adott ország jogrendjébe illeszkedő számviteli szabályozás jelenik meg, ami hazánkban a 2000. évi C. törvény a számvitelről. Jelen tanulmányunk szempontjából nem releváns a szabályozás részletes kifejtése. További kutatásaink során a vállalkozások bizonyos szempontból homogén csoportjainak beszámolási gyakorlatát fogjuk vizsgálni – mint például bankok, illetve közérdeklődésre számot tartó gazdálkodók –, amikor már fontos lesz meghatározni az adott gazdálkodókra vonatkozó szabályok körét. A szabályozás sokszínűsége miatt tehát nem különböztetjük meg a kötelező, illetve önkéntes közzétételt, inkább az információk típusának pénzügyi és nem pénzügyi megkülönböztetését használjuk.

2.2.2. Önkéntes (belső) ösztönzők

A vállalkozásokat nem csak a kötelező szabályok ösztönzik arra, hogy információkat tegyenek közzé. Önkéntes ösztönzőnek nevezünk minden olyan nem jogszabályon alapuló tényezőt, melyet a vállalkozások figyelembe vesznek akkor, amikor meghatározzák azon információk körét, melyeket közzétesznek. Ilyen belső ösztönző lehet például egy nemzetközi szervezet, illetve egyezmény, amelyhez a vállalkozások önkéntesen csatlakozhatnak, mint például az ENSZ Fenntartható Fejlődési Célok (Sustainable Development Goals, SDGS³). Az elfogadott célok egy olyan keretrendszer alkotnak, amely lefedi a fenntartható fejlődés társadalmi, gazdasági és környezeti aspektusait is. Ki kell emelni, hogy a keretrendszer a célkitűzések elérését nemcsak az államok intézkedéseitől várja, hanem azt valamennyi releváns szereplő (például az üzleti vállalkozások, civil szervezetek stb.) együttműködésével kívánja elérni [Szennay-Szigeti, 2019]. Talán a legismertebb és leginkább kutatott belső ösztönző az érdekhordozók információs igényének való megfelelés, mely az érdekhordozói elméletben testesül meg.

³ <https://ensz.kormany.hu/a-2030-fenntarthato-fejlodesi-keretrendszer-agenda-2030-> Letöltve: 2019.10.02.

2.3. Számviteli közzététellel kapcsolatos elméletek

A számviteli közzététellel kapcsolatban több elmélet született [Ortas et al., 2015], melyeket az alábbiakban ismertetünk.

2.3.1. Érdekhordozói elmélet (*Stakeholder Theory*)

Az érdekhordozók (stakeholderek) azok az érintett gazdasági szereplők, csoportosulások, amelyek befolyásolhatják a vállalkozást céljainak elérésében, illetve amelyekre hatással lehet a vállalkozás [Freeman, 1984]. Érdekük minél több információt szerezni a vállalkozásról [Lakatos, 2013]. Érdekhordozók a részvényesek (tulajdonosok), hitelezők, menedzsment (vezetők), munkavállalók, ügyfelek, beszállítók, állam, kormányzati szervek, közérdekű csoportok, érdekvédelmi szervezetek [Roberts, 1992; Baricz, 1999]. Ezen érdekhordozók között érdekellentétek merülnek fel. Ilyen elsősorban a jövedelemkivonás (részvényesek) versus jövedelem-visszatartás probléma (hitelezők), ahol az érdekhordozók saját érdekeiket kívánják előtérbe helyezni. Másodsorban az adatok közzétételében (kiszámlázás, hitelezők, kormány) és azok visszatartásában (meghatározó részvényesek, menedzsment) is ellentét húzódik az érdekeltek között. Bár azt mindenképpen meg kell említeni, hogy az egyes érdekeltek különböző helyzetekben különböző módon reagálnak, így eltérhetnek a korábban említett cselekvésektől [Lakatos, 2013].

Az érdekhordozói elmélet a szervezettel kapcsolatban álló társadalmi szereplőkkel foglalkozik. Ez esetben a társaságok nemcsak a részvényesek érdekeit veszik figyelembe, hanem törekszenek a többi érdekhordozó érdekeinek kiszolgálására is [An et al., 2011]. Roberts [1992] szerint az érdekhordozói elmélet kifejezést először Ansoff használta, aki azt állította, hogy a társaságok arra törekszenek, hogy képesek legyenek a különböző érdekeltek igényeinek való megfelelés során egyensúlyi helyzetbe kerülni [Ansoff, 1965].

Az érdekhordozói elméletek szerint a vállalkozások tagjai a tág társadalmi rendszernek, amelyben működnek, és így elszámoltathatónak kell lenniük a különböző érdekcsoportokkal szemben, amelynek fontos eszköze a pénzügyi és nem pénzügyi információ közzététele is. Az elszámoltathatóság számviteli szempontból a vállalkozás azon felelőssége, hogy nyilvánosságra hozza teljesítményét, pénzügyi helyzetét, finanszírozási és befektetési döntéseit, valamint, azt, hogy működése megfelel a szabályoknak. Az elszámoltathatóság oka, hogy a vállalkozások olyan tevékenységet folytatnak, melyek, illetve melyek hatása az érdekeltek számára fontos [An et al., 2011].

2.3.2. Megbízó-ügynök elmélet (*Agency Theory*)

A megbízó-ügynök elmélet nemcsak a mikroökonómia egyik alapvető kérdése, hanem a vállalatelméletben is fontos szerepet játszik. Lényegét tekintve a gazdasági érdekelttség témakörébe tartozik és piaci hibát, valamint negatív externalitást jelöl [Bodó, 1996]. Elsősorban a tulajdonosok és a menedzsment szétválasztásával, valamint kockázatviselés, döntéshozatal és irányítási funkciók szétválasztásával foglalkozik [Jensen-Meckling, 1976]. Általánosan megfogalmazva egy olyan szerződéses kapcsolatról van szó, amelyben egy vagy több egyén (a megbízó) egy vagy több személyt (ügynököt) alkalmaz annak céljából, hogy az bizonyos intézkedéseket végezzen el a javára, ahol ez az intézkedés döntéshozatali hatáskörrel is jár. Mindennek az alapja egy szerződéses kapcsolat [Jensen-Meckling, 1976; Lambert, 2001]. Mivel mindkét fél önérdek által motivált gazdaságilag racionális személynek számít, így döntéseik a preferencia, meggyőződés és az információk függvényében változhatnak [Lambert, 2001; Bouckova, 2015]. Az ügynökségi kapcsolat problémája tehát az, hogy az ügynök magatartása során a saját hasznának maximalizálásával foglalkozik, ami nem biztos, hogy megfelel a megbízó céljainak, így nem annak érdekében jár el. Ugyanis az elmélet maga is azon az elven alapul, hogy a vezetőt az önérdek vezérli, tehát

opportunista módon cselekszik a vagyonának növelése érdekében [Jensen-Meckling, 1976; An et al., 2011; Bouckova, 2015].

Akerlof [1970] szerint a megbízó-ügynök elméletet az információs aszimmetria, erkölcsi veszély és a kedvezőtlen kontraszelekció jellemzi. Tehát a megbízó által alkalmazott ügynök céljai sokszor nem esnek egybe a megbízó céljaival. Mind az ügynök, mind pedig a megbízó a saját hasznát igyekszik maximalizálni, azonban ez a törekvés gyakran csak egymás rovására valósítható meg. Az eltérő célok gyakran információs aszimmetriával párosulnak, azaz a megbízó lényegesen kevesebb információval rendelkezik az elvégzendő feladat pillanatnyi állapotáról és a feladatot érintő külső körülményekről. Az eltérő célok és az információs aszimmetria kölcsönös bizalmatlanságot eredményez a megbízó és ügynöke között [Kaliczka-Naffa, 2010]. Ilyen kapcsolat alakul ki a menedzsment és a tulajdonosok között, a hitelező és részvényes között, valamint a menedzsment és az alkalmazottak között [Jensen-Meckling, 1976].

A megbízó-ügynök elmélet esetünkben abban realizálódik, hogy a vállalkozásban a vállalati vezetés és a tulajdonosok köre kettéválik. A beszámoló összeállítását a menedzserek végzik (ügynökök), amely alapján a tulajdonosok (megbízók) értékelik a teljesítményüket [Jensen-Meckling, 1976; Lakatos, 2009; Mohl, 2013]. Ebben a kapcsolatban a bennfentes vezetők információs többlettel, előnyökkel rendelkeznek, így a tulajdonosok nem tudják pontosan értékelni a meghozott döntéseket. Az ügynök, vezető így kihasználja a cselekvéseinek megfigyelhetetlenségét, hogy saját személyes érdekeit helyezze előtérbe [Barako, 2007]. A két fél között fellépő ellentétes érdekek generálják az ügynöki költségeket. Valamint további maradványvesztés alakulhat ki, ha a tulajdonosok döntéseivel ellentétesen a vezetők a saját jólétüket kívánják maximalizálni. Így az ügynökségi költségek tulajdonképpen a monitoring, kötési költségek és a maradványvesztés [Jensen-Meckling, 1976; Shehata, 2013].

A megbízó-ügynök elméletből kialakuló probléma enyhítésére szolgálhat az optimális szerződés, mivel elősegíti, hogy a két fél érdekei közeledjenek, igazodjanak egymáshoz. Továbbá egy független igazgatótanács jelenléte, ami a fékek és egyensúlyok rendszerének elemeként tekinthető, és megoldást jelenthet a vállalaton belül [Healy-Palepu, 2001]. Mindemellett az intenzívebb kommunikáció egy másik eszköz lehet a probléma enyhítésére, mert a közzétételi intenzitás növelésének hatására az ügynöki költségek csökkennek [García-Meca et al., 2005; Barako et al., 2006; White et al., 2007]. Mindez azt is szolgálja, hogy meggyőzzék a külső érdekelteket arról, hogy a vezetők optimálisan járnak el [Watson et al., 2002]. A magas szintű közzététel egyrészt csökkentheti az opportunistá magatartást (például bennfentes kereskedelem) a pontosabb nyomon követhetőség miatt [Li et al., 2008], másrészt csökkentheti a tőkeköltséget, hiszen a befektetők és hitelezők bizalma nő [Singh-Van der Zahn, 2008]. A teljeskörű közzététel azonban kivitelezhetetlen szabályozás nélkül [Shehata, 2013]. Ezt felismerve foglalkozik az Európai Unió is egyre inkább a közzététel szabályozásával, kiadva a 2014/95/EU irányelvet a közérdeklődésre számot tartó vállalkozások nem pénzügyi jelentéstételi kötelezettségéről, illetve a hozzá kapcsolódó módszertani iránymutatót [Európai Bizottság, 2017], valamint folyamatban van az Európai Unió nem pénzügyi közzétételi standardjának kidolgozása is.

2.3.3. Jelzésemélet (Signaling Theory)

A kontraszelekció elkerülése és a jó minőség biztosítása érdekében a szereplőknek érdekében áll jelezni a valódi minőséget [Akerlof, 1976]⁴. Természetesen a folyamat csak úgy fenntartható, ha a jelzésre fordított kiadások alacsonyabbak, mint az így elnyert bevételnövekedés [Szántó, 2009]. Habár a jelzéseméletet eredetileg Spence 1973-ban írt munkájában a munkaerőpiac viselkedésének magyarázatára fejlesztette ki,

⁴ Akerlof [1976] példájában a jó minőségű használatot kereskedőknek érdekében áll jelezni a saját termékük kiváló minőségét például garancia vállalásával, még a költségek ellenére is, hiszen csak így tudják elérni, hogy magasabb áron tudják eladni az árujukat.

de Ross [1977] már az önkéntes nyilvánosságra hozatal témaköréhez kapcsolta. Spence [1973] a munkaadók és munkavállalók közötti információs aszimmetriát vizsgálta, azon belül is azt, hogy a munkavállalók hogyan tudják képességeiket, szándékukat és felkészültségüket jelezni azáltal, hogy a jelentkezés során rátermettségüket és végzettségüket bizonyító dokumentumokat használnak. Morris klasszikus modelljében a kiváló minőségű termékeket forgalmazó vállalkozónak jelzéssel kell élnie, ahol bizonyítja saját terméke jobb minőségét és így magasabb árát. Általános üzleti környezetben ez azt jelenti, hogy a vállalkozás vezetői sokkal több információval rendelkeznek a vállalkozás működéséről (kockázat, életképesség, nyereség), mint a befektetők. Az információs aszimmetria miatt a befektetők nem tudják megkülönböztetni a vállalkozások minőségét. Azaz jelzések küldése hiányában az átlag feletti minőségű vállalkozások kevesebb lehetőséghez jutnak, így veszteségük keletkezik, míg átlag alatti minőségű vállalkozások plusz nyereséget realizálnak [Morris, 1987 in: An et al., 2011].

Az információs aszimmetria kiküszöbölése érdekében a vállalkozások olyan információkat közölnek az érdekhordozókkal, melyek jelzik, hogy ők jobbak társaiknál. Így próbálják vállalkozásukat vonzóbbá tenni a befektetők szemében és jó hírnevet kialakítani magukról [Campbell et al., 2001; An et al., 2011; Shehata, 2013]. Számos eszköz létezik arra, hogy pozitív képet mutasson magáról a vállalkozás, ebből az egyik leghatékonyabb, hogy a kedvező számviteli információkat közzéteszi az érdekeltek számára [Watson et al., 2002; An et al., 2011].

2.3.4. Legitimitás elmélet (*Legitimacy Theory*)

A legitimitás elmélet fogalmát Suchman alapozta meg. Definíciója alapján „a legitimitás egy általános észlelés vagy feltételezés, miszerint egy entitás cselekedetei kívánatosak vagy megfelelőek a normák, értékek, hiedelmek és definíciók társadalmilag felépített rendszerében” [Suchman, 1995:574].

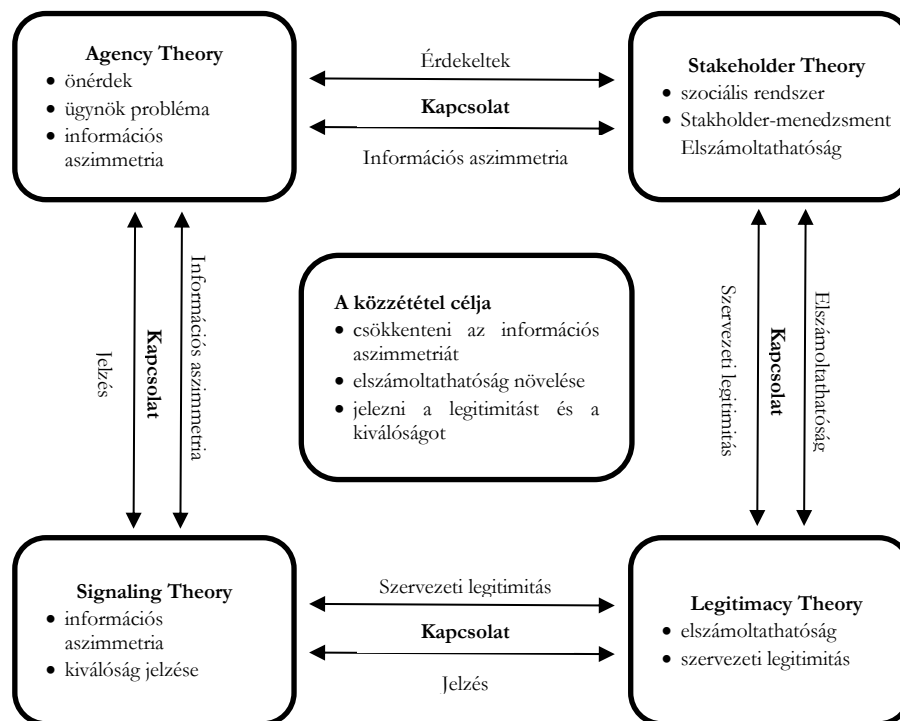
A szervezeti legitimitás elmélet szerint egy szervezet csak a társadalom által alkotott keretek között tud működni [Eugénio et al., 2010], mivel nincs joga létezni anélkül, hogy összeegyeztetné értékeit a társadalommal, amelybe beépülve működik [Magness, 2006]. A társadalom különféle érdekcsoportjai akkor tartják az adott vállalkozást legitimnek, illetve engedélyezik annak működését, ha a közösség által diktált normákat betartja és megfelel a társadalom elvárásainak [Deegan, 2006; An et al., 2011]. Így maga az elmélet párhuzamba állítható a társaság és a társadalom közötti társadalmi szerződéssel [Magness, 2006]. Ez a szervezeti legitimitás nem állandó, hiszen a társadalmi változásoknak köszönhetően módosul, amelyhez a társaságoknak alkalmazkodniuk kell [Magness, 2006; An et al., 2011].

A közzététel a társadalmi érdekek kielégítését segítő információkkal szolgál a felhasználók számára, így az elméletet integrálták a számvitel szakirodalmába, elméletébe annak magyarázatára, hogy a vállalati vezetők mikor, mit és hogyan kommunikálnak a külső környezetükkel [Magness, 2006]. Maga az elmélet a társadalom prekonceptióján alapul, így a vezetőknek olyan információkat kell közölniük, amelyek megváltoztathatják a felhasználók véleményét a szervezetről [Cormier-Gordon, 2001]. Mindez arra ösztönzi a vállalati vezetőket, hogy további környezeti és társadalmi adatot szolgáltatassanak, hogy a szervezet legitimitását fenntartsák, illetve növeljék. Ezzel az elmélettel is magyarázható tehát a szervezetek környezeti, társadalmi és irányítási információkhoz kapcsolódó közzététele [Deegan-Gordon, 1996] annak köszönhetően, hogy az érdekeltek jobban meg tudnak győződni a vállalkozás pénzügyi és nem pénzügyi teljesítményéről [Xia, 2015]. Tehát a vállalkozások a társadalom és a média figyelmének nyomására nyilvánosságra hoznak bizonyos társadalmi és környezeti információkat, amelyek egy olyan stratégiához vezetnek, amelynek hatására a társadalom felfogása megváltozik a szervezet legitimitásával kapcsolatban, így könnyebben értik meg a vállalati identitást és ismerik meg a márkát [Hooghiemstra, 2000].

2.3.5. Elméletek összevetése és kapcsolata a motivációs tényezőkkel

A korábban felvázolt négy elmélet közötti összefüggéseket az 1. ábra szemlélteti. Az érdekhordozói elmélet tulajdonképpen kibővíti a megbízó-ügynök elméletet azáltal, hogy nemcsak a részvényesekre, hanem az összes érdekelt félre vonatkozóan állapítja meg az információ közlésének szükségességét, illetve az elszámoltathatóságot [An et al., 2011]. Az érdekhordozói elmélet és a legitimitás elmélet a társadalmi, közösségi kapcsolatokra összpontosít, kulcskérdése az elszámoltathatóság az érdekeltek és a társadalom felé [Li, 2008]. A jelzésemélet a pozitív számviteli információk közzétételével, jelzésével csökkenti az információs aszimmetriát, ami a kulcskérdése a megbízó-ügynök elméletnek is. A legitimitás elmélet szerint a vállalkozásoknak jelzéssel kell élniük a társadalom felé, hogy bizonyítsák a társadalmi normáknak és elvárásoknak való megfelelésüket, amelyhez a jelzésemélet által kínált eszközöket alkalmazzák [An et al., 2011].

1. ábra: Az elméletek közötti kapcsolatok



Forrás: [An et al., 2011:580].

Ezek alapján a közzététel motivációja tulajdonképpen a társaságok vezetése és a különböző érdekhordozók közötti információs aszimmetria csökkentése, az érdekeltekkel szembeni elszámoltathatóság biztosítása és a szervezeti legitimitás és kiválóság jelzése a társadalom felé [An et al., 2011]. A kötelező ösztönzők leginkább a legitimitás és az érdekhordozói elmélethez köthetők. Fontos kiemelni, hogy a szabályozások hatására nemcsak azon érdekeltek információs igényére reagálnak a vállalkozások, akik direkt vagy indirekt módon hatni tudnak a vállalkozásokra, hanem azon érintettek információs igényeire is, akikre hat a gazdálkodók működése, ők viszont érdemben nem tudnak hatni a gazdálkodókra. Az önkéntes ösztönzők közül az érdekeltek információigénye közvetve vagy közvetlenül mind a négy elméletben megjelenik. A nemzetközi szervezetekhez, célokhoz való csatlakozás pedig a jelzésemélettel hozható összefüggésbe, hiszen például a jelentésekben elhelyezett ENSZ célok logójával egyértelműen jelzi a vállalkozás elkötelezettségét a téma iránt, mellyel megkülönböztetheti magát versenytársaitól.

3. Összefoglaló

A rohamosan fejlődő információs forradalomban a gazdasági szereplők számára hatalmas mennyiségű adat áll rendelkezésre, amelyek feldolgozása egyre egyszerűbb a technológiai fejlődésnek köszönhetően. Azonban nem feledkezhetünk meg ezen adatok minőségéről és az adatok közzététele mögött megbúvó motivációkról sem, hiszen ez vezet az adatok pontosabb értelmezéséhez. Minden vállalkozásról rendelkezésre állnak tehát a számviteli beszámolók az előző éves teljesítményeikről, vagyoni, pénzügyi és jövedelmezőségi helyzetükről. Valamint egyre több vállalkozás tesz közzé egyre több környezeti, társadalmi, irányítási és egyéb információt a nem pénzügyi jelentéseiben. Kutatásunk során kísérletet tettünk a közzétételre ható motivációs tényezők csoportosítására, bemutattuk, hogy a szakirodalom milyen elméletek mentén közelíti meg a vállalkozások közzétételi gyakorlatát, továbbá összekapcsoltuk a fentieket.

A megbízó-ügynök elmélet számviteli közzététel szempontjából a tulajdonosok és vállalati vezetők kettéválásában realizálódik. Azon vezetők állítják össze a beszámolókat, akik hozzáférnek számos belső információhoz, azon tulajdonosok számára, akiknek nem áll rendelkezésére ugyanezen információhalmaz. A konfliktus lényeges pontja, hogy a vezetők teljesítménye a beszámolók adatai alapján értékelhető, így érdekelték azok torzításában, tehát a tulajdonosok nem tudnak helyes értékelést végezni. Ezen probléma kiküszöbölésére alkalmas a minél részletesebb önkéntes nyilvánosságra hozatal, hiszen enyhíteni tudja az ügynöki költségeket.

Az érdekhordozói elmélet szerint a vállalkozások a társadalom részei a többi szereplővel együtt, így azon szereplőkkel szemben, akik érdekelték a vállalkozás működésével kapcsolatban, elszámoltathatónak kell lenniük. Ez az elmélet tehát az érdekhordozók információigényével magyarázza a közzétételt.

A jelzésemélet szerint a vállalkozásoknak érdeke az információs aszimmetria csökkentése az érdekhordozók és a vállalatvezetés között, így ennek érdekében a törvényi előírásoknál jóval több információt közölnek az érdekhordozóknak, hogy jelzéssel éljenek a saját vállalkozásuk jobb minőségéről, vonzóvá tegyék a vállalkozásukat és pozitív hírnevet alakítsanak ki magukról a befektetők és hitelezők számára. A célok elérése érdekében nem az a legfontosabb, hogy kedvező adatot közöljenek, hanem az, hogy az adatok hitelesek legyenek.

Az önkéntes közzététel, illetve annak környezeti és társadalmi vetületeinek részletezettsége a legitimációs elméletre vezethető vissza. A vállalkozásnak csak akkor van létjogosultsága, ha összeegyezteti értékeit a társadalommal, amelyben működik. Ez az elmélet megalapozza a környezeti számvitel elveit, illetve az egyéb környezeti és társadalmi önkéntes jelentéseket annak érdekében, hogy a társadalom elfogadja a vállalkozás legitimitását és identitását.

A vállalkozások közzétételére ható önkéntes és kötelező ösztönzők összeköthetők a fenti elméletekkel. A kötelező ösztönzők leginkább a legitimitás és az érdekhordozói elmélethez köthetők. Az önkéntes ösztönzők közül az érdekelték információigénye közvetve vagy közvetlenül mind a négy elméletben megjelenik. A nemzetközi szervezetekhez, célokhoz való csatlakozás pedig a jelzésemélettel hozható összefüggésbe.

Köszönetnyilvánítás: A kutatást az EFOP-3.6.2-16-2017-00007 azonosítószámú, *Az intelligens, fenntartható és inkluzív társadalom fejlesztésének aspektusai: társadalmi, technológiai, innovációs hálózatok a foglalkoztatásban és a digitális gazdaságban* című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap és Magyarország költségvetése társfinanszírozásában valósul meg.

Felhasznált irodalom:

2000. C. törvény a számvitelről

- Ağca, A.-Önder, S. (2007): „Voluntary disclosure in Turkey: a study on firms listed in Istanbul stock exchange (ISE)” *Problems and Perspectives in Management*. 5(3): 241-286.
- Akerlof, G. (1976): The Economics of the Rat-race and other Woeful Tales, *The Quarterly Journal of Economics*. 90, 599–617.
- Albu, N.-Albu, C.N.-Filip, A. (2017): „Corporate Reporting in Central and Eastern Europe: Issues, Challenges and Research Opportunities”. *Accounting in Europe* 14(3):249–60. doi: 10.1080/17449480.2017.1385819.
- An, Y.- Davey, H.-Eggleton, I.R.C. (2011): Towards a comprehensive theoretical framework for voluntary IC disclosure, *Journal of Intellectual Capital*. 12(4): 571-585.
- Ansoff, I. (1965): *Corporate Strategy*. McGraw-Hill, New York
- Barako, D.G. (2007): „Determinants of voluntary disclosures in Kenyan companies annual reports” *African Journal of Business Management*. 1(5): 113-128.
- Barako, D.G.-Hancock, P.-Izan, H.Y. (2006): „Factors influencing voluntary corporate disclosures by Kenyan, companies” *Corporate Governance*. 14(2): 107-125.
- Baricz R. (1999): *Mérlegtan*. Aula Kiadó, Budapest
- Bodó P. (1996): „Az ügynökprobléma néhány aspektusa az átmeneti gazdaságban” *Közgazdasági Szemle*. 43(4): 321-362.
- Bouckova, M. (2015): „Management Accounting and Agency Theory” *16th Annual Conference on Finance and Accounting, ACFA Prague 2015, 29th May 2015*. 5-13.
- Campbell, D.-Shrives, P.-Saager, H.B. (2001): „Voluntary disclosure of mission statements in corporate annual reports: signaling what and to whom?” *Business and Society Review*. 106(1): 65-87.
- Cormier, D.-Gordon, I. (2001): „An examination of social and environmental reporting strategies” *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 14(5): 587-616.
- Deegan, C. (2006): „Legitimacy theory” in: Hoque, Z. (Ed.): *Methodological Issues in Accounting Research: Theories and Methods*, Spiramus Press, London
- Deegan, C.-Gordon, B. (1996): „A study of the environmental disclosure policies of Australian corporations” *Accounting and Business Research*. 26(3): 187-199.
- Eugénio, T.P.-Lourenco, I.C.-Morais, A.I. (2013): „Sustainability strategies of the company TimorL: extending the applicability of legitimacy theories” *Management of Environmental Quality: An International Journal*. 24(5): 570-582.
- Európai Bizottság (2017): „Iránymutatás a nem pénzügyi beszámolókhöz 2017/C 215/01”.
- Európai Parlament és Tanács (2014): „Az Európai Parlament és a Tanács 2014/95/EU irányelve (2014. október 22.) a 2013/34/EU irányelvnek a nem pénzügyi és a sokszínűséggel kapcsolatos információknak bizonyos nagyvállalkozások és vállalatcsoportok általi közzététele tekintetében történő módosításáról”.
- Freeman, R.E. (1984): *Strategic management: A stakeholder approach*. Massachusetts: Pitman Publishing, Boston
- García-Meca, E.-Parra, I.-Larrán, M.-Martínez, I. (2005): „The explanatory factors of intellectual capital disclosure to financial analysts” *The European Accounting Review*. 14(1): 63-95.
- Haller, A.-Link, M.-Groß, T. (2017): „The Term ‘Non-financial Information’-A Semantic Analysis of a Key Feature of Current and Future Corporate Reporting”. *Accounting in Europe* 14(3):407–29. doi: 10.1080/17449480.2017.1374548.
- Hassan, O.-Marston C. (2010): *Disclosure Measurement in the Empirical Accounting Literature: A Review Article*. Economics and Finance Working Paper Series, Brunel University, Working Paper https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1640598 Lekérdezve: 2018.11.29.
- Healy, P.M.-Palepu, K.G. (2001): „Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: a review of the empirical disclosure literature” *Journal of Accounting and Economics*. 31(3): 405-440.
- Hooghiemstra, R. (2000): „Corporate Communication and Impression Management – New Perspectives Why Companies Engage in Corporate Social Reporting” *Journal of Business Ethics*. 27(1): 55-68.

- INTOSAI WGEA (2013): Sustainability Reporting: Concepts, Frameworks and the Role of Supreme Audit Institutions. 2013. kiad.
- Jensen, M.C.-Meckling, W.H. (1976): „Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure” *Journal of Financial Economics*. 3(4): 305-360.
- Kaliczka N.-Naffa H. (2010): „Természetes jelzések a megbízó-ügynök koalíció jövedelmének hitelesítésében” *Vezetéstudomány*. 41(4): 45-54.
- Kovács O. (2017): „Az ipar 4.0 komplexitása – I.” *Közgazdasági szemle*. 64(7-8): 823-851.
- Kovács Zs.-Deák I. (2012): „Számvitel - szakma versus tudomány” *Pénzügyi Szemle*. 57(4): 458-468.
- Lakatos L. P. (2009): *A számviteli szabályozása, és a pénzügyi kimutatások hasznosságának megítélése*. Doktori értékezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Pénzügyi Számviteli Tanszék, Gazdálkodástani Doktori Program, Budapest
- Lakatos L. P. (2013): „A számviteli érdekhordozói elméletek evolúciója és a szabályozás” *Vezetéstudomány*. 44(5): 47-59.
- Lambert, R.A. (2001): „Contracting theory and accounting” *Journal of Accounting and Economics*. 32(1-3): 3-87.
- Li, J. (2008): *A longitudinal study of corporate social disclosure in Chinese listed companies' annual reports: 2002 to 2006*. Master of Business dissertation, Auckland University of Technology, Auckland
- Li, J.-Pike, R.-Haniffa, R. (2008): „Intellectual capital disclosure and corporate governance structure in UK firms” *Accounting and Business Research*. 38(2): 137-59.
- Magness, V. (2006): „Strategic posture, financial performance and environmental disclosure: an empirical test of legitimacy theory” *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 19(4): 540-563.
- Meek, G.K.-Roberts, C.B.-Gray, S.J. (1995): „Factors influencing voluntary annual report disclosures by U.S., U.K. and Continental European multinational corporations” *Journal of International Business Studies*. 26(3): 555-572.
- Ortas, E.-Gallejo-Alvarez, I.-Etxeberria, I.Á. (2015): „Financial Factors Influencing the Quality of Corporate Social Responsibility and Environmental Management Disclosure: A Quantile Regression Approach”. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 22(6):362–80. doi: 10.1002/csr.1351.
- Mohl, G. (2013): „A kockázat szerepe a könyvvizsgálatban” *Vezetéstudomány*. 64(10): 50-62.
- Owusu-Ansah, S. (1998). „The impact of corporate attributes on the extent of mandatory disclosure and reporting by listed companies in Zimbabwe” *The International Journal of Accounting*. 33(5): 605-631.
- Peterson, P.P.-Fabozzi, F.J. (1999): *Analysis of Financial Statement*. New Hope, Pennsylvania
- Robb, S.W.G.-Single, L.E.-Zareski, M.T. (2001): „Nonfinancial Disclosures across Anglo-American Countries”. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation* 10(1):71–83. doi: 10.1016/S1061-9518(01)00036-2.
- Roberts, R.W. (1992): „Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of stakeholder theory” *Accounting, Organizations and Society*. 17(6): 595-612.
- Ross, S.A. (1977): „The determination of financial structure: the incentive signaling approach” *Bell Journal of Economics*. 8(1) 23-40.
- Rowe, D.C. (2015): „Periodic Reporting in a Continuous World: The Correlating Evolution of Technology and Financial Reporting”. *Duke Law & Technology Review* 14(1):248–66.
- Shehata, N.F. (2013): „Theories and determinants of Voluntary disclosure” *Accounting and Finance Research*. 3(1): 18-26.
- Singh, I.-Van der Zahn, J. (2008): „Determinants of intellectual capital disclosure in prospectuses of initial public offerings” *Accounting and Business Research*. 38(5): 409-431.
- Spence, M. (1973): „Job market signaling” *The Quarterly Journal of Economics*. 87(3): 355-374.
- Suchman, M.C. (1995): „Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches” *Academy of management review*. 20(3): 571-610.
- Szántó Z. (2009): „Kontraszelekció és erkölcsi kockázat a politikában. Vázlat az információs aszimmetria közgazdaságtani fogalmainak politikatudományi alkalmazhatóságáról” *Közgazdasági Szemle*. 56(6): 563-571.
- Szennay Á.-Szigeti C. (2019): „A fenntartható fejlődési célok és a GRI szerinti jelentéstétel kapcsolatának elemzése”. *Vezetéstudomány Budapest Management Review* 50(4):33–43.

doi:<https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2019.04.04>.

- Watson, A.-Shrives, P.-Marston, C. (2002): „Voluntary disclosure of accounting ratios in the UK” *British Accounting Review*. 34(4): 289-313.
- White, G.-Lee, A.-Tower, G. (2007): „Drivers of voluntary intellectual capital disclosure in listed biotechnology companies” *Journal of Intellectual Capital*. 8(3): 517-537.
- Xia, S.B. (2015): „Strategic implications of voluntary disclosure and the application of the legitimacy theory” In: Glodowska, A.-Wach, K. (szerk.): *International business and global economy*. 1(2): 109-120.
- Zahorodnya, N.-Slyozko T. (2016): „The Fourth Industrial Revolution: The Present and Future of Accounting and the Accounting Profession”. *Polgári Szemle* 12(4-6.).